

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

**Propuesta para la creación de una empresa de logística y
transporte en el Cantón Durán**

AUTOR:

Idrovo Delgado, Tomy Alexander

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

TUTOR:

Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, Mgs

Guayaquil, Ecuador

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Idrovo Delgado, Tomy Alexander**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

TUTOR

f. _____
Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, Mgs

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Idrovo Delgado, Tomy Alexander

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en el Cantón Durán** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2017

EL AUTOR

f. _____
Idrovo Delgado, Tomy Alexander



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Idrovo Delgado, Tomy Alexander

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en el Cantón Durán**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2017

EL AUTOR:

f. _____
Idrovo Delgado, Tomy Alexander

AGRADECIMIENTO

A **DIOS**, por proporcionarme fortalezas
y bendiciones cada día.

A mi **ESPOSA**, por compartir conmigo su tiempo
y espacio.

A mi **MADRE**, por ser una persona incondicional
en mi vida.

A mi **FAMILIA**, por siempre estar a mi lado
cuando los necesito..

A mis **AMIGOS**, por ayudarme a crecer y superarme
en el ámbito personal, académico y profesional.

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre, **WALTER IDROVO RUGEL**,
quién aún inspira mis decisiones, guía mis acciones y
me motiva a superarme cada día.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

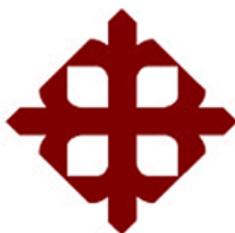
Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, Mgs
TUTOR

f. _____

Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, Mgs
DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Loor Ávila Beatriz Annabell, Mgs
COORDINADOR DEL ÁREA DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CALIFICACIÓN

f. _____

TUTOR

Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, Mgs

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------|
| PORTADA | i |
| CERTIFICACIÓN | ii |
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD | iii |
| AUTORIZACIÓN | iv |
| AGRADECIMIENTO | VI |
| DEDICATORIA | VII |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN | VIII |
| CALIFICACIÓN | IX |
| ÍNDICE DE TABLAS | XVI |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | XIX |
| RESUMEN | XX |
| ABSTRACT | XXI |
| INTRODUCCIÓN | 24 |
| CAPÍTULO 1 | 26 |
| 1. Descripción de la investigación..... | 26 |
| 1.1. Tema – Título | 26 |
| 1.2. Justificación..... | 26 |
| 1.3. Planteamiento y delimitación del tema u objeto de estudio | 26 |
| 1.4. Contextualización del tema u objeto de estudio | 27 |
| 1.5. Objetivos de la investigación..... | 27 |
| 1.5.1. Objetivo general..... | 27 |
| 1.5.2. Objetivos específicos | 27 |
| 1.6. Determinación del método de investigación y técnica de recogida y análisis de la información..... | 28 |
| 1.7. Planteamiento del problema | 29 |
| 1.8. Fundamentación teórica del proyecto..... | 29 |
| 1.8.1. Marco referencial | 29 |
| 1.8.2. Marco teórico | 32 |
| 1.8.3. Marco conceptual..... | 34 |
| 1.8.4. Marco legal | 34 |
| 1.8.5. Marco lógico | 37 |
| 1.9. Formulación de las preguntas de la investigación | 38 |
| 1.10. Cronograma | 39 |
| CAPÍTULO 2 | 41 |
| 2. Descripción del negocio | 41 |
| 2.1. Análisis de la oportunidad | 41 |

| | | |
|------------------|--|----|
| 2.1.1. | Descripción de la idea de negocio: Modelo de negocio | 41 |
| 2.2. | Misión, visión y valores de la empresa | 42 |
| 2.3. | Objetivos de la empresa..... | 43 |
| 2.3.1. | Objetivo general..... | 43 |
| 2.3.2. | Objetivos específicos | 43 |
| CAPÍTULO 3 | | 45 |
| 3. | Entorno jurídico de la empresa..... | 45 |
| 3.1. | Aspecto societario de la empresa..... | 45 |
| 3.1.1. | Generalidades..... | 45 |
| 3.1.2. | Fundación de la empresa..... | 45 |
| 3.1.3. | Capital social, acciones y participaciones..... | 45 |
| 3.2. | Políticas de buen gobierno corporativo | 46 |
| 3.2.1. | Código de ética | 46 |
| 3.3. | Propiedad intelectual | 46 |
| 3.3.1. | Registro de marca | 46 |
| 3.3.2. | Derecho de autor del proyecto | 46 |
| 3.3.3. | Patente y-o modelo de utilidad | 47 |
| 3.4. | Presupuesto constitución de la empresa | 47 |
| CAPÍTULO 4 | | 49 |
| 4. | Auditoría de mercado | 49 |
| 4.1. | PEST..... | 49 |
| 4.2. | Atractividad de la industria..... | 54 |
| 4.3. | Análisis del ciclo de vida de la industria | 55 |
| 4.4. | Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter..... | 57 |
| 4.5. | Análisis de la oferta | 58 |
| 4.5.1. | Tipo de competencia | 59 |
| 4.5.2. | Marketshare: mercado real y mercado potencial | 59 |
| 4.5.3. | Características de los competidores | 59 |
| 4.5.4. | Benchmarking | 60 |
| 4.6. | Análisis de la demanda | 60 |
| 4.6.1. | Segmentación de mercado | 60 |
| 4.6.2. | Criterio de segmentación | 61 |
| 4.6.3. | Selección de segmentos | 61 |
| 4.6.4. | Perfiles de los segmentos | 61 |
| 4.7. | Matriz FODA..... | 61 |
| 4.8. | Investigación de mercado | 62 |
| 4.8.1. | Método | 62 |

| | | |
|------------------|---|----|
| 4.8.2. | Diseño de la investigación | 63 |
| 4.8.2.1. | Objetivos de la investigación | 63 |
| 4.8.2.2. | Tamaño de la muestra | 63 |
| 4.8.2.3. | Técnica de recogida y análisis de datos | 64 |
| 4.8.2.3.1. | Exploratoria | 64 |
| 4.8.2.3.2. | Concluyente | 64 |
| 4.8.2.4. | Análisis de datos..... | 64 |
| 4.8.2.5. | Resumen e interpretación de resultados | 65 |
| 4.8.3. | Conclusiones de la investigación de mercado | 79 |
| 4.8.4. | Recomendaciones a partir de la investigación de mercado | 79 |
| CAPÍTULO 5 | | 81 |
| 5. | Plan de marketing..... | 81 |
| 5.1. | Objetivos: general y específicos | 81 |
| 5.1.1. | Mercado meta | 81 |
| 5.1.1.1. | Tipo y estrategias de penetración | 81 |
| 5.1.1.2. | Cobertura..... | 82 |
| 5.2. | Posicionamiento | 82 |
| 5.3. | Marketing mix | 82 |
| 5.3.1. | Estrategia de producto o servicios | 83 |
| 5.3.1.1. | Empaque: reglamento del marcado y etiquetado | 85 |
| 5.3.1.2. | Amplitud y profundidad de línea | 85 |
| 5.3.1.3. | Marcas y Submarcas..... | 86 |
| 5.3.2. | Estrategia de precios | 86 |
| 5.3.2.1. | Precios de la competencia | 86 |
| 5.3.2.2. | Poder adquisitivo del mercado meta | 86 |
| 5.3.2.3. | Políticas de precio | 87 |
| 5.3.3. | Estrategia de plaza: punto de ventas | 87 |
| 5.3.3.1. | Localización de puntos de venta | 87 |
| 5.3.3.1.1. | Distribución del espacio | 88 |
| 5.3.3.1.2. | Merchandising | 88 |
| 5.3.3.2. | Sistema de distribución comercial..... | 89 |
| 5.3.3.2.1. | Canales de distribución..... | 89 |
| 5.3.3.2.2. | Logística | 89 |
| 5.3.3.2.3. | Políticas de servicio al cliente | 90 |
| 5.3.4. | Estrategias de promoción..... | 90 |
| 5.3.4.1. | Promoción de ventas | 90 |
| 5.3.4.2. | Venta personal..... | 90 |

| | | |
|------------------|--|-----|
| 5.3.4.3. | Publicidad..... | 91 |
| 5.3.4.3.1. | Elaboración de diseño y propuesta publicitaria..... | 91 |
| 5.3.4.3.2. | Estrategias ATL y BTL | 91 |
| 5.3.4.3.3. | Estrategia de lanzamiento..... | 91 |
| 5.3.4.3.4. | Plan de medios..... | 91 |
| 5.3.4.4. | Relaciones públicas | 92 |
| 5.3.4.5. | Marketing relacional | 92 |
| 5.3.4.6. | Gestión de promoción electrónica del proyecto | 92 |
| 5.3.4.6.1. | Estrategias de e-commerce | 92 |
| 5.3.4.6.2. | Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales | 92 |
| 5.3.4.6.3. | Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales | 93 |
| 5.3.5. | Cronograma de actividades de promoción..... | 93 |
| 5.4. | Presupuesto de marketing..... | 94 |
| CAPÍTULO 6 | | 96 |
| 6. | Plan operativo..... | 96 |
| 6.1. | Producción..... | 96 |
| 6.1.1. | Proceso productivo | 96 |
| 6.1.2. | Flujo de procesos | 97 |
| 6.1.3. | Infraestructura: obra civil, maquinarias y equipos..... | 98 |
| 6.1.4. | Mano de obra | 101 |
| 6.1.5. | Capacidad instalada | 102 |
| 6.1.6. | Presupuesto | 105 |
| 6.2. | Gestión de calidad | 106 |
| 6.2.1. | Políticas de calidad | 107 |
| 6.2.2. | Procesos de control de calidad..... | 107 |
| 6.2.3. | Presupuesto | 107 |
| 6.3. | Gestión ambiental | 107 |
| 6.3.2. | Políticas de protección ambiental | 108 |
| 6.3.3. | Procesos de control ambiental | 108 |
| 6.3.4. | Presupuesto | 108 |
| 6.4. | Gestión de responsabilidad social | 109 |
| 6.4.2. | Políticas de protección social..... | 109 |
| 6.4.3. | Presupuesto | 109 |
| 6.5. | Estructura organizacional | 110 |
| 6.5.2. | Organigrama | 110 |
| 6.5.3. | Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias | 110 |

6.5.4. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos
114

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO 7 | 124 |
| 7. Estudio económico-financiero-tributario | 124 |
| 7.1. Inversión inicial | 124 |
| 7.1.2. Tipo de inversión | 124 |
| 7.1.2.1. Fija..... | 124 |
| 7.1.2.2. Diferida..... | 128 |
| 7.1.2.3. Corriente..... | 129 |
| 7.1.3. Financiamiento de la inversión | 129 |
| 7.1.3.1. Fuentes de financiamiento..... | 129 |
| 7.1.3.2. Tabla de amortización | 130 |
| 7.1.4. Cronograma de inversiones..... | 132 |
| 7.2. Análisis de costos | 132 |
| 7.2.2. Costos fijos | 132 |
| 7.2.3. Costos variables | 133 |
| 7.3. Capital de trabajo..... | 134 |
| 7.3.2. Gastos de operación | 134 |
| 7.3.3. Gastos administrativos | 135 |
| 7.3.4. Gastos de ventas..... | 136 |
| 7.3.5. Gastos financieros..... | 137 |
| 7.4. Análisis de variables críticas | 137 |
| 7.4.2. Determinación del precio: Mark up y márgenes..... | 137 |
| 7.4.3. Proyección de costos e ingresos en función de la proyección de ventas | 137 |
| 7.4.4. Análisis de punto de equilibrio | 138 |
| 7.5. Entorno fiscal de la empresa..... | 138 |
| 7.6. Estados financieros proyectados..... | 138 |
| 7.6.2. Balance general..... | 138 |
| 7.6.3. Estado de pérdidas y ganancias | 140 |
| 7.6.3.1. Flujo de caja proyectado | 140 |
| 7.6.3.1.1. Indicadores de rentabilidad y costo del capital..... | 141 |
| 7.6.3.1.1.1. TMAR..... | 141 |
| 7.6.3.1.1.2. VAN | 141 |
| 7.6.3.1.1.3. TIR..... | 142 |
| 7.6.3.1.1.4. Payback..... | 142 |
| 7.7. Análisis de sensibilidad multivariantes o de escenarios múltiples | 142 |
| Costos Fijos..... | 144 |

| | |
|---|-----|
| VAN | 144 |
| TIR | 144 |
| 7.8. Razones financieras | 144 |
| 7.8.2. Liquidez | 144 |
| 7.8.3. Gestión | 144 |
| 7.8.4. Endeudamiento | 145 |
| 7.8.5. Rentabilidad | 145 |
| 7.9. Conclusión financiera | 145 |
| CAPÍTULO 8 | 148 |
| 8. Plan de contingencia..... | 148 |
| 8.1. Principales riesgos | 148 |
| 8.2. Monitoreo y control del riesgo | 148 |
| 8.3. Acciones correctivas..... | 148 |
| CAPÍTULO 9 | 151 |
| 9. Conclusiones | 151 |
| CAPÍTULO 10 | 153 |
| 10. Recomendaciones | 153 |
| CAPÍTULO 11 | 155 |
| 11. Fuentes..... | 155 |
| Bibliografía..... | 155 |
| CAPÍTULO 12 | 158 |
| 12. Anexos..... | 158 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1: Matriz de marco lógico | 38 |
| Tabla 2: División de acciones..... | 46 |
| Tabla 3: Presupuesto de la empresa..... | 47 |
| Tabla 4: Principales competidores | 60 |
| Tabla 5: Matriz FODA..... | 62 |
| Tabla 6: Servicios de LOGIQUIM S.A. | 83 |
| Tabla 7: Transporte utilizado | 85 |
| Tabla 8: Precios de la competencia | 86 |
| Tabla 9: Plan de medios..... | 91 |
| Tabla 10: Análisis de promoción digital | 93 |
| Tabla 11: Cronograma de actividades de promoción | 93 |
| Tabla 12: Presupuesto de marketing..... | 94 |
| Tabla 13: Símbolos | 97 |
| Tabla 14: Activos fijos | 101 |
| Tabla 15: Mano de obra | 101 |
| Tabla 16: Especificaciones de los racks..... | 103 |
| Tabla 17: Capacidad del transporte | 104 |
| Tabla 18: Instalación y vehículos | 105 |
| Tabla 19: Muebles y enseres | 105 |
| Tabla 20: Equipos de oficina | 106 |
| Tabla 21: Equipos de computación | 106 |
| Tabla 22: Perfil del gerente general | 110 |
| Tabla 23: Perfil del jefe de logística..... | 111 |
| Tabla 24: Perfil del jefe financiero | 111 |
| Tabla 25: Perfil del jefe de recursos humanos | 112 |
| Tabla 26: Perfil del jefe de marketing | 112 |
| Tabla 27: Conductor..... | 113 |
| Tabla 28: Perfil del asesor logístico..... | 113 |
| Tabla 29: Perfil del Supervisor y asistente de bodega | 114 |
| Tabla 30: Manual del gerente general..... | 115 |
| Tabla 31: Manual del jefe de logística | 116 |
| Tabla 32: Manual del gerente financiero | 117 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 33: Manual del jefe de recursos humanos..... | 118 |
| Tabla 34: Manual del jefe de marketing | 119 |
| Tabla 35: Manual del conductor | 120 |
| Tabla 36: Manual del asesor logístico | 121 |
| Tabla 37: Manual del asistente de bodega..... | 122 |
| Tabla 38: Inversión inicial | 124 |
| Tabla 39: Inversión fija: Instalaciones y vehículos..... | 125 |
| Tabla 40: Inversión fija: Muebles y enseres | 125 |
| Tabla 41: Inversión fija: Equipos de oficina | 125 |
| Tabla 42: Inversión fija: Equipos de computación | 126 |
| Tabla 43: Depreciación anual de maquinarias | 126 |
| Tabla 44: Depreciación anual de muebles y equipos | 127 |
| Tabla 45: Inversión diferida | 128 |
| Tabla 46: Amortización..... | 128 |
| Tabla 47: Inversión corriente | 129 |
| Tabla 48: Fuentes de financiamiento | 129 |
| Tabla 49: Capital social | 130 |
| Tabla 50: Tabla de amortización de préstamo | 130 |
| Tabla 51: Cronograma de inversiones | 132 |
| Tabla 52: Costos fijos administrativos | 132 |
| Tabla 53: Costos fijos de publicidad..... | 133 |
| Tabla 54: Sueldos administrativos..... | 133 |
| Tabla 55: Servicios de almacenajes..... | 133 |
| Tabla 56: Servicios de transporte..... | 134 |
| Tabla 57: Gastos operativos..... | 135 |
| Tabla 58: Gastos administrativos | 135 |
| Tabla 59: Gastos de publicidad | 136 |
| Tabla 60: Gastos operativos anuales | 136 |
| Tabla 61: Gastos financieros..... | 137 |
| Tabla 62: Determinación del precio..... | 137 |
| Tabla 63: Proyección de costos | 137 |
| Tabla 64: Punto de equilibrio..... | 138 |
| Tabla 65: Pago de impuestos..... | 138 |
| Tabla 66: Balance general a cinco años | 139 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 67: Estado de resultados..... | 140 |
| Tabla 68: Proyección de flujo de efectivo..... | 141 |
| Tabla 69: Cálculo de la TMAR..... | 141 |
| Tabla 70: VAN..... | 142 |
| Tabla 71: Periodo de retorno..... | 142 |
| Tabla 72: Multivariantes - Productividad..... | 143 |
| Tabla 73: Multivariantes - Gastos variables..... | 143 |
| Tabla 74: Multivariantes - Gastos administrativos..... | 143 |
| Tabla 75: Multivariantes totales..... | 144 |
| Tabla 76: Ratios de liquidez..... | 144 |
| Tabla 77: Ratios de gestión..... | 144 |
| Tabla 78: Ratios de endeudamiento..... | 145 |
| Tabla 79: Ratios de rentabilidad..... | 145 |
| Tabla 80: Control de riesgo..... | 148 |
| Tabla 81: Acciones correctivas..... | 149 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1: Cronograma..... | 39 |
| Gráfico 2: Evolución del PIB Agropecuario (Precios constantes)..... | 50 |
| Gráfico 3: Tasa de desempleo | 51 |
| Gráfico 4: Tasa de interés | 52 |
| Gráfico 5: Insumos agropecuarios..... | 53 |
| Gráfico 6: Ciclo de vida de la industria | 56 |
| Gráfico 7: Cinco fuerzas competitivas de Porter | 57 |
| Gráfico 8: Clasificación de la empresa | 75 |
| Gráfico 9: Importancia de la cadena de suministros..... | 76 |
| Gráfico 10: Principales problemas logísticos..... | 76 |
| Gráfico 11: Opciones al momento de realizar operaciones logísticas | 77 |
| Gráfico 12: Disposición de contratación | 78 |
| Gráfico 13: Factores que afectan a la contratación | 78 |
| Gráfico 14: Pallet..... | 84 |
| Gráfico 15: Estantería selectiva- doble profundidad..... | 84 |
| Gráfico 16: Layout..... | 88 |
| Gráfico 17: Flujograma de procesos | 98 |
| Gráfico 18: GPS de la ubicación | 99 |
| Gráfico 19: Galpones | 100 |
| Gráfico 20: Capacidad instalada | 102 |
| Gráfico 21: Racks..... | 103 |
| Gráfico 22: Organigrama departamental..... | 110 |
| Gráfico 23: Logo de Logiquim S.A..... | 161 |

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como finalidad la creación de un centro logístico en el Cantón Durán especializado en la distribución de productos agroquímicos a nivel nacional, ya que dentro de Ecuador se encuentran pocas empresas de almacenaje y transporte especializadas en la manipulación de estas sustancias peligrosas.

Este trabajo busca conocer la viabilidad de crear una empresa que ofrezca los servicios de almacenaje y transporte de agroquímicos mediante el análisis del entorno económico del país, determinar la oferta y la demanda de la industria realizando una investigación de mercado, diseñar estrategias de ventas y servicio al cliente mediante el desarrollo de un plan de Marketing, establecer actividades operativas requeridas para el proceso de entrega de los servicios, gestión de calidad y gestión ambiental y finalmente, una evaluación financiera para conocer la rentabilidad del proyecto.

Palabras Clave: Plan de negocios, logística, almacenamiento, factibilidad.

ABSTRACT

This research work has the purpose of creating a logistics center in the Canton of Duran specialized in the distribution of agrochemical products at national level, since within Ecuador are few companies of storage and transport specialized in the manipulation of these dangerous substances .

This work seeks to know the viability of creating a company that offers the services of storage and transport of agrochemicals by analyzing the economic environment of the country, determining the supply and demand of the industry by conducting market research, designing sales and service strategies To the client through the development of a Marketing plan, establish operational activities required for the service delivery, quality management and environmental management and finally, a financial evaluation to know the profitability of the project.

Keywords: Business plan, logistics, storage, feasibility.

INTRODUCCIÓN

La idea de negocio de la creación de una empresa de logística y transporte en el Cantón Durán nace de una congruencia. Esta es que en la actualidad en el Ecuador el mercado para la distribución de productos agroquímicos se encuentra insatisfecho y la principal razón es por la escasez de la oferta. Esta problemática surge porque dentro del país existen pocas empresas que ofrecen servicios de almacenamiento y transporte especializados en la manipulación de sustancias peligrosas, lo que hace que los precios que se encuentran en el mercado sean costosos y la rentabilidad sea alta, indicadores muy atractivos para la inversión en esta clase de negocios.

Otro factor importante, que es atractivo para la inversión, es que el sector agropecuario ecuatoriano se encuentra en una etapa de crecimiento, este indicador económico crece gracias a un cúmulo de actividades que han mejorado las condiciones de inversión en el sector como por ejemplo la apertura de nuevos mercados como son el asiático y el europeo, mayores fuentes de financiamiento con tasas bajas de interés, mayor accesibilidad de insumos para los productores y otras actividades que han facilitado los procesos de productivos de los cultivo. Todas estas acciones han llevado a un dinamismo económico positivo para el país incrementando fuentes de trabajo tanto directo como indirecto creando un ambiente de desarrollo en la economía del país.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. Descripción de la investigación

1.1. Tema – Título

Propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en el Cantón Durán.

1.2. Justificación

La presente propuesta será desarrollar un plan de negocios acorde para la creación de una empresa de logística y transporte en el cantón de Durán, la cual permitirá aplicar conocimientos en el campo de la práctica, es decir ejecutar diversas actividades que durante el período universitario se han adquirido y a la vez ganar experiencia en la planificación, desarrollo y control de proyectos. Es necesario mencionar que la idea de negocio será sustentada con información válida, para la factibilidad y desarrollo del mismo.

La economía nacional ecuatoriana se fundamenta en la producción y exportación de productos agrícolas como son banano, cacao, café, flores, por esta razón Ecuador posee un alto grado de consumo de productos químicos que se utilizan en la agricultura y que ayudan a mejorar la calidad de estos cultivos. Gracias a esta demanda en el país se encuentran muchas empresas nacionales e internacionales que se dedican a la comercialización y distribución de agroquímicos, el objetivo de la propuesta de investigación consiste en generar un servicio organizado e íntegro de almacenamiento y transporte, determinando alianzas estratégicas con las empresas mencionadas, el fin del plan de negocio es contribuir con el desarrollo de la economía del país, fomentando el cambio de la matriz productiva.

1.3. Planteamiento y delimitación del tema u objeto de estudio

La presente propuesta de investigación consiste en la creación de una empresa de logística y transporte en la cual se sugiere brindar a las empresas servicios de almacenamiento, asesoría logística y transportación terrestre a nivel nacional de sus productos que podría mejorar la productividad de cada una de las actividades mencionadas.

El estudio se lo realizará a diferentes empresas ubicadas en la ciudad de Guayaquil que se dediquen a la comercialización y distribución de productos agroquímicos desde el de Octubre del 2016 a Febrero del 2017. Determinando así necesidades del mercado y conocer si la presente propuesta es factible y rentable. Debido al caso, es importante considerar la actividad de logística y transporte como una de las principales actividades de estas empresas; en el desarrollo de esta investigación se establecerán estudios de mercado, planes de marketing, operativos y finalmente se realizará una evaluación financiera.

1.4. Contextualización del tema u objeto de estudio

La presente propuesta de investigación se encuentra enmarcada con los objetivos diez y once del Plan Nacional del Buen Vivir, que se citan a continuación “Asegurar la soberanía y eficacia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica” y “Transformación de la matriz productiva para la diversificación de la economía, dinamizar la productividad, garantizar la soberanía nacional de la producción y consumo interno”. (SENPLADES, 2013)

También se basará en las líneas de investigación citadas por el Sistema de Investigación y Desarrollo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, el cual está enfocado en la línea número ocho: Infraestructura para el Desarrollo Productivo, donde se encuentran líneas de estudio aprobados que se interrelacionan con los ejes estratégicos del Plan Nacional del Buen Vivir y ayudan al desarrollo productivo del país y la distribución de la producción al consumidor. (SINDE, 2015)

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Analizar la viabilidad y factibilidad de la creación de una empresa de logística y transporte en el cantón Durán.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la demanda y oferta de servicios de almacenamiento y transporte de agroquímicos mediante una investigación de mercado.
- Diseñar estrategias de marketing y ventas para la comunicación efectiva del servicio a los clientes.
- Realizar un estudio técnico en el que se identifican las necesidades acerca de la ingeniería del proyecto.
- Desarrollar un análisis financiero del proyecto para conocer proyecciones, flujos de efectivo a corto y largo plazo.

1.6. Determinación del método de investigación y técnica de recogida y análisis de la información

El alcance de la investigación será inicialmente de tipo exploratoria, se realizarán entrevistas y encuestas a distintas empresas que comercializan agroquímicos en la ciudad de Guayaquil, con ello se obtendrán información necesaria la cual será analizada para determinar la viabilidad del proyecto de investigación. Según (Sampieri, 2010) “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (p.79)

Se aplicarán la técnica de la encuesta y entrevistas a profundidad. Existen varias ventajas de éste enfoque porque permite un análisis más completo acerca del tema estudiado, es decir permitirá un conocimiento más profundo del mercado.

Existen múltiples instrumentos para la recolección de datos para la obtención de resultados y establecer estadísticas que ayuden a la ejecución de la propuesta, con un estudio de mercado sustentado. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010)

La metodología de investigación para la presente investigación como anteriormente se mencionaba, será además descriptiva para de ésta forma determinar las deficiencias que tienen las empresas que comercializan agroquímicos en el servicio de logística y transporte, para así brindar la ayuda necesaria, la pronta solución a los problemas de almacenamiento, distribución y transporte. Luego de obtener la información necesaria del estudio de mercado, se iniciará el análisis de los datos recopilados. Cabe recalcar que la recolección

de datos cualitativos es decir las entrevistas de profundidad a expertos se las realizará a diferentes gerentes de empresas de logística y transporte para considerar sus aportes, mientras que los datos cuantitativos serán obtenidos de las empresas sean medianas o pequeñas del país.

1.7. Planteamiento del problema

Ecuador por ser un país exportador de productos agrícolas, tiene una gran demanda de consumo de agroquímicos. Por lo que en él se encuentra una gran cantidad de compañías tanto nacionales como internacionales que se dedican a la comercialización y distribución de estos productos.

Muchas de estas empresas tienen la necesidad de almacenar y transportar los agroquímicos pero resulta que la mayoría de las entidades que ofrecen el servicio de logística, almacenamiento y transporte en el Ecuador no están especializadas en la manipulación de agroquímicos, ya que no cuentan con los conocimientos necesarios, infraestructura adecuada, experiencia, ni mucho menos permisos que certifiquen el buen manejo de estas sustancias químicas.

Para que una empresa pueda producir, comercializar, almacenar o transportar los productos agroquímicos debe de obtener permisos, resoluciones y certificaciones tanto nacionales como internacionales que avalen que se puede desarrollar la actividad económica. El incumplimiento de estas normas que son obligatorias afectaría a la empresa desde la pérdida de la imagen como es la reputación o credibilidad hasta fuertes multas y sanciones económicas, o el cierre de la misma.

1.8. Fundamentación teórica del proyecto

1.8.1. Marco referencial

Se ha escogido como referencia la empresa Quifatex S.A citando su misión a continuación “Somos una empresa importadora, comercializadora y representante de marcas y productos con presencia en diferentes regiones y sectores de la industria en Ecuador”. (Quifatex, 2015)

Para la presente propuesta de negocios se investigará y se usará la información de varias empresas nacionales e internacionales que se dediquen a

actividades similares a la idea de negocio planteada, es decir el propósito será observar y analizar cómo aquellas empresas puedan aportar al desarrollo del mismo.

Quifatex S.A tiene aproximadamente 37 años de experiencia en el mercado ecuatoriano con administración y capital suizo, fue fundada el 26 de mayo de 1978. Su modelo de negocios se lo denomina “One Stop Shop”, siendo el propósito el ser facilitadores para el desarrollo de sus negocios en el Ecuador.

