UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas

TEMA: "Plan de negocios para la creación de una agencia de servicio logístico de paquetería en la cuidad de Ambato en el periodo de octubre de 2023 y agosto del 2024."

AUTOR: Kevin Joel Moreta Chango

TUTOR: Ing. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación **"Plan de negocios para la creación de una agencia de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato en el periodo de octubre de 2023 y agosto del 2024."** presentado por el señor **Kevin Joel Moreta Chango** para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 2 de agosto del 2024

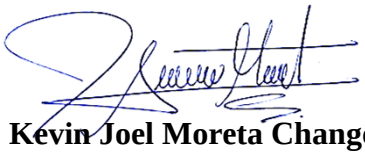


Ing. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha, Mg.

C.I. 1803022639

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Kevin Joel Moreta Chango**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Kevin Joel Moreta Chango

C.I. 1851032696

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.

C.I. 1802289320

Ing. Edisson Andrés Frías Pérez, Mg.

C.I. 1804937116

Ambato, 2 de agosto del 2024

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no supongo una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Kevin Joel Moreta Chango

C.I. 1851032696

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis padres, Renan Moreta y Elizabeth Chango, así como a mis hermanos Santiago Moreta y Mateo Moreta, y a todos mis amigos que me apoyaron incondicionalmente en cada paso y etapa de mi vida, siendo su apoyo un pilar fundamental para alcanzar una meta más en la vida. Este trabajo es el resultado del esfuerzo, dedicación y perseverancia referente a mi desarrollo profesional, también el compromiso de los docentes con nuestro aprendizaje a lo largo de este trayecto académico. Que este logro sea testimonio de gratitud hacia quienes me apoyaron y contribuyeron a alcanzar esta meta tan importante en mi vida.

Kevin Joel Moreta Chango

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios, por guiarme en cada momento de mi vida, a mis padres Renan y Elizabeth, por todo el apoyo y sabios consejos en esta etapa más de mi vida, también a mis hermanos que me impulsaron a cumplir una meta profesional.

También deseo agradecer a la prestigiosa Universidad Técnica de Ambato y sus docentes competentes y capaces en la formación profesional de cada estudiante universitario, especialmente a la Ing. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha por facilitarme las herramientas necesarias para el desarrollo del presente trabajo de titulación.

Kevin Joel Moreta Chango

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR……..ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD……iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO…….iv
DERECHOS DE AUTOR……v
DEDICATORIA……..vi
AGRADECIMIENTO……vii
ÍNDICE GENERAL……..viii
ÍNDICE DE TABLAS……...xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS……..xvi
ÍNDICE DE IMÁGENES……..xviii
ÍNDICE DE ANEXOS……xix
RESUMEN EJECUTIVO……..xx
CAPÍTULO I……...1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA……..1
1.1 Definición del problema de investigación 1
1.1.1 Contextualización 1
1.2 Árbol de problemas..... 3
1.1.2 Análisis del Árbol de problemas..... 5
1.3 Árbol de objetivos..... 5
1.1.3 Análisis del Árbol de Objetivos..... 7
1.4 Alternativas de Solución..... 7
1.5 Análisis de Involucrados..... 8
CAPÍTULO II 9
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 9
2.1 Justificación 9
2.2 Objetivos……...10
2.2.1 Objetivo General..... 10
2.2.2 Objetivos Específicos..... 10
2.3 Beneficiarios..... 11

2.4 Resultados a alcanzar 11
CAPÍTULO III……..13
ESTUDIO DE MERCADO……..13
3.1 Descripción de los Usos y Características del Servicio 13
3.2 Segmentación de mercado 14
3.3 Proyección del mercado meta 15
3.4 Población y muestra 16
3.4.1 Muestra……16
3.5 Metodología de la Investigación 17
3.5.1 Enfoque de Estudio 17
3.5.2 Tipo de investigación 18
3.5.3 Instrumento 18
3.6 Tabulación, Análisis e Interpretación 19
3.7 Estudio de la demanda 39
3.7.1 Cálculo de demanda 40
3.7.2 Demanda de personas 40
3.7.3 Cálculo de Demanda en Servicio 42
3.7.4 Demanda Proyectada en el Servicio 43
3.8 Estudio de la oferta 44
3.8.1 Oferta en personas 44
3.8.2 Cálculo de Oferta 46
3.8.3 Oferta proyectada en el servicio 47
3.9 Mercado Potencial 48
3.9.1 Demanda potencial insatisfecha (DPI) 48
3.10 Análisis de precio 50
3.11 Comercialización 52
3.12 FODA……55
3.12.1 Matriz de perfil de Capacidad interna (PCI) 57
3.12.2 Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM) 58
3.12.3 Matriz FODA cruzada 59
3.12.4 Matriz de estrategias FODA 61
CAPÍTULO IV……..63
ESTUDIO TÉCNICO……...63

4.1 Tamaño óptimo del proyecto 63
4.1.1 Factores determinantes de tamaño 63
4.1.2 Tamaño óptimo 64
4.2 Macro y Micro localización 65
4.2.1 Macro localización 65
4.2.2 Micro localización 66
4.3 Localización óptima 67
4.4 Ingeniería de proyecto 69
4.4.1 Estado inicial 69
4.4.2 Proceso del servicio 71
4.4.3 Diagrama de flujo 72
4.4.4 Balance de materiales 74
CAPÍTULO V……75
ESTUDIO ORGANIZACIONAL……75
5.1 Aspectos generales 75
5.2 Jerarquización 77
5.2.1 Diseño organizacional 77
5.2.1.1 Niveles Jerárquicos 77
5.2.1.2 Misión……..78
5.2.1.3 Visión……...78
5.2.1.4 Valores……78
5.3 Estructura Organizativa 79
5.4 Estructura Funcional 80
5.5 Manual de funciones 81
CAPÍTULO VI……..91
ESTUDIO FINANCIERO……91
6.1 Ingresos……91
6.2 Costo y Gastos 92
6.2.1 Costos operativos 92
6.2.2 Gastos administrativos 95
6.2.3 Gastos de ventas 97
6.2.4 Gastos financieros 98
6.2.5 Resumen de gastos 98

6.3 Activos……...99
6.3.1 Activos corrientes 99
6.3.1.1 Disponible (Caja, Bancos e Inversiones) 100
6.3.2 Activos No Corrientes..... 101
6.3.2.1 Propiedad, Planta y Equipo 101
6.3.2.2 Activos Intangibles..... 104
6.4 Pasivo……..104
6.4.1 Pasivo a Corto Plazo 104
6.4.2 Pasivo a Largo Plazo..... 105
6.5 Patrimonio..... 107
6.5.1 Capital Accionario 108
6.5.2 Plan de inversión..... 108
6.5.3 Resultados del Ejercicio..... 109
6.6 Estado de Resultados Proyectados..... 110
6.7 Situación financiera 110
6.8 Situación Financiera Proyectada..... 111
6.9 Flujo de Caja..... 112
6.10Punto de Equilibrio..... 113
6.10.1 Punto de equilibrio en servicios 114
6.10.2 Gráfico……...115
6.11Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada..... 115
6.11.1 Cálculo TMAR 1 Sin financiamiento 115
6.11.2 Cálculo TMAR 2 Con financiamiento 116
6.11.3 Cálculo TMAR 1 global mixto..... 117
6.11.4 Cálculo TMAR 2 global mixto..... 117
6.12Indicadores Financieros tiempo presente..... 117
6.12.1 Índice de solvencia..... 118
6.12.2 Índice de liquidez 118
6.12.3 Índice de endeudamiento..... 118
6.12.4 Índice de Apalancamiento..... 119
6.13Evaluadores de tiempo futuro..... 119
6.13.1 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN)..... 119
6.13.2 Tasa beneficio-costo..... 121

6.13.3 Periodo de recuperación de la inversión 121
6.13.4 Tasa interna de retorno (TIR)..... 122
6.14Análisis de sensibilidad 122
CAPÍTULO VII **124**
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **124**
7.1 Conclusiones..... 124
7.2 Recomendaciones 125
Referencias……126
Anexos……..134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de involucrados 8
Tabla 2 Características del servicio 14
Tabla 3 Segmentación de mercado 14
Tabla 4 Proyección del mercado objetivo 15
Tabla 5 Mercado meta 16
Tabla 6 Género 19
Tabla 7 Edad 20
Tabla 8 Nivel académico 21
Tabla 9 Consumo 23
Tabla 10 Viabilidad 24
Tabla 11 Nivel de satisfacción actual 25
Tabla 12 Frecuencia de envío 27
Tabla 13 Tipo de paquetes 28
Tabla 14 Elección de empresa actual 29
Tabla 15 Precio de venta/servicio 31
Tabla 16 Ubicación de la agencia 32
Tabla 17 Conveniencia de la ubicación 33
Tabla 18 Factor importante al elegir agencia 35
Tabla 19 Calificación de las agencias de paquetería existentes actualmente 36
Tabla 20 Medios de información 37
Tabla 21 Evaluación de confiabilidad 38
Tabla 22 Demanda en personas 40
Tabla 23 Demanda de personas proyectada 41
Tabla 24 Demanda de servicio 42
Tabla 25 Demanda proyectada en el servicio 43
Tabla 26 Oferta en personas 44
Tabla 27 Oferta en personas proyectada 45
Tabla 28 Oferta servicio 46
Tabla 29 Oferta de servicios proyectada 47
Tabla 30 Demanda potencial insatisfecha 49
Tabla 31 Percepción de los precios 50

Tabla 32 Precio vigentes 50
Tabla 33 Precio promedio 50
Tabla 34 Proyección del precio (Kilo) 51
Tabla 35 Ponderación matriz PCI 58
Tabla 36 Ponderación matriz POAM 59
Tabla 37 Matriz FODA 60
Tabla 38 Matriz de estrategias FODA 61
Tabla 39 Tamaño óptimo del proyecto 64
Tabla 40 Nivel de impacto 68
Tabla 41 Localización óptima del proyecto 68
Tabla 42 Servicios básicos 69
Tabla 43 Equipos 70
Tabla 44 Proceso del servicio de la agencia 71
Tabla 45 Muebles y enseres 74
Tabla 46 Niveles jerárquicos de la agencia 77
Tabla 47 Matriz axiológica de valores 79
Tabla 48 Director general 81
Tabla 49 Secretaria 82
Tabla 50 Departamento administrativo 83
Tabla 51 Contabilidad 84
Tabla 52 Publicidad 85
Tabla 53 Departamento de recursos humanos 86
Tabla 54 Departamento de ventas 87
Tabla 55 Departamento operativo 88
Tabla 56 Conductores/repartidores 89
Tabla 57 Operadores de almacén 90
Tabla 58 Ingresos 91
Tabla 59 Materiales directos 93
Tabla 60 Materiales Indirectos 93
Tabla 61 Muebles y enseres 93
Tabla 62 Vehículos 94
Tabla 63 Depreciación y amortización 94
Tabla 64 Mantenimiento de maquinaria y equipo 94

Tabla 65 Personal directo e indirecto 95
Tabla 66 Gastos operativos totales 95
Tabla 67 Servicios básicos 96
Tabla 68 Sueldos y salarios 96
Tabla 69 Suministros de oficina 96
Tabla 70 Gastos Administrativos Totales 97
Tabla 71 Publicidad y propaganda 97
Tabla 72 Sueldos y salarios 97
Tabla 73 Gastos de Ventas Totales 98
Tabla 74 Gastos financieros 98
Tabla 75 Resumen de gastos del proyecto 98
Tabla 76 Caja/bancos 100
Tabla 77 Inventarios 100
Tabla 78 Total activo corriente 101
Tabla 79 Equipos de computación 101
Tabla 80 Muebles y enseres 102
Tabla 81 Infraestructura 102
Tabla 82 Vehículos 102
Tabla 83 Maquinaria y equipo 102
Tabla 84 Terreno 103
Tabla 85 Total Activos Fijos 103
Tabla 86 Activos diferidos 104
Tabla 87 Financiamiento 107
Tabla 88 Comparación de Entidades Financieras 107
Tabla 89 Capital accionario 108
Tabla 90 Plan de inversiones 108
Tabla 91 Estado de resultados proyectados 110
Tabla 92 Situación Financiera Proyectada 111
Tabla 93 Flujo de caja 112
Tabla 94 Punto de equilibrio 113
Tabla 95 TMAR 1 Global Mixto 117
Tabla 96 TMAR 2 Global Mixto 117
Tabla 97 Análisis de sensibilidad 123

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas – Limitada oferta de agencias de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato 4
Gráfico 2 Árbol de objetivos – Alta oferta de agencias de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato 6
Gráfico 3 Género 19
Gráfico 4 Edad 20
Gráfico 5 Nivel académico 22
Gráfico 6 Consumo 23
Gráfico 7 Viabilidad 24
Gráfico 8 Nivel de satisfacción actual 26
Gráfico 9 Frecuencia de envío 27
Gráfico 10 Tipo de paquetes 28
Gráfico 11 Elección de empresa actual 30
Gráfico 12 Precio de venta/servicio 31
Gráfico 13 Ubicación de la agencia 32
Gráfico 14 Conveniencia de la ubicación 34
Gráfico 15 Factor importante al elegir agencia 35
Gráfico 16 Calificación de las agencias de paquetería existentes actualmente 36
Gráfico 17 Medios de información 37
Gráfico 18 Evaluación de confiabilidad 38
Gráfico 19 Demanda de personas proyectada 41
Gráfico 20 Demanda proyectada en el servicio 43
Gráfico 21 Oferta en personas proyectada 45
Gráfico 22 Oferta de servicios proyectada 47
Gráfico 23 Demanda potencial insatisfecha 49
Gráfico 24 Proyección del precio (Kilo) 51
Gráfico 25 Tamaño óptimo del proyecto 65
Gráfico 26 Distribución de espacios 70
Gráfico 27 Diagrama de flujo 73
Gráfico 28 Organigrama organizacional 79
Gráfico 29 Organigrama funcional 80

Gráfico 30 Ingresos 92
Gráfico 31 Punto de equilibrio 115

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Canales de distribución directa 53
Imagen 2 Canales de distribución indirecta 53
Imagen 3 Macro localización 66
Imagen 4 Micro localización 67
Imagen 5 Diagrama de flujo 72
Imagen 6 Logotipo Ambato Logistics Cia. Ltda. 76

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta aplicada 134

RESUMEN EJECUTIVO

La agencia de servicios logísticos de paquetería en Ambato se dedica a ofrecer soluciones de entrega rápida y eficiente, combinando métodos logísticos tradicionales con innovaciones tecnológicas modernas. Este emprendimiento responde a la creciente demanda de servicios logísticos impulsada por el auge del comercio electrónico, buscando satisfacer las necesidades del mercado local y mejorar la infraestructura logística de la ciudad.

Es por esta razón que el presente plan de negocios se ha enfocado en justificar teóricamente la creación de una agencia especializada en la gestión de paquetería en Ambato. Además, se ha realizado un exhaustivo análisis de mercado, técnico, organizacional, económico y financiero para verificar la viabilidad del proyecto y establecer estrategias que permitan su implementación exitosa.

Los resultados arrojados por estos estudios indican que la inversión inicial requerida es de $147,315.00; esta inversión se destinará a la adquisición de vehículos, infraestructura tecnológica y equipos necesarios para el lanzamiento de la agencia. Los estudios financieros muestran rentabilidad, con un VAN 1 de $316,107.98 y un VAN 2 de $305,664.91, confirmando que el modelo de negocio es factible y rentable.

Así, la propuesta resultante del plan de negocios se centra en la ubicación estratégica de la agencia en Huachi San Francisco, optimizando la conectividad y el acceso a rutas clave de transporte. Además, se ha diseñado un plan para integrar tecnología avanzada y prácticas de servicio al cliente personalizadas, con el objetivo de ofrecer soluciones logísticas eficientes y adaptadas a las necesidades específicas de los clientes y las empresas de la región.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, PAQUETERÍA, SERVICIO LOGÍSTICO, FIABILIDAD.

ABSTRACT

The parcel logistics services agency in Ambato is dedicated to offering fast and efficient delivery solutions, combining traditional logistics methods with modern technological innovations. This venture responds to the growing demand for logistics services driven by the rise of e-commerce, seeking to meet the needs of the local market and improve the city's logistics infrastructure.

It is for this reason that this business plan has focused on theoretically justifying the creation of a specialized parcel management agency in Ambato. In addition, an exhaustive market, technical, organizational, economic and financial analysis has been carried out to verify the viability of the project and establish strategies that allow its successful implementation.

The results of these studies indicate that the initial investment required is $147,315.00; this investment will be used to acquire vehicles, technological infrastructure and equipment necessary for the launch of the agency. Financial studies show profitability, with a NPV 1 of $316,107.98 and a NPV 2 of $305,664.91, confirming that the business model is feasible and profitable.

Thus, the proposal resulting from the business plan focuses on the strategic location of the agency in Huachi San Francisco, optimizing connectivity and access to key transportation routes. In addition, a plan has been designed to integrate advanced technology and personalized customer service practices, with the aim of offering efficient logistics solutions tailored to the specific needs of customers and companies in the region.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, PARCEL DELIVERY, LOGISTICS SERVICE, RELIABILITY.

.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de investigación

En la actualidad las empresas de Ambato se encuentran en constante desarrollo y crecimiento económico, pero del mismo modo enfrentan desafíos para poder satisfacer las necesidades y demanda de sus clientes, por lo que surge la necesidad de contar con un servicio logístico que les permita cumplir con las expectativas de sus clientes.

La ciudad de Ambato de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2022)**,** cuenta con 370 664 habitantes, es una ciudad en constante crecimiento comercial, y es debido a este crecimiento que la demanda de servicios logísticos se ha visto impulsada significativamente, en gran parte debido al comercio electrónico, que de acuerdo con el diario El Comercio (2023) para el 2023 creció un 25%, lo que reportó ventas de 5 000 millones de dólares a nivel de todo el país.

Tomando en cuenta el contexto mencionado anteriormente, el problema central del presente trabajo se enfoca en el aumento en la solicitud de servicios logísticos para el transporte de paquetes, lo que está generando nuevas oportunidades de empresas lucrativas, para mejorar la eficiencia y capacidad de respuesta de las agencias de servicios logísticos de paquetería para de esta manera satisfacer las crecientes demandas del mercado. Estos servicios buscan proporcionar a los clientes una distribución segura y confiable, adaptándose a las demandas del mercado.

El objetivo de esta investigación es desarrollar un plan de negocios para la creación de una nueva agencia de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato. Enfocada en identificar las estrategias necesarias para establecer una agencia que optimice los procesos logísticos y garantice una distribución y entrega de paquetes eficiente y confiable.

Además, se abordarán las regulaciones y barreras administrativas para facilitar el desarrollo empresarial y se buscarán soluciones para superar las limitaciones financieras y la incertidumbre política. Al hacerlo, se espera aumentar la competitividad de los servicios logísticos en Ambato y satisfacer de manera efectiva las crecientes demandas del mercado local.

1.1.1 Contextualización

Meso

La logística internacional y los operadores logísticos son fundamentales para la competitividad global. Según la Revista Moneda Única (2021) los operadores logísticos juegan un papel crucial al coordinar transporte, almacenamiento y distribución eficientes. En países como China y Alemania, empresas líderes como DHL y Kuehne + Nagel destacan por sus soluciones innovadoras que optimizan costos y aseguran la conformidad con normativas internacionales, mejorando así la eficiencia de las cadenas de suministro globales.

Estos operadores no solo gestionan la movilización de bienes, sino que también ofrecen valor añadido mediante servicios como seguimiento en tiempo real, gestión de inventarios y cumplimiento de requisitos aduaneros. La colaboración con operadores logísticos permite a las empresas enfocarse, mientras externalizan actividades complejas de logística internacional, beneficiándose de redes globales que garantizan entregas rápidas y seguras a nivel mundial.

Macro

En los últimos siete años en Ecuador, se ha observado un aumento significativo en la contribución del sector logístico (transporte, almacenamiento y comunicación) al Producto Interno Bruto, respaldando los hallazgos presentados en la revisión de la literatura. Varios autores han señalado que el impulso en el desarrollo de la infraestructura portuaria, aérea y terrestre ha sido un factor clave para el crecimiento

económico, reflejándose en el mejoramiento de las carreteras estatales **(Yagual et al.,** (2019)**.**

Al examinar la distribución de empresas por sectores económicos durante el período 2012-2019, se destaca que el sector de servicios se posiciona como el de mayor número de empresas, con una participación media del 40,5% a lo largo de este lapso. Su participación ha evolucionado desde el 38% en 2012 hasta alcanzar el 45% en 2019 **(INEC, 2020).**

El sector de servicios logísticos en Ecuador ha experimentado un aumento sostenido en los últimos años, relacionado de forma directa con un aumento positivo en el Producto Interno Bruto (PIB). El desarrollo de este sector se produce por factores como la infraestructura portuaria, aérea y terrestre. Además, la estructura empresarial ha crecido notablemente, siendo el sector de servicios el segmento con el mayor número de empresas constituidas.

Micro

Para la mayoría de las pequeñas y medianas empresas del cantón Ambato, la estrategia de liderazgo en costos se posiciona como la principal fuente de ventajas competitivas frente a la competencia, superando incluso a la diferenciación o la estrategia de enfoque, que son mucho menos comunes en el entorno local **(Mantilla et al., (2015).** El crecimiento económico que ha experimentado los sectores económicos en la ciudad de Ambato en las últimas décadas ha impulsado la demanda de servicios logísticos, ya que las empresas buscan soluciones eficientes y especializadas para la gestión y transporte de paquetería. El incremento en la solicitud de este tipo de servicios de transporte, almacenamiento, distribución y gestión de paquetes contribuye al surgimiento y consolidación de empresas especializadas en el sector logístico.

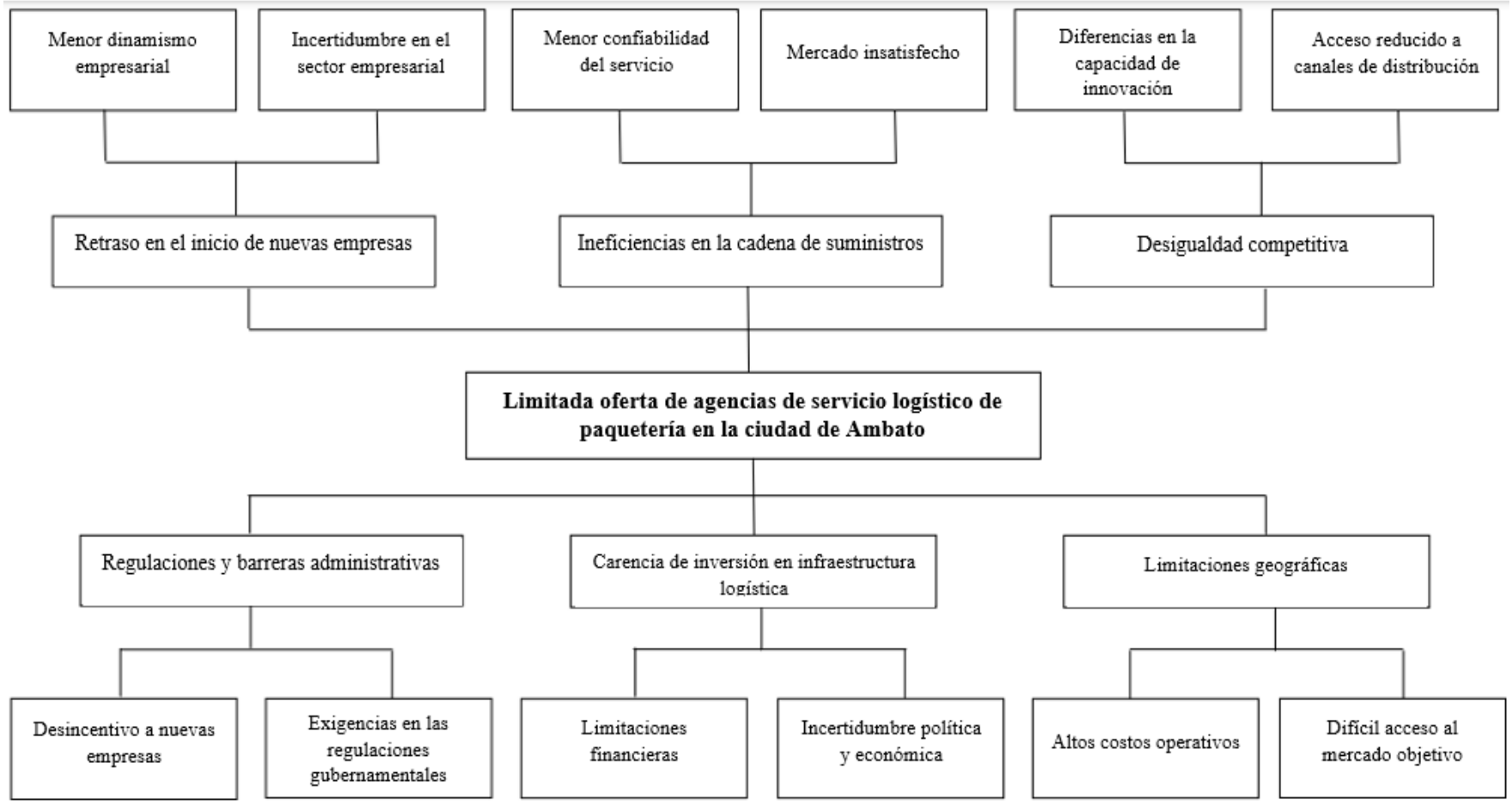
Entender a la competencia en el ámbito cantonal es fundamental, indagar sobre agencias de servicios logísticos de paquetería presentes en el mercado, a través de un análisis de puntos fuertes y débiles, además de las tendencias de demanda en el sector.

Este conocimiento es esencial para formular estrategias competitivas y establecer una posición distintiva en el mercado.

1.2 Árbol de problemas

Gráfico 1

Árbol de problemas – Limitada oferta de agencias de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato



Nota. El gráfico muestra un árbol de problemas con causas y efectos derivados del tema central. Elaboración propia

1.1.2 Análisis del Árbol de problemas

Las regulaciones y barreras administrativas impuestas por el gobierno retrasan el desarrollo empresarial y la constitución de nuevas organizaciones, lo que impacta de manera negativa en el dinamismo empresarial y genera inestabilidad financiera. Esto provoca un retroceso en el desarrollo económico tanto a nivel nacional como en sector mercantil.

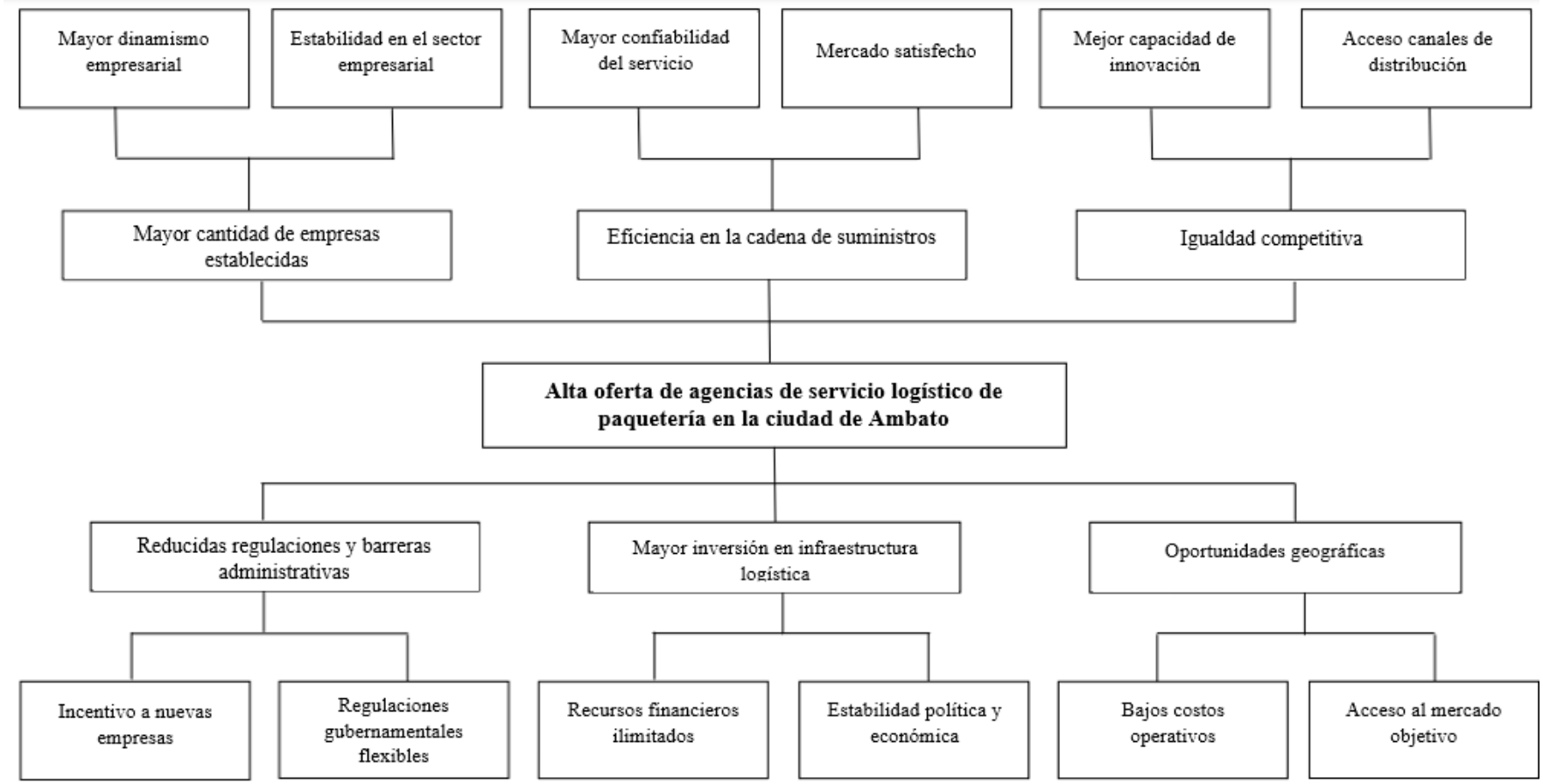
La carencia de inversión en temas de infraestructura logística tanto a nivel local, específicamente en la ciudad de Ambato, como a nivel nacional, se debe principalmente a limitaciones financieras y a la incertidumbre política presente en el país. Esto genera una ineficiencia en la cadena de suministros, lo que está estrechamente vinculado a una insatisfacción del mercado y a una menor confiabilidad en la contratación de servicios logísticos de paquetería.

Las evidentes limitaciones geográficas están directamente relacionadas con el acceso al mercado objetivo, lo que aumenta los costos operativos y crea una brecha entre significativa entre la competitividad y el acceso a nuevas tecnologías para la innovación. Además, esto dificulta acceder a canales de distribución óptimos para el sector de servicios.

