

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL SERVICIO DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE DE CARGA DE MERCADERÍA ENTRE LAS DOS CIUDADES MAS IMPORTANTES DEL ECUADOR”

María Fernanda Pilamala Medina.

Eva Alexandra Morocho Corrales.

José Antonio Pancho Campos.

Ec.Pedro Gando

Facultad de Economía y Negocios (FEN)

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus Gustavo Galindo V. Km. 30.5 Vía Perimetral, P. O. Box 09 01 5863, Guayaquil - Ecuador

mpilamal@espol.edu.ec

amorcho@espol.edu.ec

jpancho@espol.edu.ec

pgando@espol.edu.ec

Resumen

La tendencia mundial apunta hacia el outsourcing y una empresa que requiere de una flota de vehículos para su operación opta por el arrendamiento de la misma, liberándose de las preocupaciones del mantenimiento, la contratación y administración de los seguros, la reposición de un vehículo siniestrado o en reparación, la mantención de los permisos municipales al día y llevando a gastos las cuotas de arriendo.

Básicamente el problema que nosotros esperamos solucionar es la falta de abastecimiento que tienen las empresas para hacer llegar el producto a sus clientes, ya que usualmente en Quito y Guayaquil el transporte más utilizado para la movilización de mercadería son las camionetas y debido a su forma de operar las empresas incurren en muchos más gastos que si contrataran un servicio como el propuesto en este proyecto.

Hemos palpado hoy en día que la forma de transportación de cargas, específicamente de las mercaderías es un problema para las empresas puesto que las actuales personas que realizan este tipo de transportación lo manejan de una forma inadecuada, lo que produce que mucha de la mercadería transportada llegue en malas condiciones a su lugar de destino, lo cual es un problema para las empresas ya que incurren en muchos gastos, por problemas de devoluciones. Además este servicio no cuenta con seguros ni garantías actualmente, lo que representa una ventaja para nuestra propuesta de negocio, ya que nuestro servicio pretende satisfacer esas necesidades que no están siendo cubiertas

Palabras Claves: *transporte, cargas, Guayaquil, Quito.*

Abstract

The global trend goes to the outsourcing and a company that requires a car fleet chooses the leasing of it, liberated from the concerns of maintaining, procurement and administration of insurance, replacement of a damaged vehicle or in repair, maintenance of municipal permits and carrying daily quota lease costs.

Basically the problem that we hope to solve is the lack of supply that companies have to deliver the product to their customers, the transport most used for mobilization of merchandise usually in Quito and Guayaquil are trucks and because of the way they operate the companies incur many expenses than if they hire a service like the one proposed in this project.

We experienced today that the way to moving loads, specifically the merchandise is a problem for the companies since the current people that perform this type of transportation is handled in an inappropriate manner, causing many of the goods transported arrives in poor condition to their destination, which is a problem for businesses and high levels of expenditure incurred by problems of returns. Furthermore, this service has no insurance and warranty now, which is an advantage for our business proposition, because our service is intended to meet those needs are not being met.

1. Introducción

El proyecto que vamos a emprender surge ante la necesidad de proporcionar a las empresas un servicio de apoyo en las actividades operativas; el mismo que se plasma en realizar el alquiler de vehículos de carga, a su vez complementando este proyecto vamos a ofrecer un servicio de envío de paquetes a través de nuestras oficinas y sucursales, servicio que se prestara a personas naturales y a empresas entre las ciudades más importantes del Ecuador (Guayaquil y Quito).

La oportunidad de negocio es clara, debido al auge de la globalización, provoca a su vez un crecimiento notable en las operaciones de comercio exterior, esto es: importaciones y exportaciones, lo cual aumenta el tránsito de mercaderías entre las ciudades antes mencionadas, y si esto llegara a disminuir debido a los recientes cambios que han habido en las políticas arancelarias en el país, nuestro mercado se orientaría a las empresas nacionales ya que deberían aumentar su producción.

La competencia en esta área se destaca por la informalidad y la falta de desarrollo en sus técnicas de negocio; de este modo podríamos aprovechar las falencias que se presentan en el mercado proyectado, implementando una estrategia de marketing y publicidad que se posicione en la mente de los consumidores con lo cual podríamos esperar que aumente la rentabilidad de la empresa.

2. Contenido.

En el capítulo 1 definimos claramente cual es la naturaleza del servicio que vamos a prestar, así como es necesario incluir los objetivos que nos ayudarán a cumplir con lo propuesto en este proyecto de inversión, además se detallan los diferentes servicios que se ofrecerán con sus respectivos beneficios, así podemos indicar que son: el Servicio Premium, diseñado exclusivamente para empresas importadoras, el Servicio Express Empresarial y el Servicio Express.

Luego de establecer fundamentos para la realización del proyecto, se procede a realizar un amplio y profundo estudio de mercado, que se detalla en el capítulo 2 específicamente; en el mismo que se va a analizar la oferta y demanda del servicio de transportación de cargas dentro de Guayaquil y Quito.

Es de esta forma que se concluye entonces quiénes forman parte de los competidores directos e indirectos que tendría nuestra empresa, y a qué tipo de segmento nos enfocamos.

Se tomaron como referencia los precios de los competidores para poder establecer un rango a cobrar, debido a que en esta industria existen muchos aspectos a considerar del cliente para vender el servicio a un precio determinado.

Dentro de este capítulo se proporciona la recopilación y análisis de los datos por medio de una formulación y diseño de investigación cuantitativa como cualitativa, que nos permitió determinar el tamaño del mercado potencial e identificar el perfil, requerimientos y expectativas de los clientes hacia el servicio.

