



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA ECONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

**MODELO DE NEGOCIO PARA CREAR UNA GASOLINERA
MÓVIL EN EL CANTÓN MILAGRO**

ANDERSON ANDRES ASTUDILLO TIGRE

MILAGRO, ECUADOR

2025

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **MODELO DE NEGOCIO PARA CREAR UNA GASOLINERA MÓVIL EN EL CANTÓN MILAGRO**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por el estudiante, **Anderson Andres Astudillo Tigre**; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

Econ. Juan Carlos Feijoo Vera, Msc.

Milagro, 28 de agosto del 2024

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA

**MODELO DE NEGOCIO PARA CREAR UNA GASOLINERA MÓVIL EN EL
CANTÓN MILAGRO**

AUTOR

ANDERSON ANDRES ASTUDILLO TIGRE

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO REQUISITO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Dilmar Delgado Delgado MSc.

PRESIDENTE

Ing. Daira Carvajal Morales MSc.

EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Jenny Yáñez Cabrera MSc.

EXAMINADOR PRINCIPAL

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mi familia, cuya paciencia, comprensión y apoyo incondicional han sido mi mayor fortaleza durante todo este proceso. Sus palabras de aliento y su presencia constante han sido fundamentales para superar los momentos más desafiantes y mantenerme enfocado en mis metas.

Además, agradezco a mis amigos, gracias por estar siempre ahí, brindándome su apoyo y comprensión a lo largo de toda esta etapa, sus palabras de ánimo y conocimientos fueron fundamentales para poder desarrollar mi tesis.

Finalmente, a los docentes de la universidad, quiero agradecerles por su orientación y su compromiso con mi desarrollo académico y en especial a mi tutor de tesis, Juan Carlos Feijoo, por sus consejos ya que fueron importantes para dar forma a este proyecto y llevarlo a su mejor versión.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia, cuyo amor, paciencia y apoyo han sido el pilar fundamental de mi vida académica. Su comprensión y ánimo me han dado la fortaleza para superar los momentos más difíciles y continuar con mi proyecto. A mis amigos, quienes han sido mi refugio y fuente de inspiración a lo largo de este proceso. Su ayuda y las incontables conversaciones que hemos tenido me han brindado una perspectiva valiosa y me han motivado a seguir adelante. Y, por supuesto, a mi tutor de tesis, con sus enseñanzas y dedicación han sido cruciales para la realización de este trabajo. Su apoyo incondicional y sus consejos han enriquecido no solo este proyecto, sino también mi crecimiento profesional.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente al Autor y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

Anderson Andres Astudillo Tigre

C. I. 0942355819

RESUMEN

Por lo acontecido con el estudio sobre el modelo de negocio, hacemos énfasis en la creación de una gasolinera móvil en el cantón Milagro, en sus inicios se decidió partir con el estudio de segmentación de mercado de la mano con la labor de conocer el nivel de opinión y adquisición de la población a la que desea llegar, este estudio procede implementando una metodología mixta (Inductiva-Deductiva) lo cual nos permite tener una vista previa para el desarrollo del proyecto. Las averiguaciones pertinentes nos permitió prever que el proyecto es ampliamente de aceptación tras la recolección de datos informativos mediante clientes y/o consumidores, también se implementaron análisis técnicos – administrativos para ver que tan posible o imposible resulta conseguir la materia prima e infraestructura las cuales están al alcance y conocimiento mediante indagaciones para poder adquirirlas, además el trabajo de titulación que es un futuro emprendimiento considero oportuno la aplicación de estrategias publicitarias para con mayor posibilidad tener el reconocimiento adecuado que contribuya a sus ingresos. Y por último y sin poder pasar por desapercibido se emplean los indicadores de solvencia financiera para el desarrollo y conocimientos de los resultados futuros a obtener que sirven para dictaminar la inversión y ganancias futuras, además la pronta recuperación de las inversiones realizadas por medio de indicadores como la TIR (34,08%) es superior a la Tmar, el VAN (\$88.385,5) y RBC de 1,18 indicando que por cada dólar invertido retorna 0,18 adicional para una recuperación futura de inversión óptima

Palabras Claves: Modelo de Negocio, Gasolinera Móvil, Ingresos, Rentabilidad

SUMMARY

For what happened with the study on the business model, we emphasize the creation of a mobile gas station in the canton Milagro, at the beginning it was decided to start with the study of market segmentation hand in hand with the work of knowing the level of opinion and acquisition of the population to be reached, this study proceeds by implementing a mixed methodology (Inductive-Deductive) which allows us to have a preview for the development of the project. The pertinent inquiries allowed us to foresee that the project is widely accepted after the collection of informative data through clients and/or consumers, also technical-administrative analyses were implemented to see how possible or impossible it is to obtain the raw material and infrastructure which are within reach and knowledge through inquiries to be able to acquire them, in addition the degree work which is a future undertaking considered opportune the application of advertising strategies for with greater possibility to have the adequate recognition that contributes to its income. And finally and without being able to go unnoticed, the financial solvency indicators are used for the development and knowledge of the future results to be obtained that serve to determine the investment and future profits, as well as the prompt recovery of the investments made through indicators such as VAN \$88.385,5, TIR 34,08, Tmar 13.58 and RBC of 1.18 indicating that for every dollar invested, an additional 0.18 returns for an optimal future investment recovery.

Key words: *Business Model, Mobile Gas Station, Revenues, Profitability, Profitability*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
Caracterización del Tema	1
Planteamiento de la Situación Problemática.....	2
Justificación e Importancia del Estudio.	3
Delimitación Del Problema.....	3
Formulación Del Problema.....	4
Objetivo General.	4
Objetivos Específicos.....	4
Idea a Defender	4
Aporte Teórico o Conceptual.	4
Aplicación Práctica.....	5
CAPÍTULO I.....	6
Marco Referencial	6
1.1 Estado del Arte	6
1.2 Bases Científicas o Teóricas.....	8
1.3 Fundamentación Legal (Regulación Distribución de Combustibles)	16
CAPÍTULO II.....	20
Aspectos Metodológicos.....	20
2.1 Métodos	20
2.2 Variables	21
2.3 Población y Muestra	21
2.4 Técnicas de Recolección de Datos	23
2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial	23
2.6 Cronograma de Actividades.....	23
RESULTADOS	24
DISCUSIÓN	60
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	64
ANEXOS.....	71
APENDICES	76

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°1: Cuadro de Operacionalización de Variables	71
Anexo N°2: Encuestas	72
Anexo N°3: Entrevistas	74
Anexo N°4: Cronograma de Actividades	75

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice N°1: Depreciación de activos fijos.....	76
Apéndice N°2: Sueldo y Salarios	77
Apéndice N°3: Beneficios Sociales de Talento Humano.....	78
Apéndice N°4: FODA Cruzado.....	79
Apéndice N°5: Matriz de Riesgo	80
Apéndice N°6: Plan de Marketing	81

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

El cantón Milagro es uno de los principales cantones de la provincia del Guayas. Como expresan Moreira Macías y otros (2022), Milagro en las últimas décadas ha tenido un crecimiento considerable en su economía. Con el crecimiento de la población y de la economía también crece el poder adquisitivo de las personas, por lo cual se menciona que el parque automotor de vehículos en todo el cantón ha aumentado considerablemente en los últimos años (INEC, 2022).

Con el incremento de los vehículos que circulan dentro de Milagro y sus alrededores aumenta la demanda de combustible para que los vehículos puedan circular tranquilos y sin el inconveniente de quedarse sin combustible según la Agencia nacional de tránsito actualmente circulan 80.000 automotores en el cantón Milagro (ATM, 2023), existen alrededor de 12 gasolineras dentro de la ciudad así también en los alrededores (Compras Publicas , 2019), las mismas que venden el combustible a los dueños de los vehículos pero las personas deben acercarse a las gasolineras adquirir el producto y esto genera problemas en los conductores por tema de tiempo, tráfico y la inseguridad que presenta el país.

La falta de respeto y cultura provoca que haya desorden al abastecerse de combustible, los motociclistas se meten en contravía y no respetan el turno de los demás conductores, también generan molestias las camionetas y camiones que llegan a comprar gasolina en tanques provocando pérdida de tiempo a los demás.

La creación de una gasolinera móvil en el cantón Milagro tiene como objetivo llegar a los dueños de vehículos con el producto hasta la ubicación que ellos se encuentren, la creación de un proyecto de esta índole es muy innovador por lo que llama mucho la intención de la ciudadanía en general. Así mismo con la creación de este proyecto se pretende que las personas ahorren tiempo y combustible ya que no visitarían las gasolineras y esto será muy beneficioso para ellos.

Planteamiento de la Situación Problemática.

El proyecto titulado modelo de negocio para crear una gasolinera móvil en el cantón Milagro ha detectado el gran auge del parque automotor de la ciudad con lo cual las grandes marcas de venta de combustibles no satisfacen las necesidades de los dueños de estos vehículos los cuales se quejan constantemente del servicio que les ofrecen en los depósitos de sus vehículos.

Por otra parte, se pudo detectar que en la ciudad de Milagro hay industrias como haciendas, ingenio azucarero y ranchos que laboran con maquinarias que usan combustibles y les toca ir a las estaciones de gasolinas perdiendo tiempo y dinero.

Otro problema importante es el tiempo que demoran los propietarios de los vehículos en ir a una gasolinera, muchas personas salen muy tarde de sus lugares de trabajados cansados, con estrés, fatiga y con malos tratos en su jornada laboral y tienen que ir a una gasolinera a llenar su tanque de combustible, esto genera en ellos pérdida de tiempo ya que hay muchos trabajadores que salen a la misma hora de su lugar de trabajo y esto provoca congestión vehicular ya que los conductores van a realizar su tanqueo dentro de las horas picos y muchas veces los despachadores en las gasolinerías no respetan el turno de los vehículos, esto genera muchas molestias en los conductores ya que se forma disturbio dentro de las gasolinerías, y a su vez trae consecuencia como la pérdida de tiempo y un gasto considerable de combustible que no se tiene contemplado. En base a los datos de estudio como indica la ATM en Milagro existen actualmente 80.000 vehículos matriculados en relación de las 12 gasolinerías que proveen combustible a esta localidad lo que nos da un resultado de que cada gasolinera vende combustible a 5.714 vehículos matriculados en el cantón.

En situaciones como estas es muy beneficioso el modelo de negocio que se ha planteado ya que se iría personalmente a las industrias a venderles el combustible que necesiten, y por otra parte al lugar donde los empleados laboran ya sea en centros comerciales, colegios, universidades, bancos y a su vez cooperativas de taxis, estaciones de buses a abastecer sus vehículos y se evitan el estrés de tener que ir a las gasolinerías cuando terminen su jornada laboral.

Justificación e Importancia del Estudio.

La propuesta de negocio de crear una gasolinera móvil en el cantón Milagro tiene como finalidad analizar la demanda del servicio que se ofrecerá dentro del cantón mediante el cual se determinará si el proyecto a realizar tendrá viabilidad dentro de los tiempos establecidos por los inversionistas, la creación de un proyecto de esta magnitud llama mucho la atención al ser algo necesario que se realizará en un futuro próximo en el cantón.

Con el aumento del parque automotor en el cantón Milagro se considera que la creación de un proyecto de esta magnitud generará una gran satisfacción a los dueños de los vehículos que contraten este servicio, esta iniciativa que se propone dinamizara el mercado de venta de combustibles como una opción de ahorrar costos y generar beneficios para los habitantes de la localidad.

Una de las principales plazas que es de interés cubrir serán los centros comerciales e instituciones educativas, lugares que son visitados frecuentemente por un gran porcentaje de la población en general y sin duda alguna existirán muchas personas que deseen el servicio junto con la disponibilidad para ser partícipe de este.

La comercialización de combustibles es muy grande dentro de la localidad existiendo alrededor de 12 gasolineras repartidas en varias zonas estratégicas de la ciudad las mismas que no ofrecen el servicio de venta de combustible móvil a los habitantes de la población (Compras Publicas , 2019).

En el desarrollo de esta investigación se evaluará a los dueños de los vehículos así también a las gasolineras que actualmente se encuentran ubicadas dentro del cantón Milagro en donde se tendrá una perspectiva de cómo está estructurado el mercado y a su vez tener como misión de satisfacer las necesidades de las personas que presentan incomodidades con los servicios que les ofrecen las gasolineras.

Delimitación Del Problema.

La idea de negocios se elaborará en el cantón Milagro de la provincia del Guayas - Ecuador, a lo largo del cuarto trimestre del 2023 y primer trimestre del 2024

en el cual se evaluará la viabilidad técnica y financiera para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro.

Formulación Del Problema.

¿Es factible económicamente un modelo de negocio para crear una gasolinera Móvil en el cantón Milagro?

Objetivo General.

Estructurar un modelo de negocio para crear una gasolinera Móvil en el cantón Milagro

Objetivos Específicos.

- Desarrollar un estudio de mercado para medir la oferta y demanda de una gasolinera en el cantón Milagro.
- Realizar un análisis técnico para determinar las necesidades de activos, talento humano y de recursos económicos, para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro.
- Establecer estrategias Publicitarias y Promocionales para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro.
- Determinar la viabilidad financiera para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro.

Idea a Defender

El modelo de negocio para crear una gasolinera Móvil en el cantón Milagro es económicamente viable.

Aporte Teórico o Conceptual.

En calidad de abastecimiento, haciendo referencia a servicios que buscan resolver por medio de un producto o servicios, en este caso para quienes necesiten el uso del combustible en situaciones de emergencia, se comprende que a partir de ello surgen ideas innovadoras, que desde la antigüedad son tomadas en cuenta porque vienen cubriendo una demanda insatisfecha que ha estado presente durante un largo periodo de tiempo y es de alegría para quienes han estado en espera de la misma.

Sin embargo, un modelo de negocio, en principio busca captar la atención de la sociedad, convirtiéndose en primera acreedora de su interés, se considera que lo primordial es conseguir una excelente aceptación de su mercado objetivo para obtener una evaluación analítica satisfactoria mutua con quienes la conforman.

Aplicación Práctica.

Es eficaz que un proyecto de inversión lleve consigo en lo largo de su periodo aspectos relevantes para poder ejecutarlo acorde al interés de los usuarios. Se tiene como finalidad generar información minuciosa y real, dejando resultados en beneficio para estudiantes en proceso de diseñar un adecuado trabajo de titulación y para inversionistas con fines comerciales.

Por lo tanto, para diseñar un trabajo investigativo debemos poner en práctica los resultados de cifras, ámbito financiero para ser más específicos dando lugar a la intervención de cálculos por medio de indicadores que midan la rentabilidad y solvencia.

Motivo por el cual este modelo de negocio cuente con perspectivas reales y verídicas para llamar la atención de inversionistas y empresarios que estén dispuestos a invertir su dinero en un proyecto como el que se ha planteado.

CAPÍTULO I

Marco Referencial

1.1 Estado del Arte

En los argumentos de Gutiérrez & otros (2019), en su trabajo de titulación “Venta de gasolina a domicilio al sector norte-orientado de la ciudad de Bogotá”, tiene como objetivo resolver la problemática que poseen las estaciones de servicio petrolíferas debido al colapso vehicular que se vive en esta ciudad, la metodología a aplicada será llevada a cabo mediante el uso de encuestas a sectores específicos de esta localidad de la mano de estrategias que planificarán la situación a mejorar de la empresa. Además, se insertarán herramientas de análisis como lo es la matriz FODA y la MPC (matriz de perfil competitivo), se buscará concluir si el estudio es viable o no mediante los indicadores financieros que nos presentan los cuales son un VAN de \$109.789,96 y una TIR de 28% lo cual nos deja como argumento que es viable y de significativa aceptación para los inversionista.

Según Ávila & otros (2022), en su “Trabajo de Investigación Servicio de Recargo de Gasolina y Mantenimiento Vehicular a Domicilio”, cuyo objetivo de estudio es determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto para el servicio de gasolina a domicilio, como metodología aplicada se optó utilizar la descriptiva en vista que se analizarán los datos a aplicar, la recolección de datos se ejecutó mediante el estudio de mercado y el estudio técnico que conlleva la estructura de la empresa. Para determinar los resultados se proyectaron indicadores financieros como el VPN que es de \$773,549.08 y la TIR 29.95%, además se utilizaron los escenarios para analizar en qué momento es más rentable.

Toapanta Siza & Lara Álvarez (2022), en su trabajo práctico “Desarrollo de una Aplicación Móvil para la Comercialización de Gas Licuado de Petróleo para la Empresa Rapi-Gas del Cantón Pillaro, tiene como meta combatir la demanda insatisfecha analizada en la investigación pertinente para la rentabilidad financiera que se desea obtener. Surge en base a la cantidad competitiva de negocios similares las cuales serán analizadas con sus estrategias sofisticadas. Este estudio se justifica tras estudiar mercado a raíz de encuestas y entrevistas cuyo resultado obtenido es

considerable, y se corrobora su positivismo con los valores del VPN de \$325,531 y una TIR del 34% y un pronto periodo de recuperación.

Según Baracaldo & Molano (2019), en su proyecto de titulación “Venta de Combustibles Líquidos a Domicilio”, tiene como objetivo realizar un estudio de mercado para identificar las condiciones de la comercialización del combustible. Se centra en analizar las operaciones para un mejoramiento continuo a los sectores rurales de la ciudad a su vez tener políticas claras y metas alcanzables. La metodología que se aplico es descriptiva ya que se centra en llevar a cabo un registro de información, análisis, reportes y acciones a realizar con el fin de realizar conclusiones y recomendaciones. Se realizo análisis financiero para determinar si el proyecto es viable o no, dando un VAN de \$112.120,575 y una TIR de 32% dando como conclusión que el proyecto es viable y de gran aceptación.