Sus unidades de negocio están enfocadas en los sectores farmacéuticos, consumo, distribución y operación logística a nivel nacional, con estructuras y equipos especializados. (Quifatex, 2015)

Considerando el modelo de negocio de la empresa mencionada, este proporciona gran aporte a la investigación, la intención de Quifatex es brindar la mayor cantidad de servicios relacionados de acuerdo a los giros del negocio para que sus clientes logren encontrar todo en un solo sitio, es decir satisfaciendo sus necesidades en un solo lugar, así se ahorraría tiempo y dinero. Actualmente la empresa se encuentra ubicada en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala, Manta y Ambato, también posee dos centros de distribución localizados en Guayaquil y Quito. Cada uno de estos centros de almacenamiento tiene un área aproximada de 10.000 m², cuenta con tecnología de punta y procesos auditados ya que esta empresa tiene la certificación BPM (Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura otorgado por la Agencia Nacional Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA)

Otra de las empresas que se dedica a ofrecer servicios de ésta índole es Globandina Corp S.A citando su misión “Proveer eficientemente de recursos logísticos de almacenaje, distribución, actividades de valor agregado, maquila empaque, comercio exterior, transporte y plataformas de cross docking, dirigidos a la industria local, nacional y regional, generando valor y optimizando costos, bajo estándares de calidad, normas de seguridad y las buenas prácticas más idóneas, para salvaguardar la integridad de las operaciones logísticas”. (Globandina, 2015)

En la idea de negocio se busca desarrollar un estudio de mercado que permita la recaudación de información y así lograr encontrar estrategias de innovación para la misma, conociendo el proceder de empresas ya existentes. Por ejemplo el éxito de Globandina se debe en gran parte a su talento humano

que constantemente están capacitando y motivan a brindar un excelente servicio a sus clientes. Actualmente esta empresa cuenta con instalaciones en todo el país, sus principales centros de distribución se encuentran ubicados en Guayaquil y Quito.

En otras ciudades como en Cuenca, Manta, Ibarra, Machala y Loja se encuentran oficinas cross docking que son pequeñas instalaciones para que solo transite la mercadería.

En cuanto a la distribución Globandina Corp. S.A cubre todo el Ecuador. Cuenta con más de 120 unidades de transporte con las cuales distribuye la mercadería a nivel nacional. Estas unidades de transporte son flota moderna y segura, con furgones metálicos y térmicos de diferentes capacidades, poseen GPS y asistencia con respuesta armada. Globandina Corp. S.A también ha invertido en software de transporte y control de envíos, el mismo que les permite obtener la trazabilidad de los despachos y las entregas para mejorar la seguridad de la distribución de la mercadería.

Además para esta propuesta de negocio se escogió como referencia un trabajo de investigación de la Universidad Técnica de Pereira realizado por Cinthya Fernanda Galvis Agudelo Y Andrea Estefanía Ramírez Gañan con el nombre de “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO LOGÍSTICO APLICADO A MIPYMES DE LA CIUDAD DE PEREIRA”.

Se utilizó este trabajo como fuente de información útil porque tiene ideas de negocios parecidas pero con diferentes tipos de clientes, ya que este trabajo de investigación tiene un enfoque para ofrecer el servicio de almacenamiento y transporte a empresas Pymes de la ciudad de Pereira mientras que la idea de negocio de este proyecto tiene un enfoque para ofrecer servicios de almacenamiento y transporte a empresas grandes tanto nacionales o multinacionales.

Para la presente propuesta de negocios se investigará y se usará la información de varias empresas nacionales e internacionales que se dediquen a actividades similares a la idea de negocio planteada, es decir el propósito será observar y analizar cómo aquellas empresas puedan aportar al desarrollo del mismo.

1.8.2. Marco teórico

Emprendedor

El emprendimiento como campo de investigación se encuentra en proceso para consolidar un escenario conceptual; muchos estudios giran alrededor de la empresa, desconociendo a la persona, y al emprendedor se le nombra en la literatura como entrepreneur, conservando este término de su origen francés por la inadecuada traducción a otros idiomas. (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013)

El emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Los emprendedores no son managers, ni inversores, son un tipo especial de personas (Carrasco & Carrasco, 2008)

Los autores citan a Schumpeter como una de las mejores teorías sobre el emprendimiento.

El emprender es una actividad que se debe basar siempre en el liderazgo, en ver cosas que nadie logra captar y transformarla en una oportunidad de negocios, El autor dice que innovar es la palabra clave para emprender un negocio y que sea altamente rentable.

Plan de negocios

El plan de negocios es un documento escrito, que permite responder a cinco preguntas esenciales que todo empresario o inversionista desea resolver:

- ¿En qué consiste la idea de negocio y cuál es el modelo de negocio planteado?
- ¿Quiénes dirigirán la empresa y por qué se debería creer en ellos?
- ¿Por qué se debería creer en el éxito empresarial?
- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr la visión, a misión y los objetivos propuestos?
- ¿Cuáles son los recursos humanos, materiales, financieros y de información, necesarios para llevar a cabo las actividades que permitan alcanzar los objetivos planteados?

En este sentido, el plan de negocios es una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa. Esta herramienta es muy útil para nuevas empresas, como para empresas ya existentes que deseen incorporar a su actividad nuevos negocios. (Weinberger Villarán, 2009)

Los agroquímicos

Los agroquímicos son sustancias utilizadas en la ganadería y agricultura para mejorar la calidad de las cosechas y cuidar, mantener y controlar los cultivos de Insectos, malezas, plagas u otros hedores que pueden afectar o destruir los productos cultivados en los campos. Pero estas sustancias químicas son consideradas muy peligrosas por su alto nivel de nocividad en la salud humana, animal y vegetal. La mala manipulación de estos productos agroquímicos puede afectar negativamente a las personas causando enfermedades, alteraciones genéticas a sus descendientes, alteraciones psicológicas, frustraciones, traumas e inseguridad pero también el mal uso de este tipo de químicos puede producir serios daños en el medio ambiente contaminando suelos y aguas tanto superficiales como subterráneas. (OTI, 1993).

El Programa Internacional de Seguridad en las Sustancias Químicas (IPCS) describe en su manual: “Que se calcula que unos dos millones de personas son envenenadas todo los años por plaguicidas, de las cuales mueren unas cuarenta mil.” (OTI, 1993). Por esta razón es que todas las personas que estén involucradas con la manipulación de los productos agroquímicos ya sea en la producción, comercialización, almacenamiento, distribución o uso deben capacitarse para mitigar el riesgo de accidentes por el mal manejo.

Uno de los pilares fundamentales de la economía ecuatoriana es el sector agropecuario. Los últimos años se ha venido observado importantes crecimientos en las exportaciones de los productos agrícolas como son el banano, cacao, café y flores. Según (Monteros Guerrero, 2015), analista del Ministerio de Agricultura afirma que: “Durante la última década, la contribución del sector agropecuario en la economía nacional ecuatoriana ha representado

un 8%, del PIB, con un crecimiento interanual del 4%.” (Monteros Guerrero, 2015). Por esta razón es que el consumo de los productos agroquímicos en el Ecuador ha tenido un significativo crecimiento en estos últimos años, el Sistema Único de Información Ambiental con sus siglas en español SUIA certifica que: “El consumo de agroquímicos en el 2003 fue de 3,31 toneladas por cada mil hectáreas, proporción que se incrementó a 4,82 toneladas en el 2012.” (MAE, 2016). Y se estima que este consumo seguirá aumentando conforme al crecimiento de las exportaciones ecuatorianas y de la producción agrícola nacional.

1.8.3. Marco conceptual

- Logística: es un conjunto de actividades funcionales (transporte, control de inventarios, etc.) que se repiten muchas veces a lo largo del canal de flujo, mediante las cuales la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor para el consumidor. (Ballou, 2004)
- Cadena de suministros: Una cadena de suministro está formada por todas aquellas partes involucradas de manera directa o indirecta en la satisfacción de una solicitud de un cliente. La cadena de suministro incluye no solamente al fabricante y al proveedor, sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle (o menudeo) e incluso a los mismos clientes. (Chopra, 2008)
- Inventario: abarca toda la materia prima, el trabajo en proceso y los bienes terminados dentro de la cadena de suministro. (Chopra, 2008)
- Transporte: supone mover el inventario de un punto a otro en la cadena de suministro. Puede tomar la forma de muchas combinaciones de modos y rutas, cada una con sus propias características de desempeño. (Chopra, 2008)
- Bodega: Es un espacio destinado para el almacenamiento de bienes, que debe cumplir con las normas o requerimientos necesarios para la conservación de los mismos. (Chopra, 2008)

1.8.4. Marco legal

Artículo 66. Capítulo Sexto – Derecho de Libertad, Numerales 15, 25, 26

Se reconoce y garantizará a las personas desarrollar actividades económicas conforme los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental: el derecho a ascender a bienes y servicios públicos y privados de calidad con eficiencia, eficacia y buen trato: el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social ambiental

Artículo 278. Título VI – Régimen de Desarrollo, Capítulo Primero, Principios Generales, Numeral 2.

Para la consecución del Buen Vivir, a las personas y colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad y ambiental

Artículo 283. Capítulo Cuarto. Soberanía económica, Sección Primera.

El sistema económico es social y solidario, reconoce al ser humano como sujeto y fin: propende a una relación dinámica y equilibrada entre la sociedad, estado y mercado en armonía con la naturaleza; y tiene como objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Artículo 284. Capítulo Cuarto. Soberanía Primera – Sistema económico y política económica.

Los objetivos de la política económica, entre los que se encuentran: el asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemáticas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; y mantener la estabilidad económica entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

Código de trabajo

El trabajo es un derecho y un deber social, un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones, retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

El régimen de desarrollo tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario, sostenible, basado

en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Superintendencia de compañías

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo. (CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES , 2016)

Art. 12.- Capital de Riesgo.- El Estado podrá aportar, a través de mecanismos legales y financieros idóneos, a la conformación de capitales de riesgo. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente pactado, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en empresas donde es propietario en forma parcial o exclusiva, a favor de los empleados y trabajadores de dichas empresas, así como a favor de la comunidad en la que tal emprendimiento se desarrolle, dentro de las condiciones y plazos establecidas en cada proyecto. (CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES , 2016)

Art. 2.- Territorio Aduanero.- Territorio aduanero es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de esta ley y comprende las zonas primaria y secundaria. (LEY ORGANICA DE ADUANAS, CODIFICACION, 2007)“Art. 3.- Zonas aduaneras.- Para el ejercicio de las funciones de la administración aduanera, el territorio aduanero se lo divide en las siguientes zonas: DGSP PSP/BTS. 2 a) Primaria.- Constituida por el área interior de los puertos y aeropuertos, recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales DGSP PSP/BTS. 3 se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él; y, b)

Secundaria.- Que comprende la parte restante del territorio ecuatoriano incluidas las aguas territoriales y espacio aéreo, correspondiente a cada uno de los distritos de aduana, según la distribución que se señale en el Reglamento Orgánico Funcional de la CAE. (LEY ORGANICA DE ADUANAS, CODIFICACION, 2007)

OBLIGACION TRIBUTARIA

Art. 10.- Obligación Tributaria Aduanera.- La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales. (LEY ORGANICA DE ADUANAS, CODIFICACION, 2007)

1.8.5. Marco lógico

Tabla 1: Matriz de marco lógico

| Matriz de Marco Lógico | | | | |
|-------------------------------|--|--|---|---|
| | LÓGICA DE INTERVENCIÓN | INDICADORES | FUENTES | SUPUESTOS |
| OBJETIVO GENERAL | Analizar la viabilidad y factibilidad monetaria de implementar la propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en la ciudad de Guayaquil. | Van, Tir, Payback | Balance Inicial, Estado de Pérdidas y Ganancias | Los resultados de los Indicadores serán atractivos para los posibles inversionistas. |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | Identificar cuál es la demanda y oferta de la idea de negocio mediante una investigación de mercado. | Respuestas obtenidas por las encuestas y entrevistas a profundidad. | Encuestas - Estudio de Mercado | Se determinará el segmento potencial que estaría dispuesto a pagar por un servicio personalizado. |
| | Desarrollar un análisis financiero del proyecto para conocer proyecciones, flujos de efectivo a corto y largo plazo. | Total de inversión en base a los requerimientos del mercado | Proyecciones financieras, costos, punto de equilibrio. | Analizar si es rentable el negocio, considerando la demanda, disponibilidad del cliente y el capital de trabajo apto para la sustentar el negocio los primeros meses. |
| | Diseñar estrategias de marketing y ventas para la comunicación efectiva del servicio a los clientes. | Tipo de publicidad que se realizará en el proyecto, por ejemplo el uso de internet para páginas web, redes sociales o ecommerce. | Nivel de aceptación del servicio por medio de la publicidad usada. | Basados en las preferencias de los posibles clientes, se manejará estrategias que vinculen tanto marketing y ventas del negocio. |
| | Funciones del equipo de trabajo, d | Base de datos de la empresa de las posibles rutas de distribución del servicio. | Cronograma de actividades, según tiempos y lugares de distribución. | Por medio de una planificación se implementará un servicio vinculado con la tecnología |
| | Investigación de mercado efectiva respecto a la demanda y oferta del servicio. | Porcentaje positivo de la aceptación del servicio por medio de encuestas y entrevistas. | Estudio de Mercado | Aceptación del servicio de parte de las empresas que contratarían el servicio. |
| RESULTADOS ESPECÍFICOS | Modelo de negocios viable a mediano y largo plazo. | Proyecciones de ventas y costos. | Plan Financiero | Crear una empresa rentable y viable con el tiempo. |
| | Correcta implementación de estrategias de marketing y ventas para el posicionamiento de la marca. | Marketing Mix, Segmentación del mercado y excelente imagen corporativa. | Plan de Marketing | Posicionamiento de la marca del servicio en el mercado a través de su imagen corporativa. |
| | Buena planificación de logística con tiempos estimados. | Flujograma de procesos. | Plan Operativo | Bridar un servicio eficaz y con tecnología de punta. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

1.9. Formulación de las preguntas de la investigación

- ¿Cuáles son las ventajas para las empresas medianas y pequeñas que manejan agroquímicos adoptar éste tipo de servicios?
- ¿Qué estrategias de marketing, posicionamiento y segmentación son adecuadas?
- ¿Qué tipos de recursos se necesitarán para la implementación de la idea de negocio?
- ¿Cuál debería ser el modelo de negocios que permita la viabilidad y sostenibilidad de la propuesta?

1.10. Cronograma

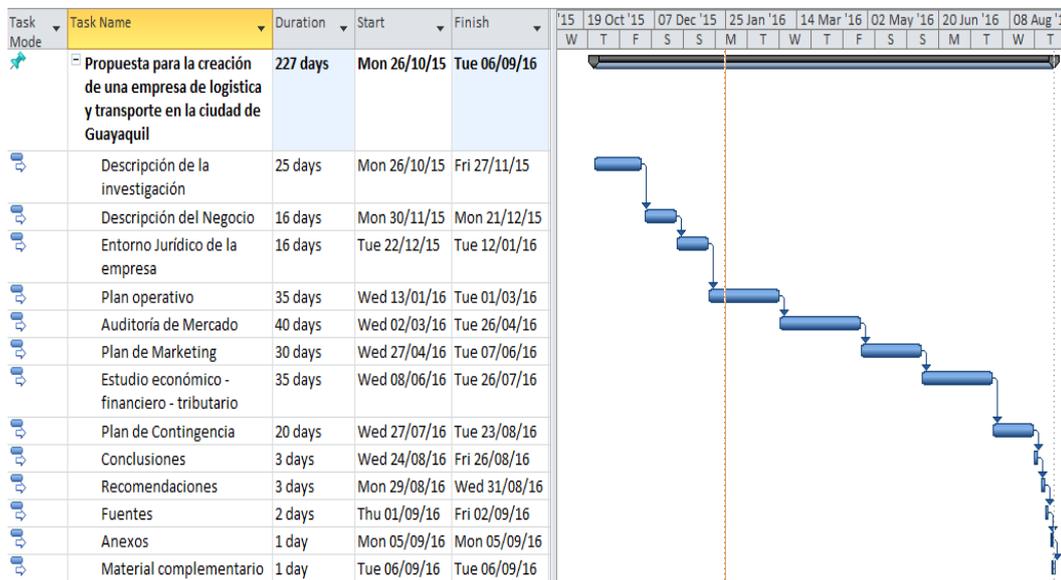


Gráfico 1: Cronograma

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. Descripción del negocio

2.1. Análisis de la oportunidad

En el mercado ecuatoriano existe la necesidad de contratar servicios de logística, almacenamiento y transporte de los productos agroquímicos debido a que en los diez últimos años se ha observado una tendencia positiva en las exportaciones de los productos agrícolas lo que también ha conllevado a un mayor consumo de los insumos agroquímicos. Estas tendencias positivas son consecuencia de las nuevas leyes gubernamentales que han beneficiado a los productores del sector agropecuario, aumentando la productividad nacional y el crecimiento de la actividad económica en el Ecuador. Cabe recordar que esta tendencia positiva del crecimiento de las exportaciones de productos agrícolas y consumo de agroquímicos en el país puede aún aumentar más si se toma en cuenta los últimos acuerdos comerciales firmados con la Unión Europea y China.

Otro punto importante es que en el país hay pocas empresas que ofrecen el servicio de logística, almacenamiento y transporte especializado en la manipulación de los productos agroquímicos, y debido al incremento en el consumo de los mismos, aumenta aún más la necesidad de estos servicios para las compañías que comercializan estos productos.

2.1.1. Descripción de la idea de negocio: Modelo de negocio

La idea de negocio parte de la oportunidad de un mercado que crece, es decir el servicio de logística, almacenamiento y transporte de productos agroquímicos crea un valor agregado al cliente, por lo tanto el cliente percibe los beneficios que tendría al contratarlo de incrementar la competitividad y rentabilidad de la empresa. La disposición del servicio de logística, almacenamiento y transporte se considera un servicio indispensable para las empresas al comercializar y distribuir los agroquímicos, al contratar el servicio la empresa garantiza al cliente eficacia y rapidez, no obstante la empresa adquiere confianza en sí misma y experiencia en solicitar servicios de calidad con tecnología de punta.

El servicio de logística y transporte aportará y garantizará la eficiencia y eficacia de la distribución y almacenamiento del producto y también un excelente servicio al cliente ya sea esté nacional o internacional.

Las empresas que contraten este servicio tendrán beneficios de ahorro en los procesos de distribución del producto mejorando la competitividad y rentabilidad de la misma. El canal de distribución será directo ya que serán desde las bodegas de las empresas de agroquímicos que soliciten el servicio hasta las bodegas de almacenamiento y luego habrá una coordinación logística para enviar estos productos a los puntos de venta o distribución de la misma y para ello se contará con moderna tecnología y talento humano capacitado.

2.2. Misión, visión y valores de la empresa

Misión:

Somos una empresa que ofrece un servicio de logística con excelencia y eficacia enfocada en las empresas que producen, comercializan y distribuyen agroquímicos, integrando normas de seguridad y estándares de calidad para garantizar la confianza en las operaciones logísticas.

Visión:

Ser una empresa líder en operaciones logísticas para el mercado local, conformado un talento humano capacitado, tecnología de punta y por un alto estandar de seguridad y calidad.

Valores:

- Responsabilidad.- Todo el personal involucradas en la empresas deberán actuar con compromiso, cumpliendo con sus funciones o obligacioines para con la empresa.
- Sentido de la urgencia.- Todos deberán trabajar con el sentido de actitud atención, responder urgentemente a solicitudes, pedidos, reclamos y quejas al cliente.
- Disciplina.- Todas las personas deberán trabajar con disciplina, cumpliendo con las normas, reglas, políticas y procedimiento internos vigentes de la empresa, a fin de garantizar la eficiencia y la eficacia de la misma.

- Puntualidad.- Todas las personas involucradas en la empresas deben trabajar mediante este valor, ya que es un factor muy importante para mejorar la eficiencia y la imagen de la organización.
- Compromiso.- Capacitar al personal con todas las políticas de la empresa para alcanzar los estándares de calidad propuestos.
- Equipo de Trabajo.- Estimular al personal el trabajo en equipo para alcanzar los resultados y asegurar el éxito de la empresa.

2.3. Objetivos de la empresa

2.3.1. Objetivo general

Ser una compañía viable y amigable con el medio ambiente, desempeñando las operaciones logísticas y de transporte, cuyo servicio sea indispensable para las empresas del agroquímico de la ciudad de Guayaquil.

2.3.2. Objetivos específicos

- Posicionar la marca como una de las más fuertes en el sector del almacenamiento y transporte de agroquímicos en sus primeros cinco años.
- Obtener una satisfacción del cliente de al menos un 90%, ofreciendo un servicio con un alto estándar de calidad y seguridad durante los cinco años del proyecto.
- Aumentar la cartera de clientes en un 10% cada dos años.
- Tener una la tasa de rentabilidad neta del patrimonio (ROE) de al menos un 20% durante cada año del proyecto.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

3. Entorno jurídico de la empresa

3.1. Aspecto societario de la empresa

3.1.1. Generalidades

La empresa “Logística de químicos Logiquim S.A.” se verá constituida legalmente mediante actas notariadas y escrituras públicas en el cantón Durán como una sociedad anónima, con su respectivo propósito reflejado en el RUC (Registro Único de Contribuyentes) como prestación de servicios de logística (bodegaje y transporte).

La presente compañía constituida tendrá un tiempo de vida de 50 años, en los cuales podrá trabajar libremente presentado diferentes informes y a su vez podrá ser disuelta por incumplimiento de las normas dadas por la ley de compañías. (Ley de compañías, 1999)

3.1.2. Fundación de la empresa

“Logística de químicos Logiquim S.A.” la empresa será registrada en el registro mercantil de la presente ciudad con un capital de \$ 128,780.57 dólares según lo establecido en la ley de compañías (1999) en el artículo 146.

La compañía se verá regida por diferentes normas y leyes las cuales los dueños, fundadores y gerentes se verán en la obligación de hacerlas cumplir.

3.1.3. Capital social, acciones y participaciones

El capital entregado que será de \$ 128,780.57 dólares se dividirán en acciones y participaciones con diferente porcentaje; se presentan diez mil acciones las cuales tendrán un costo de \$12.88 cada una, donde los cuadro socios principales (A, B, C, D) tendrán un 40%, 20%, 20% y 20% respectivamente, entregando facilidades de compra para posibles nuevos socios.

Tabla 2: División de acciones

| DETALLE FINANCIAMIENTO INTERNO | | |
|--------------------------------|----------------------|-----------------|
| Socios | Aportación | % Participación |
| A | \$ 51,512.23 | 40% |
| B | \$ 25,756.11 | 20% |
| C | \$ 25,756.11 | 20% |
| D | \$ 25,756.11 | 20% |
| TOTAL | \$ 128,780.57 | 100% |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

3.2. Políticas de buen gobierno corporativo

3.2.1. Código de ética

La creación de un código de ética es de gran importancia para las empresas, en especial para las empresas de servicios, ya que el talento humano es la principal fuerza de trabajo.

El objetivo del mismo dentro de “Logística de químicos Logiquim S.A.” es para el cumplimiento de normas referente a valores, comportamiento tanto dentro como fuera de la empresa mientras se use el uniforme de trabajo e incluso el uso de instalaciones; el código de ética dará la potestad al personal de recursos humanos a expulsar a cualquier colaborador que las incumpla.

3.3. Propiedad intelectual

3.3.1. Registro de marca

La marca de la compañía será registrada en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) desde los colores hasta los tipos de letra, para proteger la imagen corporativa y evitar plagios de marca o el mal uso de la misma.

3.3.2. Derecho de autor del proyecto

Los derechos de autor nacen automáticamente cuando una persona redacta un documento, libro, revista y/o artículo, siendo automáticamente protegido.

La propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en el cantón Duran se ve protegida por los derechos del autor y con los respectivos permisos de publicación en el repositorio de la UCSG.

3.3.3. Patente y-o modelo de utilidad

El presente inciso no aplica a la propuesta ya que no existe ninguna invención o modelo de utilidad aplicado.

3.4. Presupuesto constitución de la empresa

Tabla 3: Presupuesto de la empresa

| CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA | | |
|-----------------------------------|---------------------|--------------|
| Gastos de Constitución y Permisos | \$ 16,050.00 | 2.49% |
| Consultorías | \$ 3,500.00 | 0.54% |
| Publicidad y Comunicación | \$ 1,500.00 | 0.23% |
| TOTAL | \$ 21,050.00 | 3.27% |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. Auditoría de mercado

4.1. PEST

Factores Políticos

El sector agropecuario ecuatoriano durante estos últimos diez años ha sido beneficiado gracias a las nuevas políticas creadas por el gobierno de turno, estas políticas han creado condiciones favorables que a su vez han permitido a los productores tener un mayor acceso a los insumos agrícolas de calidad para una mejor productividad y financiamiento bancario con bajas tasas de interés para fomentar la inversión en el sector, lo que ha formado un ambiente próspero para el productor ecuatoriano. (Monteros Guerrero, 2015)

Políticas económicas como los acuerdos comerciales que ha firmado Ecuador con la Unión Europea y China, que dinamiza y diversifica las exportaciones de los productos agrícolas a mercados internacionales, el cambio de la matriz productiva que fomenta la productividad nacional, las reformas impositivas tanto tributarias como arancelarias que cumplen funciones como el incremento de los precios de los productos importados para proteger la producción nacional y rebajas en los precios de los insumos agrícolas que posibilitan menores costos de producción, como también las políticas agrarias que fomentan, desarrollan y protegen al sector agrario del Ecuador.

Factores Económicos.

Durante los últimos años, en Ecuador se ha observado un crecimiento en la producción nacional del sector agropecuario, llegando a contribuir un 9% en la economía nacional. (Monteros Guerrero, 2015)

Este crecimiento ha sido gracias al dinamismo de los mercados internacionales y una mayor productividad en la producción nacional.

Producto Interno bruto. (PIB)

El incremento del PIB agropecuario es consecuencia del crecimiento de las exportaciones de los productos agrícolas como son el banano, café, cacao, flores entre otros, que han tenido un incremento en la producción nacional de 4% y una mejora en la productividad de un 6% aproximadamente.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, Ecuador incremento su PIB agropecuario desde el año 2002 hasta el 2014 en un 4%. En 12 años, se pasó de una tasa del 4%, hasta un incremento en el 2014 de un 9%. (Monteros Guerrero, 2015)

Fig. 1: Evolución del PIB Agropecuario (Precios constantes)

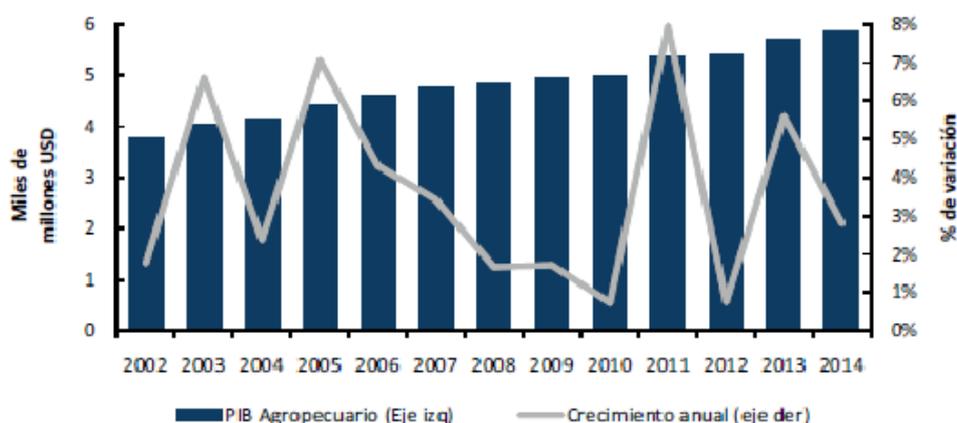


Gráfico 2: Evolución del PIB Agropecuario (Precios constantes)

Elaborado por: El autor

Fuente: Banco Central del Ecuador (cifras provisionales)

La evolución del producto interno bruto agropecuario del Ecuador favorece positivamente al proyecto porque al haber un crecimiento en las exportaciones de productos como el banano, cacao, maíz, flores entre otros, aumenta la importación de insumos necesarios para la producción como son las semillas, fertilizantes y agroquímicos.

Desempleo

La tasa de desempleo del Ecuador en los periodos del 2010 al 2015 ha sido una de las más bajas de la región, llegando a tener un promedio de un 5%. Pero el 2016 por los problemas económicos presentados con la baja del precio

del petróleo y la apreciación del dólar que golpeó fuertemente la economía ecuatoriana tuvo un aumento de un 7% en promedio aproximadamente.

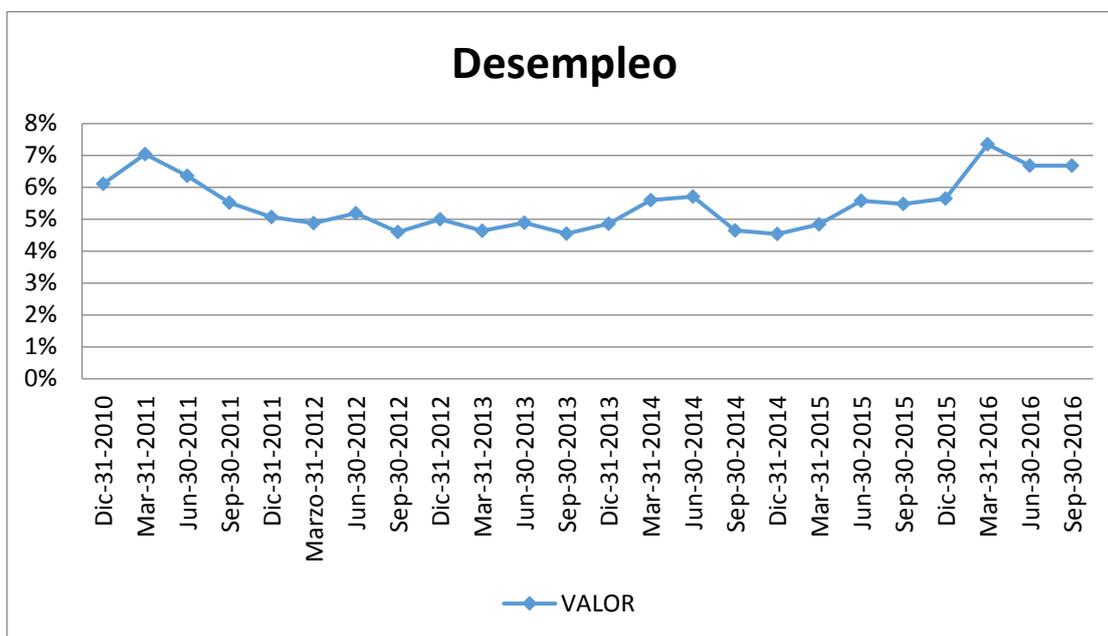


Gráfico 3: Tasa de desempleo

Elaborado por: El autor

Fuente: Banco Central del Ecuador

Las alta tasa de desempleo que se presentó en el 2016 afectó considerablemente a la economía del país, pero con la implementación de este proyecto y otros negocios que se enfocan a la exportación no petrolera podrán ayudar a crear fuentes de trabajo y en algo a mitigar el decrecimiento económico que vive el Ecuador en la actualidad.

