



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Plan de Negocios de Servicio Logístico Orientado a las Importadoras de  
Neumáticos en la Región Costa del Ecuador**

**AUTOR:**

**OÑA DOMÍNGUEZ ANDREA DEL ROCÍO**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero Comercial**

**TUTORA:**

**Ec. Pico Versoza Lucia Magdalena, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Oña Domínguez Andrea del Rocío**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

**TUTOR (A)**

---

**Ec. Pico Versoza Lucia Magdalena, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.**

**Guayaquil, 12 de marzo del 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Oña Domínguez Andrea del Rocío**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **“Plan de Negocios de Servicio Logístico orientado a las Importadoras de Neumáticos en la Región Costa del Ecuador”**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, 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, 12 de marzo del 2018**

**LA AUTORA:**

---

**Oña Domínguez Andrea del Rocío**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Oña Domínguez Andrea del Rocío**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Plan de Negocios de Servicio Logístico Orientado a las Importadoras de Neumáticos en la Región Costa del Ecuador**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 12 de marzo del 2018**

**LA AUTORA**

---

**Oña Domínguez Andrea del Rocío**

## REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, the document details are as follows:

- Documento:** [TT Andrea Oña, tutora Carola Mena.docx](#) (D35882386)
- Presentado:** 2018-02-23 20:35 (-05:00)
- Presentado por:** carolamenacampoverde@gmail.com
- Recibido:** carola.mena.ucsg@analysis.urkund.com
- Mensaje:** [TESIS 2014] [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates that 1% of the 37 pages consist of text present in 5 sources.

On the right, the 'Lista de fuentes' (List of sources) tab is active, showing a table with the following entries:

| Categoría | Enlace/nombre de archivo  |
|-----------|---|
|           | <a href="http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/">http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/</a>   |
|           | <a href="#">LLANTICENTRO LM 20-02-2015-2.docx</a>   |
|           | <a href="#">LORENADERA.pdf</a>  |
|           | <a href="https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero">https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero</a>   |
|           | <a href="https://www.telecomunicaciones.gob.ec/conoce-los-beneficios-de-la-tecnologia-4g-en-el-pais/">https://www.telecomunicaciones.gob.ec/conoce-los-beneficios-de-la-tecnologia-4g-en-el-pais/</a> |
|           | <a href="#">Freire Mora Valeria-DG.pdf</a>  |

The bottom toolbar includes icons for navigation and actions: 0 Advertencias, Reiniciar, Exportar, and Compartir.

**LUCIA MAGDALENA PICO VERSOZA**  
**DOCENTE TUTORA**

**ANDREA DEL ROCÍO OÑA DOMÍNGUEZ**  
**ESTUDIANTE**

## **AGRADECIMIENTO**

Ante todo, agradezco a Dios por ser mi fortaleza para seguir adelante, y por permitirme culminar una nueva etapa de mi vida, sin él no hubiera logrado lo que me he propuesto hasta ahora.

A mi hermosa familia por ser mi inspiración de vida, a mi hijo por ser mi luz de cada día, a mi esposo por apoyarme en cada momento, a mis padres que a pesar de la distancia no ha sido impedimento para estar siempre presentes y forjarme a terminar mis estudios, a mi hermano Andrés por ser mi orgullo y apoyo en todo momento.

A mis amigos que de una u otra forma me brindaron su apoyo para llevar a cabo mi proyecto.

Por último y no menos importante agradezco a mis profesores por compartir sus conocimientos a lo largo de esta etapa universitaria.

ANDREA OÑA DOMINGUEZ

## **DEDICATORIA**

A mi hijo para demostrarle que en el mundo no existen adversidades cuando uno quiere superarse, eres mi motor para seguir adelante. A mi madre querida demostrando que todo sacrificio valió la pena, y que sin ella no hubiera llegado hasta donde estoy, gracias por ser mi fuente de amor y valentía.

ANDREA OÑA DOMINGUEZ



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**ING. BALLADARES CALDERÓN GEORGINA ESTHER, MGS.**  
DECANO O DIRECTOR DE LA CARRERA

---

**ING. MURILLO DELGADO ERICK PAUL, MGS.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**ING. VALDIVIEZO VALENZUELA PATRICIA LUCIANA, MGS.**  
OPONENTE



Guayaquil, 23 de febrero de 2018

**Ingeniera**

**Paola Traverso Holguín**

**COORDINADORA UTE B-2017**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**En su despacho**

De mis Consideraciones:

Economista **LUCIA MAGDALENA PICO VERSOZA**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado del **ANDREA DEL ROCIO OÑA DOMINGUEZ**, cúmpleme informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avalo** el trabajo presentado por el estudiante **“ANDREA DEL ROCIO OÑA DOMINGUEZ”**, titulado **"PLAN DE NEGOCIOS DE SERVICIO LOGÍSTICO ORIENTADO A LAS IMPORTADORAS DE NEUMÁTICOS EN LA REGIÓN COSTA DEL ECUADOR"**, por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1 % de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2017 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **"PLAN DE NEGOCIOS DE SERVICIO LOGÍSTICO ORIENTADO A LAS IMPORTADORAS DE NEUMÁTICOS EN LA REGIÓN COSTA DEL ECUADOR"**, somos la Tutora **LUCIA MAGDALENA PICO VERSOZA** y la Srta **ANDREA DEL ROCIO OÑA DOMINGUEZ** y eximo de toda responsabilidad a la Coordinador de titulación y a la Dirección de Carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **7/10 Siete sobre Diez.**

Atentamente,

**Ec. Lucia Magdalena Pico Versoza Mgs.**

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

**Andrea del Rocío Oña Domínguez**

AUTOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

## INDICE GENERAL

|  |       |
|--|-------|
| AGRADECIMIENTO .....   | VI    |
| DEDICATORIA .....  | VII   |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....                                    | VIII  |
| INDICE GENERAL .....   | X     |
| INDICE DE TABLAS .....   | XV    |
| INDICE DE FIGURAS .....  | XVI   |
| ABSTRACT.....  | XVII  |
| RESUMEN .....  | XVIII |
| INTRODUCCIÓN .....   | 2     |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....                                    | 2     |
| ANTECEDENTES .....   | 3     |
| CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA.....                              | 4     |
| JUSTIFICACIÓN .....  | 5     |
| OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....                              | 6     |
| OBJETIVO GENERAL.....  | 6     |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                                      | 6     |
| CAPÍTULO I .....   | 7     |
| 1. MARCO TEORICO .....   | 7     |
| 1.1. PLAN DE NEGOCIOS .....                                      | 7     |
| 1.1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....                            | 8     |
| 1.1.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....            | 8     |
| 1.1.3. ANÁLISIS FODA .....                                       | 9     |
| 1.1.4. LAS CINCO FUERZAS DE PORTER .....                         | 10    |
| 1.1.4.1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes..... | 11    |

|   |    |
|---|----|
| 1.1.4.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.....  | 11 |
| 1.1.4.3. Amenaza de los nuevos competidores entrantes.....          | 12 |
| 1.2. MARCO REFERENCIAL .....  | 13 |
| 1.2.1. ESTABLECER TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO.....              | 13 |
| 1.2.2. VARIABLES QUE SE EXAMINAN EN UN ESTUDIO TÉCNICO .....        | 14 |
| 1.2.3. ESTUDIO FINANCIERO .....                                     | 15 |
| 1.2.3.1. El Valor Actual Neto (VAN) .....                           | 15 |
| 1.2.3.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....                         | 16 |
| 1.2.3.3. Periodo de Recuperación de Capital (PR) .....              | 17 |
| 1.3. MARCO LEGAL.....   | 18 |
| 1.3.1. RESERVAR UN NOMBRE EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS ..... | 18 |
| 1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....                               | 23 |
| 1.5. METODOLOGÍA.....   | 24 |
| 1.5.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....                                | 24 |
| 1.5.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....                                   | 25 |
| 1.5.2.1. Investigación Histórica.....                               | 25 |
| 1.5.2.2. Investigación Descriptiva.....                             | 25 |
| 1.5.2.3. Investigación Experimental.....                            | 25 |
| 1.5.2.4. Investigación Básica.....                                  | 25 |
| 1.5.2.5. Investigación Aplicada.....                                | 25 |
| 1.5.2.6. Investigación Documental.....                              | 26 |
| 1.5.2.7. Investigación de Campo.....                                | 26 |
| 1.6. ALCANCE .....  | 26 |
| 1.7. MUESTRA .....  | 26 |
| 1.8. NÚMERO DE MUESTRA .....  | 27 |
| 1.9. TÉCNICA DE RECOGIDA DE DATOS .....                             | 27 |
| 1.10. ANÁLISIS DE DATOS .....                                       | 29 |
| 1.11. CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....               | 32 |
| CAPITULO II.....  | 33 |
| 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....                                       | 33 |
| 2.1. ANÁLISIS PESTA.....  | 33 |

|  |    |
|--|----|
| 2.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO.....  | 33 |
| 2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO.....   | 33 |
| 2.1.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL.....  | 34 |
| 2.1.4. ANÁLISIS DEL ENTORNO TECNOLÓGICO .....  | 34 |
| Tecnología 4G: .....   | 35 |
| PDA (Personal Digital Assintant):.....   | 35 |
| La Fibra Óptica: .....   | 36 |
| 2.1.5. ANÁLISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL .....  | 36 |
| 2.2. LAS FUERZAS DE PORTER.....  | 36 |
| 2.2.1. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES.....                                 | 37 |
| 2.2.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES.....                               | 37 |
| 2.2.3. AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES .....                                      | 37 |
| 2.2.4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....  | 37 |
| 2.2.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.....   | 38 |
| CAPITULO III.....  | 39 |
| 3. DIAGNÓSTICO INTERNO DE A EMPRESA.....   | 39 |
| 3.1. MISIÓN.....   | 39 |
| 3.2. VISIÓN .....  | 40 |
| 3.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....   | 40 |
| Gerente General: .....   | 41 |
| Asistente Administrativa: .....  | 41 |
| Jefe Comercial: .....  | 41 |
| Jefe de Operaciones: .....   | 42 |
| Auxiliar de Operaciones: .....   | 42 |
| Contador: .....  | 43 |
| 3.4. ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES PRIMARIAS DEL NEGOCIO (CADENA DE VALORES)..... | 43 |
| Logística interna: .....   | 43 |
| Operaciones: .....   | 43 |
| Logística Externa: .....   | 43 |
| 3.5. COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS .....   | 44 |

|   |    |
|---|----|
| 3.6. SERVICIO POST – VENTA.....   | 44 |
| 3.7. DESCRIPCIÓN Y DETALLE DEL PRODUCTO .....   | 44 |
| 3.8. PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO (FLUJOGRAMAS Y PROCESOS AGREGADORES DE VALOR)..... | 45 |
| 3.8.1.    Procesos de Valor Agregado .....  | 46 |
| 3.9. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA DEL NEGOCIO .....                            | 47 |
| 3.10. COSTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA INVERSIÓN .....                                      | 48 |
| 3.10.1. Inversión .....   | 48 |
| 3.10.2. Equipos de Computación y Comunicación.....  | 50 |
| 3.10.3. Muebles de Oficina.....   | 50 |
| CAPITULO IV .....   | 51 |
| 4. PROPUESTA DE MEJORA .....  | 51 |
| 4.1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES .....   | 51 |
| 4.2. MARKETING MIX .....  | 51 |
| 4.2.1.    Producto (o Servicio) .....   | 52 |
| 4.2.2.    Producto (o Servicio) .....   | 53 |
| 4.2.3.    Promoción .....   | 55 |
| 4.2.4.    Plaza .....   | 56 |
| 4.3. CONSUMIDOR SATISFECHO .....  | 56 |
| 4.4. COSTO A SATISFACER.....  | 56 |
| 4.5. COMODIDAD DEL CLIENTE .....  | 57 |
| 4.6. COMUNICACIÓN .....   | 57 |
| 4.6.1. Publicidad .....   | 57 |
| 4.6.2. Promoción de Ventas .....  | 58 |
| 4.6.3. E-Commerce .....   | 58 |
| 4.7. ESTRATEGIA FUNCIONAL .....   | 59 |
| 4.8. ESTRATEGIA DE AMPLIA DIFERENCIACIÓN .....  | 59 |
| 4.8.1. Peligros de una estrategia de diferenciación.....                                  | 59 |
| 4.8.2. Cuando funciona mejor una estrategia de diferenciación.....                        | 59 |
| 4.9. ESTRATEGIA DE ENFOQUE DE NICHOS DE MERCADO BASADO EN DIFERENCIACIÓN.....             | 60 |
| 4.9.1. Ventajas de las estrategias de nicho de mercado .....                              | 60 |

|   |    |
|---|----|
| 4.9.2. Exclusividad.....                          | 60 |
| CAPITULO V.....                                   | 61 |
| 5. VIABILIDAD ECONÓMICA.....                      | 61 |
| 5.1. DEMANDA ACTUAL DEL MERCADO.....              | 61 |
| 5.2. CRECIMIENTO DE LA DEMANDA.....               | 65 |
| 5.3. BALANCE INICIAL.....                         | 66 |
| 5.4. BALANCE DE LOS GASTOS.....                   | 68 |
| 5.5. PRONÓSTICO DE VENTAS.....                    | 69 |
| 5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....                     | 70 |
| 5.7. ÍNDICES FINANCIEROS.....                     | 71 |
| 5.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....                | 72 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....               | 75 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                                 | 77 |
| ANEXOS.....                                       | 78 |
| DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....                   | 85 |
| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA..... | 86 |

## INDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla No. 1.- Población y Muestra .....   | 24 |
| Tabla No. 2.- Cargos LOGILLANTA Cía. Ltda. ....   | 47 |
| Tabla No. 3.- Razón Social de las Compañías de Transporte.....                                    | 48 |
| Tabla No. 4.- Financiamiento .....  | 48 |
| Tabla No. 5.- Préstamo bancario .....   | 49 |
| Tabla No. 6.- Tabla de Amortización .....   | 49 |
| Tabla No. 7.- Equipos de Computación y Comunicación .....   | 50 |
| Tabla No. 8.- Muebles de Oficina.....   | 50 |
| Tabla No. 9.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia de Esmeraldas.....                       | 54 |
| Tabla No. 10.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia de Manabí.....                          | 54 |
| Tabla No. 11.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia de Los Ríos.....                        | 54 |
| Tabla No. 12.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia del Guayas .....                        | 55 |
| Tabla No. 13.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia del Guayas .....                        | 55 |
| Tabla No. 14.- Comportamiento de las Importaciones de Automotores 2000-2016.....                  | 61 |
| Tabla No. 15.- Parque Automotor a Nivel Nacional por ProvinciaAño-2016 .....                      | 62 |
| Tabla No. 16. Los 15 principales importadores de neumáticos con origen en la región<br>costa..... | 64 |
| Tabla No. 17. Demanda actual región costa. ....   | 65 |
| Tabla No. 18.- Crecimiento de la demanda región costa. ....                                       | 66 |
| Tabla No. 19.- Demanda proyecta para los próximos 5 años. ....                                    | 66 |
| Tabla No. 20.- Inversión Inicial.....   | 67 |
| Tabla No. 21.- Gastos fijos del proyecto .....  | 68 |
| Tabla No. 22.- Tarifario de acuerdo al tipo de neumático. ....                                    | 69 |
| Tabla No. 23.- Tarifa unificada en base a ponderación .....                                       | 69 |
| Tabla No. 24.- Proyección de Ingresos por Percibir en los próximo cinco años.....                 | 70 |
| Tabla No. 25.- Cálculo del Punto de Equilibrio .....  | 70 |
| Tabla No. 26.- Comprobación del Punto de Equilibrio .....   | 71 |
| Tabla No. 27.- Flujo de Efectivo .....  | 73 |
| Tabla No. 28.- Indicadores Financieros del Proyecto.....  | 74 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura No. 1.- Ubicación de LOGILLANTA Cía. Ltda. ....                               | 15 |
| Figura No. 2. Resultado de la pregunta N° 1 .....                                    | 29 |
| Figura No. 3. Resultado de la pregunta N° 2 .....                                    | 29 |
| Figura No. 4. Resultado de la pregunta N° 3 .....                                    | 30 |
| Figura No. 5. Resultado de la pregunta N° 4 .....                                    | 30 |
| Figura No. 6. Resultado de la pregunta N° 5 .....                                    | 31 |
| Figura No. 7. Resultado de la pregunta N° 6 .....                                    | 31 |
| Figura No. 8. Indicadores Económicos.....  | 34 |
| Figura No. 9. Estructura Organizacional LOGILLANTA Cía. Ltda. ....                   | 40 |
| Figura No. 10. Flujograma de LOGILLANTA Cía. Ltda. ....                              | 45 |
| Figura No. 11. Cuadro Marketing Mix .....  | 52 |
| Figura No. 12. Cuadro de Evolución de Ventas 2000-2016.....                          | 61 |
| Figura No. 13. Participación de Parque Automotriz por Tipo de Vehículo .....         | 63 |
| Figura No. 14. Participación de importadores región costa.....                       | 64 |
| Figura No. 15. Comparativo de total de unidades transportadas vs punto de equilibrio | 71 |
| Figura No. 16. Sensibilización de indicadores financieros.....                       | 74 |



## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to create a company that offers logistics services for tire importers and the transportation companies in Guayaquil with the ultimate objective of creating a logistics network that meets the needs of the importers.

In order to achieve this, a business plan was developed in which the benefits to the tire importers were identified. By interviewing various importers in Guayaquil a market study was carried out which identified the importers' needs in the services they currently receive.

In addition a study was initiated to find the best system that would provide and guarantee all the processes that would be required. With that end, a cost analysis was done, the results of which determined the longterm sustainability and profitability of the project.

As a result, we have created LOGILLANTA Cía. Ltda. which will benefit both the importers and transportation companies alike by offering real time logistics services using the latest technology.

**Keywords:** Logistics, Tires, Transport Companies, Importers, Intermediation, Service.

## RESUMEN

El objetivo del proyecto es crear una compañía que brinde el servicio de intermediación logística entre los importadores de neumáticos y las compañías de transportes ubicados en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de crear una red de logística de transporte que cubra las necesidades de los importadores.

Elaboramos un plan de negocios, en el cual se analizaron los beneficios que obtendrán los importadores de llantas. Mediante estudio de mercado a varias importadoras ubicadas en la ciudad de Guayaquil, se constató que el servicio de intermediación logística cubriría las necesidades de los importadores.

En este estudio hemos incluido un sistema que consideramos adecuado, dado que permite la correcta aplicación de todos los procesos del proyecto, así como un análisis financiero, evidenciando la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto a largo plazo.

LOGILLANTA Cía. Ltda. Brindará el servicio de intermediación logística que beneficiará tanto a los importadores como a las compañías de transportes ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

**Palabras Claves:** Logística, Neumáticos, Compañías de Transporte, Importadores, Intermediación, Servicio.

## **INTRODUCCIÓN**

La globalización hace que las empresas sean cada vez más competitivas, la exportación e importación de productos juega un papel determinante para la economía mundial.

El consumo de neumáticos en el país ha crecido los últimos 10 años, debido al alto crecimiento del uso de vehículos. Por esta razón las importadoras se dedican a vender todo tipo de neumáticos, desde llantas para automóvil hasta llantas para maquinaria pesada. A continuación, detallamos la segmentación de las mismas:

- Neumáticos para Auto
- Neumáticos para Camioneta
- Neumáticos para Camión
- Neumáticos Agrícola
- Neumáticos OTR
- Neumáticos Industriales

Para los importadores una de las mayores deficiencias en su logística es la entrega de neumáticos, dado que el mercado donde se desarrolla es muy dinámico e informal. La mayoría de las importadoras de llantas tercerizan la logística de entrega de mercadería a las provincias, por este motivo se crea el proyecto de una Operadora Logística llamada “LOGILLANTA Cía. Ltda.”, con el objetivo de brindar un servicio que dispone de un sistema tecnológico eficiente, que servirá para intermediar entre el importador y las compañías de transportes, proporcionando a las importadoras rapidez, seguridad y eficiencia en el servicio brindado a sus clientes.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es viable la creación de una Operadora Logística dirigida a los importadores de neumáticos en la ciudad de Guayaquil?

## ANTECEDENTES

La limitada producción nacional ocasiona que las empresas importen neumáticos. En la industria local Continental Tire Andina fue la primera empresa que fabricó llantas en el Ecuador, operando desde 1962 en la ciudad de Cuenca. Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) la producción de Continental Tire Andina para la distribución dentro del país en el 2017 fue de 2'225.000 unidades anuales, mientras que el consumo nacional excede los 6'000.000 unidades.

Los neumáticos son de vital interés para la fuerza motriz de vehículos livianos, camiones y maquinarias, posesionándose en productos con alta demanda para el sector productivo del país. Hace 20 años el Ecuador disponía aproximadamente de 35 medidas de llantas para su comercialización, en la actualidad existen más de 100 medidas entre neumáticos para auto, camioneta y camión, que son las segmentaciones de mayor rotación. Las empresas importan llantas tanto para equipo original como para reemplazo (medida similar a la del equipo original).

En los últimos 5 años la compra de neumáticos en el exterior ha disminuido en un 20% por dos factores, el primero es el cupo de importación impuesto por el Estado y el segundo se debe al decreto de octubre del 2012 emitido por el gobierno, en el cual anuncia la obligatoriedad de reencauchar un porcentaje de llantas de la mercadería que ingresan al país (inicialmente fue del 30%).

Antes del 2012 no era obligación reencauchar los neumáticos nuevos, para este 2018 el gobierno ha dispuesto reencauchar no menos del 60% de los neumáticos que ingresan al país, este porcentaje se ha incrementado paulatinamente desde el 2013, y el objetivo es poder aumentar el porcentaje hasta llegar a un 80%.

En cuanto al mercado de Operadores Logísticos en el Ecuador, en base a los últimos estudios realizados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) en el 2016, estos se especializan principalmente en brindar servicio para transportar carga vía área, marítima o terrestre fuera del país y para transportar contenedores desde los puertos principales del Ecuador hacia las bodegas de las empresas importadoras.

En la mayoría de los casos los Operadores Logísticos disponen de sus propias flotas de vehículos exclusivamente para transportar contenedores, son pocas las empresas de logística que ofrecen servicio de entrega de mercadería (retirando el producto desde la bodega del importador hacia los clientes finales), esto se debe a que los ingresos percibidos por la transportación son bajos en relación a los ingresos percibidos con la transportación de contenedores o carga pesada.

Existen también operadores logísticos de Courier, que transportan carga liviana como paquetes y documentos a nivel nacional e internacional. Transporta neumáticos por este medio es muy costoso, debido a que el volumen de carga que ocupa cada llanta es alto.