1.3 Árbol de objetivos

Gráfico 2

Árbol de objetivos – Alta oferta de agencias de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato



Nota. El gráfico muestra un árbol de objetivos con causas y efectos derivados del tema central. Elaboración propia.

1.1.3 Análisis del Árbol de Objetivos

Las reducidas regulaciones y barreras administrativas impuestas por el gobierno facilitan un mejor desarrollo empresarial y un mayor número de nuevas organizaciones, lo que impacta de manera positiva en el dinamismo empresarial y genera una estabilidad financiera. Una mayor inversión en temas de infraestructura logística tanto a nivel local, específicamente en la ciudad de Ambato, como a nivel nacional, se debe principalmente a una buena estabilidad política y financiera presente en el país.

Esto genera que la cadena de suministros sea eficiente, lo que está estrechamente vinculado a una satisfacción del mercado y a una mayor confiabilidad en la contratación de servicios logísticos de paquetería. Las evidentes oportunidades geográficas están directamente relacionadas con el acceso al mercado objetivo, lo que disminuye los costos operativos y acorta la brecha entre la competitividad y el acceso a nuevas tecnologías para la innovación. Además, esto ayuda a acceder a canales de distribución óptimos para el sector de servicios.

1.4 Alternativas de Solución

Elaborar un estudio de mercado que determine la demanda potencial de los servicios logísticos de paquetería tanto en el sector comercial como residencial de la ciudad de Ambato es esencial. Además, es importante identificar a los principales actores involucrados, tales como competidores, proveedores, clientes y regulaciones presentes en el sector. Esto permitirá evaluar la factibilidad y viabilidad de crear una agencia de servicio logístico de paquetería en la zona. Para ello, se analizarán factores como el tamaño organizacional, una ubicación estratégica, tecnología e innovación, y los recursos financieros necesarios para la creación de la agencia.

Establecer rutas estratégicas que permita optimizar la distribución de los paquetes para minimizar los plazos de entrega y los gastos operativos. Una correcta planificación estratégica de las rutas ayuda a reducir los kilómetros en los diferentes recorridos, el consumo de combustibles y los tiempos de tránsito, mejorando la eficiencia general en

la gestión logística. Mediante la planificación de rutas estratégicas, la agencia de paquetería puede cubrir la totalidad del área de servicio en Ambato y sus distintos puntos de entrega, contribuyendo a La satisfacción del cliente y la reputación positiva de la empresa.

Examinar las oportunidades geográficas es esencial para asegurar el éxito de una agencia de servicios logísticos de paquetería en la ciudad de Ambato, estas oportunidades incluyen el acceso a mercados clave, factores como una posición estratégica y puntos de conexión entre diferentes regiones, esto facilita la distribución eficiente de mercancías y paquetes hacia diversas zonas de destino. La calidad de la infraestructura vial en las principales carreteras contribuye significativamente a la gestión y transporte de los paquetes. Además, el crecimiento constante de la industria en esta área impulsa el dinamismo económico, brindando a las nuevas empresas la oportunidad de capitalizar este potencial en crecimiento.

1.5 Análisis de Involucrados

Tabla 1

Matriz de involucrados

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y Mandatos
Sociedad	Capitalizar la creación de nuevas oportunidades laborales.	Tasa de desempleo significativamente alta.	Constitución de la República del Ecuador. Art.280.- Plan Nacional de Desarrollo
Estado	Impulsar el crecimiento económico, la productividad y el desarrollo empresarial del país.	La economía nacional experimenta un descenso debido a factores políticos y sociales.	Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo. Art.1.- Crecimiento económico sostenido
Clientes	Adquirir un servicio de gestión de paquetes, bajo factores de seguridad, confiablidad y entrega rápida que satisfaga sus necesidades.	Retrasos en las entregas, daños y perdidas de los paquetes durante la logística.	Ley Orgánica del Consumidor. Art.4.- Derechos del Consumidor.
Competidores	Posicionamiento en el mercado.	Competencia desleal.	Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. Sección 5

Nota. Esta tabla muestra el análisis de involucrados que permite identificar a los agentes o partes relacionadas en la iniciativa de la empresa.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento se caracteriza como el proceso dinámico mediante el cual individuos o equipos identifican oportunidades, generan ideas innovadoras y las materializan para crear valor económico, social o cultural. Este proceso implica tomar riesgos, ser proactivo y tener la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno. El emprendimiento no se limita únicamente a la creación de nuevos negocios, sino también a la habilidad de innovar dentro de las organizaciones existentes. Es un impulsor fundamental para el crecimiento económico, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de las personas **(Véliz et al., (2023).**

2.1 Justificación

En el ambiente actual en el que se desenvuelve el comercio en la ciudad de Ambato, la creación de una agencia de servicio logístico de paquetería surge como una respuesta estratégica a las necesidades emergentes del mercado local. Con el comercio electrónico en ascenso y la demanda de entregas rápidas y eficientes en aumento, existe una clara oportunidad para mejorar la infraestructura logística de la ciudad y satisfacer las expectativas crecientes de los consumidores.

El impacto de este proyecto se extiende más allá de simplemente cubrir una demanda comercial. Al reducir los tiempos de entrega y mejorar la eficiencia en la distribución de paquetes, la agencia no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también contribuirá al fortalecimiento de la economía local. Esta mejora en la logística es crucial para apoyar el crecimiento de los negocios locales y para generar empleos en el sector, impulsando así el desarrollo económico comunitario. Además del beneficio económico, la iniciativa de establecer una agencia de paquetería en Ambato responde directamente a un interés social profundo.

Al facilitar el acceso oportuno a productos y servicios a través de entregas confiables, la agencia mejorará la calidad de vida de los residentes. Esto es especialmente relevante en un entorno donde la accesibilidad a bienes esenciales puede marcar la diferencia en la vida cotidiana de los ciudadanos y en el funcionamiento efectivo de las empresas locales.

La novedad de este proyecto radica en su capacidad para combinar métodos logísticos tradicionales con innovaciones modernas, adaptándose así a las particularidades del mercado local de Ambato. Al integrar tecnología avanzada y prácticas de servicio al cliente personalizadas, la agencia se posiciona como un líder en la entrega de soluciones logísticas eficientes y adaptadas a las necesidades específicas de los clientes y las empresas de la región.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios destinado a establecer una agencia de distribución de paquetería en Ambato.

2.2.2 Objetivos Específicos

Justificar desde una perspectiva teórica el plan de negocios para establecer una agencia especializada en la gestión de paquetería en Ambato.

Realizar un análisis de mercado, técnico, organizacional, económico y financiero para verificar la viabilidad de crear una agencia de logística de paquetería en Ambato.

Formular un plan de negocios destinado a la creación de una agencia de servicios logísticos de paquetería en Ambato.

2.3 Beneficiarios

El establecimiento de la agencia de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato impactará significativamente en el ámbito local y nacional, tanto de manera directa como indirecta, como se puede observar a continuación:

Beneficiarios directos: El creador de esta iniciativa es el principal beneficiado del proyecto, ya que busca establecer y liderar una empresa que satisfaga las necesidades logísticas del mercado local. Además, el capital humano necesario para llevar a cabo las operaciones de servicio planificadas, será un beneficiario directo al tener la oportunidad de empleo y desarrollo profesional dentro de la agencia.

Asimismo, se consideran como beneficiarios directos a las empresas comerciales y residenciales de Ambato que requerirán los servicios de la agencia para el envío y recepción de paquetería. Esto incluye desde pequeñas empresas hasta grandes corporaciones, así como individuos que realizan compras en línea o envían paquetes a familiares y amigos.

Beneficiarios indirectos: La incorporación de la agencia de transporte y logística de paquetería en el sector de servicios generará beneficios para una variedad de individuos en la sociedad. Además, de que el gobierno local y nacional se verá beneficiado indirectamente a través de la recaudación de impuestos derivados de las actividades comerciales de la agencia. Estos ingresos fiscales podrán ser destinados al bienestar y desarrollo de la localidad y del país, siendo destinados a áreas importantes como infraestructura, educación y salud.

2.4 Resultados a alcanzar

El plan de negocios para establecer una agencia de servicios logísticos de paquetería en Ambato se centra en evaluar la viabilidad del proyecto y los procedimientos requeridos para su implementación. Se espera que, tras un exhaustivo análisis de mercado y evaluación de recursos, se pueda confirmar la factibilidad de la iniciativa. Esto implica estudios detallados sobre la demanda de servicios logísticos en la zona,

así como la identificación de competidores y oportunidades de diferenciación en el mercado.

El resultado final deseado es la operación exitosa de la agencia, que no solo satisfaga la demanda de servicios logísticos en Ambato, sino que también contribuya al incremento económico y progreso sostenible en la zona. Esto resultará en una mayor eficiencia en la entrega de paquetes, la creación de empleo y el fortalecimiento de la actividad empresarial en el sector logístico local.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se refiere al análisis y la investigación sistemática del comportamiento de los consumidores y de las necesidades que los impulsan a adquirir servicios. De acuerdo con Zamarreño **(2020)** en este proceso, se identifican grupos de consumidores con características similares, conocidos como segmentos, con el objetivo de comprender mejor sus preferencias, hábitos de compra y motivaciones.

El análisis de mercado ofrece información valiosa que permite a las empresas adaptar sus productos, precios, distribución y promoción para atender las demandas del mercado de manera más eficiente. Munuera y Rodríguez **(2020),** definen el estudio de mercado como un proceso que trasciende el simple análisis las necesidades y preferencias del consumidor. También considera factores externos como tendencias económicas y sociales. Proporciona información para tomar decisiones estratégicas en el marketing.

3.1 Descripción de los Usos y Características del Servicio

La agencia de servicio logístico de paquetería en Ambato será un negocio diseñado para satisfacer las crecientes demandas de transporte eficiente y seguro de paquetes y bienes en la ciudad y sus zonas aledañas. Actuará como un intermediario esencial entre remitentes y destinatarios, ofreciendo una amplia gama de servicios que incluirán recolección, embalaje y transporte, con el objetivo de garantizar la entrega oportuna y confiable de los envíos. Su enfoque principal se centrará en proporcionar una experiencia completa y satisfactoria para los clientes, destacándose por su compromiso con la eficiencia, la seguridad y la atención al cliente.

Desde la clasificación efectiva de los paquetes hasta la optimización de las rutas de entrega, la agencia se posicionará como una plataforma integral de distribución logística. La velocidad en la entrega, la seguridad del empaque y la atención al cliente serán aspectos clave que distinguirán a este servicio, añadiendo valor mediante la

mejora continua de la calidad y la implementación de tarifas competitivas estratégicamente diseñadas.

Tabla 2

Características del servicio

Características	Descripción
Eficiencia en la entrega	Entregas oportunas y confiables.
Seguridad del empaque	Embalaje seguro para proteger productos.
Atención al cliente	Servicio excepcional, centrado en el cliente.
Entrega rápida	Transporte ágil para mejorar la satisfacción.
Valor agregado	Mejoras continuas para beneficios adicionales.
Tarifas competitivas	Precios estratégicos para competir en mercado.

Nota. La tabla muestra las principales características que tendrá la agencia de servicio logístico de paquetería.

3.2 Segmentación de mercado

Es el proceso de segmentar el mercado en grupos homogéneos de consumidores. Los emprendedores deben concentrar recursos donde puedan destacarse, especialmente en calidad y oferta. La segmentación permite alinear servicios, precios, promoción y distribución con las necesidades del cliente, optimizando recursos y compitiendo eficazmente en nichos específicos **(Schnarch, 2021).**

La segmentación de mercado ocurre cuando una empresa divide un mercado amplio en grupos más pequeños con características similares. Esto facilita la adaptación de las estrategias de marketing para satisfacer mejor las necesidades de cada grupo de clientes.

Tabla 3

Segmentación de mercado

Variable de segmentación	Variable	Dato	Fuente	Año
Geográfica	Zona 3	1'617.590	INEC	2022
Demográfico	Población de Tungurahua	563.532	INEC	2022
Geográfica	Población del cantón Ambato	370.664	INEC	2022
Demográfico	Población económicamente activa 46,62%	172.800	INEC	2022

Nota. Datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2022)**.**

Análisis

Considerando los factores geográficos y demográficos para este estudio, el mercado objetivo está localizado en la provincia de Tungurahua, específicamente en el cantón Ambato. Se dirige especialmente hacia la población económicamente activa, que cuenta con una cifra de 172,800 habitantes, según los datos disponibles del Censo 2022.

3.3 Proyección del mercado meta

La estimación del mercado meta se refiere a la estimación o predicción del tamaño, comportamiento y características del mercado objetivo en el futuro. Involucra analizar tendencias, datos demográficos, económicos y de consumo para anticipar cómo evolucionará el mercado y qué cambios pueden afectar la demanda servicios particulares. Esta proyección asiste a las empresas en la planificación de estrategias de marketing y desarrollo de servicios a largo plazo **(Santamaría et al., 2022).**

Tabla 4

Proyección del mercado objetivo

Año	Mercado Meta	TCP
2022	172 800	1,9%
2023	176 083	3283
2024	179 429	3346

Nota. Datos calculados a partir de la información tomada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos **(INEC, 2022).**

Análisis

Como se detalla en la tabla 4, la proyección permite la identificación del público objetivo (residentes de Ambato) a partir de un momento específico en el tiempo. Al aplicar una tasa de crecimiento del 1,9%, según datos del INEC, se pudo estimar que la población objetivo alcanzaría los 179,429 habitantes para el año 2024.

3.4 Población y muestra

La población se refiere al conjunto de elementos con características similares sujetos a análisis. Puede ser finita o infinita según su tamaño. Es la base para realizar investigaciones y tomar decisiones en diversos campos **(Acosta et al., 2023).**

Según la proyección del mercado, hay 179,429 personas activas económicamente en el cantón Ambato. Estas personas son el principal público objetivo para usar una agencia de logística de encomiendas. La siguiente tabla muestra cómo se distribuye esta información:

Tabla 5

Mercado meta

Variable de segmentación	Nichos	Datos	Año
Demográfico	Población económicamente activa 46,62%	179 429	2024

De acuerdo con los datos del INEC para 2022, el 46,62% de la población en el cantón Ambato está económicamente activa, lo que equivale a 179 429 personas.

3.4.1 Muestra

Para poder calcular la muestra a la cual se va a aplicar las encuestas y lleva r a cabo el correcto desarrollo de este plan de negocios; se hará uso del Muestro Aleatorio Estratificado, el cual de acuerdo con Cadena et al. **(2021)** implica extraer una muestra de la población en función de los estratos presentes en ella. Estos subgrupos, conocidos como estratos, presentan características específicas esenciales para el estudio, como la edad y el género, que pueden considerarse ejemplos de variables.

Para calcular la muestra representativa del mercado meta, que abarca un total de 36,439 personas, se utilizará la siguiente fórmula**:**

Ecuación 1

Muestra

$$\boldsymbol{n = \frac{\sigma^2 Upq}{e^2(U-1) + \sigma^2 pq}}$$

Donde:

n= muestra

σ^2= grado de confianza

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error

$$\boldsymbol{n = \frac{1,96^2\ x\ 0,5\ x\ 0,5\ x\ 179429}{0,05^2(179429-1) + 1,96^2\ x\ 0,5\ x\ 0,5}}$$

n= 383

Análisis

Considerando el resultado obtenido de la aplicación de la fórmula, se puede determinar que la muestra con la que se trabajara en el presente estudio es de 380 personas.

3.5 Metodología de la Investigación

El marco metodológico comprende los métodos, técnicas e instrumentos para abordar una cuestión de investigación, teniendo en cuenta su naturaleza y los recursos disponibles. Se diseña conforme al tiempo y los recursos disponibles para ejecutar el proyecto de investigación de manera efectiva. **(Rojas, 2023).**

3.5.1 Enfoque de Estudio

El estudio se basó en un enfoque cuantitativo donde se plantean y prueban hipótesis dentro de un marco teórico establecido. Se recopilan datos según variables específicas,

utilizando estadísticas para su análisis. La sistematización de los datos es crucial, permitiendo deducir conclusiones significativas a partir del análisis realizado **(Manrique et al., 2022).**

3.5.2 Tipo de investigación

Descriptiva. En esta etapa de la investigación, se posee un entendimiento previo de las características del fenómeno en cuestión, y el objetivo es evidenciar su manifestación en un grupo humano específico. Se emplean análisis cuantitativos que incluyen medidas de centralidad y dispersión para comprender mejor los datos recopilados. Aunque se puede plantear una hipótesis para caracterizar el fenómeno, no es una obligación en esta fase **(Ramos, 2020).**

La metodología elegida para este estudio se basa en un enfoque descriptivo, específicamente seleccionado para recolectar información fundamental para el desarrollo del proyecto. Este enfoque se ha escogido de manera consciente y deliberada debido a su capacidad para proporcionar una comprensión detallada y exhaustiva de los fenómenos investigados, permitiendo así un análisis profundo y significativo de los datos obtenidos.

Técnica.

Encuesta. Las encuestas en línea, también conocidas como encuestas online, siguen el método tradicional de recopilación de datos donde un equipo de investigación recoge información de unidades de análisis o registros sobre un tema específico. Sin embargo, también introducen innovaciones en su diseño, implementación y análisis para mejorar la eficacia y la accesibilidad de este proceso de recolección de datos **(Fernández & Malegarie, 2019).**

3.5.3 Instrumento

Cuestionario. Un cuestionario es un conjunto de preguntas abiertas y cerradas proporcionadas al encuestado para que las responda sin la presencia del investigador.

Dado que no hay alguien presente para aclarar o guiar sobre las preguntas, el cuestionario debe ser claro y adaptado al lenguaje del encuestado para garantizar su comprensión **(Rojas, 2023).**

Para investigar el mercado, se empleó el método de encuesta, el cual implica obtener datos directamente de posibles consumidores a través de un conjunto de preguntas. Se elaboró un cuestionario estructurado que constaba de 4 preguntas con escala Likert y 9 preguntas informativas. Este cuestionario se administró de manera virtual utilizando la plataforma Google Forms, aprovechando así las ventajas de la encuesta en línea en términos de accesibilidad y facilidad de recolección de datos.

3.6 Tabulación, Análisis e Interpretación

Género

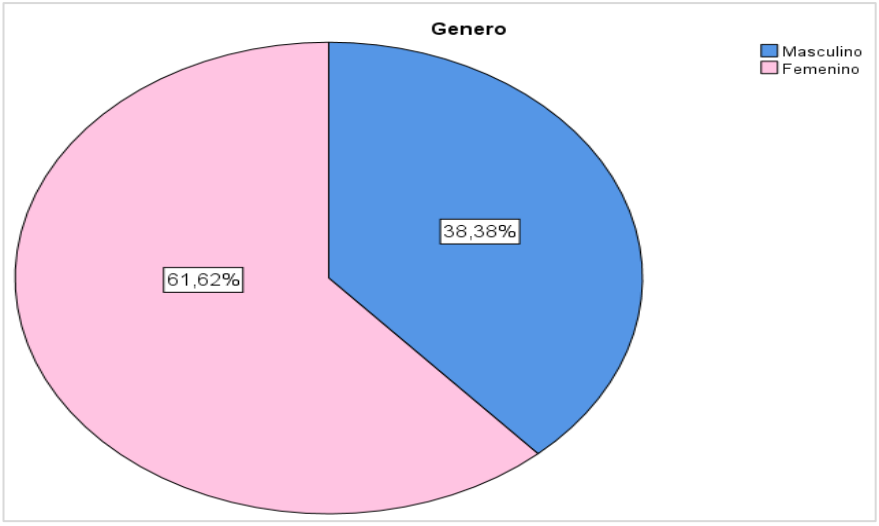
Tabla 6

Género

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Masculino	147	68867	38,38%
Femenino	236	110562	61,62%
Total	383	179429	100%

Gráfico 3

Género



Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del total de 383 encuestados el 38,38% son de género masculino lo que representa 147 personas, y el 61,62% son de género femenino que representa 236 personas.

Interpretación

El análisis anterior muestra el porcentaje de hombre y mujeres que fueron encuestados, información relevante al diseñar la agencia de servicio logístico de paquetería. Es crucial entender las necesidades y preferencias de ambos grupos para ofrecer servicios que satisfagan a todos los clientes potenciales en la ciudad de Ambato.

¿Cuál es su edad?

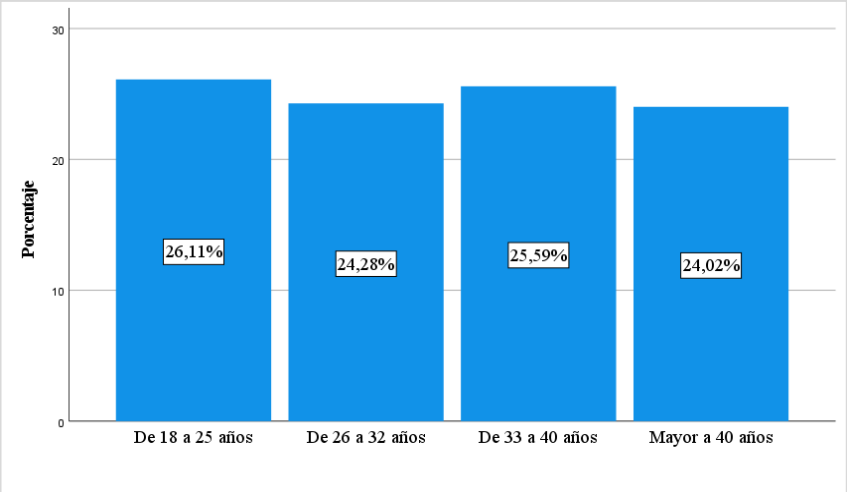
Tabla 7

Edad

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
De 18 a 25 años	100	46848	26,11%
De 26 a 32 años	93	43569	24,28%
De 33 a 40 años	98	45911	25,59%
Mayor a 40 años	92	43100	24,02%
Total	383	179429	100%

Gráfico 4

Edad



Fuente: Elaboración propia

Análisis

La franja de edad más predominante en la muestra comprende de 18 a 25 años, representando el 26,11% del total. A continuación, la categoría de 33 a 40 años se encuentra cercana, con un porcentaje del 25,59%, seguida por el grupo de 26 a 32 años, que constituye el 24,28% de la muestra. Por último, el conjunto de personas mayores de 40 años abarca el 24,02%.

Interpretación

Los datos revelan que el grupo más relevante de la población económicamente activa abarca de 18 a 25 años, siendo estos individuos los que conformarían la mayor parte del mercado.

¿Cuál es su nivel académico?

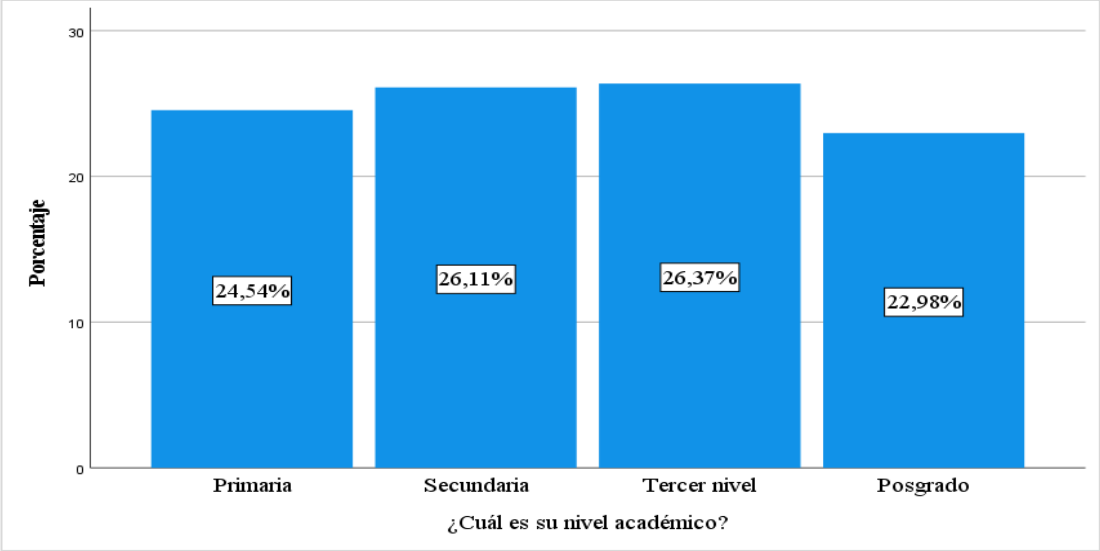
Tabla 8

Nivel académico

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Primaria	94	44037	24,54%
Secundaria	100	46848	26,11%
Tercer nivel	101	47317	26,37%
Posgrado	88	41227	22,98%
Total	383	179429	100%

Gráfico 5

Nivel académico



Fuente: Elaboración propia

Análisis

La gráfica muestra la distribución de los encuestados según su nivel educativo. Se observa que el 26,37% tiene educación de tercer nivel, el 26,11% tiene educación secundaria, el 24,54% tiene educación primaria y el 22,98% tiene educación de postgrado.

Interpretación

Esta evaluación ofrece datos importantes sobre la estructura educativa de la muestra y, por consiguiente, del mercado objetivo, posibilitando una comprensión más detallada de los potenciales compradores y las tácticas de comercialización.

1. **¿Usted actualmente utiliza los servicios logísticos de paquetería? Si no lo hace, ¿Considera la posibilidad de utilizar este servicio a futuro para el envío y recepción de paquetes?**

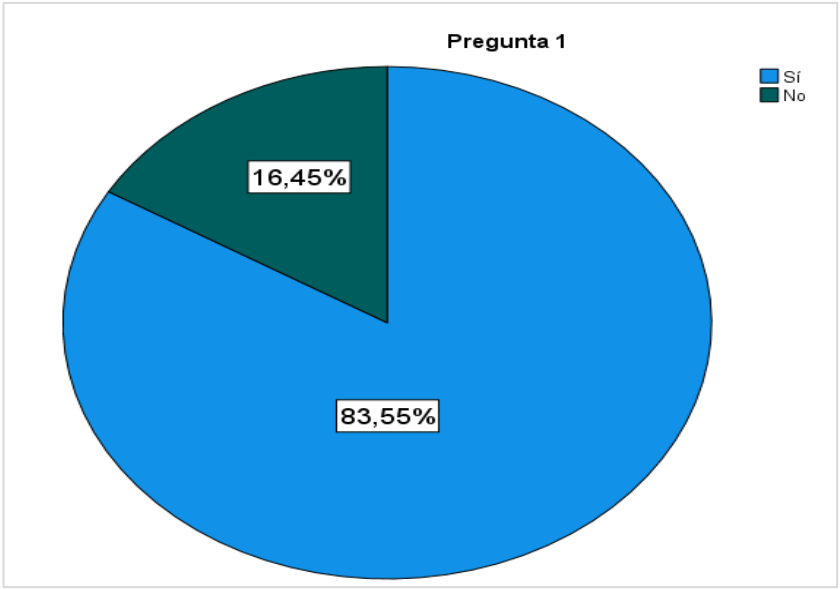
Tabla 9

Consumo

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Si	320	149915	83,55%
No	63	29514	16,45%
Total	383	179429	100%

Gráfico 6

Consumo



Análisis

Como se puede observar en la Gráfico el 83,45% de los encuestados respondió afirmativamente ante la posibilidad de utilizar los servicios de una agencia de logística de paquetería. En contraste, un 16,45% manifestó su negativa hacia esta opción.

Interpretación

Gracias a los datos recolectados se pudo determinar que existe un alto nivel de interés por parte de la mayoría de los encuestados en utilizar los servicios de una agencia de logística de paquetería. El hecho de que más del 90% haya respondido afirmativamente indica una fuerte demanda potencial para este tipo de servicio en la ciudad de Ambato. Esto podría atribuirse a una necesidad percibida de soluciones logísticas eficientes y confiables para el transporte de paquetes.

2. ¿Considera usted que es una buena idea de negocio la creación de una nueva agencia de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato?

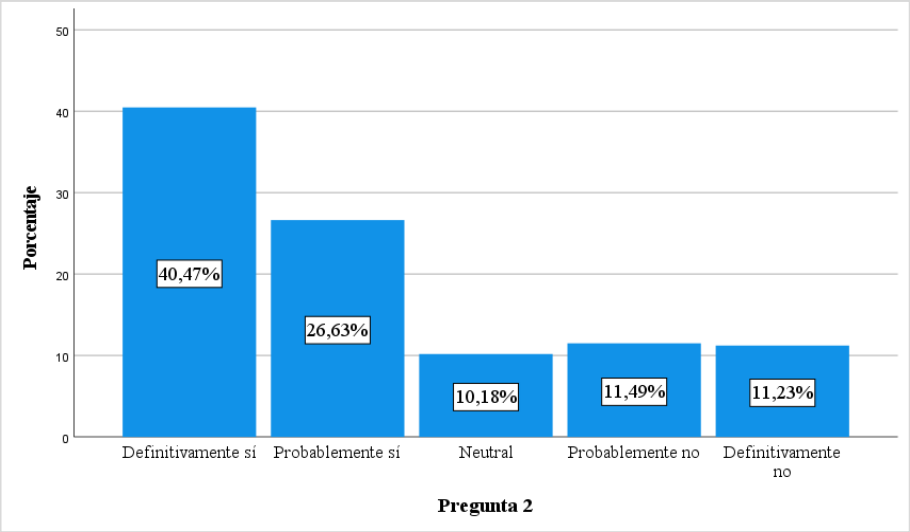
Tabla 10

Viabilidad

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Definitivamente sí	155	72615	40,47%
Probablemente sí	102	47785	26,63%
Neutral	39	18271	10,18%
Probablemente no	44	20613	11,49%
Definitivamente no	43	20145	11,23%
Total	383	179429	100%

Gráfico 7

Viabilidad



Fuente: elaboración propia

Análisis

Los resultados muestran que el 40,47% de los encuestados definitivamente sí están a favor de la idea de negocio, mientras que un 26,63% probablemente sí la consideran positiva. Un 10,18% se muestra neutral en cuanto a su opinión, mientras que el 11,49% probablemente no está de acuerdo y el 11,23% definitivamente no está de acuerdo con la idea.

Interpretación

Tomando en consideración el análisis anterior se puede evidenciar que el plan de negocios para la constitución de una agencia de servicio de logística de paquetería en la ciudad de Ambato es viable.

3. ¿En qué medida considera que esta nueva empresa satisfará las necesidades de envío y entrega de paquetes en Ambato?