Tasa de Interés Activa Efectiva

Esta tasa de interés es referencial del segmento productivo corporativo, es la tasa que cobran los bancos por préstamos de capital que van destinados a la inversión del país. En el grafico se observa que entre el periodo de enero del 2015 y noviembre del 2016 la tasa se ha mantenido en un promedio de 8.5% aproximadamente.

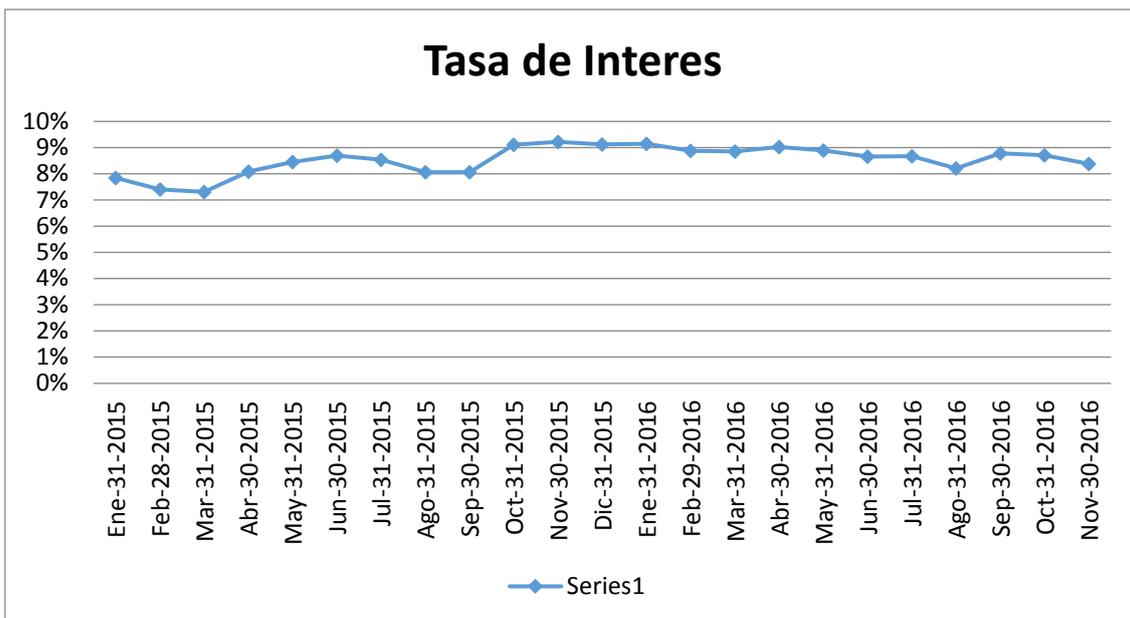


Gráfico 4: Tasa de interés

Elaborado por: El autor

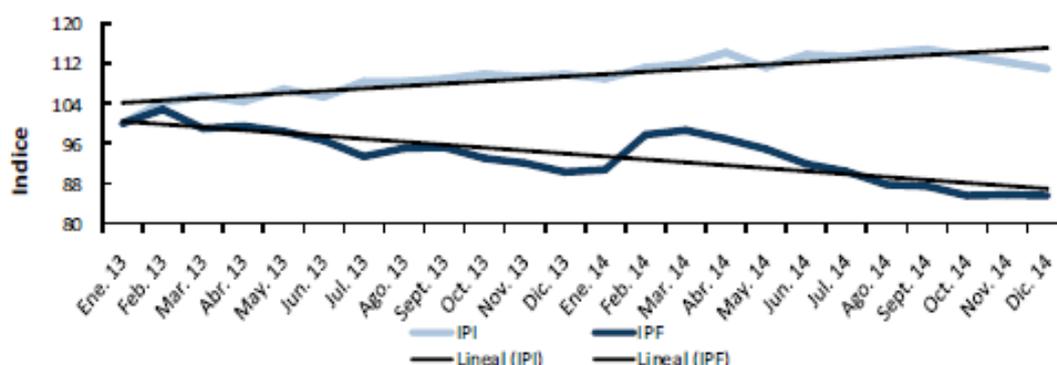
Fuente: Banco Central del Ecuador

La tasa de interés es un indicador importante para este proyecto porque la inversión es alta y se necesitará fuentes de financiamiento para su implementación, por lo que una tasa de interés baja es fundamental para que el proyecto sea rentable.

Insumos Agropecuarios

En cuanto al consumo de insumos agrícolas se ha observado que las importaciones como son las semillas, fertilizantes y agroquímicos ha tenido un crecimiento de un 7.4% en los últimos catorce años, haciendo que estos insumos sean más accesibles para el productor. Es importante considerar que los precios de las semillas y fertilizantes son menos costosos que el de los agroquímicos.

Fig. 11: Índice de Precios de Insumos Agropecuarios Nacional (Año base enero 2013)



Fuente: INEC/ESPAC

Gráfico 5: Insumos agropecuarios

Elaborado por: El autor

Fuente: INEC/ESPAC

Este índice de precios de insumos agropecuarios es un indicador muy favorable para el proyecto porque se observa con los índices de precios de los agroquímicos cada vez suben de precio, por lo que el proyecto tendría cada año más rentabilidad.

Factores Sociales

La tendencia positiva de crecimiento del PIB agrícola en el Ecuador ha ayudado mucho en la parte social porque dinamiza la economía nacional ya que se incrementa las plazas de trabajo tanto directas como indirectas y esto se transmite en bienestar para todos los ecuatorianos.

Hay que reconocer que muchas de las mejoras en el sector agrícola es gracias al apoyo del gobierno de turno que ha ayudado inmensamente a los productores con subsidios, financiamiento, capacitaciones y seguridad que crean un ambiente próspero para la producción. Como por ejemplo el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) ha subsidiado kits de alto rendimiento que están conformados con semillas, fertilizantes y agroquímicos para una mejor productividad. También ha fomentado financiamiento con el

préstamo con bajas tasas de interés, creado programas de capacitación con las instituciones gubernamentales para un mejor uso de los productos y mejorado el sistema de seguridad social para los productores y campesinos del país.

Factores Tecnológicos

La tecnología en general ha ayudado enormemente al sector agrícola como los avances de la tecnología genética y la biotecnología que cada vez mejoran productos agroquímicos dándole mayores rendimiento por hectárea lo que hace abaratar costos de los productos y tener mejores rentabilidades.

De igual manera los cambios tecnológicos han ayudado inmensamente al sector de logística y transporte a ofrecer mejores servicios y con costo más bajos. Como por ejemplo la creación de GPS que ayudan mucho al control, seguridad y rapidez de la distribución, al control y seguridad porque en la actualidad con estos aparatos se puede rastrear en tiempo real donde está la mercadería y con la rapidez en la distribución porque se hace más fácil buscar la ubicación del cliente.

La creación de software ha ayudado mucho en la administración gerencial, de recursos de la empresa y controles de inventarios ya que el software, aparte de abaratar costos son más transparentes seguros y confiables.

4.2. Atractividad de la industria

En la actualidad el sector de la logística y transporte es muy atractivo porque en los últimos años la oferta de los servicios de logística y transporte se ha desarrollado progresivamente ya que a medida que ha crecido la producción nacional, ha aumentado la demanda de estos servicios. Esto se debe a que cada vez se requieren más servicios de logística y transporte para la movilización tanto de la producción nacional como del comercio exterior en las importaciones y exportaciones.

Otro punto que hace atractiva a la industria es que: “El desarrollo del sector de transporte y logística es considerado prioritario por el Gobierno Nacional como condición necesaria para el cambio de la matriz productiva. Los servicios de transporte y logística afectan de forma transversal a muchos de los

sectores de la economía y son un componente básico para la competitividad sistémica”. (Pro Ecuador, 2016)

El gobierno de turno tiene proyectos de inversión para seguir mejorando la producción nacional como son: “ampliación y concesión del Puerto de Aguas Profundas de Manta, construcción del Puerto de Aguas Profundas del Golfo de Guayaquil, concesión y operación de Aeropuerto Internacional de Manta, Zona Especial de Desarrollo Económico (ZEDE) Petroquímica y Logística de Manta, Puertos Fluviales en la cuenca Amazónica, Metro de Quito, construcción de red ferroviaria entre Guayaquil y Quito, Zonas Logísticas y Puerto Seco en Latacunga y Santo Domingo, construcción de Astillero del Pacífico, Zonas Logísticas de Frontera, etc. El Plan Estratégico de Movilidad plantea una inversión anual del 4% del PIB en los siguientes 25 años (US\$ 118 miles de millones hasta el año 2037).” (Pro Ecuador, 2016)

Todo esto hace que el sector de logística y transporte sea atractivo porque con el desarrollo de los nuevos proyectos que el gobierno tiene planificado construir existirán muchas más oportunidades de inversión generando un dinamismo positivo en la economía nacional.

4.3. Análisis del ciclo de vida de la industria

En el Ecuador, el mercado de la logística y transporte se encuentra en una etapa de crecimiento, ya que con el crecimiento de la economía ecuatoriana se ha observado un incremento en la demanda de los servicios de logística y transporte. Se espera que esta tendencia continúe creciendo.

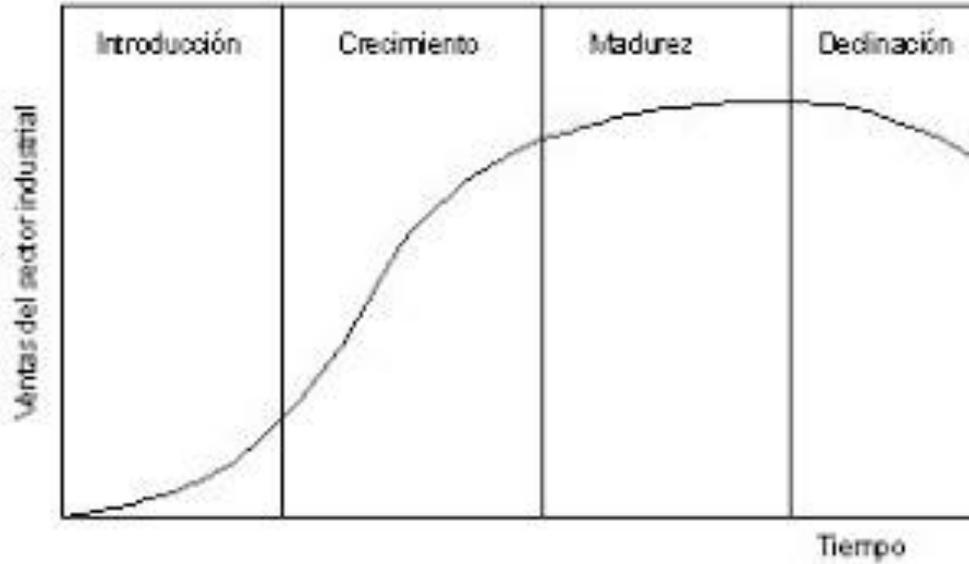


Gráfico 6: Ciclo de vida de la industria

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Cabe recalcar que el mercado de logística y transporte para productos especializados como son los agroquímicos o químicos en general está recién en una etapa de introducción, ya que en el Ecuador existen pocas empresas que brinden este servicio.

4.4. Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter



Gráfico 7: Cinco fuerzas competitivas de Porter

Elaborado por: Michael Porter

Fuente: Investigación personal

Amenazas de nuevos competidores

Las barreras de entrada en este sector son altas, el alto costo de las unidades de transporte hace que se requieran grandes capitales para operar. Esta fuerza tiene un impacto medio, ya que si bien existe una gran cantidad de empresas que ofrecen los servicios de logística y transporte, estas no están especializadas al almacenamiento y distribución de productos agroquímicos.

Amenazas de productos sustitutos

Esta fuerza tiene un impacto medio; puesto que en el mercado hay muchas empresas que ofrecen el servicio de logística y transporte de manera informal y con poca especialización.

Poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza tiene un impacto bajo porque existen mucha oferta de los insumos, productos o recursos necesarios para las operaciones del negocio. Lo cual brinda la posibilidad de tener el poder de elección.

Poder de negociación de los compradores

El poder negociación de los clientes es medio; el servicio que se ofrece actualmente es poco diferenciado y especializado. La tendencia es ir a una mayor especialización en la manipulación de productos especiales. Estará a la decisión del cliente poder contratar servicios especializados.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores es baja, debido a que las nuevas empresas que ingresan al mercado tendrán que competir con compañías ya posicionadas en el mercado. Adicionalmente es un mercado en crecimiento por lo que la principal preocupación de las empresas del sector es captar nuevos clientes antes que quitar clientes a los competidores.

Conclusión:

El sector de almacenamiento y transportación de productos agroquímicos es muy atractivo porque está dentro de un mercado en crecimiento, las barreras de ingreso a los nuevos competidores son altas porque para la implementación de uno de estos negocios se necesita un alto nivel de inversión o financiamiento, el poder de negociación de los proveedores es bajo porque en el mercado actual se encuentran un número alto de empresas que ofrecen los mismos productos utilizados para realizar las actividades operativas del proyecto, el poder de negociación de los clientes y la rivalidad entre competidores son bajas porque precisamente porque el mercado está en crecimiento y por último la amenaza de productos sustitutos que en este caso serían empresas de almacenamiento y transporte no especializadas en baja porque las leyes ecuatorianas obligan a que todas empresa dedicadas a la manipulación de productos químicos deberá obtener certificaciones y permisos otorgados por entidades correspondientes.

4.5. Análisis de la oferta

4.5.1. Tipo de competencia

Competencia directa: Son empresas que ofrecen servicios de logística o transporte especializadas en el manejo de químicos y agroquímicos a nivel nacional. En este caso podemos identificar algunas empresas como son Quifatex, Cripada, Tevcol y Trancontainer.

Quifatex y Cripada es una empresa que ofrece servicio de logística y almacenaje, esta no cuenta con unidades propias para transporta los productos, Trancontainer por lo contrario ofrece servicios de transporte y Tevcol es una empresa que ofrece ambos servicios, todas estas empresas están especializadas en la manipulación de sustancias peligrosas.

Competencia Indirecta: Son empresas que ofrecen servicios de logística y transporte pero no son especializadas en el manejo de productos químicos y agroquímicos. Estas empresas pueden satisfacer la misma necesidad pero se corren altos riesgos en el almacenamiento y transportación de los productos.

4.5.2. Marketshare: mercado real y mercado potencial

El mercado potencial son todas las empresas que comercializan productos químicos y agroquímicos dentro del territorio ecuatoriano.

El mercado real son todas las empresas que comercializan productos agroquímicos y que necesiten los servicios de logística y de transporte dentro del territorio ecuatoriano que es un 35% aproximadamente del total de mercado.

4.5.3. Características de los competidores

Tabla 4: Principales competidores

| Característica Compradores | Antigüedad | Ubicación | Productos Principales | Línea de Precios |
|-----------------------------------|-------------------|---|------------------------------|-------------------------|
| Quifatex | 37 años | Av. Galo Plaza 10640 Y Manuel Zambrano Quito, Ecuador | Almacenaje | Medio - Alto |
| Cripada | 30 años | De Los Arupos E1-100 Y Panamericana Norte. | Almacenaje | Medio - Alto |
| Trancontainer | 20 años | Mapasingue Oeste, Av 6ta Solar 710 | Transporte | Medio - Alto |
| Tevcol | 50 años | Av. De la Prensa 3558 y Carlos V | Transporte | Alto |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

4.5.4. Benchmarking

El competidor más representativo de la empresa Logiquim S.A. se llama Quifatex. La estrategia que utiliza esta compañía es la de diferenciación, ya que ofrece un servicio de calidad con una excelente atención al cliente. También cuenta con instalaciones de primera, muy seguras, con tecnología de punta y certificaciones que abalan la calidad del servicio. Pero Quifatex ofrece el servicio de logística y transporte a una variedad de empresas que producen diferentes productos. Como contra estrategia Logiquim S.A. se enfocará en la especialización de producto, esta se especializará en el almacenamiento y transporte de productos agroquímicos.

4.6. Análisis de la demanda

4.6.1. Segmentación de mercado

En la segmentación de mercado se trata de dividir o fraccionar todo el mercado de logística y transporte en grupos más pequeños para después conocer de mejor manera las necesidades de cada segmento y luego definir el segmento del mercado objetivo.

4.6.2. Criterio de segmentación

Los criterios segmentación que se escogio para dividir el mercado son los siguientes:

Geográfico: Empresas ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

Demográfico: Empresas comercializadoras y distribuidoras de productos químicos.

Pictográfico: Empresas interesadas en utilizar un servicio especializado

Uso del Producto: Empresas que necesiten con mucha frecuencia el servicio.

4.6.3. Selección de segmentos

Tomando en cuenta los criterios de segmentación mencionados en el ítem anterior se ha seleccionado el siguiente segmento de mercado: Empresas ubicadas en la ciudad de Guayaquil que comercialicen y distribuyan productos agroquímicos que estén interesados en utilizar un servicio especializado.

4.6.4. Perfiles de los segmentos

Es importante indicar que en el Ecuador encontramos 392 empresas que se dedican a la comercialización de agroquímicos. A continuación se describen los perfiles de los clientes potenciales de este segmento:

- Empresas que comercialicen productos químicos.
- Empresas que necesiten espacio físico para almacenar productos químicos.
- Empresas que necesiten servicios de transporte con identificación para productos químicos.
- Empresas que busquen seguridad en los servicios de logística y transporte.
- Empresas que sean auditadas nacional e internacionalmente.

4.7. Matriz FODA

Tabla 5: Matriz FODA

| | | |
|---|---|---|
| | <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación del servicio. • Excelente ubicación geográfica. • Conocimiento del mercado. • Precio de venta competitivo. | <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de Eexperiencia en las actividades operativas. • Falta de capital para invertir. • Empresa nueva en el mercado. |
| <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia alta de crecimiento de mercado. • Apertura de nuevos mercados internacionales. • Baja competencia en el mercado • Fuentes de financiamiento. | <p>Estrategias FO Desarrollar una estrategia de ventas que enfatice los beneficios de la empresa y fortalezca el posicionamiento en el mercado.</p> | <p>Estrategias DO Implementar un modelo de negocios para buscar financiamiento y experiencia externa y crecer en el mercado.</p> |
| <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos empresas entrantes al mercado. • Crisis en la economía local y/o mundial. • Inestabilidad política. • Nuevas leyes. | <p>Estrategias FA Crear un sistema de mejoramiento continuo para ofrecer siempre un servicio de calidad.</p> | <p>Estrategias DA Implementar un modelo de negocios para buscar financiamiento y experiencia externa y posicionar la marcar rápidamente.</p> |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

4.8. Investigación de mercado

4.8.1. Método

La metodología que se utilizará para la investigación de mercado será mixta ya que se combinarán métodos cualitativos y cuantitativos. Este método ofrece muchas ventajas entre las principales están:

- Mejor perspectiva del problema, ya que utilizando ambos métodos se tendrá mayor conocimiento de las necesidades insatisfechas de las empresas que comercializan agroquímicos en la actualidad.
- Obtener mayor información, porque al utilizar ambos métodos se lograrán conseguir datos más variados y de distintos tipos de fuentes.

- Mejor análisis, puesto que con utilización de estos dos métodos se obtendrá una mejor comprensión del objeto de estudio.

El diseño que se ha escogido para la investigación es el DEXPLOS (Diseño Exploratorio Secuencial). “Este modelo consta de dos fases, en la primera se recolectan y analizan datos cualitativos y en la segunda se recolectan y analizan datos cuantitativos para justificar los datos recogidos en la primera fase. Al final se realiza una interpretación del análisis completo y se consiguen las conclusiones.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

4.8.2. Diseño de la investigación

4.8.2.1. Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar si la empresa de logística y transporte Logiquim S.A. es atractiva para las compañías que se dedican a la comercialización de agroquímicos.

Objetivos Específicos

- Conocer cuáles son las características y requerimientos que necesita una empresa para poder ofrecer el servicio de logística y transporte.
- Saber cuáles son las necesidades insatisfechas de las empresas que se dedican a la comercialización de agroquímicos.
- Conocer si los clientes potenciales estarían dispuestos a adquirir un servicio especializado.
- Identificar los factores claves para ofrecer un servicio de logística y transporte de calidad.

4.8.2.2. Tamaño de la muestra

Por la complejidad del negocio que es el servicio de logística y transporte de agroquímicos se tendrá que buscar y localizar empresas que necesiten de este servicio. Luego se procederá a conseguir entrevistas con las personas responsables de la contratación de los servicios de logística y transporte. De estas entrevistas se podrá recopilar información cualitativa y cuantitativa para después analizarla y obtener conclusiones de la investigación.

El cálculo se realizará con la fórmula de la muestra de poblaciones finitas porque se conoce que en Ecuador existen 392 empresas que comercializarían y distribuyen productos agroquímicos.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

N = Total de la población

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.50)

q = 1 – p (en este caso 1-0.50 = 0.50)

d = precisión (en su investigación use un 5%).

Efectuando el cálculo de la muestra de población finita se obtiene que el resultado un tamaño de muestra aproximado de 195 encuestas a realizar.

4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

Las técnicas que se utilizarán en esta propuesta serán entrevistas y encuestas a empresas que comercializan y distribuyen productos agroquímicos.

4.8.2.3.1. Exploratoria

Para realizar la técnica exploratoria se entrevistará al personal responsable en el área de logística y transporte de las empresas que comercializan y distribuyen agroquímicos a nivel nacional. Los modelos de entrevistas se encontrarán en el capítulo 12 como **Anexo 1** y **Anexo 2**.

4.8.2.3.2. Concluyente

Como herramienta para la técnica de recolección de datos concluyentes se escogió la encuesta. Se realizarán encuestas a cada persona que se entreviste en las empresas. El modelo de la encuesta se encuentra en el **Anexo 3**.

4.8.2.4. Análisis de datos

La información obtenida con la entrevista al experto proporcionó una descripción general del panorama del sector de logística y transporte de

agroquímicos. Las entrevistas y encuestas realizadas a clientes potenciales de logística y transporte de agroquímicos proporcionaron información muy importante acerca del giro del mercado desde su punto de vista y lo que ellos considerarían más importante al momento de decidirse por contratar los servicios de un operador logístico.

4.8.2.5. Resumen e interpretación de resultados

Exploratoria

Entrevista a un Experto

Nombre: Ing. Jorge Orozco.

Cargo: Gerente Nacional de logística y transporte de la empresa QUIFATEX.

Información Obtenida:

Se entrevistó al Ing. Jorge Orozco con el fin de obtener una visión general del panorama del sector de logística y transporte y a su vez conocer información importante sobre el giro del negocio como por ejemplo cuales son los factores para el éxito para un operador logístico o datos relevantes en los procesos operacionales del negocio, entre otros datos de interés.

¿Cómo ve el panorama de la logística y transporte en el mercado ecuatoriano?

El Ing. Orozco sostiene que el sector de logística y transporte es un negocio muy rentable y tiene mucho espacio para crecer. Porque en la actualidad el país tiene mejores infraestructuras como son puertos, aeropuertos y carreteras lo que hace que el panorama sea positivo para su crecimiento. Toda esta mejoras en infraestructuras hace que se produzca un crecimiento en el comercio nacional e internacional, refiere a esto a las importaciones y exportaciones en el país.

El Ing. Orozco cree que la estrategia de sustitución de importaciones que tiene el país ha beneficiado a algunos sectores del país. Como por ejemplo a los productores agrícolas que ahora tienen más probabilidades de vender sus productos en el mercado interno y externo. Lo que crea un dinamismo en el

sector de logística y transporte, se incrementa las importaciones y exportaciones en el país.

¿Cuáles son los factores claves de éxito para una empresa de logística y transporte?

El Ing. Orozco afirma que los factores claves que necesita una operadora logística para llegar al éxito son dos: la calidad y la seguridad de su servicio. La calidad se traduce al manejo eficiente de todos los recursos de la empresa ya que el objetivo principal de una operadora logística es la optimización de recursos. La seguridad de servicio, ya que esto da confianza al cliente de adquirir los servicios, incrementado los niveles de satisfacción y lealtad

¿Cuáles son los principales problemas con los que se encuentra una empresa al momento de iniciar las operaciones?

El Ing. Orozco dijo que los principales problemas que se encuentran al momento de iniciar las operaciones son la coordinación de las actividades de logística y transporte. Como por ejemplo, dentro de una bodega siempre se presentarán los problemas de ubicación de mercadería y búsqueda de los productos lo que ralentizarán los despachos de mercadería provocando costos de tiempo. Pero esto tiene una etapa de adaptación que terminará cuando todo el personal conozca y recuerde todas sus actividades, lo que hará que el proceso sea más ágil y de mejor calidad.

Como reflexión el Ing. Orozco indicó la razón de ser de una operadora logística es ofrecer un servicio de calidad y seguridad a sus clientes al momento de almacenar y distribuir sus productos. Ya que el objetivo fundamental es la optimización de recursos en toda la cadena de distribución.

Entrevista a clientes potenciales

Para realizar las entrevistas a los clientes potenciales se seleccionaron a cinco empresas que son comercializadoras y distribuidoras de agroquímicos

(Adama, Del Monte, Bayer, Basf y Fertisa) del total que se encuentran en el mercado, cabe recalcar que la participación del mercado de estas cinco empresas es de un 37% aproximadamente. La información obtenida fue la siguiente:

Bayer

Se solicitó una entrevista a esta empresa ya que es una de las más fuertes en el mercado, la participación en la importación de agroquímicos es de un 9% aproximadamente. La persona que nos atendió fue el gerente de logística y se realizó preguntas como:

¿Qué actividad económica desarrolla su empresa?

Bayer es una de las empresas más grandes del mundo, líder a nivel mundial en la producción de químicos farmacéuticos y agroquímicos. Su matriz está ubicada en Alemania y tiene presencia de su actividad económica en los cinco continentes del mundo.

¿Cómo ve el panorama de los agroquímicos en el Ecuador?

En Ecuador durante los últimos años el consumo de los agroquímicos se ha incrementado mejorando el nivel de ventas y parece ser que mejorará por los acuerdos económicos que se están firmando. El 2016 si bien fue un año difícil para ciertos sectores de país, para nuestro sector que es el agropecuario, el impacto de la crisis fue bajo.

¿Cuáles son los productos que comercializan y distribuyen?

Los principales productos que se comercializan y distribuyen son fungicidas, herbicidas, insecticidas y nematocidas.

¿Cuál es la clasificación de su empresa?

Escogió grande porque Bayer es una empresa multinacional.

¿Sabe usted cuál es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?

Sumamente importante, estas empresas son consideradas como alianzas estratégicas porque ante nuestros clientes son la imagen de la empresa.

¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?

Nosotros necesitamos tanto el servicio de almacenamiento como el transporte para distribuir nuestros productos

En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

Se subcontrata ambos servicios.

¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte)?

En la actualidad trabajamos con un operador logísticos pero estamos dispuestos a escuchar mejores propuestas y que cumplan con nuestros estándares.

¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística? ¿Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

Todos son importantes pero sin duda el punto de que cumpla con las normativas legales para la transportación de productos agroquímicos es fundamental para poder ser proveedor nuestro.

Adama

Se solicitó una entrevista a esta empresa ya que en el Ecuador es la tercera compañía con más ventas, ocupa una participación de 9.5% de la importación de agroquímicos. La persona que nos atendió fue el jefe de logística y se le hizo las siguientes preguntas:

¿Qué actividad económica desarrolla su empresa?

Adama es la séptima compañía más grande en producción y comercialización de agroquímicos a nivel mundial, tiene ventas por más de 3 billones dólares. Su matriz está ubicada en China y está presente en los continentes de Europa, América y Asia.

¿Cómo ve el panorama de los agroquímicos en el Ecuador?

Adama en Ecuador se fusionó con Proficol y desde esa unión la presencia de esta empresa ha venido creciendo año tras año llegando a ocupar el tercer puesto de ventas.

¿Cuáles son los productos que comercializan y distribuyen?

Los principales productos que se comercializan son los insecticidas, acaricidas, fungicidas, y herbicidas.

¿Cuál es la clasificación de su empresa?

Adama es una empresa multinacional, tiene más de 4500 empleados a nivel mundial, con un nivel de ventas de 3 billones aproximadamente.

¿Sabe usted cuál es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?

Las actividades logísticas son de suma importancia dentro de una empresa, ya que uno de los costos más altos son el almacenaje y transporte. Y siempre hay que tratar de reducir ese costo sin perder la calidad del servicio.

¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?

Nosotros utilizamos tanto el almacenamiento como el transporte para distribuir nuestros productos

En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

Las dos se subcontratan.

¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte)?

En la actualidad nosotros trabajamos con una empresa que nos ofrece los servicios de almacenamiento y tres empresas que nos dan el servicio de transporte.

¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística? ¿Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

La calidad del servicio al cliente y el precio.

BASF

Se pidió una entrevista a esta empresa ya que en el Ecuador es la tercera compañía con más ventas, ocupa una participación de 8.5% de la importación de agroquímicos. La persona que nos atendió fue el Asistente de logística y se le hizo las siguientes preguntas:

¿Cuál actividad económica desarrolla su empresa?

Basf es la compañía líder a nivel mundial de productos químicos, ofrece productos químicos, plásticos y productos para protección a los cultivos. Basf se caracteriza por ofrecer productos de alto rendimiento o gama alta.

¿Cómo ve el panorama de los agroquímicos en el Ecuador?

Basf en Ecuador tiene diferentes líneas de productos entre esas está la línea de agroquímicos que en la actualidad no es su fortaleza pero se está trabajando para ganar participación en el mercado ecuatoriano.

¿Cuáles son los productos que comercializan y distribuyen?

Los principales productos que se comercializan son los insecticidas, acaricidas, fungicidas, y herbicidas.

¿Cuál es la clasificación de su empresa?

Basf es una empresa multinacional, tiene más de 112.000 colaboradores a nivel mundial y tiene un nivel de ventas de 70.000 millones de euros aproximadamente.

¿Sabe usted cuál es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?

Las actividades logísticas son fundamentales para la operación de la empresa y más aún si cuenta con todos sus permisos ambientales ya que Basf se caracteriza por su alto estándar de responsabilidad ambiental.

¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?

La empresa necesita servicios de almacenamiento de mercancías y servicios de transporte de las mismas.

En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

Actualmente tanto el servicio de almacenamiento como el de transporte se subcontratan.

¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte)?

Si una operadora logística ofrece un servicio seguro y de alta calidad estamos dispuestos a contratarla.

¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística? ¿Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

La calidad del servicio al cliente y el precio.

Del Monte

Se requirió una entrevista a esta empresa ya que esta se encuentra entre una de las principales en venta y comercialización de agroquímicos

dentro de Ecuador, ocupa una participación de 4.2% de la importación de agroquímicos. La persona que nos atendió fue el Jefe de logística y se le hizo las siguientes preguntas:

¿Cuál actividad económica desarrolla su empresa?

Del Monte es una empresa que se dedica a comercializar insumos agrícolas dentro del país, tiene más de 25 años en el mercado y cuentas con instalaciones en diferentes partes del Ecuador.

¿Cómo ve el panorama de los agroquímicos en el Ecuador?

Del Monte es una empresa ecuatoriana, tiene líneas tres líneas de productos que son agroquímicos, banano y fertilizantes. En la línea de agroquímicos busca incrementar la participación de mercado. Ya que es una empresa joven y tiene que pelear con las empresas grandes del mercado.

¿Cuáles son los productos que comercializan y distribuyen?

Los principales productos que se comercializan son los insecticidas, acaricidas, fungicidas, y herbicidas.

¿Cuál es la clasificación de su empresa?

Del Monte es una empresa mediana, tiene más de 100 trabajadores a nivel nacional.

¿Sabes usted cual es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?

Son de suma importancia las actividades logísticas por que ahorran costos y mejorar la rentabilidad de la empresa.

¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?

El almacenaje y transporte, nosotros utilizamos tanto el almacenamiento como el transporte para distribuir nuestros productos

En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

Nosotros tenemos bodegas propias y esta ubicadas en Durán, solo tercerizaamos el transporte.

¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte)?

Si, en el caso de que una operadora logística nos ofrezca un servicio de calidad y a un bajo costo.

¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística? ¿Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

La calidad del servicio al cliente y el precio.

Fertisa

Se solicitó una entrevista a esta empresa ya que esta se encuentra entre una de las principales que comercializan los productos agroquímicos dentro de Ecuador, ocupa una participación de 4.8% de la importación de agroquímicos. La persona que nos atendió fue el Jefe de logística y se le hizo las siguientes preguntas:

¿Qué actividad económica desarrolla su empresa?

Fertisa es una empresa que comercializa fertilizantes y agroquímicos a nivel nacional, tiene más de 50 años dentro del país. Para su distribución y comercialización de sus productos tiene una red de puntos de venta en diferentes partes del Ecuador.

¿Cómo ve el panorama de los agroquímicos en el Ecuador?

En Ecuador las importaciones de insumos agrícolas se han incrementado considerablemente los últimos años gracias a las reducciones arancelarias en estos rubros, por lo que los productos se hacen más accesible al consumidor final que es el productor.

¿Cuáles son los productos que comercializan y distribuyen?

Los principales productos que se comercializan son los fertilizantes, insecticidas, acaricidas, fungicidas, y herbicidas.

¿Cuál es la clasificación de su empresa?

Fertisa es una empresa grande, con más de 200 trabajadores a nivel nacional.

¿Sabe usted cuál es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?

Son sumamente importantes.

¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?

Contamos con bodegas propias dentro de nuestro puerto donde almacenamos nuestros productos.

En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

Contratamos los servicios de transporte para realizar la distribución a nuestros puntos de venta.

¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte)?

Si pero en caso de necesitar bodegas temporales,

¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística? ¿Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

La calidad del servicio al cliente y el precio.

Concluyente

A continuación se mostrarán los resultados que se obtuvieron por cada pregunta de la encuesta:

¿Cuál es la clasificación de su empresa?

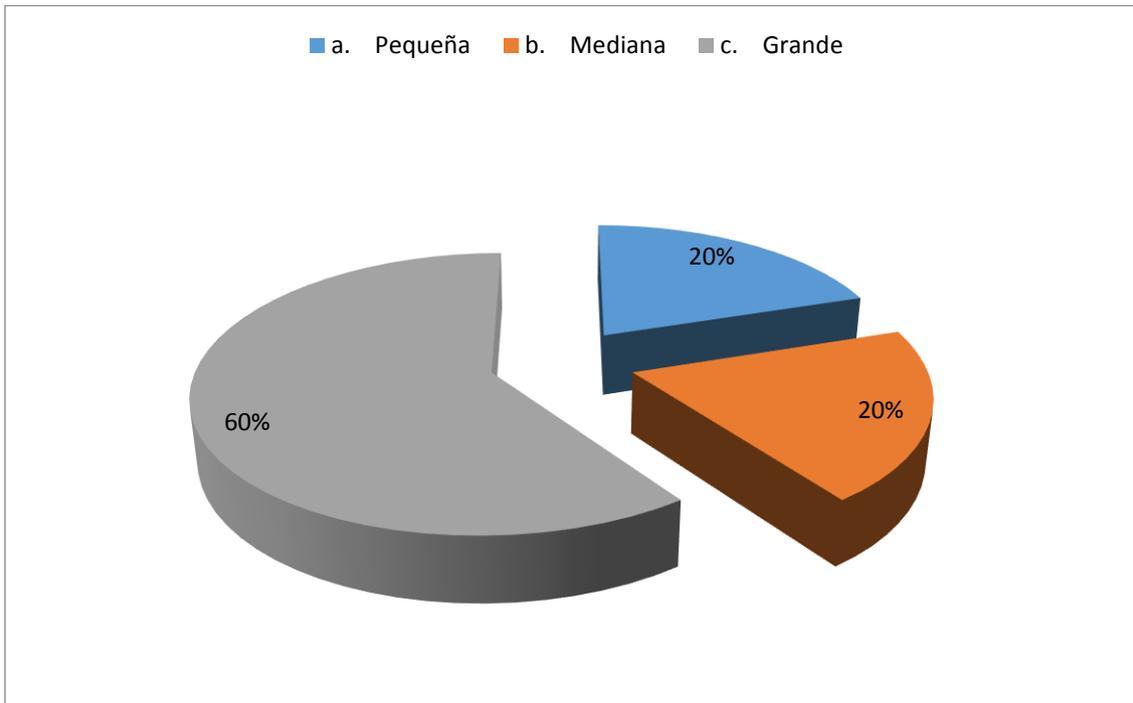


Gráfico 8: Clasificación de la empresa

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Conclusión: Se observa que existe mayor participación de empresas grandes para la comercialización de agroquímicos, por lo que LOGIQUIM S.A. buscará direccionar su trabajo y los servicios que ofrezca a esta clase de empresas grandes.

¿Sabes usted cuál es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?

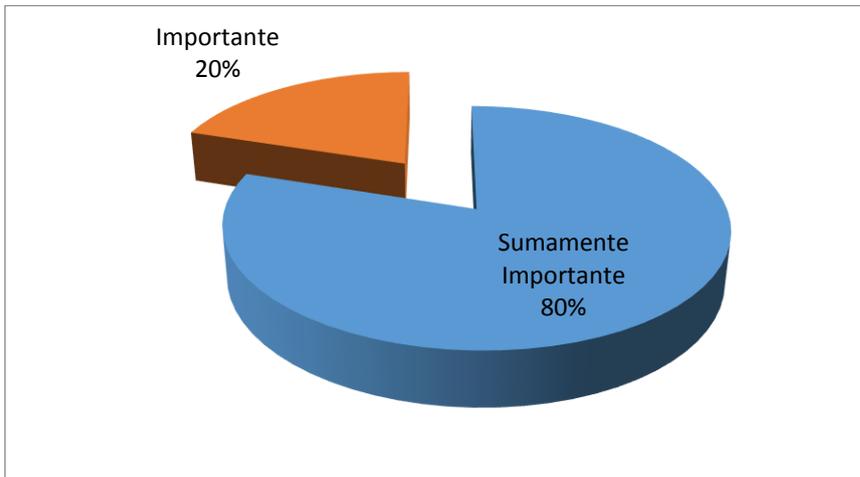


Gráfico 9: Importancia de la cadena de suministros

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Conclusión: Como se aprecia en la gráfico, el 80% de las empresas tienen claro que las actividades logísticas son un factor indispensable para el crecimiento de sus empresas; por lo que LOGIQUIM S.A. ofrecerá soluciones más eficientes las necesidades logísticas para mejorar las utilidades de los clientes.

¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?

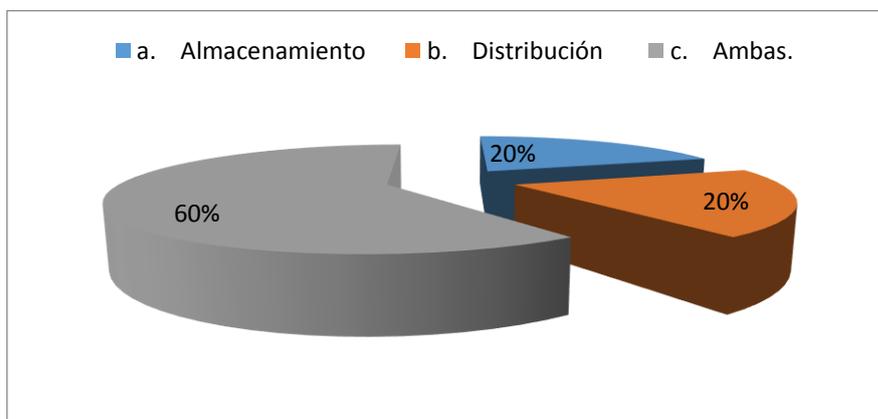


Gráfico 10: Principales problemas logísticos

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Conclusión: Del total de las empresas encuestadas el 60% tiene problemas en ambas áreas (almacenamiento y distribución) de sus productos dentro de las mismas, por lo que LOGIQUIM S.A. Busca ofrecer alternativas accesibles y de calidad, que lleven a eliminar estos problemas logísticos que se presentan actualmente y los costos extras en los que estos incurrir.

En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?

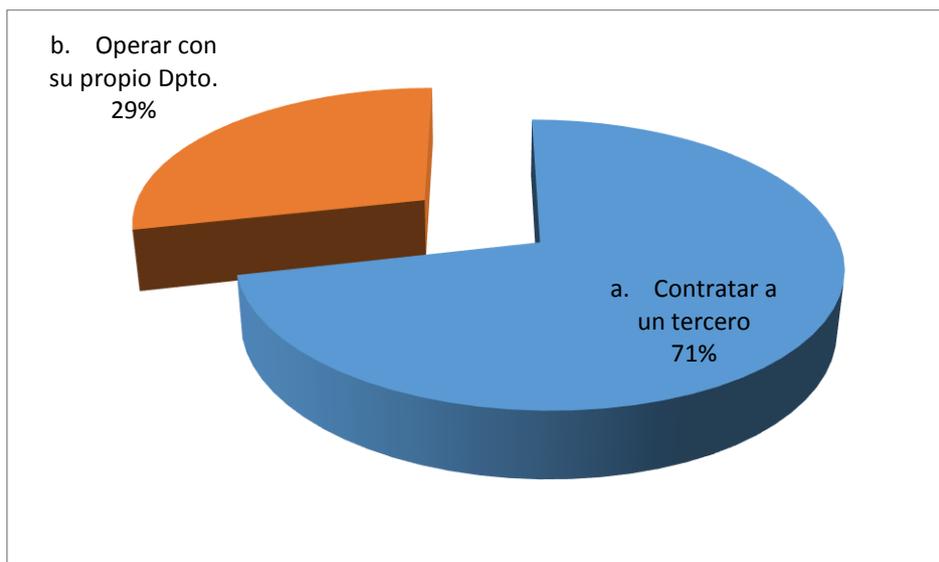


Gráfico 11: Opciones al momento de realizar operaciones logísticas

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Conclusión: El 71% de las empresas buscan contratar los servicios logísticos mientras que el 29% de las empresas prefiere trabajar con su propio personal. Por lo que LOGIQUIM S.A. buscará satisfacer al mercado de forma adecuada el manejo de las operaciones logísticas.

¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte)?

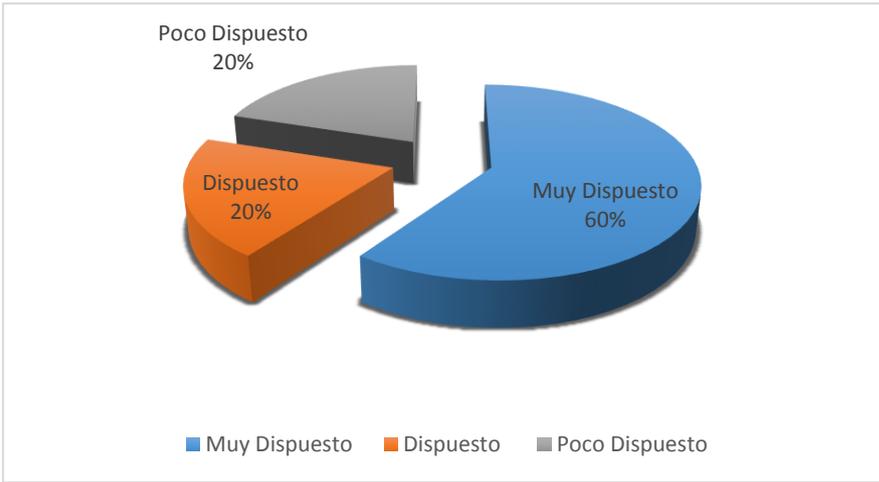


Gráfico 12: Disposición de contratación

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Conclusión: La disposición de las empresas encuestadas está completamente abierta a los servicios que oferta LOGIQUIM S.A., lo que presenta una gran oportunidad de entrar al mercado con una propuesta firme y atractiva.

¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística? ¿Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

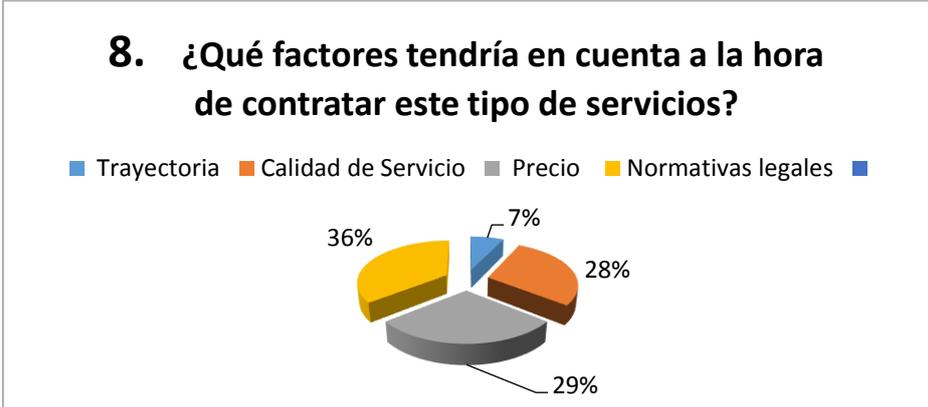


Gráfico 13: Factores que afectan a la contratación

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Conclusión: El precio y la calidad son los factores más importante para las empresas que comercializan agroquímicos a la hora de contratar un servicio logístico, por ende LOGIQUIM S.A. deja claro en sus políticas que prestará un servicio rentable, pero acorde a las condiciones encontradas del nicho al que pertenece.

4.8.3. Conclusiones de la investigación de mercado

Después de realizar las entrevistas y las encuestas a los clientes potenciales, y analizar los datos obtenidos se puede concluir lo siguiente:

- El mercado de logística y transporte de agroquímicos está creciendo y es muy prometedor.
- Las empresas multinacionales optan por reducir el nivel de inversión fija, por lo que estas subcontratan los servicios.
- Los factores claves para el éxito del negocio son el precio y la calidad del servicio.
- Existe una alta disposición en contratar los servicios de LOGIQUIM S.A. porque consolida los servicios de almacenamiento y transporte de agroquímicos, ahorrando costos a los clientes.

4.8.4. Recomendaciones a partir de la investigación de mercado

Las recomendaciones más importantes que se derivan de esta investigación de mercado son:

- LOGIQUIM S.A. deberá buscar a empresas que necesiten los servicios de almacenamiento y transporte de agroquímicos.
- LOGIQUIM S.A. deberá de desarrollar un servicio de calidad y seguridad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- LOGIQUIM S.A. debe tomar en cuenta los factores que los clientes consideran importantes y desarrollarlos.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. Plan de marketing

5.1. Objetivos: general y específicos

Objetivo General

Ofrecer un excelente servicio de almacenamiento y transporte de productos agroquímicos con un alto estándar de calidad y seguridad en todas las operaciones de Logiquim S.A.

Objetivos Específicos

- Obtener un índice de satisfacción del cliente mayor al 90% durante el primer año de funcionamiento.
- Incrementar las ventas en un 15% anual durante todo el tiempo del proyecto.
- Captación de clientes potenciales que abastezcan en un 50% de capacidad instalada durante el primer año, y hasta un 80% durante los demás años del proyecto.

5.1.1. Mercado meta

El mercado meta son las empresas que comercializan productos agroquímicos a nivel nacional y que tengan la necesidad de adquirir los servicios de almacenamiento y transporte.

5.1.1.1. Tipo y estrategias de penetración

La estrategia de penetración de mercado que se utilizará será una combinación de la estrategia de diferenciación y la estrategia de bajos precios, conocida como más por menos. Logiquim S.A. con estas dos estrategias buscará satisfacer las necesidades del mercado de almacenamiento y transportación de agroquímicos con un servicio especializado, con un alto estándar de calidad y seguridad y a un precio relativamente bajo en el mercado si lo comparamos con la competencia, lo que será un factor muy atractivo para los clientes potenciales.

De esta manera se pretende persuadir al cliente que pruebe los servicios que ofrece Logiquim S.A., una vez que este perciba los beneficios y ventajas que pueden obtener por contratar los servicios de la empresa, este se convertirá en

un cliente frecuente y que incluso podrá hacer un marketing boca a boca recomendando a otras empresas que utilicen el servicio.

Una vez que se haya conseguido la penetración de mercado se considerará un aumento de precios de aproximadamente un 5% cada año hasta la culminar el proyecto.

5.1.1.2. Cobertura

La estrategia de cobertura de mercado que se utilizará será la distribución directa y exclusiva. Porque Logiquim S.A. tendrá personal de venta que visitará las empresas potenciales que necesiten del servicio, el único punto de venta estará ubicado dentro de las instalaciones que están en el cantón de Durán, ahí será donde el personal de venta realizará reuniones frecuentes para la coordinación, capacitación y entrenamientos.

Se escogió esta estrategia porque tiene la característica de mucho control por lo que garantizará la calidad del servicio, el control de los precios y brindar soluciones personalizadas a cada uno de los clientes. Además la gran mayoría de los clientes potenciales se encuentran ubicados en la ciudad de Guayaquil o el Cantón Durán, por lo que un solo punto de venta será suficiente para cubrir el mercado.

5.2. Posicionamiento

El posicionamiento es el lugar que ocupa el producto o servicio en la mente del consumidor (Kotler, 2005). Logiquim S.A. utilizará la estrategia de posicionamiento por beneficio del servicio. Con esta estrategia se buscará posicionar en la mente del consumidor que el servicio que se ofrece es especializado en la manipulación de productos químicos con un alto estándar de calidad y seguridad, y a un costo relativamente bajo. Con esto el cliente evaluará que el costo-beneficio de adquirir el servicio es conveniente para ambas partes y esto a su vez se convertirá en una relación de confianza y duradera en el tiempo.

5.3. Marketing mix

5.3.1. Estrategia de producto o servicios

La estrategia que utilizará Logiquim S.A. será la de diferenciación, porque se ofrecerá un servicio especializado en el manejo de agroquímicos con un alto estándar de calidad y seguridad. Por lo que para garantizar la calidad servicio se usarán dos indicadores que son el Fill-Rate (FR) y el OTIF (On time, In full). El indicador Fill-Rate (FR) mide la cantidad de entrega con relación a la solicitud de pedidos de mercadería de los clientes en un periodo determinado y el indicador OTIF que significa (On time, In full) calcula que los pedidos de mercadería hayan sido entregados a tiempo y completos.

Además Logiquim S.A. pretende ofrecer un servicio de logística especializado e integral para la distribución de agroquímicos por lo que el servicio se dividirá en:

Tabla 6: Servicios de LOGIQUIM S.A.

| | |
|-----------------------|--|
| Almacenamiento | Arrendamiento de bodegas por peso en toneladas o posiciones. |
| Distribución | Transporte terrestre de productos terminados. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Almacenamiento

Logiquim S.A. ofrecerá un servicio de almacenamiento especializado en la manipulación de agroquímicos ya que estos productos pueden ser muy riesgosos para las personas y el ambiente si es que no se los maneja de forma adecuada. La mercadería será ubicada de manera temporal, organizada y segura para evitar deterioros o accidentes dentro de las instalaciones.

El almacenamiento se lo realizará con las siguientes condiciones:

- Minimizar el riesgo de accidentes para las personas, instalaciones o el ambiente.
- Disponer de acciones para una respuesta de emergencias en caso de derrames o accidentes.
- Almacenar adecuadamente los productos para conserva su calidad y evitar daños por la luz, temperatura o humedad.

- Revisiones de inventarios periódicas para evitar la caducidad de los productos.



Gráfico 14: Pallet

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal



Gráfico 15: Estantería selectiva- doble profundidad

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Transporte

Logiquim S.A. ofrece el servicio de transporte de agroquímicos desde sus instalaciones o instalaciones del cliente hasta puntos de venta o clientes, este servicio se realizará con dos tipos de unidades diferentes que garantizará la entrega del producto. Cada tipo de unidad de transporte tendrá sus propios costos de acuerdo al peso y la distancia que se necesite para cubrir la solicitud de cliente.

Las unidades de transporte utilizadas tienen las siguientes especificaciones:

Tabla 7: Transporte utilizado

| TIPO DE UNIDAD | PESO CARGA | ALTO | LARGO | ANCHO | CUBICAJE |
|--|--------------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Camión pequeño  | Hasta 5 toneladas | Entre 2.20 y 2.30 Metros. | Entre 4 y 5 Metros. | Entre 2.20 y 2.30 Metros. | Entre 2.20 y 2.30 Metros cúbicos. |
| Camión grande  | Hasta 12 toneladas | Entre 2.40 y 2.60 Metros. | Entre 6 y 7 Metros. | Entre 2.40 y 2.50 Metros. | Entre 35 y 45 Metros cúbicos. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

5.3.1.1. Empaque: reglamento del mercado y etiquetado

Este ítem no aplica para el desarrollo de este trabajo de titulación ya que Logiquim S.A. ofrece un servicio, y por lo tanto no se necesita empaque, reglamento del mercado o etiquetado.

5.3.1.2. Amplitud y profundidad de línea

Este ítem no aplica para el desarrollo de este trabajo de titulación ya que Logiquim S.A. ofrece los servicios de almacenamiento y transporte, y no se ha considerado variantes en el mismo. En un futuro si se desearía expandir el negocio se tendría arrendar bodegas más grandes o construirlas.

5.3.1.3. Marcas y Submarcas

La marca principal será el nombre de la empresa “Logiquim S.A.”. el servicio de almacenamiento será nombrado como “almacenaquim” y el servicio de transporte será nombrado “transporquim” El logotipo se encuentra en el anexo 3.

5.3.2. Estrategia de precios

La estrategia de precios que Logiquim S.A. utilizará será la de costos bajos si los comparamos con los de la competencia con un alto estándar de calidad y seguridad, lo que será un factor muy atractivo para los clientes potenciales. Para este análisis se utilizó los precios de empresas que tienen servicios similares a los que se pretende ofrecer y se encuentran ya operando en el mercado, a continuación se detallan las empresas.

5.3.2.1. Precios de la competencia

La tabla que se muestra a continuación detalla los precios de la competencia:

Tabla 8: Precios de la competencia

| Empresa | Actividad | Precio | ¿Incluye? |
|----------------|------------------|---------------|---|
| Europark | Almacenamiento | \$ 16 | Precio de Posición o pallet por mes |
| Cripada | Almacenamiento | \$ 18 | Precio de Posición o pallet por mes |
| Tevcol | Almacenamiento | \$ 20 | Precio de Posición o pallet por mes |
| Trancontainer | Transporte | \$ 1.60 | Camiones de 5 y 10 toneladas respectivamente por kilómetro recorrido. |
| Tevcol | Transporte | \$ 2.00 | Camiones de 5 y 10 toneladas respectivamente por kilómetro recorrido. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

5.3.2.2. Poder adquisitivo del mercado meta

Según Grain las empresas Bayer, Syngenta y BASF tienen el 49% de participación del mercado en la producción y comercialización de agroquímico y

las empresas Potash Corp, Yara, y Mosaic tienen el 55% de participación mundial de producción y comercialización de fertilizantes lo que quiere decir que el poder adquisitivo de estas empresas transnacionales es muy alto, ya que controlan el mercado mundial. (Grain, 2006)

5.3.2.3. Políticas de precio

Las políticas de precio de Logiquim tendrán las siguientes condiciones:

- La empresa liderará en precios bajos en relación con los precios del mercado.
- La empresa aumentará un 5% anual en los precios hasta la culminación del proyecto.
- Los pagos se realizan por cheques o transferencias en las cuentas bancarias de la empresa.

5.3.3. Estrategia de plaza: punto de ventas

Como estrategia de plaza Logiquim S.A. utilizará la ubicación de las instalaciones ya que es importante este componente para posicionarse en el mercado. Debido a esto el lugar donde se ubique estas instalaciones debe ser un lugar estratégico con el fin de realizar sus actividades de administración, almacenamiento y transporte al menor costo posible.

5.3.3.1. Localización de puntos de venta

La localización para el centro de operaciones de Logiquim S.A. será el cantón Duran, se escogió este lugar porque tiene una ubicación estratégica para los negocios de estas características, ya que se encuentra más cerca de la provincia de los Ríos y del Oro que son donde principalmente se distribuye este producto. También en los últimos años el sector industrial e inmobiliario se ha expandido para estos sectores por diversas razones como por ejemplo exoneraciones de impuestos municipales y fiscales para empresarios que inviertan en zonas de desarrollo especial sectores como lo especifica artículo 23 y 24 del Código de la Producción.

En estas Instalaciones es donde el personal de venta realizará reuniones frecuentes para la coordinación, capacitación y entrenamientos, ya que su

función principal será la de visitar las empresas potenciales que necesiten del servicio.

5.3.3.1.1. Distribución del espacio

El espacio que necesita Logiquim S.A. para el funcionamiento de las operaciones será de 8,000 metros cuadrados, que serán repartidos entre oficinas, bodegas, zonas de parqueaderos.

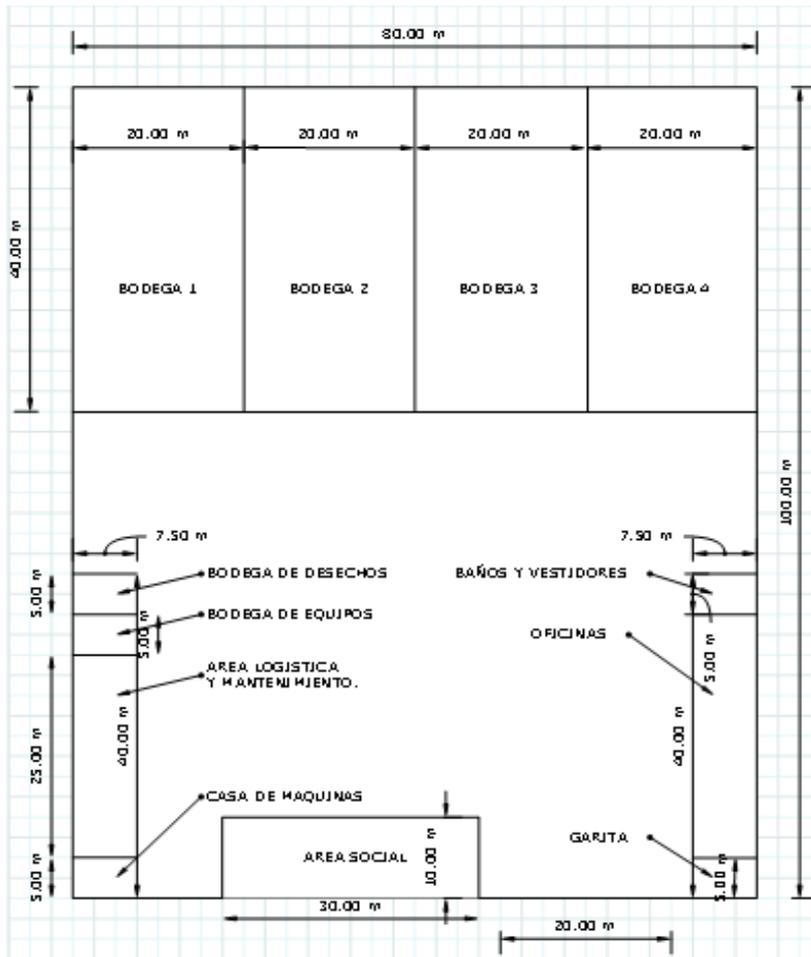


Gráfico 16: Layout

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

5.3.3.1.2. Merchandising

El presente inciso no aplicará para la empresa LOGIQUIM S.A.