## **CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA**

El ritmo de vida actual cada vez se ha vuelto más acelerado, las distancias para movilizarse son más amplias y el factor tiempo limitado, es por esto que los vehículos han dejado de ser un lujo para convertirse en una necesidad y en muchos casos hasta vital. De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el número de vehículos matriculados en Ecuador, entre el año 2008 y 2016 tuvo un incremento anual del 10,6%, y en el 2016, del total de vehículos matriculados las provincias Pichincha, Guayas y Manabí concentran el 66,8% de vehículos (INEC, 2016)

Los importadores se dedican a comercializar la reposición de neumáticos en los diferentes nichos de mercados, la logística para la entrega de mercadería al consumidor final es tercerizada a través de las compañías de transportes. De esta manera, la transportación de movilizar el producto de forma óptima juega un papel importante, debido a que diariamente se necesita trasladar centenares de llantas hacia las diferentes provincias. Si nos enfocamos en la Región Costa, la mayoría de las empresas que importan llantas están ubicadas en Guayaquil, y esto se debe porque los contenedores son desaduanizados desde la misma ciudad.

Actualmente la tercerización de transporte es muy informal, por lo que genera muchas desventajas entre el importador y sus clientes. Problemas como retraso en la entrega de mercadería, despacho incorrecto por parte del transportista, robos, devolución del producto por retraso en la entrega, entre otros factores, genera malestar para los importadores, porque incide

en pérdida de ventas, devoluciones, pérdidas de relaciones comerciales con sus clientes, entre otros factores.

## **JUSTIFICACIÓN**

La creación de una operadora logística para el sector de neumáticos como LOGILLANTA Cía. Ltda. Proporcionaría tanto rapidez en la entrega de los neumáticos, como control y eficiencia mediante un sistema de soluciones logísticas integrales, desafiando la estructura de logística del sector de transporte existente.

La proyección de LOGILLANTA Cía. Ltda. Se enfocará en obtener como clientes a las principales importadoras de neumáticos de la región Costa y a su vez asociar a todas las grandes y medianas compañías de transporte, para que estas últimas realicen la entrega de la mercadería; de esta forma LOGILLANTA Cía. Ltda. Establecerá un modelo logístico de éxito, del cual todas las partes involucradas en el proceso (Importador, Compañías de Transportes y Operadora Logística) respetarán contratos, parámetros, normas, entre otros requisitos que servirán para el buen manejo de logística.

Una de las ventajas será que los importadores no invertirán en la compra de vehículos, además disminuirá en un 90% el retraso en la entrega de mercadería (el 10% restante es margen en el caso de catástrofes naturales, refiriéndose a deslaves, terremotos, paros, inundaciones, etc.). Otra ventaja será el ahorro de tiempo y dinero, evitando devoluciones por retrasos, asimismo de brindar un mejor servicio en la entrega de mercadería gracias al sistema operativo integral que dispondrá LOGILLANTA Cía. Ltda.

Respecto a las compañías de transporte, una de las ventajas será que directamente el Operador Logístico cancelará por sus servicios, evitando recaudar sus honorarios en las instalaciones de las importadoras (que normalmente cancelan con retrasos). Otra ventaja será que la cantidad de llantas por envío diario aumentaría significativamente (porque ya no se trabajará con las pequeñas cooperativas de transporte), sino que trabajarán directamente con un grupo compañías que cumplan con rigurosos requisitos en cuanto a capacidad de carga, seriedad y personal capacitado.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Determinar la viabilidad para la creación de una empresa de logística dirigido a los importadores de neumáticos en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico del sector logístico de transporte en la Región Costa.
- Incentivar a las importadoras de llantas a usar el servicio de LOGILLANTA Cía. Ltda.
- Mostrar a las compañías de transporte los beneficios de utilizar el servicio de LOGILLANTA Cía. Ltda.
- Elaborar un estudio minucioso de la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEORICO

El plan de negocios elaborado se procedió a expresar procedimientos y teorías de métodos, analizando los conceptos de diversos autores, de esta manera con la información adquirida, se podrá interpretar y examinar dicha información, obteniendo como resultado un proyecto claro, específico y con conclusiones ejecutables a la realidad expuesta.

### 1.1. Plan de Negocios

Invertir en un negocio sin realizar estudios previos es como lanzar una moneda al aire; no se conocen las posibilidades de triunfar o de fracasar. El inicio de un negocio con un plan o proyecto ofrece mayores expectativas de éxito, pues se conoce cada uno de los factores que intervienen en su operación. (Pedraza, 2014) (pg. 3).

En el Plan de Negocios se describirá en general las estrategias que se ejecutarán para que el proyecto tenga éxito, asimismo se elaborará un análisis de mercado y se constituye un plan de acción a ejecutarse para así alcanzar las metas propuestas. Sin embargo, es necesario contar con las ventajas competitivas y las ideas innovadoras que se aplicarán a la empresa.

La evaluación financiera tiene por objetivo estudiar la factibilidad de un proyecto, desde el punto de vista de sus resultados financieros, y comprobar, en esa área la conveniencia o la inconveniencia de su realización. La evaluación financiera analiza las interrelaciones entre la inversión, los costos de operación, los ingresos y la disponibilidad de financiamiento del proyecto. Por consiguiente, los ingresos y los costos se calculan en términos monetarios a los precios de mercados vigentes. Es la manera de verificar, con base en la rentabilidad, si vale la pena destinar recursos a la ejecución de la actividad planteada. (Rosales Posas, 2007).

El plan de negocios para LOGILLANTA Cía. Ltda. Fue diseñado para brindar soluciones inmediatas ante continuos retrasos en la entrega de neumáticos. Realizando un estudio de mercado minucioso se pudo constatar la informalidad con la que operan las compañías de transportes en el país, principalmente en la Región Costa del Ecuador.



Observamos también (en el estudio de mercado) que actualmente no existen empresas Operadoras de Logística encargadas en atender este nicho de clientes (importadores de llantas). Por tal motivo se creó el proyecto con el fin de brindar a los importadores un servicio eficaz en la transportación del producto.

Entre las ventajas competitivas que dispondrá el proyecto es de un sistema operativo integrado, diseñado para realizar todo el proceso logístico a través de sistema en línea, dicho sistema se encargará de generar la Guía de Remisión en base a las facturas emitidas por el importador, además de leer códigos de barra de las llantas (a través de PDAs) al momento del retiro de la mercadería, monitorear el trayecto del producto por medio de GPS y emitir Nota de Entrega al cliente final (cliente del importador).

Para que el plan de negocios sea viable, es crucial realizar formalidad y compromiso entre las partes involucradas, en este caso entre el importador y las compañías de transporte, para esto el diseño contratos legales que especifiquen: capacitación del personal, tiempos de entrega, respuesta inmediata al momento de resolver problemas que se generen durante el proceso, también se estipuló cláusulas que especifican pago de multas o costo incurridos por una mala gestión de las partes.

### **1.1.1. Investigación de Mercados**

La investigación de mercados es obtener datos e información para la toma de decisiones más acertadas dentro de un ambiente competitivo. (Herrera, 2013) (Pg. 4)

Para la creación del proyecto de LOGILLANTA Cía. Ltda., se realizó una investigación de mercado, en la cual se recopiló información en diferentes aspectos, dichos resultados fueron interpretados, para de esta forma tomar decisiones idóneas en la creación de la empresa operadora de logística.

### **1.1.2. Objetivo de la Investigación de Mercados**

En el proceso de investigación lo primero que se definió fueron los objetivos que se desean alcanzar en un proyecto, indicando el propósito del porque se realiza la investigación. Los objetivos de la investigación se originan a partir de un problema o hipótesis, estos deben ser claros, realizables y oportunos.

### 1.1.3. Análisis FODA

Mediante el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) se puede visualizar los factores positivos de la empresa, además de las oportunidades que se logra aprovechar utilizando las fortalezas y los factores negativos deben ser eliminados o reducidos y las amenazas siendo aspectos externos, deben ser identificadas porque podrían obstaculizar el logro de los objetivos del proyecto.

- Fortalezas: Capacidades y habilidades que dispone la compañía, por lo tanto, se sitúa en una posición privilegiada frente a la competencia.
- Oportunidades: Recursos favorables y aprovechables que dispone la empresa en el entorno donde está situada, por lo que permite ser competitiva como compañía.
- Debilidades: Factores desfavorables que colocan a la organización frente a la competencia. Son los recursos y habilidades que no dispone la empresa.
- Amenazas: Aspectos que se originan del entorno donde está situada la empresa, y pueden desestabilizar a la compañía.

En base al análisis FODA, se pudo detectar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de LOGILLANTA Cía. Ltda., a continuación, el detalle:

#### *a) Fortalezas:*

- F1: No existe en la media una Operadora Logística encargada de brindar servicio exclusivamente a los importadores de neumáticos.
- F2: LOGILLANTA Cía. Ltda. dispone de un sistema de punta, altamente calificado para brindar un excelente servicio de transportación logístico.
- F3: Experiencia en la logística de transportación de neumáticos, con personal altamente capacitado.
- F4: Por último, disponemos de un contrato preestablecido con el importador TRACTOMAQ S.A. que es actualmente el 1er importador de llantas en el país.

#### *b) Oportunidades:*

- O1: Evoluciones Tecnológicas.
- O2: Crecimiento en el mercado.
- O3: Incremento de las Importaciones de Neumáticos.

#### *c) Debilidades:*

- D1: Poco conocimiento de una empresa de este tipo en el mercado.

- D2: Falta de presupuesto para la partida de publicidad
- D3: Riesgo de Cartera vencida.

*d) Amenazas:*

- A1: Desequilibrio en la política financiera y económica del País.
- A2: Precios bajos por parte de las compañías de transporte.

#### **1.1.4. Las cinco fuerzas de Porter**

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste. (Riquelme, 2015)

Es un modelo estratégico creado por el ingeniero Michael Porter, en el año 1979, y establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una empresa, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Porter hacía referencia a estas fuerzas como un micro entorno, para contrastarlas con fuerzas que afectan en el entorno en una escala mayor a la industria, el macro entorno. Las 5 fuerzas que plantea Michael Porter en su modelo de competitividad son:

- Poder de negociación de los Compradores o Clientes
- Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores
- Amenaza de los nuevos competidores entrantes
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre los competidores

El modelo estratégico de Porter, lo aplicamos para analizar las posibles fuerzas del entorno que pueden afectar en la creación de LOGILLANTA Cía. Ltda. y a su vez desarrolla estrategias de negocio para la viabilidad del proyecto.

#### **1.1.4.1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes**

En este punto se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado. Si los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable. (Riquelme, 2015)

Los clientes de LOGILLANTA Cía. Ltda. Son exclusivamente las importadoras de neumáticos. Puede ser empresas que se encuentran ubicadas en Guayaquil o en la Región Costa del Ecuador. Al momento de aproximación con un potencial cliente, la operadora de logística realiza un previo análisis de capacidad financiera del cliente, comprobando que el importador sea económicamente solvente para cubrir los pagos por el servicio de transportación.

La cartera de clientes que dispone LOGILLANTA Cía. Ltda. Son importadoras que ingresan al país grandes volúmenes de neumáticos. El poder de negociación es relativamente bajo, y esto se debe porque el servicio que brinda LOGILLANTA Cía. Ltda. se diferencia de la competencia, en este caso de las compañías de transporte, creando valor agregado gracias a la disponibilidad de un sistema operativo integral con tecnología de punta.

#### **1.1.4.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores**

Proporciona a los proveedores de la empresa, las herramientas necesarias para poder alcanzar un objetivo. (Riquelme, 2015)

Los proveedores de LOGILLANTA Cía. Ltda. Son específicamente las compañías de transporte ubicadas en la ciudad de Guayaquil. El proceso de selección se realiza a través de un estudio minucioso, constanding el número de flotas que dispone, la capacidad de carga por cada vehículo, sus horarios de apertura, las rutas que manejan, costo que mantienen, personal disponible, constitución de la empresa, entre otros aspectos importantes que pueda servir de análisis para la respectiva aprobación como proveedor.

Cabe recalcar que los proveedores deben estar de acuerdo en firmar un contrato estipulado por LOGILLANTA Cía. Ltda., una vez que hayan sido analizados y aprobados por la compañía. A continuación, se detalla los principales proveedores de la compañía:

- TLP logística Cía. Ltda.
- Transporte Rio Guayas Cia. Ltda.
- Bemau Express S.A.
- Transporte Ramon Cía. Ltda.
- Ecuatoriana de Transporte Cia. Ltda.

El poder de negociación con los diferentes proveedores es alto, debido a que el mercado de movilizar neumáticos desde Guayaquil hacia los diferentes lugares dentro de la Región Costa es amplio. Es significativo mantener una buena relación con los proveedores, predispuestos a colaborar con LOGILLANTA Cía. Ltda.

#### **1.1.4.3. Amenaza de los nuevos competidores entrantes**

Es una de las fuerzas más famosas y que se usa en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado. Este tipo de amenazas pueden depender de las barreras de entrada. Hay 6 tipos de barreras diferentes: la economía de escalas, la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso a canales de distribución o las ventajas de los costos independientes. (Riquelme, 2015)

Para analizar los posibles nuevos competidores de LOGILLANTA Cía. Ltda., es necesario evaluar las barreras de entrada que existen en el mercado, tales como:

- Desventaja en los costos: Debido a que la empresa no dispone de su propia flota de camiones, los costos ofertados podrían estar un 20% más elevado, respecto a los costos brindados por las compañías de transporte.
- Fidelidad del Cliente: La fidelidad con el cliente actualmente es alta, debido a que mantienen relación de muchos años con las compañías de transporte, sin embargo, se debe tomar en cuenta que por ahora los importadores no disponen de otras opciones como un operador logístico.
- Políticas Gubernamentales: Las medidas económicas impuestas por el Gobierno referente a las restricciones de importaciones, aumento del reencauche con

neumáticos usados, incremento en las tasas arancelarias, crea inestabilidad en el sector de los importadores.

#### **1.1.4.4. Amenaza de productos sustitutos**

En este punto, una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la empresa. (Riquelme, 2015)

LOGILLANTA Cía. Ltda. Puede considerar como producto sustituto la inversión en su propia flota de camiones, de esta manera no pagaría el servicio brindado por las compañías de transporte, al ser así, directamente LOGILLANTA Cía. Ltda. Sería la encargada de transportar la mercadería.

Cabe recalcar que la inversión en la compra de camiones es costosa, sin embargo, la adquisición parcial de vehículos podría ser una gran ventaja para cubrir rutas de baja frecuencia de demanda.

#### **1.1.4.5. Rivalidad entre los competidores**

Actualmente en el mercado no existen operadores logísticos que brinden directamente servicios de transportación exclusivamente a los importadores de neumáticos. Como se ha mencionado con anterioridad, son las compañías de transporte que ofrecen el servicio de logística a los importadores. De esta manera podemos evidenciar que LOGILLANTA Cía. Ltda. se vuelve una compañía altamente competitiva para este nicho de mercado.

## **1.2. Marco Referencial**

### **1.2.1. Establecer tamaño y capacidad del proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto, es necesario considerar varios factores tales como:

- El mercado: En base a un estudio preliminar de mercado, se determina el número de clientes, la evaluación de la demanda y el servicio que dispondrá la operadora logística.
- Recursos físicos: La empresa dispondrá de un sistema integral llamado XASS, de PDAs, teléfonos celulares y portal web.

- Disponibilidad de mano de obra: Para la creación de la empresa LOGILLANTA Cía. Ltda. el personal físico registrado en nómina se establece de seis personas (gerente general, jefe comercial, jefe de operaciones, auxiliar de operaciones, contador y asistente administrativa) y como personal externo disponemos del soporte técnico del sistemas, un responsable administrativo de cada compañía de transporte que haya firmado un contrato con LOGILLANTA Cía. Ltda., un chofer y auxiliar de chofer, por cada camión que transporte mercadería al consumidor final (cliente de los importadores).

### 1.2.2. Variables que se examinan en un estudio técnico

- **Localización:** El análisis de la ubicación de la empresa es crucial para determinar el éxito o fracaso del proyecto. Es importante determinar la localización en el cual se va a manejar la parte operativa del negocio.

Para determinar la ubicación exacta de las instalaciones de la empresa se analizaron diferentes factores, tales como:

- Cercanía con los potenciales clientes de la ciudad de Guayaquil principalmente (cabe recalcar que en Guayaquil se sitúa los importadores más grandes de la región Costa incluso del País).
  - Cercanía con la competencia
  - Condiciones generales: infraestructura, servicio de seguridad, servicios básicos, servicios de salud y servicios bancarios.
- **Macro-localización:** Hace referencia a la zona en que se encuentra ubicado el proyecto. LOGILLANTA Cía. Ltda. estará situado en la ciudad de Guayaquil, Parque Industrial Inmaconsa, Via Daule Km 9 ½.

Figura No. 1.- Ubicación de LOGILLANTA Cía. Ltda.



Fuente: Google Map.

### 1.2.3. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. Para realizar un estudio se utiliza información de varias fuentes, como ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Anzil, 2017)

En el proyecto expuesto se aplicará tres principales medidores económicos:

- El Valor Actual Neto (VAN)
- La Tasa Interna de Retorno (TIR)
- El Periodo de Recuperación de la inversión (PR)

#### 1.2.3.1. El Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y



descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. (Santa Cruz, 2017)

El VAN de una inversión es el valor actual de los flujos de efectivo netos de un proyecto o propuesta. En otras palabras, es el cálculo del valor presente de un determinado flujo de caja futuros, originados por una inversión.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Vt}{(1+k)^t} - I_0$$

Vt= Flujo de caja en cada periodo t.

I<sub>0</sub>= Es el valor de la inversión inicial

n= El número de periodo

k= Tipo de interés

Cuando el VAN es > a 0 la inversión producirá ingresos por encima de la rentabilidad requerida.

Cuando el VAN es = a 0 la inversión no generará ni ganancias ni pérdidas

Cuando el VAN es < a 0 la inversión producirá pérdidas por debajo de la rentabilidad requerida.

### 1.2.3.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. (Torres, 2016)

El TIR es la tasa de interés o rentabilidad por medio de la cual se recupera la inversión. Varios autores indican que es como la tasa de descuento cuando el VAN es igual a cero. La Tasa Interna de Retorno es un indicador de rentabilidad de un plan de negocios. Mientras mayor sea el TIR mayor es su rentabilidad. La fórmula es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^t} = 0$$

$F_n$  es el Flujo de Efectivo en el periodo  $n$ .

" $n$ " es el número de periodos.

" $i$ " es el valor de la inversión inicial.

- Si el  $TIR \geq r^*$  Se aceptará el proyecto
- Si el  $TIR \leq r$  Se rechazará el proyecto
- \*  $r$  significa el costo de oportunidad

### 1.2.3.3. Periodo de Recuperación de Capital (PR)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. (Santa Cruz, 2017)

Como en todo proyecto para que un negocio sea rentable se espera después de un periodo determinado la recuperación de la inversión. Es así que el cálculo del Periodo de Recuperación es un factor determinante para la toma de decisión de un proyecto.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{b + c}{d}$$

Donde:

$a$  = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

$b$  = Inversión Inicial.

$c$  = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

$d$  = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

### 1.3. Marco Legal

LOGILLANTA se constituye bajo a empresa de Compañía Limitada, está conformada por dos socios. Para la creación de la empresa se necesita realizar varios trámites en varias dependencias gubernamentales para constituir la empresa, tales como:

#### 1.3.1. Reservar un nombre en la Superintendencia de Compañías

Constatando que el nombre que se desea emplear no este asignada a otra empresa.

**Elaborar los estatutos:** Se trata del contrato social que hará uso la empresa y se valida a través de un manuscrito firmado por un abogado.

**Apertura una cuenta de integración de capital:** Se realiza en cualquier institución bancaria del país, y los requisitos necesarios en su mayoría son:

- Capital mínimo de \$400 para compañías limitadas.
- Carta de los socios, en la que se detalla la participación de capital de cada uno.
- Copias de Cedula y papeleta de votación.
- Posteriormente se requiere el Certificado de integración de capital al banco.

**Subir la escritura pública del Estatuto Social ante un notario:** se lleva la reserva de nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la carta de los reglamentos.

**Aprobación el estatuto:** La escritura pública es presentada ante la Superintendencia de compañías, para estudio y aprobación a través de una resolución.

**Publicación en un diario:** La superintendencia de compañías entrega 4 copias de la resolución y un resumen para elaborar la publicación en un diario nacional.

**Inscripción de la compañía:** Con todos los documentos antes referidos se va al Registro Mercantil donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

**Formalizar el Comité de Accionistas:** Se realiza una primera reunión para elegir a los representantes de la empresa.

**Obtención de documentos habitantes:** En el Registro mercantil se realiza la inscripción de la empresa, posteriormente la Superintendencia de Compañías entrega los documentos para apertura de RUC.

**Inscribir el nombramiento del Representante Legal:** Se inscribe en el Registro mercantil el nombramiento de la empresa detallando el nombre de la persona que fue escogida en el comité de Accionistas, para registrar el nombramiento no debe pasar los 30 días a partir de la fecha de su nombramiento.

**Obtención del RUC:** Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas con los siguientes requisitos:

- Formulario completado.
- Escritura de constitución (original y copia).
- Nombramientos (original y copia).
- Copia de cedula y papeleta de votación de los accionistas.

**Obtención de Carta para el Banco:** Se presenta el RUC en la Superintendencia de Compañías, así esta última entrega una carta dirigida al banco donde apertura la cuenta la empresa, para así disponer del valor depositado. Una vez que reunido todos los requisitos antes mencionados, se elabora a través de un abogado la constitución de la compañía limitada.

**Permisos de Funcionamiento:** Adicional para legalizar la empresa, debe disponer de los siguientes requisitos:

**Uso de Suelo:** El documento escrito que especifica si una actividad es permitida o no en un predio. Se obtiene a través de la página WEB del Municipio, [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec), en la Sección de “SERVICIOS EN LÍNEA” de clic en “Consulta de Uso de suelo”.

**Certificado del Cuerpo de Bomberos:** Documento emitido por el Benemérito Cuerpo de bomberos, requisitos:

- Declaración Jurada ante notario en el formato que es entregado por la Institución.
- Copia completa y actualizada del RUC
- Copia del Nombramiento del Representante Legal

- Copia de cedula y papeleta de votación del Representante Legal
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor
- Adjuntar a su documentación la copia del pago de Predios Urbanos o Planilla de servicio básico de agua, a fin de registrar el número del Código Catastral.
- Copia del Certificado de Uso de Suelo otorgado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- Fotografías del local en las que conste la implementación de las normas contra incendios tales como: extintores, señalética etc.