Tabla 11

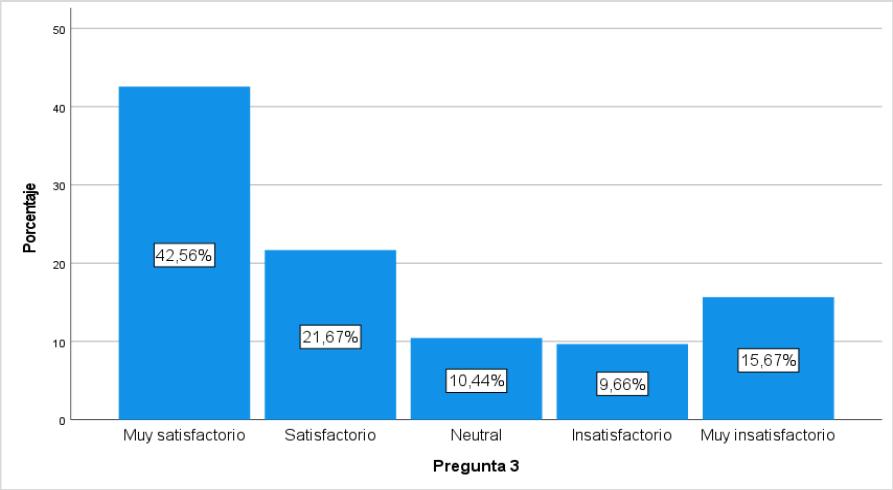
Nivel de satisfacción actual

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Muy satisfactorio	163	76363	42,56%
Satisfactorio	83	38884	21,67%

Neutral	40	18739	10,44%
Insatisfactorio	37	17334	9,66%
Muy insatisfactorio	60	28109	15,67%
Total	383	179429	100%

Gráfico 8

Nivel de satisfacción actual



Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede apreciar en la Gráfico 8, el 42,56% de los encuestados consideran muy satisfactorio, mientras que el 21,67% expresó que será satisfactorio la capacidad de la nueva agencia para satisfacer las necesidades de los consumidores. Por otro lado, el 10,44% se mantuvo neutral ante la pregunta. Sin embargo, un 9,66% de los encuestados consideraron que la agencia sería insatisfactoria, y un 15,67% la calificó como muy insatisfactoria.

Interpretación

Considerando la información anterior se puede determinar que la agencia a más de ser viable también lograra cumplir con las expectativas de los clientes al satisfacer las necesidades que estos tienen de envío y entrega de paquetes en Ambato.

4. ¿Cuál es su frecuencia de envío de paquetes en un mes?

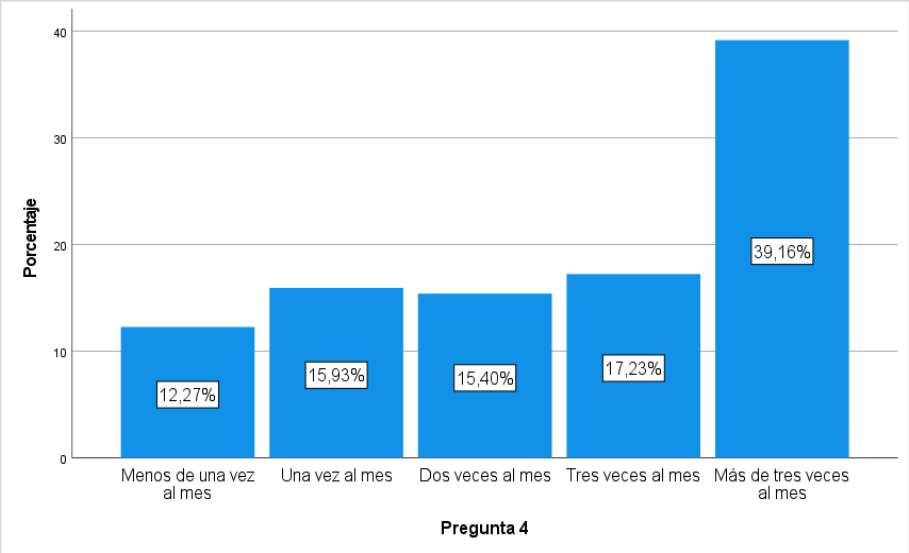
Tabla 12

Frecuencia de envío

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Menos de una vez al mes	47	22019	12,27%
Una vez al mes	61	28577	15,93%
Dos veces al mes	59	27640	15,40%
Tres veces al mes	66	30920	17,23%
Más de tres veces al mes	150	70272	39,16%
Total	383	179429	100%

Gráfico 9

Frecuencia de envío



Fuente: elaboración propia

Análisis

En la Gráfico 9, se observa que, del total de encuestados, el 39,16% realiza envíos más de tres veces al mes, mientras que el 17,23% lo hace tres veces al mes. Asimismo, el

15,40% envía paquetes dos veces al mes, el 15,93% lo hace una vez al mes y el 12,27% realiza envíos menos de una vez al mes.

Interpretación

Del análisis anterior se determina que la mayoría de los encuestados recurren a las agencias de servicio logístico de paquetería más de tres veces al mes. Esta tendencia es positiva para la nueva agencia, ya que indica una demanda sólida y constante en cuanto a los envíos.

5. ¿Qué tipo de paquetes envía con más frecuencia?

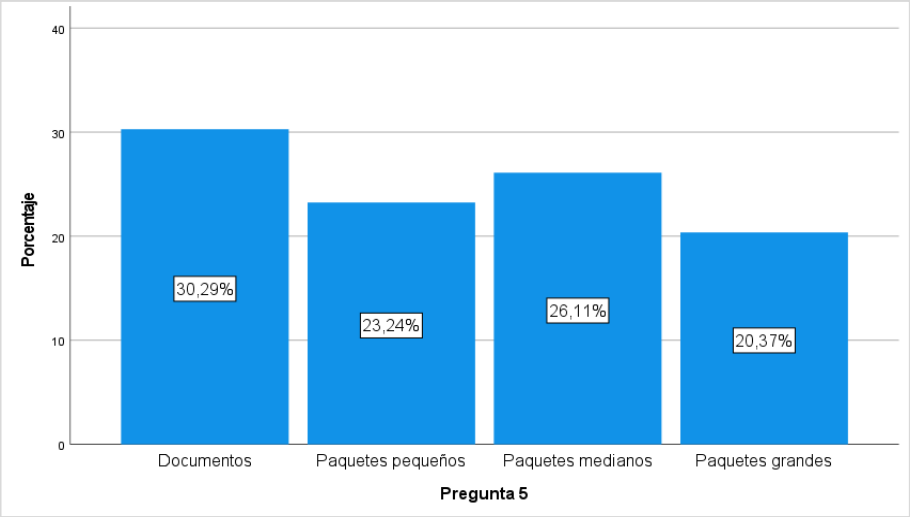
Tabla 13

Tipo de paquetes

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Documentos	116	54344	30,29%
Paquetes pequeños	89	41695	23,24%
Paquetes medianos	100	46848	26,11%
Paquetes grandes	78	36542	20,37%
Otro (por favor, especifique)	0	0	0,00%
Total	383	179429	100%

Gráfico 10

Tipo de paquetes



Fuente: elaboración propia

Análisis

Según la Gráfico 10, se evidencia que del total de encuestados, un 30,29% envía documentos, mientras que el 26,11% envía paquetes medianos. Además, el 23,24% de los encuestados envía paquetes pequeños, y el 20,37% envía paquetes grandes.

Interpretación

Tomando en cuenta la información anterior, se puede evidenciar que una parte significativa de los encuestados opta por utilizar los servicios de agencias de paquetería específicamente para el envío de documentos. Este hallazgo sugiere que existe una demanda notable y constante para el transporte seguro y eficiente de documentos, lo que posiciona a la agencia de paquetería para satisfacer esta necesidad específica del mercado.

6. ¿Cuál de las siguientes empresas de servicio logístico de paquetería actualmente en la ciudad de Ambato elegiría usted?

Tabla 14

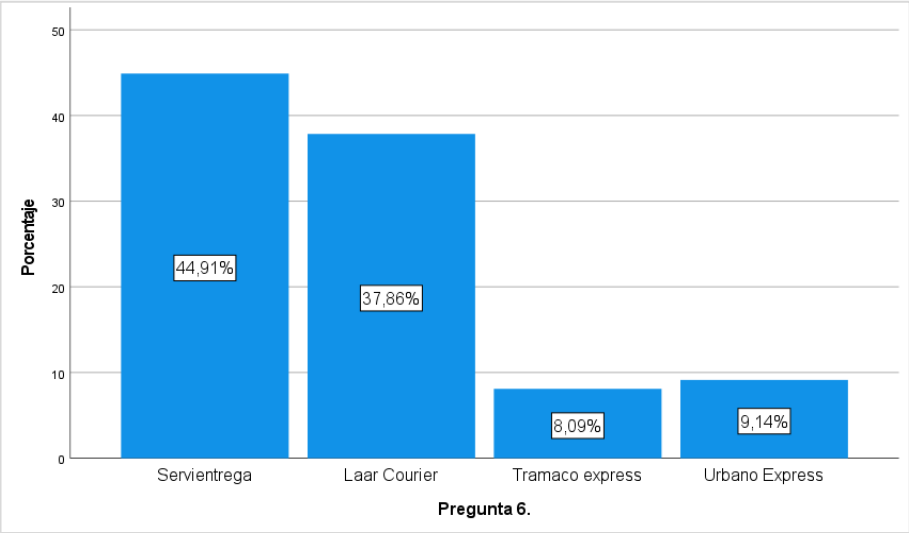
Elección de empresa actual

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje

Servientrega	172	80579	44,91%
Laar Courier	145	67930	37,86%
Tramaco express	31	14523	8,09%
Urbano Express	35	16397	9,14%
Total	383	179429	100%

Gráfico 11

Elección de empresa actual



Fuente: elaboración propia

Análisis

Los resultados muestran que actualmente el 44,91% de los encuestados utilizan la empresa Servientrega, el 37,86% Lear Courier; el 8,09% Tramaco express y el 9,14% la empresa Urbano express para el envío de paquetería en la ciudad de Ambato.

Interpretación

Considerando lo anterior se puedo determinar que el principal competidor en el mercado de servicios logísticos de paquetería en la ciudad de Ambato es la empresa Servientrega. Esta empresa, con su amplia experiencia y presencia establecida en el mercado, representa un desafío significativo para la nueva agencia.

7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un kilo en el servicio logístico de paquetería?

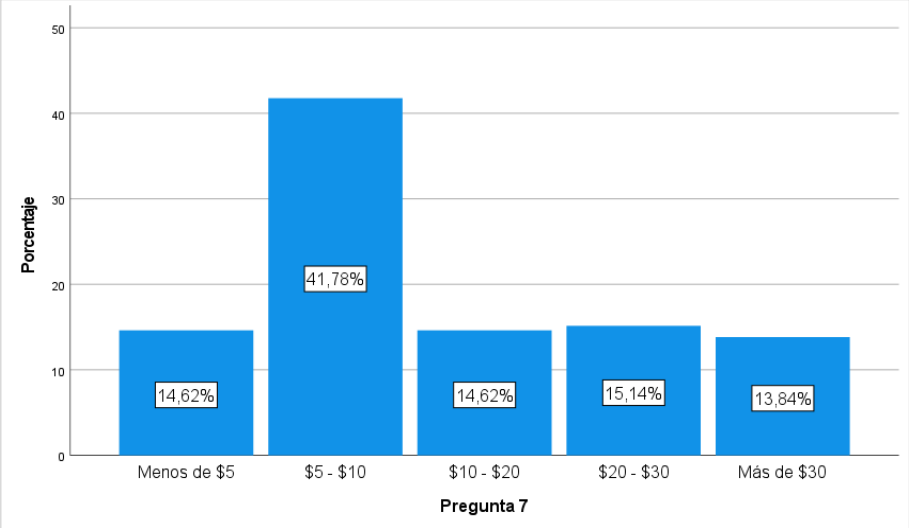
Tabla 15

Precio de venta/servicio

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Menos de $5	56	26235	14,62%
$5 - $10	160	74957	41,78%
$10 - $20	56	26235	14,62%
$20 - $30	58	27172	15,14%
Más de $30	53	24830	13,84%
Total	383	179429	100%

Gráfico 12

Precio de venta/servicio



Fuente: elaboración propia

Análisis

Según los resultados de la encuesta, el 41,78% de los participantes prefirieron un rango de precio por kilo de $5 a $10, mientras que el 14,62% indicó preferir un precio de menos de $5 y entre $10 y $20. Por otro lado, el 15,14% expresó preferencia por el rango de $20 a $30, y el 13,84% manifestó que estaría dispuesto a pagar más de $30 por cada kilo en el servicio de paquetería.

Interpretación

Considerando la información anterior se pudo determinar que un gran porcentaje encuestados está dispuesto a pagar de $5 a $10 por un kilo en el servicio logístico de paquetería.

8. ¿Dónde considera usted que es más adecuada la ubicación de la agencia en Ambato para brindar el servicio logístico de paquetería?

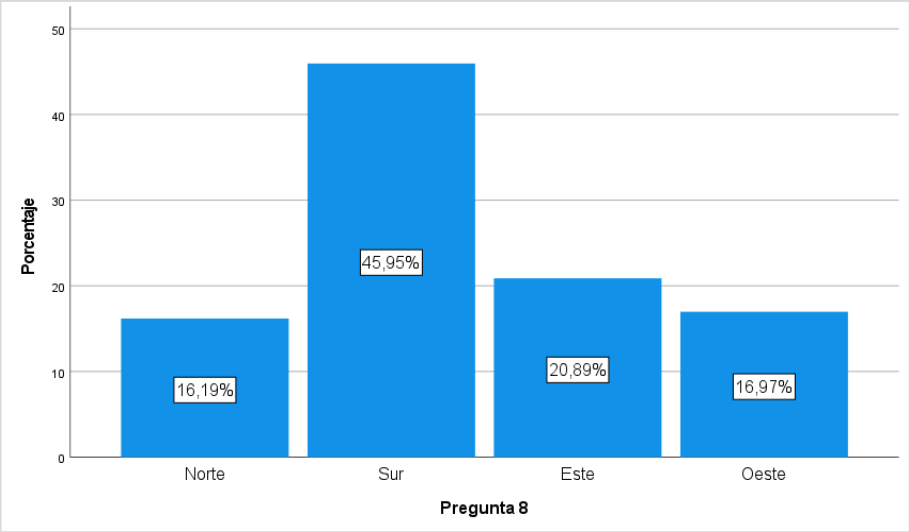
Tabla 16

Ubicación de la agencia

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Norte	62	29046	16,19%
Sur	176	82453	45,95%
Este	80	37479	20,89%
Oeste	65	30451	16,97%
Total	383	179429	100%

Gráfico 13

Ubicación de la agencia



Fuente: elaboración propia

Análisis

Según los resultados recolectados, una mayoría considerable del 45,95% opina que la ubicación más idónea para la agencia se encuentra en el sur de la ciudad de Ambato. Además, un 20,89% respalda la opción del este, mientras que un 16,97% y un 16,19% favorecen las ubicaciones en el oeste y el norte, respectivamente.

Interpretación

Se puede determinar que la mejor ubicación para la constitución de la agencia de servicios logísticos de paquetería es en el sur de la ciudad de Ambato, dado que esta zona de la ciudad se está consolidando una nueva zona industrial.

9. ¿Qué tan conveniente considera la ubicación de las actuales agencias de servicio logístico de paquetería en Ambato?

Tabla 17

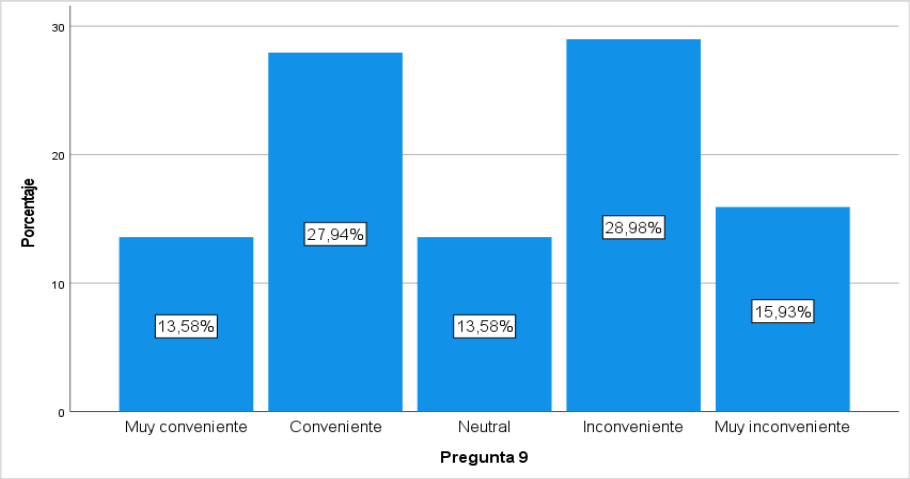
Conveniencia de la ubicación

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Muy conveniente	52	24361	13,58%

Conveniente	107	50128	27,94%
Neutral	52	24361	13,58%
Inconveniente	111	52002	28,98%
Muy inconveniente	61	28577	15,93%
Total	383	179429	100%

Gráfico 14

Conveniencia de la ubicación



Fuente: elaboración propia

Análisis

El 28,99% de los encuestados considera que la ubicación actual de las agencias de servicio logístico de paquetería es inconveniente, mientras que un 27,94% opina que es conveniente. Además, un 15,93% la percibe como muy conveniente, y otro 13,58% comparte esta opinión. El mismo porcentaje de encuestados opta por mantenerse neutrales ante esta pregunta.

Interpretación

De acuerdo con los encuestados la ubicación de las agencias existentes en la ciudad de Ambato no son la más conveniente; lo que brinda una idea de las necesidades que poseen los clientes potenciales, y permite tomar una decisión que solvente esa necesidad.

10. ¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio logístico de paquetería?

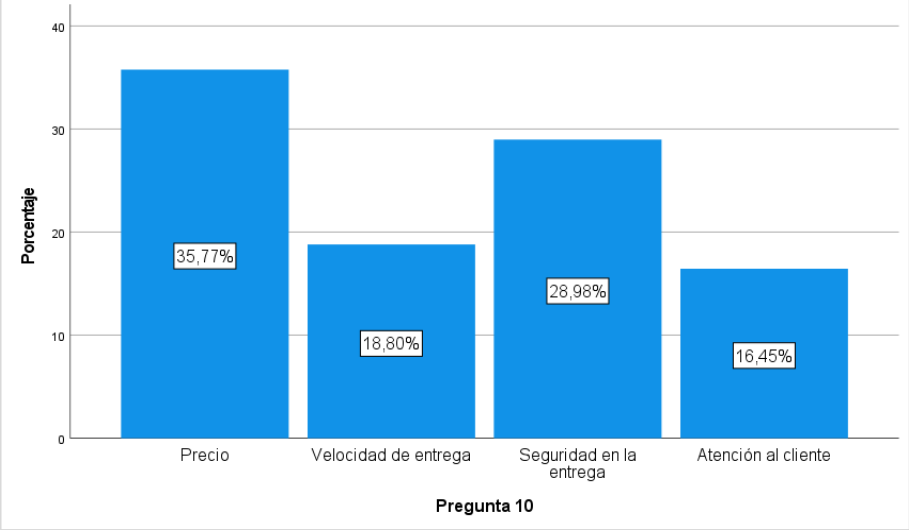
Tabla 18

Factor importante al elegir agencia

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Precio	137	64182	35,77%
Velocidad de entrega	72	33731	18,80%
Seguridad en la entrega	111	52002	28,98%
Atención al cliente	63	29514	16,45%
Total	383	179429	100,00%

Gráfico 15

Factor importante al elegir agencia



Fuente: elaboración propia

Análisis

El 35,77% de los encuestados considera que el precio es un factor crucial al elegir una agencia de servicios, seguido por el 28,98% que valora la seguridad en la entrega. Además, el 18,80% prioriza la velocidad de entrega, mientras que el 16,45% destaca la importancia de la atención al cliente.

Interpretación

Basándose en los datos de la encuesta se puede determinar que los potenciales clientes escogen un servicio de paquetería que mejor se ajuste a su presupuesto, además de que basan su elección en seguridad de la entrega que la agencia pueda brindarles.

11. ¿Cómo calificaría usted los servicios logísticos de paquetería existentes actualmente en Ambato?

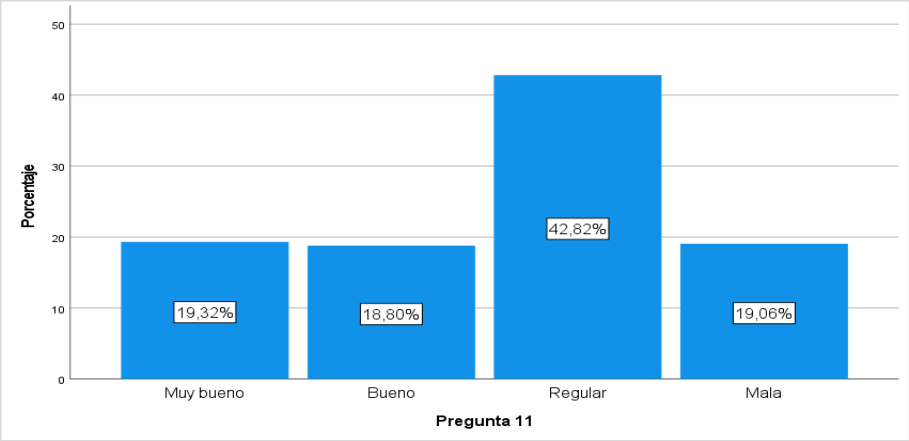
Tabla 19

Calificación de las agencias de paquetería existentes actualmente

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Muy bueno	74	34668	19,32%
Bueno	72	33731	18,80%
Regular	164	76831	42,82%
Mala	73	34199	19,06%
Total	383	179429	100%

Gráfico 16

Calificación de las agencias de paquetería existentes actualmente



Fuente: elaboración propia

Análisis

Los resultados de la encuesta indican que el 42,82% de los encuestados perciben los servicios de las agencias existentes como regulares. Por otro lado, el 19,32% los califican como muy buenos, mientras que un 19,06% los consideran malos y un 18,80% los valoran como buenos.

Interpretación

Considerando que una gran parte de los encuestados considera los servicios actuales como regulares. Brinda una oportunidad para que la nueva agencia de servicios logísticos de paquetería pueda enfocarse en ofrecer una experiencia de servicio

superior, cubriendo áreas de mejora identificadas, como precio, seguridad, velocidad de entrega y atención al cliente, se puede captar una parte significativa de este mercado insatisfecho.

12. ¿Qué red social prefiere usted para informarse sobre el servicio logístico que ofrecerá esta nueva agencia?

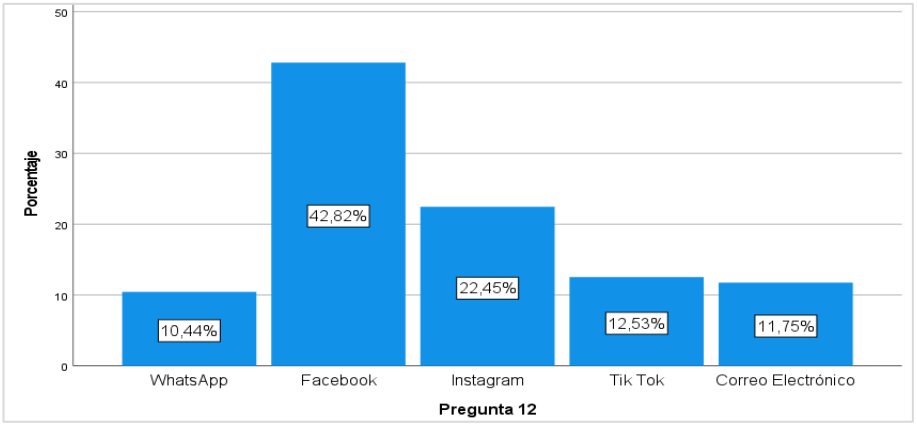
Tabla 20

Medios de información

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
WhatsApp	40	18739	10,44%
Facebook	164	76831	42,82%
Instagram	86	40290	22,45%
Tik Tok	48	22487	12,53%
Correo Electrónico	45	21082	11,75%
Total	383	179429	100%

Gráfico 17

Medios de información



Fuente: elaboración propia

Análisis

Los resultados de la encuesta revelan que el 42,82% de los encuestados considera que Facebook es un buen medio para informarse sobre los servicios que ofrecerá la nueva agencia, mientras que el 22,45% prefiere Instagram. Además, el 12,53% menciona a

Tik Tok como un canal informativo válido, seguido por el 11,75% que opta por el correo electrónico y el 10,44% que elige WhatsApp.

Interpretación

La preferencia mayoritaria de los encuestados por Facebook e Instagram, como medios para informarse sobre los servicios de la nueva agencia sugiere que las redes sociales son canales clave para llegar a los posibles clientes. Esto indica que la estrategia de marketing digital debería priorizar estas plataformas para maximizar la visibilidad y el alcance.

13. ¿Qué aspecto considera más importante al evaluar la confiabilidad de un servicio logístico de paquetería?

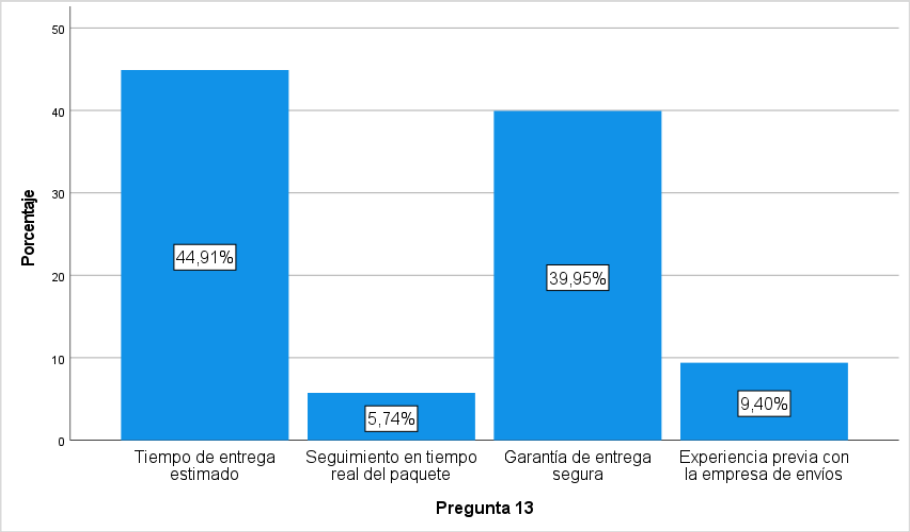
Tabla 21

Evaluación de confiabilidad

Respuesta	Frecuencia Muestral	Frecuencia mercado meta	Porcentaje
Tiempo de entrega estimado	172	80579	44,91%
Seguimiento en tiempo real del paquete	22	10307	5,74%
Garantía de entrega segura	153	71678	39,95%
Experiencia previa con la empresa de envíos	36	16865	9,40%
Otro (por favor, especifique)	0	0	0,00%
Total	383	179429	100%

Gráfico 18

Evaluación de confiabilidad



Fuente: elaboración propia

Análisis

Los datos recopilados revelan que el 44,91% de los encuestados consideran el tiempo de entrega estimado como un factor crucial al evaluar la confiabilidad de la agencia de servicios logísticos de paquetería. Además, el 39,95% valoran la garantía de entrega segura, mientras que el 9,40% toman en cuenta su experiencia previa con la empresa de envíos y el 5,74% aprecian el seguimiento en tiempo real del paquete.

Interpretación

La alta prioridad dada al tiempo de entrega estimado y a la garantía de entrega segura refleja la importancia que los clientes otorgan a la fiabilidad y eficiencia en el servicio de paquetería. Esto sugiere que, para la mayoría de los encuestados, la puntualidad y la seguridad en la entrega son aspectos críticos que influyen significativamente en su percepción de la agencia. Estos hallazgos indican que, para mantener y ganar la confianza de los clientes, la nueva agencia debe enfocarse en mejorar la precisión en los plazos de entrega y garantizar la seguridad de los envíos durante todo el proceso logístico.

3.7 Estudio de la demanda

Es una investigación que estudia las necesidades y preferencias de los consumidores respecto a un servicio. Analiza la cantidad demandada, los precios y las tendencias del mercado para tomar decisiones estratégicas en áreas como el desarrollo de servicios, la fijación de precios y las estrategias de marketing **(Segovia & Orellana, 2020).**
La demanda de un servicio se ve influenciada por varios factores del entorno, como el coste, los ingresos, las elecciones y las previsiones. Estos aspectos influyen en las particularidades y la conducta de la demanda, la cual puede cambiar según la ubicación y el momento.

3.7.1 Cálculo de demanda

Se lleva a cabo un estudio con el propósito de entender cuán bien recibido es el servicio por parte de los residentes de la ciudad, utilizando como base y punto de comparación la primera pregunta de la encuesta.

3.7.2 Demanda de personas

Tabla 22

Demanda en personas

Año	Mercado meta	Porcentaje de aceptación	Demanda en personas
2024	179 429	83,55%	149 914

Análisis

Para el año 2024, en la ciudad de Ambato, el mercado objetivo para la agencia de servicios logísticos de paquetería se estima en 179 429 personas. Con un índice de aceptación del 83,55%, la demanda efectiva se calcula en 149 914 personas dispuestas a utilizar los servicios de la agencia de paquetería.

3.7.1.1 Proyección de la demanda en personas

La proyección de la demanda es una forma de predecir cuánto de un servicio se necesitará en el futuro. Se basa en datos pasados y tendencias actuales para estimar cómo cambiará la demanda con el tiempo. Esta información es valiosa ya que ayuda a las empresas a prepararse y tomar decisiones acercad de su actividad comercial **(Molina-Granja et al.,** (2022)**.** Para este estudio se ocupó la TCP de la ciudad de Ambato dado por el INEC 2022.