Conforme a Echeverría Tipse (2020), en su tesis de maestría “Evaluación Ocupacional Anual del Personal que Labora en las Estaciones de Servicio Mobil en Quito, Manta, Machala y Guayaquil – 2019”, su objetivo general consiste en supervisar el estado actual de dichas estaciones y su contribución para con la sociedad, el tipo de investigación es por medio de métodos cuantitativos de diseños exploratorios, como conclusión se argumenta que estas estaciones de servicio en cierto punto afectan a la salud de los pobladores del sector siempre que esta se encuentre cercana a la zona urbana comprometida, pero se desea implementar tecnologías que puedan aportar al cuidado de los ciudadanos.

De acuerdo con Custode & Tayo (2021), en su trabajo de grado “Creación de una herramienta de innovación tecnológica como estrategia de fidelización aplicada a las estaciones de servicio P&S de Tungurahua”, mismo que tiene por objetivo principal generar una aplicación móvil que fidelice las estaciones de servicio, así mismo colabore con los avances tecnológicos que fueron llevados a cabo durante la pandemia Covid-19. Se realizaron recolecciones de datos que dejaron un numero de 334 clientes que equivalen al 96.40% de la población que usará la app móvil para uso y valoración de las estaciones de servicio, el presente trabajo se resuelve mediante el uso de estudios fundamentales como el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional y el estudio financiero.

Según Carabalí & Moyano (2019), en su proyecto de ingeniería “Aplicación para la Gestión de Abastecimiento de Combustible que Brinda la Empresa Distribuidora Levox a Gasolineras Mobil”, se centra en gestionar los procesos de logística y abastecimiento de combustible, se ejecuta un proceso de búsqueda para dar una solución al problema planteado, a través del ámbito contable se evaluará el estado actual de la estación petrolera para medir la situación económica y en base a la mejora económica a la que se desea llegar. La empresa detalla alcanzar resultados significativos a través de la estrategia e indicando si será factible por medio de indicadores como VAN y TIR.

En lo establecido por Salazar Moran (2022), en su proyecto de titulación “Plan Estratégico Institucional 2018 – 2021 de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero y las gasolineras del Cantón Puerto López”, busca analizar lo eficaz que resulta un plan estratégico para fortalecer una gasolinera en este cantón, para ello se acudirá a describir las características administrativas y operativas de estas estaciones de servicio. La metodología a desarrollar es descriptiva, explicativa, exploratoria, por medio de métodos empíricos, las resoluciones según las expectativas son tener un mejor servicio para beneficio de los habitantes del sector cumpliendo adecuadamente lo propuesto, esperando tener excelentes ratios financieros.

1.2 Bases Científicas o Teóricas

1.2.1 Hidrocarburos

Como señala Hualcas (2021), los hidrocarburos son compuestos orgánicos que se encuentran alrededor de todo el planeta en diferentes estados de la materia, sus principales componentes son el carbono y el hidrogeno dichos componentes ayudan a la creación de petróleo y gas natural

1.2.1.1 Derivados del hidrocarburo: Los derivados de los hidrocarburos son la sustitución de átomos de carbono o hidrogeno esta sustitución en los compuestos mencionados nos darán como resultado la creación de otros grupos funcionales aparte del petróleo o el gas natural, para mencionar algunos grupos tenemos a los impermeables, pinturas protectoras y capa asfáltica, diésel y gasolina estos

derivados ayudan al crecimiento y desarrollo de algunas sociedades alrededor de todo el planeta Arceyyut y Torres (2019).

1.2.2 Transporte

El transporte son un conjunto de elementos que se relacionan entre sí para lograr la movilidad de personas, animales o cosas de un lugar a otro, el transporte se puede realizar utilizando diferentes elementos u vehículos de tipo aéreo, fluvial o terrestre cada uno de ellos adaptados a las necesidades que se tenga, también existen varios tipos de transporte como lo son el comercial y el transporte público.

1.2.3 Innovación

La innovación son procesos o ideas que ya existen dentro de un lugar que se logra mejorarla con el propósito de sacar el mayor provecho, la palabra innovación más se gesta dentro del sector empresarial en donde las empresas constantemente sacan productos al mercado innovando los ya existente y así poder lograr la captación de más clientela ajustando el producto innovado a las necesidades del mercado (Canizares, 2020).

1.2.4 Estudio de mercado

Como manifiestan Zea-Izquierdo, Álvarez-Gavilanes y Andrade-Mena (2021), el estudio de mercado comprende el análisis del sector en donde la empresa pretende realizar una actividad económica, el estudio de mercado ayuda a las empresas u emprendimientos a tener una noción más clara al mercado que se van a sumergir, en este estudio también comprende las preferencias de los consumidores, las necesidades que tienen y si existe competencia en base al producto a lanzar

1.2.5 Análisis FODA

El análisis FODA comprende en evaluar los factores internos y externos que afectan directamente a la empresa, estos factores pueden ser positivos o negativos por eso se realiza un análisis exhaustivo de cada uno de ellos, en el análisis se comprende 4 partes que cada una de ellas se complementan entre sí tales como las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades cada uno de estos factores nos darán una visión más clara y eficaz de cómo estas estructuras las acciones que afectan directamente a nuestro emprendimiento y de cómo combatirlas aplicando el

FODA cruzado que comprende en aplicar estrategias para las amenazas y debilidades Vega Falcón et al. (2022).

1.2.6 Fuerzas Porter

Las 5 fuerzas Porter comprenden en evaluar la rentabilidad del proyecto que se valla a comenzar en donde se analizan 5 factores claves que ayudan al empresario a tener una perspectiva más clara de cómo está estructurado su mercado y cuáles son los factores que lo mueven, las fuerzas Porter se dividen en 5 fases que son las siguientes:

- 1) El poder del cliente.
- 2) El poder del proveedor.
- 3) Los nuevos competidores entrantes.
- 4) La amenaza que generan los productos sustitutivos.
- 5) La naturaleza de la rivalidad

Con el estudio de cada uno de estos factores el empresario podrá establecer un producto o servicio que se ajuste al mercado con su evaluación respectiva de las 5 fuerzas Porter.

1.2.7 Análisis Pestel

El análisis pestel comprende en examinar el macroentorno de la empresa o servicio que se lance a un mercado en específico, este análisis se divide en 6 factores claves para el desarrollo y evaluación de un proyecto, los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales cada uno de ellos con su respectivo análisis dará una visión clara y eficaz de los posibles afectación del macroentorno que tenga el proyecto a desarrollarse Acurio Hidalgo, Bosquez Remache y Cacpata Calle (2021).

1.2.8 Oferta

Como argumentan Leonor Toala et al (2019), la oferta es un bien o servicio que se lanza al mercado para cubrir una necesidad que se haya detectado por parte de los inversionistas quienes son los que con sus empresas ponen el bien o servicio en venta con el propósito de satisfacer a los consumidores de un mercado en específico.

1.2.9 Demanda

La demanda son los bienes o servicios que los consumidores o demandantes adquieren dentro de un mercado en específico para satisfacer sus necesidades, la demanda es un factor clave en el largo juego de la oferta y demanda que se vive dentro de los distintos tipos de mercado en donde se realizan actividades económicas siendo el punto vital de este juego el precio.

1.9.10 Demanda insatisfecha

Tal como argumenta Carrillo Parra, Ramonez Vázquez y Arteaga Bionilla (2022), la demanda insatisfecha es una brecha dentro de los diferentes tipos de mercado que existen actualmente la misma que no es cubierta por las empresas que desarrollan sus actividades económicas, esta brecha una vez que se la detecta puede ser captada por un proyecto que se lance para satisfacer las necesidades de ese mercado.

1.2.11 Competencia

Dentro de un mercado existen varios factores que determinan el desarrollo y gestión del mismo uno de los factores son la competencia, la competencia son los rivales directos que tiene una empresa dentro del mercado que se está desarrollando, para varias empresas existen competidores que acaparan una gran parte del mercado y deben apartar a ello y aplicar estrategias de diferenciación de producto para ganar más mercado.

1.2.12 Proveedores

Como argumentan Parra-Calderón, Osorio-Gómez y Escandón-López (2019), los proveedores son los que nutren al empresario con la mercancía para el buen desarrollo y funcionamiento del establecimiento, tener una buena relación empresarial con los proveedores hará que la empresa tenga una buena fluidez en la actividad que desarrolle y así no tenga atrasos en sus ventas y consecuentemente no tenga pérdidas.

1.2.13 Estudio Técnico

Se considera al estudio técnico como una parte fundamental para el desarrollo de un proyecto ya que en este se establecen diferentes criterios que se desarrollaran

dentro de la empresa tales como la misión, visión, valores, políticas y la estructura organizacional que tendrá la empresa entre otros, cada uno de estos puntos mencionados forman un pilar clave para el desarrollo de un proyecto y su posterior evaluación técnica.

1.2.14 Estudio Administrativo

El estudio administrativo comprende en evaluar las necesidades administrativas que tenga una empresa u emprendimiento, en el estudio administrativo se incluyen los aspectos legales, laborales, organizativos, financieros entre otros. En este estudio también se pueden identificar falencias que tenga una empresa y así poder mejorarlas aplicando técnicas para su respectivo desarrollo González Ochoa et al (2020).

1.2.15 Filosofía Empresarial

1.2.15.1 Misión: La misión de una empresa consiste en un objetivo en general propuesto y que se busca llevar a cabo durante una larga trayectoria. Entendemos por misión, un proceso a seguir que lleva consigo acciones que desencadenan sucesos para alcanzar la meta que esperamos a futuro tras la perseverancia y ejecución de un hecho (Molina, 2020).

1.2.15.2 Visión: Este concepto hace referencia a la perspectiva de la empresa, es decir hacia dónde quiere llegar. Una empresa antes de establecerse adecuadamente con todos sus requisitos, establece para su futuro próspero, un lugar de llegada, el cual no va dejar de luchar hasta llegar a su vista progresiva satisfactoria para su carrera (Molina, 2020).

1.2.15.3 Valores: Los valores son principios que un empresario lleva en su interior, al momento de realizar un respectivo emprendimiento se prevé en base a qué cualidades se va a ejecutar. Cualidades y principios que se encargaran de catalogar tanto a la empresa, como a cada uno de los miembros que la conforman (Plaza Vidaurre, 2023).

1.2.15.4 Objetivos: Son propuestas que un negocio da a conocer en sus inicios, un objetivo muestra de manera sintetizada en que va consistir el proyecto a realizar. Tienen como finalidad un desarrollo detallado para medir de manera teórica

y numérica el progreso que va vivir un negocio gracias a la amplia información que estos transmitirán (Sánchez, 2022).

1.2.15.5 Políticas: Estas habilidades que conllevan los modelos de negocio, son las encargadas especialmente al momento de hacer la toma de decisiones en un estudio de inversión, para que se cumpla cualquier suceso de acorde a las normativas fijadas por un líder que tenga a su cargo la dirección de un designio (Serrano , 2023).

1.2.16 Estructura Organizacional

Es un pilar fundamental para tener en claro que, para llevar a cabo una compañía, debemos primero tener en cuenta que cada departamento lleva un orden cronológico para que pueda desarrollarse correctamente. Al hablar de estructura mostramos una pirámide bien estructurada, por el lado de organizacional entendemos que cada aspecto debe estar en su lugar denominado Porto y Angarita. (2017).

1.2.17 Marketing

Son consideradas conjunto de técnicas o estrategias de comunicación para llegar con una mayor facilidad al oído de los clientes. Este tipo de técnicas se encargan de brindar una información más detallada sobre los productos que brinda un establecimiento de la mano con sus respectivas promociones (Coca Carasila, 2008).

1.2.18 Plan de Marketing

Un plan de marketing es un estudio que se propicia para brindar a las empresas en general una mejora en su posicionamiento, por medio de la medición de sus servicios y estrategias, mismas que serán comparadas a la de la competencia para realizar un estudio a fondo y poder convertirlas en sobresalientes e impulsar las ventas Jiménez y Iturralde (2014).

1.2.19 Marketing Mix

Conjunto de actividades para identificar a menudo todos las características internas y externas que conforman a una institución financiera. Estas herramientas se encargan de guiar a la empresa para que puedan alcanzar sus objetivos, impulsar

su crecimiento en el mercado objetivo mediante una adecuada forma de tomar sus decisiones (Instituto Europeo de Posgrado, 2018).

1.2.19.1 Precio: Valor agregado que se le designa a un bien o servicio y que este puede ser de alcance y satisfacción de los consumidores.

1.2.19.2 Plaza: Es nuestro amplio Mercado al cual nos vamos a dirigir, por medio de estudios que brinden información de los sectores de mayor aceptación.

1.2.19.3 Producto: El bien o servicio diseñado por los establecimientos y sus cualidades positivas acorde a la necesidad de las personas adquisidoras.

1.2.19.4 Promoción: Estos son los diferentes tipos de ofertas que realiza una entidad en el momento oportuno, o en las fechas establecidas por el calendario.

1.2.19.5 Personas: Son los fieles seres humanos encargados de adquirir los productos acordes a su necesidad o interés.

1.2.19.6 Procesos: Línea de secuencias que ayudan a sacar adelante un negocio y así mismo a su correcto funcionamiento.

1.2.19.7 Posicionamiento: El logro que consigue una compañía gracias a sus méritos y esfuerzos que ejecuta a diario en el ámbito laboral.

1.2.20 Posición estratégica

Es en rango moderado dentro del cual se posiciona un local empresarial, acorde a las acciones que realice y vallan ganando méritos merecedores de permanecer ya sea en una categoría baja, media o alta. Las empresas por medio de sus estrategias buscan posicionarse entre los más altos niveles de mercados, de igual manera se esfuerzan día a día para ir escalando su segmentación (Balboa Cortez, 2015).

1.2.21 Estrategia Competitiva

Son análisis de las estrategias de la competencia, consiste en analizar, evaluar y seguir a fondo las estrategias de los competidores, para en base a esto tomar medidas que mejoren el bien, producto o servicio para conseguir diferenciación positiva para la sociedad que comprende aspectos calificados como ejemplo a seguir (Porter, 2007).

1.2.22 Estudio Financiero

También conocido como estado financiero se encarga de dar a conocer que tan factible o rentable resulta la puesta en marcha del proyecto a través de indicadores comunes que determinan los ingresos, egresos, gastos e inversión para conocer la solvencia que dictaminará los datos obtenidos en el trayecto (Castellnou, 2021).

1.2.22.1 Balance General: Analiza el estado situacional en un periodo determinado, contiene las cuentas de activo (recursos), cuentas de pasivo (cuentas por pagar) y el patrimonio.

1.2.22.2 Estado de Pérdidas y Ganancias: Son escenarios donde nos muestra en que momentos es oportuno invertir, conservar los procesos y/o no realizar inversión.

1.2.22.3 Flujo del Efectivo: Este estado muestra de donde proviene el dinero que genera a diario la empresa, desde donde parte y cuál es su rumbo a seguir según las normas.

1.2.23 Indicadores Financieros

Son ratios que sirven para tener conocimiento del estado financiero que vive una entidad en sus diferentes ámbitos. Además, se encarga de realizar un balance entre las cuentas que maneja la empresa para indagar si todo va en base a resultados positivos o negativos y poder tomar cartas en el asunto Correa y Gómez (2018).

1.2.24 VAN (Valor actual neto)

El valor actual neto, nos muestra que tan rentable resulta lanzar un proyecto de inversión, según sus cifras que arroja nos indica si el emprendimiento es factible o caso contrario. El VAN nos da el argumento de que si está por encima de cero es conveniente para el o los inversionistas continuar con su transposición Márquez y Castro (2015).

$$VAN = \sum_{j=1}^n \frac{FNE_j}{(1+i)^j} - I_0$$

1.2.25 TIR (Tasa interna de retorno)

La tasa interna de retorno por otro lado, muestra si el modelo de negocio que deseamos implementar cuenta con un nivel adecuado de aceptación. Se entiende que la TIR va de la mano con la Tmar y se concluye que si es superior a esta el proyecto se acepta, caso contrario que se analice su inferioridad este negocio tiende a rechazarse Márquez y Castro (2015).

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} 0 + \sum_{j=1}^N \frac{FNE_t}{(1+TIR)^t} + i_0$$

1.3 Fundamentación Legal (Regulación Distribución de Combustibles)

- De acuerdo con la en Ley de Compañías (2023)

La compañía anónima (según el artículo 143 de la Ley de Compañías) es un tipo de empresa que se caracteriza por tener un capital dividido en acciones negociables y cuyos socios solo responden por las acciones a su nombre.

Para iniciar un negocio, es necesario obtener varios requisitos legales, como el Registro Único de Contribuyente, el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, la Patente Municipal y el Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud, a continuación, se describirá el proceso para obtener cada uno de estos documentos.

Registro Único de Contribuyente

El Registro Único de Contribuyente (RUC) es un documento que se obtiene en las instalaciones del Servicio de Rentas Internas y que no tiene costo. Para obtenerlo, es necesario presentar la cédula de identidad o de ciudadanía y el certificado de votación del último proceso electoral, así como también una copia de cualquiera de los siguientes documentos: planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico o consumo de agua potable a nombre del contribuyente de los últimos tres meses; pago de servicio de TV por cable, telefonía celular o estado de cuenta a nombre del contribuyente de los últimos tres meses; comprobante de pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior; o copia del

contrato de arrendamiento legalizado o sellado por el juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:

El Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos es un documento que se obtiene luego de que el organismo realice una inspección en las instalaciones para verificar que están adecuadas y cuentan con los extintores necesarios.

Para obtener este permiso, es necesario presentar copias del RUC (Registro Único de Contribuyente) que incluyan la dirección y actividad del establecimiento, y una factura actualizada de compra o recarga del extintor, cuyo tamaño debe ser adecuado a la actividad y tamaño del establecimiento (mínimo de 5 libras).