**Obtención de Registro de Patente Municipal:** Toda persona natural o jurídica que ejerza permanentemente alguna actividad comercial está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal, requisitos:

- Certificado emitido por el Cuerpo de Bomberos
- Copia de RUC
- Presentar copia de escrituras de Constitución
- Copia del Nombramiento del Representante Legal
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Declaración del Impuesto a la Renta
- Llenar Formulario

**Contrato de prestación de servicio entre LOGILLANTA Cía. Ltda. y la Compañía de Transporte:**

CONTRATO CIVIL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR TRANSPORTACION DE  
CARGA

Conste por el presente instrumento, el Contrato de Prestación de Servicios de transportación de carga, que se celebra al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA: COMPARECIENTES. - Comparecen a la celebración de este contrato, por una parte \_\_\_\_\_, en calidad de Gerente General de la Empresa Operadora Logística "LOGILLANTA Cía. Ltda.", a quien en adelante se llamará "**Compañía.**"; y, por otra parte la Empresa de transporte \_\_\_\_\_, por sus propios derechos, quien en adelante se

le llamará “El Contratado”, ratificando su solicitud de que se celebre el presente contrato, de acuerdo al código de Comercio, que tiene el carácter de naturaleza mercantil, en los términos que en él se expresan.

SEGUNDA: ANTECEDENTES. - Este servicio lo requiere la Compañía por cuanto surge la necesidad de transportar neumáticos desde la ciudad de Guayaquil, a varios puntos de toda la Región Costa del Ecuador, y después de realizar el proceso de selección se determina que la Compañía de transporte \_\_\_\_\_ es el más idóneo para ejercer dicha actividad, en la entrega de mercadería en la provincia de \_\_\_\_\_.

TERCERA: OBJETO DEL CONTRATO. - El Contratado se compromete con la Compañía “LOGILLANTA Cía. Ltda.” a realizar las actividades como TRANSPORTADOR LOGISTICO.

CUARTA: AYUDANTE. - El Contratado mantendrá en el vehículo un ayudante para actuar durante la ejecución de la transportación, respecto del cual tendrá la calidad de patrono, sin que la Compañía tenga ninguna responsabilidad al respecto. El Contratado deberá sujetarse a las normas legales y de afiliación para la contratación del ayudante. Toda indemnización laboral, incluyendo accidentes y riesgos respecto al ayudante que trabaja en la ejecución de la transportación será cubierta por el Contratado. El contratado de manera expresa libera de responsabilidad patronal a la Compañía.

QUINTA: ININTERRPCIÓN DE LA TRANSPORTACIÓN. - El Contratado se compromete a proporcionar la transportación mencionada en la cláusula tercera de este contrato, en forma ininterrumpida.

SEXTA: OTRO VEHÍCULO. - En caso de que el vehículo de transportación tuviere algún accidente o cualquier otro percance, y el Contratado no dispusiere de un vehículo de similares características, la transportación deberá hacerla en una unidad que contrate por su cuenta y riesgo del Contratado, aclarándose que el vehículo tendrá iguales características, conducido por el mismo Contratado o por otro chofer profesional calificado y ayudante a su costo. Si el Contratado no cumpliera con lo estipulado en esta cláusula, pagará a la compañía la cantidad de \$\_\_\_\_\_ (dólares) diarios, por cada día de incumplimiento. Sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios a que hubiere lugar por el incumplimiento del Contratado.

SÉPTIMA: POLIZAS DE SEGUROS. - El Contratado deberá disponer de pólizas de seguros vigentes en todas las flotas de vehículos que transportará la mercadería de la Compañía. Dicha Póliza también debe asegurar mercadería transportada por robo, accidentes, daños naturales entre otros sucesos que ponga en peligro la pérdida de la mercadería transportada.

OCTAVA: DÍAS, RECORRIDO Y ENTREGA DIARIA. - La Compañía utilizará esta transportación de lunes a sábado, a partir de las 8h00 bajo las frecuencias que determine la Compañía hasta la total entrega de la mercadería a diferentes lugares de la Provincia de \_\_\_\_\_. Dentro de los días anotados, el transporte estará a disposición y ordenes de la compañía y efectuará los viajes y frecuencias de estos, de y en la forma que determine la Compañía.

NOVENA: AUTORIZACION PARA PROPAGANDA, PROHIBICION DE TRANSPORTACION. - El Contratado autoriza a la Compañía, colocar todo tipo de propaganda de sus servicios en las partes exteriores delos vehículos de transportación. Por su parte, el Contratado se obliga a no transportar materiales o implementos que puedan afectar la mercadería o productos transportados para la Compañía, así como personas ajenas a la transportación.

DECIMA: PRECIO Y FORMA DE PAGO. - Por los derechos de transporte, el Contratado recibirá de la Compañía, un valor en dólares, en base a la siguiente tabla:

(Véase anexo 1. Tarifas LOGILLANTA Cía. Ltda. por cada unidad transportada)

LOGILLANTA Cía. Ltda. Pagará mensualmente hasta la finalización del contrato, por medio de transferencia bancaria del Banco Bolivariano, cuenta corriente \_\_\_\_\_.

La compañía de Transporte para el cobro de los precios del contrato (visualizar anexo 1) presentará informe de actividades realizadas, copia del RUC y la factura que reúna los requisitos establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Ventas.

DECIMA PRIMERA: PLAZO. - El plazo del presente contrato es del 2 de abril del 2018 al 1 de abril del 2019.

DECIMA SEGUNDA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO. - Este contrato puede terminar por cumplimiento de las obligaciones contractuales o por mutuo acuerdo de las partes, o por causas legales.

DECIMA TERCERA: CLÁUSULA ESPECIAL. - El Contratado se sujetará a lo establecido en base a las políticas de la Compañía:

1. Cumplir el objeto del contrato de prestación de servicios de trasportación, sujetándose estrictamente a las condiciones legales, económicas y comerciales establecidas por la Compañía.

2. Presentar mensualmente al Gerente de Compañía, los informes el motivo del retraso, observaciones realizadas por el consumidor final (cliente que recibe la mercadería).

3. Es Obligación del Contratado asistir con el personal administrativo y operativo (choferes y ayudantes) a las capacitaciones mensuales dictadas por a Compañía.

4. Responder administrativa, civil y pecuniariamente por todas las acciones que realicen durante la prestación de sus servicios o que, por omisión o negligencia, causare un perjuicio económico a la Compañía.

Las partes aceptan el total contenido de todas y cada una de las cláusulas precedentes y para el cumplimiento de las obligaciones objeto del presente contrato fijan como domicilio la ciudad de Guayaquil y firman en tres ejemplares de igual tenor y valor, en Guayaquil\_\_\_\_\_.

LOGILLANTA Cía. Ltda.

COMPAÑÍA

\_\_\_\_\_  
EI CONTRATADO

#### **1.4. Preguntas de Investigación**

La creación de una empresa dedicada a la logística de transporte para los importadores de llantas ¿Permitirá terminar con todas las desventajas que en la actualidad presentan y contribuirá con ingresos equilibrados para las cooperativas de transportes?



## 1.5. Metodología

Se estudiará el comportamiento de las importadoras ubicadas en la región Costa del Ecuador. La muestra es de un tamaño inferior al total de universo, aceptando un 5% de margen de error.

Datos tomados de las importaciones 2017, información dada por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE). Se hace referencia exclusivamente a los importadores de neumáticos que hayan destinado sus productos para su comercialización, mediante los diferentes canales de distribución, no se considera a personas naturales o jurídicas que hayan importado neumático para uso personal.

Tabla No. 1.- Población y Muestra

| Importadoras de neumáticos región costa |         | Formula   | Donde:  |
|---|---------|---|---|
| Población                               | Muestra |   |   |
| 29                                      | 27      | $= \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$ | N= Población<br>Z= Nivel de confianza deseado (95%= 1.96 en este caso)<br>p= proporción estimada de éxito (en este caso 50% es decir 0.5)<br>q= proporción estimada de fracaso (en este caso 50% es decir 0.5)<br>e= error máximo admisible (en este caso 0.05) |

Para este proyecto aplicamos entrevistas directas, como instrumento de investigación se utilizará un cuestionario a través de preguntas cerradas. En cuanto a la validez del cuestionario se considera un 95% de confiabilidad y un porcentaje de error permitido del 5%.

### 1.5.1. Diseño de Investigación

Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) Una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formularon las hipótesis, el investigador debe visualizarla manera práctica y concreta de contestar las preguntas de investigación, además de cumplir con los objetivos fijados. Esto implica seleccionar o desarrollar un o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio. (p. 128)

### **1.5.2. Tipo de Investigación**

El tipo de investigación demuestra a la clase de estudio que se va a efectuar, además señala el modo de recoger la información necesaria.

Para (Astete & Muñoz, 2012) describe diferentes tipos de investigación, tales como:

#### **1.5.2.1. Investigación Histórica**

Trata de la experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos pasados. El investigador depende de fuentes primarias y secundarias las cuales proveen la información y a las cuáles el investigador deberá examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa.

#### **1.5.2.2. Investigación Descriptiva**

Según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación.

#### **1.5.2.3. Investigación Experimental**

Consiste en la manipulación de una (o más) variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular.

#### **1.5.2.4. Investigación Básica**

También recibe el nombre de investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico.

#### **1.5.2.5. Investigación Aplicada**

Este tipo de investigación también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos de que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico.

#### **1.5.2.6. Investigación Documental**

Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera.

#### **1.5.2.7. Investigación de Campo**

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos. (pp. 5-7).

Después de analizar los tipos de investigación, vamos aplicar a nuestro estudio los que se detallan a continuación:

- Investigación Documental
- Investigación Descriptiva

### **1.6. Alcance**

Población los importadores de neumáticos en la región costa.

### **1.7. Muestra**

Se tomaron como muestra los importadores de neumático de la región Costa.

## 1.8. Número de Muestra

De la muestra tomaremos a 27 importadores de neumáticos ubicados en la región Costa del Ecuador, involucrando las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, los Ríos y el Oro.

## 1.9. Técnica de Recogida de Datos

Las encuestas fueron realizadas personalmente a cada importador de neumáticos, de tal forma que permitió recoger información confiable y específica, de esta manera se pudo visualizar los problemas logísticos que diariamente mantienen las importadoras y a su vez nos permitió visualizar la informalidad de cómo operan las compañías de transporte, ya que disponen de procesos en su mayoría manuales.

Encuestas para las Importadoras de Neumáticos Región Costa:

- ¿Cómo usted califica a las compañías de transporte que les brinda el servicio?
  - Excelente
  - Bueno
  - Regular
  - Mala
- ¿Para usted, Las tarifas que manejan las compañías de transportes están acorde al mercado?
  - Si
  - No
- ¿Cuál es el tiempo de entrega promedio de una mercadería que parte desde Guayaquil hacia los diferentes puntos de la Región Costa del Ecuador?
  - 1 día
  - 2 días
  - 3 días
- ¿Cuándo se presenta un retraso en la entrega de mercadería, el aviso es inmediato de parte del transportista?
  - Si
  - No
- ¿Estaría dispuesto a utiliza un Operador Logístico que brinde mejores beneficios que los actuales?
  - Si

- No
- ¿Por qué estaría dispuesto a utilizar a otro Operador Logístico?
  - Precio
  - Mejor Servicio
- ¿Las diferentes compañías de transporte solucionan todos sus inconvenientes?
  - Si
  - No

### 1.10. Análisis de Datos

**Pregunta 1.** ¿Cómo usted califica a las compañías de transporte que les brinda el servicio?

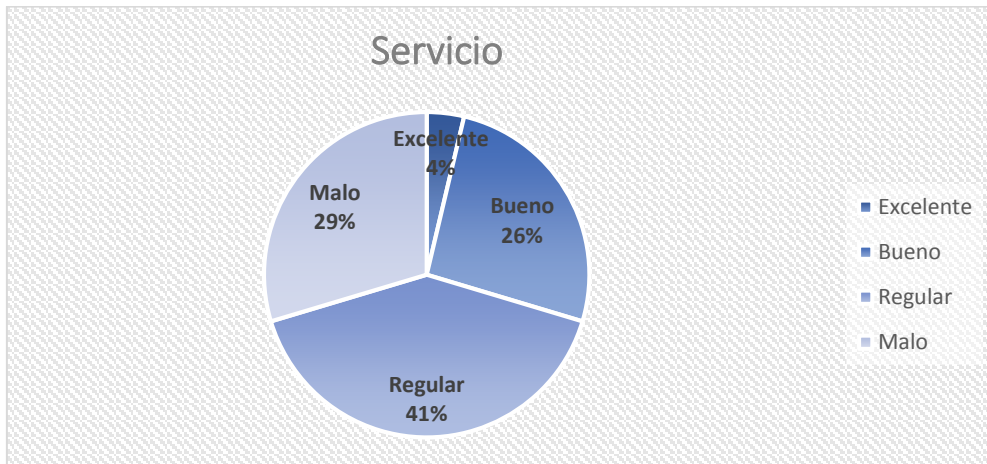


Figura No. 2. Resultado de la pregunta N° 1

Como se puede observar, el servicio que ofrece las compañías de transporte a los importadores de neumáticos es en un 29% deficiente, y en un 41% regular, lo cual es muy beneficioso para LOGILLANTA Cía. Ltda., debido a que podemos utilizar una estrategia de diferenciación de servicios, y así atraer ese porcentaje.

**Pregunta 2.** ¿Para usted, Las tarifas que manejan las compañías de transportes están acorde al mercado?

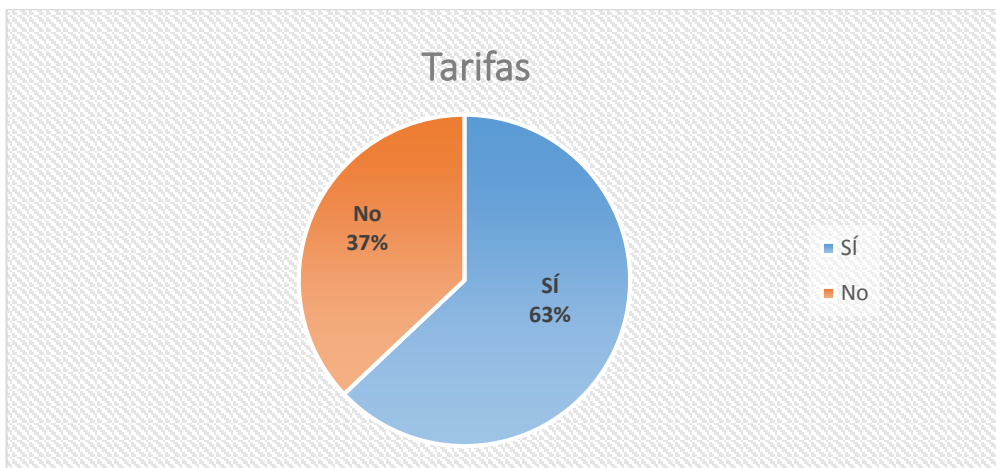


Figura No. 3. Resultado de la pregunta N° 2

Para el importador, las tarifas que manejan las compañías de transporte en un 63% están acordes al mercado, sin embargo, en el 36% es una oportunidad para ofrecer a los importadores una estrategia basada en buenos costos.

**Pregunta 3.** ¿Cuál es el tiempo de entrega promedio de una mercadería que parte desde Guayaquil hacia los diferentes puntos de la Región Costa del Ecuador?

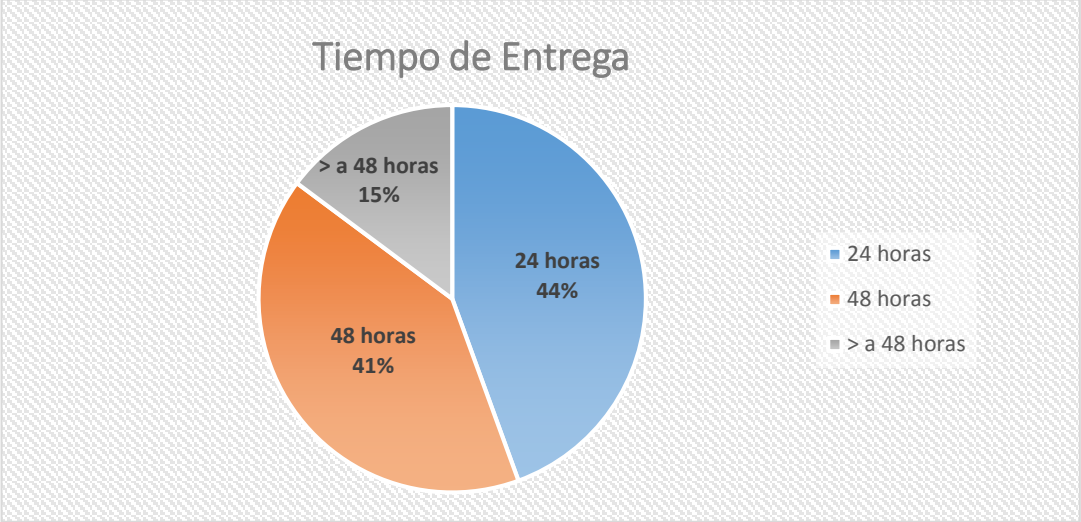


Figura No. 4. Resultado de la pregunta N° 3

El resultado es interesante, debido a que solo al 44% de los importadores le llega la mercadería en un periodo de las 24 horas, y en un 41% pasadas las 48 horas y es así que LOGILLANTA Cía. Ltda. realizará una estrategia de optimización de ruta a través del sistema operativo que dispone.

**Pregunta 4.** ¿Cuándo se presenta un retraso en la entrega de mercadería, el aviso es inmediato de parte del transportista?

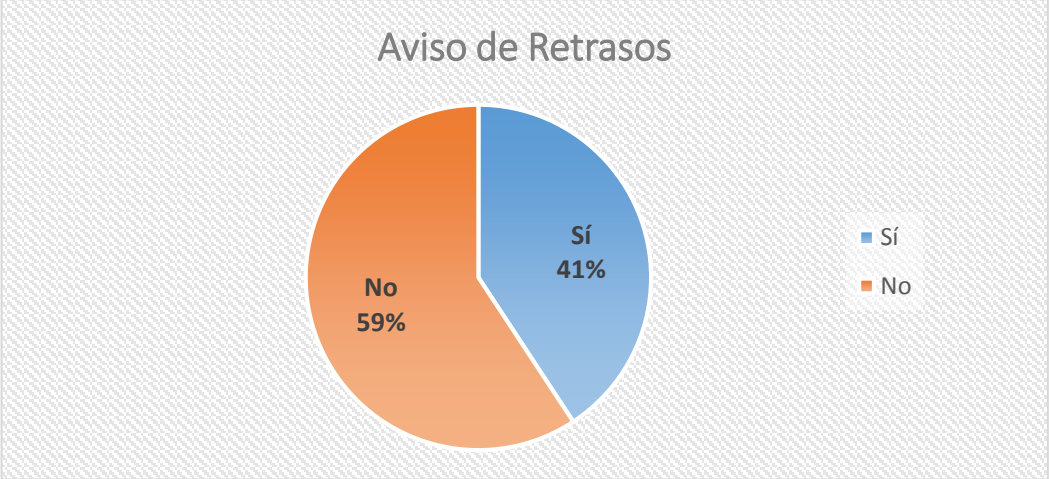


Figura No. 5. Resultado de la pregunta N° 4

En esta pregunta, para 59% de los importadores existe el poco interés de atención al cliente por parte de las compañías de transporte; siendo así, para LOGILLANTA Cía. Ltda. una gran

ventaja, de lo cual el objetivo es satisfacer las necesidades del cliente, brindando soluciones inmediatas.

**Pregunta 5.** ¿Estaría dispuesto a utilizar un Operador Logístico que brinde mejores beneficios que los actuales?

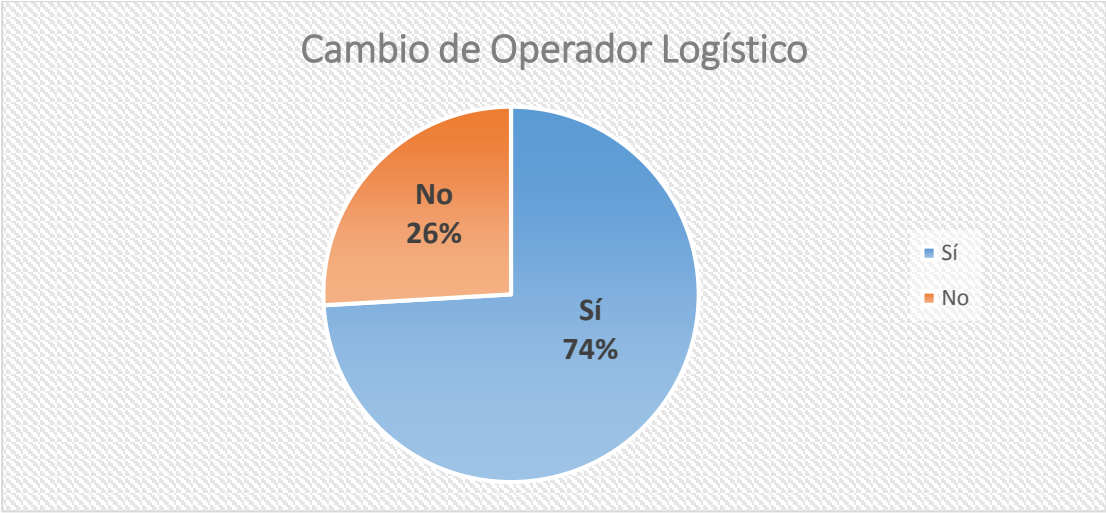


Figura No. 6. Resultado de la pregunta N° 5

Los resultados en esta pregunta, resulta crucial en la viabilidad del proyecto, debido a que el 74% de los importadores están dispuestos a cambiar de operador logístico para la transportación y entrega de sus neumáticos.