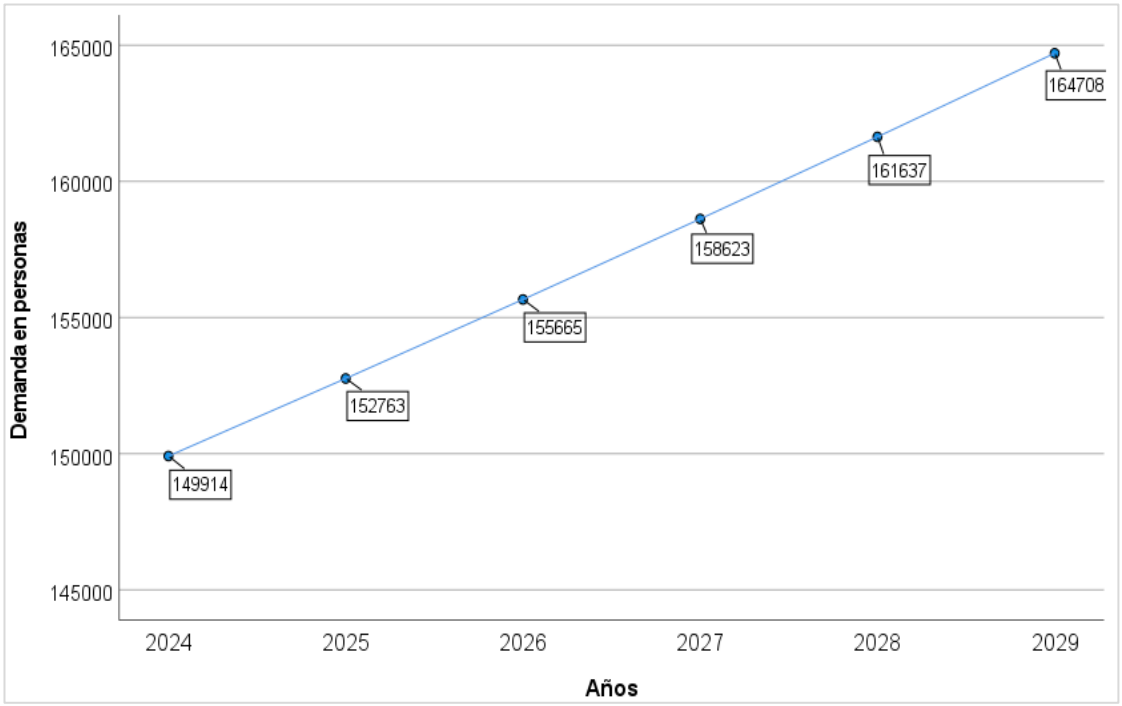
Tabla 23

Demanda de personas proyectada

Año	Demanda en personas	TCP
2024	149 914	1,90%
2025	152 763	2 848
2026	155 665	2 902
2027	158 623	2 958
2028	161 637	3 014
2029	164 708	3 071

Gráfico 19

Demanda de personas proyectada



Análisis

La tabla 23 presenta los datos sobre la demanda de personas y el incremento proporcional, conocido como tasa de crecimiento poblacional (TCP), desde el año 2024 hasta el 2029 en el mercado objetivo. Se puede apreciar un aumento gradual en la cantidad de personas cada año, ascendiendo de 149,914 en 2024 a 164,708 en 2029. Asimismo, se evidencia el aumento en la TCP tanto en cifras absolutas como en porcentaje. Teniendo que, entre 2024 y 2025, la TCP incrementa en 2,848 individuos, representando un crecimiento del 1.90%.

3.7.3 Cálculo de Demanda en Servicio

Se calculó la demanda del servicio utilizando los datos recopilados de la pregunta 4 de la encuesta aplicada a la población objetivo. El cálculo de la demanda del servicio se realizó teniendo en cuenta factores como el índice de aceptación correspondiente al año de análisis y el cálculo de la frecuencia anual de envío de paquetes.

Tabla 24

Demanda de servicio

Mercado objetivo	Envío de paquetes anual	Porcentaje	Mercado objetivo	Cantidad promedio	Tiempo	Demanda en servicios
149.914	Menos de una vez al mes	12,27%	18.397	< 1	1 año	18.397
	Una vez al mes	15,93%	23.877	1		23.877
	Dos veces al mes	15,40%	23.094	2		46.188
	Tres veces al mes	17,23%	25.834	3		77.501
	Más de tres veces al mes	39,16%	58.713	> 3		176.140
	Total	100%	149.914			342.102

Análisis

La categoría con mayor demanda es "Más de tres veces al mes", abarcando el 39,16% del mercado objetivo y un promedio de 58,713 envíos mensuales de paquetes. Se proyecta una demanda total de 342,102 envíos al mes teniendo en cuenta todas las categorías. El análisis por categoría proporciona una visión pormenorizada de las preferencias y hábitos de consumo del servicio de paquetería.

3.7.4 Demanda Proyectada en el Servicio

La demanda estimada es la evaluación del valor de servicios que los consumidores planean adquirir en un período futuro, considerando factores como el costo, la competencia, los ingresos, las preferencias, entre otros. Para realizar la proyección se empleó la TCP dado para ciudad de Ambato por INEC 2022.

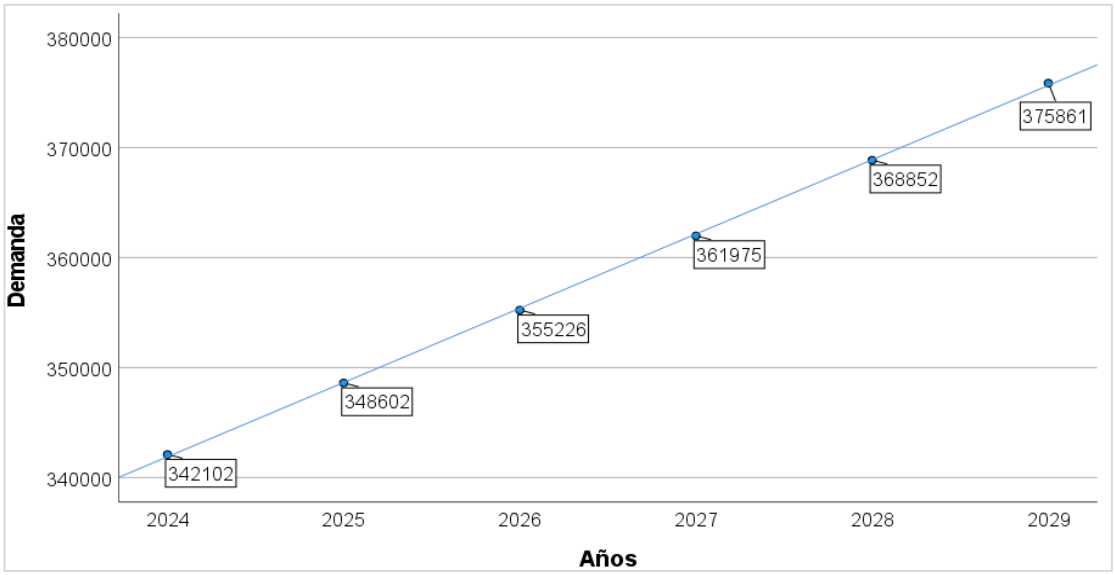
Tabla 25

Demanda proyectada en el servicio

Año	Demanda en servicios	TCP
2024	342.102	1,9%
2025	348.602	6.500
2026	355.226	6.623
2027	361.975	6.749
2028	368.852	6.878
2029	375.861	7.008

Gráfico 20

Demanda proyectada en el servicio



Análisis

La tabla 25 exhibe la proyección futura de la demanda del servicio logístico. Según los datos, se prevé que para el año 2024 se enviarán 342 102 paquetes, con un aumento del 1,90%. El siguiente año se anticipa un incremento de 6 500 envíos, llegando a 348 602. Esta tendencia ascendente se mantiene constante, con aumentos de 6 623, 6 749, 6 878 y 7 008 envíos en los años 2026, 2027, 2028 y 2029, respectivamente.

3.8 Estudio de la oferta

El estudio de la oferta consiste en analizar la disponibilidad del servicio en el mercado en un período determinado. Se examinan aspectos como la cantidad producida, los precios, los recursos necesarios y las estrategias adoptadas por los productores. Este análisis proporciona una comprensión detallada de la dinámica del mercado, lo que permite tomar decisiones comerciales fundamentadas.

De acuerdo con Vallejo et al. **(2019),** el análisis de la oferta permite identificar el total y variedad de bienes y servicios disponibles, así como las condiciones de su producción y distribución. Esta información es crucial para planificar estrategias comerciales y cumplir con las necesidades de los consumidores de forma eficiente.

3.8.1 Oferta en personas

Para estimar de forma aproximada la oferta, se empleó la información obtenida en la pregunta 1 de una encuesta realizada a una muestra de 383 individuos. Los resultados muestran que el 83,55% estaría interesado en utilizar el servicio de la nueva agencia de paquetería, mientras que el 16,45% expresó lo contrario.

Tabla 26

Oferta en personas

Año	Mercado meta	Porcentaje de rechazo	Oferta en personas
2024	179.429	16,45%	29.514

Análisis

Para el año 2024, se estima una demanda de servicios de paquetería en Ambato de 179.429 personas, el porcentaje de rechazo es de 16,45%, lo que equivale a 29.514 personas que eligen otras agencias para satisfacer sus necesidades.

3.8.1.1 Proyección de la Oferta en Personas

El análisis de la oferta posibilita examinar el total de servicios o de bienes que se producirán y distribuirán a los consumidores, considerando los precios asignados a los servicios. Esta investigación es esencial para comprender cómo la producción y repartición de servicios y bienes están influenciadas por las condiciones del mercado, lo que ayuda a prever la disponibilidad y la demanda futura **(Romero-Hidalgo et al.,** (2022)**.** Para realizar el cálculo del TCP se utilizó el porcentaje dado por el INEC 2022 para la ciudad de Ambato.

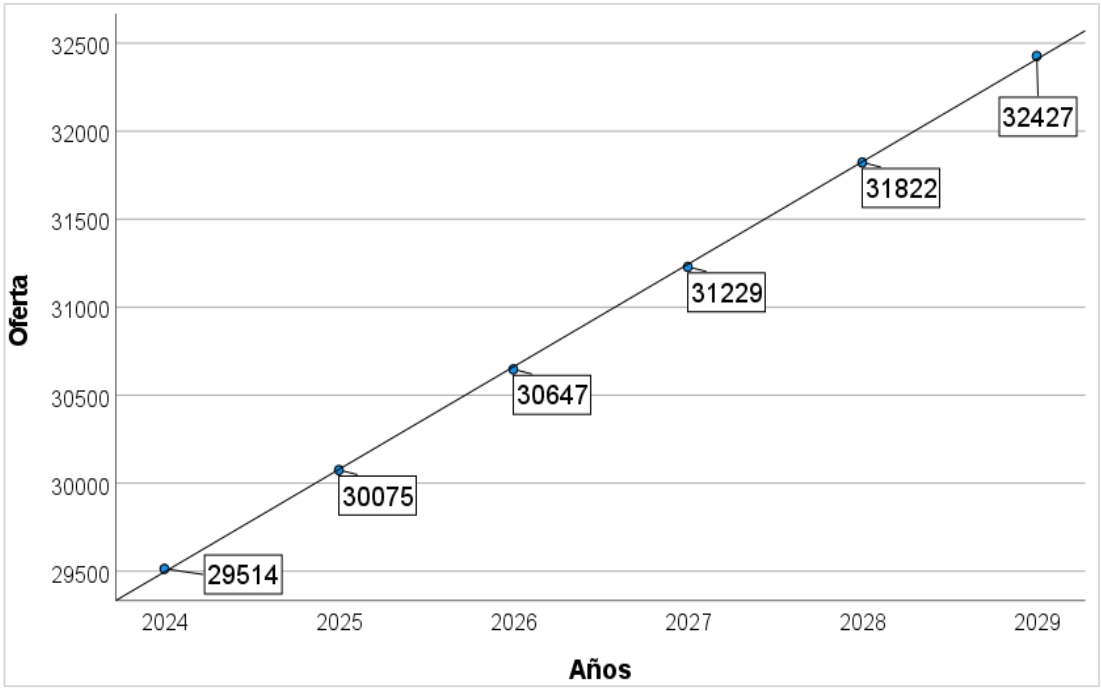
Tabla 27

Oferta en personas proyectada

Año	Oferta en personas	TCP
2024	29.514	1,9%
2025	30.075	561
2026	30.647	571
2027	31.229	582
2028	31.822	593
2029	32.427	605

Gráfico 21

Oferta en personas proyectada



Análisis

La tabla 27 muestra la proyección de la oferta en la localidad de Ambato para los próximos años. Según los datos, se estima que para el año 2024 la oferta alcance las 29,514 personas, con un aumento del 1,90%. Se espera un aumento adicional para el año siguiente, alcanzando una oferta de 30,075 personas. Este crecimiento continúa en aumento para los años 2026, 2027, 2028 y 2029, con incrementos de 30,647, 31,229, 31,822 y 32,427 personas, respectivamente.

3.8.2 Cálculo de Oferta

Se utilizó la información obtenida en la pregunta 4 de la encuesta aplicada a la población objetivo de Ambato para estimar la demanda del servicio de paquetería.
Para calcular la oferta de servicios de paquetería se tomó en cuenta el porcentaje de rechazo relacionado con el año de estudio, además del cálculo de consumo del servicio anual dado el caso.

Tabla 28

Oferta servicio

Mercado objetivo	Envío de paquetes anual	Porcentaje	Mercado objetivo	Cantidad promedio	Tiempo	Demanda en servicios
29.514	Menos de una vez al mes	12,27%	3.622	< 1	1 año	3.622
	Una vez al mes	15,93%	4.701	1		4.701
	Dos veces al mes	15,40%	4.547	2		9.093
	Tres veces al mes	17,23%	5.086	3		15.258
	Más de tres veces al mes	39,16%	11.559	> 3		34.677
	Total	100%	29.514			67.351

Análisis

Como se muestra en la tabla 28, se detalla la oferta de servicios logísticos de paquetería, incluyendo la distribución de los envíos de paquetes, su porcentaje en relación con el mercado objetivo, la cantidad promedio de uso del servicio, el tiempo estimado y, por último, la oferta total de 67,251 envíos.

3.8.3 Oferta proyectada en el servicio

La estimación de la oferta de un servicio es una estimación de cuánto de ese servicio estará disponible en el mercado en el futuro. Se basa en mirar cómo ha sido la oferta en el pasado y en entender las tendencias del mercado para prever cómo cambiará la cantidad de servicio disponible con el tiempo. Para calcular la proyección se utilizó la TCP dada por el INEC 2022 para la ciudad de Ambato.

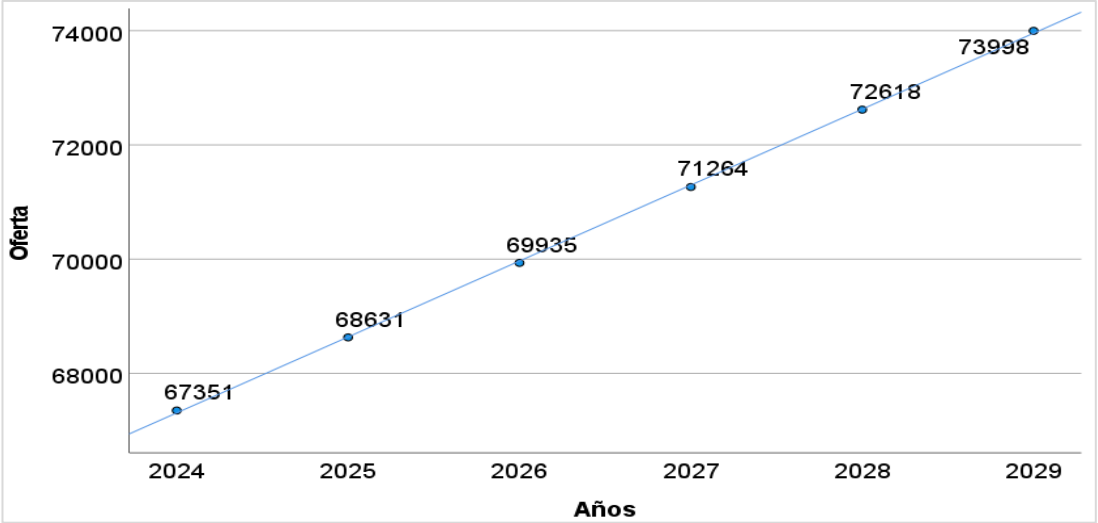
Tabla 29

Oferta de servicios proyectada

Año	Oferta de servicios	TCP
2024	67.351	1,9%
2025	68.631	1.280
2026	69.935	1.304
2027	71.264	1.329
2028	72.618	1.354
2029	73.998	1.380

Gráfico 22

Oferta de servicios proyectada



Análisis

Con base en la tabla 29, se puede apreciar que la estimación de oferta de servicios para los próximos años muestra un crecimiento anual del 1,90%. En el año 2025, se espera un aumento de 1,280 envíos con respecto al año anterior, alcanzando un total de 68,631 envíos. Para los años subsiguientes, se prevén 69,935; 71,264; 72,618; y 73,998 envíos, respectivamente.

3.9 Mercado Potencial

El mercado potencial se caracteriza como la colección de posibilidades comerciales futuras disponibles para un servicio en un área específica, considerando factores como la demanda del consumidor, las tendencias del mercado y la competencia. Identificar y comprender el mercado potencial es crucial para la elaboración de estrategias de mercadeo. y expansión empresarial **(Araya-Pizarro & Araya-Pizarro, 2019).**

El mercado potencial de la nueva agencia de servicios logísticos de paquetería, son los ciudadanos de Ambato, que envían frecuentemente paquetes y necesitan de los servicios de la agencia.

3.9.1 Demanda potencial insatisfecha (DPI)

Se trata de la cantidad de servicios que es probable que el mercado necesite en el futuro, siempre y cuando las condiciones actuales se mantengan. Ningún fabricante actual podrá cumplir con esta demanda si las condiciones en las que se realizó el cálculo continúan **(Arteaga et al., 2022).**

Para calcular la demanda potencial insatisfecha (DPI), es necesario restar la oferta de servicios de la demanda de servicios, como se indica en la tabla 30.

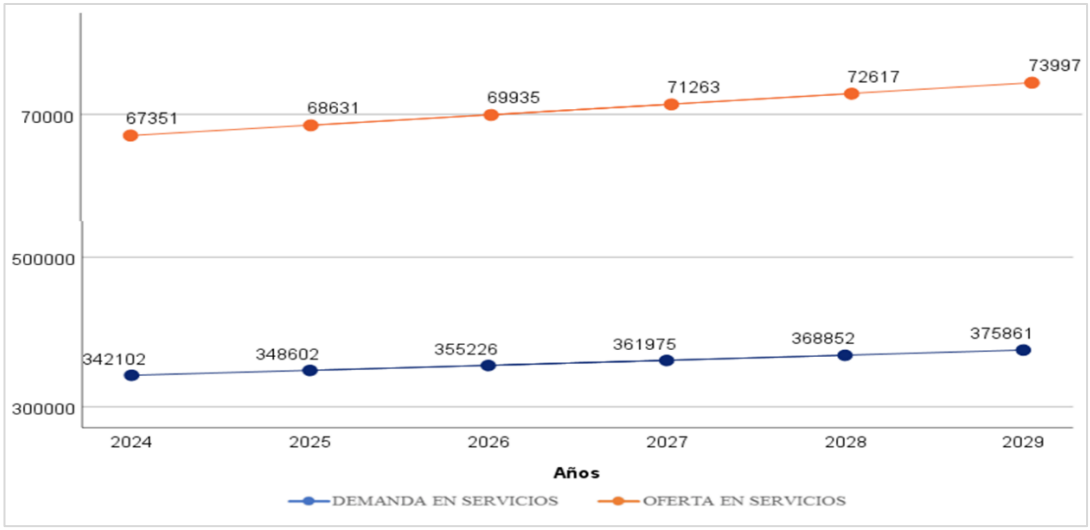
Tabla 30

Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda en servicios	Oferta en servicios	Demanda potencial insatisfecha (DPI)
2024	342.102	67.351	274.751
2025	348.602	68.631	279.971
2026	355.226	69.935	285.291
2027	361.975	71.263	290.711
2028	368.852	72.617	296.235
2029	375.861	73.997	301.863

Gráfico 23

Demanda potencial insatisfecha



Análisis

En el análisis expuesto en la tabla 30, se resalta que la demanda potencial insatisfecha de servicios para el año 2024 se ubica en 274,751 servicios. Luego, al proyectar esta cifra a lo largo de los siguientes 5 años de duración del proyecto, se estima que para el año 2029 la demanda potencial insatisfecha aumentará significativamente, alcanzando los 301,863 servicios.

3.10 Análisis de precio

Al tomar decisiones sobre los precios, se consideran diversos elementos, siendo los costos uno de los más relevantes. Es crucial para la empresa asegurar que los precios cubran todos los costos, incluyendo la reposición de activos y una ganancia adecuada para mantener la viabilidad económica. Esta tarea se vuelve más complicada en un entorno económico inflacionario **(Navas et al., 2021).**

Para poder determinar el mejor precio, se consideró el rango de precio que tuvo mejor acogida por parte de los encuestados, en la pregunta 7.

Tabla 31

Percepción de los precios

Servicio	Precio de mayor aceptación	Promedio
Servicio logístico de paquetería (kilo)	$5 - $10	$7,50

Tabla 32

Precio vigentes

Servicio	Empresa	Otras agencias	Promedio
Servicio logístico de paquetería (kilo)	$ 7,50	$ 10,90	$ 9,20

Tabla 33

Precio promedio

Servicio	Promedio encuesta	Promedio vigente
Servicio logístico de paquetería (kilo)	$ 7,50	$ 9,20

Análisis

El kilo por servicio logístico de paquetería, posee un precio promedio encuestado de $7,50, en contraste con el precio actual en las agencias existentes, que es de $9,20. Esto sugiere una variabilidad en los precios, brindando a los consumidores la libertad de elegir la agencia que mejor se ajuste a sus necesidades.

3.10.1 Proyección del Precio

Para estimar el precio hasta el año 2029, se utilizó el último dato disponible de inflación, correspondiente a noviembre de 2023, que se sitúa en 1.53%.

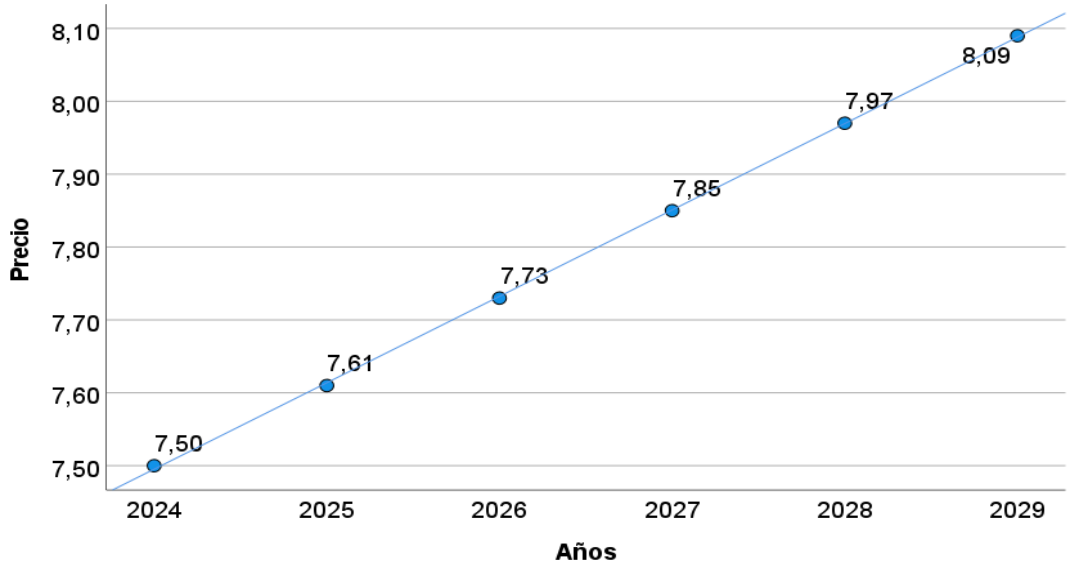
Tabla 34

Proyección del precio (Kilo)

Año	Precio	Inflación
2024	$ 7,50	1,53%
2025	$ 7,61	$ 0,115
2026	$ 7,73	$ 0,117
2027	$ 7,85	$ 0,118
2028	$ 7,97	$ 0,120
2029	$ 8,09	$ 0,122

Gráfico 24

Proyección del precio (Kilo)



Análisis

En la tabla 34 se presenta la proyección del costo por kilogramo en el servicio de logística de paquetería para los próximos años, junto con la tasa de inflación correspondiente. Para el año 2024, se estima un precio de $7.50, considerando una inflación del 1.53%. Para el siguiente año, se prevé un precio de $7.91, lo que representa un aumento de $0.115 en comparación con el año anterior. Esta tendencia al alza continúa en los años posteriores.

3.11 Comercialización

La comercialización es el proceso integral que implica promover, vender y distribuir productos, bienes o servicios. Llevado a cabo por organizaciones, empresas y grupos sociales. Las tácticas de mercadeo son iniciativas proactivas que ayudan en la planificación a futuro de la empresa, a través de un enfoque objetivo y metódico. Se dividen en formulación, implementación y control. El éxito comercial se mide por el crecimiento positivo, por lo que las estrategias de crecimiento son fundamentales en la implementación de proyectos **(Barreto et al., 2022).**

Canales de comercialización

La administración comercial abarca desde el momento en que el cliente confía su paquete para su transporte hasta su entrega al destinatario. Durante todo este procedimiento, se asegurará un manejo óptimo en cada etapa, garantizando la seguridad en la ejecución y satisfacer al cliente.

Canales de distribución

Se tienen en cuenta la creación de un canal de distribución propia a través de la distribución de una flota propia de vehículos para llevar a cabo las entregas directas a los clientes. Esta estrategia permite un control más directo sobre los los plazos de entrega y la excelencia del servicio. Además, colaborar con servicios de transporte locales puede ser beneficioso para llegar a áreas más remotas o para optimizar rutas de entrega.

Canales de distribución directa e indirectos

Los canales directos implican la distribución de paquetes directamente desde la agencia al cliente final. Esto puede realizarse a través de entregas a domicilio utilizando la flota de vehículos de la agencia o mediante la recogida de paquetes en la ubicación física de la agencia por parte de los clientes.

Imagen 1

Canales de distribución directa

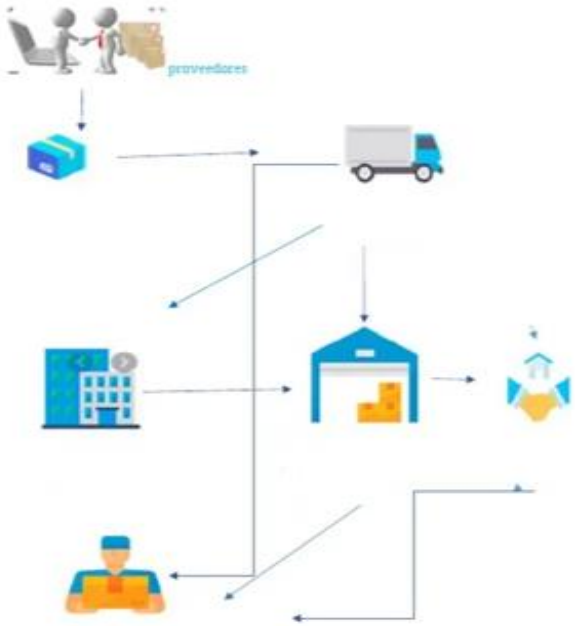


Fuente: **(PNGWINGLE, 2020)**

Los canales indirectos incluyen la distribución a través de intermediarios, como puntos de recogida o cooperativas de transporte locales. En este caso, la agencia puede colaborar con estos intermediarios para ampliar su alcance y llegar a áreas que podrían no ser fácilmente accesibles utilizando solo sus propios recursos.

Imagen 2

Canales de distribución indirecta



Fuente: **(Ríos, 2020)**

los canales directos permiten tener un control total sobre la distribución y la experiencia del cliente. Esto significa que la agencia puede gestionar cada etapa del envío, desde la recolección hasta la entrega final, garantizando un servicio individualizado y de primera calidad. Por otro lado, los canales indirectos permiten ampliar significativamente el alcance y la accesibilidad de los servicios de paquetería.

Al colaborar con otros actores del mercado logístico, como transportistas y distribuidores locales, la agencia puede llegar a una base de clientes más amplia y diversificada, mejorar su eficiencia operativa, y optimizar recursos, lo que facilita un crecimiento más rápido y una mejor cobertura en diferentes regiones.

Canales de comunicación

Los beneficios favorables de la reputación surgen cuando los diferentes grupos se involucran en el intercambio de información y en la elaboración de estas acciones. Por ello, fomentar el intercambio con los distintos grupos a través del proceso comunicativo es esencial para reforzar la imagen corporativa **(Zeler & Capriotti, 2020).**

De acuerdo con los datos obtenidos del cuestionario, específicamente en la pregunta número 12, los potenciales clientes expresaron su preferencia por obtener información sobre los servicios de la agencia mediante redes sociales como Facebook e Instagram. La comunicación se presenta como un elemento fundamental para el triunfo de una empresa, dado que implica que los posibles consumidores estén debidamente informados y familiarizados con lo que se ofrece.

Facebook

La nueva agencia de servicios logísticos de paquetería en Ambato planifica utilizar la plataforma como un medio clave para compartir contenido relevante sobre sus servicios y promociones. Se llevarán a cabo publicaciones informativas y atractivas para llamar la atención del público y se emplearán las herramientas publicitarias de Facebook para dirigirse a segmentos específicos de clientes potenciales, ampliando así su alcance y visibilidad.

Instagram

La agencia tiene previsto utilizar la plataforma para mostrar visualmente sus servicios y procesos de envío. Se crearán publicaciones y se compartirán historias que destaquen la eficiencia y calidad de los servicios, con imágenes y vídeos atractivos. Además, se aprovecharán las funciones de transmisión en vivo para ofrecer a los seguidores una experiencia más inmersiva y auténtica del día a día de la agencia.

3.12 FODA

Análisis del entorno

El análisis del entorno implica estudiar todo lo que está afuera de una empresa o industria para entender cómo eso puede afectarla. Esto incluye aspectos grandes como políticas del gobierno y la economía, así como cosas más pequeñas como la rivalidad y las elecciones de los consumidores. Este análisis ayuda a las empresas a prepararse

para lo que pueda pasar en el futuro y a tomar decisiones inteligentes sobre cómo crecer y competir **(Majía-Matute et al., 2022).**

Análisis Pestel

Políticos	Económicos	Sociales
• Cambios en la política gubernamental que pueden afectar la disponibilidad y la solicitud de servicios asociados con la agencia logística de paquetería. • Alteraciones en el liderazgo y gestión del gobierno local que podrían influir en la regulación y apoyo a las empresas en el sector de la logística de paquetería. • Políticas para proteger la industria nacional que pueden generar cambios en las condiciones de importación y exportación de servicios relacionados con la agencia.	• Cambios en las políticas fiscales que pueden aumentar los costos operativos y reducir la rentabilidad de la agencia logística de paquetería. • Incrementos en los impuestos de importación y exportación que pueden impactar en los costos de operación y competitividad de la agencia en el mercado local. • Acuerdos comerciales que pueden facilitar el intercambio de servicios, ofreciendo oportunidades de crecimiento para la agencia en el mercado internacional.	• Poco uso de las agencias de servicios de paquetería, lo que representaría un desafío para la agencia en términos de introducción en el mercado local. • Aumento de las compras en línea que genera una mayor demanda de servicios de paquetería, proporcionando oportunidades de crecimiento para la agencia. • Evolución de las preferencias de los consumidores que pueden influir en la demanda de servicios de paquetería, requiriendo adaptación por parte de la agencia.
Tecnológicos	**Ecológicos**	**Legales**
• Desarrollo de herramientas tecnológicas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa de la agencia logística de paquetería. • Avances tecnológicos que permiten optimizar los procesos de almacenamiento, transporte y entrega de paquetería, aumentando la competitividad de la agencia.	• Riesgos naturales que pueden interrumpir las operaciones de transporte y entrega de la agencia, afectando la puntualidad y calidad del servicio. • Es fundamental adoptar prácticas sostenibles y disminuir la huella ambiental de las operaciones de la agencia logística de paquetería para reducir al mínimo el impacto en el medio ambiente.	• El cumplimiento de las regulaciones legales y los estándares de calidad establecidos es crucial para asegurar la integridad y seguridad de los envíos. • Cumplimiento de regulaciones relacionadas con la protección de los trabajadores y la seguridad en el lugar de trabajo, garantizando el cumplimiento de los derechos laborales.