La metodología que se empleó para el análisis de datos incluyó la utilización del paquete estadístico SPSS para la tabulación y consecuente análisis descriptivo de los datos. Se elaboraron gráficos de distribuciones de frecuencias para mostrar los resultados y tablas cruzadas para determinar las relaciones existentes entre variables.

Además se elaboro un plan de marketing adoptando la estrategia de desarrollo de servicio, ya que se ingresará a un mercado existente pero muy poco explotado.

La publicidad que le daremos a nuestro proyecto de inversión será en los más convenientes medios para la difusión del servicio, es así que utilizaremos radiodifusoras, vallas publicitarias, volantes y además, nuestra flota ofrecerá una gran campaña visual mediante la publicad móvil.

Escogimos las encuestas como nuestra fuente de información primaria, las mismas que se llevaron a cabo en diversos sectores de Guayaquil y Quito, es así que en total obtuvimos 384 resultados. Como fuente de información secundaria utilizamos la página web del Instituto de Estadísticas y Censos para obtener mayor cantidad de datos exactos y también verificamos las páginas web de la competencia para realizar cuadros comparativos de los servicios que ofrecen actualmente.

En el capítulo 3 se realizó el estudio técnico que abarcó los balances de las maquinarias y equipos utilizados en el funcionamiento de la idea de negocio, así también los balances de personal técnico y de obras físicas de las respectivas ciudades estudiadas en este proyecto.

Se optó por definir un tamaño inicial lo suficientemente grande para que pueda responder a futuro al potencial crecimiento del mercado u otro más pequeño, pero que se vaya ampliando de acuerdo con las posibilidades de las escalas de producción.

Como nuestro servicio tiene distintos perfiles de clientes, se procedió a dividir la demanda estimada con sus respectivos indicadores para así reflejar un mejor resultado al momento de escoger la opción óptima.

Finalmente se procedió a realizar un estudio de localización, que, para nuestro caso, tomó en cuenta diferentes factores tecnológicos como la seguridad de la ubicación del establecimiento, las vías de acceso, la cercanía al mercado potencial, la disponibilidad de espacio, de agua, energía y otros suministros, que fueron evaluados mediante el Método Cualitativo por Puntos.

El estudio organizacional se detalló dentro del capítulo 4, en donde además incluimos la visión y misión de nuestra empresa, así también como el organigrama y las especificaciones de las responsabilidades del personal administrativo y operativo.

En el capítulo 5 se proyectarán tablas de costos, gastos e inversiones en las que se incurrirán para llevar a cabo el proyecto.

También se procederá a elaborar Estado de Resultados, Flujo de Caja, Balance General para la posterior evaluación económica. Como el proyecto contempla la creación de una empresa, se analizará la situación inicial y se harán proyecciones para los próximos diez años.

3. Conclusiones.

Según lo investigado y analizado en los diferentes capítulos, se concluyó que:

En el estudio de mercado que hemos realizado tráfico de mercaderías entre Guayaquil y Quito. Aún cuando las políticas arancelarias del país han ido cambiando en estos últimos tiempos, ya que el gobierno ha aumentado las tasas arancelarias para los importadores haciendo que el producto nacional se venda mas, por lo cual nuestro servicio pretende explotar mas que todo este mercado, el de las microempresas ecuatorianas.

Sobre la localización, ubicaremos las oficinas en un lugar estratégico y accesible para nuestros clientes, en la ciudad de Guayaquil en el Centro Comercial Plaza Quil, ya que brinda seguridad, parqueadero, etc. Y en la ciudad de Quito en las zonas aledañas al Aeropuerto Mariscal Sucre donde también podemos encontrar seguridad y parqueadero, haciendo así una experiencia agradable para el cliente.

La inversión del proyecto es considerada muy elevada, por lo cual vamos a financiar el 60% de la deuda por medio de una Institución Financiera como lo es la CFN (Corporación Financiera Nacional) y el otro 40% lo vamos a financiar con recursos propios.

El proyecto es económicamente viable y rentable, en el estudio financiero se obtuvo un VAN de 99,105 y el valor de la TIR 44% que es mayor a la TMAR 18.02% y el periodo de recuperación de la inversión ocurre en el año 4 y 5.

En el análisis de sensibilidad se puede observar que la probabilidad de un VAN positivo es de 51.81% aproximadamente, por lo que es un proyecto con probabilidad de obtener un VAN positivo.

4. Recomendaciones.

Al finalizar nuestro estudio, podemos sugerir las siguientes recomendaciones:

- Realizar alianzas estratégicas con empresas que brinden el servicio de comercio exterior, las cuales permiten disminuir el tiempo y los trámites que se deben realizar para el retiro de las mercaderías en el puerto.
- Realizar una buena campaña de marketing para así estar presente y crear una buena expectativa en el cliente, acerca del servicio que vamos a brindar.
- Ampliar la cobertura del servicio, logrando el traslado de mercaderías a nivel nacional.
- Realizar alianzas con talleres automotrices para así poder conseguir un mejor costo en los mantenimientos de los camiones.

5. Bibliografía.

[1] KOTLER Philip. Dirección de Marketing. Décima Edición. Pearson Educación, México, 2001.

[2]MALHOTRA, Naresh K. Investigación de Mercados, un enfoque aplicado. Cuarta Edición. Pearson Educación, México, 2004.

[3]ROSS Stephen, WESTERFIELD Randolph y JAFEE Jeffrey. Finanzas Corporativas. Quinta Edición McGraw Hill, México

[4]ROBBINS Stephen. Comportamiento Organizacional. Octava Edición Prentice Hall, México, 1999.