**Pregunta 6.** ¿Las diferentes compañías de transporte solucionan todos sus inconvenientes?

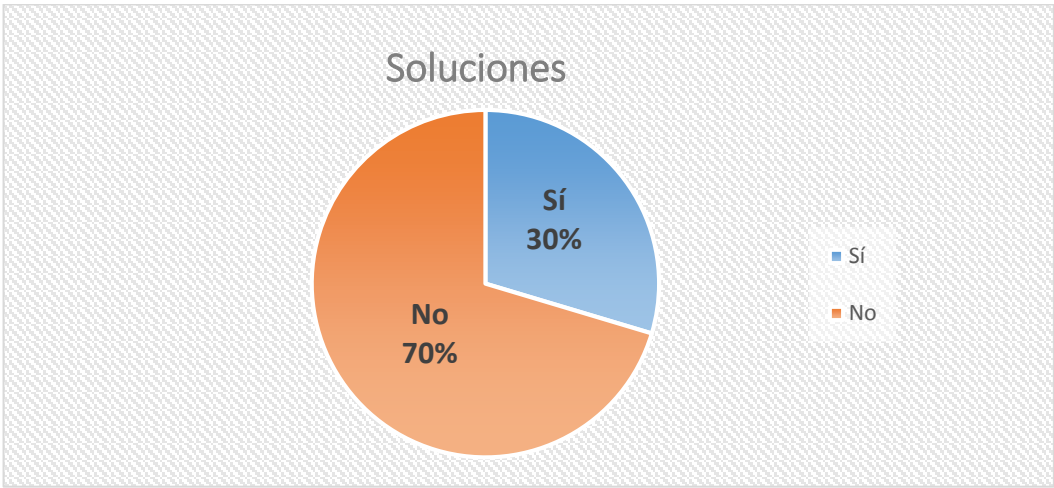


Figura No. 7. Resultado de la pregunta N° 6

Una vez más, en el resultado de esta pregunta se refleja que el servicio que ofrecen actualmente las compañías de transporte es muy informal y con poco interés de solución inmediata a sus



clientes. El 70% de los importadores se encuentran insatisfechos, resultando un porcentaje muy alto y para LOGILLANTA Cía. Ltda. se refleja en una gran oportunidad para proveer estrategias inmediatas antes los inconvenientes que puedan suscitarse durante el proceso de transportación de los neumáticos.

#### **1.11. Conclusión de la investigación de mercado**

Los resultados obtenidos en la encuesta, dejan por asentado que es viable la creación de una Operadora de Logística en la ciudad de Guayaquil, debido a que las compañías de transporte existentes no están ofreciendo el debido servicio a sus clientes, con falencias sea en tiempo de entrega, en las tarifas y soluciones inmediatas a los problemas.

LOGILLANTA Cía. Ltda. en la actualidad representará la opción idónea para los importadores de neumáticos, considerando que el 37% de los importadores nacionales se encuentran ubicados en la Costa del Ecuador, por lo tanto, el flujo de transportación y entrega de mercadería al cliente final del importador es muy alto.

Los importadores tendrán un servicio permanente en tiempo real, a través del portal web, de esta manera podrán monitorear su carga en todas sus etapas. Además, LOGILLANTA Cía. Ltda. dispondrá de un sistema operativo con tecnología de punta, para brindar a sus clientes soluciones inmediatas, evitando costos adicionales como mal despacho, retraso en la mercadería, devoluciones, robos, entre otros factores.

## **CAPITULO II**

### **2. ANÁLISIS DEL ENTORNO**

#### **2.1. Análisis PESTA**

Identifica los factores del entorno externo que pueden afectar a la compañía. Ayuda a comprender el crecimiento o decrecimiento de un mercado. Además, permite revisar la situación actual de la empresa y planificar estrategias que brinden innovadoras propuestas.

##### **2.1.1. Análisis del Entorno Político**

En estos últimos años importar se ha vuelto más complicado debido a que el gobierno anterior ha impuesto salvaguardas para restringir las importaciones. En el 2012 la llanta de camión gravaba sobretasa arancelaria en un 25%, con la resolución de COMEX en abril del 2015 eliminan salvaguardias en las partidas de llantas de composición radial (llantas de camiones).

Adicional, el 21 de marzo del 2014 el Ministerio de Industrias y Productividad, creó el Registro de Importadores de Neumáticos de las subpartidas 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00 (línea de neumáticos de camión), dicho registro informa que todo importador de neumáticos de las subpartidas antes mencionadas deberá registrarse anualmente en la Subsecretaría de Comercio y presentar una solicitud por cada importación, a fin de obtener la documentación de soporte que permitirá desaduanizar sus mercancías. La aprobación de las solicitudes se hará en función del cumplimiento del índice de reencauche que tenga cada importador, información que deberá reportarse en el Anexo 4 del mismo Instructivo. (MIPRO, 2014)

##### **2.1.2. Análisis del Entorno Económico**

Actualmente en Ecuador la inflación registrada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el país se encuentra con - 0.09% a enero 2018, mientras que la canasta básica familiar se sitúa a \$712.03., a continuación, se detalla los indicadores de mayor importancia que muestran el comportamiento de la economía del país:

|   |          |
|---|----------|
| Deuda Externa Pública com % del PIB ( Diciembre 2015) | 20.40%   |
| Inflación Anual (Enero 2018/Enero 2017)               | -0.09%   |
| Inflación Mensual (Enero 2018)                        | 0.19%    |
| Tasa de desempleo Urbano a Diciembre 2017             | 5.82%    |
| Tasa de Interés activa (Marzo 2018)                   | 7.26%    |
| Tasa de Interés pasiva (Marzo 2018)                   | 4.96%    |
| Barril Petróleo (WTI 28 de Feb 2018)                  | 61.64USD |
| Riesgo País ( 28 de Feb 2018)                         | 490.00   |

*Figura No. 8. Indicadores Económicos*

Hasta junio del 2017 todos los neumáticos de camión importados estaban gravados con sobretasa arancelaria del 45%, esta media económica impuesta por el Gobierno fue implementada para disminuir importaciones, compensar la caída del precio del petróleo y la devaluación monetaria de otros países. Actualmente los costos en la llanta para camión han disminuido, por lo tanto, existe más demanda del producto.

### **2.1.3. Análisis del Entorno Social**

Dentro del entorno social se analizará el factor demográfico en la Región Costa de País, que será el área donde se realizará la transportación de llantas.

Como análisis general, según las estadísticas del último censo (INEC 2015), Ecuador dispone de 16'298.217 habitantes, siendo Guayaquil la ciudad más poblada del territorio nacional con 2'644.891 habitantes al 2017.

El puerto de Guayaquil es el más importante, por donde se transita el 70% de las exportaciones e importaciones.

### **2.1.4. Análisis del Entorno Tecnológico**

En cuanto al ámbito tecnológico, según encuesta realizada por el INEC 9 de cada 10 hogares en el país poseen al menos un teléfono celular, 8.4 puntos más que lo registrado en el 2012,(INEC, 2016). Para LOGILLANTA Cía. Ltda. se utilizará un sistema operativo integral, de manera que cada etapa del proceso logístico esté interconectada de forma inmediata, con la finalidad de brindar información a los importadores y sus clientes en tiempo real. Las ventajas principales que aportará el sistema será:

- Integración entre importadores y las compañías de transporte
- Confianza en la información generada por el sistema.
- Proceso logístico ordenado y sincronizado.
- Ahorro en costos extras

Gracias a los avances tecnológicos de los últimos años se ha logrado que el proceso logístico expuesto sea una realidad y se pueda aplicar a través de un sistema integral con el objetivo de brindar un óptimo servicio al cliente de parte de la empresa. El sistema operativo tiene como base una comunicación amplia entre las diferentes fases del proceso logístico y la integración de los sistemas de información, tales como:

- Uso integrado de base de datos
- Sistemas de codificación estándar
- Costeo basado en la actividad ABC

A continuación, se detalla algunos de los términos relevantes utilizados en el proyecto.

#### **Tecnología 4G:**

Con la tecnología 4G se mejoran las funcionalidades de los equipos móviles, que permiten a los usuarios disponer de mayor velocidad y calidad en las comunicaciones, acceder a información y contenidos multimedia en tiempo real como: videos, películas, entre otros. Además, serán posibles nuevas aplicaciones como: el streaming en los celulares. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014).

Desde el 2014 la tecnología empezó a funcionar en Ecuador. Inicialmente Comunicación Nacional de Telecomunicaciones CNT fue la primera operadora en brindar el servicio, y a partir del 215 las operadoras de Claro, Movistar y Tuenti empezaron a ofrecerlo también. Por lo tanto, esta nueva tecnología agiliza los procesos ya que disponen de un ancho de banda y los terminales mejoraron.

#### **PDA (Personal Digital Assintant):**

Es un dispositivo de bolsillo con pantalla táctil, elaborado como libreta electrónica, con un sistema operativo de reconocimiento de escritura, donde se puede revisar una serie

de aplicaciones, como apertura de correos electrónicos, crear documentos, navegar por internet, incluso llamar por teléfono.

El PDA para LOGILLANTA Cía. Ltda. Será una herramienta esencial para el manejo de los procesos de logística, debido a que tendrá conexión a una computadora para sincronización, dispondrá de un interfaz de usuario, conectividad de redes móviles y reconocimiento de escritura. Actualmente los PDA's son teléfonos inteligentes que disponen de multitud de comunicaciones inalámbricas, tales como el Wi-Fi, Bluetooth, Gps, entre otros, y esto hace que nuestro proceso logístico sea más eficiente.

### **La Fibra Óptica:**

Es un medio de transmisión de información, con ondas electromagnéticas que viajan en el espacio a la velocidad de la luz. A través de esta innovación se permite la transmisión de datos rápidamente, como audios y videos. En los últimos años ha crecido la infraestructura del internet, ahora se dispone de fibra óptica, cuando anteriormente se utilizaba cables de cobre. Con la fibra óptica podemos garantizar velocidad de transferencia de datos e internet más estable y fiables, con menos tiempo de respuesta.

#### **2.1.5. Análisis del Entorno Ambiental**

En junio de 2014 a través de una publicación, el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) indicó que importar neumáticos del exterior dependerá del número de llantas que se reencauche anualmente, los importadores deberán reencauchar el 30% de las llantas que ingresen al país, y este porcentaje de reencauche aumentaría gradualmente hasta llegar al 60% en el 2018, hasta el año pasado los importadores estuvieron obligados a reciclar el 50% de los neumáticos comprados.

Cabe recalcar que el índice de reencauche se convierte en un requisito para obtener el Registro de Importador de Neumáticos. Dicha regulación del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) aplica a dos subpartidas arancelarias 4011.20.10.00 llantas radiales y la 4011.20.90.00 las demás.

#### **2.2. Las Fuerzas de Porter**

Es un modelo estratégico creado por el ingeniero Michael Porter, en el año 1979, y establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una empresa, y poder

desarrollar una estrategia de negocio. Porter hacía referencia a estas fuerzas como un micro entorno, para contrastarlas con fuerzas que afectan en el entorno en una escala mayor a la industria, el macro entorno. Las 5 fuerzas que plantea Michael Porter en su modelo de competitividad son:

### **2.2.1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes**

- La influencia de los clientes en un medio competitivo depende de su destreza para la negociación, incluso los compradores pueden forzar a las compañías a bajar los precios, exigir un mejor servicio, es así que los clientes influyen directamente en la rentabilidad del mercado.

### **2.2.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores**

- Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado.
- Están más concentrados que la industria a la que vende, adicional no depende demasiado de la industria para obtener los beneficios.
- Los proveedores ofrecen productos que hace la diferencia en comparación con otros productos.
- No existe sustitutivo alguno del producto o servicio que ofrece.

### **2.2.3. Amenaza de los nuevos competidores entrantes**

- La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada.
- Las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas.

### **2.2.4. Amenaza de productos sustitutos**

- La amenaza de un producto o servicio sustitutivo no es tan visible y directa cuando un sustitutivo ocupa el producto de la industria del comprador.
- Cuando la amenaza de los servicios sustitutivos es dominante, la rentabilidad de la industria se resiente por lo ocurrido. Por lo tanto, una empresa para distanciarse de

los sustitutos debe ofrecer campaña de marketing o por otros medios, de esta forma su rentabilidad no se vería afectada y no se inhibiría su capacidad de crecimiento.

#### **2.2.5. Rivalidad entre los competidores**

- Hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en un mismo mercado, ofreciendo el mismo tipo de servicio o producto. La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas, como los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto o servicio y, campañas de publicidad.
- Cabe recalcar la intensidad con la que las empresas compiten es la base sobre la que se está compitiendo.
- Otro aspecto es sobre las dimensiones que produce la competencia, la rivalidad es altamente destructiva para la rentabilidad si inclina solo hacia el precio, y esto puede suceder si los productos o servicios son casi iguales en calidad y precio.

## **CAPITULO III**

### **3. DIAGNÓSTICO INTERNO DE A EMPRESA**

Razón Social: LOGILLANTA" Logística de Llantas"

Nombre Comercial: LOGILLANTA Cía. Ltda.

Dirección: Guayaquil, Parque Industrial Inmaconsa, Via Daule Km 9 ½.

Teléfonos: 098-973-0322 ó 04-506-0821

Mail: ventas@logillanta.com

Página Web: www.logillanta.com.ec

Constitución Jurídica: Compañía Limitada.

Tipo de Empresa: Sector terciario, empresa de servicios.

Actividad Económica: Se brinda servicios logísticos a los importadores de Neumáticos Región Costa del Ecuador.

Socios: 2 con el 50% de participación por cada uno.

LOGILLANTA Cía. Ltda. Ofrecerá sus servicios logísticos operando desde la ciudad Guayaquil. La compañía de constituyo con 2 socios, los cuales se encargarán de dos áreas específicas, tales como: la gerencia de la compañía (Gerente de Ventas) y el departamento operativo (Jefe de Operaciones). Dentro del mercado, la empresa se proyecta en ser la opción número uno a nivel Costa, a la hora de elegir o cambiar los importadores de neumáticos sus operadores logísticos.

Es vital para cada empresa contar con una estructura organizacional, donde se define la función jerárquica, además de contar con todas las funciones que desempeñará cada integrante de la empresa, de este modo se pretende realizar orden para que exista un control y así alcanzar los objetivos.

#### **3.1. Misión**

Ofrecer a nuestros importadores de neumáticos soluciones logísticas integrarles, necesarias para sus operaciones y que les permita enfocarse en el giro de sus negocios, ayudando a encontrar mejoras en ahorro de sus costos. A su vez brindar un servicio adecuado y eficiente a las compañías de transporte, tecnificando sus procesos logísticos a través de nuestra empresa LOGILLANTA Cía. Ltda.



### 3.2. Visión

Para el 2022 nuestra visión es ser el operador logístico líder en el mercado ecuatoriano, reconocidos por nuestra calidad en los servicios que ofrecemos, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes en los procesos logísticos. Brindando el servicio de logística no solo a la Región Costa, sino también a la Región Sierra y Oriente.

### 3.3. Estructura Organizacional

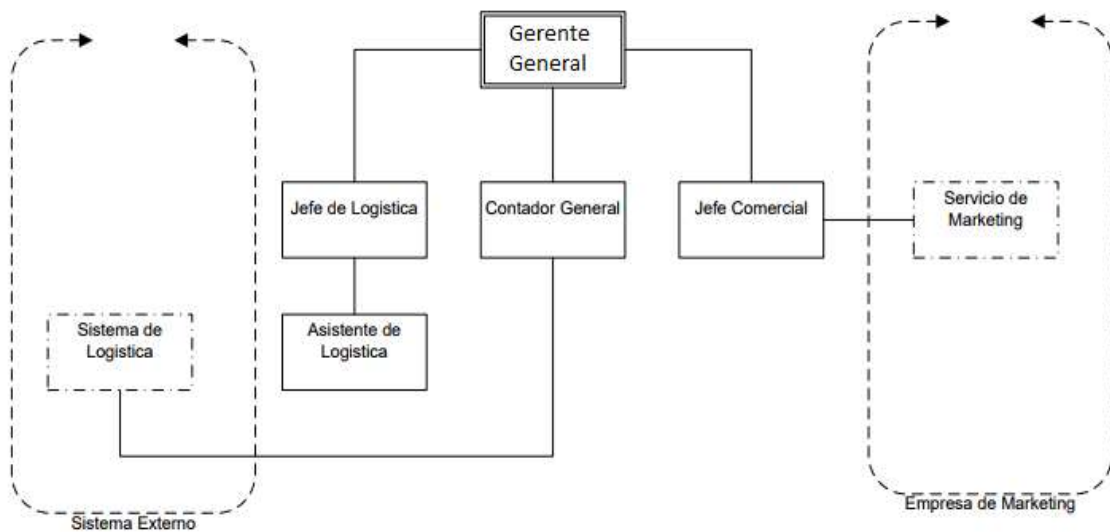


Figura No. 9. Estructura Organizacional LOGILLANTA Cía. Ltda.

El mandato 8 (Ministerio de Trabajo) ampara, y permite contratar o externalizar el personal. Para LOGILLANTA Cia. Ltda., se decidió contratar a seis profesionales para la empresa (registrados en nómina), tomando en cuenta que se dispone de equipo de fuerza externa a la empresa como:

- Call Center en el soporte técnico del sistema operativo XASS a través de AGROSOFT.
- Call Center en el soporte técnico de las PDAs a través de la telefonía Claro.
- En cada compañía de transporte se dispone de un responsable en el área administrativo, un chofer (persona que transporta la mercadería), y ayudante de chofer.

A continuación, se detalla las funciones de cada integrante registrado en nómina:

**Gerente General:**

Responsable de planificar estrategias a nivel de empresa, en base al entorno del cual se maneja la compañía, además de establecer los lineamientos para la creación de un Plan Operativo.

Funciones:

- Planificar estrategias a nivel del macro entorno donde se desenvuelve la empresa.
- Establecer las políticas de ventas, promociones y técnicas de ventas a emplearse.
- Establecer los lineamientos para la elaboración de un Plan Operativo y Estratégico.
- Realizar estudio de mercado donde se desenvuelve la empresa.
- Supervisar los procesos realizados en la parte financieras y administrativas de la empresa.
- Planificar objetivos a corto y largo plazo.

**Asistente Administrativa:**

Depende de: Gerente General y Jefe de Operaciones.

Encargada de dar apoyo a la Gerencia General y Operativa.

Funciones:

- Elaborar informes para Gerencia
- Archivar documentos del área Gerencial y Operativa
- Elaborar cotizaciones en base a las directrices comerciales
- Realizar pagos en efectivo, cheques y transferencias (Previo la aprobación del Visto Bueno por parte de Gerencia General).
- Responsable de Caja Chica
- Atender el Call Center
- Realizar los pagos a Proveedores.
- Facturar.
- Negociar con los proveedores formas de pago y créditos.
- Elaborar comprobantes de retención.
- Realizar la gestión de cobro vía telefónica, por mail o personalmente.

**Jefe Comercial:**

Depende de la Gerencia General

Es el encargado de coordinar el área comercial de la compañía

Funciones:

- Visitar a todos los importadores de neumáticos Región Costa
- Elaborar y enviar proformas
- Elaborar presupuesto de ventas
- Establecer metas y objetivos semestrales
- Realizar estudio de mercado
- Transmitir nuevos procedimientos o novedades a la empresa (con el consentimiento del Gerente General)
- Encargado del estudio y aprobación de los proveedores, principalmente en la búsqueda y aprobación de las compañías de transporte.

### **Jefe de Operaciones:**

Depende de la Gerencia General

Es el encargado de coordinar el área de procesos de la empresa

Funciones:

- Seguimiento en cada etapa de la logística.
- Análisis económico de clientes nuevos clientes, previo a la creación como comprador de nuestros servicios
- Elaborar programas de capacitación sobre los procesos operativos.
- Encargado de reportar los errores en el caso que el sistema de la empresa no esté funcionando de forma correcta y responsable de dar seguimiento que se haya solucionado.

### **Auxiliar de Operaciones:**

Depende del jefe de operaciones

Es el encargado de dar seguimiento a los procesos logísticos, haciendo que se cumplan.

Funciones:

- Recibir informes del sistema operativo
- Verificar que se hayan realizado los procesos
- Verificar que la mercadería haya sido retirada de la bodega del importador y que se encuentre en ruta
- Dar cumplimiento que los tiempos preestablecidos sean cumplidos

- En el caso surja un problema durante el proceso de transportación logística, avisar a los departamentos encargados y brindar solución inmediata

**Contador:**

Depende del Gerente General

Es el encargado de gestionar de la información financiera a través de los registros contables.

Funciones:

- Elaborar todas las funciones financieras de la empresa
- Llevar la contabilidad de la empresa
- Realizar las declaraciones para el SRI
- Elaborar balance de resultados y estados financieros
- Ingresar las facturas recibidas de los proveedores al sistema
- Cancelar nómina de los empleados.
- Cancelar a proveedores tramite cheques o transferencias (previo visto bueno del gerente general).

**3.4. Análisis e identificación de las variables primarias del negocio (cadena de valores)**

El Análisis e identificación de las variables primarias del negocio juega un papel importante debido a que son protagonistas de la creación física del servicio que se ofrecerá, su comercialización, transferencia al consumidor y su post venta. Dichas variables las podríamos identificar como:

**Logística interna:** Almacenamiento de información, recepción de datos, acceso de clientes.

**Operaciones:** Actualización del sistema que dispone la empresa para constatar en tiempo real la parte operacional.

**Logística Externa:** Procesamiento de entrega de mercadería, supervisión que la mercadería haya sido entregada a través de los canales tecnológicos que dispone la compañía, informes semanales sobre las entregas realizadas que sirvan para corregir errores evitando retrasos en la entrega.

### **3.5. Comercialización y Ventas**

LOGILLANTA Cía. Ltda. Vende el servicio de intermediación de Logística al importador de neumáticos, obteniendo el importador las siguientes ventajas:

- Se elimina para el importador el departamento de logística
- Se contrata una red de transporte que no pertenece a empresa, sin embargo, se estipulará mediante un contrato el servicio con cláusulas y normas que regirán el buen funcionamiento de la trasportación de la mercadería hacia el punto final.

### **3.6. Servicio Post – Venta**

Solución de quejas, soporte al cliente en todas sus inquietudes.

### **3.7. Descripción y detalle del producto**

LOGILLANTA Cía. Ltda. Ofrecerá el servicio de transporte a los importadores de neumáticos, de esta manera brindar soluciones inmediatas de logística integral, en la trasportación de mercadería. El servicio logístico, va desde el retiro de la mercadería de las bodegas del importador, hasta la entrega de la mercadería al consumidor final, el proceso de entrega se efectuará a través de un sistema operativo con tecnología de punta.

LOGILLANTA Cía. Ltda. Contratará una red de transporte (compañías de transporte) formalizado a través de un contrato que disponga de tarifas especiales.