Análisis de la competitividad

Las cinco fuerzas de Porter constituyen un marco analítico que evalúa la competencia dentro de una industria. Estas fuerzas incluyen la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los compradores y proveedores, y la amenaza de servicios sustitutos **(Niño & Camelo, 2020).**

Rivalidad entre competidores

En el mercado de la logística de paquetería en Ambato, la rivalidad entre competidores es alta debido a la presencia de varias agencias que ofrecen servicios similares. La competencia se intensifica por la necesidad de diferenciarse en términos de calidad, velocidad y precio de entrega.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

La amenaza de nuevos competidores es moderada, ya que la entrada al mercado requiere una inversión significativa en infraestructura, tecnología y red de distribución. Sin embargo, la percepción de oportunidades en el sector puede atraer a nuevos participantes en el futuro.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores, como los transportistas y empresas de mensajería, es moderado. Aunque hay múltiples proveedores disponibles, su capacidad de influir en los precios y condiciones de servicio puede variar según la demanda y la disponibilidad de alternativas.

Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores es alto, ya que tienen varias opciones entre las agencias de logística de paquetería en el mercado. Los clientes pueden comparar precios, servicios y calidad, lo que les otorga cierto control sobre las condiciones de compra.

Amenaza de servicios sustitutos

La amenaza de servicios sustitutos es baja a moderada, ya que aunque existen alternativas como el transporte propio o el uso de otras empresas de mensajería, la conveniencia y especialización de los servicios de la agencia de paquetería pueden hacer que los clientes prefieran esta opción.

3.12.1 Matriz de perfil de Capacidad interna (PCI)

Es una herramienta de análisis estratégico que permite a las organizaciones evaluar sus recursos internos, competencias y capacidades en áreas clave. A través de este análisis, las empresas pueden identificar sus fortalezas y áreas de mejora en aspectos como la gestión, el talento humano, la infraestructura tecnológica y los procesos internos **(Campos, 2022).**

Tabla 35

Ponderación matriz PCI

MATRIZ PCI			
	FORTALEZAS		
Detalle	**Ponderación (Interno)**	**Calificación (Externo)**	**Valor Ponderado**
Ubicación estratégica	0,0833	3	0,2499
Equipo directivo experimentado	0,0417	5	0,2085
Alianzas estratégicas confiables	0,1111	3	0,3333
Tecnología avanzada	0,0972	1	0,0972
Personal capacitado	0,0556	5	0,278
Enfoque en sostenibilidad	0,0278	1	0,0278
Variedad de servicios personalizados	0,0139	3	0,0417
Compromiso con la puntualidad	0,0694	5	0,347
TOTAL	0,5		1,5834
	DEBILIDADES		
Detalle	**Ponderación (Interno)**	**Calificación (Externo)**	**Valor Ponderado**
Falta de reconocimiento inicial	0,0278	3	0,0834
Limitaciones en acceso a capital	0,1111	1	0,1111
Dependencia de proveedores externos	0,0972	3	0,2916
Escasez de personal especializado	0,0694	5	0,347
Riesgo de congestión en rutas	0,0417	3	0,1251
Vulnerabilidad a cambios regulatorios	0,0139	3	0,0417
Falta de experiencia en crisis logísticas	0,0556	5	0,278
Necesidad de establecer relaciones	0,0833	3	0,2499
TOTAL	0,5		1,5278
	1		3,1112

Nota: R= 3,1112 = > 3 Fortalezas/debilidades

3.12.2 Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM)

Es una herramienta estratégica que las organizaciones utilizan para evaluar el entorno externo en el que operan. A través de esta matriz, las empresas pueden identificar las oportunidades que pueden aprovechar y las amenazas que podrían enfrentar. Esto les permite tomar decisiones informadas sobre cómo adaptarse y responder a los cambios en el mercado y en su entorno competitivo **(Lora-Guzmán & Prieto-Flórez, 2021).**

Tabla 36

Ponderación matriz POAM

MATRIZ POAM			
OPORTUNIDADES			
Detalle	**Ponderación (Interno)**	**Calificación (Externo)**	**Valor Ponderado**
Crecimiento del comercio electrónico	0,1111	5	0,5555
Expansión del mercado local	0,0972	1	0,0972
Innovaciones tecnológicas	0,0833	3	0,2499
Cambios en las políticas gubernamentales	0,0278	3	0,0834
Colaboración con empresas locales	0,0417	1	0,0417
Demanda de servicios personalizados	0,0556	1	0,0556
Tendencias de sostenibilidad	0,0694	3	0,2082
Posibilidad de diversificación	0,0139	5	0,0695
TOTAL	0,5		1,361
AMANAZAS			
Detalle	**Ponderación (Interno)**	**Calificación (Externo)**	**Valor Ponderado**
Competencia creciente	0,0278	1	0,0278
Cambios en regulaciones aduaneras	0,0833	1	0,0833
Inestabilidad económica	0,0139	3	0,0417
Avances tecnológicos disruptivos	0,1111	3	0,3333
Fluctuaciones en costos de transporte	0,0694	3	0,2082
Impacto de eventos naturales	0,0556	1	0,0556
Dependencia de infraestructura	0,0417	5	0,2085
Desafíos en reclutamiento de talento	0,0972	1	0,0972
TOTAL	0,5		1,0556
	1		2,4166

Nota: R= 2,4166 = > 3 Amenazas/Oportunidades

3.12.3 Matriz FODA cruzada

Tabla 37

Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Ubicación estratégica	1. Falta de reconocimiento inicial
2. Equipo directivo experimentado	2. Escasez de personal especializado
3. Alianzas estratégicas confiables	3. Riesgo de congestión en rutas
4. Personal capacitado	4. Vulnerabilidad ante cambios de normativos de funcionamiento.
5. Compromiso con la puntualidad	5. Falta de experiencia en el manejo de retrasos grandes o problemas con los envíos.
OPORTUNIDADES	**AMANAZAS**
1. Expansión del mercado local	1. Competencia creciente de agencias que brindan un servicio parecido al de la agencia.
2. Innovaciones tecnológicas	2. Inestabilidad económica
3. Demanda de servicios personalizados	3. Fluctuaciones en costos de transporte
4. Tendencias de sostenibilidad	4. Impacto de eventos naturales
5. Posibilidad de diversificación	5. Dependencia de infraestructura

3.12.4 Matriz de estrategias FODA

Tabla 38

Matriz de estrategias FODA

	OPORTUNIDADES	**AMANAZAS**
	1. Expansión del mercado local 2. Innovaciones tecnológicas 3. Demanda de servicios personalizados 4. Tendencias de sostenibilidad 5. Posibilidad de diversificación	1. Competencia creciente de agencias que brindan un servicio parecido al de la agencia. 2. Inestabilidad económica 3. Fluctuaciones en costos de transporte 4. Impacto de eventos naturales 5. Dependencia de infraestructura
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS FA**
1. Ubicación estratégica 2. Liderazgo competente 3. Alianzas estratégicas confiables 4. Personal capacitado 5. Compromiso con la puntualidad	1. Utilizar la ubicación estratégica para expandir la presencia en el mercado local (O1-F1). 2. Aprovechar el liderazgo competente para liderar la implementación de innovaciones tecnológicas (O2-F2). 3. Fortalecer las alianzas estratégicas confiables para ofrecer servicios personalizados que satisfagan la demanda del mercado (O3-F3). 4. Capacitar al personal para adaptarse a las tendencias de sostenibilidad y destacarse en el mercado (O4-F4). 5. Utilizar el compromiso con la puntualidad como un diferenciador clave para atraer clientes en un mercado competitivo (O5-F5).	1. Utilizar la experiencia del equipo directivo para diferenciarse de la competencia creciente y mantener una ventaja competitiva (A1-F2). 2. Fortalecer la capacitación del personal para abordar la escasez de talento especializado y contrarrestar la amenaza de la competencia creciente (A2-F4). 3. Implementar estrategias de gestión del tráfico para mitigar el riesgo de congestión en las rutas y minimizar los impactos negativos en las operaciones (A3-F1). 4. Establecer un equipo dedicado para monitorear y adaptarse a los cambios regulatorios, aprovechando la experiencia del equipo directivo (A4-F2). 5. Desarrollar un plan de gestión de crisis para enfrentar situaciones logísticas imprevistas y mantener la continuidad operativa (A5-F3).

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Falta de reconocimiento inicial de la empresa. 2. Escasez de personal especializado 3. Riesgo de congestión en rutas 4. Vulnerabilidad ante cambios de normativos de funcionamiento. 5. Falta de experiencia en el manejo de retrasos grandes o problemas con los envíos.	1. Utilizar la oportunidad de expansión del mercado local para superar la falta de reconocimiento inicial y aumentar la visibilidad de la empresa (O1-D1). 2. Aprovechar las innovaciones tecnológicas para abordar la escasez de personal especializado y mejorar la eficiencia operativa (O2-D2). 3. Desarrollar servicios personalizados para satisfacer la demanda del mercado local y compensar la falta de experiencia en crisis logísticas (O3-D5). 4. Adoptar prácticas sostenibles para abordar las tendencias de sostenibilidad y mitigar la vulnerabilidad a los cambios regulatorios (O4-D4). 5. Diversificar la oferta de servicios para aprovechar la posibilidad de diversificación y mitigar los impactos negativos de la inestabilidad económica (O5-D3).	1. Desarrollar un plan de contingencia para mitigar el riesgo de congestión en las rutas y reducir la dependencia de la infraestructura (A3-D5). 2. Implementar medidas de eficiencia y control de costos para enfrentar la inestabilidad económica y reducir la vulnerabilidad a las fluctuaciones en los costos de transporte (A2-D3). 3. Establecer un sistema de gestión de riesgos para enfrentar el impacto de eventos naturales y garantizar la continuidad del negocio (A4-D4). 4. Mejorar la capacitación del personal para abordar la falta de experiencia en crisis logísticas y minimizar los impactos negativos en las operaciones (A5-D5). 5. Diversificar proveedores y desarrollar relaciones sólidas para mitigar la dependencia de la infraestructura y contrarrestar la competencia creciente (A1-D2).

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico en un proyecto comprende la evaluación de la ubicación ideal, la ingeniería del proyecto en términos de procesos y equipamiento, y consideraciones organizativas, administrativas y legales. Se determina la ubicación óptima considerando costos, clima y apoyos fiscales, mientras que la ingeniería del proyecto identifica procesos, equipos y distribución en planta. Aspectos organizativos, administrativos y legales se abordan tras la concreción del proyecto **(Villafuerte, 2019)**.

El estudio técnico de la agencia se enfoca en identificar los recursos físicos esenciales para su funcionamiento. Esto incluye la infraestructura necesaria, como oficinas y almacenes, así como equipos y tecnología para la gestión de paquetería. Estos aspectos son fundamentales para evaluar la viabilidad operativa y financiera de la agencia.

4.1 Tamaño óptimo del proyecto

El tamaño óptimo de la agencia se calculará mediante diversos métodos que compararán los costos, ingresos, inversiones y riesgos de diferentes escalas. Se elegirá aquella que ofrezca el mayor valor presente neto o la tasa interna de retorno más alta. Este tamaño ideal se ajustará según las condiciones del mercado y el entorno, y se actualizará constantemente para garantizar su eficiencia.

4.1.1 Factores determinantes de tamaño

Los elementos que influyen en la dimensión de la agencia son:

- **Demanda del mercado:** Es crucial para determinar la cantidad de servicios de paquetería requeridos. Se estima mediante un análisis de mercado que evalúa la demanda presente y futura, así como la participación en el mercado prevista.

- **Disponibilidad de recursos:** Engloba los recursos financieros, humanos y materiales requeridos para el funcionamiento, teniendo en cuenta la disponibilidad y el coste de la mano de obra especializada, así como la capacidad de financiación.

- **Localización:** Impacta en los gastos de transporte, distribución y logística. Se selecciona una ubicación que reduzca al mínimo los costos de aprovisionamiento y envío, además de considerar infraestructura, servicios públicos, seguridad e impacto ambiental.

- **Tecnología de operación:** Se trata de los sistemas y herramientas utilizados para gestionar las operaciones de la agencia de paquetería. Incluye software de seguimiento de envíos, sistemas de gestión de almacenes y plataformas de logística.

4.1.2 Tamaño óptimo

Para calcular la DPI, se considera la diferencia entre la oferta y la demanda obtenida del análisis previo. Se proyecta esta discrepancia a cinco años en el futuro, y dado que no es factible satisfacer el 100% de la demanda, se establece que el plan de negocios de la empresa de servicios logísticos de paquetería podrá atender el 15% de la demanda no satisfecha.

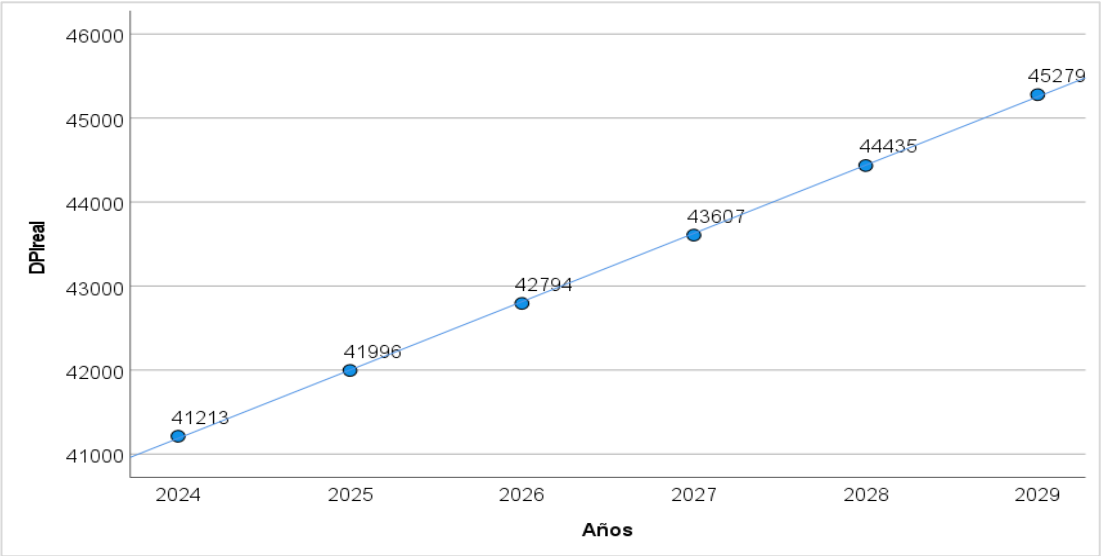
Tabla 39

Tamaño óptimo del proyecto

Año	DPI	Porcentaje de estimación	DPI real
2024	274.751	15%	41.213
2025	279.971	15%	41.996
2026	285.291	15%	42.794
2027	290.711	15%	43.607
2028	296.235	15%	44.435
2029	301.863	15%	45.279

Gráfico 25

Tamaño óptimo del proyecto



Análisis

Como se observa en la tabla 39, al determinar la Demanda Potencial Insatisfecha (DPI) en servicios para el año 2024, se constata que la DPI actual es de 41,213. Al contemplar una proyección a cinco años de vida útil del proyecto y un porcentaje estimado del 15% de la DPI, se estima que para el año 2029 la DPI real ascenderá a 45,279 servicios.

4.2 Macro y Micro localización

4.2.1 Macro localización

La macro localización implica seleccionar la región o país idóneo para iniciar una empresa o proyecto, considerando aspectos como mercado, competencia, infraestructura, recursos y regulaciones. Esta elección estratégica impacta directamente en la rentabilidad y competitividad de la iniciativa económica.

País:	Ecuador
Zona:	3
Provincia:	Tungurahua

Imagen 3

Macro localización



Fuente: **(Maps, 2024)**

Análisis

La selección de la macro localización se basa en la existencia de una demanda potencial no satisfecha y en el rápido crecimiento experimentado por la provincia en su totalidad.

.

4.2.2 Micro localización

Cantón: Ambato

Sector: Huachi San Francisco

Imagen 4

Micro localización



Fuente: **(Maps, 2024)**

Análisis

Para la micro localización de la agencia, se tuvo en cuenta la opinión de los encuestados sobre la ubicación preferida, además de considerar áreas comerciales de fácil acceso para los clientes.

4.3 Localización óptima

Al hablar de localización, se enfatiza la selección precisa de la ubicación del proyecto, considerando diversos factores que son fundamentales para tomar esta decisión. El objetivo es maximizar la rentabilidad y minimizar los costos. Una localización óptima contribuye a la competitividad de la empresa en los ámbitos local, regional, nacional e internacional dentro de su sector económico correspondiente **(Flores et al, 2020).**

Utilizando el enfoque cuantitativo de puntos, se elegirá la ubicación óptima entre las opciones 1, 2 y 3 (tabla 20), con el fin de aumentar la rentabilidad, reducir los gastos y garantizar una experiencia positiva para los clientes durante su estancia.

Tabla 40

Nivel de impacto

Escala	Impacto
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Tabla 41

Localización óptima del proyecto

Criterios	**Peso ponderado**	**Ubicación 1**		**Ubicación 2**		**Ubicación 3**	
		Barrio La Magdalena		**Sector Huachi San Francisco**		**Sector Huachi Belén**	
Permisos legales	0,12	1	0,12	3	0,36	2	0,24
Competencia	0,15	1	0,12	1	0,12	2	0,24
Servicios básicos	0,11	1	0,12	2	0,24	1	0,12
Seguridad	0,13	2	0,24	3	0,36	2	0,24
Cobertura	0,10	2	0,24	2	0,24	1	0,12
Infraestructura	0,08	3	0,36	3	0,36	1	0,12
Accesibilidad vial	0,14	3	0,36	1	0,12	1	0,12
Internet	0,10	1	0,12	1	0,12	1	0,12
Zona	0,07	1	0,12	2	0,24	1	0,12
Total	1,00		1,80		2,16		1,44

Análisis

De acuerdo con la tabla 41 la mejor ubicación para la agencia es el sector de Huachi San Francisco por una variedad de factores favorables. Esta ubicación ofrece ventajas notables, como una infraestructura sólida, acceso conveniente a importantes vías de transporte y una proximidad estratégica a áreas comerciales y residenciales. Todo esto garantiza una excelente accesibilidad para los clientes y contribuye a la eficiencia operativa de la agencia.

4.4 Ingeniería de proyecto

En el contexto general de los proyectos, se engloba la estructura compuesta por presupuestos, organigramas, protocolos, conGráficociones y otros elementos; siendo esencial asignar equipos para el óptimo funcionamiento de la empresa. Estos recursos incluyen maquinaria, personal, tecnología y materiales, garantizando la eficiencia en la producción o prestación de servicios para alcanzar los objetivos organizacionales **(Medianero et al., 2019).**

La ingeniería de proyectos aplicada en la agencia implica la organización eficiente de recursos como personal, tecnología y maquinaria para asegurar una operación fluida. La asignación adecuada de estos recursos garantiza la entrega puntual y precisa de los paquetes, lo que ayuda a alcanzar las metas organizacionales de manera efectiva.

4.4.1 Estado inicial

Hace referencia a todos los recursos que serán utilizados en el emprendimiento, los cuales deben ser respaldados por la ingeniería de proyectos y registrados tanto al ingresar como al ser empleados en el proceso **(Medianero et al., 2019).**

Servicios Básicos

Los servicios básicos del proyecto son los recursos esenciales para su marcha adecuada. Estos servicios son fundamentales para asegurar las condiciones necesarias para realizar las actividades del proyecto de manera eficiente y segura.

Tabla 42

Servicios básicos

Descripción	Consumo Anual	Unidad de Medida
Agua	200	Metros cúbicos
Energía Eléctrica	60	KWH
Internet	Ilimitado	Megabytes por segundo
Teléfono	700	Minutos

Equipos

Los equipos de la agencia son los dispositivos y maquinarias necesarios para llevar a cabo las operaciones relacionadas con el servicio de paquetería.

Tabla 43

Equipos

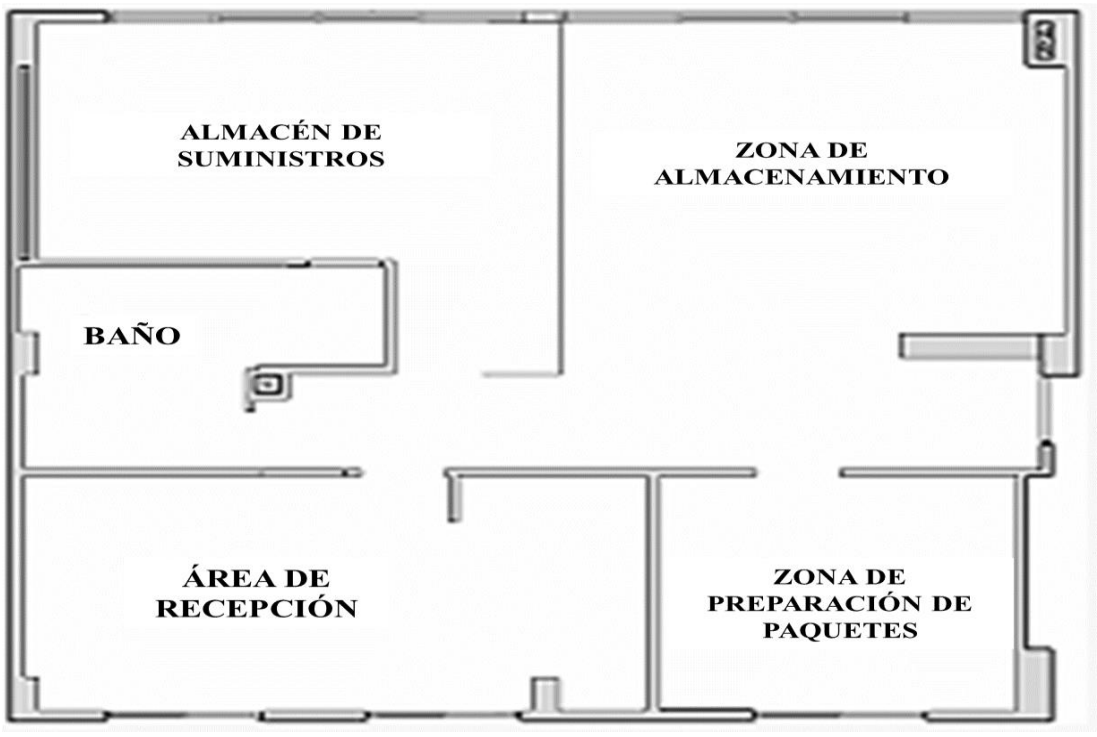
Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida
Computadora	1	Unidades
Escáneres de códigos de barras	3	Unidades
Impresoras de etiquetas	1	Unidades
Teléfono	1	Unidades

Distribución de espacios

A continuación, se muestra como estarán distribuidos los espacios dentro de la agencia de servicios logísticos de paquetería.

Gráfico 26

Distribución de espacios



4.4.2 Proceso del servicio

La agencia debe contar con proceso que describa cómo funciona internamente la agencia y cómo interactúa con los clientes que envían paquetes. Este proceso debe incluir la recepción y registro de los paquetes, su clasificación y preparación para el envío, la entrega al destinatario final y el seguimiento de los envíos. Además, se debe obtener datos acerca de las inclinaciones de los clientes y sus necesidades específicas para garantizar un servicio eficiente y satisfactorio.

Tabla 44

Proceso del servicio de la agencia

Nro.	Proceso	Detalle del proceso	Tiempo
1	Recepción del paquete	El cliente entrega el paquete en la agencia, donde se registra y se asigna un número de seguimiento.	1 y 5 minutos por paquete
2	Clasificación	Los paquetes se clasifican según su destino y se organizan para su envío.	5 y 15 minutos por lote de paquetes
3	Embalaje y etiquetado	Los paquetes se embalan adecuadamente y se les coloca una etiqueta con la dirección del destinatario y el número de seguimiento.	2 y 10 minutos por paquete
4	Carga	Los paquetes se cargan en vehículos de transporte para su entrega.	10 y 30 minutos por vehículo
5	Transporte	Los paquetes se transportan al destino final, ya sea mediante vehículos propios de la agencia o a través de servicios de transporte externos.	Depende de la distancia
6	Entrega	Los paquetes se entregan al destinatario final en la dirección especificada.	1 y 10 minutos por entrega
7	Seguimiento	Durante todo el proceso, se ofrece la posibilidad de rastrear el paquete a través de su número de seguimiento.	Instantáneo
8	Atención al cliente	Se brinda atención al cliente para resolver cualquier problema o inquietud relacionada con el envío.	Depende del problema

4.4.3 Diagrama de flujo

El esquema de flujo es una representación gráfica que ilustra el proceso de fabricación de un artículo o la entrega de un servicio, teniendo en cuenta los insumos primordiales o los componentes necesarios para llevar a cabo las actividades sugeridas **(Medianero et al., 2019).**

Para la agencia se consideró la matriz ANSI para ilustrar el proceso completo y las etapas a seguir desde el comienzo de la interacción con el cliente hasta los procedimientos subsiguientes.

Imagen 5

Diagrama de flujo

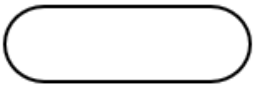
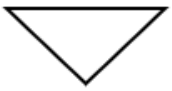
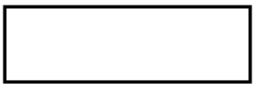
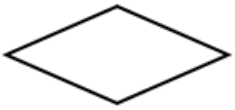
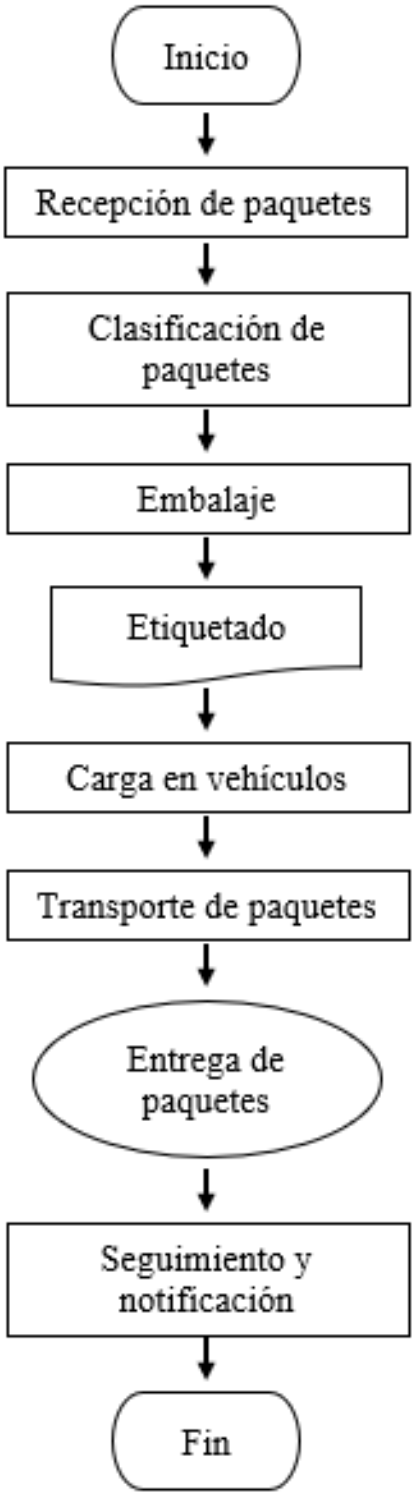
Símbolo	Significado	Descripción
	Inicio-fin	Indica el indica y el final del proceso
	Operación	Representa los procesos claves del diagrama.
	Almacenamiento	Almacenamiento de información.
	Actividad	Describe la actividad que se desempeña.
	Decisión	Selección de posibles alternativas.
	Documento	Representación de ingreso o salida de documentos.

Gráfico 27

Diagrama de flujo



4.4.4 Balance de materiales

Muebles y enseres

Los muebles y enseres de la agencia comprenden los elementos mobiliarios y utensilios utilizados en las instalaciones de la agencia para facilitar la prestación de servicios.

Tabla 45

Muebles y enseres

Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida
Escritorios	2	Unidades
Sillas de oficina	5	Unidades
Estanterías de oficina	3	Unidades
Archivadores	2	Unidades
Material de embalaje y etiquetado	3	Unidades

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional es crucial para comprender y optimizar la estructura, procesos y cultura de una empresa. Permite identificar fortalezas y áreas de mejora, facilitando la toma de decisiones estratégicas. Al analizar aspectos como el diseño organizacional, la gestión de recursos humanos y la adaptabilidad al entorno, se impulsa la eficiencia y competitividad empresarial, fundamentales para el éxito a largo plazo.

5.1 Aspectos generales

Los aspectos generales están conformados por información fundamental y reconocida por el público, abarcando los detalles esenciales acerca de la compañía o negocio. La agencia de servicios logísticos de paquetería en la ciudad de Ambato estará enfocada en la actividad económica de la logística y transporte de paquetes; su principal función será la recepción, clasificación, almacenamiento, transporte y entrega de paquetes y mercancías para clientes tanto locales como regionales, ofreciendo un servicio eficiente y confiable de distribución de todo tipo de paquetería.