Permiso del Ministerio de Salud Pública:

Para obtener el permiso del Ministerio de Salud Pública, es necesario presentar un formulario de solicitud firmado por el propietario del establecimiento, una copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC), una copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento, una escritura de constitución legalizada en caso de ser una persona jurídica, una copia del certificado del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, un plano del establecimiento, un croquis de la ubicación del establecimiento y copias de los certificados ocupacionales de salud del personal que trabaja en el establecimiento, otorgados por un centro de salud del Ministerio Público.

Como se afirma en el reglamento para la comercialización de gas natural para uso en vehículos automotores (2008)

Primera. - Las estaciones de servicio, inscritas en el Registro Nacional de Hidrocarburos, que actualmente expenden combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos, podrán adecuar sus instalaciones para funcionar como estaciones de servicio mixtas, si cumplen con las disposiciones previstas para el efecto, en las normas y reglamentos técnicos INEN, para la construcción de estaciones de servicio, de no haberlas se aplicarán normas internacionales.

Las nuevas estaciones de servicio mixtas a construirse deberán observar las disposiciones de este reglamento y las correspondientes del "Reglamento para

autorización de actividades de comercialización de combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos”, evitándose la duplicación en la entrega de la documentación requerida.

Segunda. - Las comercializadoras autorizadas que actualmente se dedican a la comercialización de combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos podrán también comercializar gas natural, si cumplen con las disposiciones técnicas respectivas, y que obtenga la calificación de su solicitud y la autorización para ejercer dicha actividad. A su vez, las comercializadoras autorizadas a comercializar gas natural pueden comercializar combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos, si cumplen con las disposiciones previstas para el efecto.

Teniendo en cuenta en lo mencionado en el reglamento n0. Gdmm-009-2016 en el artículo 74 se señala lo siguiente (2016)

Controlar el almacenamiento de líquidos inflamables y explosivos, la evacuación de desperdicios y basura, las instalaciones eléctricas seguras, sensores, alarmas y sistema contra incendios.

Se deberá conocer las distintas formas por las cuales este puede originarse, especialmente las más comunes como: electricidad, fumadores, fricción y el calentamiento de materiales y máquinas...

Los cables, circuitos e instalaciones eléctricas de alto y bajo voltaje deberán estar siempre limpios y mantenidos con sus correspondientes aislantes para evitar riesgos de cortocircuitos. Las instalaciones eléctricas y electrónicas deberán estar protegidas y aterrizadas.

Todos los equipos y materiales de defensa contra incendios como: extintores, hidrantes, tomas de agua, mangueras, pitones y otros, deberán ser conservados y mantenidos en óptimas condiciones de funcionamiento. Estos equipos deberán estar expuestos en lugares visibles y libres de cualquier obstáculo.

En las instalaciones deberá exhibirse en un sitio apropiado el Plano de Distribución de los equipos contra incendios y las vías de evacuación.

Los depósitos de diésel y gasolina tendrán todas las medidas de seguridad necesarias de acuerdo a la normativa de la autoridad competente.

Al realizar la descarga de diésel y gasolina, el vehículo deberá estar con el motor apagado. Además por ningún concepto se deberá permitir que durante la descarga el vehículo tenga pasajeros en su interior. Debe existir una toma o conexión a tierra para los tanques y vehículos.

CAPÍTULO II

Aspectos Metodológicos

2.1 Métodos

El método de investigación a utilizar para la realización del presente proyecto titulado modelo de negocio para crear una gasolinera Móvil en el cantón Milagro, será con el método mixto (inductiva – deductiva), en donde con el método inductivo que va de lo particular a lo general, este método de investigación es el más utilizado en los enfoques cualitativos y cuantitativos ya que nos permite realizar observaciones de datos, para así poder sacar conclusiones y recomendaciones. Por otra parte, con el método deductivo va de lo general a lo particular, se puede generar varias hipótesis de un tema planteado Driessnack, Sousa y Costa (2015).

Con el método de investigación mencionado con anterioridad se podrá elaborar el modelo de negocio en el cantón Milagro, así como realizar los ingresos, egresos, costos y gastos que se tendrán por parte de este proyecto.

2.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación cuadro

La modalidad de investigación será descriptiva, es de este tipo porque se va a recaudar información del mercado, a quien va dirigido nuestro producto o servicio y opiniones que serán colaboradas por personas seleccionadas al azar pertenecientes a la población de estudio dependiendo a que ciudad, región o país sea el enfoque establecido Guevara Alban, Verdesoto Arguello y Castro Molina (2020).

Tabla N 1

Modalidad y Tipo de Investigación

Modalidad y Tipo de Investigación	Descriptiva
Tipo de Investigación	No experimental

Elaborado por: El Autor, 2024

La investigación no experimental, trata sobre análisis a realizar, pero teniendo en cuenta que no se puede realizar la manipulación de los resultados establecidos de una forma voluntaria. En este aspecto se debe tener en cuenta que al momento de realizar estudios de datos estos son existentes y que vamos a encontrar situaciones anormales que causan inconveniente en el trayecto de la obtención de resultados.

2.2 Variables

2.2.1 Variables decisoras

VAN: El valor actual neto es un ratio financiero en el cual se mide los valores futuros de los estados financieros traídos al presente, permite determinar la viabilidad financiera del proyecto a elaborar. Si el van es mayor a 0 el proyecto será rentable, si es igual a 0 no se acepta ni se rechaza y si es menor a 0 no será rentable (Valencia , 2017).

TIR: La tasa interna de retorno es un indicador financiero que permite verificar si el proyecto tendrá aceptación o no por parte de los inversionistas. La TIR va de la mano con la Tmar en donde para que el proyecto se acepte la TIR debe ser mayor a la Tmar caso contrario el proyecto se lo rechazara Simisterra Quiñonez, Rosa Monserrate y Suárez (2018).

2.2.2 Cuadro de operacionalización de variables

En el Anexo N°1 se visualizará el cuadro de operacionalización de variables del modelo de negocio.

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población de la demanda

La Agencia Nacional de Tránsito indica que hay 80.000 vehículos matriculados que circulan en el cantón Milagro, estos vehículos son: motocicletas, automóviles, camionetas y vehículos de carga pesada (ATM, 2023).

2.3.2 Muestra de la Demanda

Para el desarrollo de la muestra de la demanda del presente proyecto será probabilístico y se utilizará el método aleatorio simple, con esto se garantizará que

los datos de la muestra puedan ser de forma aleatoria. La muestra se calculará utilizando la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

n=tamaño de la muestra

Z=nivel de confianza-95%

N=tamaño de la población

e=índice de error

p=valor de proporción éxito

q=valor de proporción fracaso

Calculando:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 80.000}{(80.000 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 382$$

Para el proyecto, se seleccionarán a 382 propietarios de vehículos matriculados al azar dentro del cantón Milagro, con esta información obtenida nos permitirá conocer la estructura del mercado y el consumo de los encuestados.

2.3.3 Población de la Oferta

Para determinar la población de la oferta, se consideran 4 gasolineras que se encuentran en la zona urbana del cantón y que tienen mayor porcentaje de aceptación por parte de los compradores ya sea por su atención, tiempo de espera o precio.

2.3.4 Muestra de la Oferta

La muestra a considerar, son el total de la población indicada, siendo 4 gasolineras a las que se levantó la información.

2.4 Técnicas de Recolección de Datos

2.4.1 Encuesta

Para el levantamiento de información primaria se realizará encuestas a los propietarios de vehículos del cantón Milagro, con esta información obtenida se podrá conocer como es la estructura del mercado de comercialización de combustible en donde se desarrollará el modelo de negocio para implementar una gasolinera Móvil dentro de la localidad (Anexo N°2).

2.4.2 Entrevista

Por medio de esta técnica vamos a recaudar datos en específico, se consideró oportuno dirigirnos hacia 3 exfuncionarios de gasolineras, quienes hayan sido participes de estos proyectos en todos sus aspectos y de tal manera puedan brindarnos una información detallada y concisa referente al tema (Anexo N°3)

2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

Para desarrollar el objetivo número uno, se realizará un estudio de mercado implementando técnicas de recolección de datos de fuentes primarias como lo son encuestas y entrevistas, con esto se busca determinar la demanda insatisfecha.

Para desarrollar el objetivo número dos, se establecerá todos los presupuestos de inversión del proyecto que estén relacionados a los activos fijos y diferidos, además de los costos y gastos, tanto de rubros administrativos como de los costos de operación.

Para desarrollar el objetivo número tres, se aplicarán estrategias de mercadeo que conformarán el Plan de Marketing Mix, que conformarán las estrategias publicitarias y promocionales.

Para desarrollar el objetivo número cuatro, se determinará la viabilidad financiera del negocio, donde se determinará la rentabilidad o no del mismo. Los indicadores financieros a calcular con: VAN, TIR, B/C, Análisis de Sensibilidad y PAYBACK, los cuales permitirán conocer si el proyecto tendrá rentabilidad o no y también el tiempo que se recuperará la inversión.

2.6 Cronograma de Actividades

El cronograma de actividades se muestra en el (Anexo N°4).

RESULTADOS

Estudio de Mercado para Medir la Oferta y Demanda de una Gasolinera en el Cantón Milagro.

Con el fin de determinar la demanda insatisfecha existente en el cantón Milagro con respecto a la necesidad de contar con una gasolinera en la zona urbana, inicialmente se desarrolló un Análisis Externo a través de la revisión del Macroentorno y del Microentorno. La primera cuenta con la matriz Pestal, donde revisa temas a nivel país que afectan sobre el comportamiento del proyecto propuesto y la segunda analiza la información a través de las Fuerzas de Porter.

Adicionalmente, se desarrolló el análisis Interno a través de la Cadena de Valor y finalmente para determinar la Demanda Potencial se tabuló y presentó los resultados de las encuestas. Posteriormente se determinó la oferta que genera la competencia y luego se calculó la Demanda Insatisfecha, la cual determina los montos que no es cubierta por la oferta.

Análisis Externo

Macroentorno

El análisis del macroentorno consiste en hacer énfasis en el análisis de factores externos que son piezas fundamentales para el funcionamiento de un emprendimiento, ya sean aspectos legales, políticos, culturales que dan vida a la imagen de una empresa llevando consigo una serie de ideas que favorecen o desfavorecen a la misma, teniendo en cuenta que deben estar inmersas de manera correcta y precisa.

Pestal

El análisis pestal permite identificar los factores que afectan a la empresa de una forma directa e indirecta, estos factores se analizan de manera estricta para poder llevar a cabo el proyecto que se realizara evaluando cada uno de los elementos que conforman este análisis y así poder adaptarse al entorno donde se ejecutara el proyecto.

Político

Hoy en día el país está gobernado por un gobierno derechista el cual busca estimular la economía con la creación de nuevas leyes para fomentación de empleo y el crecimiento del país. Como se menciona en el Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025 donde se busca estimular el sistema económico, fomentar la producción e incentivar el empleo así mismo se han diseñado y aplicado políticas públicas en todo el Ecuador. Por otra parte, el gobierno decreto una política de hidrocarburos la que permite optimizar ingresos y reducir costos a las empresas que se encuentran actualmente desarrollando actividades económicas en este sector tan importante para el país.

Económico

Teniendo en cuenta que nuestro país es uno de los más privilegiados en la economía y siendo de conocimiento mutuo que la misma se ve afectada a lo largo del trayecto, debido a ciertos aspectos como la salud, inversiones con países momentos precisos y adecuados de conseguir un crecimiento económico.

Por lo tanto, entra la participación del nuevo Ecuador donde surgió la propuesta de realizar un incremento al IVA con un 15% para fines de seguridad, interviniendo directamente en el alza de los precios de variedades de productos o servicios entre ellos el combustible que hace referencia a nuestro estudio. Tanto en la gasolina eco país con 2,465\$ el galón, la super con 4,10\$ y el Diesel con 1,797\$ el galón.

Social

El abastecimiento de combustible es de vital importancia para la movilización diaria de los vehículos, por tal motivo deben existir más diversificaciones en sus servicios de esta labor. Actualmente debido a la falta de estaciones de servicios en zonas poco pobladas surge la escases de abastecimiento de combustible para las sociedades con pocas oportunidades de fuentes de establecimiento.

El combustible y sus derivados petrolíferos, en su estado normal han captado el mercado en un alto nivel, pero no en su totalidad, para los moradores del cantón

Milagro y recintos aledaños sería de gran ayuda las innovaciones para el servicio de gasolineras cada vez más a su alcance

Tecnológico

Hoy por hoy existe un auge en la implementación de las nuevas tecnologías a los proyectos emergentes aplicando diferentes tipos de software para la optimización de tiempos para las personas. Las estaciones de servicio de ventas de combustibles utilizan varios sistemas para optimizar el cobro por venta de combustible a los compradores y en los últimos años se han diseñado aplicaciones en donde se solicita el servicio de venta de combustible de una forma en que se traslada el combustible a donde este ubicado el comprador.

Ambiental

Actualmente en Ecuador existe aproximadamente 1,077 gasolineras repartidas por todo el país, estas estaciones de servicios de combustible han afectado de una forma directa e indirecta al ecosistema porque se han detectado varias fallas en el diseño, la construcción u operación ineficiente, tuberías y tanques rotos lo que ha generado que se derrame combustible al medio ambiente causando impactos negativos en la flora y fauna que rodea a las estaciones de servicios involucradas.

Legal

Para la ejecución y desarrollo de la índole de una gasolinera móvil se necesitan tener varios aspectos legales para el desarrollo de este tipo de proyectos, existen permisos y leyes que se deben cumplir a cabalidad para poder desarrollar la actividad económica. En Ecuador para la ejecución de este tipo de proyecto se necesitan al menos 30 permisos otorgados por diferentes entidades gubernamentales, uno de los permisos principales es el que otorga la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (Arch) el que consiste en evaluar el entorno en donde se instalara la estación de servicio de combustibles.

Microentorno

En el análisis del microentorno se encuentran todos los factores internos que afectan directa e indirectamente a la producción de la empresa, en este análisis

encontramos el tamaño del mercado que se tendrá para el proyecto, la oferta actual que se tiene en este mercado así también como la demanda actual que se tienen por parte de los consumidores y por último se encuentra la demanda insatisfecha para el mercado en el cual se desarrolle la actividad económica.

Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas Porter permiten tener una visión de la estructura de mercado en donde se ejecutará la actividad económica, las 5 fuerzas son factores externos que dan una visión total al empresario de cuáles serán sus clientes, proveedores, competidores y los productos sustitutos que tendrá en el mercado a incursionar.

El poder de negociación de los clientes

Los servicios que se ofrecerá en la gasolinera móvil que desarrollara sus actividades en el cantón Milagro, ofreciéndoles un producto que actualmente ya se comercializa en el mercado, pero de una forma innovadora y ajustada a las necesidades de los clientes. El cumplimiento en los tiempos de los servicios que soliciten los clientes es fundamental para el crecimiento del proyecto por eso se trabajara con una aplicación para ejecutar la venta de combustible con un precio ajustado al mercado y así mismo dar seguimiento a las unidades que se tengan una circulación para el cumplimiento de las rutas establecidas.

El poder de negociación de los proveedores

Para causar un gran impacto de entrada con las gasolineras móviles, debemos enfocarnos en proveer de combustible a las grandes industrias del cantón como principal fuente de ingreso, pero sin dejar a un lado a los clientes considerados como personas naturales dejando en claro que el mercado en su totalidad es importante y buscamos satisfacerlo de la mejor manera

La amenaza de nuevos competidores entrantes

En el ámbito de nuestra competencia encaja las gasolineras que son establecimientos como tales que serían de cierta forma una amenaza pero indirecta, no directa porque nosotros no esperamos a que el cliente nos busque, nosotros como gasolinera móvil buscamos llegar al cliente a satisfacer su necesidad hasta el lugar que se encuentre. Como amenaza de nuevos competidores no hacemos una

referencia como tal ya que nuestro servicio a brindar es único en el lugar de estudio, así que no esperamos una competencia directa, sino que buscamos un reconocimiento para dejar de un lado las amenazas competitivas.

La amenaza de nuevos productos sustitutos

Los productos sustitutos se crean con la intención de sustituir un producto o servicio que actualmente se comercialice dentro de un mercado establecido, los principales productos que se tiene para el mercado de venta de combustibles son los autos, motos eléctricas y vehículos híbridos que se comercializan en la actualidad en Ecuador aunque la venta de autos eléctricos no se da con mayor frecuencia ya que la sociedad ecuatoriana no está adaptada completamente a estas nuevas tecnológicas, la comercialización de motos eléctricas si se da con mayor regularidad así como la de los vehículos híbridos los que son productos sustitutos para las empresas que comercializan combustible actualmente.

La rivalidad entre los competidores

La rivalidad entre competidores es una tendencia a considerar en vista que el combustible es un factor de requerimiento muy a menudo, por lo cual el mayor porcentaje de la población milagreña estará a diario en busca de aquel, siendo varios productos y establecimientos que brinden muchas variedades y similitudes para su completa adquisición. Y referente a los precios no influye en querer promocionar una mejora porque el precio lo establece el mercado dejando así lugar a la competencia perfecta que compiten varias constantes, pero no la constante de valor agregado.

Análisis Interno

La herramienta utilizada para el desarrollo del análisis estratégico interno fue la Cadena de Valor, la cual revisa la logística Interna, la producción, la logística externa, la gestión de marketing, el servicio post venta, la infraestructura, el talento humano y los proveedores.

Cadena de Valor

Es una herramienta de análisis estratégico que permite tener una visión general de todas las ventajas que tendrá el proyecto a ejecutar sobre la competencia

esta se divide en cuatro puntos principales los mismo que se detallaran a continuación.