5.3.3.2. Sistema de distribución comercial

5.3.3.2.1. Canales de distribución

Logiquim S.A. usará como canal de distribución el mismo centro de operaciones, este será un canal de distribución directo por que no existen intermediarios para la venta.

5.3.3.2.2. Logística

En este punto se enumerarán los pasos del proceso de ventas de los servicios que Logiquim S.A. ofrecerá. Cabe recalcar que son dos tipos de servicios el almacenamiento y transporte, los cuales cuentan diferentes tipos de tareas y actividades en los procesos de operativos. A continuación se detallarán los pasos de estos procesos:

Proceso de Ventas.

1. Contacto con el cliente: El contacto del cliente potencial puede ser dos formas, el acercamiento de uno de los asesores comerciales hacia los clientes o viceversa, el acercamiento de un cliente potencial a uno de los asesores comerciales como respuestas de alguna de las actividades de publicidad de la empresa o recomendación de otro cliente. Este contacto pueden ser vía presencial, telefónica o por correo electrónico.
2. Ofrecer el servicio: En este punto el asesor comercial le informa al cliente de los servicios, los beneficios y ventajas que tiene la empresa y si después de este paso el cliente se encuentra interesado se procede al envío de la información, caso contrario se termina el proceso.
3. Envío de Información: Una vez que el asesor hizo el primer contacto con el cliente y este confirmó el interés se procede a entregarle información de la empresa. Esta información puede ir detallada en folletos físicos o archivos digitales.
4. Primera reunión: Se realiza una reunión presencial con el cliente en la cual se proporciona información más detallada de ambas partes, el asesor comercial necesita conocer cuáles serían las necesidades del cliente para poder armar un presupuesto de costos de los servicios que la empresa va a ofrecer ya sea en el almacenamiento, distribución o control de inventario.

5. Cotización: Una vez que se conoce las necesidades del cliente se prepara una cotización de los precios del servicio y se la envía al cliente para su revisión. El envío de la cotización puede ser vía física o digital por correo electrónico. Si después de este paso el cliente se encuentra interesado se procede a una nueva reunión de negociación y finiquitar detalles, caso contrario se termina el proceso.
6. Envío de contrato: En este paso se le hace entrega de un contrato vía correo electrónico al cliente para su revisión. Luego de un tiempo determinado se procederá a firmarlo y organizar la logística para el comienzo de la actividad.

5.3.3.2.3. Políticas de servicio al cliente

Los clientes son parte importante de la empresa y es por eso que se trata de estar en constante comunicación con ellos. A continuación se detalla las políticas de servicio al cliente:

- Comunicación eficiente con el cliente.
- Atender sugerencias y quejas inmediatamente.
- Tiempos de respuesta no más de 12 horas.
- Horarios de atención para servicio de almacenamiento ocho horas laborables, para servicios de transporte 24 horas al día
- Tener actitud positiva, honesta, respetuosa con todos los clientes.

5.3.4. Estrategias de promoción

5.3.4.1. Promoción de ventas

La promoción de ventas que Logiquim S.A. ofrecerá será analizada y evaluada previamente al proceso de negociación, se buscará que el cliente contrate los dos servicios que se ofrece y por la adquisición de los dos servicios se le realizará un descuento de un 5%, con un crédito de 30 días que será especificado en el contrato. Luego se procederá a cerrar las negociaciones y firma de los contratos de prestación de servicios.

5.3.4.2. Venta personal

La venta personal se realizará al inicio del proceso de ventas con el acercamiento de uno de los asesores comerciales hacia los clientes, este contacto pueden ser vía presencial, telefónica o por correo electrónico.

Inicialmente el proyecto se iniciará con un asesor comercial que visitará a los clientes.

5.3.4.3. Publicidad

5.3.4.3.1. Elaboración de diseño y propuesta publicitaria

Para la elaboración de la propuesta publicitaria de Logiquim se procederá a desarrollar carpetas de presentación, en la que se colocará toda la información importante de la empresa, adicional se detallarán los atributos y beneficios de negocio para atraer a los clientes potenciales. El mensaje que se desea transmitir será “Servicio con calidad y seguridad”.

5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL

En la estrategia ATL se buscará realizar publicidad en la revista “El Agro” que tiene veinte y cinco años en el mercado y su público lector son personas de 18 a 75 años que están interesados en las actividades del sector agroindustrial. Por este medio se tratará de dar a conocer la marca de Logiquim S.A. en el mercado. (Revista El Agro, 2017)

Las estrategias BTL no serán utilizadas por parte de la empresa porque la naturaleza del negocio es de buscar acercamientos exclusivos con clientes potenciales.

5.3.4.3.3. Estrategia de lanzamiento

Como estrategia de lanzamiento se realizará una ceremonia de inauguración en el centro de operaciones de Logiquim S.A., donde estarán presentes todas las personas involucradas de la empresa. Adicionalmente se realizarán invitaciones a los clientes potenciales para que conozcan las instalaciones, obtengan información del servicio y se les ofrecerá un recorrido por las instalaciones para que puedan apreciar las características de los servicios ofertados.

5.3.4.3.4. Plan de medios

El plan de medios se detalla a continuación:

Tabla 9: Plan de medios

| Empresa | Ejemplares | Publicación | Costo Anual |
|----------------|-------------------|--------------------|--------------------|
|----------------|-------------------|--------------------|--------------------|

| | | | |
|-------------------|--------|--------------------------|--------|
| Revista “El Agro” | 10.000 | Una por año (Octubre) | \$ 500 |
|-------------------|--------|--------------------------|--------|

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

5.3.4.4. Relaciones públicas

Las relaciones públicas de Logiquim S.A. serán realizadas vía páginas Web, redes sociales o correos electrónicos para dar a conocer el negocio a los clientes potenciales. Adicionalmente se enviarán boletines informativos a diarios del país con la expectativa de conseguir reportajes por parte de alguno y dar a conocer el nombre de la empresa.

5.3.4.5. Marketing relacional

Como marketing relacional, Logiquim S.A. creará mecanismos para mantener la relación con los clientes. Se estimulará la retroalimentación visitando frecuentemente a los clientes para realizar encuestas de calidad del servicio y así conocer las deficiencias del servicio y tomar correctivos en ello.

Logiquim S.A. utilizará los servicios de Confitico que es una empresa que ofrece los servicios de software en línea, este tiene un módulo en donde los clientes podrán interactuar con los datos más importantes como los productos, documentos de compra y venta, transacciones de cobro y pagos entre otros.

5.3.4.6. Gestión de promoción electrónica del proyecto

5.3.4.6.1. Estrategias de e-commerce

Las estrategias que utilizara Logiquim S.A. serán las de E-Business y las de E-Marketing, ya que se crearán páginas web, catálogos digitales para la presentación de la empresa y adicionalmente se crearán cuentas en las principales redes sociales para dar a conocer el nombre de la empresa.

5.3.4.6.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales

En el siguiente cuadro se analizará la promoción digital que tienen algunos de los posibles competidores de la Logiquim S.A.:

Tabla 10: Análisis de promoción digital

| Empresa | Página WEB | E-Marketing | E-Commerce | Redes Sociales |
|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| Trancontainer S.A. | Si | No | No | Si |
| Europark | Si | No | No | No |
| Cripada | Si | No | No | No |
| Tevcol | Si | No | No | No |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales

La página web será desarrollada por un diseñador que se contratará los colores principales eran azul, gris y blanco. La página se distribuirá con seis pestañas donde se colocará la información más importante como:

- Inicio: Se colocará la información más importante y reciente del negocio.
- Quiénes somos: se colocará la historia de la empresa, misión visión y responsabilidad social.
- Servicios: aparecerán los servicios que ofrece la empresa con sus respectivos beneficios.
- Clientes: mostrarán los principales clientes de la empresa.
- Galería: Se colocarán las fotos de las unidades y de las instalaciones de la empresa.
- Contacto: presentará la ubicación, teléfono y correos para poder tener un acercamiento del cliente.

Adicionalmente se crearán cuentas en las principales redes sociales como son Facebook, twitter, Instagram, google y otras que servirán para promocionar el nombre de la empresa.

5.3.5. Cronograma de actividades de promoción

A continuación se detalla las actividades de promoción:

Tabla 11: Cronograma de actividades de promoción

| Actividades | Descripción | Fecha |
|--------------------|--------------------|--------------|
|--------------------|--------------------|--------------|

| | | |
|------------------------------|---|----------------|
| Inauguración (Lanzamiento) | Evento de inauguración en el centro de operaciones de la empresa. | Marzo 2017 |
| Presencia en redes sociales. | Facebook, twitter e Instagram. | Todo el tiempo |
| Boletines Informativos | Periódicos o revistas | Noviembre 2017 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

5.4. Presupuesto de marketing

Tabla 12: Presupuesto de marketing

| Actividades | Descripción | Costo | Responsable |
|------------------------------|---|--------------|--------------------|
| Inauguración (Lanzamiento) | Evento de inauguración en el centro de operaciones de la empresa. | \$ 1000 | Gerente General |
| Presencia en redes sociales. | Facebook, twitter e Instagram. | Sin Costo | Jefe de Marketing |
| Boletines Informativos | Periódicos o revistas | Sin Costo | Jefe de Marketing |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6. Plan operativo

6.1. Producción

6.1.1. Proceso productivo

A continuación se enumeran los pasos del proceso operativo de cada uno de los servicios que va a ofrecer Logiquim S.A., cabe recalcar que este tiene dos tipos de servicios que son el almacenamiento y transporte, los cuales cuentan con diferentes tipos de actividades y tareas en los procesos operativos.

Proceso Operativo del Almacenamiento y Transporte.

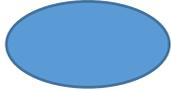
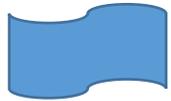
- 1. Recolección de la mercadería:** En este paso tanto para el servicio de almacenamiento como de transporte se hace la recolección de la mercadería desde las instalaciones del cliente. Esta recolección será realizada en unidades de diferentes capacidades dependiendo de la necesidad del cliente y del volumen o peso de mercancía a transportar o almacenar.
- 2. Inspección de la mercadería:** Al momento de realizar la recolección de la mercadería se debe hacer una inspección de la mercadería para revisar el estado del producto que se va a embarcar en las unidades de transporte. Se confirmará que los ítems y cantidad recibida concuerden con la documentación de entrega.
- 3. Registro de la mercadería:** Luego de haber realizado la inspección de la mercadería se procederá a realizar el registro de la mercadería. Este registro será un documento físico como por ejemplo una guía de remisión que será hecha escrita a mano o impresión. Y servirá a su vez para realizar los movimientos en las unidades de transporte.
- 4. Transporte de la mercadería:** El transporte de la mercancía en el caso de los servicios de almacenaje serán realizados de las instalaciones del cliente a las instalaciones de Logiquim S.A. y en el caso del servicio de transporte serán realizadas desde las instalaciones del cliente hasta su destino final.
- 5. Ubicación o entrega de la mercadería:** Una vez realizada la transportación de la mercancía en el caso de los servicios de almacenaje se procederá a la ubicación de los productos en los diferentes lugares de las bodegas de

Logiquim S.A. y en el caso de los servicios de transporte se entregará la mercancía en el lugar designado por el cliente.

- 6. Notificación de entrega o recepción:** Luego de haber ubicado o entregado la mercancía se procederá a notificar al cliente de haber finiquitado la actividad.

6.1.2. Flujo de procesos

Tabla 13: Símbolos

| NOMBRE | SIMBOLO |
|-------------------|---|
| Inicio |  |
| Proceso |  |
| Decisión/pregunta |  |
| Ingreso de datos |  |
| Emisión de papel |  |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

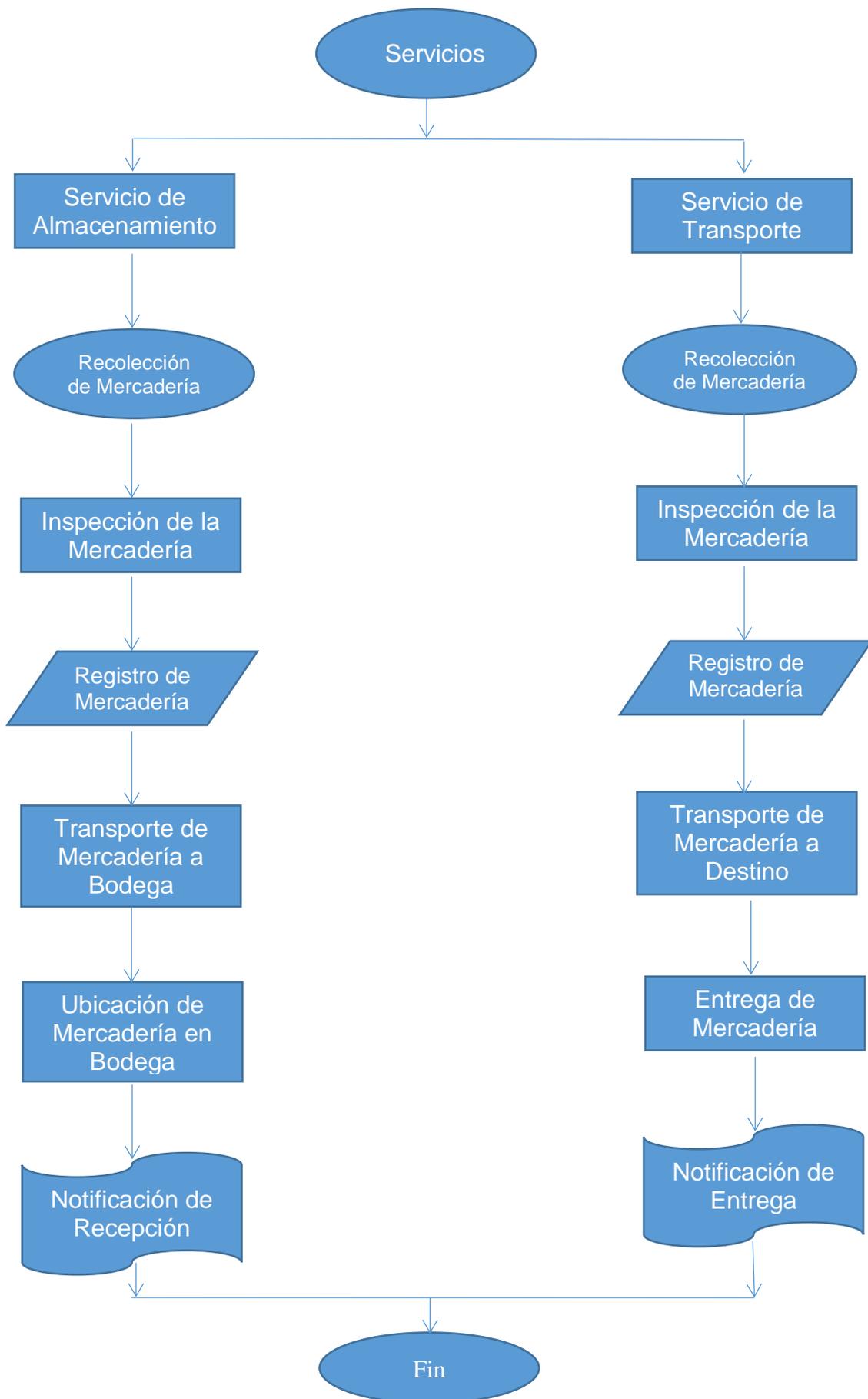


Gráfico 17: Flujo de procesos

Elaborado por: El autor

6.1.3. Infraestructura: obra civil, maquinarias y equipos.

La infraestructura necesaria para el funcionamiento de la empresa Logiquim S.A. es un espacio físico de 8,000 metros cuadrados de construcción, ubicada en el cantón de Durán en el km 14 vía Duran-Yaguachi. A continuación en el siguiente gráfico se muestra la ubicación del terreno:



Gráfico 18: GPS de la ubicación

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

En el terreno se construirá cuatro galpones de 800 metros cuadrados cada uno, oficinas, parqueaderos y áreas sociales. En los planos generales se detalla una idea del proyecto:

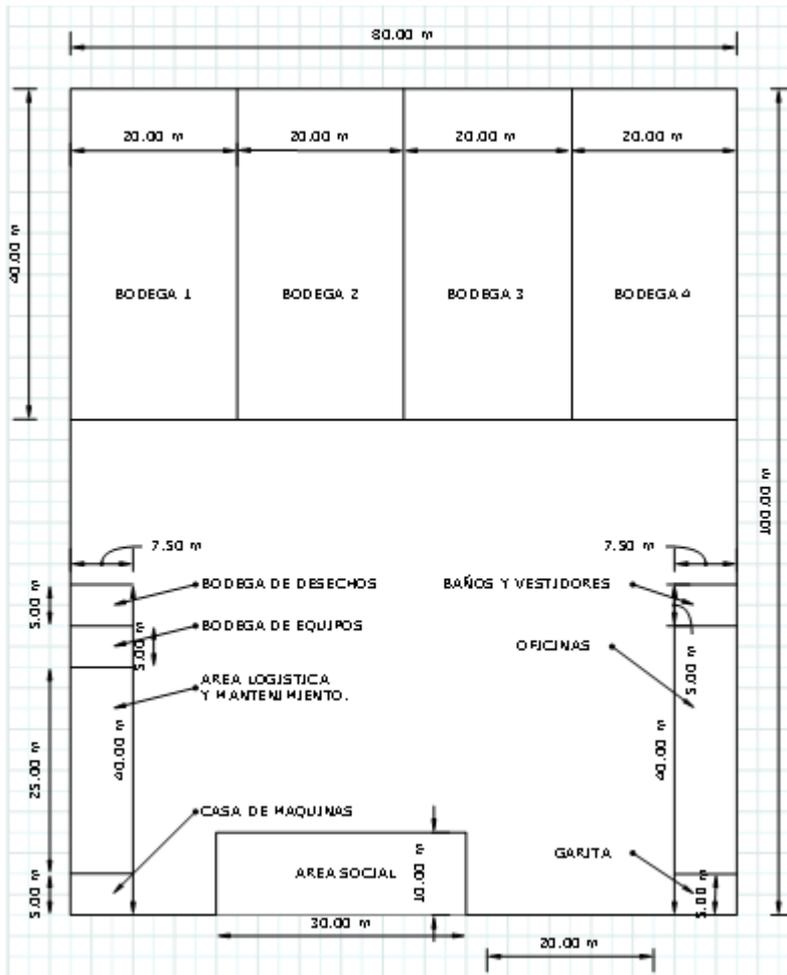


Gráfico 19: Galpones

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Para el inicio de las operaciones de la empresa Logiquim S.A. se necesitará alquilar instalaciones que cuenten con bodegas, luego realizar adecuaciones para el servicio de almacenamiento, compras de equipos de oficinas y de computación, compra de muebles de oficina, compra de cámaras de seguridad y contratación de diferentes servicios como el comunicación, personal de seguridad y seguros contra todo riesgo.

Además para el servicio de distribución se necesitará de la compra de unidades de transporte de diferentes capacidades e insumos necesarios para el funcionamiento de los mismos. A continuación se muestra un listado para una mejor ilustración:

Tabla 14: Activos fijos

| Descripción | Cantidad |
|------------------------------|----------|
| Instalaciones (adecuaciones) | 4000 |
| Rack (Estanterías) | 160 |
| Montacargas | 2 |
| Camiones 5 ton | 2 |
| Camiones 12 ton | 4 |
| Sistema Cámaras de Seguridad | 48 |
| Sistema GPS | 6 |
| Escritorios | 8 |
| Mesa de conferencia | 1 |
| Sillas ejecutivas | 8 |
| Sillas | 30 |
| Sofá | 1 |
| Archivadores | 8 |
| Teléfonos | 8 |
| Pizarra | 6 |
| Acondicionadores de aire | 6 |
| Cafetera | 1 |
| Nevera | 1 |
| Horno microondas | 1 |
| Dispensador de agua | 6 |
| Computadoras | 8 |
| Impresora Laser | 6 |
| Infocus | 1 |
| Regulador de voltaje | 8 |
| Servidor | 1 |
| Cableado de Red | 1 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

6.1.4. Mano de obra

El personal necesario para operar en el área de logística se detalla a continuación:

Tabla 15: Mano de obra

| Personal | Cantidad |
|--------------|----------|
| Supervisores | 2 |
| Choferes | 8 |
| Auxiliares | 8 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 16: Especificaciones de los racks

| | |
|-------------------|--------------|
| Altura | 5 metros |
| Largo | 2.70 metros |
| Ancho | 1.10 metros |
| Espesor | 2 mm. |
| Número de niveles | 4 |
| Capacidad: | 8 posiciones |
| Posición | 800 kg |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Se tendrían que:

$(2 \text{ Posiciones}) * (4 \text{ niveles}) * (320 \text{ rack}) = 2560 \text{ Posiciones o Pallet.}$

$(2560 \text{ Posiciones}) * (800 \text{ Kg}) = 2'048.000 \text{ Kg}$

$2'048.000 \text{ Kg} / 1000\text{Kg} = 2.048 \text{ toneladas mensuales.}$



Gráfico 21: Racks

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Estos datos indican que la capacidad máxima instalada en almacenamiento es de 2.048 toneladas mensuales, si posteriormente se

requiere aumentar este número se tendría que realizar nuevas inversiones en estanterías o bodegas.

Capacidad Instalada: Transporte

La capacidad máxima instalada que Logiquim S.A. pretende utilizar es la suma total de la capacidad de carga de todas las unidades de transporte, a continuación se detalla las unidades con sus respectivas capacidades de carga:

Tabla 17: Capacidad del transporte

| TIPO | CANT | CAPACIDAD CAMIÓN | VIAJES DIARIOS | DÍAS | TONELADAS MENSUALES |
|--------------|-------------|-------------------------|-----------------------|-------------|----------------------------|
| Camión | 2 | 5 | 1.5 | 30 | 450 |
| Camión | 4 | 12 | 1.5 | 30 | 2160 |
| TOTAL | | | | | 2610 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

La tabla anterior describe la unidad de transporte y la cantidad que se va a utilizar en el proyecto, para calcular la capacidad máxima de movimientos mensuales o viajes mensuales realizados se debe multiplicar el número de viajes promedio que es de 1.5 por los días del mes, lo que indica que cada unidad de transporte puede realizar hasta 45 viajes mensuales. Para conocer el número de toneladas al mes se multiplican por las capacidades de cada camión, lo que indicaría que la capacidad máxima transportada será de 2610 toneladas aproximadamente.

6.1.6.Presupuesto

Tabla 18: Instalación y vehículos

| INSTALACIONES Y VEHICULOS | | | |
|------------------------------|--------------|------|----------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Instalaciones (adecuaciones) | \$ 30.00 | 4000 | \$ 120,000.00 |
| Rack (Estanterías) | \$ 150.00 | 160 | \$ 24,000.00 |
| Montacargas | \$ 20,000.00 | 2 | \$ 40,000.00 |
| Camiones 5 ton | \$ 35,000.00 | 2 | \$ 70,000.00 |
| Camiones 12 ton | \$ 70,000.00 | 4 | \$ 280,000.00 |
| Sistema Cámaras de Seguridad | \$ 100.00 | 48 | \$ 4,800.00 |
| Sistema GPS | \$ 300.00 | 6 | \$ 1,800.00 |
| TOTAL | | | \$ 540,600.00 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 19: Muebles y enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|---------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Escritorios | \$ 180.00 | 8 | \$ 1,440.00 |
| Mesa de conferencia | \$ 250.00 | 1 | \$ 250.00 |
| Sillas ejecutivas | \$ 50.00 | 8 | \$ 400.00 |
| Sillas | \$ 30.00 | 30 | \$ 900.00 |
| Sofá | \$ 200.00 | 1 | \$ 200.00 |
| Archivadores | \$ 120.00 | 8 | \$ 960.00 |
| TOTAL | | | \$ 4,150.00 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 20: Equipos de oficina

| EQUIPOS DE OFICINA | | | |
|--------------------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Teléfono | \$ 30.00 | 8 | \$ 240.00 |
| Pizarras acrílicas | \$ 45.00 | 6 | \$ 270.00 |
| Centales de aire acondicionado | \$ 450.00 | 6 | \$ 2,700.00 |
| Cafetera | \$ 60.00 | 1 | \$ 60.00 |
| Nevera | \$ 700.00 | 1 | \$ 700.00 |
| Horno microondas | \$ 200.00 | 1 | \$ 200.00 |
| Dispensador de agua | \$ 100.00 | 6 | \$ 600.00 |
| TOTAL | | | \$ 4,770.00 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 21: Equipos de computación

| EQUIPOS INFORMATICOS | | | |
|----------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Computadoras | \$ 500.00 | 8 | \$ 4,000.00 |
| Impresora Laser | \$ 200.00 | 6 | \$ 1,200.00 |
| Infocus | \$ 500.00 | 1 | \$ 500.00 |
| Regulador de voltaje | \$ 20.00 | 8 | \$ 160.00 |
| Servidor | \$ 800.00 | 1 | \$ 800.00 |
| Cableado de Red | \$ 3,000.00 | 1 | \$ 3,000.00 |
| TOTAL | | | \$ 9,660.00 |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

6.2. Gestión de calidad

Logiquim S.A. por la actividad económica que desarrolla, que es el almacenamiento y transporte de agroquímicos, debe estar profundamente comprometida con la gestión de calidad y seguridad dentro y fuera de la empresa. Por lo que se desarrollará un sistema integral de calidad y seguridad industrial en el que se implementarán políticas, procedimientos, programas y controles en todas las actividades de la empresa, esto hará que mejoren los índices de calidad y bienestar de todos los que interactúan en ella.

Se buscará obtener una certificación ISO:9001 o también llamada Permiso de Agro-calidad, y que es obligatorio para el funcionamiento de la

empresa. Este permiso lo otorga la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro y con esto se garantizaría la calidad del servicio en todas actividades de los procesos operativos.

6.2.1. Políticas de calidad

Logiquim S.A. está comprometida con el cumplimiento de la gestión de calidad por esta razón ha establecido las siguientes políticas que optimizarán los recursos de la empresa y mejorarán la calidad del servicio:

1. Cumplir con los objetivos del sistema integral de gestión de calidad y seguridad, para asegurar la satisfacción del cliente.
2. Asegurar que todas las actividades del proceso operativos de la empresa cumplan con los estándares de seguridad requeridos.
3. Asegurar que todo el personal de la empresa sea competente en el desarrollo de sus actividades.

6.2.2. Procesos de control de calidad

Las actividades de control de buena de Logiquim S.A. son las siguientes:

- Auditorías internas que se realizarán periódicamente por parte de la persona responsable.
- Auditorías externas anuales por parte de las entidades gubernamentales.
- Reporte y novedades periódicas de los clientes por el servicio prestado.
- Reuniones habituales con los clientes para una retroalimentación.

6.2.3. Presupuesto

El costo de la certificación ISO:9001 será de 5,000 dólares, donde se buscará a la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro para la obtención de la certificación. La meta es lograr un 100% del cumplimiento de todas las normas de calidad y seguridad que se hayan establecido.

6.3. Gestión ambiental

La alta gerencia de Logiquim S.A. está seriamente comprometida con la protección y el cuidado ambiental, por lo que se busca que en todas las actividades del negocio tanto administrativas como operativas cause el menor

impacto posible al ecosistema. Para cumplir este objetivo se necesitará obtener una certificación ambiental que la otorga el Ministerio del Ambiente. Este permiso es obligatorio para el funcionamiento de la empresa.

6.3.2. Políticas de protección ambiental

Las políticas ambientales de Logiquim S.A. son las siguientes:

1. Cumplir con todas las leyes y reglamentos del país.
2. Cumplir con los objetivos del permiso de la Licencia Ambiente, para asegurar que todas las actividades de la empresa causen el menor impacto posible al entorno.
3. Implementar y promover programas de capacitación, mantenimientos y de control al personal de trabajo para que ayuden a la reducción de la contaminación ambiental.
4. Asegurar que todas las personas involucradas en la empresa conozcan las políticas.

6.3.3. Procesos de control ambiental

Las actividades para el control ambiental de las todas operaciones logísticas por parte de Logiquim S.A. son las siguientes:

- Inspecciones periódicas por parte de un representante de la empresa.
- Auditorías Internas por parte de la persona responsable dentro de la empresa.
- Auditorías externas anuales por partes de entidades gubernamentales.