### 3.8. Proceso de prestación de servicio (Flujogramas y procesos agregadores de valor)

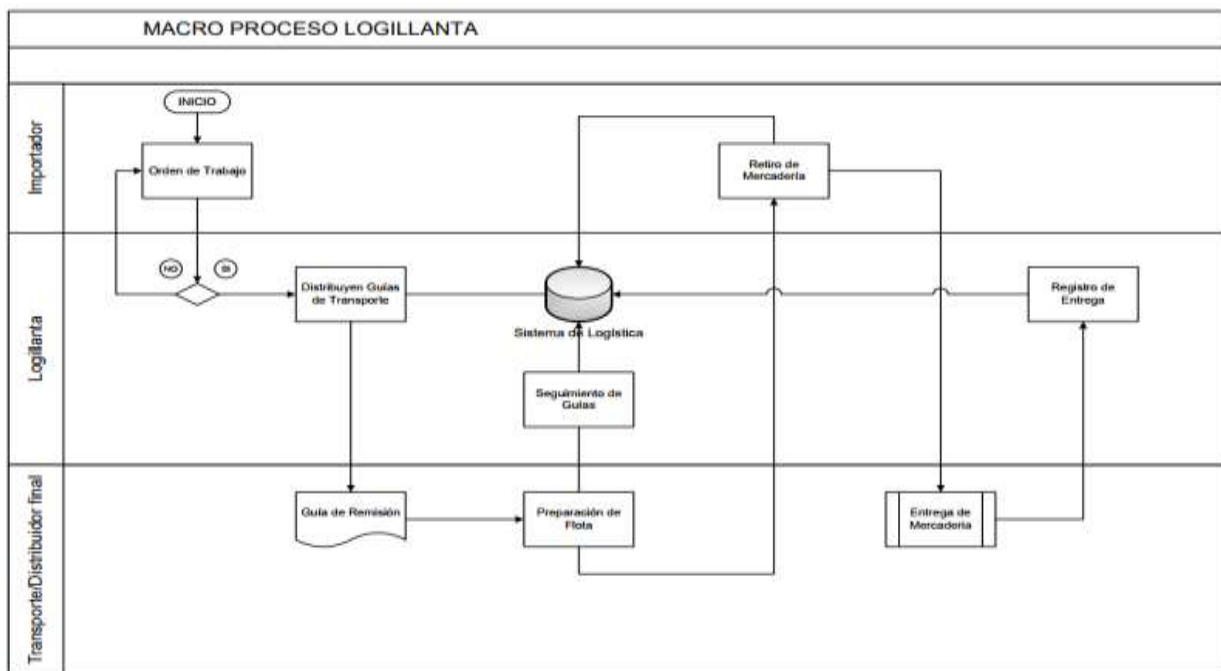


Figura No. 10. Flujograma de LOGILLANTA Cía. Ltda.

- Importador emitirá factura mediante un correo electrónico, dicho correo va dirigido a su cliente y a LOGILLANTA Cía. Ltda. en el correo se incluye el RIDE y el archivo XML.
- En consecuencia, el Sistema XASS de LOGILLANTA Cía. Ltda. recibe el documento XML en su bandeja de entrada, y procesa la información del documento, para de esta manera generar una Factura y una Guía de Remisión; en donde la Factura va dirigida al importador, y la Guía de Remisión va dirigida al destinatario final (cliente final del importador), emitida desde el punto de partida LOGILLANTA Cía. Ltda. y entrega al destinatario final.
- Nota: Antes de generar la Guía de Remisión, el sistema hará la selección de la unidad de transporte más idónea al requerimiento logístico.
- Una vez que el sistema haya generado la Guía de Remisión, al transportista (compañía de transporte) le llegará una notificación vía SMS y un correo electrónico con la guía de remisión electrónica asignada por LOGILLANTA Cía. Ltda.

- e) Adicionalmente la Guía de Remisión será enviada vía correo electrónico al importador y al cliente del importador, para que de esta manera puedan monitorear en tiempo real la ruta de la mercadería.
- f) Posteriormente, el transportista se desplazará al punto de partida (bodegas del importador), en donde retirará la mercadería y se desplazará al punto de destino (cliente final del importador)
- g) Cabe recalcar que el sistema en tiempo real será capaz de monitorear la ubicación exacta del vehículo mediante el PDA que dispondrá el transportista (dispositivo de propiedad de LOGILLANTA Cia. Ltda.)

Cada compañía de transporte que haya firmado contrato con LOGILLANTA Cia. Ltda. debe disponer el número de PDAs en el siguiente rango:

- Compañías de transporte con capacidad de carga entre 0 y/o  $\leq 100$  unidades, dispondrán de una unidad PDA.
  - Compañías de transporte con capacidad de carga entre 0 y/o  $\leq 500$  unidades, dispondrán de dos unidades de PDAs.
  - Compañías de transporte con capacidad de carga entre 0 y/o  $> a 800$  unidades, dispondrán de tres unidades de PDAs.
- h) Por último, El transportista una vez que entrega la mercadería y que todo este ok, generará una Nota de Entrega donde firmará el cliente o persona autorizada de recibir la mercadería (la firma será efectuada en la PDA), la misma que será enviada al cliente y al importador mediante correo electrónico

### **3.8.1. Procesos de Valor Agregado**

- a) Garantía en entrega inmediata de la mercadería en tiempos preestablecidos.
- b) Seguridad en el envío
- c) Envíos sin contratiempos
- d) Nuestro sistema LOGILLANTA Cía. Ltda. brindará una página web a los importadores y a los clientes de los importadores, para que puedan monitorear en tiempo real su mercadería a través de google map. Basta con introducir el número de guía en la página web: [www.logillanta.com.ec](http://www.logillanta.com.ec)

### 3.9. Determinación de la capacidad instalada del negocio

Para determinar la capacidad instalada de LOGILLANTA Cía. Ltda., se deben tomar varios factores, tales como el factor horas de trabajo de la compañía:

Horario de trabajo:

De lunes a viernes de 9:00 am a 6:00pm, con un intervalo de almuerzo de 12:00 am a 1:00 pm, completando las 40 horas de trabajo como el Ministerio de trabajo lo exige. Se debe considerar los días festivos, vacaciones o permisos médicos utilizados por parte de personal, sin embargo, para las ausencias por vacaciones y permisos, siempre debe haber un reemplazo o a su vez, tener preestablecido el personal encargado que asumirá las funciones de la persona ausente.

Para LOGILLANTA Cía. Ltda. lo será de este modo:

*Tabla No. 2.- Cargos LOGILLANTA Cía. Ltda.*

| <b>Cargo</b>           | <b>En caso de ausencia sus funciones las realizará</b> | <b>Supervisión</b>                 |
|------------------------|--|------------------------------------|
| Gerente General        | Jefe Comercial   |                                    |
| Jefe de Logística      | Asistente de logística                                 | Supervisado por el Gerente General |
| Asistente de Logística | Jefe de Logística                                      |                                    |
| Contador General       | Suplente   | Supervisado por el Gerente General |
| Jefe Comercial         | Gerente General  |                                    |

Otro factor determinante es la capacidad de flota disponible para la transportación mínima mensual de neumáticos.

Tomando como referencia la demanda actual referente al porcentaje de captación de mercado del importador TRACTOMAQ S.A. (como cliente potencial y con el cual existe un precontrato preestablecido por un año), se necesita transportar a la Región Costa 143328 unidades al año y mensualmente 11944 neumáticos aproximadamente. Considerando que en cada camión de 5 toneladas se puede transportar 200 unidades aproximadamente (entre llantas de auto, camioneta y camión), se necesitarían 60 camiones mensuales, por lo cual lo distribuiremos de la siguiente manera:



Tabla No. 3.- Razón Social de las Compañías de Transporte

| Razon Social de la Compañía de Transporte | Camiones requeridos mensualmente en los primero 12 meses |
|---|--|
|   | Solo Para TRACTOMAQ                                      |
| Transporte Rio Guayas Cia. Ltda.          | 23   |
| Coop. Ecuatorina de Transporte            | 21   |
| Transporte Ramon S.A.                     | 8  |
| T.P.L. Logística Cia Ltda.                | 8  |
| N. de Camiones                            | 60   |

### 3.10. Costos y características de la inversión

Los costos de la inversión del proyecto, corresponde a la adquisición de los activos requeridos para que el plan de negocios funcione.

#### 3.10.1. Inversión

La inversión inicial será financiada mediante capital propio y préstamo bancario, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla No. 4.- Financiamiento

| Descripción                 | Financiamiento |                   | Totales   |
|-----------------------------|----------------|-------------------|-----------|
|                             | Capital Propio | Préstamo Bancario |           |
| Porcentaje de Participación | 20%            | 80%               | 100%      |
| Monto                       | \$ 4,180       | \$ 16,720         | \$ 20,900 |

El préstamo bancario será tramitado a través del Banco Bolivariano, por un monto de crédito de \$ 16.720, con una tasa de interés anual del 22%, a2 años, a continuación, detalle del préstamo:

Tabla No. 5.- Préstamo bancario

|                                  |                   |
|----------------------------------|-------------------|
| <b>Institución Financiera</b>    | Banco Bolivariano |
| <b>Monto del Crédito</b>         | \$16,720          |
| <b>Tasa de interes anual</b>     | 22%               |
| <b>Número de pagos mensuales</b> | 24                |
| <b>Pago mensual</b>              | \$867.40          |
| <b>Pago anual</b>                | \$10,408.83       |
| <b>Total pago</b>                | \$20,817.67       |

Tabla No. 6.- Tabla de Amortización

| Periodo | Saldo Inicial | Intereses | Cuota    | Amortización | Sado Final  |
|---------|---------------|-----------|----------|--------------|-------------|
| 1       | \$16,720.00   | 306.53    | \$867.40 | \$560.87     | \$16,159.13 |
| 2       | \$16,159.13   | 296.25    | \$867.40 | \$571.15     | \$15,587.98 |
| 3       | \$15,587.98   | 285.78    | \$867.40 | \$581.62     | \$15,006.36 |
| 4       | \$15,006.36   | 275.12    | \$867.40 | \$592.29     | \$14,414.07 |
| 5       | \$14,414.07   | 264.26    | \$867.40 | \$603.14     | \$13,810.92 |
| 6       | \$13,810.92   | 253.20    | \$867.40 | \$614.20     | \$13,196.72 |
| 7       | \$13,196.72   | 241.94    | \$867.40 | \$625.46     | \$12,571.26 |
| 8       | \$12,571.26   | 230.47    | \$867.40 | \$636.93     | \$11,934.33 |
| 9       | \$11,934.33   | 218.80    | \$867.40 | \$648.61     | \$11,285.72 |
| 10      | \$11,285.72   | 206.90    | \$867.40 | \$660.50     | \$10,625.22 |
| 11      | \$10,625.22   | 194.80    | \$867.40 | \$672.61     | \$9,952.62  |
| 12      | \$9,952.62    | 182.46    | \$867.40 | \$684.94     | \$9,267.68  |
| 13      | \$9,267.68    | 169.91    | \$867.40 | \$697.50     | \$8,570.18  |
| 14      | \$8,570.18    | 157.12    | \$867.40 | \$710.28     | \$7,859.90  |
| 15      | \$7,859.90    | 144.10    | \$867.40 | \$723.30     | \$7,136.60  |
| 16      | \$7,136.60    | 130.84    | \$867.40 | \$736.57     | \$6,400.03  |
| 17      | \$6,400.03    | 117.33    | \$867.40 | \$750.07     | \$5,649.96  |
| 18      | \$5,649.96    | 103.58    | \$867.40 | \$763.82     | \$4,886.14  |
| 19      | \$4,886.14    | 89.58     | \$867.40 | \$777.82     | \$4,108.32  |
| 20      | \$4,108.32    | 75.32     | \$867.40 | \$792.08     | \$3,316.24  |
| 21      | \$3,316.24    | 60.80     | \$867.40 | \$806.61     | \$2,509.63  |
| 22      | \$2,509.63    | 46.01     | \$867.40 | \$821.39     | \$1,688.24  |
| 23      | \$1,688.24    | 30.95     | \$867.40 | \$836.45     | \$851.79    |
| 24      | \$851.79      | 15.62     | \$867.40 | \$851.79     | (\$0.00)    |

### 3.10.2. Equipos de Computación y Comunicación

Tabla No. 7.- Equipos de Computación y Comunicación

| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | PRECIO UNITARIO | TOTAL    |
|------------------------|-----------------|----------|
| 6 equipos PDAs         | \$ 310          | \$ 1,860 |
| 4 laptops              | \$ 485          | \$ 1,940 |
|                        |                 | \$ 3,800 |

### 3.10.3. Muebles de Oficina

Tabla No. 8.- Muebles de Oficina

| MUEBLES DE OFICINA | PRECIO UNITARIO | TOTAL    |
|--------------------|-----------------|----------|
| 6 Escritorios      | \$ 70           | \$ 420   |
| 8 Sillas           | \$ 50           | \$ 400   |
| 2 Archiveros       | \$ 140          | \$ 280   |
|                    |                 | \$ 1,100 |

## CAPITULO IV

### 4. PROPUESTA DE MEJORA

#### 4.1. Segmentación de Clientes

Los clientes de LOGILLANTA Cía. Ltda. son empresas que importan neumáticos principalmente de la China. Son clientes que residen en la ciudad de Guayaquil, en el momento que dicho cliente desea nuestros servicios se le hace un estudio de su capacidad económica, tratando de verificar que sea financieramente cumplir con los pagos del servicio.

La cartera de clientes que dispone LOGILLANTA Cía. Ltda. es extensa, debido al encontrarse en Guayaquil, siendo puerto principal del país y por lo tanto de donde se desaduaniza los neumáticos que serán distribuidos por todo el país, sin embargo, LOGILLANTA Cía. Ltda., se encargará de prestar sus servicios solo a la mercadería que sale de Guayaquil hacia la región Costa del Ecuador, tales como:

- Esmeraldas
- Manabí
- Guayas
- Los Ríos
- El Oro

El poder de negociación con los importadores es bajo, debido a que LOGILLANTA Cía Ltda se diferencia de la competencia, por su excelente sistema tecnológico que muestra seguimiento de procesos en tiempo real, además de un conocimiento amplio en la logística de la transportación de llantas.

#### 4.2. Marketing Mix

El **marketing mix** es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: **producto, precio, distribución y comunicación**. Estas cuatro variables también son conocidas como las **4Ps** por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse

como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. (Espinoza R. , 2014)

Analizaremos las estrategias que utilizaremos para que el servicio ofrecido cumpla con las metas comerciales alcanzables dentro de plazo pronosticado.

*Figura No. 11. Cuadro Marketing Mix*



#### **4.2.1. Producto (o Servicio)**

Es la variable predominante de la teoría del marketing mix, define tanto los bienes como los servicios que comercializará la compañía. Es el medio por el cual se satisface al consumidor, por lo tanto, se tiene que trabajar en la imagen de producto o servicio, la marca y el servicio postventa. Además de tomar estrategias como diferenciación del producto, nuevas líneas de producto o servicio.

LOGILLANTA Cía. Ltda. como se ha comentado anteriormente se trata una empresa de servicio. Dicho servicio será el gestionar la transportación logística de los importadores de neumáticos. En este punto analizaremos la formulación de cómo se ofrecerá el servicio y las ventajas que se obtiene al utilizar el mismo.

Las fases del ciclo de vida del servicio son:

- **Estrategia del Servicio:** Para el proyecto se diseñará servicios diferenciados que aporten valor agregado al cliente, además se definirá las ventajas que obtendrá el importador al usar el servicio. Otra estrategia será de definir la lista que se desea tener como clientes.
- **Diseño del servicio:** En esta fase analizará y se constatará que los costes brindados estén acorde al mercado, manejando precios competitivos y rentables. Además de verificar que todo el proceso logístico ofrecido cumpla con las expectativas del cliente, brindado un servicio de calidad.
- **Transición del servicio:** Inspeccionar y dar soporte en todo el proceso logístico, incluso hacer cambios innovadores en el caso se requiera. Informar los cambios a todos los entes involucrados. Mejorar la satisfacción del cliente sobre los servicios brindados.
- **Operación del Servicio:** Administrar la plataforma tecnológica adquirida de manera óptima en función a los servicios brindados a los importadores. Ofrecer soporte a todos los usuarios incluidos en el servicio
- **Mejora continúa del servicio:** Constantemente la operadora de logística debe cuestionarse si está brindado un óptimo servicio, si cumple con las expectativas del cliente, cerciorarse que los servicios ofrezcan valor agregado y se diferencien de la competencia.

#### **4.2.2. Producto (o Servicio)**

Es la variable por la cual ingresan las ganancias de una empresa. Para colocar las tarifas del producto o servicio que vamos a ofrecer debemos primero estudiar el comportamiento del consumidor, el mercado donde se desarrolla, se debe hacer un estudio de costos de la competencia, entre otras variables. Cabe recalcar que los precios que se asigne, determinará a posicionarnos en el mercado, es por esto que se debe comercializar un producto o servicio de calidad, tomando en cuenta que establecer precios altos ayudará a fortalecer la imagen.

LOGILLANTA Cía. Ltda. en base al estudio de mercado realizado, definió brindar los siguientes precios acordes a la demanda del mercado.

*Tabla No. 9.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia de Esmeraldas*

| Provincia  | Ciudad     | De Rin 12 a Rin 15 | De Rin 12 a Rin 15 | De rin 16 a Rin 19 | De rin 20 a Rin 24.5 | De Rin 32 a Rin 38 |
|------------|------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Esmeraldas | Esmeraldas | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|            | Atacame    | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|            | Muisne     | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|            | Quininde   | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |

*Tabla No. 10.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia de Manabí*

| Provincia | Ciudad        | De Rin 12 a Rin 15 | De Rin 12 a Rin 15 | De rin 16 a Rin 19 | De rin 20 a Rin 24.5 | De Rin 32 a Rin 38 |
|-----------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Manabí    | Pedernales    | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Jama          | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Flavio Alfaro | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | El Camen      | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Chone         | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Bolivar       | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Junin         | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Tosagua       | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Rocafuerte    | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Portoviejo    | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | San Ana       | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Montecriti    | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Jaramijó      | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Manta         | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
| Jipijapa  | 1.00          | 1.50               | 2.00               | 8.00               | 18.00                |                    |

*Tabla No. 11.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia de Los Ríos*

| Provincia | Ciudad       | De Rin 12 a Rin 15 | De Rin 12 a Rin 15 | De rin 16 a Rin 19 | De rin 20 a Rin 24.5 | De Rin 32 a Rin 38 |
|-----------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Los Ríos  | Buena Fe     | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Valencia     | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Quevedo      | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Mocache      | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Ventanas     | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Vinces       | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Pueblo Viejo | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Baba         | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Babahoyo     | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |

*Tabla No. 12.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia del Guayas*

| Provincia          | Ciudad      | De Rin 12 a Rin 15 | De Rin 12 a Rin 15 | De rin 16 a Rin 19 | De rin 20 a Rin 24.5 | De Rin 32 a Rin 38 |
|--------------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Guayas             | El Empalme  | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Balzar      | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Santa Lucia | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Palestina   | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Nobol       | 0.80               | 1.20               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Daule       | 0.80               | 1.20               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Naranjal    | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Naranjito   | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | El Triunfo  | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|                    | Millagro    | 1.00               | 1.50               | 2.00               | 8.00                 | 18.00              |
| Playas de Villamil | 1.50        | 2.00               | 2.50               | 8.00               | 18.00                |                    |

*Tabla No. 13.- Precios desde Guayaquil hacia la Provincia del Guayas*

| Provincia | Ciudad     | De Rin 12 a Rin 15 | De Rin 12 a Rin 15 | De rin 16 a Rin 19 | De rin 20 a Rin 24.5 | De Rin 32 a Rin 38 |
|-----------|------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| El Oro    | El Guabo   | 2.00               | 2.50               | 3.00               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Machala    | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Pasaje     | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Chilla     | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Santa Rosa | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Huaquillas | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Arenillas  | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Atahualpa  | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
|           | Zaruma     | 1.50               | 2.00               | 2.50               | 8.00                 | 18.00              |
| Piñas     | 1.50       | 2.00               | 2.50               | 8.00               | 18.00                |                    |

### **4.2.3. Promoción**

Gracias a la tecnología y avances las empresas pueden dar a conocer sus productos o servicios en diferentes plataformas de comunicación, sean estas ventas personalizadas, promoción de ventas, publicidad, marketing entre otras.

LOGILLANTA Cía. Ltda., dispondrá de un portal web con el siguiente dominio [www.logillanta.com.ec](http://www.logillanta.com.ec), con los siguientes beneficios:

- Importadores podrán monitorear sus despachos
- Clientes de los importadores también podrán ingresar a la plataforma y monitorear sus pedidos.
- Además, podrán confirmar si la mercadería fue entregada, detallando fecha y hora de entrega y nombre de la persona que recibió la mercadería.

Otra promoción será el enviar correo electrónico al cliente de importador una vez que la mercadería haya sido entregada.



#### **4.2.4. Plaza**

La Distribución se define como un conjunto de actividades que se necesitan para trasladar el producto final hasta los diferentes puntos de entrega. Es necesario que la compañía realice su mejor gestión para que el consumidor obtenga su producto a tiempo y en el lugar adecuado.

Una buena gestión en la distribución del producto, es elemental para LOGILLANTA Cía. Ltda., porque es la base del servicio que se está ofreciendo, es por ello que se realiza un estudio minucioso al momento de elegir los proveedores de carga (compañías de transporte). Al mismo tiempo a estos últimos se los capacita en la utilización de las herramientas tecnológicas a utilizar, que van de la mano con el proceso de transportación.

#### **4.3. Consumidor satisfecho**

Los choferes de las compañías de transporte serán la imagen de LOGILLANTA Cía. Ltda., por lo tanto, serán capacitados para el manejo de brindar un buen servicio, haciendo ahínco en ser amigable y servicial. Además, el chofer puede compartir retroalimentación en el proceso de transportación.

- Devoluciones sin demora: la compañía diseñará un proceso que evite retrasos innecesarios para no generar costos extras.
- Soluciones inmediatas al problema: LOGILLANTA Cía. Ltda. dispondrá de un call center, por el cual los usuarios podrán comunicarse, y de esta forma la compañía tomará cartas en el asunto para dar una solución inmediata al problema presentado y a su vez tomar correctivas en el asunto, de tal forma que se evite vuelva a ocurrir.

#### **4.4. Costo a satisfacer**

La decisión sobre qué precios colocar en el mercado es crucial para LOGILLANTA Cía. Ltda. La fijación de precios debe estar orientada en aumentar la participación en el mercado. Además, que los precios fijados rindan utilidades ventajosas para la compañía. Cabe recalcar que los precios de la operadora logística serán ligeramente más elevados respecto a los precios ofrecidos por las compañías de transporte, sin embargo, los beneficios brindados por LOGILLANTA Cía. Ltda. permiten hacerlo, porque las empresas no están satisfechas con los servicios ofrecidos en la actualidad por parte de las compañías de transporte.

#### **4.5. Comodidad del cliente**

Brindar confort a los clientes de LOGILLANTA Cía. Ltda. es uno de nuestros principales objetivos por el cual se ha basado el proyecto. Las ventajas de comodidad que mantendrán los importadores de neumáticos son múltiples, tales como:

- Dispondrán de una plataforma web para monitorear la mercadería mientras este en ruta de entrega.
- Tendrán a disposición los clientes de LOGILLANTA Cía. Ltda. un call center en horario de oficina, para atender reclamos o problemas que se presenten.
- En todo el proceso de transportación logística, los importadores serán informados mediante correo electrónico.
- Los tiempos de entrega de mercadería se reducen, gracias a la optimización de ruta que el sistema operativo de LOGILLANTA Cía. Ltda. dispone.