Logística Interna

Se trabajará directamente con las distintas refinerías que actualmente realizan sus operaciones de tratado y comercialización de petróleo refinado en el país (Esmeraldas, Shushufindi y La Libertad) en donde se realizara la adquisición del petróleo refinado también se va a tener en cuenta el coste que se tendrá por el transporte de este producto al establecimiento de la gasolinera móvil en el cantón Milagro.

Producción

Al realizar la adquisición de un producto tal como es los combustible se tendrá un espacio de almacenamiento altamente capacitado y estructurado para almacenar la cantidad de combustible que se necesite para cubrir la demanda en el cantón Milagro, el espacio de almacenamiento contara con todos los permisos necesarios por parte del cantón, del ministerio de ambiente y del ministerio de hidrocarburos dichos entes gubernamentales proveen de distintos permisos para el almacenamiento y comercialización de combustible en la ciudad.

Logística Externa

Se comercializará el combustible en todo el cantón utilizando vehículos adecuados para este tipo de productos, las personas que realicen la adquisición del producto y servicio se podrán en contacto con los diferentes vehículos utilizando una aplicación móvil o atreves de WhatsApp o llamadas para esto se tendrá un número establecido para poder así captar los pedidos, ubicación y la cantidad de combustible que desee el consumidor.

Marketing

Las estrategias de marketing se las estable en el objetivo número 3 de este proyecto ahí se detallan las 5p del marketing mix a emplear y cada una de sus actividades que se realizaran.

Servicio post venta

Par obtener la fidelidad en el mercado de venta de combustible en el cantón Milagro se trabaja con precios ajustados al mercado así también se ofrecerá un servicio de mecánicos en el caso de que las personas que adquieran el servicio tengan algún desperfecto básico en sus vehículos esto ayudará a crecer el negocio obteniendo una diversificación en nuestro mercado.

Infraestructura

Para el desarrollo del proyecto de construir una gasolinera en el cantón Milagro, se necesita principalmente la compra de un terreno de 950 m² como mínimo, además de la construcción metálica de la cafetería, la administración, la bodega y otros.

Talento Humano

Para operar la gasolinera se necesita cómo mínimo 16 colaboradores, siendo su detalle el Administrador, el Coordinador de Logística, el Coordinador Administrativo y Financiero, el Coordinador Comercial y especialmente los despachadores, quienes son los que atienden a los clientes en los puntos de despacho de combustible.

Proveedores

Para brindar la mejor atención a los clientes, la importancia de contar con varios proveedores de combustible que garanticen la cantidad y calidad del producto, donde el 73% de la adquisición será Ecopaís, el 19% Diesel. Estos distribuidores serán medidos por la calidad del producto en los tiempos acordados.

Análisis FODA

El análisis FODA, es una herramienta estratégica que permitió evaluar las características para un planteamiento correcto de propuesta de negocio, sirve para que el inversionista tenga presente las condiciones internas del proyecto, como sus fortalezas y debilidades (condiciones internas del proyecto de la estación de servicio o gasolinera), y la situación externa (entorno económico y social donde se opera).

La matriz identifica las oportunidades que deberá tener en claro y aprovecharlos considerablemente para su motivación propia y la de sus miembros que conforman la base necesaria para llevar a cabo el proyecto de manera motivadora con todo su equipo.

Además, como todo modelo de negocio, siempre va tener aspectos que lo debiliten, en los cuales se deberá acudir hacer énfasis de cómo se los combatirá a futuro para que estos afecten en lo menor posible de los escenarios o sucesos que deberá atravesar la empresa que brinde un bien o servicio para la comunidad.

Tabla N°8
Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto necesario para el uso diario ➤ Servicio Innovador ➤ Personal capacitado para ejecutar los tiempos de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Marca no reconocida en el mercado. ➤ Crecimiento del patio de vehículos eléctricos ➤ Desconfianza por parte de los inversionistas.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mercado establecido ➤ Ahorro de tiempo por parte de los consumidores ➤ Oportunidad de expansión a otros cantones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exceso de competidores ➤ Desconocimiento del servicio por parte de los consumidores. ➤ Situación actual del país (Social)

Elaborado por: El Autor, 2024

Con respecto a las amenazas que todo emprendimiento lleva consigo, siendo aspectos no motivadores, sin embargo, tomar en cuenta es primordial e indagar con como medidas preventivas al respecto y no tener inconvenientes e impedimentos futuros siendo conscientes que una situación que nos revelará que tan dispuestos estamos de luchar y salir adelante.

Estudio de la Demanda

La demanda son todos los bienes y servicios que los consumidores demandan en el mercado aquí influyen factores como el precio y la preferencia del consumidor por los servicios que se le ofrecerá.

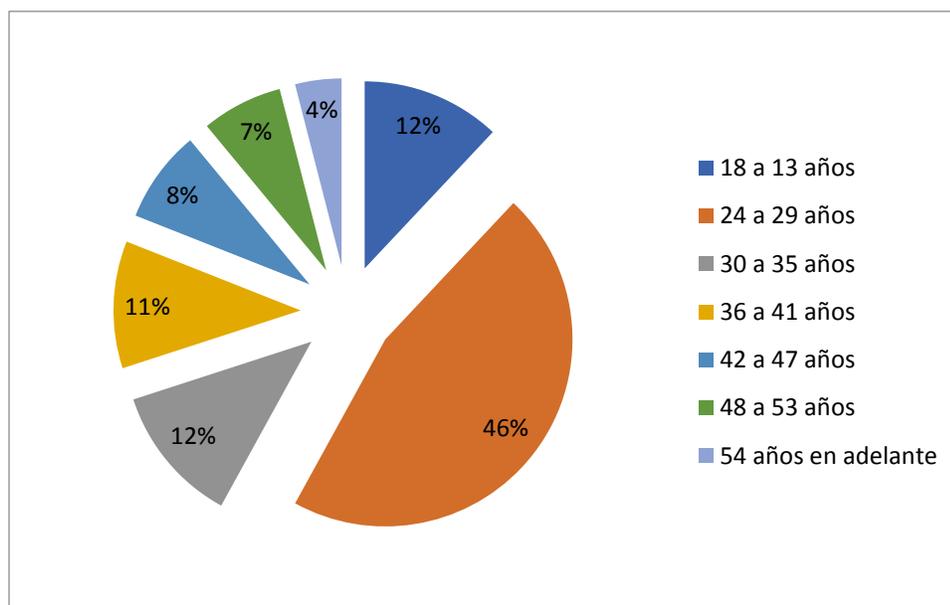
Resultado de las Encuestas

Para la realización del cálculo de las encuestas se tomó en cuenta la cantidad de vehículos que circulan en el Cantón Milagro, por medio de los datos brindados por la ATM, en dicho sector circulan alrededor de 80.000 vehículos, cifra tomada en cuenta para el cálculo de la muestra y concluir la necesidad de encuestar a 382 propietarios de carros para obtener las opiniones requeridas y así concluir el nivel de aceptación que alcanzará el proyecto puesto en marcha.

1. ¿Edad?

Según los datos obtenidos en el estudio de mercado que se llevó a cabo en el cantón Milagro, se puede observar que el 46% de las personas encuestadas están en un rango de edad de 24 a 29 años siendo esta una cantidad representativa para el estudio. También se puede observar que en un rango de edad de 18 a 23 años ocupan el 12% de las personas encuestadas en el cantón Milagro lo que llama mucho la atención para el momento de desarrollo del estudio del proyecto.

Figura N°1
Edad

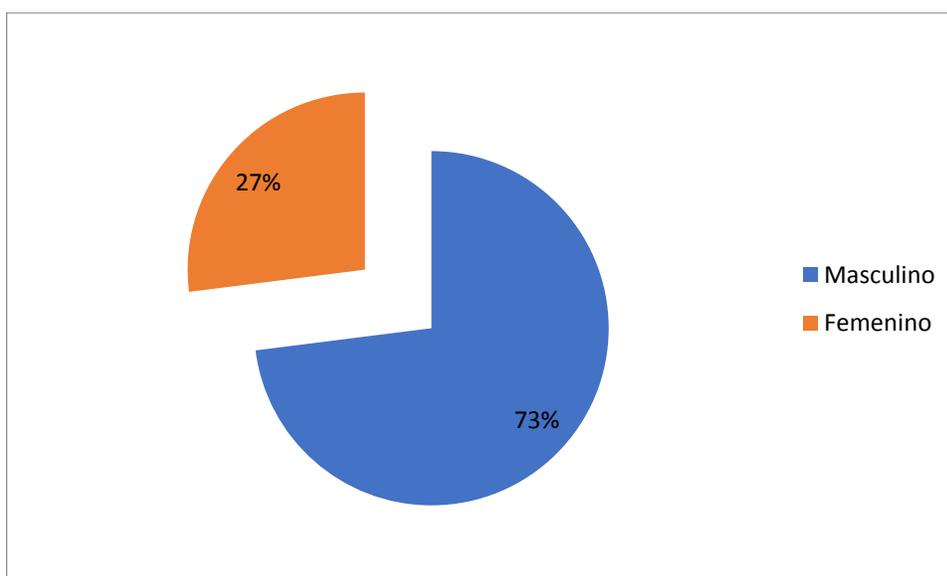


Elaborado por: El Autor, 2024

2. ¿Genero?

Como se observa en la gráfica el 73% de las personas encuestadas son de género masculino y el 27% son de género femenino estos dos porcentajes se deben tener muy presentes porque según el estudio de mercado existe una gran mayoría de habitantes de género masculino esto se puede evidenciar al momento de la creación de estrategias publicitarias para la ejecución del proyecto.

Figura N°2
Genero

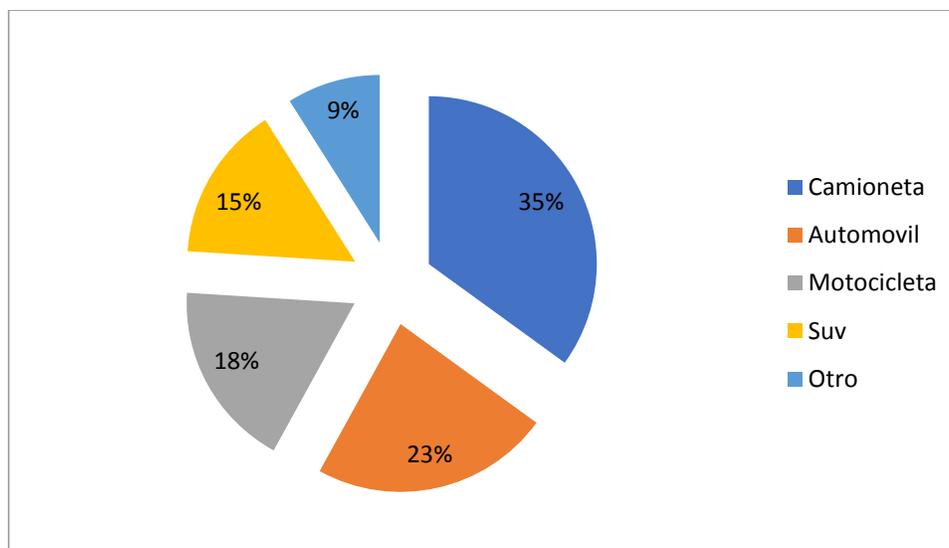


Elaborado por: El Autor, 2024

3. Tipo de vehículo

Durante el estudio se analizo el tipo de vehículos que poseen cada uno de las personas encuestadas para el proyecto, se puede evidenciar que el 35% de las personas poseen camionetas, el 23% posee un automóvil y el 18% de las personas encuestadas poseen una motocicleta. Estos datos son de vital importancia que se debe tener en cuenta para el proyecto.

Figura N°3
Tipo de vehículo



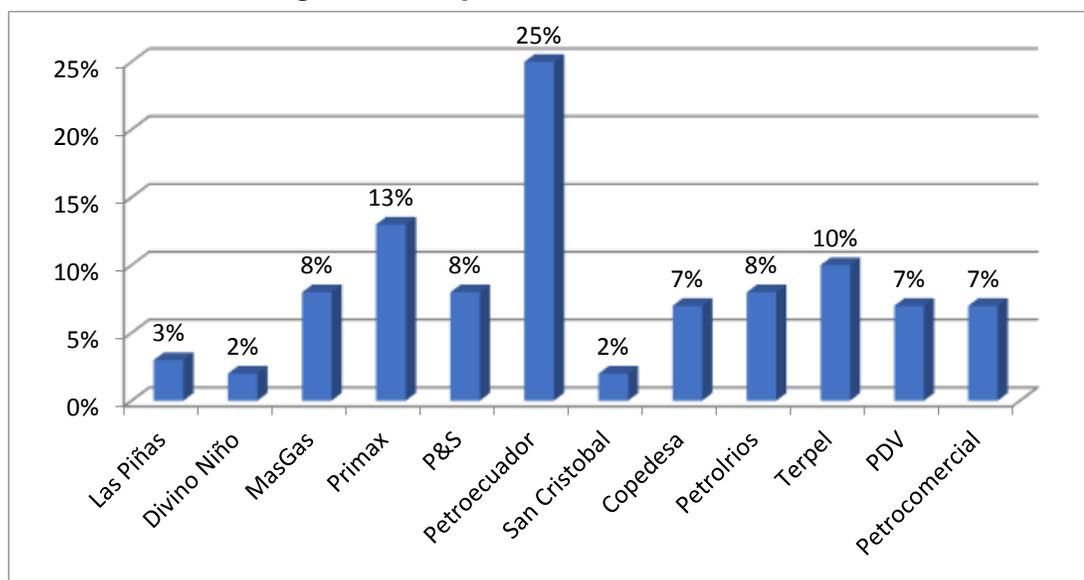
Elaborado por: El Autor, 2024

4. Marca de gasolinera preferida

Las personas encuestadas nos mencionaron la marca de gasolinera a la que tienen más afinidad, los resultados que se obtuvieron fueron que el 25% tiene más afinidad con las gasolineras Petroecuador, el 13% con la gasolinera Primax y el 8% con la gasolinera PretolRios y los demás encuestados tienen afinidad en una baja tasa porcentual por las demás gasolineras que ofrecen el servicio de combustible.

Figura N°4

Marca de gasolinera preferida



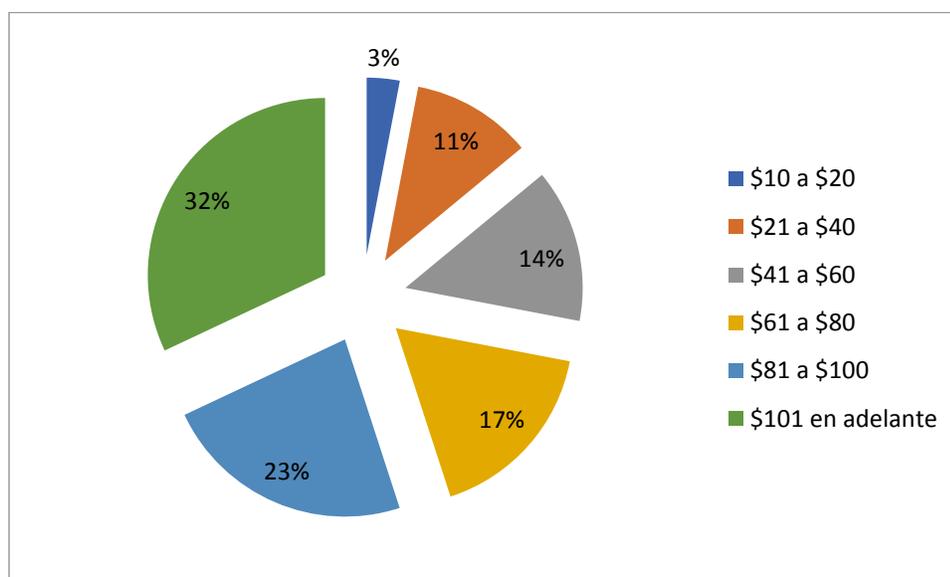
Elaborado por: El Autor, 2024

5. Cantidad de dinero invertida en combustible al mes

Los datos señalan que las personas que se les desarrollo el estudio de mercado adquieren mensualmente \$100 o más en combustible al mes esto representa un 32% de las personas encuestadas, así mismo 23% señalo que mensualmente gastan en combustible entre \$80 a \$100 por otra parte el 17% indico que consumen mensualmente \$60 a \$80 estas cantidad son muy representativas para el momento de la ejecución del proyecto.

Figura N°5

Cantidad de dinero invertida en combustible al mes



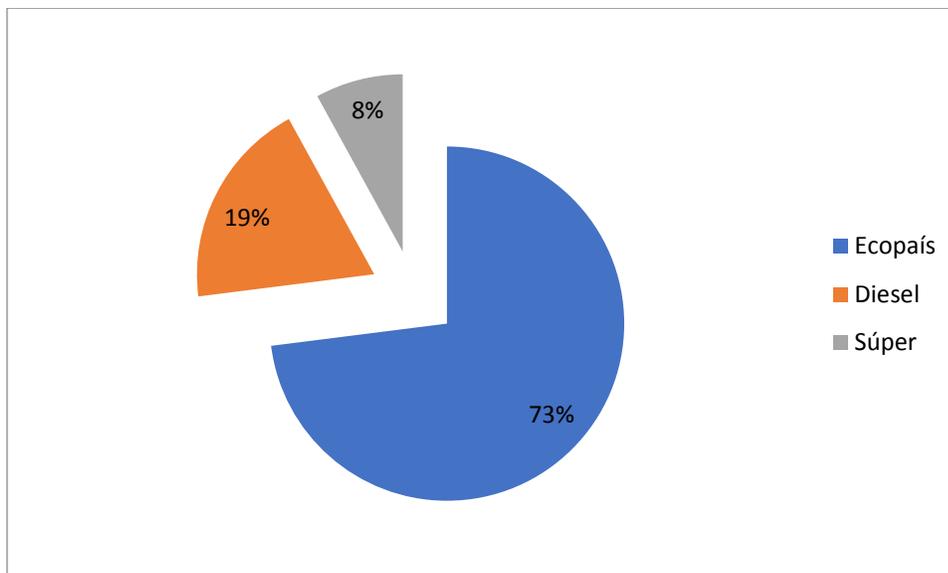
Elaborado por: El Autor, 2024

6. Tipo de combustible que adquiere.

Como se indica en la grafica el 73% de las personas encuestadas adquieren la gasolina Eco la misma que es muy económica y asequible para todos por otra parte se indica que el 19% de las personas encuestadas adquiere Diesel para sus vehículos y un porcentaje muy bajo menciona que adquiere gasolina super.