6.3.4. Presupuesto

Logiquim S.A. buscará obtener una certificación nacional que la otorga el Ministerio del Ambiente del Ecuador y que avale el desarrollo de las actividades de almacenamiento y transporte de agroquímicos a nivel nacional. El costo del proyecto será de 5000 dólares aproximadamente.

6.4. Gestión de responsabilidad social

Logiquim S.A. está muy comprometida con la responsabilidad social, por lo que buscará generar fuentes de trabajo dignas y lucrativas, de esta manera contribuir positivamente a la sociedad ecuatoriana.

6.4.2. Políticas de protección social

Se han establecido las siguientes políticas:

1. Garantizar la seguridad industrial de las personas dentro y fuera de la empresa mientras estén cumpliendo con sus actividades laborales.
2. Asegurar el desarrollo integral de las personas.
3. Compromiso de transparencia para transmitir confianza y generar credibilidad a todos los grupos involucrado con la empresa.
4. Crear en la página web de la empresa una bolsa de trabajo para que las personas puedan conocer y participar de plazas de trabajo.

6.4.3. Presupuesto

No tiene costo, se realizarán programas de capacitación dirigidas por el jefe de recursos humanos para difundir al personal las políticas de responsabilidad social.

6.5. Estructura organizacional

6.5.2. Organigrama

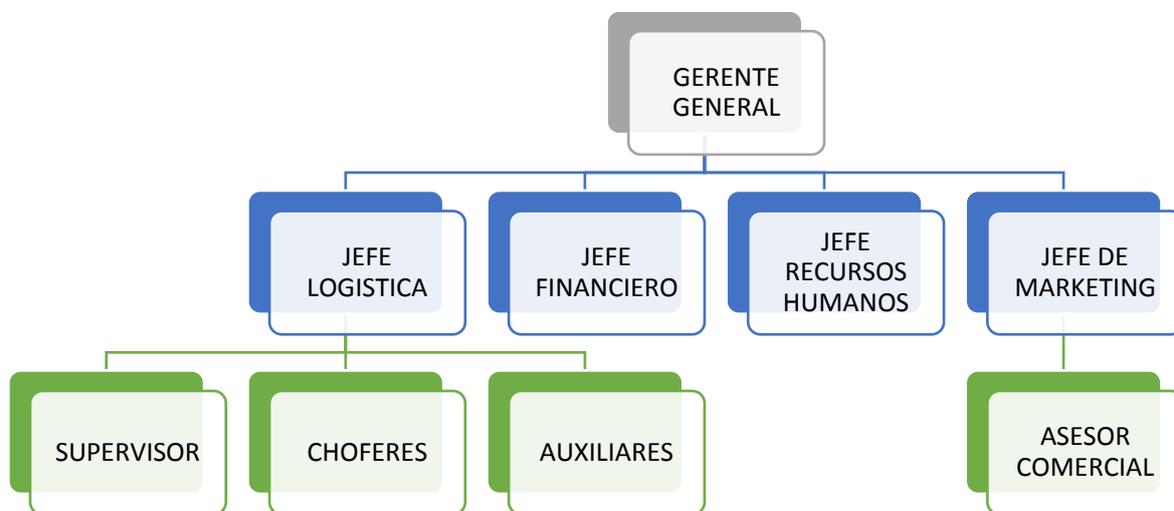


Gráfico 22: Organigrama departamental

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

6.5.3. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Tabla 22: Perfil del gerente general

| GERENTE GENERAL |
|--|
| Descripción del cargo: Es la persona líder de la empresa su función es de controlar y dirigir que todos los empleados cumplan con sus funciones, estará subordinado a la junta directiva ya que debe de dar reportes de sus actividades a esta. |
| Sexo: Masculino o femenino |
| Edad: 27 a 36 años |
| Experiencia: 3 a 5 años. |
| Formación Académica: Ingeniería en administración de empresas o carreras afines. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 23: Perfil del jefe de logística

| JEFE DE LOGÍSTICA |
|--|
| Descripción del cargo: es la persona encargada de controlar y dirigir todas las actividades operativas tanto en el área de almacenamiento como la de transporte. También estará encargada de la control y supervisión de mantenimientos de las instalaciones, bodegas y unidades de transporte. Le reporta directamente al gerente general. |
| Sexo: Masculino o femenino |
| Edad: 27 a 36 años |
| Experiencia: 3 a 5 años. |
| Formación Académica: Ingeniero Industrial o administración de empresas con especialización en logística o control de inventarios. |

Elaborado por: El autor**Fuente: Investigación personal****Tabla 24: Perfil del jefe financiero**

| JEFE FINANCIERO |
|---|
| Descripción del cargo: es la persona responsable del control de todas las actividades financieras de la empresa. Estará encargado de la búsqueda de recursos financieros y deberá presentar los presupuestos anuales oportunamente. Deberá reportar directamente al gerente general. |
| Sexo: Masculino o femenino |
| Edad: 27 a 36 años |
| Experiencia: 3 años. |
| Formación Académica: Ingeniero en Administración de empresas, Contabilidad y Auditoría. |

Elaborado por: El autor**Fuente: Investigación personal**

Tabla 25: Perfil del jefe de recursos humanos

| JEFE DE RECURSOS HUMANOS. |
|---|
| Descripción del cargo: es la persona responsable de la administración de recursos humanos, deberá buscar personal calificado para la contratación y cumplir con todas la leyes y políticas laborales del país. |
| Sexo: Masculino o femenino |
| Edad: 27 a 36 años |
| Experiencia: 3 años. |
| Formación Académica: Ingeniero en Administración de empresas de preferencia con especialidad en Recursos Humanos. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 26: Perfil del jefe de marketing

| JEFE DE MARKETING. |
|--|
| Descripción del cargo: es la persona encargada de la planificación, implementación y análisis de todas las estrategias de marketing para la búsqueda de nuevos clientes. Deberá reportar al gerente general de sus actividades. |
| Sexo: Masculino o femenino |
| Edad: 27 a 36 años |
| Experiencia: 3 años. |
| Formación Académica: Ingeniería en Marketing. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 27: Conductor

| CONDUCTOR |
|--|
| Descripción del cargo: es la persona encargada de la conducción de las unidades de transporte para realizar las entregas de mercadería de los clientes de la empresa. |
| Sexo: Masculino |
| Edad: 21 a 37 años |
| Experiencia: 1 años. |
| Formación Académica: Bachiller, licencia profesional para vehículos de carga pesada. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 28: Perfil del asesor logístico

| ASESOR LOGÍSTICO. |
|---|
| Descripción del cargo: es la persona responsable de búsqueda, visita, soporte, ayuda a los nuevos clientes para alcanzar las metas de venta propuestas, estará encargada de solucionar los problemas de los clientes y recibir recomendaciones o quejas por parte de los clientes. |
| Sexo: Masculino |
| Edad: 21 a 37 años |
| Experiencia: 1 años. |
| Formación Académica: Ingeniería Industrial o Licenciatura en Logística y transporte. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 29: Perfil del Supervisor y asistente de bodega

| SUPERVISORES Y ASISTENTES DE BODEGA |
|--|
| Descripción del cargo: es la persona responsable de realizar las actividades operativas de la empresa ayudando a los procesos de almacenamiento y distribución. |
| Sexo: Masculino |
| Edad: 21 a 37 años |
| Experiencia: 1 años. |
| Formación Académica: Bachiller, Auxiliar en manejo de insumo de bodega. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

6.5.4. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Es importante determinar las actividades que realizarán los colaboradores de la empresa, es decir que cada persona sepa cuáles son sus responsabilidades y funciones dentro de la empresa para garantizar el buen funcionamiento de la misma.

Tabla 30: Manual del gerente general

| GERENTE GENERAL |
|---|
| Funciones del Cargo. |
| <ul style="list-style-type: none">• Establecer un estilo de gestión y liderazgo dentro de la empresa.• Crear y evaluar las metas propuestas periódicamente.• Desarrollar e implementar proyectos de inversión de la empresa.• Controlar las actividades de todo el personal de la empresa.• Tomar decisiones para garantizar el buen funcionamiento de la empresa. |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá tener una excelente comunicación con sus subordinados.• Será responsable por los resultados y el desempeño de la empresa.• Deberá ejercer autoridad sobre todos los empleados de la empresa.• Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.• Será la imagen de la dentro y fuera de la empresa.• Será responsable de las tomas de decisión de la empresa. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 31: Manual del jefe de logística

| JEFE DE LOGISTICA. |
|--|
| Funciones del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Será responsable de realizar, enviar y atender todas las solicitudes de cotizaciones que necesiten los clientes.• Deberá revisar y supervisar la recepción de mercancías entregadas por los clientes.• Deberá supervisar el personal a su cargo para generar mejoras en los procesos operativos.• Deberá monitorear las unidades de transporte para controlar los avances de entregas y recepción de mercancías.• Deberá de hacer cumplir todos los procedimientos de trabajo para optimizar los procesos operativos y asegurar la calidad del servicio.• Deberá realizar otras funciones inherentes a su cargo, que le asigne el Jefe Inmediato. |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá tener una excelente comunicación con sus subordinados.• Deberá de hacer cumplir todos los programas, procedimientos, normas y políticas para la prevención de riesgos y protección al medio ambiente.• Deberá de hacer cumplir todos los programas, procedimientos, normas y políticas con las normas y procedimientos establecidos por la empresa y el Reglamento Interno de Trabajo.• Deberá promover el trabajo y motivación al personal.• Deberá mantener la disciplina y control de los empleados a su cargo.• Cumplir las metas y objetivos propuestos en el plan operativo de la empresa.• Cumplir con los programas de recolección y entrega de mercancías.• Deberá de cumplir con la seguridad y calidad de las mercancías dentro de las bodegas. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 32: Manual del gerente financiero

| JEFE FINANCIERO |
|--|
| Funciones Del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá de preparar y analizar todos los estados financieros de la empresa.• Deberá elaborar presupuestos anuales y controlar que todas la áreas cumplan con ese presupuesto.• Deberá de buscar recursos financieros para cubrir los objetivos propuestos por la gerencia.• Deberá supervisar y controlar las cuentas por cobrar de la empresa.• Realizar otras funciones inherentes a su cargo, que le asigne el jefe inmediato. |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá administrar los recursos financieros de la empresa.• Deberá supervisar e implementar controles fiscales necesarios para alcanzar las metas de la empresa.• Deberá de hacer cumplir todos los programas, procedimientos, normas y políticas con las normas y procedimientos establecidos por la empresa y el Reglamento Interno de Trabajo.• Deberá elegir las diferentes formas de financiamiento para garantizar las operaciones de la empresa.• Deberá de supervisar y controlar los costos de la empresa con el fin de ofrecer a los clientes precios competitivos.• Negociación con clientes, en temas relacionas con crédito y pago de servicios. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 33: Manual del jefe de recursos humanos

| JEFE DE RECURSOS HUMANOS |
|---|
| Funciones del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá de buscar personal calificado para cada área de la empresa.• Deberá administrar los pagos de roles y planillas, controlar que se realicen los descuentos a cada empleado. Controlar que se cumplan todos los beneficios sociales señalados por la ley.• Deberá de crear un control de la estructura salarial.• Crear e implementar un sistema para evaluar el desempeño de todos los empleados de la empresa.• Deberá realizar auditorías parciales y globales en todas la áreas de la empresa. |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá de supervisar y controlar la seguridad, higiene y salubridad para todos los empleados de la empresa.• Planear, organizar, coordinar y supervisar la administración del personal en cuanto a remuneraciones, pensiones, bienestar social, liquidaciones, seguros, cuentas corrientes, registros, reclutamiento y selección del personal, ascensos, promociones, movimientos del personal, remuneraciones, incentivos, asistencia, puntualidad, medidas disciplinarias, préstamos y otras acciones vinculadas con la administración del personal, concordantes con las normas legales vigentes y políticas de la empresa. |

Elaborado por: El autor

Tabla 34: Manual del jefe de marketing

| JEFE DE MARKETING |
|---|
| Funciones del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Crear e implementar un plan estratégico de marketing para la captación de clientes.• Diseñar campañas publicitarias de los servicios ofrecidos.• Analizar y evaluar las estrategias para el crecimiento de la participación de mercado.• Crear pronósticos las ventas para cada periodo.• Evaluar los riesgos internos y externos de la empresa.• Crear ventajas competitivas para la empresa.• Elaborar programas de alianzas estratégicas en beneficio de le empresa.• Elaborar el plan anual de marketing |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Crear e implementar herramientas que faciliten la implementación del plan operativo de marketing.• Deberá de administrar las redes sociales de la empresa.• Es el responsable de mantener a los clientes actuales e igualmente de obtener nuevos clientes.• Estar pendiente de la situación y evolución de los mercados. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 35: Manual del conductor

| CONDUCTOR |
|--|
| Funciones Del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Distribución de la mercancía a los almacenes conforme al programa de entregas.• Cumplir con el plan de mantenimiento preventivo de las unidades de transporte.• Revisar, diagnosticar y reparar averías simples en ruta, que garanticen la fiabilidad y seguridad en la utilización del vehículo.• Supervisar y/o realizar los procesos de carga/descarga y estiba/desestiba de mercancías con objeto de optimizar los espacios disponibles y garantizar la seguridad del transporte de las mercancías en base al cumplimiento de la normativa vigente. |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Prever los riesgos en el trabajo y determinar acciones preventivas de protección de la salud, minimizando factores de riesgo y aplicando medidas de primeros auxilios en caso de accidentes o siniestros.• Deberá de cumplir con llenar y hacer firma toda la documentación en el momento de la entrega de la mercadería.• Preocuparse por el consumo y abastecimiento de combustible. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 36: Manual del asesor logístico

| ASESOR LOGÍSTICO |
|--|
| Funciones del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Búsqueda de nuevos clientes potenciales.• Deberá de visitar cliente y dar soluciones a quejas o recomendaciones. Dar soluciones a los clientes sobre las necesidades logísticas y situaciones problema de cada uno de los clientes• Resolver inquietudes generales de los clientes.• Consultar, analizar y proponer nuevas oportunidades de inversión tanto para los clientes como para la empresa misma. |
| Responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Actuar como primer contacto ante el cliente.• Realizar un seguimiento a los procesos logísticos dentro de la empresa.• Realizar un seguimiento a los procesos logísticos de nuestros clientes.• Preparar una agenda de citas con los clientes.• Ser éticamente profesional con la información brindada por los clientes |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

Tabla 37: Manual del asistente de bodega

| SUPERVISORES Y ASISTENTE DE BODEGA |
|---|
| Funciones del Cargo |
| <ul style="list-style-type: none">• Encargado de llenar los recibos y despachos de los objetos según requisiciones y documentos que soportan la actividad.• Almacenar los objetos aplicando las técnicas y normas de seguridad e higiene establecidas.• Preparar la carga de acuerdo con su naturaleza, medio de transporte y destino.• Manejar los equipos y medios de transporte según normas y plan de operación.• Transportar la mercancía dentro de las instalaciones de la empresa haciendo uso de los montacargas• Cargar y descargar los objetos según normas técnicas establecidas por la organización. |
| RESPONSABILIDADES |
| <ul style="list-style-type: none">• Mantener en buen estado y acondicionados todos los equipos, herramientas, maquinaria, elementos y espacios de trabajo, preservando la asepsia y vida útil de los mismos.• Cumplir oportuna y eficazmente la planificación diaria y semanal de almacenado, preparación cargas y despachos.• Realizar otras funciones inherentes a su cargo, que le asigne el Jefe Inmediato y aquellas que por iniciativa propia conlleven a mejorar la eficiencia de la empresa. |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. Estudio económico-financiero-tributario

7.1. Inversión inicial

En la inversión inicial se detalla la cantidad de recursos (dinero) que necesita la empresa para poder iniciar las operaciones. La inversión inicial que necesita Logiquim S.A. es de \$ 643,902.83, a continuación se detalla un cuadro con el resumen:

Tabla 38: Inversión inicial

| INVERSIÓN INICIAL | | |
|-----------------------------------|----------------------|----------------|
| Descripción | Valor | % |
| Capital de Trabajo | \$ 63,672.83 | 9.89% |
| TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE | \$ 63,672.83 | 9.89% |
| Instalación y Vehículos | \$ 540,600.00 | 83.96% |
| Muebles y Enseres | \$ 4,150.00 | 0.64% |
| Equipos de Oficina | \$ 4,770.00 | 0.74% |
| Equipos de Computación | \$ 9,660.00 | 1.50% |
| TOTAL INVERSIÓN FIJA | \$ 559,180.00 | 86.84% |
| Gastos de Constitución y Permisos | \$ 16,050.00 | 2.49% |
| Consultorías | \$ 3,500.00 | 0.54% |
| Publicidad y Comunicación | \$ 1,500.00 | 0.23% |
| TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA | \$ 21,050.00 | 3.27% |
| TOTAL INVERSIÓN INICIAL | \$ 643,902.83 | 100.00% |

7.1.2. Tipo de inversión

7.1.2.1. Fija

La inversión fija es el valor que se invierte en la compra de activos fijos, es decir los activos cuya vida útil es mayor a un año. Ésta incluye terrenos, edificios, maquinarias, vehículos, equipos de oficina y de cómputo, entre otros. (Hernández I., 2011). La inversión fija para este proyecto comprende adecuaciones en las instalaciones alquiladas compra de Rack, cámaras de seguridad y unidades de transportes, además de la compra de muebles, enseres y equipos de oficina. A continuación se detalla un listado:

Tabla 39: Inversión fija: Instalaciones y vehículos

| INSTALACIONES Y VEHICULOS | | | |
|------------------------------|--------------|------|----------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Instalaciones (adecuaciones) | \$ 30.00 | 4000 | \$ 120,000.00 |
| Rack (Estanterías) | \$ 150.00 | 160 | \$ 24,000.00 |
| Montacargas | \$ 20,000.00 | 2 | \$ 40,000.00 |
| Camiones 5 ton | \$ 35,000.00 | 2 | \$ 70,000.00 |
| Camiones 12 ton | \$ 70,000.00 | 4 | \$ 280,000.00 |
| Sistema Cámaras de Seguridad | \$ 100.00 | 48 | \$ 4,800.00 |
| Sistema GPS | \$ 300.00 | 6 | \$ 1,800.00 |
| TOTAL | | | \$ 540,600.00 |

Tabla 40: Inversión fija: Muebles y enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|---------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Escritorios | \$ 180.00 | 8 | \$ 1,440.00 |
| Mesa de conferencia | \$ 250.00 | 1 | \$ 250.00 |
| Sillas ejecutivas | \$ 50.00 | 8 | \$ 400.00 |
| Sillas | \$ 30.00 | 30 | \$ 900.00 |
| Sofá | \$ 200.00 | 1 | \$ 200.00 |
| Archivadores | \$ 120.00 | 8 | \$ 960.00 |
| TOTAL | | | \$ 4,150.00 |

Tabla 41: Inversión fija: Equipos de oficina

| EQUIPOS DE OFICINA | | | |
|--------------------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Teléfono | \$ 30.00 | 8 | \$ 240.00 |
| Pizarras acrílicas | \$ 45.00 | 6 | \$ 270.00 |
| Centales de aire acondicionado | \$ 450.00 | 6 | \$ 2,700.00 |
| Cafetera | \$ 60.00 | 1 | \$ 60.00 |
| Nevera | \$ 700.00 | 1 | \$ 700.00 |
| Horno microondas | \$ 200.00 | 1 | \$ 200.00 |
| Dispensador de agua | \$ 100.00 | 6 | \$ 600.00 |
| TOTAL | | | \$ 4,770.00 |

Tabla 42: Inversión fija: Equipos de computación

| EQUIPOS INFORMATICOS | | | |
|----------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Computadoras | \$ 500.00 | 8 | \$ 4,000.00 |
| Impresora Laser | \$ 200.00 | 6 | \$ 1,200.00 |
| Infocus | \$ 500.00 | 1 | \$ 500.00 |
| Regulador de voltaje | \$ 20.00 | 8 | \$ 160.00 |
| Servidor | \$ 800.00 | 1 | \$ 800.00 |
| Cableado de Red | \$ 3,000.00 | 1 | \$ 3,000.00 |
| TOTAL | | | \$ 9,660.00 |

Estos activos deben ser depreciados cada año y este valor de depreciación deberá ser incluido como un gasto en el estado de pérdidas y ganancias del período correspondiente, ya que contablemente se considera que la depreciación es el gasto en el que incurre la empresa al consumir estos activos (Walther, 2009). A continuación se detalla la depreciación de los activos fijos:

Tabla 43: Depreciación anual de maquinarias

| INVERSIÓN INICIAL | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------------|------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Descripción | Valor | % | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Instalación y Vehículos | | | | | | | |
| Instalaciones (adecuaciones) | \$ 120,000.00 | 10 % | \$ 12,000.00 | \$ 12,000.00 | \$ 12,000.00 | \$ 12,000.00 | \$ 12,000.00 |
| Rack (Estanterías) | \$ 24,000.00 | 10 % | \$ 2,400.00 | \$ 2,400.00 | \$ 2,400.00 | \$ 2,400.00 | \$ 2,400.00 |
| Montacargas | \$ 40,000.00 | 20 % | \$ 8,000.00 | \$ 8,000.00 | \$ 8,000.00 | \$ 8,000.00 | \$ 8,000.00 |
| Camiones 5 ton | \$ 70,000.00 | 20 % | \$ 14,000.00 | \$ 14,000.00 | \$ 14,000.00 | \$ 14,000.00 | \$ 14,000.00 |
| Camiones 12 ton | \$ 280,000.00 | 20 % | \$ 56,000.00 | \$ 56,000.00 | \$ 56,000.00 | \$ 56,000.00 | \$ 56,000.00 |
| TOTAL | \$ 534,000.00 | | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 |
| ACUMULADA | | | \$ 92,400.00 | \$ 184,800.00 | \$ 277,200.00 | \$ 369,600.00 | \$ 462,000.00 |

Tabla 44: Depreciación anual de muebles y equipos

| INVERSIÓN INICIAL | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------|-----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Descripción | Valor | % | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Instalación y Vehículos | | | | | | | |
| Sistema Cámaras de Seguridad | \$ 4,800.00 | 20% | \$ 960.00 | \$ 960.00 | \$ 960.00 | \$ 960.00 | \$ 960.00 |
| Sistema GPS | \$ 1,800.00 | 20% | \$ 360.00 | \$ 360.00 | \$ 360.00 | \$ 360.00 | \$ 360.00 |
| Muebles y Enseres | | | | | | | |
| Escritorios | \$ 1,440.00 | 10% | \$ 144.00 | \$ 144.00 | \$ 144.00 | \$ 144.00 | \$ 144.00 |
| Mesa de conferencia | \$ 250.00 | 10% | \$ 25.00 | \$ 25.00 | \$ 25.00 | \$ 25.00 | \$ 25.00 |
| Sillas ejecutivas | \$ 400.00 | 10% | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 |
| Sillas | \$ 900.00 | 10% | \$ 90.00 | \$ 90.00 | \$ 90.00 | \$ 90.00 | \$ 90.00 |
| Sofá | \$ 200.00 | 10% | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 |
| Archivadores | \$ 960.00 | 10% | \$ 96.00 | \$ 96.00 | \$ 96.00 | \$ 96.00 | \$ 96.00 |
| Equipos de Oficina | | | | | | | |
| Teléfonos | \$ 240.00 | 10% | \$ 24.00 | \$ 24.00 | \$ 24.00 | \$ 24.00 | \$ 24.00 |
| Pizarra | \$ 270.00 | 10% | \$ 27.00 | \$ 27.00 | \$ 27.00 | \$ 27.00 | \$ 27.00 |
| Acondicionadores de aire | \$ 2,700.00 | 10% | \$ 270.00 | \$ 270.00 | \$ 270.00 | \$ 270.00 | \$ 270.00 |
| Cafetera | \$ 60.00 | 10% | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 |
| Nevera | \$ 700.00 | 10% | \$ 70.00 | \$ 70.00 | \$ 70.00 | \$ 70.00 | \$ 70.00 |
| Horno microondas | \$ 200.00 | 10% | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 |
| Dispensador de agua | \$ 600.00 | 10% | \$ 60.00 | \$ 60.00 | \$ 60.00 | \$ 60.00 | \$ 60.00 |
| Equipos de Computación | | | | | | | |
| Computadoras | \$ 4,000.00 | 33% | \$1,333.33 | \$ 1,333.33 | \$ 1,333.33 | | |
| Impresora laser | \$ 1,200.00 | 33% | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | | |
| Infocus | \$ 500.00 | 33% | \$ 166.67 | \$ 166.67 | \$ 166.67 | | |
| Regulador de voltaje | \$ 160.00 | 33% | \$ 53.33 | \$ 53.33 | \$ 53.33 | | |
| Servidor | \$ 800.00 | 33% | \$ 266.67 | \$ 266.67 | \$ 266.67 | | |
| Cableado de Red | \$ 3,000.00 | 33% | \$ 1,000.00 | \$ 1,000.00 | \$ 1,000.00 | | |
| TOTAL | \$25,180.00 | | \$ 5,432.00 | \$ 5,432.00 | \$ 5,432.00 | \$ 2,212.00 | \$ 2,212.00 |
| ACUMULADA | | | \$ 5,432.00 | \$10,864.00 | \$16,296.00 | \$18,508.00 | \$20,720.00 |

7.1.2.2. Diferida

La inversión diferida comprende los activos intangibles que son necesarios para el negocio pero no intervienen directamente en el proceso de producción. (Hernández I., 2011) Los activos diferidos son los siguientes:

Tabla 45: Inversión diferida

| GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PERMISOS | | | |
|--|--------------|------|---------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Depósito en garantía por renta (2 meses) | \$ 2,000.00 | 2 | \$ 4,000.00 |
| Constitución de la empresa | \$ 1,000.00 | 1 | \$ 1,000.00 |
| Registro de marca | \$ 450.00 | 1 | \$ 450.00 |
| Creación de página web | \$ 600.00 | 1 | \$ 600.00 |
| Certificado de Agro calidad | \$ 5,000.00 | 1 | \$ 5,000.00 |
| Licencia Ambiental (MAE) | \$ 5,000.00 | 1 | \$ 5,000.00 |
| TOTAL | | | \$ 16,050.00 |

| CONSULTORÍAS | | | |
|-----------------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Legales | \$ 500.00 | 1 | \$ 500.00 |
| Certificado de Agro calidad | \$ 1,500.00 | 1 | \$ 1,500.00 |
| Licencia Ambiental (MAE) | \$ 1,500.00 | 1 | \$ 1,500.00 |
| TOTAL | | | \$ 3,500.00 |

| PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN | | | |
|---------------------------|--------------|------|--------------------|
| Descripción | Costo/Unidad | Cant | Total |
| Evento de Lanzamiento | \$ 1,500.00 | 1 | \$ 1,500.00 |
| TOTAL | | | \$ 1,500.00 |

Los activos diferidos se amortizan a lo largo de tiempo del proyecto, a continuación, se detalla en un cuadro esta amortización:

Tabla 46: Amortización

| INVERSIÓN DIFERIDA | | | | | | | |
|-----------------------------------|---------------------|------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Descripción | Valor | % | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Gastos de Constitución y permisos | \$ 16,050.00 | 100% | \$ 16,050.00 | | | | |
| Consultorías | \$ 3,500.00 | 100% | \$ 3,500.00 | | | | |
| Publicidad y Comunicación | \$ 1,500.00 | 100% | \$ 1,500.00 | | | | |
| TOTAL | \$ 21,050.00 | | \$ 21,050.00 | | | | |
| ACUMULADA | | | \$ 21,050.00 |

7.1.2.3. Corriente

La inversión corriente son los recursos necesarios para la operación normal del negocio durante un tiempo determinado, aquí se incluyen materias primas, inventario, cuentas por cobrar a corto plazo y el capital de trabajo así como efectivo para imprevistos, entre otros. (Hernández I., 2011). A continuación, se detalla el capital de trabajo:

Tabla 47: Inversión corriente

| CAPITAL DE TRABAJO | | | |
|------------------------|---------------|------|---------------------|
| Descripción | Costo/Mensual | Cant | Total |
| Costos Operativos | \$ 7,962.61 | 3 | \$ 23,887.83 |
| Gastos Administrativos | \$ 13,261.67 | 3 | \$ 39,785.00 |
| TOTAL | | | \$ 63,672.83 |

7.1.3. Financiamiento de la inversión

7.1.3.1. Fuentes de financiamiento

Para cubrir la inversión inicial que se necesita para el proyecto se ha escogido dos fuentes de financiamiento, la primera será con capital propio de cuatro accionistas y la segunda mediante un préstamo a una institución financiera:

Tabla 48: Fuentes de financiamiento

| FUENTES DE FINANCIAMIENTO | | |
|-----------------------------|----------------------|-------------|
| Descripción | Valor | Porcentaje |
| Capital de los accionistas. | \$ 128,780.57 | 20% |
| Préstamo bancario. | \$ 515,122.26 | 80% |
| TOTAL | \$ 643,902.83 | 100% |

Los cuatros socios financiaran el 20% del costo del proyecto con capital propio con un total de \$ 128,780.57 dólares, a continuación, se detalla el cuadro con el aporte de cada uno:

Tabla 49: Capital social

| DETALLE FINANCIAMIENTO INTERNO | | |
|--------------------------------|----------------------|-----------------|
| Socios | Aportación | % Participación |
| A | \$ 51,512.23 | 40% |
| B | \$ 25,756.11 | 20% |
| C | \$ 25,756.11 | 20% |
| D | \$ 25,756.11 | 20% |
| TOTAL | \$ 128,780.57 | 100% |

Para el 80% restante del costo del proyecto que asciende a un total de \$ 515,122.26 se solicitará un préstamo productivo empresarial a la Corporación Financiera Nacional (CFN) a cinco años plazo con un interés del 10.21% anual. (CFN, 2016)