#### **4.6. Comunicación**

Es una herramienta estratégica para incrementar la participación de LOGILLANTA Cía. Ltda. en el mercado. La comunicación debe ser la más clara y que tenga éxito sus elementos son:

##### **4.6.1. Publicidad**

Philip Kotler define publicidad “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”. Los principales objetivos esenciales de la publicidad son: informar, persuadir y recordar.(Puon, 2013).

A través de la publicidad se posesiona el producto o servicio que se desea brindar. Para LOGILLANTA Cía. Ltda. la publicidad se hará a través de la página web oficial de la compañía, además de realizar publicidad mediante de las revistas dirigidas al plano automotriz, captar publicidad a través de los sitios oficiales de la Cámara de Comercio, Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) y organismos oficiales que considere la participación de los importadores de neumáticos en el mercado.

Así mismo se aplicarla una rotulación de publicidad a los transportes que trabajarán con la compañía. Actualmente las redes de sociales, también son un medio amplio de brindar

publicidad, plataformas tales como Facebook e Instagram serán utilizados para promocionar a la compañía, los usuarios podrán ubicar a la empresa con el siguiente dominio: @logillantagye.

#### **4.6.2. Promoción de Ventas**

La noción de promoción de ventas, está vinculada a las campañas cuyo objetivo es mentar la comercialización de determinados productos o servicios. A través de estas promociones, las empresas tratan de posicionar su producto o servicio en el mercado y captar el interés de los consumidores.(Perez & Merino, 2014)

La promoción de ventas debe ser debidamente gestionada en base a los objetivos del plan de Marketing de la compañía. LOGILLANTA Cía. Ltda. ha programado incentivos tales como:

- Sorteo de un viaje para dos personas en un Resort Decamerón por 3 días. Por cada 500 llantas transportadas por la compañía, el importador recibe un cupón vía correo. El sorteo se hará semestralmente.
- Por cada 100 llantas transportadas recibe el importador un "medidor de profundidad" que mide el desgaste del neumático en milímetros. La promoción se efectuará tres veces al año. Los meses los definirá el Jefe de Ventas con previa aprobación del Gerente General. Se debe considerar varios aspectos para elegir los meses de la promoción, tales como ventas bajas, meses cortos con feriados largos, entre otros.
- Se incentivará con un premio sorpresa a los choferes y auxiliar de chofer que dispongas de menos quejas en el mes.
- Por cada capacitación brindada a todo el personal involucrado de las compañías de transporte, se sorteará un celular.

#### **4.6.3. E-Commerce**

Gracias al internet y los avances tecnológicos se puede revolucionar cualquier tipo de negocio. LOGILLANTA Cía. Ltda. adaptará una plataforma tecnológica que permita al cliente recibir información en tiempo real. Además de recibir pedidos, despachar y facturar los servicios.

Otras opciones será estar presente en las redes sociales para que los usuarios interesados conozcan más del servicio que ofreceremos.

#### **4.7. Estrategia Funcional**

Las estrategias funcionales tienen que coordinarse entre sí con el fin de reducir al mínimo los conflictos que sean inevitables, así como para mejorar las posibilidades de realización de las metas organizacionales. Cada una de las áreas funcionales cuenta con distintas responsabilidades y por tanto, prioridades diferentes, tales como calidad, innovación y capacidad de satisfacción al cliente, además del servicio de postventa.

#### **4.8. Estrategia de Amplia Diferenciación**

Se analiza la diferenciación amplia de las ventajas y peligros, además de la creación de atributos de diferenciación de la empresa. Se debe estudiar minuciosamente las conductas y necesidades de los compradores para saber que considera importante, que creen que tiene valor, y cuanto están dispuestos a pagar por ello. Estas estrategias permiten que una empresa fije un precio mayor por su producto, aumente las ventas por el aumento de los compradores, obtenga lealtad del comprador hacia la empresa que le brinda el servicio por sus características distintivas del servicio.

##### **4.8.1. Peligros de una estrategia de diferenciación**

- Cuando los demás competidores copia la mayoría de todos los atributos atractivos del servicio.
- Gastos excesivos en los procesos para diferenciar el servicio.
- Exceder a las necesidades del comprador.
- Amentar demasiado el precio. El costo aumentado es excesivo en relación con el valor que ofrece.

##### **4.8.2. Cuando funciona mejor una estrategia de diferenciación**

- Hay muchas formas de diferenciar el servicio y muchos compradores la perciben y valoran.
- El cambio tecnológico es veloz y la competencia gira en torno a las características del servicio. La introducción rápida de servicios innovadores, genera interés en el consumidor, lealtad y diferenciación.

#### **4.9. Estrategia de Enfoque de Nicho de Mercado basado en Diferenciación**

Cuando la diferenciación se ajusta a atender un segmento imitado del mercado, se puede clasificar por su ubicación geográfica, por tipo de cliente, línea del servicio, región o localidad.

##### **4.9.1. Ventajas de las estrategias de nicho de mercado**

- Cobrar un precio más alto por su servicio.
- Incrementar las ventas.
- Ganarse la fidelidad de los compradores hacia la marca.

##### **4.9.2. Exclusividad**

- Innovación del servicio
- Publicidad creativa
- Atención personalizada

## CAPITULO V

### 5. VIABILIDAD ECONÓMICA

#### 5.1. Demanda actual del mercado

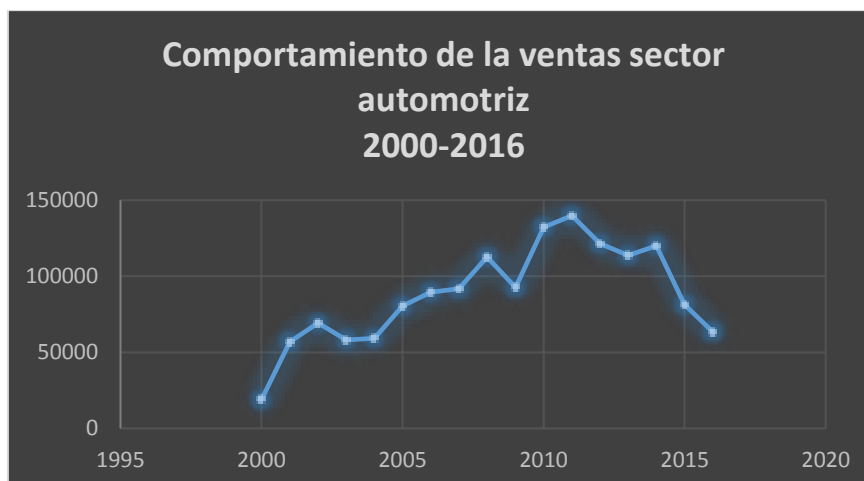
Existe un creciente porcentaje en el aumento del parque automotriz a nivel nacional, existiendo la necesidad de cubrir los requerimientos de este segmento de mercado, en sus partes funcionales, como accesorios. En los últimos 3 años ha existido un decrecimiento en la producción e importación de vehículos en el Ecuador esto debido a la crisis económica y factores como el incremento porcentual de las tasas arancelarias que han provocado una reducción en las importaciones automotrices.

Si bien es cierto a partir del 01 de abril del 2017, se eliminaron las sobretasas arancelarias impuestas por el gobierno central mismas que generaron un decrecimiento en las importaciones, se pudo percibir a partir del segundo semestre del año una recuperación gradual en los niveles de importaciones mantenidos en años anteriores, teniendo como otro de los factores ponderables que se considera para esta recuperación es la eliminación de los 2 puntos porcentuales que se disminuyeron del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

*Tabla No. 14.- Comportamiento de las Importaciones de Automotores 2000-2016*

| <b>Año</b> | <b>Producción Nacional</b> | <b>Importaciones</b> | <b>Total Ventas</b> |
|------------|----------------------------|----------------------|---------------------|
| 2000       | 10441                      | 8542                 | 18983               |
| 2001       | 20316                      | 36634                | 56950               |
| 2002       | 21047                      | 48325                | 69372               |
| 2003       | 22768                      | 35327                | 58095               |
| 2004       | 22230                      | 36921                | 59151               |
| 2005       | 29528                      | 50882                | 80410               |
| 2006       | 31496                      | 58062                | 89558               |
| 2007       | 32591                      | 59187                | 91778               |
| 2008       | 46782                      | 65902                | 112684              |
| 2009       | 43077                      | 49687                | 92764               |
| 2010       | 55683                      | 76489                | 132172              |
| 2011       | 62053                      | 77840                | 139893              |
| 2012       | 56395                      | 65051                | 121446              |
| 2013       | 55509                      | 58303                | 113812              |
| 2014       | 61855                      | 58205                | 120060              |
| 2015       | 43962                      | 37347                | 81309               |
| 2016       | 31775                      | 31780                | 63555               |

*Figura No. 12. Cuadro de Evolución de Ventas 2000-2016*



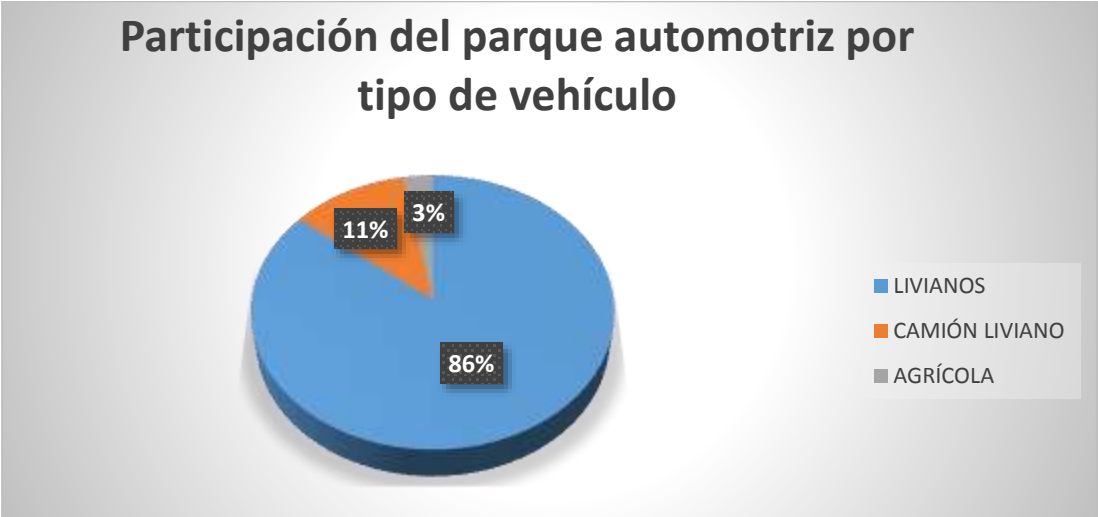
Si bien es cierto uno de los factores preponderantes dentro de la comercialización de neumáticos es el nivel de importación de vehículos, la variable más importante es la cantidad de autos o vehículos a nivel nacional y su distribución provincial, conocido como parque automotor.

Tabla No. 15.- Parque Automotor a Nivel Nacional por Provincia Año-2016

| Provincia        | Región  | N. Vehículos | Porcentaje |
|------------------|---------|--------------|------------|
| PICHINCHA        | SIERRA  | 750716       | 62%        |
| AZUAY            | SIERRA  | 161164       |            |
| TUNGURAHUA       | SIERRA  | 128758       |            |
| IMBABURA         | SIERRA  | 67732        |            |
| CHIMBORAZO       | SIERRA  | 61573        |            |
| COTOPAXI         | SIERRA  | 55729        |            |
| LOJA             | SIERRA  | 54586        |            |
| SANTO DOMINGO    | SIERRA  | 42504        |            |
| CAÑAR            | SIERRA  | 36844        |            |
| CARCHI           | SIERRA  | 22958        |            |
| BOLIVAR          | SIERRA  | 14886        |            |
| SUCUMBIOS        | ORIENTE | 9032         | 2%         |
| ORELLANA         | ORIENTE | 8329         |            |
| PASTAZA          | ORIENTE | 7839         |            |
| MORONA SANTIAGO  | ORIENTE | 5343         |            |
| NAPO             | ORIENTE | 4802         |            |
| ZAMORA CHINCHIPE | ORIENTE | 3907         |            |
| GALAPAGOS        | INSULAR | 662          | 0.03%      |
| GUAYAS           | COSTA   | 576928       | 37%        |
| MANABÍ           | COSTA   | 106262       |            |
| EL ORO           | COSTA   | 61299        |            |
| LOS RÍOS         | COSTA   | 56729        |            |
| ESMERALDAS       | COSTA   | 24509        |            |
| SANTA ELENA      | COSTA   | 4615         |            |

El parque automotriz en el Ecuador tiene un promedio de vida útil de 14,94 años, por lo que se puede establecer que la demanda en los últimos 16 años en la necesidad de neumáticos, no ha sido directamente proporcional con la baja en las importaciones de vehículos. Se ha procedido además a realizar el cálculo del tipo de vehículos y como resultado la necesidad de neumáticos para cada segmento.

Figura No. 13. Participación de Parque Automotriz por Tipo de Vehículo



Para el emprendimiento se ha determinado realizarlo dentro de la región costa del país que como podemos observar dentro de la tabla No 2 que su participación en el mercado automotriz con un 37%, siendo Guayas la provincia con mayor participación dentro del mercado de la región costa con más del 50%.

Los clientes principales del proyecto son todos los importadores de neumáticos que manejen su mercado dentro de la región costa, partiendo de la necesidad que tienen los mismos en externalizar el servicio de logística de bodega del importador hacia bodega de los distribuidores finales, con el fin de descentralizar las actividades que no generan valor en el giro principal del negocio que es la venta de neumáticos.

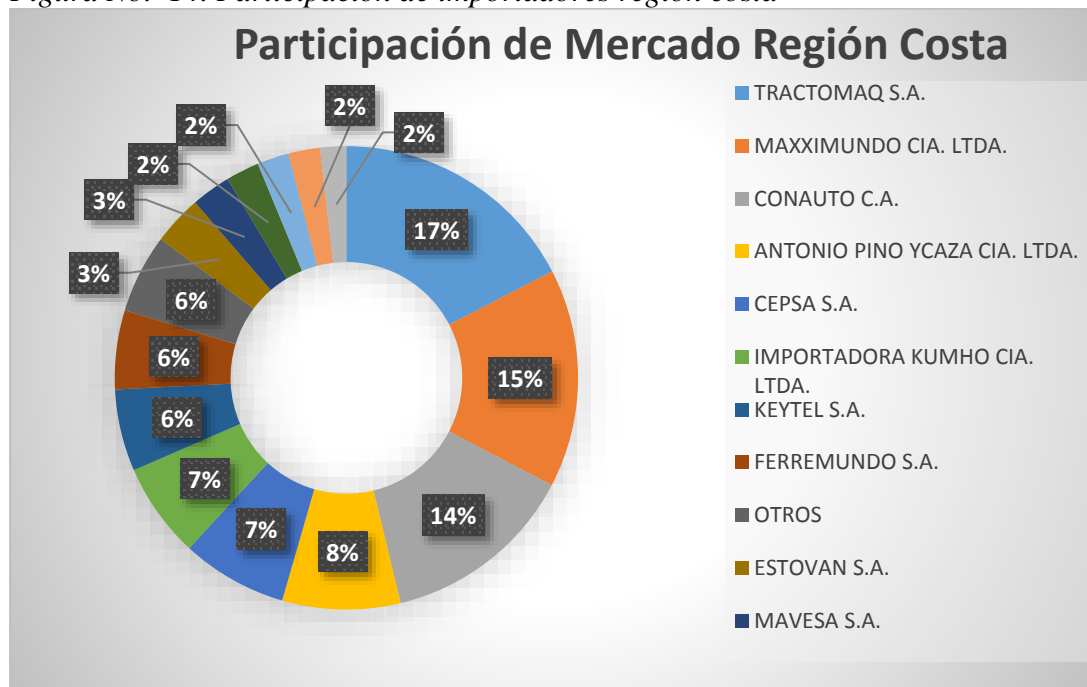
Se ha podido establecer los 15 principales importadores de neumáticos en la región costa, determinado por el número de unidades vendidas en el año 2017.



Tabla No. 16. Los 15 principales importadores de neumáticos con origen en la región costa.

| Importadores                  | Unidades Importadas | Participación de Mercado |
|-------------------------------|---------------------|--------------------------|
| TRACTOMAQ S.A.                | 391437              | 17%                      |
| MAXXIMUNDO CIA. LTDA.         | 343360              | 15%                      |
| CONAUTO C.A.                  | 305474              | 14%                      |
| ANTONIO PINO YCAZA CIA. LTDA. | 185398              | 8%                       |
| CEPSA S.A.                    | 166178              | 7%                       |
| IMPORTADORA KUMHO CIA. LTDA.  | 149007              | 7%                       |
| KEYTEL S.A.                   | 128522              | 6%                       |
| FERREMUNDO S.A.               | 124057              | 6%                       |
| OTROS                         | 123897              | 6%                       |
| ESTOVAN S.A.                  | 77795               | 3%                       |
| MAVESA S.A.                   | 61844               | 3%                       |
| UNIVERSAL TYRES S.A. UNITYRES | 52435               | 2%                       |
| CONTINENTAL TIRE ANDINA S A   | 49765               | 2%                       |
| MUKHI S.A.                    | 49685               | 2%                       |
| PROMESA S.A.                  | 41077               | 2%                       |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>2249931</b>      | <b>100%</b>              |

Figura No. 14. Participación de importadores región costa



Se establece para el proyecto que la demanda actual es la referente al porcentaje de captación de mercado del importador TRACTOMAQ S.A., como el cliente potencial y con el cual existe un precontrato establecido para la implementación del emprendimiento, es decir 391437 unidades a ser transportadas al año a nivel nacional con un promedio mensual de 32619

unidades y en la región costa con una distribución de 143328 unidades al año y mensualmente con una cuota de 11944.

## 5.2. Crecimiento de la Demanda

Partiendo de los datos obtenidos en el estudio actual de la demanda se puede establecer un crecimiento para los próximos 5 años será de un 5% anual promedio en la venta de los neumáticos a nivel nacional, si bien es cierto la proyección de la misma se realizará solo para la región costa se puede establecer en el siguiente cuadro la demanda proyectada de las ventas de neumáticos a nivel costa en los 15 principales importadores.

Tabla No. 17. Demanda actual región costa.

| Importadores                  | Unidades Importadas a Nivel Nacional | Región Costa  |
|-------------------------------|--------------------------------------|---------------|
| TRACTOMAQ S.A.                | 391437                               | 143328        |
| MAXXIMUNDO CIA. LTDA.         | 343360                               | 125725        |
| CONAUTO C.A.                  | 305474                               | 111852        |
| ANTONIO PINO YCAZA CIA. LTDA. | 185398                               | 67885         |
| CEPSA S.A.                    | 166178                               | 60848         |
| IMPORTADORA KUMHO CIA. LTDA.  | 149007                               | 54560         |
| KEYTEL S.A.                   | 128522                               | 47060         |
| FERREMUNDO S.A.               | 124057                               | 45425         |
| OTROS                         | 123897                               | 45366         |
| ESTOVAN S.A.                  | 77795                                | 28485         |
| MAVESA S.A.                   | 61844                                | 22645         |
| UNIVERSAL TYRES S.A. UNITYRES | 52435                                | 19200         |
| CONTINENTAL TIRE ANDINA S A   | 49765                                | 18222         |
| MUKHI S.A.                    | 49685                                | 18193         |
| PROMESA S.A.                  | 41077                                | 15041         |
| <b>Total</b>                  | <b>2249931</b>                       | <b>823834</b> |

Tomando en cuenta el crecimiento establecido por año del 5% se tiene establecido incrementar el número de clientes, para esto se espera tomar el 10% del total del número de importadores de la zona de la costa ecuatoriana, especificando los siguientes importadores a partir del 2 año de operación:

- MAXXIMUNDO CIA. LTDA.
- CONAUTO C.A.
- ANTONIO PINO YCAZA CIA. LTDA.

La proyección de esta demanda radica en el crecimiento promedio anual de la importación de la región costa.

*Tabla No. 18.- Crecimiento de la demanda región costa.*

| Importadores                  | Región Costa<br>Año 1 | Región Costa<br>Año 2 | Región Costa<br>Año 3 | Región Costa<br>Año 4 | Región Costa<br>Año 5 |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| TRACTOMAQ S.A.                | 143328                | 150495                | 158020                | 165920                | 174217                |
| MAXMUNDO CIA. LTDA.           | 125725                | 132011                | 138611                | 145542                | 152819                |
| CONAUTO C.A.                  | 111852                | 117445                | 123317                | 129483                | 135957                |
| ANTONIO PINO YCAZA CIA. LTDA. | 67885                 | 71279                 | 74843                 | 78586                 | 82515                 |
| CEPSA S.A.                    | 60848                 | 63890                 | 67085                 | 70439                 | 73961                 |
| IMPORTADORA KUMHO CIA. LTDA.  | 54560                 | 57288                 | 60153                 | 63160                 | 66318                 |
| KEYTEL S.A.                   | 47060                 | 49413                 | 51883                 | 54477                 | 57201                 |
| FERREMUNDO S.A.               | 45425                 | 47696                 | 50081                 | 52585                 | 55214                 |
| OTROS                         | 45366                 | 47634                 | 50016                 | 52517                 | 55143                 |
| ESTOVAN S.A.                  | 28485                 | 29910                 | 31405                 | 32975                 | 34624                 |
| MAVES S.A.                    | 22645                 | 23777                 | 24966                 | 26214                 | 27525                 |
| UNIVERSAL TYRES S.A. UNITYRES | 19200                 | 20160                 | 21168                 | 22226                 | 23337                 |
| CONTINENTAL TIRE ANDINA S A   | 18222                 | 19133                 | 20090                 | 21094                 | 22149                 |
| MUKHI S.A.                    | 18193                 | 19102                 | 20057                 | 21060                 | 22113                 |
| PROMESA S.A.                  | 15041                 | 15793                 | 16582                 | 17412                 | 18282                 |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>823834</b>         | <b>865025</b>         | <b>908276</b>         | <b>953690</b>         | <b>1001375</b>        |

*Tabla No. 19.- Demanda proyecta para los próximos 5 años.*

| AÑO          | No Unidades   |
|--------------|---------------|
| 1            | 143328        |
| 2            | 182568        |
| 3            | 191697        |
| 4            | 201282        |
| 5            | 211346        |
| <b>TOTAL</b> | <b>930220</b> |

### 5.3. Balance Inicial

El objetivo del estudio financiero es ordenar y sistematizar la información monetaria que proporcionan las etapas anteriores (Estudio de Mercado y el Estudio Técnico) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera y así poder determinar si es rentable o no el proyecto.

Cuando se menciona el balance inicial de un proyecto o emprendimiento se debe establecer cuál será la estructura funcional económica, la necesidad de los recursos monetarios para establecer un panorama financiero en el futuro, para el caso del proyecto de intermediación logística se ha procedido estableciendo las necesidades de:

- Inversión Inicial
- Costos Fijos
- Costos Variables
- Capital de trabajo

La inversión inicial del proyecto está dada por todos los egresos monetarios necesarios para iniciar el emprendimiento y cuyas erogaciones sirven como parte fundamental en el cálculo de los indicadores financieros para el caso del proyecto la inversión inicial del mismo se deriva en los siguientes valores:

*Tabla No. 20.- Inversión Inicial*

| <b>Gastos Legales</b>            | <b>Valor</b>   |
|----------------------------------|----------------|
| Constitución de Empresa          | \$800          |
| Permisos Municipales             | \$500          |
| Manuales de Seguridad Industrial | \$450          |
| <b>Total</b>                     | <b>\$1,750</b> |

| <b>Gastos Administrativos</b>  | <b>Valor</b>   |
|--------------------------------|----------------|
| Muebles de Oficina             | \$1,100        |
| Equipos informaticos           | \$3,800        |
| Adecuaciones de espacio físico | \$300          |
| Adecuaciones de interiores     | \$400          |
| Instalaciones Eléctricas       | \$200          |
| Instalaciones o Puntos de Red  | \$150          |
| <b>Total</b>                   | <b>\$5,950</b> |

|  |                |
|--|----------------|
| <b>Total de Inversión Inicial en Gastos Legales y Adecuaciones</b> | <b>\$7,700</b> |
|--|----------------|

En lo que tiene que ver a los costos fijos, que son los que se incurren periódicamente sin que estos tengan relación a la producción o prestaciones de servicios, se ha determinado un modelo en base al organigrama funcional del emprendimiento teniendo dentro de su desglose los siguientes costos que se incurrirán de manera mensual sin tener variación dentro de los primeros 5 años de funcionamiento del proyecto debido al tipo de servicio que se otorga a los clientes.

#### 5.4. Balance de los Gastos

Tabla No. 21.- Gastos fijos del proyecto

| DESCRIPCIÓN DE PUESTO  | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL    |
|------------------------|----------------|-----------------|
| Gerente General        | \$1.500        | \$18.000        |
| Asistente de Logística | \$600          | \$7.200         |
| Jefe Comercial         | \$1.200        | \$14.400        |
| Contador General       | \$1.000        | \$12.000        |
| Jefe de Logística      | \$1.200        | \$14.400        |
| <b>Total</b>           | <b>\$5.500</b> | <b>\$66.000</b> |

| GASTOS EXTERNOS     | GASTO MENSUAL  | GASTO ANUAL     |
|---------------------|----------------|-----------------|
| Asesoramiento Legal | \$100          | \$1.200         |
| Marketing           | \$150          | \$1.800         |
| Sistema             | \$1.300        | \$15.600        |
| <b>Total</b>        | <b>\$1.550</b> | <b>\$18.600</b> |

| Gastos Administrativos | Sueldo Mensual | Sueldo Anual   |
|------------------------|----------------|----------------|
| Suministros de Oficina | \$50           | \$600          |
| Servicios Básicos      | \$25           | \$300          |
| Servicios de datos     | \$150          | \$1,800        |
| Cobertura de Seguros   | \$200          | \$2,400        |
| <b>Total</b>           | <b>\$425</b>   | <b>\$5,100</b> |

Los gastos externos se refieren a gastos que por estrategia financiera no se ha establecido personal que realice esas actividades dentro de la nómina del proyecto, basados en las normas legales establecidas por el Ministerio de Trabajo, se puede externalizar los servicios indicados en la tabla. La adquisición del sistema por su complejidad y desarrollo de punta, al adquirir el mismo representa una erogación económica importante, pensando en la sostenibilidad del proyecto se ha podido llegar a un acuerdo comercial con el desarrollar del software estableciendo pagos mensuales por la administración y manejo del sistema.

Los costos variables en cambio están relacionados por cada producto o servicios que se otorgan a los usuarios o clientes, en el emprendimiento se puede determinar cómo costo variable al porcentaje sobre la tarifa final por unidad transportada y cancelada a la empresa o compañía transportista, la diferencia porcentual es el ingreso bruto de la empresa. Para el proyecto y luego

de establecer las condiciones de mercado se ha podido determinar una rentabilidad bruta del 20% sobre la tarifa final.

### 5.5. Pronóstico de Ventas

Los ingresos o ventas se radican en el primer año en lo generado por el importador principal de la región costa “TRACTOMAQ S.A.”, garantizado a través de un precontrato donde estipula que la operación logística será externalizada mediante nuestro emprendimiento generando una cartera fija mensual.

Las tarifas han sido fijadas previo acuerdo comercial entre las compañías de transporte que brindarán el servicio a través de sus unidades, con una cobertura en la región costa y apoyándose en el sistema de seguimiento de entrega del producto justo a tiempo, se ha logrado desglosar los tipos de neumáticos que el importador comercializa y definir una tarifa fija como se especifica en el siguiente cuadro.

*Tabla No. 22.- Tarifario de acuerdo al tipo de neumático.*

| DESCRIPCIÓN    | % PARTICIPACIÓN | COSTO POR UNIDAD | VENTAS AL AÑO | TOTAL INGRESOS |
|----------------|-----------------|------------------|---------------|----------------|
| LIVIANOS       | 0.857           | \$ 1.73          | 143328        | \$ 212,500     |
| CAMIÓN LIVIANO | 0.114           | \$ 5.26          | 143328        | \$ 85,945      |
| PESADOS        | 0.029           | \$ 15.02         | 143328        | \$ 62,431      |

|                               |                   |
|-------------------------------|-------------------|
| <b>Total Ingresos Anuales</b> | <b>\$ 360,876</b> |
|-------------------------------|-------------------|

Para el cálculo macro de los ingresos se estableció una ponderación sobre las 3 categorías de neumáticos, determinando una sola tarifa para el número de unidades a transportar cada año.

*Tabla No. 23.- Tarifa unificada en base a ponderación*

| Descripción    | % de Participación | Costo por Unidad | Costo Promedio Ponderado |
|----------------|--------------------|------------------|--------------------------|
| LIVIANOS       | 0.857              | \$ 1.73          | \$ 1.48                  |
| CAMIÓN LIVIANO | 0.114              | \$ 5.26          | \$ 0.60                  |
| PESADOS        | 0.029              | \$ 15.02         | \$ 0.44                  |

|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| <b>Tarifa Unificada</b> | <b>\$ 2.52</b> |
|-------------------------|----------------|

A través de este cálculo se puede establecer los ingresos que se obtendrán durante los 5 primeros años del emprendimiento.

*Tabla No. 24.- Proyección de Ingresos por Percibir en los próximo cinco años*

| <b>Año</b>   | <b>No Unidades</b> | <b>Tarifa Pondera</b> | <b>Total Ingresos</b>  |
|--------------|--------------------|-----------------------|------------------------|
| 1            | 143328             | \$ 2.52               | \$ 360,876.44          |
| 2            | 182568             | \$ 2.53               | \$ 461,836.37          |
| 3            | 191697             | \$ 2.54               | \$ 487,207.35          |
| 4            | 201282             | \$ 2.55               | \$ 513,972.09          |
| 5            | 211346             | \$ 2.57               | \$ 542,207.15          |
| <b>TOTAL</b> | <b>930220</b>      |                       | <b>\$ 2,366,099.40</b> |

### **5.6. Punto de Equilibrio**

El punto de Equilibrio dentro de un proyecto es el indicador se establece el número de unidades a producir o comercializar donde los ingresos se igualan a los gastos, para el caso del proyecto se estableció en base a 143328 unidades transportadas, como se establece en el siguiente cuadro

*Tabla No. 25.- Cálculo del Punto de Equilibrio*

|                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| <b>COSTOS FIJOS</b>             | \$89,100 |
| <b>COSTOS VARIABLES</b>         | \$1.84   |
| <b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b> | \$2.52   |

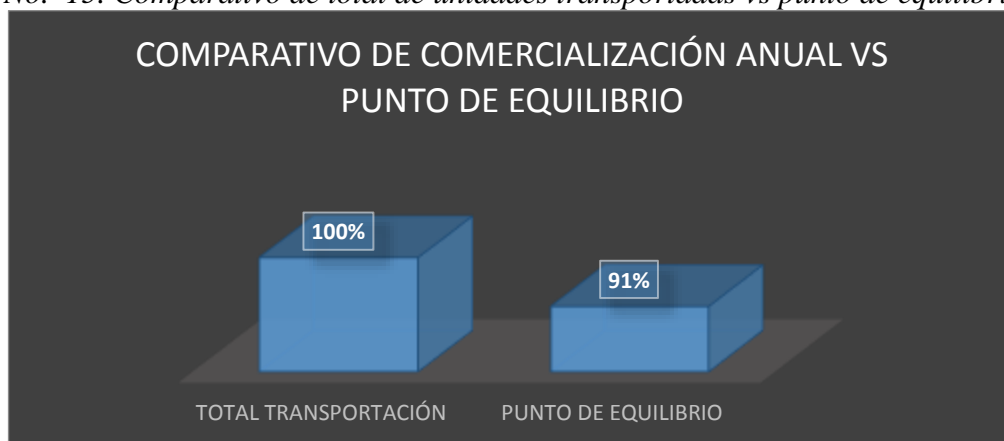
|                            |        |          |
|----------------------------|--------|----------|
| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> | 131065 | Unidades |
|----------------------------|--------|----------|

Tabla No. 26.- Comprobación del Punto de Equilibrio

| Unidades      | Costo Fijo      | Costo Variable      | Costo Total         | Ingreso Total        |
|---------------|-----------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| 0             | \$89,100        | \$0.00              | \$89,100.00         | \$ -                 |
| 15000         | \$89,100        | \$27,570.24         | \$116,670.24        | \$ 37,767.45         |
| 30000         | \$89,100        | \$55,140.48         | \$144,240.48        | \$ 75,534.90         |
| 45000         | \$89,100        | \$82,710.72         | \$171,810.72        | \$ 113,302.35        |
| 60000         | \$89,100        | \$110,280.95        | \$199,380.95        | \$ 151,069.80        |
| 75000         | \$89,100        | \$137,851.19        | \$226,951.19        | \$ 188,837.25        |
| 90000         | \$89,100        | \$165,421.43        | \$254,521.43        | \$ 226,604.70        |
| 105000        | \$89,100        | \$192,991.67        | \$282,091.67        | \$ 264,372.15        |
| 120000        | \$89,100        | \$220,561.91        | \$309,661.91        | \$ 302,139.60        |
| <b>131065</b> | <b>\$89,100</b> | <b>\$240,899.55</b> | <b>\$329,999.55</b> | <b>\$ 329,999.39</b> |
| 135000        | \$89,100        | \$248,132.15        | \$337,232.15        | \$ 339,907.05        |
| 150000        | \$89,100        | \$275,702.39        | \$364,802.39        | \$ 377,674.50        |
| 165000        | \$89,100        | \$303,272.62        | \$392,372.62        | \$ 415,441.95        |
| 180000        | \$89,100        | \$330,842.86        | \$419,942.86        | \$ 453,209.40        |

De acuerdo a los cálculos realizados del punto de equilibrio se puede establecer que a las 131065 unidades transportadas se obtiene un nivel igual de ingresos versus egresos determinando que del total pronosticado de las unidades al año se cubre en el 91%, lo que determina que el proyecto posee un margen de utilidad respecto a la operación generada.

Figura No. 15. Comparativo de total de unidades transportadas vs punto de equilibrio



## 5.7. Índices Financieros

Los índices financieros son indicadores que nos ayudan a determinar los resultados económicos dentro de un proyecto y que generan información que sirve para la toma de decisiones y planteamiento de estrategias con el fin de llegar a la meta establecida generando una estabilidad y permanencia del proyecto en el tiempo.



Para el caso de proyecto se tomarán en cuenta los siguientes índices que aportaran valor al estudio y desarrollo de las operaciones, estos índices son:

**Índices de liquidez:** Indicadores de liquidez se establecen para determinar la capacidad o manera de responder que posee una empresa u organización para afrontar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto el índice es mayor a 1, mayor es la posibilidad de que la empresa cumplir sus obligaciones a corto plazo.

- **Índices de rentabilidad:** Es la medida porcentual del excedente que genera la operación en comparación a las cuentas que se quieran comparar para poder medir la eficacia de la misma.
- **Índices de apalancamiento:** Tienen por objeto medir porcentualmente el grado y forma mediante la cual intervienen de manera directa los fondos de terceros

dentro del financiamiento general, de igual forma establece el riesgo al cual están expuestos los accionistas para determinar el nivel de riesgo a ser asumido.

- **Índices de Rotación:** Calcula el nivel de operatividad óptimo entre las cuentas del activo y pasivo para determinar la calidad de las políticas crediticias y de pago.

## **5.8. Análisis de sensibilidad**

En el estudio de sensibilidad económico del proyecto se puede sostener que las medidas financieras a ser evaluadas están determinadas por indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Recuperación de la Inversión, el resultado de los mismos será la medida de sostenibilidad y factibilidad económica del proyecto para el tiempo de medición establecido en 5 años.

Dentro del proyecto se ha establecido una tasa de corte del 10% que es la referencial tomada en el mercado para la evaluación de emprendimiento nuevos, otorgando un grado de confiabilidad superior al 95%, la composición de la inversión inicial se desglosa de un 20% de capital propio y un 80% de financiamiento con una tasa del 22% anual, que es la que se maneja dentro del mercado con un plazo de 24 meses, realizado el análisis de los indicadores considerando un crecimiento de los egresos del 5% anual tomando en cuenta que es un porcentaje mayor a la tasa de inflación que se ha venido manejando durante los 5 últimos años.

Como primer paso se establece la formulación y desarrollo de un flujo de efectivo que ha generado los siguientes resultados:

Tabla No. 27.- Flujo de Efectivo

| Detalle de las Cuentas             | AÑO -0          | AÑO-1             | AÑO-2             | AÑO-3             | AÑO-4             | AÑO-5             |
|------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Ingresos</b>                    |                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| Unidades transportadas             |                 | 143328            | 182568            | 191697            | 201282            | 211346            |
| Tarifa                             | \$              | \$                | \$                | \$                | \$                | \$                |
|                                    | 2.52            | 2.53              | 2.54              | 2.55              | 2.57              |                   |
| <b>Ingresos Totales</b>            | <b>\$</b>       | <b>360,876.44</b> | <b>461,836.37</b> | <b>487,207.35</b> | <b>513,972.09</b> | <b>542,207.15</b> |
| <b>Costos</b>                      |                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Costos por transportación</b>   | <b>\$</b>       | <b>263,439.80</b> | <b>337,140.55</b> | <b>355,661.37</b> | <b>375,199.63</b> | <b>395,811.22</b> |
| <b>Utilidad Bruta</b>              | <b>\$</b>       | <b>97,436.64</b>  | <b>124,695.82</b> | <b>131,545.99</b> | <b>138,772.46</b> | <b>146,395.93</b> |
| <b>Gastos Administrativos</b>      |                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| Personal - Nómina                  |                 | \$66,000          | \$69,300          | \$72,765          | \$76,403          | \$80,223          |
| Gastos Externalizados              |                 | \$18,600          | \$19,530          | \$20,507          | \$21,532          | \$22,608          |
| Gastos Administrativos             |                 | \$5,100           | \$5,355           | \$5,623           | \$5,904           | \$6,199           |
| Gastos Financieros                 |                 | \$10,409          | \$10,409          | 0                 | 0                 | 0                 |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b> |                 | <b>\$-2,672</b>   | <b>\$20,102</b>   | <b>\$32,652</b>   | <b>\$34,934</b>   | <b>\$37,365</b>   |
| <b>Impuestos</b>                   |                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| Impuesto Renta- Utilidades         |                 | 40%               | 40%               | 40%               | 40%               | 40%               |
| Total Impuestos                    |                 | \$0               | \$8,041           | \$13,061          | \$13,973          | \$14,946          |
| <b>Utilidad Neta</b>               |                 | <b>\$-2,672</b>   | <b>\$12,061</b>   | <b>\$19,591</b>   | <b>\$20,960</b>   | <b>\$22,419</b>   |
| <b>Inversión Inicial</b>           | <b>\$20,900</b> | <b>-1%</b>        | <b>3%</b>         | <b>4%</b>         | <b>4%</b>         | <b>4%</b>         |

El resultado del flujo es positivo pudiendo observar que desde el Año 2 existe un retorno positivo, esto debido a que la inversión inicial no es considerable, debido a la estrategia en la formulación de la no adquisición del sistema de control de guías de transporte de los neumáticos y adicional a que no existe inversión en la compra o arrendamiento de un espacio físico para la operación, esto por la concesión de un espacio dentro de las instalaciones del importador, tanto por la reducción de tarifas como por generar una operación más directa

disminuyendo el tiempo de respuesta hacia el cliente final, determinando además una rentabilidad de la utilidad neta sobre los ingresos.

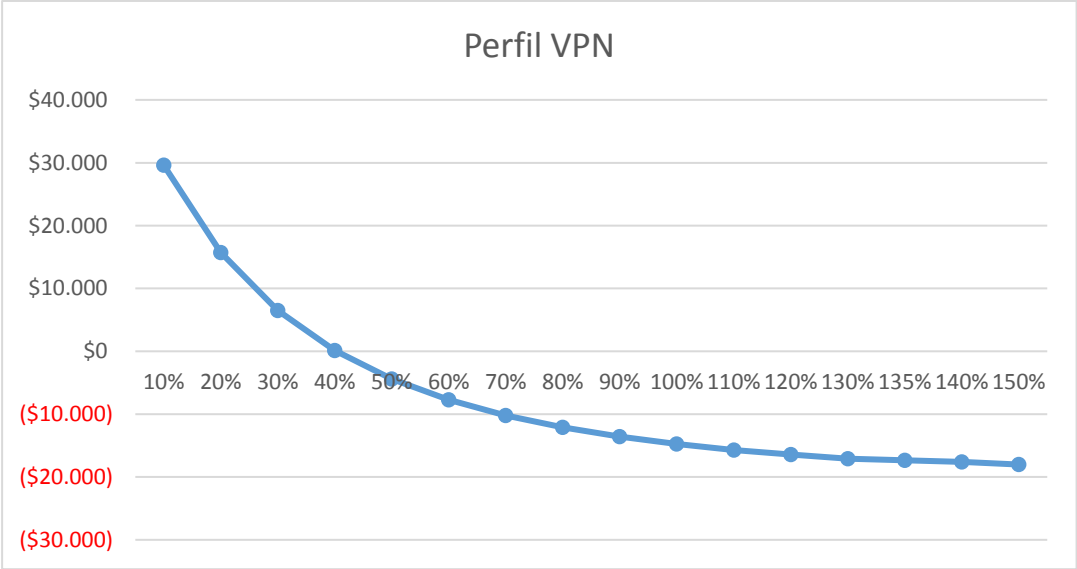
En el cálculo de Valor Actual Neto y Tasa Interna de retorno tenemos cifras que confirman que el proyecto es financieramente viable, como se indica en el siguiente cuadro:

Tabla No. 28.- Indicadores Financieros del Proyecto

|            |                  |      |                  |
|------------|------------------|------|------------------|
| <b>0</b>   | <b>\$-20,900</b> |      | <b>\$-20,900</b> |
| <b>1</b>   | <b>\$-2,672</b>  | 1.1  | <b>\$-2,429</b>  |
| <b>2</b>   | \$12,061         | 1.21 | \$9,968          |
| <b>3</b>   | \$19,591         | 1.33 | \$14,730         |
| <b>4</b>   | \$20,960         | 1.46 | \$14,356         |
| <b>5</b>   | \$22,419         | 1.61 | \$13,925         |
| <b>VAN</b> | \$29,594         |      |                  |
| <b>TIR</b> | 40%              |      |                  |
| <b>PR</b>  | 3.90             |      |                  |

Tanto el TIR como el VAN y el periodo de recuperación son positivos y sobre el normal esperado dentro del promedio de mercado, esto básicamente por capacidad de operación del 100% de la cartera que maneja el principal importador de neumáticos en la región costa, percibiendo ingresos desde el primer día de operaciones, verificando que los indicadores estén calculados correctamente a través de la siguiente comprobación donde se sensibilizan las variables que incurren en el cálculo.

Figura No. 16. Sensibilización de indicadores financieros



## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Se concluye que el proyecto es viable financieramente hablando, esto debido a los indicadores que han dado como resultado después de estudio de factibilidad financiero, donde se ha podido evidenciar los resultados positivos en los indicadores generadores de valor para la evaluación económica del proyecto, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 40%, que comparada con la suma de la tasa pasiva y riesgo país, presenta un excedente que justifica el riesgo de la inversión realizada y un Valor Actual Neto positivo que indica la cuantía del proyecto o valoración del mismo.

El emprendimiento es sostenible y sustentable a través de su propia operación, esto debido a que se cuenta con un pre-contrato establecido con el principal importador de neumáticos del país (Tractomaq S.A.), eliminando el tiempo de espera para la generación de ingresos hasta introducir el servicio, de aquí que los índices y resultados son positivo pasados los 13 meses de operación.

Se recomienda mantener la estructura de procesos inicial, modificando o realizando una mejora continua al proceso con evaluaciones periódicas cada 6 meses, generando índices de gestión.

La estructura de personal y contratación de servicios debe mantenerse bajo la misma relación de contratación, para que a futuro se minimice el egreso de recurso económicos por concepto de obligaciones patronales, tomando en cuenta que la relación que se propone establecer, se encuentra amparada en las leyes y sustentos legales que rigen en nuestro país.

En este proyecto se ha mostrado todo lo que conlleva la creación de una Operadora Logística. Según el análisis realizado de Porter la industria es llamativa para la puesta en marcha del proyecto.

La entrega en brindar un servicio por excelencia, es el objetivo principal del proyecto, el valor agregado que ofrece la empresa respecto a lo que ofrece las empresas existentes.

La gestión de este tipo de negocios debe estar ligada en gran parte a los procesos y estándares que permitan desempeñar con tiempos y condiciones necesarios para la atención al cliente.

Toda la estructura organizacional debe estar manejada por profesionales responsables que administre los recursos de manera eficiente. Se recomienda realizar seguimientos periódicos de los cumplimientos en cada etapa del proceso.

La visión a futuro es muy interesante y virgen tratándose de manejar la transportación de los importadores de llantas, no solo a nivel costa sino también a nivel nacional.