La agencia será constituida como persona jurídica de tipo Compañía Limitada, que de acuerdo con Malizo et al. **(2023),** este tipo de empresa está bajo la supervisión de la Superintendencia de Compañías y se constituye por dos o más individuos, quienes deben asumir las responsabilidades sociales conforme a sus aportes realizados; sus miembros realizan actividades comerciales bajo una denominación social que debe ir acompañada de la frase “Compañía Limitada” o, alternativamente, de sus abreviaturas correspondientes.

a. Nombre: Ambato Logistics Cia. Ltda.

b. Actividad: Servicios de recolección, clasificación, transporte y entrega (nacional o internacional) de correspondencia ordinaria y paquetes (que cumplan determinadas especificaciones) por parte de empresas no sujetas a la obligación de servicio universal. La actividad puede realizarse en uno o varios medios de transporte propios (transporte privado) o de transporte público. Incluye la distribución y entrega de correspondencia y paquetes y la entrega a domicilio **(INEC, 2019).**

c. Dirección: Ecuador – Tungurahua – Ambato - Huachi San Francisco

d. Razón Social: Ambato Logistics Cia. Ltda.

e. Logotipo: Para diseñar el logotipo de la empresa, se seleccionaron elementos que reflejan su actividad económica, como el símbolo de ubicación y el de un camión. Además, se tomaron como referencia los colores de la bandera de la ciudad de Ambato, asegurando así una conexión visual entre el logotipo y la denominación de la compañía.

Imagen 6

Logotipo Ambato Logistics Cia. Ltda.



g. Slogan: “Seguridad y confianza en cada entrega”

5.2 Jerarquización

5.2.1 Diseño organizacional

El diseño organizacional es el procedimiento estratégico de conGráficoción de la estructura, sistemas y cultura de una empresa, con el fin de optimizar su eficiencia, efectividad y competitividad en un entorno globalizado y competitivo. Implica la creación de una jerarquía funcional coherente, la administración de recursos humanos y tecnológicos, y la promoción de una La cultura corporativa que estimule la creatividad y la dedicación. Es un elemento clave para el éxito empresarial, ya que facilita a las empresas ajustarse rápidamente a las variaciones del mercado y aprovechar las posibilidades emergentes para alcanzar sus metas empresariales **(Bú-Alba, 2022).**

5.2.1.1 Niveles Jerárquicos

Los niveles de autoridad dentro de la organización se definen como el esquema de la empresa en el que se asignan las funciones encargadas de supervisar distintas actividades que se desarrollarán en un lapso concreto. Además, esta determina la distribución de tareas entre su personal **(Delgado & Ramos, 2021).**

En la tabla 46 se puede observar los niveles jerárquicos que tendrá la agencia de servicios logísticos.

Tabla 46

Niveles jerárquicos de la agencia

Nivel jerárquico	Cargo
Directivo	Gerente
Supervisores	Supervisor de almacén Supervisor de transporte Coordinador de atención al cliente
Operativo	Repartidores Agentes de atención al cliente
Administrativo	Asistentes administrativos

5.2.1.2 Misión

En Ambato Logistics Cia. Ltda., nuestra misión es ofrecer servicios logísticos de paquetería de primera calidad, asegurando la entrega rápida, segura y eficiente de cada envío. Trabajamos para exceder las expectativas de nuestros clientes, proporcionando soluciones integrales y confiables que satisfagan sus necesidades de transporte.

5.2.1.3 Visión

Nuestra visión es consolidarnos como líderes en el sector de servicios logísticos de paquetería, siendo reconocidos por nuestra excelencia operativa, atención al cliente y capacidad de adaptación a las demandas del mercado. Aspiramos a expandir nuestra red de distribución nacional e internacional, manteniendo siempre nuestro compromiso con la calidad y la innovación en cada entrega.

5.2.1.4 Valores

Eficiencia: Nos comprometemos a optimizar nuestros procesos para garantizar la máxima eficiencia en la gestión y entrega de paquetes.

Fiabilidad: Construimos relaciones de confianza con nuestros clientes, ofreciendo servicios fiables y cumpliendo con nuestros compromisos en todo momento.

Flexibilidad: Ajustamos nuestros servicios a las necesidades particulares de cada cliente, brindando soluciones personalizadas que se adapten a sus requerimientos logísticos.

Responsabilidad: Llevamos a cabo nuestras actividades con honestidad y compromiso, cumpliendo con los estándares éticos y legales más elevados.

Trabajo en equipo: Promovemos un entorno de cooperación y ayuda recíproca entre nuestros empleados, reconociendo que el éxito de la compañía se basa en el esfuerzo conjunto de todo el equipo.

Tabla 47

Matriz axiológica de valores

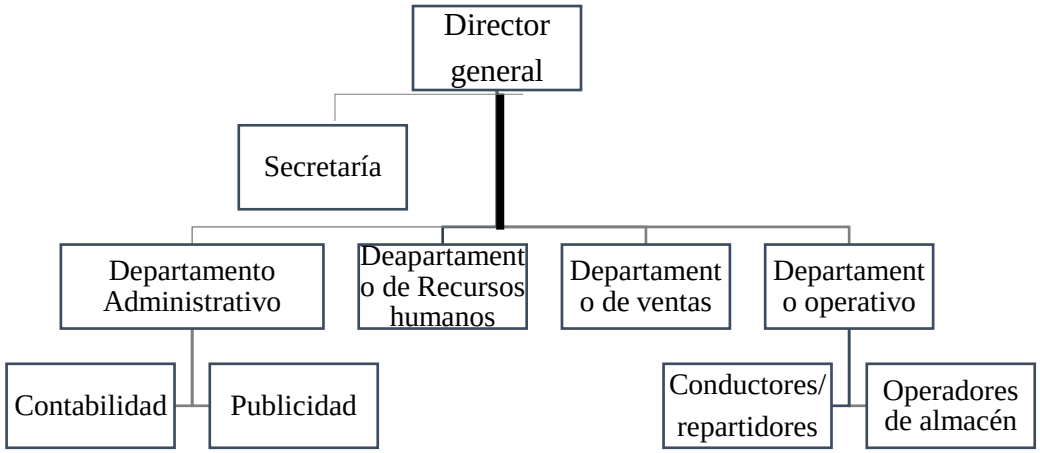
Grupos de interés / Valores	Sociedad	Estado	Clientes	Colaboradores	Empresa
Eficiencia		X	X	X	X
Fiabilidad	X	X	X	X	X
Flexibilidad	X	X	X	X	X
Responsabilidad	X	X	X	X	X
Trabajo en equipo	X	X	X	X	X

5.3 Estructura Organizativa

La estructura organizativa se define como la forma en que se organizan y distribuyen los componentes de una entidad, determinando cómo se ordenan las distintas partes en un momento y lugar específicos. Según la teoría de la administración, no hay una estructura única y perfecta; en su lugar, cada organización debe adoptar una estructura que se ajuste a sus propias necesidades y circunstancias **(Equipo Editorial, 2020).**

Gráfico 28

Organigrama organizacional

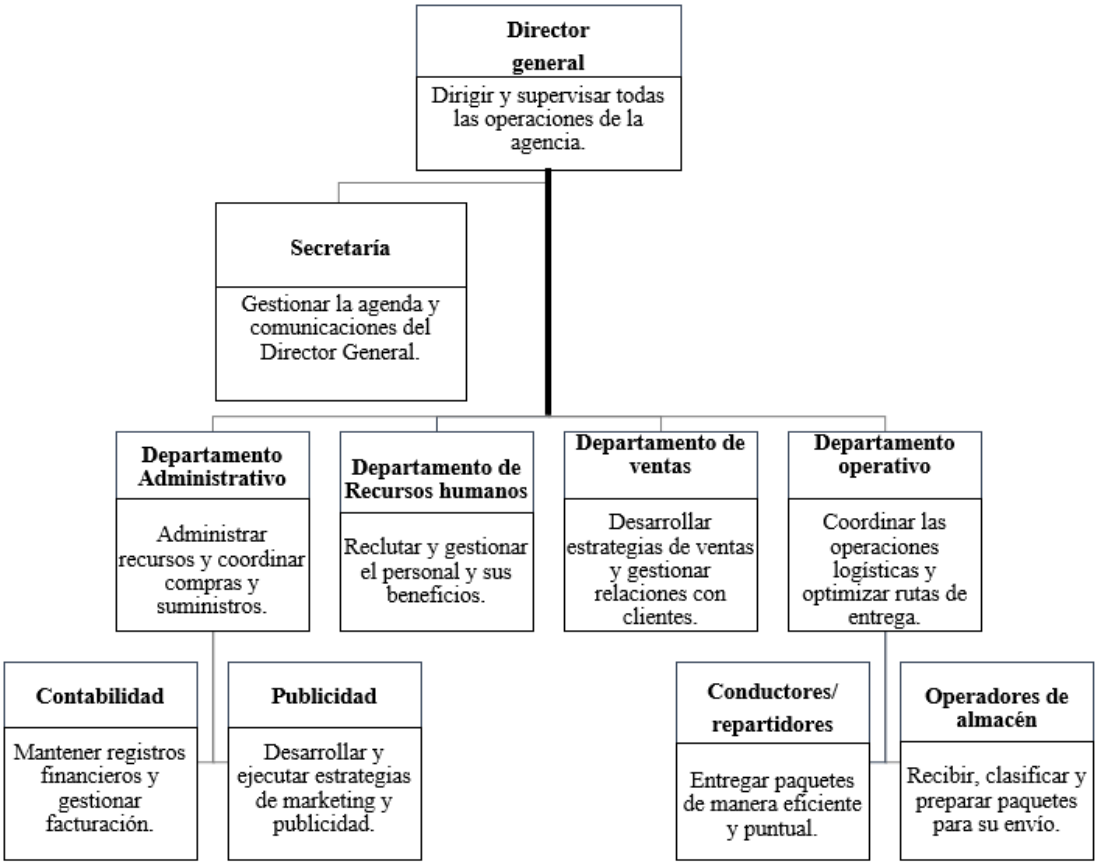


5.4 Estructura Funcional

De acuerdo con Sarmiento et al. **(2020),** el organigrama funcional representa la disposición jerárquica de la empresa, donde se especifican las diversas áreas de la organización junto con sus respectivas funciones, en contraposición a la configuración organizativa tradicional.

Gráfico 29

Organigrama funcional



Cuadro de referencias	
	Línea de autoridad
	Nivel auxiliar-operativo
	Nivel de funciones
Fecha: 26 de mayo de 2024	**Elaborado por:** Kevin Joel Moreta Chango

5.5 Manual de funciones

El manual de funciones documenta las actividades, responsabilidades y habilidades requeridas para cada puesto según los niveles jerárquicos, asegurando que los colaboradores desempeñen correctamente sus roles en la organización **(Sánchez & Escamilla, 2019).**

Tabla 48

Director general

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">Ambato Logistics Cia. Ltda.
Manual de Funciones</td><td>Fecha: 26/05/2024
Página: 1 de 10</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción del Puesto</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre del puesto:
Ubicación:
Ámbito operacional:</td><td colspan="2">Director general
Oficina central
Directivo</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción de Funciones y Tareas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Función</td><td colspan="2">Actividades</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="5">Dirigir y supervisar todas las operaciones de la agencia.</td><td colspan="2">Definir la visión y estrategias de la empresa.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Tomar decisiones clave sobre el crecimiento y la dirección de la empresa.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Supervisar y coordinar los diferentes departamentos.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Representar a la empresa ante clientes, proveedores y entidades regulatorias.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Evaluar el desempeño global de la empresa y realizar ajustes estratégicos.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Elaborado por:</td><td colspan="2">Kevin Joel Moreta Chango</td></tr>
</table>

Tabla 49

Secretaria

	Ambato Logistics Cia. Ltda. **Manual de Funciones**	**Fecha:** 26/05/2024 **Página:** 2 de 10

Descripción del Puesto	
Nombre del puesto:	Secretaria
Ubicación:	Oficina central
Ámbito operacional:	Administrativo

Descripción de Funciones y Tareas	
Función	**Actividades**
Gestionar la agenda y comunicaciones del Director General.	Coordinar y organizar reuniones y citas del Director General.
	Gestionar la correspondencia y comunicaciones internas y externas.
	Archivar documentos y mantener registros actualizados.
	Preparar informes y presentaciones según sea necesario.
	Atender llamadas telefónicas y recibir visitantes.
Elaborado por:	Kevin Joel Moreta Chango

Tabla 50

Departamento administrativo

	Ambato Logistics Cia. Ltda. **Manual de Funciones**	**Fecha:**	26/05/2024
		Página:	3 de 10

Descripción del Puesto	
Nombre del puesto:	Administrador
Ubicación:	Oficina central
Ámbito operacional:	Administrativo

Descripción de Funciones y Tareas	
Función	**Actividades**
Administrar recursos y coordinar compras y suministros.	Coordinar las compras de suministros y equipos necesarios.
	Gestionar contratos con proveedores y mantener relaciones comerciales.
	Supervisar el mantenimiento de instalaciones y equipos.
	Realizar informes administrativos periódicos.
	Controlar el presupuesto administrativo y gastos operativos.
Elaborado por:	Kevin Joel Moreta Chango

Tabla 51

Contabilidad

	Ambato Logistics Cia. Ltda. **Manual de Funciones**	**Fecha:** 26/05/2024 **Página:** 4 de 10

Descripción del Puesto	
Nombre del puesto:	Contador
Ubicación:	Oficina central
Ámbito operacional:	Administrativo

Descripción de Funciones y Tareas	
Función	**Actividades**
Mantener registros financieros y gestionar facturación.	Llevar la contabilidad diaria de la empresa.
	Preparar estados financieros y reportes contables.
	Gestionar la facturación y cobros a clientes.
	Realizar pagos a proveedores y gestionar cuentas por pagar.
	Asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y tributarias.
Elaborado por:	Kevin Joel Moreta Chango

Tabla 52

Publicidad

	Ambato Logistics Cia. Ltda. **Manual de Funciones**	**Fecha:** 26/05/2024 **Página:** 5 de 10

Descripción del Puesto	
Nombre del puesto:	Publicidad
Ubicación:	Oficina central
Ámbito operacional:	Ventas

Descripción de Funciones y Tareas	
Función	**Actividades**
Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing y publicidad.	Crear y gestionar campañas publicitarias en medios tradicionales y digitales.
	Desarrollar contenido promocional y materiales de marketing.
	Analizar el impacto de las campañas publicitarias y ajustar estrategias.
	Coordinar con agencias de publicidad externas.
	Mantener actualizadas las redes sociales y el sitio web de la empresa.
Elaborado por:	Kevin Joel Moreta Chango

Tabla 53

Departamento de recursos humanos

	Ambato Logistics Cia. Ltda. **Manual de Funciones**	**Fecha:** 26/05/2024 **Página:** 6 de 10

Descripción del Puesto	
Nombre del puesto:	Jefe de recursos humanos
Ubicación:	Oficina central
Ámbito operacional:	Administrativo

Descripción de Funciones y Tareas	
Función	**Actividades**
Reclutar y gestionar el personal y sus beneficios.	Reclutar, seleccionar y contratar nuevo personal.
	Administrar la nómina y beneficios de los trabajadores.
	Crear programas de formación y crecimiento profesional.
	Resolver conflictos laborales y fomentar un ambiente de trabajo positivo.
	Asegurar el cumplimiento de las normativas laborales.
Elaborado por:	Kevin Joel Moreta Chango

Tabla 54

Departamento de ventas

	Ambato Logistics Cia. Ltda. **Manual de Funciones**	**Fecha:** 26/05/2024 **Página:** 7 de 10

Descripción del Puesto	
Nombre del puesto:	Jefe de ventas
Ubicación:	Oficina central
Ámbito operacional:	Ventas

Descripción de Funciones y Tareas	
Función	**Actividades**
Desarrollar estrategias de ventas y gestionar relaciones con clientes.	Establecer y llevar a cabo estrategias de ventas para lograr metas.
	Supervisar y estimular al grupo de ventas.
	Analizar el mercado y detectar oportunidades de negocio.
	Mantener y desarrollar relaciones con clientes clave.
	Realizar seguimiento de ventas y preparar reportes de desempeño.
Elaborado por:	Kevin Joel Moreta Chango

Tabla 55

Departamento operativo

<table>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2">Ambato Logistics Cia. Ltda.

Manual de Funciones</td><td>Fecha:</td><td>26/05/2024</td></tr>
<tr><td>Página:</td><td>8 de 10</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción del Puesto</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre del puesto:
Ubicación:
Ámbito operacional:</td><td colspan="2">Jefe de operaciones
Almacén y oficina central
Operativo</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción de Funciones y Tareas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Función</td><td colspan="2">Actividades</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="5">Coordinar las operaciones logísticas y optimizar rutas de entrega.</td><td colspan="2">Planificar y coordinar las actividades diarias de transporte y distribución.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Supervisar el almacenamiento y manejo de paquetes.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Optimizar las rutas de entrega para mejorar la eficiencia.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y protección.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Resolver problemas operativos y mejorar procesos.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Elaborado por:</td><td colspan="2">Kevin Joel Moreta Chango</td></tr>
</table>

Tabla 56

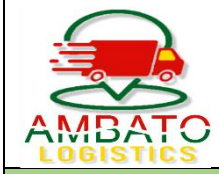
Conductores/repartidores

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">Ambato Logistics Cia. Ltda.

Manual de Funciones</td><td>Fecha: 26/05/2024
Página: 9 de 10</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción del Puesto</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre del puesto:
Ubicación:
Ámbito operacional:</td><td colspan="2">Conductor/repartidor
En ruta y almacén
Operativo</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción de Funciones y Tareas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Función</td><td colspan="2">Actividades</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="5">Entregar paquetes de manera eficiente y puntual.</td><td colspan="2">Planificar y seguir las rutas de entrega.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Entregar paquetes a los destinatarios dentro del tiempo establecido.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Mantener y cuidar los vehículos asignados.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Resolver problemas o incidencias durante las entregas.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Mantener registros de entregas y recogidas.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Elaborado por:</td><td colspan="2">Kevin Joel Moreta Chango</td></tr>
</table>

Tabla 57

Operadores de almacén

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">Ambato Logistics Cia. Ltda.

Manual de Funciones</td><td>Fecha: 26/05/2024
Página: 10 de 10</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción del Puesto</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre del puesto:
Ubicación:
Ámbito operacional:</td><td colspan="2">Operador de almacén
Almacén
Operativo</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descripción de Funciones y Tareas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Función</td><td colspan="2">Actividades</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="5">Recibir, clasificar y preparar paquetes para su envío.</td><td colspan="2">Recibir y verificar la mercancía entrante.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Clasificar y organizar los paquetes en el almacén.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Preparar los paquetes para su envío, asegurando el correcto etiquetado y embalaje.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Colaborar en la carga y descarga de vehículos.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Preservar la organización y la higiene en del almacén.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Elaborado por:</td><td colspan="2">Kevin Joel Moreta Chango</td></tr>
</table>

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

De acuerdo con Vidal et al**. (2019)**, el análisis financiero evalúa la capacidad de una empresa en aspectos como liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad. Para llevar a cabo estas evaluaciones, resulta fundamental emplear ratios, dado que ofrecen la información necesaria para anticipar posibles éxitos o fracasos. Para aplicar estos indicadores de manera adecuada, es esencial tener un conocimiento profundo de las actividades de la organización, basándose en datos de periodos anteriores. Todos los negocios, sin importar su sector de actividad, deben realizar análisis financieros.

6.1 Ingresos

Vuskovic **(2020)** menciona que los ingresos son la suma total de dinero que una entidad recibe de diversas fuentes, como salarios, ventas, intereses y dividendos, durante un período determinado. Estos ingresos influyen en la distribución de la demanda y en la estructura productiva, con mercados efectivos frecuentemente limitados a sectores de mayores ingresos, impactando la conGráficoción y eficiencia de la capacidad productiva.

Tabla 58

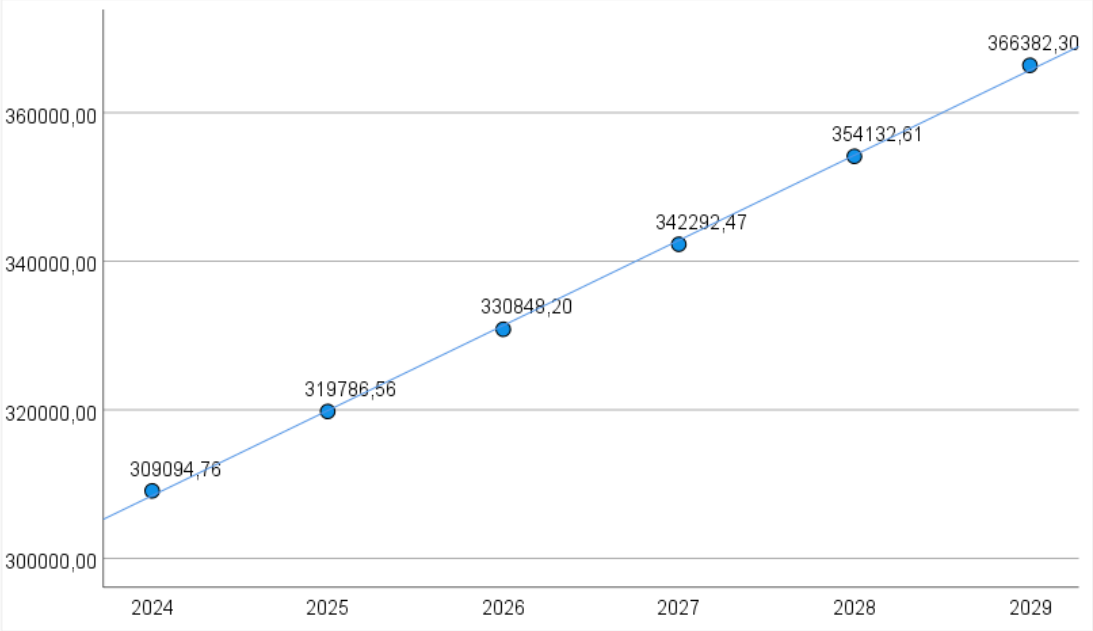
Ingresos

Año	DPI real	Precio	Ingresos brutos
2024	41.212,63	7,50	309.094,76
2025	41.995,67	7,61	319.786,56
2026	42.793,59	7,73	330.848,20
2027	43.606,67	7,85	342.292,47
2028	44.435,20	7,97	354.132,61
2029	45.279,47	8,09	366.382,30

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 30

Ingresos



Fuente: Elaboración propia.

Análisis

La tabla 58 presenta una proyección detallada de los ingresos estimados para los próximos seis años. Según los datos, se espera que los ingresos aumenten progresivamente a lo largo del período de tiempo analizado: en el año 2024 se proyecta un ingreso de $309,094.76, seguido de $319,786.56 en 2025, $330,848.20 en 2026, $342,292.47 en 2027, $354,132.61 en 2028, y finalmente, $366,382.30 en 2029. Este patrón ascendente refleja una planificación estratégica que considera el potencial de crecimiento a lo largo de la vida útil del negocio.

6.2 Costo y Gastos

6.2.1 Costos operativos

Los costos operativos en una empresa de servicios comprenden los gastos directamente relacionados con la prestación de servicios a los clientes. Esto incluye el costo de mano de obra directa, materiales consumibles utilizados en la prestación del servicio, gastos

de transporte si aplica, así como cualquier otro gasto necesario para llevar a cabo las actividades de servicio **(Chinchande et al., 2023).**

Tabla 59

Materiales directos

Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Cajas de embalaje	10.000	unidad	$ 1,50	$15.000,00
Sobres de envío	5.000	unidad	$ 0,50	$ 2.500,00
Relleno de protección	8.000	unidad	$ 0,10	$ 800,00
Etiquetas	15.000	unidad	$ 0,05	$ 750,00
Total				**$19.050,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60

Materiales Indirectos

Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Cintas adhesivas	2.000	unidad	$ 1,00	$ 2.000,00
Etiquetas de envío	15.000	unidad	$ 0,05	$ 750,00
Total				**$ 2.750,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61

Muebles y enseres

Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	2	unidad	$ 275,00	$ 550,00
Sillas de oficina	5	unidad	$ 40,00	$ 200,00
Estanterías de oficina	3	unidad	$ 35,00	$ 105,00
Archivadores	2	unidad	$ 180,00	$ 360,00
Material de embalaje y etiquetado	3	unidad	$ 250,00	$ 750,00
Total				**$ 1.965,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62

Vehículos

Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Furgoneta van de carga Citroen Jumper	4	Unidad	$ 18.000,00	$72.000,00
Total				**$72.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 63

Depreciación y amortización

Depreciación			
Descripción	**Valor**	**Porcentaje**	**Depreciación**
Equipos de computación	$ 2.200,00	33%	$ 294,80
Muebles y enseres	$ 1.965,00	20%	$ 314,40
Infraestructura	$ 3.500,00	5%	$ 665,00
Vehículos	$ 72.000,00	20%	$ 11.520,00
Maquinaria y equipo	$ 9.350,00	10%	$ 1.683,00
Total			**$ 14.477,20**
Amortización			
Descripción	**Valor**	**´Porcentaje**	**Depreciación**
Gastos de constitución	$ 4.000,00	20%	$ 640,00
Publicidad	$ 1.000,00	20%	$ 160,00
Total			**$ 800,00**

Fuente: Elaboración propia

La determinación de la depreciación se ha realizado empleando el método de depreciación lineal, el cual distribuye de manera uniforme la depreciación durante el período de vida útil del proyecto, establecido en este caso en 5 años.

Tabla 64

Mantenimiento de maquinaria y equipo

Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Celular	1	$ 10,00	$ 10,00
Computadora	1	$ 80,00	$ 80,00
Impresora	1	$ 80,00	$ 80,00
Escáner de código de barras	1	$ 5,00	$ 5,00
Montacargas	1	$ 100,00	$ 100,00
Equipo de etiquetado	1	$ 20,00	$ 20,00
Equipo de embalaje	1	$ 20,00	$ 20,00
Total			**$ 315,00**

Fuente: Elaboración propia

La conservación de los equipos de computación y el software es esencial para garantizar el adecuado desarrollo de las distintas tareas de la empresa y para incrementar su rentabilidad. Se planea llevar a cabo el mantenimiento de los equipos de forma anual

.

Tabla 65

Personal directo e indirecto

Descripción	Consumo Anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Personal directo				
Conductores de reparto	3	Unidad	$ 460,00	$16.560,00
Operadores de almacén	1	Unidad	$ 460,00	$ 5.520,00
Total			**$ 920,00**	**$22.080,00**

Tabla 66

Gastos operativos totales

Gastos Operativos	
Materiales Directos	$ 19.050,00
Materiales Indirectos	$ 2.750,00
Muebles y enseres	$ 1.965,00
Vehículos	$ 72.000,00
Depreciación	$ 14.477,20
Amortización	$ 800,00
Mantenimiento de equipos de maquinaria y equipo	$ 315,00
Total	**$ 111.357,20**

Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Gastos administrativos

Rincón et al. **(2022)** menciona que los gastos administrativos son aquellos desembolsos indispensables para la gestión y dirección general de una empresa de servicios. Estos incluyen los sueldos y beneficios del personal administrativo, el alquiler de oficinas, los suministros de oficina, los servicios públicos, los seguros y otros costos relacionados con la operación y administración del negocio.

A continuación, se enumeran los desembolsos relacionados con la gestión y administración del proyecto:

Tabla 67

Servicios básicos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Agua	1	meses	$ 20,00	$ 240,00
Luz eléctrica	1	meses	$ 30,00	$ 360,00
Internet	1	meses	$ 28,00	$ 336,00
Teléfono	1	meses	$ 18,50	$ 222,00
Total			**$ 96,50**	**$ 1.158,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68

Sueldos y salarios

Descripción	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente	1	$ 600,00	$ 7.200,00
Contador	1	$ 460,00	$ 5.520,00
Secretaria	1	$ 460,00	$ 5.520,00
Total		**$ 1.520,00**	**$18.240,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69

Suministros de oficina

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Resma de papel A4	4	$ 5,00	$ 20,00
Caja de esferos punta fina azul	2	$ 7,00	$ 14,00
Grapadora	2	$ 3,00	$ 6,00
Archivadores	5	$ 2,50	$ 12,50
Cartucho de tinta	4	$ 13,00	$ 52,00
Calculadora	1	$ 12,00	$ 12,00
Tijeras	3	$ 1,00	$ 3,00
Caja de grapas	1	$ 0,50	$ 0,50
Caja de clips	1	$ 0,50	$ 0,50
Perforadora	1	$ 3,00	$ 3,00
Marcador	4	$ 1,00	$ 4,00
Sellos de la empresa	2	$ 15,00	$ 30,00
Total		**$ 63,50**	**$ 157,50**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 70

Gastos Administrativos Totales

Gastos Administrativos	
Servicios básicos	$ 1.158,00
Sueldos y salarios	$ 18.240,00
Suministros de oficina	$ 157,50
Total	**$ 19.555,50**

Fuente: Elaboración propia

6.2.3 Gastos de ventas

De acuerdo con Rincón et al. **(2022)** Los gastos de ventas en una empresa de servicios abarcan los costos vinculados con las estrategias de marketing y promoción destinadas a atraer clientes. Esto implica los sueldos y comisiones del equipo de ventas, los gastos publicitarios en línea, la organización de eventos promocionales, el material de marketing y cualquier otro desembolso dirigido a la captación de clientes potenciales y al cierre de ventas.

A continuación, se detallan los gastos de ventas que tendrá el proyecto:

Tabla 71

Publicidad y propaganda

Descripción	Consumo anual	Valor Unitario	Valor Total
Publicidad y propaganda	1	$ 500,00	$ 500,00
Total		**$ 500,00**	**$ 500,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 72

Sueldos y salarios

Descripción	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Jefe de ventas	1	$ 460,00	$ 5.520,00
Publicista	1	$ 460,00	$ 5.520,00
Total		**$ 920,00**	**$ 11.040,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 73

Gastos de Ventas Totales

Gastos de Ventas	
Publicidad y propaganda	$ 500,00
Sueldos y salarios	$11.040,00
Total	**$11.540,00**

Fuente: Elaboración propia

6.2.4 Gastos financieros

Según lo mencionado por Rincón et al. **(2022)** son aquellos que incluyen los costos vinculados con la financiación y gestión financiera de la empresa. Esto puede abarcar intereses sobre préstamos o líneas de crédito, comisiones bancarias, costos de emisión de valores, así como cualquier otro gasto relacionado con la gestión de la deuda o la inversión de capital.

A continuación, se detallan los gastos financieros que tendrá el proyecto:

Tabla 74

Gastos financieros

Descripción	Monto	Tasa de interés	Interés anual
Préstamo	$ 58.926,00	10,72%	$6.316,87
Apertura de cuenta corriente	$ 300,00		$ 300,00
Total			**$6.616,87**

Fuente: Elaboración propia

6.2.5 Resumen de gastos

Tabla 75

Resumen de gastos del proyecto

Resumen de costos y gastos	
Detalle	**Valor**
Gastos Operativos	
Materiales Directos	$ 19.050,00
Materiales Indirectos	$ 2.750,00
Muebles y enseres	$ 1.965,00
Vehículos	$ 72.000,00

Depreciación	$ 14.477,20
Amortización	$ 800,00
Mantenimiento de equipos de maquinaria y equipo	$ 315,00
Total	**$111.357,20**
Gastos Administrativos	
Servicios básicos	$ 1.158,00
Sueldos y salarios	$ 18.240,00
Suministros de oficina	$ 157,50
Total	**$ 19.555,50**
Gastos de Ventas	
Publicidad y propaganda	$ 500,00
Sueldos y salarios	$ 11.040,00
Total	**$ 11.540,00**
Gastos Financieros	
Préstamo	$ 6.316,87
Apertura de cuenta corriente	$ 300,00
Total	**$ 6.616,87**
Costo total del proyecto	**$149.069,57**

Fuente: Elaboración propia

6.3 Activos

Según Chávez et al. **(2020)**, los activos, pilares fundamentales en contabilidad, son recursos bajo el control de una entidad que han sido adquiridos a partir de eventos pasados y se espera que generen beneficios económicos en el futuro. Este término engloba desde efectivo, inversiones, hasta bienes físicos e intangibles. Su correcta gestión y evaluación es esencial para comprender la salud financiera de una entidad.

6.3.1 Activos corrientes

Como menciona Álvarez y Pizarro **(2022)** Los activos corrientes, dentro del balance de una empresa, abarcan recursos que son líquidos o pueden convertirse fácilmente en efectivo en un plazo de un año, como el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario. Estos representan la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo y sostener sus operaciones.

6.3.1.1 Disponible (Caja, Bancos e Inversiones)

Caja/bancos. En el balance de una empresa representa los recursos en efectivo y en cuentas bancarias disponibles para su uso inmediato. Esta cuenta es crucial para la liquidez y el funcionamiento diario de la empresa **(Solórzano & Mendoza, 2022).**

Tabla 76

Caja/bancos

Caja/Bancos			
Descripción	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Valor total**
Caja	1	$ 500,00	$ 500,00
Bancos	1	$ 500,00	$ 500,00
Total			**$1.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Inventarios. Son los bienes físicos que una empresa tiene para su venta en el curso normal de sus operaciones. La gestión eficaz de inventarios es crucial para la cadena de suministro y las operaciones comerciales de una empresa (Solórzano & Mendoza, 2022)**.**

Tabla 77

Inventarios

Descripción	**Valor**
Inventario de insumos	$ 3.500,00
Total	**$ 3.500,00**

Fuente: Elaboración propia

Inventario= Total insumos / 12

Inventario= $ 3.500,00/12

Inventario= $ 291,67

La empresa Ambato Logistics posee un inventario de insumos anual de $3.500,00 y mensual $291,67.

Tabla 78

Total activo corriente

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Caja	1	$1.000,00	$1.000,00
Bancos	1	$1.000,00	$1.000,00
Inventario de insumos	1	$3.500,00	$3.500,00
Total			**$5.500,00**

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La empresa Ambato Logistics tiene una liquidez total de $2,000.00, sumando la caja y la cuenta de bancos, lo que indica que posee la solvencia necesaria para continuar con el proyecto planificado. Además, dispone de un inventario de insumos valorado en $3,500.00, sumando así un total de activos corrientes de $5,500.00.

6.3.2 Activos No Corrientes

Los activos no corrientes, igualmente conocidos como activos fijos, son aquellos recursos que una organización posee y que no se espera convertir en efectivo en el corto plazo, como propiedades, equipos y activos intangibles. Estos son esenciales para las operaciones a largo plazo y pueden generar beneficios durante varios años **(Álvarez & Pizarro, 2022).**

6.3.2.1 Propiedad, Planta y Equipo

Tabla 79

Equipos de computación

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Celular	1	$ 300,00	$ 300,00
Computadora	1	$ 800,00	$ 800,00
Impresora	1	$ 500,00	$ 500,00
Escáner de código de barras	3	$ 200,00	$ 600,00
Total			**$ 2.200,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 80

Muebles y enseres

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Escritorios	2	$ 275,00	$ 550,00
Sillas de oficina	5	$ 40,00	$ 200,00
Estanterías de oficina	3	$ 35,00	$ 105,00
Archivadores	2	$ 180,00	$ 360,00
Material de embalaje y etiquetado	3	$ 250,00	$ 750,00
Total			**$ 1.965,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 81

Infraestructura

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Instalaciones de la agencia	1	$ 3.500,00	$ 3.500,00
Total			**$ 3.500,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 82

Vehículos

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Furgoneta van de carga Citroen Jumper	4	$18.000,00	$ 72.000,00
Total			**$ 72.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 83

Maquinaria y equipo

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Montacargas	1	$ 9.000,00	$ 9.000,00
Equipo de etiquetado	1	$ 200,00	$ 200,00
Equipo de embalaje	1	$ 150,00	$ 150,00
Total			**$ 9.350,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 84

Terreno

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Terreno	1	$50.000,00	$ 50.000,00
Total			**$ 50.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 85

Total Activos Fijos

Descripción	Costo total
Equipos de computación	$ 2.200,00
Muebles y enseres	$ 1.965,00
Infraestructura	$ 3.500,00
Vehículos	$ 72.000,00
Maquinaria y equipo	$ 9.350,00
Terreno	$ 50.000,00
Total	**$ 139.015,00**

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La tabla 85 exhibe un desglose minucioso de los activos empresariales, reflejando la inversión en varios elementos fundamentales para su funcionamiento. El terreno, valuado en $50,000.00, constituye la base física de la empresa, ofreciendo un activo con perspectivas de apreciación a largo plazo. La infraestructura, con un monto total de $3,500.00, engloba inversiones en instalaciones y mejoras físicas, esenciales para la operatividad eficiente de la empresa.

En lo que respecta a los activos operativos, los vehículos, la maquinaria y equipo, los muebles y enseres, y los equipos informáticos constituyen la infraestructura productiva y administrativa de la empresa. Los vehículos, representando la inversión más considerable con $72,000.00, constituyen una parte sustancial del total de activos. En conjunto, estos activos ascienden a un total de $139,015.00.

6.3.2.2 Activos Intangibles

De acuerdo con Chávez et al. **(2020),** los activos intangibles, valiosos, pero no físicos, incluyen la propiedad intelectual, marcas comerciales y patentes. A menudo son difíciles de valorar, pero pueden tener un impacto significativo en el valor de una empresa y su cabida para generar ingresos a largo plazo.

Tabla 86

Activos diferidos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gastos de constitución	1	$4.000,00	$4.000,00
Publicidad	1	$1.000,00	$1.000,00
Total			**$5.000,00**

Análisis

La tabla 86 muestra de manera desglosada los gastos de constitución y publicidad. Los $4,000.00 asignados a gastos de constitución corresponden a los costos asociados con la creación legal de la empresa, tales como honorarios legales y tasas de registro, siendo esenciales para establecer la base legal de la agencia. Por otro lado, los $1,000.00 destinados a publicidad representan la inversión en la promoción de la agencia y sus servicios de paquetería, crucial para aumentar la visibilidad en el mercado y atraer clientes.

6.4 Pasivo

Chávez et al. **(2020),** mencionan que el pasivo representa las obligaciones financieras de una entidad, incluyendo préstamos, cuentas por pagar y otras deudas. Resulta fundamental para comprender la configuración financiera de una empresa y su aptitud para honrar sus compromisos.

6.4.1 Pasivo a Corto Plazo

El pasivo corriente comprende las deudas financieras que una empresa prevé saldar en el corto plazo, típicamente dentro de un año. Esto abarca cuentas por pagar, préstamos

a corto plazo y porciones del pasivo a largo plazo que vencen en el próximo año **(Chávez et al. 2020).**

Ecuación 2

Tasa circulante

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente}$$

Cálculo

$$Pasivo\ corriente = \frac{Activo\ corriente}{Tasa\ circulante}$$

$$Pasivo\ corriente = \frac{\$\ 5.500{,}00}{2{,}5}$$

$$Pasivo\ corriente = \$2.200{,}00$$

Análisis

Se aplicó la fórmula de la razón circulante, que refleja la proporción entre el activo y el pasivo circulantes, con el propósito de evaluar la aptitud de la empresa para afrontar sus compromisos a corto plazo. Con un activo circulante de $5,500.00 y una razón circulante de 2.5, se determinó que el pasivo circulante ascendía a $2,200.00.

6.4.2 Pasivo a Largo Plazo

El pasivo a largo plazo abarca las obligaciones financieras de una empresa que se proyecta pagar en un lapso superior a un año, tales como préstamos a largo plazo, bonos y arrendamientos a largo plazo **(Chávez et al. 2020).**

6.4.2.1 Capital de Trabajo

Según lo mencionado por Hernández-Celis et al. **(2022),** El capital de trabajo se define como la disparidad entre los activos y los pasivos corrientes de una empresa. Representa los recursos financieros disponibles para sustentar las operaciones cotidianas y hacer frente a las obligaciones a corto plazo. Es crucial para la solidez financiera y la capacidad operativa de una empresa.

Ecuación 3

Capital de trabajo

$$\boldsymbol{Capital\ de\ trabajo = Total\ activo\ corriente - Total\ pasivo\ corriente}$$

Capital de trabajo= $ 5.500,00 - $ 2.200,00

Capital de trabajo= $ 3.300,00

Análisis

La determinación del capital de trabajo, que indica la habilidad de la empresa para respaldar sus actividades cotidianas, arrojó un valor de $ 3.300,00.

6.4.2.2 Resumen de Inversiones

Ecuación 4

Inversión inicial

$$\boldsymbol{Inversión\ inicial = Activos\ fijos + Activos\ diferidos + Capital\ de\ trabajo}$$

Inversión inicial= Activos fijos + Activos diferidos + Capital de trabajo

Inversión inicial= $ 139.015,00 +$ 5.000,00 + $3.300,00

Inversión inicial= $ 147.315,00

Análisis

El cálculo de la inversión inicial, que engloba la suma del activo fijo, los activos diferidos y el capital de trabajo, resulta en un total de $147,315.00. Este monto constituye los fondos financieros requeridos para lanzar y operar la agencia.

6.4.2.3 Financiamiento

Romero et al. **(2022)** mencionan que el financiamiento se refiere a los recursos monetarios o de capital proporcionados a una empresa para financiar sus operaciones, inversiones o actividades comerciales. Puede derivar de una variedad de fuentes, como

préstamos bancarios, emisión de bonos, inversores externos o capital propio de la empresa. El financiamiento es crucial para el progreso y la expansión de una empresa.

Tabla 87

Financiamiento

Financiamiento	Monto	Aportación
Capital propio	$ 88.389,00	60%
Institución financiera	$ 58.926,00	40%
Total	**$ 147.315,00**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 88

Comparación de Entidades Financieras

Instituciones financieras	Monto	Tasa de interés	Meses	Garante
Banco Pichincha	$ 58.926,00	10,72%	48	No
Banco del Austro	$ 58.926,00	11,04%	48	No
Banco del Pacifico	$ 58.926,00	12,35%	48	No

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La tabla 88 presenta las tres alternativas de instituciones financieras para requerir un préstamo de $58,926.00 destinado a financiar el inicio de las actividades de la empresa. Se puede observar que Banco Pichincha ofrece la tasa de interés más baja, con un 10.72%, seguido por Banco del Austro con un 11.04%, y Banco del Pacifico con un 12.35%. Tomando en cuenta lo anterior se determina que la mejor opción para solicitar el crédito es Banco Pichincha.

6.5 Patrimonio

En palabras de Elizalde **(2019)**, El patrimonio de una empresa corresponde al valor total de sus activos menos el valor total de sus pasivos. Constituye una medida de la riqueza neta de la empresa y está conformado por el capital social, las utilidades retenidas y otras reservas.

6.5.1 Capital Accionario

El capital social, también llamado patrimonio social, se refiere al total de dinero invertido por los accionistas en una empresa a cambio de acciones. Este capital representa la propiedad de la empresa y puede ser empleado para financiar sus operaciones y proyectos de inversión **(Elizalde, 2019).**

Tabla 89

Capital accionario

Capital	Valor
Capital propio	$ 88.389,00

Fuente: Elaboración propia

Análisis

En la tabla 89 se puede observar el capital que dispone la empresa para iniciar sus actividades operacionales, constituyendo este capital por fondos propios de la agencia.

6.5.2 Plan de inversión

De acuerdo con lo mencionado por Gaytán **(2020)**, es un documento que detalla los objetivos, estrategias y recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto de inversión. Incluye información sobre la estructura de financiamiento, los costos estimados, el cronograma de ejecución y los posibles riesgos asociados al proyecto. El plan de inversión es fundamental para guiar y gestionar eficazmente el proceso de inversión y maximizar el rendimiento de los recursos financieros de la empresa.

Tabla 90

Plan de inversiones

Inversión	Valor $	Valor %
Activo fijo	$139.015,00	94,37%
Activo diferido	$ 5.000,00	3,39%
Capital de trabajo	$ 3.300,00	2,24%
Total de inversión	**$147.315,00**	**100%**

Capital de trabajo	$ 88.389,00	60,00%
Préstamo	$ 58.926,00	40,00%
Total de inversión	**$147.315,00**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La tabla proporciona una visión detallada de la distribución de la inversión necesaria para establecer la empresa, revelando que el activo fijo representa la parte más significativa con un 94.37% del total, reflejando una fuerte inversión en activos tangibles. Mientras tanto, tanto el activo diferido como el capital de trabajo contribuyen con porcentajes menores pero vitales, ocupando el 3.39% y el 2.24% respectivamente, fundamentales para las operaciones iniciales y continuas. En términos de financiamiento, el 60.00% proviene de fondos propios, mientras que el 40.00% restante se obtiene a través de un préstamo.

6.5.3 Resultados del Ejercicio

Nieto-dorado y Cuchiparte **(2022)** mencionan que los resultados del ejercicio son el conjunto de ingresos, gastos, utilidades o pérdidas que una empresa ha obtenido durante un período contable específico. Estos resultados se reflejan en el estado de resultados y son fundamentales para evaluar el desempeño financiero y operativo de la empresa.

6.6 Estado de Resultados Proyectados

Tabla 91

Estado de resultados proyectados

Estado de Resultados					
Ambato Logistics Cia. Ltda.					
	2025	**2026**	**2027**	**2028**	**2029**
Ingresos	**$ 319.786,56**	**$ 330.848,20**	**$ 342.292,47**	**$ 354.132,61**	**$ 366.382,30**
(-) Gastos Operativos	$ 111.357,20	$ 113.060,97	$ 114.790,80	$ 116.547,10	$ 118.330,27
(=) Utilidad Bruta	**$ 208.429,36**	**$ 217.787,24**	**$ 227.501,67**	**$ 237.585,51**	**$ 248.052,03**
(-) Gastos Administrativos	$ 19.555,50	$ 19.854,70	$ 20.158,48	$ 20.466,90	$ 20.780,04
(-) Gastos Financieros	$ 6.616,87	$ 4.962,65	$ 3.308,43	$ 1.654,22	$ -
(-) Gastos de Ventas	$ 11.540,00	$ 11.716,56	$ 11.895,83	$ 12.077,83	$ 12.262,62
(=) Utilidad antes de participación laboral	**$ 170.716,99**	**$ 181.253,32**	**$ 192.138,94**	**$ 203.386,56**	**$ 215.009,37**
(-) 15% de participación de trabajadores	$ 25.607,55	$ 27.188,00	$ 28.820,84	$ 30.507,98	$ 32.251,41
(=) Utilidad antes de impuestos	**$ 145.109,44**	**$ 154.065,33**	**$ 163.318,10**	**$ 172.878,58**	**$ 182.757,96**
(-) 25% Impuesto a la renta	$ 36.277,36	$ 38.516,33	$ 40.829,52	$ 43.219,64	$ 45.689,49
(=) Utilidad Neta	**$ 108.832,08**	**$ 115.548,99**	**$ 122.488,57**	**$ 129.658,93**	**$ 137.068,47**
(+) Cargos de depreciación	$ 14.477,20	$ 14.477,20	$ 14.477,20	$ 14.477,20	$ 14.477,20
(+) Cargos de amortización	$ 800,00	$ 800,00	$ 800,00	$ 800,00	$ 800,00
(-) Pago a principales	$ 1.654,22	$ 1.831,55	$ 2.027,89	$ 2.245,28	$ 2.485,97
(=) Flujo neto de efectivos	**$ 122.455,07**	**$ 128.994,65**	**$ 135.737,88**	**$ 142.690,85**	**$ 149.859,70**

Fuente: Elaboración propia

6.7 Situación financiera

Se refiere a su capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras y generar beneficios económicos. Incluye la evaluación de los activos, pasivos, patrimonio, liquidez, solvencia y rentabilidad. La situación financiera proporciona información clave sobre la salud financiera y la viabilidad a largo plazo de la empresa **(Sáenz, 2020).**

6.8 Situación Financiera Proyectada

Tabla 92

Situación Financiera Proyectada

Estado de Resultados						
Ambato Logistics Cia. Ltda.						
	2024	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**	**2029**
ACTIVOS						
Activo Corriente	**$ 4.500,00**	**$ 4.568,85**	**$ 4.638,75**	**$ 4.709,73**	**$ 4.781,79**	**$ 4.854,95**
Caja	$ 500,00	$ 507,65	$ 515,42	$ 523,30	$ 531,31	$ 539,44
Bancos	$ 500,00	$ 507,65	$ 515,42	$ 523,30	$ 531,31	$ 539,44
Inventarios	$ 3.500,00	$ 3.553,55	$ 3.607,92	$ 3.663,12	$ 3.719,17	$ 3.776,07
Fijos						
Activo no corriente	**$ 79.665,00**	**$ 65.187,80**	**$ 50.710,60**	**$ 36.233,40**	**$ 21.756,20**	**$ 7.279,00**
Equipos de computación	$ 2.200,00	$ 2.200,00	$ 2.200,00	$ 2.200,00	$ 2.200,00	$ 2.200,00
Muebles y enseres	$ 1.965,00	$ 1.965,00	$ 1.965,00	$ 1.965,00	$ 1.965,00	$ 1.965,00
Infraestructura	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00
Vehículos	$ 72.000,00	$ 72.000,00	$ 72.000,00	$ 72.000,00	$ 72.000,00	$ 72.000,00
Maquinaria y equipo	$ 9.350,00	$ 9.350,00	$ 9.350,00	$ 9.350,00	$ 9.350,00	$ 9.350,00
(-) Depreciación		$ 14.477,20	$ 28.954,40	$ 43.431,60	$ 57.908,80	$ 72.386,00
Activos diferidos	**$ 5.000,00**	**$ 4.200,00**	**$ 3.400,00**	**$ 2.600,00**	**$ 1.800,00**	**$ 1.000,00**
Constitución	$ 4.000,00	$ 4.000,00	$ 4.000,00	$ 4.000,00	$ 4.000,00	$ 4.000,00
Publicidad	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00
(-) Amortización		$ 800,00	$ 1.600,00	$ 2.400,00	$ 3.200,00	$ 4.000,00
TOTAL ACTIVOS	**$ 89.165,00**	**$ 73.956,65**	**$ 58.749,35**	**$ 43.543,13**	**$ 28.337,99**	**$ 13.133,95**
PASIVOS						
Pasivo corriente	**$ 2.200,00**	**$ 2.233,66**	**$ 2.267,83**	**$ 2.302,53**	**$ 2.337,76**	**$ 2.373,53**
Pasivo circulante	$ 2.200,00	$ 2.233,66	$ 2.267,83	$ 2.302,53	$ 2.337,76	$ 2.373,53
Pasivo no corriente	**$ 58.926,00**	**$ 44.194,50**	**$ 29.463,00**	**$ 14.731,50**	**$ -**	**$ -**
Préstamo por pagar	$ 58.926,00	$ 44.194,50	$ 29.463,00	$ 14.731,50		
TOTAL PASIVO	**$ 61.126,00**	**$ 46.428,16**	**$ 31.730,83**	**$ 17.034,03**	**$ 2.337,76**	**$ 2.373,53**
PATRIMONIO						
Capital	$ 88.389,00	$ 91.659,39	$ 95.050,79	$ 98.567,67	$102.214,67	$105.996,62
TOTAL	**$ 88.389,00**	**$ 91.659,39**	**$ 95.050,79**	**$ 98.567,67**	**$102.214,67**	**$105.996,62**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$149.515,00**	**$138.087,55**	**$126.781,63**	**$115.601,70**	**$104.552,44**	**$108.370,15**

Fuente: Elaboración propia

6.9 Flujo de Caja

Es el flujo de efectivo que entra y sale de una empresa durante un período determinado. Esta es una medida esencial de la liquidez y la habilidad de una empresa para producir suficiente efectivo para cubrir sus gastos operativos, inversiones y compromisos financieros. Examinar el flujo de caja habilita a los gerentes financieros para tomar decisiones bien fundamentadas sobre la administración de los recursos y la planificación financiera **(Cuesta & Vásconez, 2021)**.

Tabla 93

Flujo de caja

Flujo de Caja						
Ambato Logistics Cia. Ltda.						
Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
INGRESOS OPERACIONALES	**$ 147.315,00**	**$309.094,76**	**$319.786,56**	**$330.848,20**	**$342.292,47**	**$354.132,61**
(+) Recursos propios	$ 88.389,00					
(+) Recursos ajenos	$ 58.926,00					
(+) Ingresos por ventas		$309.094,76	$319.786,56	$330.848,20	$342.292,47	$354.132,61
(-) Egresos Operacionales		**$ 37.712,37**	**$ 36.533,91**	**$ 35.362,74**	**$ 34.198,95**	**$ 33.042,67**
(+) Gastos financieros		$ 6.616,87	$ 4.962,65	$ 3.308,43	$ 1.654,22	
(+) Gastos de ventas		$ 11.540,00	$ 11.716,56	$ 11.895,83	$ 12.077,83	$ 12.262,62
(+) Gastos administrativos		$ 19.555,50	$ 19.854,70	$ 20.158,48	$ 20.466,90	$ 20.780,04
(=) Flujo operacional	**$ 147.315,00**	**$271.382,39**	**$283.252,65**	**$295.485,47**	**$308.093,52**	**$321.089,94**
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		**$ 6.316,87**	**$ 4.737,65**	**$ 3.158,43**	**$ 1.579,22**	**$ -**
(+) Interés pago crédito a largo plazo		$ 6.316,87	$ 4.737,65	$ 3.158,43	$ 1.579,22	$ -
Otros egresos	$ 300,00					
(=) Flujo no operacional	**$ 300,00**	**$ 6.316,87**	**$ 4.737,65**	**$ 3.158,43**	**$ 1.579,22**	**$ -**
(=) FLUJO DE CAJA	**$ 147.015,00**	**$265.065,52**	**$278.515,00**	**$292.327,03**	**$306.514,31**	**$321.089,94**

Fuente: Elaboración propia

6.10 Punto de Equilibrio

De acuerdo Peña **(2019)** el punto de equilibrio representa el nivel de ventas en el cual los ingresos totales igualan a los costos totales, resultando en ganancias ni pérdidas. Este punto es un indicador crucial para evaluar la viabilidad financiera de un proyecto o negocio, al mostrar el nivel mínimo de ventas requerido para cubrir tanto los costos fijos como variables.

Tabla 94

Punto de equilibrio

Detalle	Gastos fijos	Valor	Gastos variables	Valor
Gastos operativos	Cargo de depreciación	$14.477,20	Materiales indirectos	$ 2.750,00
	Cargo de amortización	$ 800,00	Vehículos	$ 72.000,00
	Mantenimiento de maquinaria y equipo	$ 315,00	Personal directo	$ 22.080,00
	Muebles y enseres	$ 1.965,00		
Gastos administrativos	Servicios básicos	$ 1.158,00	Suministros de oficina	$ 157,50
	Sueldos y salarios	$18.240,00		
Gastos de ventas	Sueldos y salarios	$11.040,00	Publicidad y propaganda	$ 500,00
Gastos financieros	Interés préstamo bancario	$ 6.616,87		
Total	**Gastos fijos**	**$54.612,07**	**Gastos variables**	**$ 97.487,50**
	Total			**$ 152.099,57**

Fuente: Elaboración propia

Ecuación 5

Punto de equilibrio monetario

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos variables

V: Ventas

$$\text{PE} = \frac{54.612,07}{1 - \frac{97.487,50}{309.094,76}} \qquad \text{PE} = 79.771,86$$

$$\text{PE} = \frac{54.612,07}{1 - 0,3153}$$

Análisis

El punto de equilibrio de Ambato Logistics, se sitúa en un nivel de ingresos de $79.771,86 en términos de unidades monetarias. Este es el umbral que la empresa necesita alcanzar para comenzar a obtener ganancias y recuperar la inversión realizada.

6.10.1 Punto de equilibrio en servicios

Ecuación 6

Punto de equilibrio en servicios

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

PVU: Precio de venta al público

CVU: Costo variable unitario

$$\text{PE} = \frac{54.612,07}{7,50 - 1,45}$$

$$\text{PE} = \frac{54.612,07}{6,05}$$

$$\text{PE} = 9.026,79$$

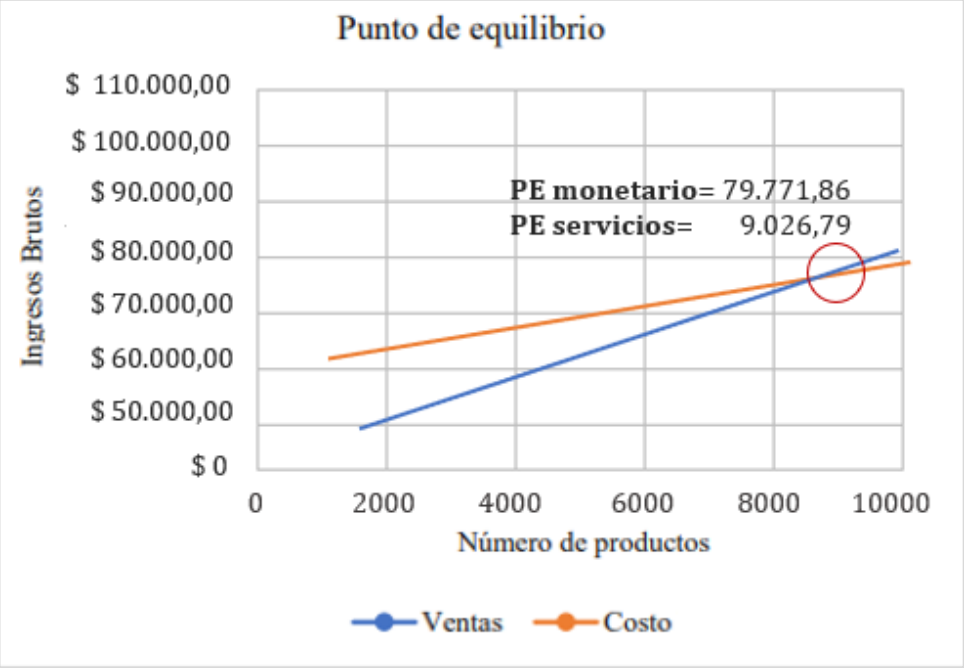
Análisis

El punto de equilibrio en servicios para Ambato Logistics es de 9.026,79 servicios anuales. Este número es crucial ya que representa la cantidad de servicios que la empresa debe proporcionar para empezar a obtener ganancias y recuperar la inversión inicial.

6.10.2 Gráfico

Gráfico 31

Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

6.11 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada

Según lo mencionado por Fajardo et al**. (2019)** la TMAR es el nivel mínimo de retorno que los inversores esperan recibir de una inversión para compensar el riesgo asociado. Esta tasa refleja el costo de oportunidad de los fondos y representa el rendimiento que podría obtenerse al invertir en alternativas de similar riesgo en el mercado financiero. La TMAR se emplea como punto de referencia para evaluar la rentabilidad de proyectos de inversión y para tomar decisiones de financiamiento.

6.11.1 Cálculo TMAR 1 Sin financiamiento

Ecuación 7

Tasa mínima aceptable de rendimiento 1

$$\boldsymbol{TMAR\ 1 = i + f}$$

Donde:

TMAR: tasa mínima aceptable de rendimiento

i: riesgo país (14,25%) al 1 de enero del 2024

f: inflación (1,53%) BCE noviembre 2023

Cálculo

Tmar 1= i + f

Tmar 1= 14,25% + 1,53%

Tmar 1= 15,78%

La tasa mínima aceptable de rendimiento es de 15,78%.

6.11.2 Cálculo TMAR 2 Con financiamiento

Ecuación 8

Tasa mínima aceptable de rendimiento 2

$$\boldsymbol{TMAR\ 2 = i + f(2)}$$

Donde:

TMAR: tasa mínima aceptable de rendimiento

i: riesgo país (14,25%) al 1 de enero del 2024

f: inflación (1,53%) BCE noviembre 2023

Tmar 2= i + f (2)

Tmar 2= 14,25% + 1,53% x 2

Tmar 2= 17,31%

La tasa mínima aceptable de rendimiento es de 17,31%.

6.11.3 Cálculo TMAR 1 global mixto

Tabla 95

TMAR 1 Global Mixto

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportación	Tmar 1	Ponderación
Capital propio	$88.389,00	60%	15,78%	9,47%
Institución financiera	$58.926,00	40%	10,72%	4,29%
Total	**$147.315,00**	**100%**		**13,76%**

Fuente: Elaboración propia

6.11.4 Cálculo TMAR 2 global mixto

Tabla 96

TMAR 2 Global Mixto

Fuentes de financiamiento	Monto	% de aportación	Tmar 2	Ponderación
Capital propio	$88.389,00	60%	17,31%	10,39%
Institución financiera	$58.926,00	40%	10,72%	4,29%
Total	**$147.315,00**	**100%**		**14,67%**

Fuente: Elaboración propia

La tasa de rendimiento mínima aceptable con financiamiento se sitúa en 13,76% y 14.67%, lo que indica un nivel de riesgo moderado para los inversionistas. Este hecho hace que el proyecto sea considerado como viable y estable.

6.12Indicadores Financieros tiempo presente

De acuerdo con lo mencionado por Macías y Delgado **(2023)**, los indicadores financieros en tiempo real son instrumentos de análisis empleados para evaluar la salud financiera y el desempeño actual de una empresa. Estos indicadores ofrecen datos sobre la rentabilidad, liquidez, eficiencia y solvencia operativa de la empresa en el momento presente.

6.12.1 Índice de solvencia

El índice de solvencia mide la capacidad de una empresa para pagar sus deudas a largo plazo, usando activos sobre pasivos.

$$Solvencia = \frac{Activo\ total}{Pasivo\ total}$$

$$Solvencia = \frac{\$\ 89.165{,}00}{\$\ 61.126{,}00}$$

$$Solvencia = \$1{,}46$$

La aplicación del índice de solvencia mostró que Ambato Logistics recupera $1.46 por cada dólar invertido.

6.12.2 Índice de liquidez

El índice de liquidez determina la habilidad de una empresa para cumplir obligaciones a corto plazo, calculando activos corrientes sobre pasivos corrientes.

$$Liquidez = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente}$$

$$Liquidez = \frac{\$\ 4.500{,}00}{\$\ 2.200{,}00}$$

$$Liquidez = \$2{,}05$$

La empresa Ambato Logistics tiene una liquidez de $2.05, lo que le permite cubrir sus obligaciones a corto plazo.

6.12.3 Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento indica cuánto de los activos de una empresa está financiado por deudas, calculado como pasivos totales sobre activos totales.

$$Endeudamiento = \frac{Pasivo\ total}{activo\ total} * 100\%$$

$$Endeudamiento = \frac{\$\ 61.126{,}00}{\$\ 89.165{,}00} * 100\%$$

$$Endeudamiento = 68{,}55\%$$

La división del pasivo total entre los activos totales arrojó un índice de endeudamiento del 68.55%.

6.12.4 Índice de Apalancamiento

El índice de apalancamiento mide el uso de deuda frente a capital propio para financiar los activos de la empresa.

$$Apalancamiento = \frac{Activo\ total}{Patrimonio}$$

$$Apalancamiento = \frac{\$\ 89.165{,}00}{\$\ 88.389{,}00}$$

$$Apalancamiento = \$1{,}01$$

El cálculo del índice de apalancamiento arrojó un valor de $1,01, indicando que por cada dólar de capital propio, la empresa posee $1,01 en activos.

6.13 Evaluadores de tiempo futuro

6.13.1 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN)

De Freitas **(2021)** lo define como una medida financiera empleada en la evaluación de proyectos de inversión. Representa la discrepancia entre el valor presente de los flujos de efectivo futuros generados por un proyecto y el desembolso inicial requerido para su ejecución. Un VAN positivo indica que el proyecto generará un rendimiento sobre la inversión superior a la tasa de descuento utilizada, mientras que un VAN negativo indica lo contrario. El VAN es un criterio primordial para determinar la viabilidad financiera de un proyecto.

6.13.1.1 Cálculo VAN 1

Para calcular el Valor Actual Neto 1, se empleó la tasa mínima aceptable previamente obtenida de 13.76%. El VAN tiene como objetivo evaluar los flujos de ingresos y egresos de la inversión inicial para determinar su rentabilidad.

Ecuación 9

Valor actual neto 1

$$VAN\ 1 = -I_O + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Donde:

Io= Inversión inicial

F= Flujo neto de efectivo

I= Tasa mínima aceptable de rendimiento

$$VAN\ 1 = -I_O + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN\ 1 = -\ \$147.315{,}00\ + \frac{\$\ 122.455{,}07}{(1+13{,}76\%\ )^1} + \frac{\$\ 128.994{,}65}{(1+13{,}76\%\ )^2} + \frac{\$\ 135.737{,}88}{(1+13{,}76\%\ )^3} + \frac{\$\ 142.690{,}85}{(1+13{,}76\%\ )^4} + \frac{\$\ 149.859{,}70}{(1+13{,}76\%\ )^5}$$

VAN 1= $316.107,98

El cálculo del VAN 1 arrojó un valor de $316,107.98, basado en la TMAR 1 previamente calculada del 13.76%.

6.13.1.2 Cálculo VAN 2

Para calcular el Valor Actual Neto 2, se empleó la tasa mínima aceptable previamente obtenida de 14,67%. El VAN tiene como finalidad evaluar los flujos de ingresos y gastos de la inversión inicial para determinar su rentabilidad.

Ecuación 10

Valor actual neto 2

$$VAN\ 2 = -I_O + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN\ 2 = -\ \$147.315{,}00\ + \frac{\$122.455{,}07}{(1+14{,}67\%\ )^1} + \frac{\$128.994{,}65}{(1+14{,}67\%\ )^2} + \frac{\$135.737{,}88}{(1+14{,}67\%\ )^3} + \frac{\$142.690{,}85}{(1+14{,}67\%\ )^4} + \frac{\$149.859{,}70}{(1+14{,}67\%\ )^5}$$

VAN 2= $305.664,91

El cálculo del VAN 2 arrojó un valor de $305.664,91, basado en la TMAR 2 previamente calculada del 14.67%.

6.13.2 Tasa beneficio-costo

Rodríguez et al. **(2020)**, lo describen como un indicador crucial en la evaluación de proyectos de inversión. Representa la relación entre los beneficios netos y los costos totales del proyecto. Una Tasa de Beneficio-Costo (TBC) superior a 1 indica que los beneficios superan a los costos, lo que sugiere viabilidad financiera. Se trata de una herramienta esencial para tomar decisiones de inversión informadas.

Ecuación 11

Relación beneficio-costo

$$\text{B}eneficio - Costo = \frac{\sum Ingresos\ Brutos}{\sum Costos\ totales\ del\ royecto}$$

$$\text{B}eneficio - Costo = \frac{\$\ 1.713.442,14}{\$\ 176.850,63}$$

Beneficio-Costo= $9,69

La relación beneficio-costo de Ambato Logistics es de $9.69 por cada dólar invertido, lo que lo hace un proyecto atractivo al poder generar ingresos suficientes para cubrir la inversión.

6.13.3 Periodo de recuperación de la inversión

Es el periodo requerido para que una inversión recupere su costo inicial mediante los flujos de efectivo generados. Es un indicador sencillo que ilustra la velocidad con la que se recupera el capital invertido, siendo un criterio significativo en la evaluación de proyectos de inversión **(Pabón, 2023).**

Ecuación 12

Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{PRI} = \frac{Inversió\ inicial}{\frac{\sum Costos\ totales\ del\ royecto}{Nímero\ de\ años}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\$147.315,00}{\frac{\$\ 679.738,14}{5}}$$

PRI= 1,1

1 año, 1 mes

El periodo de recuperación de la inversión perteneciente a la empresa Ambato Logistics es de 1 año y 1 mes.

6.13.4 Tasa interna de retorno (TIR)

Es un indicador financiero que denota la tasa de retorno de un proyecto de inversión. Representa el porcentaje de descuento que hace que el valor actual neto (VAN) de los flujos de efectivo futuros del proyecto sea nulo. Una Tasa Interna de Retorno (TIR) mayor que la tasa de descuento utilizada sugiere que el proyecto es rentable **(Fajardo et al., 2019).**

Ecuación 13

Tasa interna de retorno

$$TIR = TMAR\ 1 + (TMAR\ 2 - TMAR\ 1)(\frac{VAN\ 1}{VAN\ 1 - VAN\ 2})$$

$$TIR = 13{,}76\% + (14{,}67\% - 13{,}76\%)(\frac{\$\ 316.107{,}98}{\$\ 316.107{,}98 - \$\ 305.664{,}91})$$

TIR= 41,54%

La TIR de Ambato Logistics es del 41.54%, lo que indica que el proyecto es factible ya que supera la TMAR establecida.

6.14 Análisis de sensibilidad

Para evaluar el proyecto, se diseñaron dos escenarios hipotéticos: uno optimista y otro pesimista. En el primero, se aumentaron los ingresos brutos proyectados en un 10%, mientras que en el segundo se redujeron en la misma proporción.

Datos				
VAN 1	$ 316.107,98	**R B/C**	$9,69	
VAN 2	$ 305.664,91	**PRI**	1,1	1 año, 1 mes
TIR	41,54%			
Escenario pesimista (-10%)		Escenario optimista (+10%)		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 97

Análisis de sensibilidad

Variaciones	Escenario (+)	Valor	Dato real	Escenario (-)	Valor
VAN 1	10%	$ 347.718,78	$ 316.107,98	10%	$284.497,18
VAN 2	10%	$ 336.231,40	$ 305.664,91	10%	$275.098,42
TIR	10%	45,70%	41,54%	10%	37,39%
R B/C	10%	$ 10,66	$9,69	10%	$ 8,72
PRI	10%	1,2	1,1	10%	1,0
PRI tiempo	10%	1 año, 2 meses	1 año, 1 mes	10%	1 año

Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de sensibilidad de Ambato Logistics, el escenario positivo muestra un aumento del 10% en los indicadores. Para el VAN 1, el valor es de $347,718.78, para el VAN 2 es de $336,231.40, la TIR alcanza el 45.70%, el RCB es de $10.66 y el PRI es de 1 año y 2 meses. En contraste, el escenario negativo presenta una disminución del 10% en los mismos indicadores. El VAN 1 es de $284,497.18, el VAN 2 es de $275,098.42, la TIR es del 37.39%, el RCB es de $8.72 y el PRI es de 1 año.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- La creación de una agencia de servicios logísticos de paquetería en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, busca establecer un negocio moderno e innovador para cumplir y superar las expectativas de los clientes que requieren soluciones logísticas eficientes y confiables. Con un 83,55% de la población de Ambato demandando estos servicios al menos tres veces al mes, el mercado ofrece una oportunidad significativa.

- El estudio técnico y administrativo para Ambato Logistics Cia. Ltda. posiciona a la empresa en una zona estratégica de Ambato, específicamente en el sector de Huachi San Francisco, optimizando la conectividad y el acceso a rutas clave de transporte. Esta ubicación es crucial para facilitar servicios de paquetería eficientes y permite considerar la expansión futura, ofreciendo servicios superiores y convirtiéndose en una fuente importante de empleo.

- El estudio económico para Ambato Logistics Cia. Ltda. indica una inversión inicial requerida de $147,315.00, de los cuales el 60% será cubierto por capital propio, sumando $88,389.00, y el 40% restante se financiará mediante un préstamo bancario de $58,926.00. Esta inversión se destinará a la adquisición de elementos esenciales para el servicio, como vehículos, infraestructura tecnológica y otros equipos necesarios para el lanzamiento de la organización.

- Los resultados del estudio financiero fueron muy positivos, demostrando la viabilidad de este nuevo modelo de negocio. El proyecto mostró un VAN 1 de $316,107.98 y un VAN 2 de $305,664.91, confirmando que el modelo de negocio es factible y rentable.

7.2 Recomendaciones

- Para Ambato Logistics Cia. Ltda., es crucial seleccionar adecuadamente las herramientas de recopilación de información. En proyectos de gran magnitud, disponer de datos exactos y fiables es fundamental. La encuesta realizada resultó ser una herramienta efectiva para comprender las preferencias del mercado objetivo. Se recomienda continuar utilizando métodos confiables y representativos para la recolección de datos que permitan una planificación informada y una toma de decisiones efectiva.

- Un estudio de mercado es esencial para que Ambato Logistics se mantenga actualizada con las últimas tendencias e innovaciones necesarias para seguir siendo competitiva. Este análisis es crucial para identificar oportunidades y amenazas en el entorno de mercado. La empresa debe utilizar los medios de comunicación más actuales y populares para maximizar el tráfico de clientes y fortalecer su posición en el mercado logístico de paquetería.

- Es importante que Ambato Logistics revise y actualice sus estrategias de marketing regularmente. Las preferencias de los consumidores cambian con rapidez, por lo que la empresa debe adaptarse continuamente para mantener una relación sólida con sus clientes. Ofrecer servicios de alta calidad que se alineen con las demandas actuales es vital, ya que una experiencia positiva del cliente es una herramienta poderosa para la promoción y fidelización.

- Ambato Logistics debe realizar un seguimiento constante de sus indicadores financieros para obtener métricas de gestión que faciliten la toma de decisiones proactiva y la prevención de problemas futuros. Estos indicadores deben aplicarse en todas las áreas de la empresa para evaluar continuamente la viabilidad y sostenibilidad de sus operaciones. Además, la empresa debe invertir en la capacitación y desarrollo continuo de su personal, explorar nuevas tecnologías para optimizar sus operaciones y considerar alianzas estratégicas con otras empresas del sector para lograr beneficios mutuos y asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

REFERENCIAS

Moneda Única. (25 de octubre de 2021). *La logística internacional y los operadores logísticos.* Obtenido de Moneda Única: https://www.monedaunica.net/2021/10/la-logistica-internacional-y-los-operadores-logisticos/

Acosta, S., Laines, B., & Piña, G. (2023). *Estadística Inferencial (CE29), ciclo 2014-1*. Repositorio académico UPC. Obtenido de http://hdl.handle.net/10757/316022

Álvarez, P., & Pizarro, S. (2022). Activo corriente en la rentabilidad de la empresa Proimec S.A del cantón Manta. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN, 6*(11), 2-13. doi:10.46296/yc.v6i11.0190

Araya-Pizarro, S., & Araya-Pizarro, C. (2019). Priorización Multicriterio de Mercados Potenciales de Comercio Justo. *Información tecnológica, 30*(5), 309-318. doi:https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309

Arteaga, G., Carrillo, E., & Ramones, G. (2022). Determinación de la demanda insatisfecha para la implementación de un. *Polo del conocimiento, 7*(8), 808-822. doi:10.23857/pc.v7i8

Barreto, E., Palma, G., Vélez, L., & Galarza, L. (2022). Análisis de las estrategias de comercialización y su incidencia en el desarrollo. *Revista científica Domicio de las ciencias, 8*(2), 740-753. doi:10.23857/dc.v8i2.2781

Bú-Alba, B. (2022). Diseño organizacional: La búsqueda del éxito. *Revista Sociedad &, 5*(1), 57-72. doi:https://doi.org/10.51247/st.v5i1.189

Cadena, E., Mediavilla, E., Paladines, A., Rodriguez, N., & Velasco, D. (2021). Análisis de la aplicación del muestreo aleatorio en diferentes casos de estudio, una revisión de literatura. *Revista electrónica TAMBARA, 14*, 1-12. Obtenido de https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/MuestreoAleatorio_Rodriguez-et-al.pdf

Campos, J. (2022). Formulación de un sistema de control gerencial basado en Cuadro de Mando Integral para un departamento de Tecnologías de la Información. Caso de estudio: Environmental Solutions de Venezuela, C.A. *Resvista Espacios, 43*(10), 1-17. doi:10.48082/espacios-a22v43n10p08

Chávez, C., Chávez, R., & Maza, J. (2020). Activos y pasivos por impuestos diferidos Nic 12, un análisis desde Ecuador. *Universidad y Sociedad, 12*(2), 452-457. Obtenido de http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n2/2218-3620-rus-12-02-452.pdf

Chichande, S., Del Peso, W., Gutiérrez, J., & Pincay-Mendoza, Y. (2023). Costos operativos y rentabilidad de la Asociación "Asesagra" del cantón Jipijapa,. *Polo del Conocimiento, 8*(2), 1254-1271. doi:10.23857/pc.v8i2

Cuesta, C., & Vásconez, L. (2021). Gestión del flujo de caja en situaciones de crisis . *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología, 8*(2), 479-507. doi:10.35381/cm.v7i2.519

De Freitas, D. (2021). Valoración de activos intangibles basados en la metodología de opciones reales para evaluar inversiones tecnológicas. *Actualidad Contable Faces, 24*(42), 36-94. doi:10.53766/ACCON/2021.42.02

Delgado, A., & Ramos, A. (2021). La esencia de las organizaciones azules: cómo son las empresas líderes. En A. Delgado, & A. Ramos, *Organizaciones azules: líderes de la era digital* (págs. 1-19). Barcelona: Virtuts Angulo. Obtenido de https://www.marcialpons.es/media/pdf/capitulo-gratis-organizaciones-azules-lideres-de-la-era-digital.pdf

El Comercio. (15 de Junio de 2023). *Comercio electrónico en Ecuador crecerá un 25% en 2023.* Obtenido de El Comercio: https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/comercio-electronico-ecuador-crecera-ecuador-negocios.html

Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *Digital Publisher , 4*(54), 1-10. doi:10.33386/593dp.2019.5-1.159

Equipo Editorial. (2020). *Estructura y diseño organizativo.* España: Editorial Elearning. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=oSPvDwAAQBAJ&lpg=PA1&pg=PA2#v=onepage&q&f=false

Fajardo, L., Girón, M., Vásquez, C., Fajardo, L., Zúñiga, X., Solís, L., & Pérez, J. (2019). Valor actual neto y tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las inversiones. *Revista investigación operacional, 40*(4), 469-474. Obtenido de https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2019/07/30/articulo_20197301229 17.pdf

Fernández, P., & Malegarie, J. (2019). Técnicas y tecnologías: encuestas via web, desafíos metodológicos en el diseño, campo y análisis. *XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*, 1-16. Obtenido de https://www.aacademica.org/000-023/12

Flores, M., Guerrero, C., & González, F. (2020). Localización de empresas usando lógica difusa: estrategia para su posicionamiento. *Contaduría y Administración, 65*(2), 1-22. doi:https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1924

Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios*(42), 1-11. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571864273008

Hernández-Celis, J., Hernández-Vallejos, L., Hernández-Celis, D., & Hernández-Vallejos, A. (2022). Inferencia del capital de trabajo en el desarrollo empresarial. *TecnoHumanismo. Revista Científica, 2*(2), 98-107. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8326414.pdf

INEC. (2019). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf

INEC. (2020). *Boletín Técnico No. 01-2020-DIEE*. Ecuador en cifras. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Boletin_Tecnico_DIEE_2019.pdf

INEC. (2022). *Censo Ecuador*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/

Lora-Guzmán, H., & Prieto-Flórez, J. (2021). El Papel del Gerente y la Prospectiva en Escenarios de Crisis. *Revista Científica Anfibios, 4*(1), 1-14. doi:https://doi.org/10.37979/afb.2021v4n1.86

Macías, F., & Delgado, M. (2023). Indicadores financieros y su relación con la toma de decisiones. *Revista polo del conocimiento, 8*(2), 895-918. doi:10.23857/pc.v8i2

Majía-Matute, S., Pinos.Luzuriaga, L., Guerrero, M., & Reyes, C. (2022). Análisis del entorno para el sector de fabricación de substancias y productos químicos en el Ecuador en el período 2010 - 2020. *Observatorio empresarial*. Obtenido de https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/obsemp/article/view/533

Maliza, G., Castro, M., & Maliza, A. (2023). Sociedades comerciales en Ecuador: análisis comparativo. *X-Pedientes Económicos, 7*(17), 69-86. Obtenido de https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/download/141/119/351

Manrique, L., Revilla, D., & Valle, A. (2022). La Investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación. *Pontificia Universidad Católica del Perú Facultad de Educación*, 1-57. Obtenido de https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182854

Mantilla Falcón , L., Ruiz Guajala, M., Mayorga Abril, C., & Vilcacundo Córdova, A. (2015). La competitividad de las Pymes manufactureras de Ambato - Ecuador. *PANORAMA ECONÓMICO, 22*(1), 17-30. Obtenido de https://revistas.unicartagena.edu.co/flip/index.php?pdf=https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/download/1371/1266

Maps, G. (2024). *Ciudad de Ambato*. Obtenido de https://www.google.com/maps/place/Ambato/@-1.2555028,-78.6555376,13.35z/data=!4m6!3m5!1s0x91d381a37fef551f:0x7a2dbc24d832161b!8m2!3d-1.2543408!4d-78.6228504!16zL20vMDNfX20w?entry=ttu

Medianero, D., Sánchez, M., Vigil, S., & Vigo, V. (2019). *Manual de Diseño de Proyectos de Desarrollo Sostenible.* Asociación Los Andes de Cajamarca. Obtenido de https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf

Molina-Granja, F., Barba-Maggi, L., & Molina-Valdiviezo, L. (2022). Estudio de demanda y empleabilidad de la carrera de. *CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies / Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação) Proceedings,*, 1-5. Obtenido de https://research-ebsco-com.uta.lookproxy.com/linkprocessor/plink?id=fe7f0d97-d18c-3947-b8db-335b20c4c765.

Munuera, J., & Rodríguez, A. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección.* ESIC Editorial. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Estrategias_de_marketing_Un_enfoque_basa/tgneDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estudio%20de%20mercado&pg=PP1&printsec=frontcover

Navas, G., Peña, D., Silva, N., & Mayorg, M. (2021). Costos de producción y la determinación de precios del chocolate de la asociación “Las Delicias del Triunfo”. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores., 9*(114), 1-28. doi:https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.3027

Nieto-Dorado, W., & Cuchiparte, J. (2022). Análisis e interpretación de los Estados Financieros y su incidencia en la toma de decisiones para una Pyme de servicios durante los períodos 2020 y 2021. *Revista científica domine las ciencias, 7*(3), 1062-1085. doi:10.23857/dc.v7i4

Niño, N., & Camelo, I. (2020). Modelo de fiabilidad y validez de la fuerza competitiva de Porter “amenaza de entrantes potenciales”: hallazgos desde el sector financiero colombiano. *Contaduría y administración, 65*(2), 1-27. doi:.https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1796

Pabón, P. (2023). *Matemáticas financieras con Excel, normas colombianas y NIIF*. Bogotá: Editorial UniMagdalena. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Matem%C3%A1ticas_financieras_con_Excel_norma/l03IEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20(pri)&pg=PA394&printsec=frontcover

Peña, Z. (2019). Calculo del punto de equilibrio, herramienta para la toma de decisiones. Sucursal 6971 BANDEC. Holguín. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana,* 1-9. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/toma-decisiones-bandec.html

PNGWINGLE. (2020). *Logística de terceros gestión de marketing transporte de mercancías, comercialización, transporte de mercancías, texto, logo png*. Obtenido de PNGWINGLE: https://www.pngwing.com/es/free-png-txjxc#google_vignette

Ramos, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica, 9*(3), 1-6. doi:10.33210/CA.V9I3.336

Rincón, C., Molina, F., & Rengifo, D. (2022). *Auditoría a los sistemas de información de costos y presupuestos.* Bogotá : Ediciones de la U. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=WnugEAAAQBAJ&lpg=PA5&pg=PA177#v=onepage&q&f=false

Ríos, X. (23 de Agosto de 2020). *Cadena de Suministro y Logistica Servientrega*. Obtenido de SCRIBD: https://es.scribd.com/document/473340628/Cadena-de-suministro-y-logistica-servientrega

Rodríguez, G., Batista, S., & Cisneros, Y. (2020). Metodología para el análisis costo-beneficio de la gestión de riesgos ergonómicos. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*(11), 1-10. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/11/costo-beneficio.html

Rojas, N. (2023). Metodología de la investigación para anteproyectos. *Research Methodology for Preliminary Projects. Educación Superior, 34*(206), 178. doi:10.56918/es.2022.i34.pp206

Romero, J., Gutiérrez, J., J, B., & Núñez, O. (2022). Financiamiento de micro y pequeñas empresas familiares del sector confección de Barranquilla – Colombia. *Revista de Ciencias Sociales, 28*(4), 230-244. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8703841.pdf

Romero-Hidalgo, O., Serdán-Valencia, K., & Ludeña-Pérez, A. (2022). Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Revista economía y negocios, 13*(1), 119-132. doi:https://doi.org/10.29019/eyn.v13i1.917

Sáenz, L. (2020). Estados financieros: Competencia contable básica en la formacion de contadores públicos autorizados. *Revista Saberes APUDEP, 5*(2), 1-8. Obtenido de http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/223/2231336006/index.html

Sánchez, J., & Escamilla, P. (2019). Metodología y elaboración de un manual de análisis y descripción de puestos. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-13. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/metodologia-elaboracion-manual.html

Santamaría, J., Carreño, L., & Turgeman, S. (2022). Implementación de nuevos procesos de fabricación y ensamble de carrocerías para buses tipo BRT. . *Ingeniería y competitividad. revista científica y tecnológica*, 1-15. doi:10.25100/iyc.24i1.10889

Sarmiento, J., Correa, C., & Jiménez, D. (2020). *Gestión de proyectos aplicada al PMBOK 6ED* (primera ed.). Bogotá: Editorial UPTC. doi:10.19053/9789586603867.9789586604260

Schnarch, A. (2021). *Marketing para emprender*. Colombia : Ediciones de la U. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Marketing_para_emprender/TiwaEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=segmentacion%20de%20mercado&pg=PA83&printsec=frontcover

Segovia, J., & Orellana, M. (2020). Estimación de la demanda de bebidas no alcohólicas en Ecuador. *ECA Sinergia*, 72-83. doi:10.33936/eca_sinergia.v11i3.2058

Silva Ordoñez, I., Jiménez Silva, W., Santamaría Freire , E., & Villalba Miranda , R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de Ciencias Sociales, XXV*(2), 83-95. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/28059953007.pdf

Solórzano, M., & Mendoza, C. (2022). El control de inventarios y su impacto en la liquidez de la. *Digital publisher, 7*(3), 158-169 . doi:10.33386/593dp.2022.3.1102

Vallejos, A., Torres, O., Sierra, J., León, R., & Zumba, G. (2019). Identificación De Tendencias De Oferta Y Demanda Turistica en El Cantón Ibarra. *Revista investigación operacional, 40*(4), 516-522. Obtenido de https://research-ebsco-com.uta.lookproxy.com/linkprocessor/plink?id=56d2c9c3-8b92-395d-ab10-5d1a79d9dbec

Véliz, M., Proaño, P., Mendoza, j., & Mendoza, D. (2023). Emprendimiento, una oportunidad de vida para la mujer ecuatoriana. *Revista San Gregorio*, 132-145. Obtenido de http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v0i56.2514

Vidal, K., Erazo, J., & Narváez, C. (2019). La lógica difusa como herramienta de evaluación financiera de proyectos de inversión. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA, 4*(1), 309-348. doi:10.35381/r.k.v4i1.460

Villafuerte, S. (2019). Recomendaciones para la validación de las propuestas de diseño: Modelo de categorización de variables y técnicas. *Revistas Uazuay, 2*(8), 121-143. Obtenido de https://revistas.uazuay.edu.ec/html/revistas/DAYA/08/articulo07/uazuay_recomendaciones_para_la_validacion_de_las_propuestas_de_diseno.html

Vuskovic, P. (2020). Distribución del ingreso y opciones de desarrollo. *El trimestre económico, 87*(345), 249-275. doi:https://doi.org/10.20430/ete.v87i345.1026

Yagual Velástegui, A., Mite Albán , M., Narváez Cumbicos, J., & Proaño Chacha , S. (2019). Efecto del crecimiento económico del sector logístico sobre el Producto Interno Bruto en Ecuador. *Revista de Ciencias Spciales (VE), XXV*(3), 186-197. doi:https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28060161013

Zamarreño, G. (2020). *Análisis de Mercado.* Editorial Elearning, S.L.. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/An%C3%A1lisis_de_Mercado/Iij-DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1

Zeler, I., & Capriotti, P. (2020). Comunicación de la responsabilidad social empresarial de las empresas de América Latina en Facebook: estudio comparativo con las empresas globales. *Palabra Clave, 23*(2), 1-28. doi:10.5294/pacla.2020.23.2.7

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta aplicada

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

OBJETIVO:

Obtener información sobre la factibilidad en la creación de una agencia de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato a través de la ejecución del siguiente cuestionario.

INSTRUCCIONES:

A continuación, se presenta una serie de preguntas. Se agradece responder de manera sincera marcando con una "X" la respuesta que considere correcta.

INFORMACIÓN GENERAL

Género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

¿Cuál es su edad?

- ☐ De 18 a 25 años
- ☐ De 26 a 32 años
- ☐ De 33 a 40 años
- ☐ Mayor a 40 años

¿Cuál es su nivel académico?

- ☐ Primaria
- ☐ Secundaria
- ☐ Tercer nivel
- ☐ Posgrado

PREGUNTAS TÉCNICAS

1. **¿Usted actualmente utiliza los servicios logísticos de paquetería? Si no lo hace, ¿Considera la posibilidad de utilizar este servicio a futuro para el envío y recepción de paquetes?**
   - ☐ Si
   - ☐ No

Si respondió Si en la pregunta número 1, por favor continue con las siguientes preguntas del cuestionario.

2. **¿Considera usted que es una buena idea de negocio la creación de una nueva agencia de servicio logístico de paquetería en la ciudad de Ambato?**
   - ☐ Definitivamente sí
   - ☐ Probablemente sí
   - ☐ Neutral
   - ☐ Probablemente no
   - ☐ Definitivamente no
3. **¿En qué medida considera que esta nueva empresa satisfará las necesidades de envío y entrega de paquetes en Ambato?**
   - ☐ Muy satisfactorio
   - ☐ Satisfactorio
   - ☐ Neutral
   - ☐ Insatisfactorio
   - ☐ Muy insatisfactorio
4. **¿Cuál es su frecuencia de envío de paquetes en un mes?**
   - ☐ Menos de una vez al mes
   - ☐ Una vez al mes
   - ☐ Dos veces al mes
   - ☐ Tres veces al mes
   - ☐ Más de tres veces al mes
5. **¿Qué tipo de paquetes envía con más frecuencia?**
   - ☐ Documentos

- ☐ Paquetes pequeños
- ☐ Paquetes medianos
- ☐ Paquetes grandes
- ☐ Otro (por favor, especifique).....

6. **¿Cuál de las siguientes empresas de servicio logístico de paquetería actualmente en la ciudad de Ambato elegiría usted?**
   - ☐ Servientrega
   - ☐ Laar Courier
   - ☐ Tramaco express
   - ☐ Urbano Express
7. **¿Cuánto está dispuesto a pagar por un kilo en el servicio logístico de paquetería?**
   - ☐ Menos de $5
   - ☐ $5 - $10
   - ☐ $10 - $20
   - ☐ $20 - $30
   - ☐ Más de $30
8. **¿Dónde considera usted que es más adecuada la ubicación de la agencia en Ambato para brindar el servicio logístico de paquetería?**
   - ☐ Norte
   - ☐ Sur
   - ☐ Este
   - ☐ Oeste
9. **¿Qué tan conveniente considera la ubicación de las actuales agencias de servicio logístico de paquetería en Ambato?**
   - ☐ Muy conveniente
   - ☐ Conveniente
   - ☐ Neutral
   - ☐ Inconveniente
   - ☐ Muy inconveniente
10. **¿Qué factor considera más importante al elegir un servicio logístico de paquetería?**

- ☐ Precio
- ☐ Velocidad de entrega
- ☐ Seguridad en la entrega
- ☐ Atención al cliente

11. ¿Cómo calificaría usted los servicios logísticos de paquetería existentes actualmente en Ambato?

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ Mala

12. ¿Qué red social prefiere usted para informarse sobre el servicio logístico que ofrecerá esta nueva agencia?

- ☐ WhatsApp
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Tik Tok
- ☐ Correo Electrónico

13. ¿Qué aspecto considera más importante al evaluar la confiabilidad de un servicio logístico de paquetería?

- ☐ Tiempo de entrega estimado
- ☐ Seguimiento en tiempo real del paquete
- ☐ Garantía de entrega segura
- ☐ Experiencia previa con la empresa de envíos
- ☐ Otro (por favor, especifique).....

14. ¿Cómo imagina que una nueva agencia de servicio logístico de paquetería podría mejorar la experiencia de envío para los residentes de Ambato?

Gracias por su colaboración