Figura N°6

Tipo de combustible que adquiere.



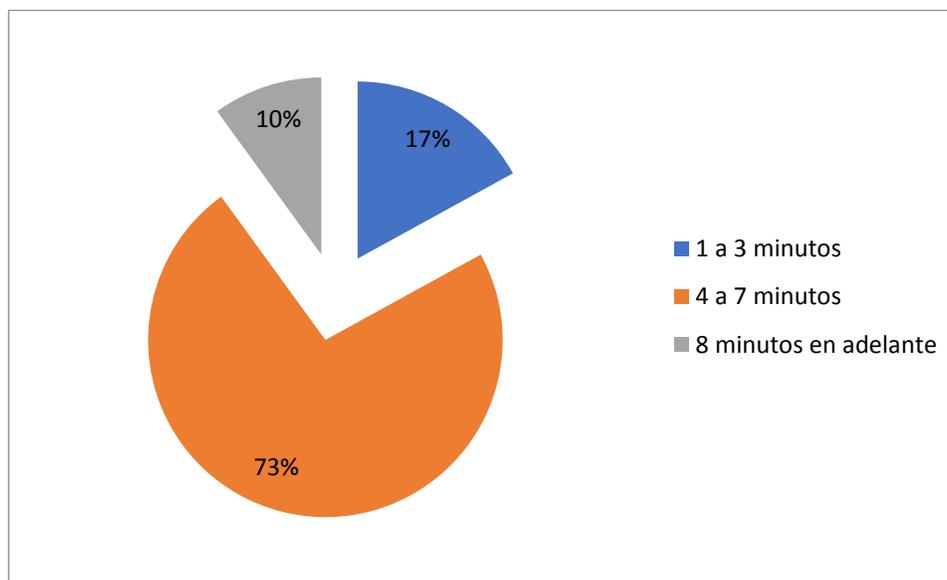
Elaborado por: El Autor, 2024

7. Tiempo de espera para llenar su tanque de combustible.

Los datos obtenidos señalan que en un 17% las personas tardan en adquirir combustible entre 1 a 3 minutos también señalan que 73% tarda entre 4 a 7 minutos y algo que llama mucho la atención es que ahí personas que tardan más de 11 minutos esperando en las gasolineras para poder adquirir combustible para sus vehículos lo que es un tiempo de espera muy prologando.

Figura N°7

Tiempo de espera para llenar su tanque de combustible.



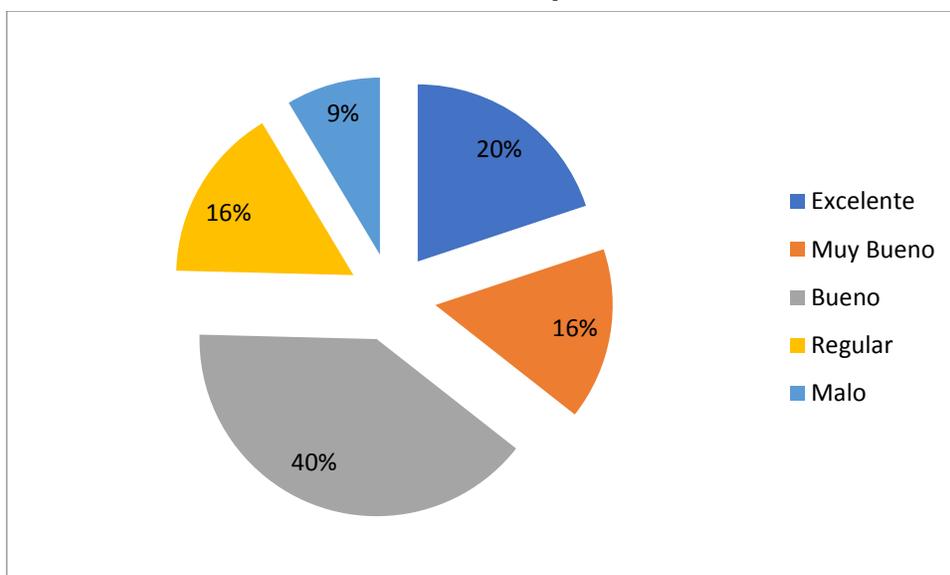
Elaborado por: El Autor, 2024

8. Calidad de Atención de los expendedores de combustible hacia usted.

Algo fundamental en este tipo de servicios es la atención que tienen los expendedores de combustibles hacia los consumidores porque de esto dependerá en gran parte si tienen fidelidad de clientes o no mencionado esto en el estudio que se realizó se pudo evidenciar que según las opiniones de los consumidores en las gasolineras que han asistido realizan en un 40% un trato bueno en su atención de venta.

Figura N°8

Calidad de Atención de los expendedores de combustible hacia usted.



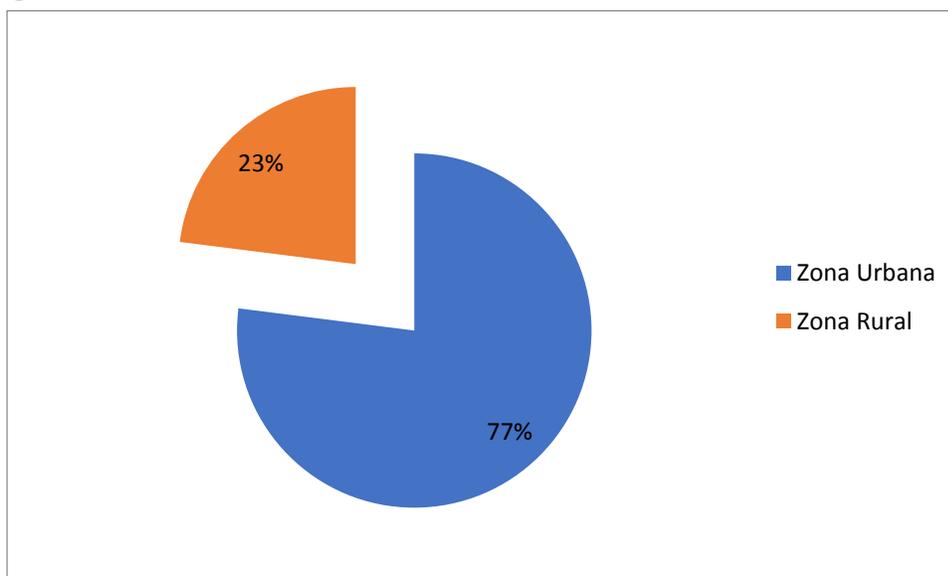
Elaborado por: El Autor, 2024

9. Adquiere combustible en las gasolineras de las zonas urbanas o rurales del cantón Milagro.

Un punto clave para al momento de la estructuración del proyecto es saber cuales son las zonas de mayor concurrencia para la adquisición de combustible por parte de los consumidores. Sabemos que Milagro es un cantón agrícola o comercial por eso el 77% de los encuestados realiza la adquisición de combustible en las zonas urbanas y el solo 23% adquiere combustible en las zonas rurales del cantón.

Figura N°9

Adquiere combustible en las gasolineras de las zonas urbanas o rurales del cantón Milagro



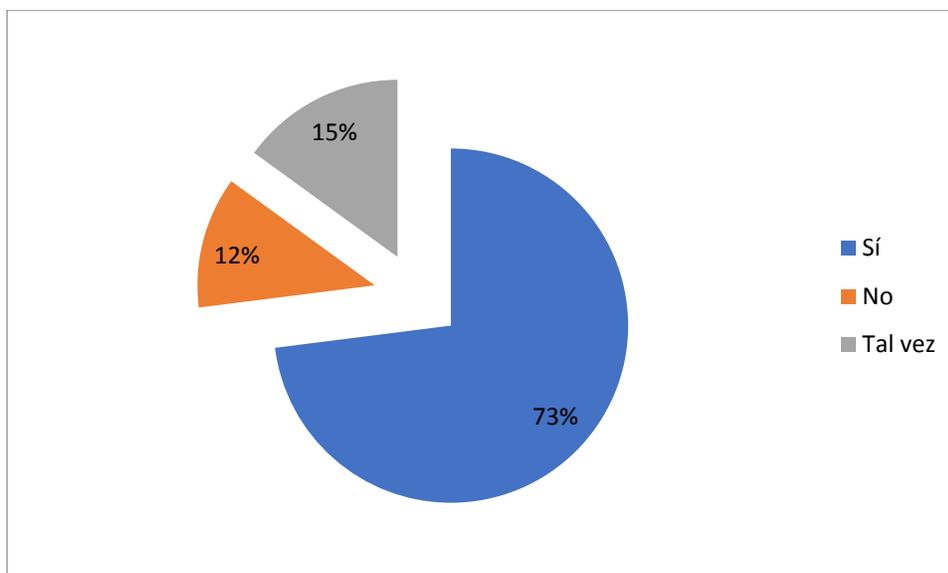
Elaborado por: El Autor, 2024

10. En el caso de crear una gasolinera Móvil. Adquiriría nuestros servicios.

Un pregunta importante para el proyecto es saber si los habitantes del cantón realizaran la compra en el proyecto que se ejecutara, en base a los datos recabamos que el 73% de los encuestados si desean adquirir los servicios que se ofrecerá dentro de este mercado, por otra parte el 12% no desea adquirir el servicio y por ultimo el 15% de los encuestados esta indeciso en si adquirir o no el producto que se va a comercializar en el cantón Milagro.

Figura N°10

En caso de crear una gasolinera móvil. Adquiriría nuestros servicios.



Elaborado por: El Autor, 2024

Necesidad a Satisfacer

El proyecto denominado “Gasolinera móvil en el cantón Milagro” tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los consumidores tratándose de un proyecto de índole innovador en donde se utilizarán las nuevas tecnologías emergentes para la ejecución del proyecto. Este proyecto se plantea con la meta de llevar el tipo de combustible que se solicite hasta a la ubicación que estén los compradores ya que muchos consumidores viven en zonas rurales y se le dificulta ir hacia una estación de servicios, en base a esto se optimizaran tiempos de compra y traslado por parte de compradores en sus vehículos hacia las gasolineras de su preferencia. Al ser un proyecto novedoso se utilizará una aplicación para que el consumidor realice el pedido de la cantidad de combustible que desee y así poder llegar a la ubicación solicitada.

Cálculo de la Demanda

Se calculó la demanda en base a los resultados de las encuestas, donde se muestra el valor total de los vehículos circulando en el cantón Milagro. En base a esto desarrollo el cálculo de la demanda de este tipo de servicio, donde en primer lugar se multiplicó según la participación (%) por el valor que mensualmente que el

mercado objetivo consume en combustible y posteriormente se lo llevó a dato anual. Posteriormente, se segregó el consumo anual por el tipo de combustible que adquieren (Eco, Diesel o Súper), dando un total anual de \$65´088.000. A esta cifra se le calcula el consumo Urbano, o personas que ponen combustible dentro de la ciudad, dando un total de consumo de \$50´117.760 al año. Finalmente se identificó que el 73% sí aceptan la instalación de una nueva gasolinera, generando una demanda Potencial de \$14´970.240 al año.

Tabla N°3

Población de vehículos		80000			
<u>Consumo</u>		<u>Consumo Mensual</u>	<u>Consumo Anual</u>		
\$61 a \$80	17%	\$952.000	\$11.424.000		
\$81 a \$100	23%	\$1.656.000	\$19.872.000		
\$101 en adelante	32%	\$2.816.000	\$33.792.000		
<u>Tipo de combustible</u>		<u>\$61 a \$80</u>	<u>\$81 a \$100</u>	<u>\$101 en adelante</u>	<u>Total (\$)</u>
Ecopaís	73%	\$8.339.520	\$14.506.560	\$24.668.160	
Diesel	19%	\$2.170.560	\$3.775.680	\$6.420.480	
Súper	8%	\$913.920	\$1.589.760	\$2.703.360	
Total		\$11.424.000	\$19.872.000	\$33.792.000	\$65.088.000
<u>Zona</u>					
Urbano	77%	\$50.117.760			
Rural	23%	\$14.970.240			
<u>Aceptación de la nueva gasolinera en zona Urbana</u>					
Sí	73%	\$36.585.965			

Elaborado por: El Autor, 2024

Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda se desarrolló en base a la fórmula de la proyección de la demanda en donde se toman los datos del año base, la tasa de crecimiento del sector económico de estudio (4,3% anual) y el número de periodos para el proyecto dando así los siguientes resultados.

Tabla N°4
Proyección de la demanda

Tasa de crecimiento	4,30%
Valor 2024	\$36.585.965
2025	\$38.159.161,29
2026	\$39.800.005,22
2027	\$41.511.405,45
2028	\$43.296.395,88
2029	\$45.158.140,90

Elaborado por: El Autor, 2024

Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen dentro de un mercado en específico, dependiendo la actividad económica que se desarrolle la oferta varia en grandes cantidades.

Para el cálculo de la oferta de venta de combustible móvil en el cantón Milagro se examinaron las gasolineras que los consumidores tienen más preferencias, en el estudio de mercado se pudo observar que son 4 gasolineras que tienen mayor porcentaje de aceptación por parte de los compradores ya sea por su atención, tiempo de espera o precio que se expenden los combustibles actualmente. Se realizó el levantamiento de información de la data existente en la Súper Cías (cifras de cierre a abril 2024) con los siguientes resultados:

Tabla N°5
Determinación de la Oferta

Nombre de la gasolinera	Ingresos 2023 (con cierre a abril 2024)
GASOLINERA PETROLRIOS I MILAGRO	\$2.926.877,18
GASOLINERA PDV I MILAGRO	\$2.561.017,54
GASOLINERA PETROECUADOR MILAGRO	\$9.146.491,20
GASOLINERA PRIMAX MILAGRO	\$4.756.175,42
Total	\$19.390.561,34

Elaborado por: El Autor, 2024

Su proyección para los próximos 5 años, se calculó con la tasa de crecimiento del sector económico, representado en el Sistema de Información Público del Banco Central del Ecuador (BCE) al 4,3% anual.

Tabla N°6
Proyección de la Oferta

Tasa de crecimiento	4,30%
Valor 2023	\$19.390.561
2025	\$20.224.355,48
2026	\$21.094.002,77
2027	\$22.001.044,89
2028	\$22.947.089,82
2029	\$23.933.814,68

Elaborado por: El Autor, 2024

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se da cuando mercado no cubre en su totalidad las necesidades de los consumidores. Cuando sucede estos casos se crean nuevos nichos de mercado para nuevos emprendimientos que cubran la necesidad requerida por el mercado.

Para el proyecto de crear una gasolinera móvil en el cantón Milagro se detectó una necesidad por parte de los consumidores de combustibles alrededor de todo el cantón los mismos que mencionaron quejas por parte de ellos en las gasolineras donde habitualmente llenan el depósito de combustible de sus vehículos las quejas con mayor frecuencia fueron el tiempo de espera al llenar su depósito de combustible, la calidad de servicio por parte de los expendedores y el tiempo en llegar una gasolinera.

En base a los antes mencionado por parte de los consumidores se detectó un nicho de mercado y con los datos obtenidos en la oferta y demanda se calculó la demanda insatisfecha proyectada a cinco años teniendo en cuenta que el parque automotor ha crecido en los últimos años en un 4,3%. Es importante mencionar que la demanda insatisfecha resulta de la diferencia o resta entre la demanda potencial y la oferta de las marcas competidoras.

Tabla N°7**Cálculo y Proyección de la Demanda Insatisfecha**

Detalle	Año 2024		
Demanda Potencial	\$36.585.964,8		
Oferta competencia	\$19.390.561,3		
Demanda Insatisfecha	\$17.195.403,5		

Proyección	Demanda Potencial	Oferta	Demanda Insatisfecha
2025	\$38.159.161,3	\$20.224.355,5	\$17.934.805,8
2026	\$39.800.005,2	\$21.094.002,8	\$18.706.002,5
2027	\$41.511.405,4	\$22.001.044,9	\$19.510.360,6
2028	\$43.296.395,9	\$22.947.089,8	\$20.349.306,1
2029	\$45.158.140,9	\$23.933.814,7	\$21.224.326,2

Elaborador por: El Autor, 2024

En la Tabla 7 se identificó una demanda insatisfecha al 2024 de \$17'195.403,5 la cual se considera como información base para el cálculo de proyecciones de egresos e ingresos. Es importante resaltar que la DI no representan los ingresos del proyecto, sino que, de ella, se considera una porción representada por la capacidad máxima de producción de la gasolinera propuesta, pueda atender y despachar.

Análisis técnico para determinar las necesidades de activos, talento humano y de recursos económicos, para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro.

Para el desarrollo del análisis técnico, inicialmente se presenta la ubicación propuesta para las instalaciones, el organigrama funcional y el requerimiento en activos y talento humano.

Microlocalización en el cantón Milagro

El establecimiento base de abastecimiento para la gasolinera móvil se encuentra ubicado en el sector industrial vía km 26 a la altura del terminal terrestre.

Figura N°11

Ubicación del establecimiento



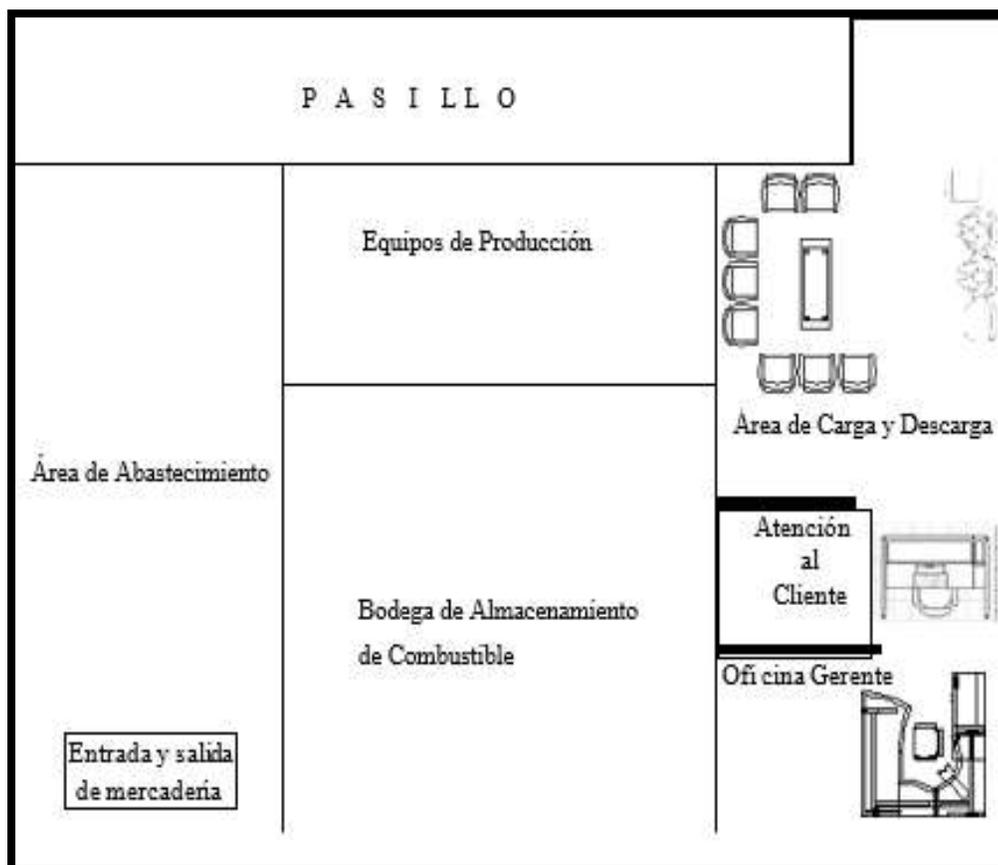
Elaborado por: Google Maps, 2024

La matriz para la realización del proyecto se encontrará ubicada en un sector a las afueras de la ciudad, tiene una medida aproximada de 950 m2 metros cuadrados. Su funcionamiento será absoluto y dedicado al abastecimiento de combustible para las gasolineras móviles, cuenta con pasillo de parqueo, área de carga y descarga, área de abastecimiento, sus respectivas bodegas. Además, las oficinas oportunas

para atención al cliente y la gerencia para dar solución a inconvenientes. La distribución de las áreas se visualiza en la Figura 12.

Figura N°12

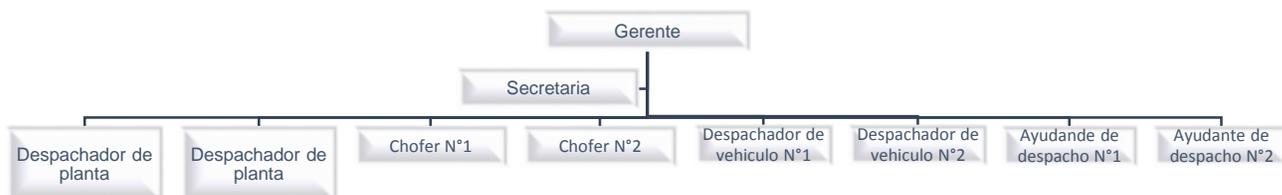
Mapa de Distribución Interna de Áreas.



Elaborado por: El autor, 2024

Estructura Funcional

Los cargos que el proyecto necesita, está representado en la estructura funcional, donde 4 colaboradores tienen contacto directamente con los clientes o consumidores, 2 colaboradores finales son los choferes que trasladan los tanqueros, 2 adicionales son los encargados del despacho de la planta. A esto se suman 2 colaboradores, uno de ellos es el responsable de la administración de la gasolinera y el segundo cargo lo asiste. Su representación se visualiza en la Figura 13.

Figura N°13***Estructura Funcional (Organigrama).***

Elaborado por: El autor,2024

Funciones por Cargos

- ✓ Gerente: Es la máxima autoridad en el manejo y la toma de decisiones para los procesos operativos, además se encarga de administrar la parte financiera y legal de la empresa (gasolinera móvil), este tendrá un sueldo de 600 USD,
- ✓ Secretaria: Es la persona que se ocupa de la caja de la empresa, de los archivos y documentos electrónicos para tener en claro los balances de cuenta del proyecto, esta se le asignará un sueldo de 550 USD.
- ✓ Despachador de planta 1: Se encarga del trabajo de despacho de combustible en la base de la gasolinera móvil así también le corresponden tareas de limpieza de su lugar de trabajo.
- ✓ Despachador de planta 2: Se encarga del trabajo de despacho de combustible en la base de la gasolinera móvil así también le corresponden tareas de limpieza de su lugar de trabajo.
- ✓ Chofer 1: Le corresponde el trabajo de despacho, recorrido y abastecimiento a los automóviles de la ciudad, para ello se le cancelará un sueldo básico unificado equivalente a 500 USD.
- ✓ Chofer 2: Le corresponde el trabajo de despacho, recorrido y abastecimiento a los automóviles de la ciudad, para ello se le cancelará un sueldo básico unificado equivalente a 500 USD.

- ✓ Despachador de vehículo 1: Este operario trabajará de la mano con el operario uno en el recorrido de rutas establecidas para abastecimiento de combustible, así mismo su sueldo será 500 USD.
- ✓ Despachador de vehículo 2: Este operario trabajará de la mano con el operario uno en el recorrido de rutas establecidas para abastecimiento de combustible, así mismo su sueldo será 500 USD.
- ✓ Ayudante de despacho 1: Se encargará de ayudar al despachador de vehículo y de colocar los conos de estacionamiento donde correspondan además de cumplir de funciones de mecánico si el cliente lo solicita.
- ✓ Ayudante de despacho 1: Se encargará de ayudar al despachador de vehículo y de colocar los conos de estacionamiento donde correspondan además de cumplir de funciones de mecánico si el cliente lo solicita.

Requerimiento de Activos Fijos

En la siguiente tabla, se muestra los valores totales de activos fijos que se necesitan para poner en marcha la gasolinera móvil en el cantón Milagro aquí se detallan los valores del terreno, suministro de oficina, muebles de oficina, maquinaria y equipo, dando un valor total requerido de \$166.046,00.

Tabla N°9

Activos Fijos

Activos Fijos	Cant	C. Unit	C. Tot
Terreno de 950 m2	1	\$100.000,00	\$100.000,00
Construcción metálica para oficina, cafetería (para alquiler) y bodega.	1	\$27.000,00	\$27.000,00
Construcción del techo de la zona de dispensadores con iluminación.	1	\$12.000,00	\$12.000,00
Construcción del tanque de almacenamiento (sub-suelo) y pavimentación del terreno.	1	\$16.000,00	\$16.000,00
Dispensador de Combustibles BLUESKY	4	\$1.365,00	\$5.460,00
Exhibidores de productos junto a los dispensadores.	4	\$100,00	\$400,00
Escritorios de oficina	4	\$140,00	\$560,00
Sillas de oficina	4	\$30,00	\$120,00

Extintores de Humo	8	\$37,00	\$296,00
Archivadores	2	\$180,00	\$360,00
PC de escritorio	4	\$450,00	\$1.800,00
Impresoras	1	\$350,00	\$350,00
Software contable	1	\$350,00	\$350,00
AC 12000VTU	3	\$450,00	\$1.350,00
Total Activos Fijos			\$166.046,00

Elaborado por: El Autor, 2024

Depreciación de Activos Fijos

Se realizó del cálculo de la depreciación para cada uno de los activos fijos que se tienen dentro del proyecto, se utilizaron los porcentajes establecidos de depreciación para cada activo así mismo se realizó el cálculo que se tendrán en los libros contables del proyecto de cada uno de los activos Apéndice N°1.

Activos Diferidos

Se elaboró, el cálculo de los activos diferidos que son necesario para la puesta en marcha del proyecto, aquí encontramos cuentas tales como la constitución de la empresa, cuerpo de bomberos entre otras, una vez obtenido todos los valores se obtuvo el valor de \$1.930,00 como parte de los activos diferidos.

Tabla N°10

Activos Diferidos

Activos Diferidos	Cant.	C. Unit.	C. Total
Compra de la Empresa "S.A."	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Permiso Municipal del cantón Milagro	1	\$150,00	\$150,00
Permiso de Benemérito Cuerpo de Bomberos	1	\$110,00	\$110,00
Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos Naturales no Renovables de Ecuador	1	\$120,00	\$120,00
Certificado de No haber Sido Dado de Baja otorgado por la Policía Nacional	1	\$50,00	\$50,00
Total			\$1.930,00

Elaborado por: El Autor, 2024

Sueldos y Salarios

Los sueldos y salarios se definieron para cada persona que trabaje dentro de la gasolinera móvil en el cantón Milagro los cuales dependiendo del cargo que

ocupen percibirán un salario ajustado a su puesto, se realizó el cálculo mensual y anual para cada funcionario Apéndice N°2., donde su valor anual asciende a \$55.486,1.

Beneficios Sociales del Talento Humano

Así se ejecutó el cálculo de los beneficios sociales para cada persona que trabaje dentro de la gasolinera móvil se desarrolló el cálculo del décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo y las vacaciones pertinentes para cada persona, este cálculo nos dará una visión de la estructura de gastos que se tiene para el proyecto (Apéndice N°3), siendo el valor a pagar en beneficios de \$8.540,00.

Gastos

Los gastos están vinculados en básicos y en temas publicitarios. El total asciende a \$12.208,01 donde el valor más alto está dirigido a las activaciones de marca en la misma estación, donde personal contratado estará realizando actividades en el punto de despacho y tengan que involucrarse con los consumidores.

Tabla N°11

Gastos

Gastos	Actividades	Mensual	Anual
Energía Eléctrica		\$250,0	\$3.000,0
Celular Administrador y Logística	2 en total	\$34,0	\$408,0
Agua Potable		\$100,0	\$1.200,0
Internet wifi		\$70,0	\$3.640,0
Activaciones de marca en la estación	Mkt Directo	\$300,0	\$3.600,0
Publicidad Pautada en redes sociales	Inst. Fb y Whats.	\$30,0	\$360,0
Total			\$12.208,0

Elaborado por: El Autor, 2024

Costos

El costo total anual en que incurriría la estación en un año es de \$158.438,97, donde el rubro de mayor relevancia es la compra de Ecopaís con 59.774 galones

representando el 72,7% del total, seguido por la compra de Diesel con 23.336 galones.

Tabla N°12

Costos

Costos	Cantidad	C. Unit.	C. Total
Overoles de los despachadores	8	\$35,00	\$280,00
Botas industriales	8	\$30,25	\$242,00
Ecopaís 73% frente a la DI	59.774,50 gls.	\$1,93	\$115.279,39
Diesel 19% frente a la DI	23.336,62 gls.	\$1,29	\$30.004,22
Súper 8% frente a la DI	4.421,68 gls.	\$2,86	\$12.633,36
Total			\$158.438,97

Elaborado por: El Autor, 2024

Establecer estrategias Publicitarias y Promocionales para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro

Enunciado Estratégico

Misión

Brindar el servicio de despacho de combustibles con calidad, a los vehículos en el cantón Milagro, a través una gasolinera que cumpla con las condiciones de seguridad, distribución idónea, que brinde oportunidades de empleo y beneficios para la ciudadanía, brindando una mejora al alcance de todos.

Visión

Ser para el 2029, la gasolinera más importante en el cantón Milagro, por distribuir combustibles con calidad, brindando un servicio excelente y personalizado.

Objetivos Empresariales

- ✓ Fomentar nuevas fuentes de empleo contando con la presencia de personal apto y responsable para cumplir las funciones asignadas.
- ✓ Adquirir las respectivas máquinas y equipos que permitan desarrollar las funciones sin inconveniente alguno.
- ✓ Tomar en cuenta las diferentes leyes que regulen el mercado en los diferentes ámbitos para no presentar problemas con el estado.
- ✓ Brindar nuevas fuentes de empleos a los moradores de la ciudad de Milagro, apoyando al desarrollo económico personal.
- ✓ Crear estrategias competitivas para la patente y el servicio a brindar buscando a futuro establecer de una mejor manera el posicionamiento del mercado.

Valores Corporativos

- ✓ **Trabajo en equipo:** Colaboración mutua entre el personal de trabajo para cumplir con las obligaciones de la mejor manera posible.
- ✓ **Orientación al cliente:** Brindar un excelente servicio e informar al cliente de cualquier duda o inquietud que este posea.

- ✓ **Integridad:** Mantener valores fundamentales como responsabilidad, honradez y confianza.
- ✓ **Calidad de servicio:** Es de grato interés por parte de la empresa brindar un servicio que resalte en los ojos de los clientes provocando satisfacción.
- ✓ **Bienestar en la sociedad:** Para la implementación de un producto o servicio es primordial que sea de beneficio mutua tanto para empresa como consumidor.

Objetivos de Comercialización

- ✓ Posicionar la marca en el cantón Milagro.
- ✓ Generar aceptación e ingresos para la gasolinera propuesta.
- ✓ Alcanzar los réditos económicos necesarios para que la gasolinera propuesta sea rentable.

FODA Cruzado

Las indagaciones internas, muestran el estado situacional asociada a la distribución de combustible hasta el lugar del consumidor, mediante gasolineras móviles, de tal manera se realizaron énfasis debilidades y amenazas para visualizar y solventar inconvenientes que necesitan de modificaciones positivas, para esto implementaremos el desglose de la matriz FO, FA, DO y DA. Surge del análisis FODA como principal matriz consiguiente a la matriz de impactos cruzados para poder combinar ciertas estrategias dando una solución en el apartado que presenta inconveniente o mal manejo que afecte a la empresa, como por ejemplo una mala distribución, un mal producto, un mal servicio entre otros. Aspectos y detalles que se podrán visualizar detalladamente en el (Apéndice N°4).

Matriz de Riesgos

La matriz de Riesgos, indica estrategias netas y dictaminadas internas referentes a la matriz FODA cruzado, en base a una calificación cuantitativa evalúa cuál importante o cuál posible resulta invertir hacia los recursos económicos. (Apéndice N°5).

Esta selección le brinda al propietario e inversionistas de la gasolinera móvil en el Cantón Milagro”, siendo calificados como:

- 0 nada importante
- 2 poco importante
- 4 algo importante
- 6 medianamente importante
- 8 muy importante
- 10 totalmente importante

Cabe recalcar, que las ideas elaboradas que se generaron internas al FODA cruzado y que coinciden o se mezclan, se agrupan para amenorar los niveles de riesgo o percances futuros.

Plan de Marketing MIX

Se desarrolló un plan de marketing ajustado a las necesidades del mercado en donde se ve a ejecutar el proyecto de la venta de combustibles móvil en el cantón Milagro, en el (Apéndice N°6), se detallan cada una de las actividades a desarrollarse dentro del plan establecido. El valor anual a invertir en temas publicitarios es de \$3.960,00 en el año y está enfocado estrictamente a temas de posicionamiento.

Determinar la viabilidad financiera para la creación de una gasolinera Móvil en el cantón Milagro

El análisis financiero y económico, se presenta en detalle a través del cálculo de la proyección de ingresos, egresos, capital de trabajo, tmar, endeudamiento, flujo de caja y escenarios de sensibilidad.

Proyección de Ingresos

Los ingresos se calcularon a partir de la DI de \$17´195.403,46 de los cuales se atenderá el 1,8% de ese rubro, dando una proyección de ingresos de \$309.517,26 en el primer año, así como se presenta en la Tabla 13. Es importante mencionar que la proyección para los siguientes años se calculó con una tasa de crecimiento del sector del 3,6% anual.

Tabla N°13

Proyección de Ingresos

Ingresos	2025	2026	2027	2028	2029
Ecopaís 73% frente a la DI	\$225.947,60				
Diesel 19% frente a la DI	\$58.808,28				
Súper 8% frente a la DI	\$24.761,38				
Alquiler de área de Cafetería	\$12.000,00				
Ingresos Total (\$)	\$309.517,26	\$320.659,88	\$332.203,64	\$344.162,97	\$356.552,84
Situación	Dlrs / %	Participación			
Demanda Insatisfecha	\$17.195.403,46				
Participación sobre la DI	\$309.517,26	1,8%			
Crecimiento Sector	3,6%				

Elaborado por: El Autor, 2024

Proyección de Egresos

Los egresos están segregados en costos de producción, gastos administrativos y financieros, donde el primer año alcanza un total de \$246.243,6 donde el principal egreso son los costos representando el 65,3% del total.

Tabla N°14

Proyección de Egresos

Costos y Gastos	2025	2026	2027	2028	2029
Costo de Producción	\$158.439,0	\$164.142,8	\$170.051,9	\$176.173,8	\$182.516,0
Costos	\$158.439,0	\$164.142,8	\$170.051,9	\$176.173,8	\$182.516,0
Gastos Administrativos	\$76.234,1	\$78.978,5	\$81.821,7	\$84.767,3	\$87.818,9
Sueldos	\$64.026,1	\$66.331,0	\$68.718,9	\$71.192,8	\$73.755,8
Servicios Básicos	\$12.208,0	\$12.647,5	\$13.102,8	\$13.574,5	\$14.063,2
Gastos Financieros	\$11.570,5	\$9.722,2	\$7.665,8	\$5.377,8	\$2.832,2
Intereses	\$11.570,5	\$9.722,2	\$7.665,8	\$5.377,8	\$2.832,2
Total Gastos					
Total Costos y gastos	\$246.243,6	\$252.843,5	\$259.539,4	\$266.318,9	\$273.167,2

Elaborado por: El Autor, 2024

Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el valor económico que se necesita contar hasta que los ingresos igualen y superen a los egresos, donde el primer año se identifica un monto de \$37.539,5.

Tabla N°15

Capital de Trabajo

Años	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Efectivo Disponible		\$1.719,5	\$1.781,4	\$1.845,6	\$1.912,0	\$1.980,8
Cuentas por Cobrar		\$25.793,1	\$26.721,7	\$27.683,6	\$28.680,2	\$29.712,7
Inventario en Bodega		\$19.804,9	\$20.517,8	\$21.256,5	\$22.021,7	\$22.814,5

Cuentas por Pagar		\$9.778,0	\$6.839,3	\$7.085,5	\$7.340,6	\$7.604,8
Inv. En CTN	-\$37.539,5	-\$4.642,2	-\$1.518,5	-\$1.573,2	-\$1.629,8	\$46.903,3

Elaborado por: El Autor, 2024

Tasa de Descuento

La Tmar o tasa de descuento, es el valor porcentual a la que se compara la Tasa Interna de Retorno (TIR), donde se analiza la viabilidad del proyecto, especialmente cuando es superior a esta cifra. La Tmar alcanzada es del 13,58%.

Tabla N°16

Tasa de Descuento

Operación	Dato				
p	inflación				
PR	prima de riesgo				
p	1,56%				
PR	14,13%				
p*PR	0,22%				
TMAR	15,90%				
Descripción	Monto	W	Tasa	W*T	
Préstamo	\$102.757,74	50%	11,26%	5,63%	
Accionistas	\$102.757,74	50%	15,90%	7,95%	
Inversión (\$)	\$205.515,47	100%		13,58%	

Elaborado por: El Autor, 2024

Amortización de la Deuda

Con el fin de buscar los recursos para cubrir con toda la inversión, el 50% del total será cubierto por un préstamo bancario, el cual será de \$102.757,74 que a una tasa pasiva del 11,26% que corresponde a créditos para Pymes de la Corporación Financiera Nacional (CFN), genera un interés a pagar de 37.168,60 y un total a pagar en cinco años de \$139.926,34.

Tabla N°17**Amortización de la Deuda**

Préstamo \$102.757,74				
Tasa CFN 11,26%				
Años	Capital	Amortización Principal	Intereses	Anualidad constante
2024	\$102.757,74			
2025	\$86.342,99	-\$16.414,75	-\$11.570,52	-\$27.985,27
2026	\$68.079,94	-\$18.263,05	-\$9.722,22	-\$27.985,27
2027	\$47.760,48	-\$20.319,47	-\$7.665,80	-\$27.985,27
2028	\$25.153,04	-\$22.607,44	-\$5.377,83	-\$27.985,27
2029	\$0,00	-\$25.153,04	-\$2.832,23	-\$27.985,27
Total	\$0,00	-\$102.757,74	-\$37.168,60	-\$139.926,34

Elaborado por: El Autor, 2024

Flujo de Caja

Al obtener la diferencia entre ingresos proyectados y los egresos, se alcanza la utilidad bruta, a la cual se le resta el 15% de repartición de utilidades para los colaboradores y accionistas, y posteriormente el 22% de impuesto al Estado ecuatoriano, alcanzando la utilidad neta del Proyecto. Posteriormente se aumenta la depreciación, la amortización, el préstamo bancario y el valor de desecho. A esto se resta la inversión fija la amortización de la deuda por año y la distribución necesaria del capital de trabajo en cinco años.

Tabla N°18**Flujo de Caja**

Flujo de Caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos Proyectados		\$309.517	\$320.660	\$332.204	\$344.163	\$356.553
(-) Costos Variables		-\$158.439	-\$164.143	-\$170.052	-\$176.174	-\$182.516
(-) Costos Fijos		-\$76.234	-\$78.979	-\$81.822	-\$84.767	-\$87.819
(-) Intereses Financieros		-\$11.571	-\$9.722	-\$7.666	-\$5.378	-\$2.832
(-) Depreciación		-\$7.490	-\$7.490	-\$7.490	-\$6.220	-\$6.220
(-) Amortización		-\$386	-\$386	-\$386	-\$386	-\$386
Utilidad Bruta antes pago Utilidades		\$55.784	\$60.326	\$65.174	\$71.624	\$77.166
Reparto de utilidad 15%		\$8.368	\$9.049	\$9.776	\$10.744	\$11.575
Utilidad antes de impuestos		\$47.416	\$51.277	\$55.398	\$60.881	\$65.591

Impuestos 22%	\$10.432	\$11.281	\$12.188	\$13.394	\$14.430
Utilidad Neta	\$36.985	\$39.996	\$43.210	\$47.487	\$51.161
(+) Depreciación	\$7.490	\$7.490	\$7.490	\$6.220	\$6.220
(+) Amortización	\$386	\$386	\$386	\$386	\$386
(-) Inversión Fija	-\$167.976				
(+) Préstamo bancario	\$102.758				
(-) Amortización de la Deuda	-\$16.415	-\$18.263	-\$20.319	-\$22.607	-\$25.153
(+/-) Capital de trabajo	-\$37.539	-\$4.642	-\$1.519	-\$1.630	\$46.903
(+) Valor de Desecho					\$131.137
Total Flujo Caja	-\$102.758	\$23.548	\$27.835	\$28.938	\$29.599

Elaborado por: El Autor, 2024

Indicadores Económicos

Los indicadores principales que analizan la viabilidad del presente proyecto se presentan a continuación, donde la TIR (34,08%) es superior a la Tmar, el VAN (\$88.385,5) es mayor a “\$0,00”, la RBC (1,18) indica que por cada dólar invertido retorno \$0,18 adicional.

Tabla N°19

Indicadores Económicos

Tasa Interna Retorno	34,08%				
Valor Actual Neto	\$88.385,5				
Beneficios					
Descontados	\$ 1.143.189,1				
Costos descontados	-\$ 866.755,2				
Costos descontados +inversión	-\$ 969.512,9				
INGRESOS	\$ 309.517,3	\$ 320.659,9	\$ 332.203,6	\$ 344.163,0	\$ 356.552,8
EGRESOS	-\$ 234.673,1	-\$ 243.121,3	-\$ 251.873,6	-\$ 260.941,1	-\$ 270.335,0
B/C	1,18				

Elaborado por: El Autor, 2024

Análisis de Sensibilidad

En ambos casos, el flujo varía un 10%, donde el optimista en positivo alcanza un VAN de \$105.426,6 y el pesimista en negativo alcanza \$71.344,38, considerando al proyecto atractivo para la inversión.

Tabla N°20***Análisis de Sensibilidad***

Escenarios	Optimista	Pesimista
2024	-\$102.757,7	-\$102.757,74
2025	\$23.547,8	\$23.547,76
2026	\$30.618,4	\$25.051,43
2027	\$31.831,7	\$26.044,14
2028	\$32.559,3	\$26.639,47
2029	\$231.437,2	\$189.357,73
VPN	\$105.426,6	\$71.344,38
TIR	37,12%	30,83%

Elaborado por: El Autor, 2024

DISCUSIÓN

Se considera como primer caso de discusión a Echeverría Tipse (2020), su objetivo general consiste en supervisar el estado actual de dichas estaciones y su contribución para con la sociedad, el tipo de investigación es por medio de métodos cuantitativos de diseños exploratorios, como conclusión se argumenta que estas estaciones de servicio en cierto punto afectan a la salud de los pobladores del sector siempre que esta se encuentre cercana a la zona urbana comprometida, pero se desea implementar tecnologías que puedan aportar al cuidado de los ciudadanos. Al compararlo se identifica que el método utilizado en el presente estudio es mixto (inductiva – deductiva), en donde con el método inductivo se analizó lo particular a lo general, con enfoques cualitativos y cuantitativos ya que permitió realizar observaciones de datos.

El segundo caso se menciona a Custode & Tayo (2021). Se realizaron recolecciones de datos para estructurar el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional y el estudio financiero. El técnico determinó la inversión en activos, talento humano y el capital de trabajo. Al compararlo con el presente estudio, este identificó una inversión total en activos fijos es de \$166.046,0 y en activos diferidos es de \$1.930,00.

El tercer caso de estudio, se menciona a Toapanta Siza & Lara Álvarez (2022), el cual surge en base a la cantidad competitiva de negocios similares las cuales serán analizadas con sus estrategias de publicidad que trabaje en el posicionamiento de la marca. Al compararlo con el presente estudio, esta identificó un Plan de Marketing, donde se invertirá \$3.960,00 anuales que se trabajará en el posicionamiento de la marca de la estación de servicios.

El cuarto caso se menciona a Ávila & otros (2022), Para determinar los resultados se proyectaron indicadores financieros como el VPN que es de \$773,549.08 y la TIR 29.95%, además se utilizaron los escenarios para analizar en qué momento es más rentable. Al compararlo con los indicadores del presente estudio, se determinaron la viabilidad del proyecto, alcanzando una TIR (34,08%) es superior a la Tmar, el VAN (\$88.385,5) y la RBC (1,18), lo que indica que por cada

dólar invertido retorno \$0,18 adicional, determinando que el proyecto es atractivo para la inversión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En la investigación de mercados, se identifica que el 32% del mercado consumidor, invierten más de \$100 mensuales en combustible para su vehículo, donde el 73% son consumidores de Ecopaís y el 19% Diesel. Es importante identificar que el 77% son consumidores del Área Urbana, donde el 73% sí estarían dispuestos a consumir combustible en una nueva gasolinera. Para determinar la demanda insatisfecha, inicialmente se determinó la demanda potencial que alcanza los \$36'585.964,8 y se resta de la oferta de las gasolineras actuales que es de \$19'390.561,3 dando un total de la DI de \$17'195.403,5 por año.

El análisis técnico parte de la ubicación estratégica de la gasolinera propuesta, la cual se encuentra ubicado en el sector industrial vía km 26 a la altura del terminal terrestre. La matriz para la realización del proyecto, contará con 950 m² metros cuadrados. Su funcionamiento será absoluto y dedicado al abastecimiento de combustible para las gasolineras móviles, cuenta con pasillo de parqueo, área de carga y descarga, área de abastecimiento, sus respectivas bodegas. La inversión total en activos fijos es de \$166.046,0 y en activos diferidos es de \$1.930,00.

La importancia del Plan de Marketing será el posicionamiento de la marca en el cantón Milagro, donde se invertirá \$360,00 anuales en pauta publicitaria que trabaje la recordación de la marca y \$3.600,00 en activaciones de marca en la misma estación, donde personal externo contratado, realice actividades en contacto con los clientes.

Finalmente, los ingresos serán el 1,8% de la DI alcanzando el primer año los \$309.517,26 con una tasa de crecimiento del sector del 3,6% anual. Con respecto a los egresos, el primer año alcanza los \$246.243,6, con un capital de trabajo de \$37.539,5. Con estas cifras, los indicadores principales que analizan la viabilidad del presente proyecto se presentan a continuación, donde la TIR (34,08%) es superior a la Tmar, el VAN (\$88.385,5) es mayor a "\$0,00", la RBC (1,18) indica que por cada dólar invertido retorno \$0,18 adicional concluyendo que el proyecto es económicamente atractivo para la inversión.

Recomendaciones

En relación a la información del mercado, se recomienda realizar levantamiento de información de las gasolineras competidoras, para identificar sus alianzas, proveedores, tarifas y servicios que los diferencian.

En relación a los activos, se recomienda invertir en una infraestructura de calidad que transmita a los consumidores una imagen de elegancia, confort y buen servicio.

En relación a la publicidad, se recomienda invertir en generar negociaciones con empresas de transporte de personal y carga, con el fin de ser el proveedor principal de combustible para todas sus unidades, garantizando así un stock importante de rotación de combustible.

Finalmente, se recomienda en temas económicos y financieros, mantener y fortalecer el control de los indicadores a través de un software contable y financiero, que permita tomar decisiones asertivas.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 163-173. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Acurio Hidalgo, G., Bosquez Remache, J., & Cacpata Calle, W. (2021). ANÁLISIS PESTEL EN EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Revista Conrado*, 1(17), 440-448.
- Arceyyut, Y., & Torres, C. (2019). *PLANIFICACIÓN DE CONTINGENCIAS PARA DERRAMES DE HIDROCARBUROS EN MUELLES PETROLEROS DE RECOPE*. UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL (Tesis de Grado), Alauela. Obtenido de <https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/324/Planificaci%C3%B3n%20contingencias%20derrames%20hidrocarburos%20RECOPE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ATM. (2023). *Vehiculos Matriculados en el año 2023 en el cantón Milagro*.
- Avila, C., Caceres, M., Fernandez, Y., & Jimenez, J. (2022). Servicio de recargo de gasolina y mantenimiento vehicular a domicilio. *Gas-Fast*. Universidad Central, Cochabamba. Obtenido de <https://www.scribd.com/document/612722700/Final-Terminado>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluacion de proyectos. Septima edicion*. Mexico: The McGraw Hill.
- Balboa Cortez, A. (2015). Posicionamiento estratégico de la empresa. *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-estrategico-de-la-empresa/>
- BARACALDO BARRAGÁN, J., & MOLANO CELIS, I. (2019). *VENTA DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS A DOMICILIO*. UNIVERSIDAD DE LA SABANA, Colombia. Obtenido de <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/12104>

- Canizares, L. (2020). ELEMENTOS CLAVE DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL. UNAREVISIÓN DESDE LAS TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS. *Inova*, 1(6), 50-69. Obtenido de <https://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/78/163>
- Carrillo Parra, E., Ramonez Vázquez, G., & Arteaga Bionilla, G. (2022). Determinación de la demanda insatisfecha para la implementación de un emprendimiento de producción y comercialización de pollitos criollos. *Polo del Conocimiento*, 7(8), 806-822.
- Castellnou, R. (2021). *captio.net*. Obtenido de <https://www.captio.net/blog/los-estados-financieros-basicos>
- Cevallos, M. (2 de Julio de 2019). *Catarina* . Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf
- Chimbo Niveló, B. (2023). "Estudio de factibilidad económica para implementación de una estación de biocombustible en la ciudad de Cuenca". (*Tesis de Grado*). Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24496/1/UPS-CT010380.pdf>
- Coca Carasila, A. (2008). El concepto de Marketing: pasado y presente. *Scielo*. Obtenido de El concepto de Marketing: pasado y presente
- Compras Publicas . (2019). *Listado de estaciones sectorizadas en el Ecuador* . Milagro.
- Correa, J., & Gómez, S. (2018). INDICADORES FINANCIEROS Y SU EFICIENCIA EN LA EXPLICACIÓN DE LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO. *Scielo*, 11. doi:<https://doi.org/10.18359/rfce.3859>
- Custode, M., & Tayo, A. (2021). "Creación de una herramienta de innovación tecnológica como estrategia de fidelización aplicada a las estaciones de servicio P&S de Tungurahua". (*Tesis de Grado*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32911/1/803%20MKT.pdf>

- Custode, M., & Tayo, A. (2021). *“Creación de una herramienta de innovación tecnológica como estrategia de fidelización aplicada a las estaciones de servicio P&S de Tungurahua”*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32911/1/803%20MKT.pdf>
- Driessnack, M., Sousa, V., & Costa, I. (2015). REVISIÓN DE LOS DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN RELEVANTES PARA LA ENFERMERÍA PARTE 3: MÉTODOS MIXTOS Y MÚLTIPLES. *Artigo de Atualização*, 5(15), 16-19.
- Echeverria Tipse, M. (2020). Evaluación Ocupacional Anual del Personal que Labora en las Estaciones de Servicio Mobil en Quito, Manta, Machala y Guayaquil – 2019. (*Tesis de Maestría*). Universidad César Vallejo, Piura. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63785/Echeverria_TME-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Echeverria Tipse, M. (2020). *Evaluación Ocupacional Anual del Personal que Labora en las Estaciones de Servicio Mobil en Quito, Manta, Machala y Guayaquil – 2019*. Universidad César Vallejo, Piura. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63785/Echeverria_TME-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO. (2016). *REGLAMENTO NO. GADMM-009-2016*.
- González Ochoa, A., Machado Ramírez, G., Talavera Hernández, E., & Sevilla Rizo, A. (2020). Influencia de las TIC en el proceso administrativo. *FAREM*, 1(33), 52-63.
- Guijarro Vallejo, J. (2019). *Plan de comunicación para mejorar el posicionamiento de marca de la estación de servicio Epoch gasolinera politécnica E.P de la ciudad de Riobamba*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de [file:///C:/Users/SIETE/Downloads/\[1library.co\]%20plan%20de%20comunicaci%C3%B3n%20para%20mejorar%20el%20posicionamiento%20de%20marca%20de%20la%20estaci%C3%B3n%20de%20servicio%20epoch%20gaso.pdf](file:///C:/Users/SIETE/Downloads/[1library.co]%20plan%20de%20comunicaci%C3%B3n%20para%20mejorar%20el%20posicionamiento%20de%20marca%20de%20la%20estaci%C3%B3n%20de%20servicio%20epoch%20gaso.pdf)

- Gutierrez, L., Muñoz, L., Romero, R., & Rosas, G. (2019). *Venta de gasolina a domicilio al sector norte-oriental de la ciudad de Bogotá*. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/5536/trabajo%20final%205%20dic.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- H. CONGRESO NACIONAL. (2023). *Ley de Compañías*.
- Hualcas, M. (2021). Relación entre clima laboral y satisfacción laboral en una empresa de hidrocarburos. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 17(4), 91-103. Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/4068/4571>
- INEC, 2022. (s.f.). *Estaciones de Transporte*. Milagro. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2018/2018_A NET_PPT.pdf
- Instituto Europeo de Posgrado. (2018). *Marketing Mix*. Europa. Obtenido de <https://iep.edu.es/marketing-mix-concepto-aplicacion/>
- Jiménez, E., & Iturralde, R. (2014). *La importancia de la elaboración de un plan de marketing*. Ecuador. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/marketing-empresas-ecuador.html>
- Jimenez Catota, J. (2022). Modelo de Gestión Empresarial para la Gasolinera de la Unión de Taxistas de Santo Domingo de los Tsáchilas. (*Tesis de Grado*). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18265>
- Jimenez Catota, J. (2022). *Modelo de Gestión Empresarial para la Gasolinera de la Unión de Taxistas de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18265/1/22T0869.pdf>
- Leonor Toala, G., Mendoza-Briones, A., Vincés-Menoscal, D., & Moreira-Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 4(4), 71-87.

- Luna, A. (2016). *Plan Estratégico de Negocios*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
Obtenido de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KBchDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=plan+de+negocio+origen&ots=1ShLW-9qNV&sig=LmZ551PIN0y2sFf988yWEUiEeD4#v=onepage&q=plan%20de%20negocio%20origen&f=false>
- Márquez, C., & Castro, J. (2015). Uso del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno. *Scielo*. Obtenido de
https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-65762015000100008
- Menjívar, J., & Borjas, A. (2022). Estudio de Prefactibilidad para la Apertura de una Gasolina Uno en el km 5 Carretera CA5 Norte. *TESIS DE POSTGRADO*. Unitec, Tegucigalpa. Obtenido de
<https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/12350/Estudio%20de%20prefactibilidad%20para%20la%20apertura%20de%20una%20gasolinera%20uno%20en%20el%20km%2025%20carretera%20ca5%20norte.%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINISTRO DE MINAS Y PETRÓLEOS. (2008). *REGLAMENTO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE GAS NATURAL PARA USO EN VEHÍCULOS AUTOMOTORES*.
- Molina, I. (2020). *Misión y Visión*. Estados Unidos. Obtenido de
<https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Montoya Castañeda, C. (2021). “Plan de negocios para la implementación de una estación de servicios en Lima”. (*Tesis de Grado Máster*). Universidad de Piura, Lima. Obtenido de
<https://pirhua.udep.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/6766c32a-0f4e-4af8-a39b-0c2a5f1f1fd7/content>
- Moreira Macías, M., Carvajal Salgado, A., & Barreno Salinas, M. (2022). ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO-FINANCIERO DE LOS SECTORES EMPRESARIALES DE MILAGRO, ECUADOR. *Revista ECA Sinergia*, 11(1),

- 81- 90. Obtenido de
https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2020/06/19/articulo_202061918011.pdf
- Ojeda Ochoa, J. C. (2019). *Plan de negocios para una estación de servicios en la ciudad de Machala*. Universidad del Azuay, Cuenca. Obtenido de
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8651/1/14313.pdf>
- Parra-Calderón, C., Osorio-Gómez, J., & Escandón-LópezA, J. (2019). Metodología multicriterio para la selección de proveedores bajo consideraciones de riesgo. *Scientia et Technica*, 14(02), 232-239.
- Plaza Vidaurre, V. (2023). *Escuela de Posgrado*.
- Porter, M. (2007). *itson.mx*. Obtenido de
<https://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/documents/ventaja%20competitiva.pdf>
- Porto , A., & Angarita, L. (2017). Estructuras organizacionales: nuevas tendencias. *Adgnosis*. doi:<https://doi.org/10.21803/adnognsis.v6i6.192>
- Salazar Moran, A. (2022). *Plan Estratégico Institucional 2018 – 2021 de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero y las gasolineras del Cantón Puerto López*. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa. Obtenido de
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4108/1/TESIS-ADRIANA%20LEONOR%20SALAZAR%20MORAN.pdf>
- Sánchez, J. (2022). *Innevo*. Obtenido de <https://blog.innevo.com/objetivos-empresariales>
- Serrano , V. (2023). *Políticas de una Empresa*. Mexico. Obtenido de
<https://guiadelempresario.com/administracion/empresa/politicas-de-una-empresa/>
- Simisterra Quiñonez, É., Rosa Monserrate, R., & Suárez, S. (2018). La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). *REVISTA DE PRODUCCIÓN, CIENCIAS E INVESTIGACIÓN*, 2(17), 9-15.

- Toapanta Siza, G., & Lara Álvarez, P. (2022). “*Estudio de un Plan de Marketing para la instalación de un autoservicio para las gasolineras ubicada en el Cantón Milagro*”. Universidad Tecnológica Indoamericana, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/3967/1/Toapanta%20Siza%20Geomara%20Estefan%c3%ada%20.pdf>
- Valencia , W. (2017). Indicador de Rentabilidad de Proyectos: el Valor Actual Neto (VAN) o el Valor Económico Agregado (EVA). *Industrial Data*, 14(1), 15-18.
- Vega Falcón, V., Leyva Vázquez, M., & Sánchez Martínez, B. (2022). Análisis FODA-PAJ: Una alternativa esencial para realizar el estudio de la empresa avícola Matanzas. *Revista Universidad y Sociedad*, 55(14), 34-46.
- Yambay Santillán, J. (2018). *Plan de Marketing para la Estación de Servicios Hidrocarburíferos Santillán, en la Ciudad de Riobamba Periodo 2017*. ESPC, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9136/1/42T00460.pdf>
- Zea-Izquierdo, F., Álvarez-Gavilanes, J., & Andrade-Mena, G. (2021). Estudio de mercado del sector automotriz como herramienta para toma de decisiones empresariales. *CIENCIAMATRIA*, 12(7), 643-670.

ANEXOS

Anexo N°1: Cuadro de Operacionalización de Variables

	VARIABLE	DEFINICIÓN	TIPO DE MEDICION O INDICADORES	TECNICAS DE TRATAMIENTO DE INFORMACION	RESULTADOS ESPERADOS
Decisoria	Valor Actual Neto	Sirve para ver si el proyecto de inversión será rentable, es decir, conocer cuánto se va a ganar o perder (Baca Urbina, 2013).	Cuantitativa $VAN = \sum_{j=1}^n \frac{FNE_j}{(1+i)^j} - I_0$	Información Primaria. Uso de estadística descriptiva	Determinar la viabilidad del proyecto
	Tasa Interna de Retorno	Es la tasa de descuento con la que el valor actual neto (VAN) se iguala a cero.	Cuantitativa $0 = \sum_{j=1}^N \frac{FNE_j}{(1+TIR)^j} - I_0$	Información Primaria. Uso de estadística descriptiva	Determinar si el proyecto se acepta o se rechaza en base al porcentaje objetivo

Elaborado por: El Autor, 2024

Anexo N°2: Encuestas

ENCUESTA DE INVESTIGACION DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA CREAR UNA GASOLINERA MÓVIL EN EL CANTÓN MILAGRO.

Encuesta dirigida a los propietarios de vehiculos del canton Milagro.

Objetivo: Obtener datos para la recopilacion de informacion para la propuesta de la aplicación de Una gasolinera movil en el cantón Milagro.

Instrucciones: Observe cada una de las preguntas y señale su respuestas de acorde a su preferencia .

1. ¿Edad?

- 18 años – 23 años
- 24 años – 29 años
- 30 años – 35 años
- 36 años – 41 años
- 42 años – 47 años
- 48 años – 53 años
- 54 años en adelante

2. ¿Genero?

- Masculino
- Femenino
- Otro

3. Tipo de vehículo

- Moto
- Automóvil
- Camioneta
- Camión
- Volqueta
- Tráiler

4. Marca de gasolinera preferida

- PetrolRíos
- Mas Gas
- Primax
- PDV
- Petroecuador

- Petro comercial
 - P&S
 - San Cristóbal
 - Terpel
 - Copedesa
 - Las Piñas
 - Divino Niño
- 5. ¿Qué tipo de combustible adquiere?**
- Gasolina Eco
 - Gasolina Super
 - Diesel
- 6. ¿Qué cantidad usted invierte en combustible al mes?**
- \$10 a \$20
 - \$ 20 a \$40
 - \$40 a \$60
 - \$60 a \$80
 - \$80 a \$100
 - \$100 en adelante
- 7. ¿Cuál es el tiempo de espera para llenar su tanque de combustible?**
- 1 a 3 minutos
 - 4 a 7 minutos
 - 8 a 11 minutos
 - 11 minutos en adelante
- 8. ¿Como es el trato de los expendedores de combustible hacia usted?**
- Excelente
 - Muy Bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
- 9. Adquiere combustible en las gasolineras de las zonas urbanas o rurales del cantón Milagro**
- Zona Urbana

- Zona Rural

10. En el caso de crear una gasolinera Móvil. ¿Adquiriría nuestros servicios?

- SI
- No
- Tal vez

Anexo N°3: Entrevistas

- 1) Nombre:
- 2) Cargo:
- 3) ¿Era rentable la estación de la cual era cargo?
- 4) Servicios que brindaba la estación
- 5) ¿Como era la relación entre los expendedores y los consumidores de la estación de servicios que usted estaba a cargo?
- 6) ¿Cuál era la estrategia de promoción de los servicios de la gasolinera?
- 7) Su opinión sobre la creación una gasolinera Móvil dentro del cantón
- 8) Bajo que canales de comunicación le gustaría enterarse de las promociones y concursos

Anexo N°4: Cronograma de Actividades

Actividades	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Descripción de las actividades de investigación																				
Revisión del tema y planteamiento de objetivos	■	■	■																	
Revisión del planteamiento del problema				■	■															
Revisión de variables						■	■													
Revisión Estado de arte o antecedentes de la investigación								■	■	■										
Explicación de elaboración del marco teórico								■	■	■										
Revisión del marco teórico, contextual, conceptual									■	■	■									
Mapa Operacionalización Variables									■	■	■									
Revisión de metodología											■	■								
Revisión de base de datos													■	■	■					
Búsquedas de páginas oficiales bases de datos													■	■	■					
Revisión de base de datos y realización de estudio de factibilidad													■	■	■					
Informe y revisión final																■	■			
Sustentación																	■	■	■	

Elaborado por: El Autor, 2024

APENDICES

Apéndice N°1: Depreciación de activos fijos

Activos Fijos	Depre.	%	2025	2026	2027	2028	2029
Terreno de 950 m2	\$100.000	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Construcción metálica para oficina, cafetería (para alquiler) y bodega.	\$27.000	10%	\$2.700	\$2.700	\$2.700	\$2.700	\$2.700
Construcción del techo de la zona de dispensadores con iluminación.	\$12.000	10%	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Construcción del tanque de almacenamiento (subsuelo) y pavimentación del terreno.	\$16.000	10%	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600
Dispensador de Combustibles BLUESKY	\$5.460	10%	\$546	\$546	\$546	\$546	\$546
Exhibidores de productos junto a los dispensadores.	\$400	10%	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
Escritorios de oficina	\$560	10%	\$56	\$56	\$56	\$56	\$56
Sillas de oficina	\$120	10%	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12
Extintores de Humo	\$296	10%	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
Archivadores	\$360	10%	\$36	\$36	\$36	\$36	\$36
PC de escritorio	\$1.800	33%	\$594	\$594	\$594		
Impresoras	\$350	33%	\$116	\$116	\$116		
Software contable	\$350	33%	\$116	\$116	\$116		
AC 12000VTU	\$1.350	33%	\$446	\$446	\$446		
Total Depreciación			\$7.490	\$7.490	\$7.490	\$6.220	\$6.220

Elaborador por: El Autor, 2024

Apéndice N°2: Sueldo y Salarios

Sueldos	#	Sueldo mensual	Sueldo anual	IESS 11,15% mensual	IESS 11,15% anual	Total a recibir mensual	Total a recibir anual
Administrador	1	\$1.200,0	\$14.400,0	\$133,8	\$1.605,6	\$1.333,8	\$16.005,6
Coord. Logística	1	\$1.000,0	\$12.000,0	\$111,5	\$1.338,0	\$1.111,5	\$13.338,0
Coord. Administrativo y Financiero	1	\$1.000,0	\$12.000,0	\$111,5	\$1.338,0	\$1.111,5	\$13.338,0
Coord. Comercial y de Mercadeo	1	\$500,0	\$6.000,0	\$55,8	\$669,0	\$555,8	\$6.669,0
Despachadores de combustibles	12	\$460,0	\$5.520,0	\$51,3	\$615,5	\$511,3	\$6.135,5
Total (\$)	16	\$4.160,0	\$49.920,0	\$463,8	\$5.566,1	\$4.623,8	\$55.486,1

Elaborado por: El Autor, 2024

Apéndice N°3: Beneficios Sociales de Talento Humano

Beneficios Sociales	#	Total anual	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones	Beneficios Sociales netos
Administrador	1	\$14.400,0	\$1.200,0	\$460,0	\$600,0	\$2.260,0
Coord. Logística	1	\$12.000,0	\$1.000,0	\$460,0	\$500,0	\$1.960,0
Coord. Administrativo y Financiero	1	\$12.000,0	\$1.000,0	\$460,0	\$500,0	\$1.960,0
Coord. Comercial y de Mercadeo	1	\$6.000,0	\$500,0	\$460,0	\$250,0	\$1.210,0
Despachadores de combustibles	12	\$5.520,0	\$460,0	\$460,0	\$230,0	\$1.150,0
Total (\$)		\$49.920,0	\$4.160,0	\$2.300,0	\$2.080,0	\$8.540,0

Elaborado por: El Autor, 2024

Apéndice N°4. FODA Cruzado

	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto necesario para el uso diario ➤ Servicio Innovador ➤ Personal capacitado para ejecutar los tiempos de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Marca no reconocida en el mercado. ➤ Crecimiento del patio de vehículos eléctricos ➤ Desconfianza por parte de los inversionistas.
Oportunidades	FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mercado establecido ➤ Ahorro de tiempo por parte de los consumidores ➤ Oportunidad de expansión a otros cantones 	<p>Diseñar un plan de marketing para crecer en el mercado</p> <p>Ahorro de costes de combustible en recorrido de los vehículos</p> <p>Mayor venta en los productos a ofrecer por la buena atención por parte de los colaboradores</p>	<p>Invertir en publicidad para reconocer la marca</p> <p>Invertir en cargadores en cargadores eléctricos para captar este mercado</p> <p>Elaborar una propuesta estructurada en base al mercado a trabajar</p>
Amenazas	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exceso de competidores ➤ Desconocimiento del servicio por parte de los consumidores. ➤ Situación actual del país (Social) 	<p>Establecerse dentro del mercado para tener la mayor cantidad de ingresos anuales</p> <p>Elaborar campañas publicitarias por medios no tradicionales para captar la atención de los consumidores</p> <p>Capacitar a los empleadores en caso de surja imprevistos sociales en alguna venta a ejecutar</p>	<p>Diseñar un producto innovador y diferenciador a raíz de la competencia</p> <p>Invertir en un servicio de impulsadoras de marca</p> <p>Utilizar indicadores financieros para que los inversionistas tengan una visión más clara del proyecto a implementar</p>

Elaborado por: El Autor, 2024

Apéndice N°5. Matriz de Riesgo

Tipo	Estrategia	Valoración					
		0	2	4	6	8	10
FO	Diseñar un plan de marketing para crecer en el mercado						x
	Ahorro de costes de combustible en recorrido de los vehículos						x
	Mayor venta en los productos a ofrecer por la buena atención por parte de los colaboradores						x
DO	Invertir en publicidad para reconocer la marca					x	
	Invertir en cargadores en cargadores eléctricos para captar este mercado					x	
	Elaborar una propuesta estructurada en base al mercado a trabajar						x
FA	Establecerse dentro del mercado para tener la mayor cantidad de ingresos anuales						x
	Elaborar campañas publicitarias por medios no tradicionales para captar la atención de los consumidores						x
	Capacitar a los empleadores en caso de surja imprevistos sociales en alguna venta a ejecutar						x
DA	Diseñar un producto innovador y diferenciador a raíz de la competencia						x
	Invertir en un servicio de impulsadoras de marca					x	
	Utilizar indicadores financieros para que los inversionistas tengan una visión más clara del proyecto a implementar						x

Elaborado por: El Autor, 2024

Apéndice N°6. Plan de Marketing

Estrategias	Actividades	Unidad de tiempo
Producto	Brindar capacitaciones continuas a los colaboradores para el correcto manejo de las maquinas a utilizar	Anual
Precio	Desarrollan estudios de mercados semestrales con varios encuestadores, con la información recaudada se ajustará la venta del producto ofrecido en base a las exigencias del mercado	Semestral
Promoción	Elaborar spots publicitarios utilizando medios tradicionales y no tradicionales	Anual
Procesos	Gestar una estructura de procesos internos y externos para el buen funcionamiento de la gasolinera móvil	Anual
Presencia	Realizar campañas continuas en el establecimiento y así también mostrador productos adicionales que se ofrecen como son la venta de aditivos STP para gasolina	Anual
Total Anual		

Elaborador por: El Autor, 2024