## BIBLIOGRAFÍA

- Anzil, F. (2017). *zonaeconomica.com*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Astete, A., & Muñoz, M. (2012). *Tipos de investigación*. Obtenido de [http://www.academia.edu/download/46812267/mIs\\_-\\_tipos\\_de\\_investigacion.docx](http://www.academia.edu/download/46812267/mIs_-_tipos_de_investigacion.docx).
- Espinoza, R. (6 de Mayo de 2014). <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Herrera, J. E. (2013). *Investigación de Mercados*. Ecoe Ediciones.
- INEC. (2016).
- INEC. (Diciembre de 2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S) 2016*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (Febrero de 2014). <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/conoce-los-beneficios-de-la-tecnologia-4g-en-el-pais/>.
- Ministerio de Trabajo. (s.f.). *Decreto legislativo # 8*. 2008.
- MIPRO. (marzo de 2014). <http://www.industrias.gob.ec/nuevo-registro-de-importadores-de-neumaticos/>.
- Pedraza, O. (2014). *Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Perez, & Merino. (2014). *Definición de promoción de ventas*. Obtenido de <https://definicion.de/promocion-de-ventas/>
- Puon. (7 de 12 de 2013). *Definición de Publicidad*. Obtenido de <https://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>
- Riquelme, M. (Junio de 2015). <http://www.5fuerzasdeporter.com/>.
- Santa Cruz, E. (24 de enero de 2017). <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>.
- Torres, M. (18 de 11 de 2016). <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>.

# ANEXOS

## Anexos A. Resolución N° 17 125



### RESOLUCIÓN No. 17 125

#### EL COORDINADOR GENERAL DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD

##### Considerando:

**Que**, la Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 395 numeral 1, establece: "El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambiental equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras"; y que

**Que**, el artículo 396 inciso primero de la norma supra, manifiesta que: "El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas"

**Que**, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, en su artículo XX "Excepciones Generales" establece que: "A reserva de que no se apliquen las medidas enumeradas a continuación en forma que constituya un medio de discriminación arbitrario e injustificable entre los países en que prevalezcan las mismas condiciones, o una restricción encubierta al comercio internacional, ninguna disposición del presente Acuerdo será interpretada en el sentido de impedir que toda parte contratante adopte o aplique las medidas: (...)b) necesarias para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales";

**Que**, la Decisión 563 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en la Gaceta Oficial No. 940 de 25 de junio del 2003, que contiene la Codificación del Acuerdo de Cartagena, en el Capítulo VI "Programa de Liberación", artículo 73, segundo inciso, estipula que: "Se entenderá por "restricciones de todo orden" cualquier medida de carácter administrativo, financiero o cambiario mediante la cual un País miembro impida o dificulte las importaciones, por decisión unilateral. No quedarán comprendidos en este concepto la adopción y el cumplimiento de medidas destinadas a la protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales";

**Que**, el Tratado de Montevideo de 1980, en su Artículo 50, establece que: "ninguna disposición del presente Tratado será interpretada como impedimento para la adopción y el incumplimiento de medidas destinadas a la: (...) d) protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales";

**Que**, de acuerdo al artículo 72, literales e, l y p del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, es facultad del Comité de Comercio Exterior (COMEX): "Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano"; "Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior (...)"; y, "Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental";

**Que**, la Agenda de Transformación Productiva dentro de su eje de sostenibilidad ambiental establece la "Mitigación de Impactos Ambientales"; así como, el incentivo del manejo integral de desechos y residuos (reciclaje, re-uso y eliminación de los mismos), objetivos en los que se enmarca el proyecto REUSA LLANTA, que fue priorizado por la SENPLADES;

**Que**, el literal a) del artículo 15 de la Ley del Sistema Ecuatoriana de la Calidad señala que el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN -, deberá cumplir con las funciones de organismo técnico nacional competente, en materia de reglamentación, normalización y metrología;

**Que**, con el propósito de proteger la vida y la seguridad humana, el medio ambiente y evitar malas prácticas que provoquen perjuicio al consumidor, se han emitido las normas técnicas NTE-INEN-2581: 2011, "Neumáticos Reencauchados Definiciones y Clasificación" y NTE-INEN-2582: 2011, "Neumáticos Reencauchados. Proceso de Re-encauche. Requisitos; RTE INEN 067 e INEN 2616: 2012, publicadas en el Registro Oficial, Edición Especial No. 151, de 26 de mayo del 2011, en el Suplemento al Registro Oficial No. 712 de 29 de mayo del 2012 y en el Registro Oficial No. 745 de 13 de julio del 2012, respectivamente;

**Que**, el Ministerio de Industrias y Productividad, estableció el Registro de Empresas Reencauchadoras, mediante Acuerdo Ministerial No. 11 337, publicado en el Registro Oficial No. 549 de 5 de octubre de 2011, reformado mediante Acuerdo Ministerial No. 15-018 del 12 de febrero 2015;

**Que**, el Ministerio de Ambiente, como Autoridad Ambiental Nacional, tiene la responsabilidad y obligación de fomentar la coordinación institucional para la gestión integral de neumáticos usados, con el propósito de optimizar e integrar esfuerzos y recursos; controlar y vigilar el cumplimiento de las medidas establecidas en esta normativa, y en coordinación con el Ministerio de Industrias y Productividad desarrolló un Informe técnico donde se establece como requisito previo para las importaciones de neumáticos el cumplimiento del Acuerdo Ministerial No. 020; y, su Reforma establecida en el Acuerdo Ministerial No. 129 publicado en el Registro Oficial 166 del 21 de Enero de 2014;

**Que**, mediante Resolución 009-2014 del 21 de marzo del 2014, publicada en el Registro Oficial No. 225 de 14 de abril de 2014, el COMEX, resolvió crear el Registro de Importadores de Neumáticos de las subpartidas 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00, en base al cumplimiento de un índice de reencauche, y del plan de gestión de neumáticos usados;

**Que**, mediante Resolución No. 015-2014 del 23 de mayo de 2014, publicada en el Registro Oficial No. 263 del 9 de junio 2014, se reforma el Artículo 5 de la Resolución No. 009-2014, incorporando un inciso con el siguiente tenor: "El Registro de Importación de Neumáticos referido en el artículo 2 de la presente Resolución será documento de soporte a las declaraciones aduaneras de importación de las subpartidas 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00. El Ministerio de Industrias y Productividad emitirá dicho documento, para lo cual exigirá el cumplimiento de la normativa ambiental e índice de reencauche conforme lo previsto en la presente resolución";

**Que**, mediante Acuerdo Ministerial No. 14 226 de 17 de abril de 2014, publicado en el Registro Oficial No. 234 de 28 de abril de 2014, se delegó al Subsecretario de Comercio y Servicios del Ministerio de Industrias y Productividad, (Hoy Coordinador General de Servicios para la





Producción) para que suscriba la correspondiente Resolución mediante la cual se ponga en vigencia el instructivo que asegure la operatividad del Registro de Importadores de Neumáticos, establecido en la Resolución No. 009-2014 del COMEX;

**Que**, mediante Resolución No. 14 185, publicada en el Registro Oficial No. 281 del 3 de julio de 2014, el Subsecretario de Comercio y Servicios (Hoy Coordinador General de Servicios para la Producción) expide el Instructivo para el Registro de Importadores de Neumáticos, la misma que fue reformada mediante Resolución 15 060;

**Que**, mediante Resolución No. 015 231 de 13 de julio de 2015, publicada en el Registro Oficial No. 569 de 20 de agosto de 2015, se sustituye la Resolución N° 14 185, publicada en el Registro Oficial N° 281 del 3 de julio de 2014, que contiene el Instructivo para el Registro de Importadores de Neumáticos.

**Que**, mediante Acuerdo Ministerial Nro. 16 165 de fecha 18 de octubre de 2016, publicado en la Edición Especial del Registro Oficial Nro. 887 de 10 de febrero de 2017, el Ministro de Industrias y Productividad, expidió el Rediseño de la Estructura Institucional y Reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Industrias y Productividad, mediante en el cual se cambio la denominación de "Subsecretaria de Comercio y Servicios" por "Coordinación General de Servicios para la Producción"

**Que**, con el objeto de llevar un control más efectivo de la calidad de la importación de neumáticos que aseguren la efectividad del índice de reencauche, obteniendo productos con estándares de calidad que protejan la vida y la seguridad de los usuarios, es necesario actualizar el Instructivo para el Registro de Importadores de Neumáticos algunas reformas a la Resolución N° 15 231;

En ejercicio de las atribuciones concedidas en el Acuerdo Ministerial Nro. 16 165 que contiene el Rediseño de la Estructura Institucional y Reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Industrias y Productividad, en concordancia con la delegación conferida mediante Acuerdo No. 14 226 del 17 de abril de 2014, publicado en el Registro oficial No.234 de 28 de abril de 2014, la Coordinación General de Servicios para la Producción.

#### RESUELVE:

Expedir la Resolución sustitutiva al Instructivo que contiene el Registro de Importadores de Neumáticos:

**Art. 1.-** Establecer con el carácter de público y obligatorio el instructivo para el Registro de Importadores de Neumáticos a cargo de la Coordinación General de Servicios para la Producción del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), con el objeto de regular la importación de neumáticos de las subpartidas arancelarias 4011.20.10.00 (Radiales) y 4011.20.90.00 (Las demás), de conformidad con lo establecido en la Resolución No. 009-2014 del COMEX.

**Art. 2.-** Para efecto de la aplicación de la presente Resolución, se consideran las siguientes definiciones:



- a) Registro de importador de neumáticos.- Procedimiento mediante el cual, las personas naturales, jurídicas, asociaciones o federaciones de importadores de neumáticos deberán obtener trimestralmente en el Ministerio de Industrias y Productividad, como requisito previo para la de importación de neumáticos de las subpartidas 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00.
- b) Índice de reencauche: Entiéndase como la relación entre el número de neumáticos importados de las subpartidas 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00, y los neumáticos que hayan sido reencauchados y/o reciclados, conforme los porcentajes anuales establecidos en el Anexo 1 de la presente Resolución.
- c) Cumplimiento índice de reencauche.- El Registro de importador de Neumáticos estará basado en el cumplimiento anual del índice de reencauche, de conformidad al Anexo 1 de la presente Resolución, y del Acuerdo No. 020 del Ministerio del Ambiente publicado en el Registro Oficial No. 937 del 19 de abril de 2013, reformado por Acuerdo Ministerial No. 129, publicado en el Registro Oficial 166 del 21 de Enero de 2014.  
El cumplimiento del índice de reencauche se evaluará trimestralmente sobre la base de las importaciones que realice cada importador registrado para el referido periodo.

**Art. 3.-** Requisitos para la obtención del Registro de Importador de Neumáticos.- Los importadores de neumáticos deberán solicitar a la Coordinación General de Servicios para la Producción del MIPRO, el Registro de Importador de Neumáticos, para lo cual deberán presentar la siguiente información y documentación de soporte:

- a) Solicitud escrita dirigida a la Coordinación General de Servicios para la Producción de conformidad al Anexo 2 de la presente Resolución.
- b) Copia simple y legible de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil correspondiente, o matrícula de comercio en caso de ser persona natural. Para el caso de Asociaciones y/o Federaciones deberán presentar el Registro de la Directiva actualizada conferida por autoridad competente.
- c) Copia simple del Nombramiento del Representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil correspondiente, cuando corresponda, adjuntando el número de cédula de identidad o de ciudadanía.
- d) Certificado de existencia legal como persona jurídica, conferido por la Superintendencia de Compañías (cuando aplique).
- e) Registro Único de Contribuyente (RUC) de la persona o empresa solicitante, debidamente actualizado.
- f) Certificado de Cumplimiento Tributario emitido por el Servicio de Rentas Internas vigente.
- g) Certificado de Cumplimiento de Obligaciones Patronales con el IESS.
- h) Copia del Registro de Generador de Desechos Especiales emitido por la Autoridad Ambiental.
- i) Declaración consolidada trimestral de la recepción y entrega de neumáticos para reencauche, de conformidad al Anexo 4 de la presente Resolución.
- j) Presentación del Certificado de Conformidad de Producto vigente/ expedido por un organismo de certificación acreditado por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano -SAE-, o designado en el país, o por aquellos que se hayan emitido en relación a los acuerdos vigentes de reconocimiento mutuo con el país. Este documento debe ser avalado por el SAE.

- k) Certificado de distribución de la marca vigente, apostillado o legalizado con el Consulado del Ecuador en el respectivo país.

El importador estará sujeto a un plan de vigilancia de mercado, que estará a cargo de la Subsecretaría de Calidad del Ministerio de Industrias y Productividad, para determinar la conformidad del producto con el RTE INEN 011 "Neumáticos". Para el efecto cada importador será responsable de los costos que demande su evaluación en el laboratorio.

**Art. 4.- Procedimiento de Emisión de Registro.-** Para emitir el registro de importadores de neumáticos, el Ministerio de Industrias y Productividad procederá de la siguiente forma:

- Recopilación formal de las solicitudes y de la documentación presentadas por cada importador, de conformidad con lo establecido en el Art. 3 de la presente Resolución.
- Verificación de la documentación presentada.
- Emisión del Registro de Importador para la persona natural, jurídica, asociación o federación importadora de neumáticos, que cumpla con todos los requisitos estipulados en el Artículo 3 de la presente Resolución.

**Art. 5.-** Se establece que el índice de recauche será por IMPORTADOR, para lo cual se tomará en cuenta los reportes de las recauchadoras registradas y la base de datos de importaciones del SENAE.

El importador deberá presentar mensualmente el manifiesto único de recauche, conforme al Anexo 1 de la presente Resolución, indicando el número de unidades recauchadas y los documentos de respaldo que acrediten la gestión directa del mismo, excepcionalmente presentarán dicha información previa la renovación del registro de importador.

El Ministerio de Industrias y Productividad, a través de la Coordinación General de Servicios para la Producción, verificará el cumplimiento del porcentaje mínimo del índice de recauche establecido en el Anexo 1 de la presente Resolución mediante los respectivos manifiestos únicos de recauche, de conformidad al Anexo 3.

**Art. 6.-** De existir marcas con bajos o inexistentes índices de recauche, el MIPRO solicitará la presentación del informe de resultados emitido por un Laboratorio Designado en el país de destino, que permita definir el cumplimiento del Reglamento Técnico RTE INEN 011 "Neumáticos". En el caso de existir varios importadores de la misma marca de neumático que no cumpla con el índice de recauche, estos podrán presentar el mismo certificado de conformidad de producto emitido por el organismo certificador competente en destino, siempre y cuando, provengan del mismo país de origen, y así lo hayan acordado entre ellos.

**Art. 7.- Vigencia y Renovación del Registro de Importador de Neumáticos.-** El Registro de Importador de Neumáticos tendrá vigencia para cada trimestre calendario y su validez será hasta el último día hábil del trimestre. Para la renovación se deberán presentar los requisitos enunciados en los literales a), i), y j) del Art. 3 del presente instructivo.

**Art. 8.- Suspensión del Registro de Importador.-** La Coordinación General de Servicios para la Producción del Ministerio de Industrias y Productividad podrá suspender el registro de importador de neumáticos en forma, automática e inmediata, en los siguientes casos:

- a) Incumplimiento del índice de recauche
- b) Falta de entrega mensual del manifiesto único de recauche, conforme al Anexo 3 (Manifiesto Único de Recauche)
- c) Incumplimiento al Plan de Gestión Integral de neumáticos usados y las metas mínimas de recuperación conforme el Acuerdo No. 020 del Ministerio del Ambiente.
- d) Falta de autenticidad o inconsistencias en la documentación presentada para abozer el Registro, sin perjuicio de las acciones legales a que hubiera lugar.
- e) Impedimento para realizar las inspecciones de control por parte del Ministerio de Industrias y Productividad.
- f) Negación de la entrega de información solicitada por parte del Ministerio de Industrias y Productividad.
- g) Incumplimiento al Reglamento Técnico RTE INEN 011 "Neumáticos".

La suspensión será de carácter temporal y se re-evaluará una vez regularizada la situación de cada importador.

**Art. 9.- Notificaciones.-** La Coordinación General de Servicios para la Producción notificará, vía electrónica, o física de ser el caso, acerca de la aprobación, renovación o suspensión del Registro de Importador, así como también sobre el cumplimiento del índice de recauche a cada importador.

#### **Disposiciones Generales:**

**Primera.-** El Ministerio de Industrias y Productividad verificará el cumplimiento del índice de recauche y del Plan de Gestión Integral de neumáticos usados y las metas mínimas de recuperación, a través de la información que proporcionen las recauchadoras, los importadores, el SENA y el Ministerio del Ambiente.

**Segunda.-** El cumplimiento del índice de recauche anual establecido en el Anexo 1 de esta Resolución por parte de los importadores aportará al cumplimiento de las metas del Ministerio del Ambiente.

**Tercera.-** Los neumáticos usados destinados a recauche que no hayan sido aptos para tal proceso, el importador deberá asegurar su tratamiento (reciclaje o co-procesamiento) a través de un gestor ambiental autorizado y solicitar un manifiesto único a fin de registrar la entrega de los neumáticos.

**Cuarta.-** El importador deberá presentar los medios de verificación respectivos que demuestren que los neumáticos que reciben el servicio de recauche hayan sido gestionados por acción directa del mismo; caso contrario no podrán ser atribuidos al cumplimiento del porcentaje establecido en el Anexo 1 de la presente Resolución.

**Quinta.-** El Ministerio del Ambiente remitirá anualmente al Ministerio de Industrias y Productividad un informe consolidado sobre el cumplimiento anual de las metas establecidas y del Plan de Gestión Integral de Neumáticos Usados en base a las Declaraciones anuales efectuadas por los importadores de neumáticos, a fin de conocer la cantidad de unidades de neumáticos recauchados y reciclados.

**Sexta.-** Los importadores que importen nuevas marcas deberán solicitar al MIPRO la inclusión de la nueva marca de neumáticos en su registro, previa a su nacionalización, con la documentación requerida en el art. 3 literales j) y k). Adicionalmente, tendrán un año a partir de la nacionalización de la mercadería para gestionar el retencache, el mismo que será de por lo menos el 3% del índice general de retencache anual correspondiente.

**Séptima.-** En casos excepcionales en los que un importador requiera realizar la importación de neumáticos bajo las subpartidas 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00 cuyo destino final no sea la comercialización, deberá presentar, adicionalmente a los requisitos estipulados en el Artículo 3 de esta Resolución, una declaración juramentada ante notario público de que los neumáticos a desaduanizar no son para fines comerciales.

**Octava.-** Para el caso de importadores nuevos, el Ministerio del Ambiente informará al Ministerio de Industrias y Productividad respecto al estado del trámite sobre la presentación del Plan de Gestión Integral de Neumáticos Usados de conformidad con lo que estipula el Acuerdo No. 020.

**Disposición Derogatoria:**


Derogar la Resolución No. 015 231 de 13 de julio de 2015, publicada en el Registro Oficial No. 569 de 20 de agosto de 2015 y cualquier norma de igual o inferior jerarquía que se contraponga a la presente resolución.

La presente resolución entrará en vigencia a partir de la fecha de suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y aprobado Quito, a

24 MAR 2017

Comuníquese y publíquese.

  
Jairo Zurita A.  
COORDINADOR GENERAL DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Oña Domínguez Andrea del Rocío**, con C.C: # **1311434342** autor/a del trabajo de titulación: **“Plan de Negocios de Servicio Logístico orientado a las Importadoras de Neumáticos en la Región Costa del Ecuador”** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** 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, 12 de marzo de 2018

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Oña Domínguez Andrea del Rocío**

C.C: **1311434342**

| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>                |   |                                   |     |
|--|---|-----------------------------------|-----|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>            |   |                                   |     |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>   | "Plan de Negocios de Servicio Logístico orientado a las Importadoras de Neumáticos en la Región Costa del Ecuador"  |                                   |     |
| <b>AUTOR(ES)</b>   | Oña Domínguez Andrea del Rocío  |                                   |     |
| <b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>                                       | Ec. Pico Versoza Lucia Magdalena, Mgs.  |                                   |     |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>  | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil   |                                   |     |
| <b>FACULTAD:</b>   | Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas   |                                   |     |
| <b>CARRERA:</b>  | Administración de Empresas  |                                   |     |
| <b>TÍTULO OBTENIDO:</b>  | Ingeniero Comercial   |                                   |     |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>                                       | 12 de marzo de 2018   | <b>No. DE PÁGINAS:</b>            | 105 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>  | Parque Automotriz del Ecuador, Intermediación Logística, Sistema Integral Tecnológico.  |                                   |     |
| <b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>                                  | Logística, Neumáticos, Compañías de Transporte, Importadores, Intermediación, Servicio / Logistics, Tires, Transport Companies, Importers, Intermediation, Service.   |                                   |     |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>   | <p>El objetivo del proyecto es crear una compañía que brinde el servicio de intermediación logística entre los importadores de neumáticos y las compañías de transportes ubicados en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de crear una red de logística de transporte que cubra las necesidades de los importadores. Elaboramos un plan de negocios, en el cual se analizaron los beneficios que obtendrán los importadores de llantas. Mediante estudio de mercado a varias importadoras ubicadas en la ciudad de Guayaquil, se constató que el servicio de intermediación logística cubriría las necesidades de los importadores. En este estudio hemos incluido un sistema que consideramos adecuado, dado que permite la correcta aplicación de todos los procesos del proyecto, así como un análisis financiero, evidenciando la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto a largo plazo. LOGILLANTA Cía. Ltda. brindará el servicio de intermediación logística que beneficiará tanto a los importadores como a las compañías de transportes ubicadas en la ciudad de Guayaquil.</p> <p>The purpose of this project is to create a company that offers logistics services for tire importers and the transportation companies in Guayaquil with the ultimate objective of creating a logistics network that meets the needs of the importers. In order to achieve this, a business plan was developed in which the benefits to the tire importers were identified. By interviewing various importers in Guayaquil a market study was carried out which identified the importers' needs in the services they currently receive. In addition a study was initiated to find the best system that would provide and guarantee all the processes that would be required. With that end, a cost analysis was done, the results of which determined the longterm sustainability and profitability of the project. As a result, we have created LOGILLANTA Cía. Ltda. which will benefit both the importers and transportation companies alike by offering real time logistics services using the latest technology.</p> |                                   |     |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>  | <input checked="" type="checkbox"/> SI  | <input type="checkbox"/> NO       |     |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>                                      | <b>Teléfono:</b> +593-4-506821/0989730322   | <b>E-mail:</b> arod2685@gmail.com |     |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b> | <b>Nombre:</b> Paola Alexandra Traverso Holguín   |                                   |     |
|  | <b>Teléfono:</b> +593-4-999406190   |                                   |     |
|  | <b>E-mail:</b> paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec  |                                   |     |
| <b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>                              |   |                                   |     |
| <b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>                          |   |                                   |     |
| <b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>                                       |   |                                   |     |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>                            |   |                                   |     |