7.1.3.2. Tabla de amortización

A continuación, se muestra la tabla de amortización de la solicitud del préstamo:

Tabla 50: Tabla de amortización de préstamo

| PERIODOS | SALDO DE CAPITAL INICIAL | PAGO | CAPITAL | INTERESES | SALDO DE CAPITAL FINAL | | |
|----------|--------------------------|--------------|-------------|-------------|------------------------|----------------|----------------|
| 0 | \$ 515,122.26 | | | | \$ 515,122.26 | | |
| 1 | \$ 515,122.26 | \$ 10,998.13 | \$ 6,615.30 | \$ 4,382.83 | \$ 508,506.96 | | |
| 2 | \$ 508,506.96 | \$ 10,998.13 | \$ 6,671.58 | \$ 4,326.55 | \$ 501,835.38 | | |
| 3 | \$ 501,835.38 | \$ 10,998.13 | \$ 6,728.35 | \$ 4,269.78 | \$ 495,107.04 | | |
| 4 | \$ 495,107.04 | \$ 10,998.13 | \$ 6,785.59 | \$ 4,212.54 | \$ 488,321.44 | | |
| 5 | \$ 488,321.44 | \$ 10,998.13 | \$ 6,843.33 | \$ 4,154.80 | \$ 481,478.12 | | |
| 6 | \$ 481,478.12 | \$ 10,998.13 | \$ 6,901.55 | \$ 4,096.58 | \$ 474,576.56 | | |
| 7 | \$ 474,576.56 | \$ 10,998.13 | \$ 6,960.27 | \$ 4,037.86 | \$ 467,616.29 | | |
| 8 | \$ 467,616.29 | \$ 10,998.13 | \$ 7,019.49 | \$ 3,978.64 | \$ 460,596.80 | | |
| 9 | \$ 460,596.80 | \$ 10,998.13 | \$ 7,079.22 | \$ 3,918.91 | \$ 453,517.58 | | |
| 10 | \$ 453,517.58 | \$ 10,998.13 | \$ 7,139.45 | \$ 3,858.68 | \$ 446,378.13 | AÑO 1 | |
| 11 | \$ 446,378.13 | \$ 10,998.13 | \$ 7,200.19 | \$ 3,797.93 | \$ 439,177.94 | INTERES | CAPITAL |
| 12 | \$ 439,177.94 | \$ 10,998.13 | \$ 7,261.46 | \$ 3,736.67 | \$ 431,916.48 | \$ 48,771.76 | \$ 83,205.78 |
| 13 | \$ 431,916.48 | \$ 10,998.13 | \$ 7,323.24 | \$ 3,674.89 | \$ 424,593.24 | | |
| 14 | \$ 424,593.24 | \$ 10,998.13 | \$ 7,385.55 | \$ 3,612.58 | \$ 417,207.69 | | |
| 15 | \$ 417,207.69 | \$ 10,998.13 | \$ 7,448.39 | \$ 3,549.74 | \$ 409,759.31 | | |
| 16 | \$ 409,759.31 | \$ 10,998.13 | \$ 7,511.76 | \$ 3,486.37 | \$ 402,247.55 | | |
| 17 | \$ 402,247.55 | \$ 10,998.13 | \$ 7,575.67 | \$ 3,422.46 | \$ 394,671.88 | | |
| 18 | \$ 394,671.88 | \$ 10,998.13 | \$ 7,640.13 | \$ 3,358.00 | \$ 387,031.75 | | |
| 19 | \$ 387,031.75 | \$ 10,998.13 | \$ 7,705.13 | \$ 3,293.00 | \$ 379,326.61 | | |
| 20 | \$ 379,326.61 | \$ 10,998.13 | \$ 7,770.69 | \$ 3,227.44 | \$ 371,555.92 | | |
| 21 | \$ 371,555.92 | \$ 10,998.13 | \$ 7,836.81 | \$ 3,161.32 | \$ 363,719.12 | | |
| 22 | \$ 363,719.12 | \$ 10,998.13 | \$ 7,903.49 | \$ 3,094.64 | \$ 355,815.63 | AÑO 2 | |

| | | | | | | | |
|----|---------------|--------------|--------------|-------------|---------------|--------------|---------------|
| 23 | \$ 355,815.63 | \$ 10,998.13 | \$ 7,970.73 | \$ 3,027.40 | \$ 347,844.90 | INTERES | CAPITAL |
| 24 | \$ 347,844.90 | \$ 10,998.13 | \$ 8,038.55 | \$ 2,959.58 | \$ 339,806.35 | \$ 39,867.41 | \$ 92,110.13 |
| 25 | \$ 339,806.35 | \$ 10,998.13 | \$ 8,106.94 | \$ 2,891.19 | \$ 331,699.41 | | |
| 26 | \$ 331,699.41 | \$ 10,998.13 | \$ 8,175.92 | \$ 2,822.21 | \$ 323,523.49 | | |
| 27 | \$ 323,523.49 | \$ 10,998.13 | \$ 8,245.48 | \$ 2,752.65 | \$ 315,278.01 | | |
| 28 | \$ 315,278.01 | \$ 10,998.13 | \$ 8,315.64 | \$ 2,682.49 | \$ 306,962.37 | | |
| 29 | \$ 306,962.37 | \$ 10,998.13 | \$ 8,386.39 | \$ 2,611.74 | \$ 298,575.98 | | |
| 30 | \$ 298,575.98 | \$ 10,998.13 | \$ 8,457.74 | \$ 2,540.38 | \$ 290,118.23 | | |
| 31 | \$ 290,118.23 | \$ 10,998.13 | \$ 8,529.71 | \$ 2,468.42 | \$ 281,588.53 | | |
| 32 | \$ 281,588.53 | \$ 10,998.13 | \$ 8,602.28 | \$ 2,395.85 | \$ 272,986.25 | | |
| 33 | \$ 272,986.25 | \$ 10,998.13 | \$ 8,675.47 | \$ 2,322.66 | \$ 264,310.78 | | |
| 34 | \$ 264,310.78 | \$ 10,998.13 | \$ 8,749.28 | \$ 2,248.84 | \$ 255,561.49 | AÑO 3 | |
| 35 | \$ 255,561.49 | \$ 10,998.13 | \$ 8,823.73 | \$ 2,174.40 | \$ 246,737.77 | INTERES | CAPITAL |
| 36 | \$ 246,737.77 | \$ 10,998.13 | \$ 8,898.80 | \$ 2,099.33 | \$ 237,838.97 | \$ 30,010.16 | \$ 101,967.39 |
| 37 | \$ 237,838.97 | \$ 10,998.13 | \$ 8,974.52 | \$ 2,023.61 | \$ 228,864.45 | | |
| 38 | \$ 228,864.45 | \$ 10,998.13 | \$ 9,050.87 | \$ 1,947.26 | \$ 219,813.58 | | |
| 39 | \$ 219,813.58 | \$ 10,998.13 | \$ 9,127.88 | \$ 1,870.25 | \$ 210,685.70 | | |
| 40 | \$ 210,685.70 | \$ 10,998.13 | \$ 9,205.54 | \$ 1,792.58 | \$ 201,480.15 | | |
| 41 | \$ 201,480.15 | \$ 10,998.13 | \$ 9,283.87 | \$ 1,714.26 | \$ 192,196.28 | | |
| 42 | \$ 192,196.28 | \$ 10,998.13 | \$ 9,362.86 | \$ 1,635.27 | \$ 182,833.43 | | |
| 43 | \$ 182,833.43 | \$ 10,998.13 | \$ 9,442.52 | \$ 1,555.61 | \$ 173,390.90 | | |
| 44 | \$ 173,390.90 | \$ 10,998.13 | \$ 9,522.86 | \$ 1,475.27 | \$ 163,868.04 | | |
| 45 | \$ 163,868.04 | \$ 10,998.13 | \$ 9,603.88 | \$ 1,394.24 | \$ 154,264.16 | | |
| 46 | \$ 154,264.16 | \$ 10,998.13 | \$ 9,685.60 | \$ 1,312.53 | \$ 144,578.56 | AÑO 4 | |
| 47 | \$ 144,578.56 | \$ 10,998.13 | \$ 9,768.01 | \$ 1,230.12 | \$ 134,810.56 | INTERES | CAPITAL |
| 48 | \$ 134,810.56 | \$ 10,998.13 | \$ 9,851.12 | \$ 1,147.01 | \$ 124,959.44 | \$ 19,098.02 | \$ 112,879.53 |
| 49 | \$ 124,959.44 | \$ 10,998.13 | \$ 9,934.93 | \$ 1,063.20 | \$ 115,024.51 | | |
| 50 | \$ 115,024.51 | \$ 10,998.13 | \$ 10,019.46 | \$ 978.67 | \$ 105,005.05 | | |
| 51 | \$ 105,005.05 | \$ 10,998.13 | \$ 10,104.71 | \$ 893.42 | \$ 94,900.34 | | |
| 52 | \$ 94,900.34 | \$ 10,998.13 | \$ 10,190.68 | \$ 807.44 | \$ 84,709.65 | | |
| 53 | \$ 84,709.65 | \$ 10,998.13 | \$ 10,277.39 | \$ 720.74 | \$ 74,432.26 | | |
| 54 | \$ 74,432.26 | \$ 10,998.13 | \$ 10,364.83 | \$ 633.29 | \$ 64,067.43 | | |
| 55 | \$ 64,067.43 | \$ 10,998.13 | \$ 10,453.02 | \$ 545.11 | \$ 53,614.41 | | |
| 56 | \$ 53,614.41 | \$ 10,998.13 | \$ 10,541.96 | \$ 456.17 | \$ 43,072.45 | | |
| 57 | \$ 43,072.45 | \$ 10,998.13 | \$ 10,631.65 | \$ 366.47 | \$ 32,440.79 | | |
| 58 | \$ 32,440.79 | \$ 10,998.13 | \$ 10,722.11 | \$ 276.02 | \$ 21,718.68 | AÑO 5 | |
| 59 | \$ 21,718.68 | \$ 10,998.13 | \$ 10,813.34 | \$ 184.79 | \$ 10,905.34 | INTERES | CAPITAL |
| 60 | \$ 10,905.34 | \$ 10,998.13 | \$ 10,905.34 | \$ 92.79 | \$ 0.00 | \$ 7,018.10 | \$ 124,959.44 |

7.1.4. Cronograma de inversiones

Tabla 51: Cronograma de inversiones

| Cronograma de Inversiones | | | | | | |
|---------------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Rubro | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Activos fijos | | | | | | |
| INSTALACIONES Y VEHICULOS | \$ 540,600.00 | | | | | |
| MUEBLES Y ENSERES | \$ 4,150.00 | | | | | |
| EQUIPOS DE OFICINA | \$ 4,770.00 | | | | | |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | \$ 9,660.00 | | | | | |
| Gastos pre operacionales | | | | | | |
| CONSTITUCIÓN Y PERMISOS | \$ 16,050.00 | | | | | |
| CONSULTORÍAS | \$ 3,500.00 | | | | | |
| PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN | \$ 1,500.00 | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 63,672.83 | | | | | |

7.2. Análisis de costos

7.2.2. Costos fijos

Los costos fijos se detallan a continuación:

Tabla 52: Costos fijos administrativos

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | MENSUAL | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Sueldos y Salarios | \$6,161.67 | \$ 73,940.00 | \$ 85,509.90 | \$ 89,785.40 | \$ 94,274.66 | \$ 98,988.40 |
| Arrendamiento | \$2,000.00 | \$ 24,000.00 | \$ 26,400.00 | \$ 29,040.00 | \$ 31,944.00 | \$ 35,138.40 |
| Servicios básicos (Luz y Agua) | \$ 600.00 | \$ 7,200.00 | \$ 7,200.00 | \$ 7,200.00 | \$ 7,200.00 | \$ 7,200.00 |
| Servicios de Seguridad | \$2,000.00 | \$ 24,000.00 | \$ 24,840.00 | \$ 25,709.40 | \$ 26,609.23 | \$ 27,540.55 |
| Servicios de Limpieza | \$ 500.00 | \$ 6,000.00 | \$ 6,210.00 | \$ 6,427.35 | \$ 6,652.31 | \$ 6,885.14 |
| Telecomunicaciones | \$ 800.00 | \$ 9,600.00 | \$ 9,936.00 | \$ 10,283.76 | \$ 10,643.69 | \$ 11,016.22 |
| Internet | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 | \$ 1,242.00 | \$ 1,285.47 | \$ 1,330.46 | \$ 1,377.03 |
| Mantenimiento web | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 | \$ 1,242.00 | \$ 1,285.47 | \$ 1,330.46 | \$ 1,377.03 |
| Suministros de oficina | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 | \$ 1,242.00 | \$ 1,285.47 | \$ 1,330.46 | \$ 1,377.03 |
| Software (Contable, logístico y CRM) | \$ 300.00 | \$ 3,600.00 | \$ 3,726.00 | \$ 3,856.41 | \$ 3,991.38 | \$ 4,131.08 |
| Gastos de Permisos Municipales y Bomberos | \$ 600.00 | \$ 7,200.00 | \$ 7,452.00 | \$ 7,712.82 | \$ 7,982.77 | \$ 8,262.17 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$13,261.67 | \$159,140.00 | \$174,999.90 | \$183,871.55 | \$193,289.43 | \$203,293.04 |

Tabla 53: Costos fijos de publicidad

| GASTOS DE PUBLICIDAD | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Publicaciones en Revistas o Stand en ferias | \$ 500.00 | \$ 518.50 | \$ 537.68 | \$ 557.58 | \$ 578.21 |
| TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD | \$ 500.00 | \$ 518.50 | \$ 537.68 | \$ 557.58 | \$ 578.21 |

Los sueldos administrativos comprenden los de 6 empleados que son:

Tabla 54: Sueldos administrativos

| Cargo | N. | Sueldo |
|--------------------------|----|------------|
| Gerente General | 1 | \$ 1000.00 |
| Jefe de Logística | 1 | \$ 800.00 |
| Jefe de Financiero | 1 | \$ 800.00 |
| Jefe de Recursos Humanos | 1 | \$ 800.00 |
| Jefe de Marketing | 1 | \$ 800.00 |
| Asesor Comercial | 1 | \$ 800.00 |

Otros gastos administrativos como arrendamiento, servicios básicos, de limpieza, de seguridad, comunicación y mantenimientos. Para el crecimiento de los gastos fijos anuales se considera la tasa de inflación general proyectada al año 2017 excepto el rubro de arrendamiento que tendrá un crecimiento de 10% anual.

7.2.3. Costos variables

Los costos variables para este proyecto son los gastos que se incurren al momento de ofrecer los servicios, estos se detallan a continuación:

Tabla 55: Servicios de almacenajes

| SERVICIOS DE ALMACENAJE | CANT | GASTO MENSUAL |
|---|------|---------------|
| Sueldo Supervisor | 1 | \$ 732.53 |
| Sueldo Chofer (Montacargas) | 1 | \$ 732.53 |
| Sueldo Auxiliar (Bodega) | 1 | \$ 493.56 |
| Equipos Protección Personal | 3 | \$ 75.00 |
| Materiales utilizados para el almacenamiento | 1 | \$ 200.00 |
| Combustible (Gas Industrial) | 1 | \$ 80.00 |
| Mantenimiento del vehículo (aceite - filtros) | 1 | \$ 100.00 |
| Seguro de Instalaciones (Incendio, Robo, Mercadería.) | 1 | \$ 20.83 |
| Depreciación del Montacargas | 1 | \$ 333.33 |

| | | |
|---|----|--------------------|
| Depreciación del Instalaciones | 1 | \$ 1,000.00 |
| Depreciación del Rack | 80 | \$ 106.67 |
| Total Gastos Servicios de almacenaje | | \$ 3,874.44 |
| Posiciones en una Bodega | | 640 |
| Costo por Posición | | \$ 6.05 |

Tabla 56: Servicios de transporte

| SERVICIOS DE TRANSPORTE | CANT | GASTO MENSUAL |
|---|------|--------------------|
| Sueldo Chofer | 1 | \$ 732.53 |
| Sueldo Auxiliar | 1 | \$ 483.14 |
| Alimentación | 20 | \$ 240.00 |
| Peajes | 20 | \$ 300.00 |
| EPP's | 2 | \$ 50.00 |
| Materiales de carga y descarga | 1 | \$ 50.00 |
| Combustible | 5000 | \$ 400.00 |
| Consumo de Llantas | 1 | \$ 125.00 |
| Mantenimiento del vehículo (aceite - filtros) | 1 | \$ 200.00 |
| Matriculación, Impuesto Verde | 1 | \$ 100.00 |
| Seguro del Vehículo y responsabilidad Civil | 30 | \$ 204.17 |
| Seguro de mercadería. | 1 | \$ 20.00 |
| GPS, monitoreo | 1 | \$ 16.67 |
| Depreciación del Vehículo | 1 | \$ 1,166.67 |
| Total Gastos Servicios de Transporte | | \$ 4,088.17 |
| Kilómetros mensuales recorridos | | 5,000.00 |
| Costo por kilometraje | | \$ 0.82 |
| Toneladas promedio por Km | | 10 |
| Costo Por Tonelada/km | | 0.08 |

7.3. Capital de trabajo

7.3.2. Gastos de operación

Los gastos operativos son los mismos que se encuentran en el ítem de costos variables. Para el cálculo de capital de trabajo se ha decidido multiplicar por tres meses este rubro para que la empresa tenga liquidez por todo el tiempo del proyecto. A continuación se muestra los gastos operativos mensuales:

Tabla 57: Gastos operativos

| GASTOS OPERATIVOS | MENSUAL |
|---|--------------------|
| Sueldo y Salarios Supervisores | \$ 1,106.60 |
| Sueldo y Salarios Choferes | \$ 5,766.45 |
| Sueldo y Salarios Auxiliares | \$ 3,854.72 |
| Equipos Protección Personal | \$ 900.00 |
| Materiales utilizados para la carga y descarga | \$ 300.00 |
| Materiales utilizados para el almacenamiento | \$ 1,000.00 |
| Combustible Unidades de Transporte | \$ 2,100.00 |
| Combustible Montacargas | \$ 120.00 |
| Mantenimiento de Vehículos, aceite - filtros. | \$ 1,200.00 |
| Mantenimiento de Montacargas | \$ 100.00 |
| Matriculación, Impuesto Verde | \$ 500.00 |
| Seguro del Vehículo y Responsabilidad Civil | \$ 1,020.83 |
| Seguro de Instalaciones (Incendio, Robo, Mercadería.) | \$ 83.33 |
| Seguro de Transporte (Mercadería) | \$ 333.33 |
| Extras – Multas - Accidentes - Riesgos laborales - etc. | \$ 1,400.00 |
| Total Gastos Operativos | \$19,785.27 |

7.3.3. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los mismos que se encuentran en el ítem de costos fijos. Para el cálculo de capital de trabajo se ha decidido multiplicar por tres meses este rubro para que la empresa tenga liquidez por todo el tiempo del proyecto. A continuación se muestran los gastos administrativos mensuales.

Tabla 58: Gastos administrativos

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | MENSUAL |
|---|---------------------|
| Sueldos y Salarios | \$ 3,652.52 |
| Arrendamiento | \$ 2,000.00 |
| Servicios básicos (Luz y Agua) | \$ 600.00 |
| Servicios de Seguridad | \$ 2,000.00 |
| Servicios de Limpieza | \$ 500.00 |
| Telecomunicaciones | \$ 800.00 |
| Internet | \$ 100.00 |
| Mantenimiento web | \$ 100.00 |
| Suministros de oficina | \$ 100.00 |
| Software (Contable, logístico y CRM) | \$ 300.00 |
| Gastos de Permisos Municipales y Bomberos | \$ 500.00 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 10,652.52 |

Tabla 59: Gastos de publicidad

| GASTOS DE PUBLICIDAD | | MENSUAL |
|---|-----------|---------------|
| Publicaciones en Revistas o Stand en ferias | \$ | 500.00 |
| TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD | \$ | 500.00 |

Para estos gastos se le ha considerado un incremento por año de 3.5% que es el promedio de la inflación proyectada, se detalla a continuación:

Tabla 60: Gastos operativos anuales

| GASTOS OPERATIVOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Sueldo y Salarios Supervisores | \$ 13,279.20 | \$ 15,360.28 | \$ 16,128.30 | \$ 16,934.71 | \$ 17,781.45 |
| Sueldo y Salarios Choferes | \$ 69,197.40 | \$ 80,215.25 | \$ 84,226.02 | \$ 88,437.32 | \$ 92,859.18 |
| Sueldo y Salarios Auxiliares | \$ 46,256.60 | \$ 53,608.09 | \$ 56,288.49 | \$ 59,102.91 | \$ 62,058.06 |
| Equipos Protección Personal | \$ 10,800.00 | \$ 11,199.60 | \$ 11,613.99 | \$ 12,043.70 | \$ 12,489.32 |
| Materiales utilizados para la carga y descarga | \$ 3,600.00 | \$ 3,733.20 | \$ 3,871.33 | \$ 4,014.57 | \$ 4,163.11 |
| Materiales utilizados para el almacenamiento | \$ 12,000.00 | \$ 12,444.00 | \$ 12,904.43 | \$ 13,381.89 | \$ 13,877.02 |
| Combustible Unidades de Transporte | \$ 25,200.00 | \$ 25,200.00 | \$ 25,200.00 | \$ 25,200.00 | \$ 25,200.00 |
| Combustible Montacargas | \$ 1,440.00 | \$ 1,440.00 | \$ 1,440.00 | \$ 1,440.00 | \$ 1,440.00 |
| Mantenimiento de Vehículos, aceite - filtros. | \$ 14,400.00 | \$ 14,932.80 | \$ 15,485.31 | \$ 16,058.27 | \$ 16,652.43 |
| Mantenimiento de Montacargas | \$ 1,200.00 | \$ 1,244.40 | \$ 1,290.44 | \$ 1,338.19 | \$ 1,387.70 |
| Matriculación, Impuesto Verde | \$ 6,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 6,000.00 |
| Seguro del Vehículo y responsabilidad Civil | \$ 12,250.00 | \$ 12,703.25 | \$ 13,173.27 | \$ 13,660.68 | \$ 14,166.13 |
| Seguro de Instalaciones (Incendio, Robo, Mercadería.) | \$ 1,000.00 | \$ 1,037.00 | \$ 1,075.37 | \$ 1,115.16 | \$ 1,156.42 |
| Seguro de Transporte (Mercadería) | \$ 4,000.00 | \$ 4,148.00 | \$ 4,301.48 | \$ 4,460.63 | \$ 4,625.67 |
| Extras – Multas - Accidentes - Riesgos laborales - etc. | \$ 16,800.00 | \$ 16,800.00 | \$ 16,800.00 | \$ 16,800.00 | \$ 16,800.00 |
| Total Gastos Operativos | \$ 237,423.20 | \$ 260,065.87 | \$ 269,798.42 | \$ 279,988.03 | \$ 290,656.49 |

7.3.4. Gastos de ventas

El sistema de ventas de Logiquim S.A. es mediante fuerza de venta por lo que el encargado de la busca de nuevos clientes será el asesor comercial, el gasto de ventas está incluido en los sueldos administrativos.

7.3.5. Gastos financieros

Los gastos financieros son los pagos de intereses de préstamo que se realizará para financiar este proyecto. En el siguiente cuadro se muestra por año el total de interés a pagar:

Tabla 61: Gastos financieros

| | AÑO 1 | AÑO2 | AÑO 3 | AÑO4 | AÑO 5 |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Gastos Financieros | \$ 48,771.76 | \$ 39,867.41 | \$ 30,010.16 | \$ 19,098.02 | \$ 7,018.10 |

7.4. Análisis de variables críticas

7.4.2. Determinación del precio: Mark up y márgenes

Para el cálculo del Mark Up y el margen de contribución se debe restar los gastos operativos totales de los ingresos totales. A continuación, se detallan estos valores en el siguiente cuadro:

Tabla 62: Determinación del precio

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ingresos | \$ 1,082,176.61 | \$ 1,306,728.25 | \$ 1,577,874.36 | \$ 1,905,283.30 | \$ 2,300,629.58 |
| Costos Operativos | \$ 649,305.96 | \$ 772,836.42 | \$ 919,868.55 | \$ 1,094,873.55 | \$ 1,303,173.24 |
| Gastos Administrativos | \$ 159,640.00 | \$ 175,517.40 | \$ 184,407.16 | \$ 193,843.79 | \$ 203,866.80 |
| Mark up | \$ 432,870.64 | \$ 533,891.83 | \$ 658,005.81 | \$ 810,409.75 | \$ 997,456.34 |
| Margen de utilidad | 40.00% | 40.86% | 41.70% | 42.53% | 43.36% |
| Punto de equilibrio | \$ 266,066.67 | \$ 296,768.55 | \$ 316,318.38 | \$ 337,324.19 | \$ 359,907.63 |

7.4.3. Proyección de costos e ingresos en función de la proyección de ventas

A continuación, se presenta la proyección de los ingresos y gastos operativos durante toda la duración del proyecto:

Tabla 63: Proyección de costos

| Estado de pérdidas y ganancias | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Posición | \$ 167,892.47 | \$ 202,730.16 | \$ 244,796.67 | \$ 295,591.98 | \$ 356,927.31 |
| Viajes Cortos (Hasta 200 km) | \$ 253,967.82 | \$ 306,666.14 | \$ 370,299.36 | \$ 447,136.48 | \$ 539,917.30 |
| Viajes medios (Hasta 400 km) | \$ 304,761.38 | \$ 367,999.36 | \$ 444,359.23 | \$ 536,563.77 | \$ 647,900.76 |
| Viajes Largos (Hasta 700 km) | \$ 355,554.94 | \$ 429,332.59 | \$ 518,419.10 | \$ 625,991.07 | \$ 755,884.21 |
| Total Ingresos | \$ 1,082,176.61 | \$ 1,306,728.25 | \$ 1,577,874.36 | \$ 1,905,283.30 | \$ 2,300,629.58 |

| | | | | | |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|
| Costos Operativos | \$ 649,305.96 | \$ 772,836.42 | \$ 919,868.55 | \$ 1,094,873.55 | \$ 1,303,173.24 |
| Contribución Marginal | \$ 432,870.64 | \$ 533,891.83 | \$ 658,005.81 | \$ 810,409.75 | \$ 997,456.34 |

7.4.4. Análisis de punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto donde el total de ingresos cubren la suma de los gastos fijos y variables, por lo que no se genera ni pérdida ni utilidad. Para este cálculo se realiza una división entre el total de gastos fijos con el margen de contribución. A continuación, se muestra el punto de equilibrio:

Tabla 64: Punto de equilibrio

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Gastos Administrativos | \$ 159,640.00 | \$ 175,517.40 | \$ 184,407.16 | \$ 193,843.79 | \$ 203,866.80 |
| Mark up | \$ 432,870.64 | \$ 533,891.83 | \$ 658,005.81 | \$ 810,409.75 | \$ 997,456.34 |
| Punto de equilibrio | \$ 266,066.67 | \$ 296,768.55 | \$ 316,318.38 | \$ 337,324.19 | \$ 359,907.63 |

7.5. Entorno fiscal de la empresa

El impuesto a la renta es un impuesto que se paga sobre las utilidades que obtiene la empresa, se calcula sobre la utilidad operativa después de restarle el 15% de pago de utilidades para los trabajadores. El porcentaje que se considera para el pago del impuesto a la renta es del 22%. (Ley De Régimen Tributario Interno, 2007). A continuación, se muestra los impuestos a cancelar por todo el tiempo del proyecto:

Tabla 65: Pago de impuestos

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Utilidad | \$ 105,576.88 | \$ 220,675.02 | \$ 345,756.50 | \$ 502,855.95 | \$ 691,959.44 |
| Pago de utilidades a empleados | \$ 15,836.53 | \$ 33,101.25 | \$ 51,863.47 | \$ 75,428.39 | \$ 103,793.92 |
| Utilidad antes de impuestos | \$ 89,740.35 | \$ 187,573.76 | \$ 293,893.02 | \$ 427,427.55 | \$ 588,165.52 |
| Impuesto a la Renta | \$ 19,742.88 | \$ 41,266.23 | \$ 64,656.47 | \$ 94,034.06 | \$ 129,396.42 |
| Utilidad / Pérdida Neta | \$ 69,997.47 | \$ 146,307.54 | \$ 229,236.56 | \$ 333,393.49 | \$ 458,769.11 |

7.6. Estados financieros proyectados

7.6.2. Balance general

El balance general proyectado a cinco años se muestra a continuación:

Tabla 66: Balance general a cinco años

| Balance general proyectado | | | | | | |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| ACTIVOS | Inicial | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Activos Corrientes | | | | | | |
| Caja/Bancos | \$ 63,672.83 | \$ 169,346.52 | \$ 321,375.92 | \$ 546,477.10 | \$ 861,603.06 | \$ 1,600,484.73 |
| Total Activos Corrientes | \$ 63,672.83 | \$ 169,346.52 | \$ 321,375.92 | \$ 546,477.10 | \$ 861,603.06 | \$ 1,600,484.73 |
| Activos Fijos | | | | | | |
| Instalaciones y Vehículos | \$ 540,600.00 | \$ 540,600.00 | \$ 540,600.00 | \$ 540,600.00 | \$ 540,600.00 | \$ 540,600.00 |
| Muebles y Enseres | \$ 4,150.00 | \$ 4,150.00 | \$ 4,150.00 | \$ 4,150.00 | \$ 4,150.00 | \$ 4,150.00 |
| Equipos de Oficina | \$ 4,770.00 | \$ 4,770.00 | \$ 4,770.00 | \$ 4,770.00 | \$ 4,770.00 | \$ 4,770.00 |
| Equipos de Computación | \$ 9,660.00 | \$ 9,660.00 | \$ 9,660.00 | \$ 9,660.00 | \$ 9,660.00 | \$ 9,660.00 |
| (-) Depreciación Acumulada | \$ - | \$ (97,832.00) | \$ (195,664.00) | \$ (293,496.00) | \$ (388,108.00) | \$ (482,720.00) |
| Total Activos Fijos | \$ 559,180.00 | \$ 461,348.00 | \$ 363,516.00 | \$ 265,684.00 | \$ 171,072.00 | \$ 76,460.00 |
| Activos Diferidos | | | | | | |
| Gastos Pre operacionales | \$ 21,050.00 | \$ 21,050.00 | | | | |
| (-) Amortización Acumulada | \$ - | \$ (21,050.00) | | | | |
| Total Activos Diferidos | \$ 21,050.00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Total Activos | \$ 643,902.83 | \$ 630,694.52 | \$ 684,891.92 | \$ 812,161.10 | \$ 1,032,675.06 | \$ 1,676,944.73 |
| PASIVOS Y PATRIMONIO | | | | | | |
| Pasivos | | | | | | |
| Cuentas por pagar | | | | | | |
| Préstamo Bancario | \$ 515,122.26 | \$ 431,916.48 | \$ 339,806.35 | \$ 237,838.97 | \$ 124,959.44 | \$ 0.00 |
| Total de Pasivos | \$ 515,122.26 | \$ 431,916.48 | \$ 339,806.35 | \$ 237,838.97 | \$ 124,959.44 | \$ 0.00 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital Social | \$ 128,780.57 | \$ 128,780.57 | \$ 128,780.57 | \$ 128,780.57 | \$ 128,780.57 | \$ 128,780.57 |
| Utilidad del Ejercicio | \$ - | \$ 69,997.47 | \$ 146,307.54 | \$ 229,236.56 | \$ 333,393.49 | \$ 458,769.11 |
| Utilidades Retenidas | \$ - | \$ - | \$ 69,997.47 | \$ 216,305.01 | \$ 445,541.57 | \$ 778,935.06 |
| (+) Recuperación de Activos | | | | | | \$ 76,460.00 |
| (+) Venta de Unidades | | | | | | \$ 234,000.00 |
| Total Patrimonio | \$ 128,780.57 | \$ 198,778.04 | \$ 345,085.57 | \$ 574,322.13 | \$ 907,715.62 | \$ 1,676,944.73 |
| Total Pasivo + Patrimonio | \$ 643,902.83 | \$ 630,694.52 | \$ 684,891.92 | \$ 812,161.10 | \$ 1,032,675.06 | \$ 1,676,944.73 |

7.6.3. Estado de pérdidas y ganancias

En la siguiente tabla se muestra el estado de pérdidas y ganancias de la empresa:

Tabla 67: Estado de resultados

| Estado de pérdidas y ganancias | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Posición | \$ 167,892.47 | \$ 202,730.16 | \$ 244,796.67 | \$ 295,591.98 | \$ 356,927.31 |
| Viajes Cortos (Hasta 200 km) | \$ 253,967.82 | \$ 306,666.14 | \$ 370,299.36 | \$ 447,136.48 | \$ 539,917.30 |
| Viajes medios (Hasta 400 km) | \$ 304,761.38 | \$ 367,999.36 | \$ 444,359.23 | \$ 536,563.77 | \$ 647,900.76 |
| Viajes Largos (Hasta 700 km) | \$ 355,554.94 | \$ 429,332.59 | \$ 518,419.10 | \$ 625,991.07 | \$ 755,884.21 |
| Total Ingresos | \$ 1,082,176.61 | \$ 1,306,728.25 | \$ 1,577,874.36 | \$ 1,905,283.30 | \$ 2,300,629.58 |
| Costos Operativos | \$ 649,305.96 | \$ 772,836.42 | \$ 919,868.55 | \$ 1,094,873.55 | \$ 1,303,173.24 |
| Contribución Marginal | \$ 432,870.64 | \$ 533,891.83 | \$ 658,005.81 | \$ 810,409.75 | \$ 997,456.34 |
| Gastos Administrativos | \$ 159,140.00 | \$ 174,999.90 | \$ 183,871.55 | \$ 193,289.43 | \$ 203,293.04 |
| Gastos de Publicidad | \$ 500.00 | \$ 517.50 | \$ 535.61 | \$ 554.36 | \$ 573.76 |
| Depreciación Instalaciones y Vehículos | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 |
| Depreciación Equipos Oficina | \$ 5,432.00 | \$ 5,432.00 | \$ 5,432.00 | \$ 2,212.00 | \$ 2,212.00 |
| Amortización gastos pre operativos | \$ 21,050.00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Total Gastos Operativos | \$ 278,522.00 | \$ 273,349.40 | \$ 282,239.16 | \$ 288,455.79 | \$ 298,478.80 |
| Utilidad Operativa | \$ 154,348.64 | \$ 260,542.43 | \$ 375,766.65 | \$ 521,953.96 | \$ 698,977.54 |
| Gastos Financieros | \$ 48,771.76 | \$ 39,867.41 | \$ 30,010.16 | \$ 19,098.02 | \$ 7,018.10 |
| Utilidad | \$ 105,576.88 | \$ 220,675.02 | \$ 345,756.50 | \$ 502,855.95 | \$ 691,959.44 |
| Participación de utilidades a los empleados | \$ 15,836.53 | \$ 33,101.25 | \$ 51,863.47 | \$ 75,428.39 | \$ 103,793.92 |
| Utilidad antes de impuestos | \$ 89,740.35 | \$ 187,573.76 | \$ 293,893.02 | \$ 427,427.55 | \$ 588,165.52 |
| Impuesto a la Renta | \$ 19,742.88 | \$ 41,266.23 | \$ 64,656.47 | \$ 94,034.06 | \$ 129,396.42 |
| Utilidad / Pérdida Neta | \$ 69,997.47 | \$ 146,307.54 | \$ 229,236.56 | \$ 333,393.49 | \$ 458,769.11 |

7.6.3.1. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja proyectado muestra la entrada y salida de dinero del proyecto en la duración del proyecto, a continuación, se muestra el flujo de caja:

Tabla 68: Proyección de flujo de efectivo

| FLUJO DE EFECTIVO | | | | | |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Utilidad / Pérdida Neta | \$ 69,997.47 | \$ 146,307.54 | \$ 229,236.56 | \$ 333,393.49 | \$ 458,769.11 |
| (-) Pago de Capital | \$ 83,205.78 | \$ 92,110.13 | \$ 101,967.39 | \$ 112,879.53 | \$ 124,959.44 |
| (+) Depreciación Instalaciones y Vehículos | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 | \$ 92,400.00 |
| (+) Depreciación Equipos de oficina | \$ 5,432.00 | \$ 5,432.00 | \$ 5,432.00 | \$ 2,212.00 | \$ 2,212.00 |
| (+) Amortización de gastos pre operativos. | \$ 21,050.00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (+) Recuperación de Activos | | | | | \$ 76,460.00 |
| (+) Recuperación de Capital de Trabajo | | | | | \$ 63,672.83 |
| (+) Venta de Unidades | | | | | \$ 234,000.00 |
| Flujo Final | \$ 105,673.69 | \$ 152,029.41 | \$ 225,101.17 | \$ 315,125.97 | \$ 738,881.67 |

7.6.3.1.1. Indicadores de rentabilidad y costo del capital

7.6.3.1.1.1. TMAR

La TMAR es la tasa mínima aceptable requerida del proyecto, por lo que se la calculo realizando una ponderación con las dos fuentes de financiamiento mencionadas anteriormente.

Tabla 69: Cálculo de la TMAR

| | TMAR | PORCENTAJE | |
|--------------------------|--------|-------------------|---------------|
| TMAR Riesgo de Inversion | 19.56% | 20% | 3.91% |
| TMAR Prestamo Bancario. | 10.21% | 80% | 8.168% |
| | | TMAR TOTAL | 12.08% |

7.6.3.1.1.2. VAN

El VAN es el valor actual neto que se lo calcula llevando a valor presente todos los flujos de efectivo esperados durante el tiempo del proyecto menos la inversión inicial. La tasa que se utilizó para el cálculo es la TMAR.

Tabla 70: VAN

| TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| PERIODO | FLUJOS | VP FLUJOS | ACUMULADO |
| 0 | \$ (643,902.83) | \$ (643,902.83) | \$ (643,902.83) |
| 1 | \$ 105,673.69 | \$94,284.13 | \$ 549,618.69 |
| 2 | \$ 152,029.41 | \$121,023.87 | \$ 428,594.82 |
| 3 | \$ 225,101.17 | \$159,879.55 | \$ 268,715.28 |
| 4 | \$ 315,125.97 | \$199,696.78 | \$ 69,018.50 |
| 5 | \$ 738,881.67 | \$417,766.38 | \$ 348,747.88 |

El valor del Valor actual neto es de \$ \$ 348,747.88 dólares.

7.6.3.1.1.3. TIR

La TIR, es la tasa interna de retorno, la cual muestra la tasa de rentabilidad real del proyecto. Si la TIR esta es mayor que la TMAR el proyecto es rentable, pero es recomendable que la TIR sea suficientemente alta para que en caso de un escenario poco favorable el proyecto siga siendo rentable. La TIR de este proyecto es de un 26.33%.

7.6.3.1.1.4. Payback

El Payback es el tiempo en que se recupera la inversión inicial del proyecto, en este cado la recuperación del proyecto es de 5 años. A continuación, se muestra una tabla detallada.

Tabla 71: Periodo de retorno

| TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| PERIODO | FLUJOS | VP FLUJOS | ACUMULADO |
| 0 | \$ (643,902.83) | \$ (643,902.83) | \$ (643,902.83) |
| 1 | \$ 105,673.69 | \$94,284.13 | \$ 549,618.69 |
| 2 | \$ 152,029.41 | \$121,023.87 | \$ 428,594.82 |
| 3 | \$ 225,101.17 | \$159,879.55 | \$ 268,715.28 |
| 4 | \$ 315,125.97 | \$199,696.78 | \$ 69,018.50 |
| 5 | \$ 738,881.67 | \$417,766.38 | \$ 348,747.88 |

7.7. Análisis de sensibilidad multivariantes o de escenarios múltiples

En el rubro de ingresos que es uno de los indicadores más significativos para medir la productividad de la empresa se analizó con un 10% de incremento

y de decrecimiento en las ventas. A continuación, se muestra los resultados en el cuadro:

Tabla 72: Multivariantes - Productividad

| Resumen de escenario | | | | |
|-----------------------------|--|-------------------|---------------|---------------|
| | | Valores actuales: | Optimista | Pesimista |
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Productividad | | 0 | 10% | -10% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| VAN | | \$ 348,747.88 | \$ 393,950.56 | \$ 304,761.59 |
| TIR | | 26.33% | 27.87% | 24.78% |

En el rubro de gastos variables se analizó con un 10% de aumento y disminución: En el siguiente cuadro se muestra los resultados:

Tabla 73: Multivariantes - Gastos variables

| Resumen de escenario | | | | |
|-----------------------------|--|-------------------|---------------|---------------|
| | | Valores actuales: | Optimista | Pesimista |
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Gasto variable | | 0 | -10% | 10% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| Van | | \$ 348,747.88 | \$ 364,277.30 | \$ 333,109.95 |
| TIR | | 26.33% | 26.87% | 25.78% |

De igual manera se hizo el análisis en los costos fijo, se hizo un 10% de incremento y de disminución en este rubro. A continuación, se muestran los resultados en el siguiente cuadro:

Tabla 74: Multivariantes - Gastos administrativos

| Resumen de escenario | | | | |
|-----------------------------|--|-------------------|---------------|---------------|
| | | Valores actuales: | Optimista | Pesimista |
| Celdas cambiantes: | | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | 0 | -10% | 10% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| VAN | | \$ 348,747.88 | \$ 352,697.29 | \$ 344,753.50 |
| TIR | | 26.33% | 26.47% | 26.19% |

Finalmente se realizó el mismo análisis, pero realizando las variaciones en los tres rubros antes mencionados. A continuación, se muestran los resultados.

Tabla 75: Multivariantes totales

| Resumen de Escenario Multivariantes | | | |
|-------------------------------------|-------------------|---------------|---------------|
| | Valores actuales: | Optimista | Pesimista |
| Celdas cambiantes: | | | |
| Crecimiento de ventas | 0 | 10% | -10% |
| Costos Variables | 0 | -10% | 10% |
| Costos Fijos | 0 | -10% | 10% |
| Celdas de resultado: | | | |
| VAN | \$ 348,747.88 | \$ 414,058.34 | \$ 285,743.97 |
| TIR | 26.33% | 28.54% | 24.09% |

7.8. Razones financieras

7.8.2. Liquidez

El índice de capital neto de trabajo se calcula restando los pasivos corrientes de los activos corrientes. A continuación, se detallan la liquidez de la empresa:

Tabla 76: Ratios de liquidez

| Liquidez | | | | | | |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | PROM |
| Capital Neto de Trabajo | 169,346.52 | 314,493.24 | 523,081.20 | 808,463.75 | 1,499,684.33 | 663,013.81 |

7.8.3. Gestión

Los ratios de gestión miden básicamente las ventas ya son comparadas con los activos fijos, totales y capital de trabajo. Si los ratios son mayores a 1 demuestra el uso eficiente de estos activos por que las ventas son mayores a estas. En este cuadro se demuestran los ratios de gestión de este proyecto:

Tabla 77: Ratios de gestión

| Gestión | | | | | | |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | PROM |
| Rotación del Activo Fijo | 1.94 | 2.80 | 4.23 | 6.89 | 12.76 | 5.72 |
| Rotación del Activo Total | 1.68 | 2.04 | 2.27 | 2.32 | 2.23 | 2.11 |
| Rotación de Capital de Trabajo | 17.00 | 20.25 | 24.14 | 28.77 | 34.28 | 24.89 |

7.8.4. Endeudamiento

Los ratios de endeudamiento indican en que forma está financiada la empresa, si es con financiamiento propio o de terceros. El índice de endeudamiento, que se calcula de la división entre el total de los pasivos para el total de los activos, mide el porcentaje de financiamiento de los activos en relación con el financiamiento externo, lo que indica que en el primer año el 80% de los activos de la empresa están financiados con capital externo. Mientras que el índice de Autonomía muestra lo contrario y en el proyecto nos dice que en el primer año el 20% de los activos son financiados con fondos propios.

Tabla 78: Ratios de endeudamiento

| Apalancamiento | | | | | | |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | PROM |
| Endeudamiento | 0.80 | 0.68 | 0.50 | 0.30 | 0.13 | 0.48 |
| Apalancamiento Interno | 0.25 | 0.46 | 1.00 | 2.32 | 6.84 | 2.17 |
| Apalancamiento Externo | 4.00 | 2.17 | 1.00 | 0.43 | 0.15 | 1.55 |
| Autonomía | 0.20 | 0.32 | 0.50 | 0.70 | 0.87 | 0.52 |

7.8.5. Rentabilidad

Los índices de rentabilidad indican el porcentaje de ganancia que en cada utilidad. Mientras que el ROA y ROE mide la rentabilidad que la empresa tiene sobre los activos y sobre el patrimonio.

Tabla 79: Ratios de rentabilidad

| Rentabilidad | | | | | | |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | PROM |
| Margen Utilidad Bruta | 40.00% | 40.66% | 41.31% | 41.95% | 42.59% | 41.30% |
| Margen Utilidad Operativa | 14.26% | 19.40% | 22.83% | 26.05% | 28.73% | 22.25% |
| Margen Utilidad Antes Impuestos | 8.29% | 13.86% | 17.74% | 21.25% | 24.14% | 17.06% |
| Margen Utilidad Neta | 6.47% | 10.81% | 13.84% | 16.58% | 18.83% | 13.31% |
| Rendimiento del activo(ROA) | 10.87% | 22.11% | 31.37% | 38.50% | 41.97% | 28.96% |
| Rendimiento del patrimonio(ROE) | 54.35% | 70.14% | 62.90% | 55.12% | 48.11% | 58.12% |
| Rendimiento Capital deTrabajo | 109.93 % | 218.97 % | 334.09 % | 476.89 % | 645.66 % | 357.11 % |

7.9. Conclusión financiera

Como conclusión financiera el proyecto es viable porque el VAN es positivo entre otras palabras es mayor a cero por lo que el proyecto se acepta. La TIR es de 26% aproximadamente por lo que está por encima de la TMAR que es la tasa mínima esperada por los accionistas de la empresa. Incluso en un escenario pesimista la TIR supera a la TMAR demostrando que el riesgo del proyecto es bajo.

Con respecto al análisis financiero los índices de rentabilidad muestran márgenes altos de ganancias y los demás ratios indican un buen manejo de los recursos de la empresa, por lo que Logiquim S.A. podría ser una empresa muy saludable financieramente.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. Plan de contingencia

8.1. Principales riesgos

Se considera que los principales riesgos que tendría Logiquim S.A. podrían ser de dos formas, el riesgo en el ámbito interno y riesgo en el ámbito externo de la empresa.

Los riesgos internos que se podrían presentar serían bajo estándar en la calidad del servicio, mal manejo de los recursos de la empresa, bajo nivel de ventas, accidentes o incidentes en las actividades operativas de la empresa.

Los riesgos en el ámbito externo podrían ser medidas de acción y respuesta de los competidores de la industria, nuevos competidores a la industria o nuevas leyes que afectarían el desarrollo del proyecto.

Para mitigar estos riesgos se creará un plan de contingencia donde se establecerán los riesgos, monitoreo de control y acciones correctivas en caso de que se presenten estos riesgos dentro del proyecto.

8.2. Monitoreo y control del riesgo

Para el monitoreo y control de riesgos se ha considerado indicadores que medirán y controlarán de forma adecuada los riesgos esperados. A continuación, se muestra los principales riesgos con sus indicadores y responsables del control:

Tabla 80: Control de riesgo

| RIESGOS | | INDICADOR | PERIODICIDAD | RESPONSABLE |
|----------|---|-------------------------------------|--------------|-------------------|
| Internos | Bajo estándar de la calidad del servicio | Indicadores de calidad del servicio | Trimestral | Jefe de Logística |
| | Mal manejo de los recursos de la empresa | Presupuesto compra y gastos | Mensual | Jefe Financiero |
| | Bajo nivel de ventas | Presupuesto Ventas | Mensual | Jefe Financiero |
| | Accidentes o incidentes en las actividades operativas | Indicadores de calidad del servicio | Trimestral | Jefe de Logística |
| Externos | Respuesta de los competidores | Presupuesto Ventas | Mensual | Gerente General |
| | Nuevos competidores a la industria | Presupuesto Ventas | Mensual | Jefe de Marketing |
| | Nuevas leyes | Leyes Creadas | Anual | Gerente General |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

8.3. Acciones correctivas

Para la revisión y control de los riesgos que puede tener la empresa y la toma de acciones correctivas deberán de realizarse reuniones periódicas entre el gerente general y los responsables de departamento:

Tabla 81: Acciones correctivas

| RIESGOS | INDICADOR | ACCIONES CORRECTIVAS | RESPONSABLE |
|---|-------------------------------------|--|-------------------|
| Bajo estándar de la calidad del servicio | Indicadores de calidad del servicio | Programas de capacitaciones. | Jefe de Logística |
| Mal manejo de los recursos de la empresa | Presupuesto compra y gastos | Aumentar número de proveedores y mejorar la calidad y precio de insumos. | Jefe Financiero |
| Bajo nivel de ventas | Presupuesto Ventas | Programas agresivos de visita a nuevos clientes potenciales. | Asesor comercial |
| Accidentes o incidentes en las actividades operativas | Indicadores de calidad del servicio | Programas de capacitaciones. | Jefe de Logística |
| Respuesta de los competidores | Presupuesto Ventas | Campañas agresivas de marketing para crear nuevas estrategias. | Jefe de Marketing |
| Nuevos competidores a la industria | Presupuesto Ventas | Campañas agresivas de marketing para crear nuevas estrategias. | Jefe de Marketing |
| Nuevas leyes y Reglamentos | Leyes Creadas | Controles de permisos de la empresa para evitar sanciones. | Gerente General |

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9. Conclusiones

Una vez de haber concluido el trabajo de investigación, realizado y analizado los respectivos datos obtenidos se llega a las siguientes conclusiones:

El proyecto para la creación de una empresa de logística y transporte de productos agroquímicos en el Cantón Duran es factible porque al realizar los análisis de la investigación de mercado, plan de marketing y el plan financiero, estos indican datos favorables para la implementación del proyecto.

- En la investigación de mercado se determinó la demanda y oferta de servicios de almacenamiento y transporte de agroquímicos, la demanda indicó que se importan 180,000 toneladas anuales aproximadamente, por lo que la la demanda mensual de agroquímicos es de 12,000 toneladas aproximadamente. La oferta para el almacenamiento y transporte de agroquímicos es baja ya que en el mercado se encuentran cuatro o cinco empresas especializadas en la manipulación de sustancias peligrosas y el precio por el servicio es costoso. También se conoció que el crecimiento del sector agropecuario en el Ecuador crece a una tasa del 4%, lo que es una tasa muy interesante para la implementación del proyecto.

Dentro del plan de marketing se diseñó estrategias de penetración de mercado, de posicionamiento, de precios, de marketing y ventas para la comunicación efectiva del servicio a los clientes.

- En el análisis del estudio técnico de los procesos productivos se proporcionó información importante para la implementación del proyecto en su parte operativa, además de conocer la inversión inicial, la ubicación del proyecto, las capacidades máximas de los servicios y el número de personas que trabajarían con sus funciones.
- El análisis del plan financiero arrojó datos importantes como la tabla de flujos esperados que indican saldos positivos, la tasa interna de retorno de inversión que sería de un 26% aproximadamente y un VAN positivo de \$ 348,747.88 dólares aproximadamente. Inclusive en un escenario pesimista el proyecto es suficientemente rentable.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10. Recomendaciones

Finalmente, luego de haber concluido el trabajo de investigación y haber definido las conclusiones se llega a las siguientes recomendaciones:

- Logiquim S.A. deberá buscar clientes potenciales que tengan la necesidad de los dos servicios tanto el de almacenamiento como el de transporte, porque con estas empresas se obtendrá mayores ingresos ya que utilizarán los dos servicios ofrecidos.
- Logiquim S.A. deberá buscar de preferencia empresas multinacionales porque estas empresas tienen mecanismos de contratación más rigurosos y buscarán proveedores especializados en el manejo de productos agroquímicos.
- Logiquim S.A. deberá obtener todos los permisos y certificaciones necesarios para el funcionamiento de la empresa, para no tener problemas en cuanto a las actividades administrativas y operativas de la empresa.
- Logiquim S.A. deberá difundir todos los programas de capacitación que sugieren los consultores ambientales y que estén descritos dentro del plan de contingencia para el manejo de productos peligrosos, para reducir los riesgos de accidentes por el mal manejo de productos peligrosos.
- Logiquim S.A. deberá tener contratos notariados con todos los clientes para evitar problemas legales en caso de terminar las relaciones comerciales.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11. Fuentes

Bibliografía

- Ballou, R. H. (2004). *Logística Administración de la cadena de suministro*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Carrasco, I., & Carrasco, M. S. (2008). *El emprendedo schumpeteriano y el contexto social*.
- CFN. (2016). Obtenido de Corporación Financiera Nacional:
<http://www.cfn.fin.ec/>
- CHOPRA, S. y. (2008). *Administración de la cadena de suministro*. México: PEARSON EDUCACIÓN,.
- Código de Trabajo*. (2015). Quito.
- CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES . (2016). *CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES* . Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>
- Globandina. (2015). *Globandina, Logística Integral* . Obtenido de <http://www.globandina.com/>
- Grain. (2006). Obtenido de Organización Internaciona:
http://www.grain.org/biodiversidad_files/biodiv-49-
- Hernández, I. B. (2011). *Clasificación de las inversiones*.
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, L. M. (2010). Metodología de la Investigación 5th ed. En S. Hernandez, & F. Collado, *Metodología de la Investigación* (pág. 79). Mexico: MCGRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. M. (2010). Metodología de la Investigación 5th ed. En S. Hernandez, & F. Collado, *Metodología de la Investigación* (pág. 79). Mexico: MCGRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A.

- Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (2013). *El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización*. Bogotá.
- IEPI. (2013). *Ley de propiedad intelectual*. Quito.
- Ley de compañías. (1999). *Ley de compañías*. Quito.
- LEY ORGANICA DE ADUANAS, CODIFICACION. (2007). *LEY ORGANICA DE ADUANAS, CODIFICACION*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf>
- MAE. (2016). Obtenido de Ministerio del Ambiente: www.ambiente.gob.ec
- Monteros Guerrero, S. S. (2015). *PANORAMA AGROECONÓMICO DEL ECUADOR*. Ecuador: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- OTI. (1993). *Guía sobre seguridad y salud en el uso de productos agroquímicos*. Ginebra.
- PHILIP KOTLER, V. W. (2005). *Principios del Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Pro Ecuador*. (2016). Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: www.proecuador.gob.ec
- Quifatex. (2015). *Quifatex*. Obtenido de www.quifatex.com
- RAE. (2014). *Real Academia de la Lengua Española*. Madrid, España: RAE.
- Revista El Agro*. (2017). Obtenido de <http://www.revistaelagro.com/>
- Sampieri, R. H. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Senplades. (2009). *buen vivir*. Recuperado el 2016, de www.senplades.gov.ec
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito, Ecuador.
- SINDE. (13 de Diciembre de 2015). *Líneas de Investigación*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://www2.ucsg.edu.ec/sinde/acerca-de/lineas-de-investigacion.html>
- Walther, L. M. (2009). *Long-Term Assets*. Ventus Publishing.
- Webster's New Encyclopedic Dictionary . (1993). *Webster's New Encyclopedic Dictionary* . New York: Black Dog & Leventhal Publishers.
- Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de negocios*. Lima: USAID.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12. Anexos

Anexo 1: Entrevista Preliminar

Entrevista a experto:

1. ¿Cómo ve el panorama de la logística y transporte en el mercado ecuatoriano?
2. ¿Cuáles son los factores claves de éxito para una empresa de logística y transporte?
3. ¿Cuáles son los principales problemas con los que se encuentra una empresa al momento de iniciar las operaciones?

Anexo 2: Entrevista a Potenciales Clientes

1. ¿Qué actividad económica desarrolla su empresa?
2. ¿Cómo ve el panorama de los agroquímicos en el Ecuador?
3. ¿Cuáles son los productos que comercializan y distribuyen?
4. ¿Cuál es la clasificación de su empresa?
 - a. Pequeña (10 a 49 empleados 100,000 a 1 millón)
 - b. Mediana (50 a 199 empleados 1 a 5 millones)
 - c. Grande (más de 200 empleados, más de 5 millones)
5. ¿Sabes usted cual es la importancia de las actividades logísticas para su empresa?
 - a. Sumamente importante
 - b. Importante
 - c. Más o menos importante
 - d. Poco importante
 - e. Nada importante
6. ¿Cuáles son las actividades logísticas más importantes que necesita su empresa?
 - a. Almacenamiento
 - b. Distribución
 - c. Ambas.
 - d. Otras _____
7. En la actualidad ¿Qué servicios estaría dispuesto a contratar?
8. ¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de un operador logístico que brinde ambos servicios (Almacenamiento y Transporte).
 - a. Muy dispuesto

- b. Más o menos dispuesto
- c. Poco dispuesto
- d. Nada dispuesto

9. ¿Cuáles son los factores más importantes al momento de contratar una operadora logística. Qué factores tendría en cuenta a la hora de contratar este tipo de servicios?

- a. Trayectoria
- b. Calidad de servicio.
- c. Precio
- d. Normativas legales

Anexos 3: Logo de Logiquim S.A.



Gráfico 23: Logo de Logiquim S.A.

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación personal



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Idrovo Delgado Tomy Alexander con C.C: # **0925760779** autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en el Cantón Durán**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 9 de marzo del 2017

f. _____
Nombre: Idrovo Delgado Tomy Alexander
C.C: # **0925760779**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|--|--|--|------------|
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | Propuesta para la creación de una empresa de logística y transporte en el Cantón Durán | | |
| AUTOR(ES) | Idrovo Delgado Tomy Alexander | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, Mgs. | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Carrera de Emprendimiento | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 9 de marzo del 2017 | No. DE PÁGINAS: | 163 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Logística y transporte | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Plan de negocios, logística, almacenamiento, factibilidad | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>Este trabajado de investigación tiene como finalidad la creación de un centro logístico en el Cantón Durán especializado en la distribución de productos agroquímicos a nivel nacional, ya que dentro de Ecuador se encuentran pocas empresas de almacenaje y transporte especializadas en la manipulación de estas sustancias peligrosas. Este trabajo busca conocer la viabilidad de crear una empresa que ofrezca los servicios de almacenaje y transporte de agroquímicos mediante el análisis del entorno económico del país, determinar la oferta y la demanda de la industria realizando una investigación de mercado, diseñar estrategias de ventas y servicio al cliente mediante el desarrollo de un plan de Marketing, establecer actividades operativas requeridas para el proceso de entrega de los servicios, gestión de calidad y gestión ambiental y finalmente, una evaluación financiera para conocer la rentabilidad del proyecto.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-4-5123367/0997884003 | E-mail: tomy.idrovo@cu.ucsg.edu.ec / tom_idrovo@hotmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | Nombre: Loor Ávila, Beatriz | | |
| | Teléfono: 0994135879 | | |
| | E-mail: Beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec / biachimsc@gmail.com | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |

