



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE SERVICIO PARA ADULTOS  
MAYORES EN LA COMPAÑÍA DE TAXIS ORIENT EXPRESS, PERIODO 2015-2016.

**Tutor:**

Ing. Vicente Ordóñez Alemán MAE MGs

**Autor:**

Franco Alcívar, Moisés Jhonatan

**Guayaquil, 2016**

## **DECLARACION DE AUTORÍA Y CESION DE DERECHOS DE AUTOR**

El señor Franco Alcívar Moisés Jhonatan, declara bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucional vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “Propuesta para la creación de una línea de servicio para adultos mayores en la compañía de Taxis Orient Express, periodo 2015-2016”.

Autor:

---

Franco Alcívar, Moisés Jhonatan

C.I. 0918574682

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber, dirigido, revisado y analizado el Proyecto de la Investigación con el tema: “Propuesta para la creación de una línea de servicio para adultos mayores en la compañía de Taxis Orient Express, periodo 2015-2016”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

**INGENIERO COMERCIAL**

Presentado por: Franco Alcívar, Moisés Jhonatan

---

Ing. Vicente Ordóñez Alemán MAE MGs

Tutor

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS 08-12-2016.docx (D24257424)  
**Submitted:** 2016-12-12 06:52:00  
**Submitted By:** vordoneza@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 9 %

Sources included in the report:

TESIS TAXI CARLOS GUSQUE.docx (D17293802) PROYECTO-  
INTEGRADOR LIMONEZ 3.docx (D18257181)  
<http://ecuaworld.com/ecuablog/index.php?itemid=2900>  
<http://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>  
<https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Estadistica/2299368.html>  
<http://www.rua.es/frasesbonitas.htm>  
<http://www.arajuno.gob.ec/arajuno/images/ADMINISTRACI2009-2014/PDyOT/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20ARAJUNO.pdf>  
<http://myslide.es/news-politics/plan-nacional-para-el-buen-vivir-55a14a5cb8518.html>  
<http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/807/1/T-UTEQ-0069.pdf>  
<http://www.readbag.com/ecaths1-s3-amazonaws-oem2011-1033525612-mtis-sampieri-unidad-1>  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3294/3/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-169.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/992/1/T-ULVR-0704.pdf>  
<http://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2015/06/LEYTRANSPORTE1.pdf>  
<http://gye.ecomundo.edu.ec/Biblio/RESPALDO/perfil%20definitivo.docx>  
[http://www.ifrc.org/Global/Publications/IDRL/DM%20acts/REGLAMENTO\\_PERMISOS\\_DE\\_OPERACION\\_PARA\\_PRESTACION\\_DE\\_TRANSPORTE\\_AEREO.pdf](http://www.ifrc.org/Global/Publications/IDRL/DM%20acts/REGLAMENTO_PERMISOS_DE_OPERACION_PARA_PRESTACION_DE_TRANSPORTE_AEREO.pdf)  
<http://documents.mx/education/metodologia-de-la-investigacion-5ta-edicion.html>  
<http://documents.tips/documents/62730653-metodologia-de-la-investigacion-hernandez-sampieri-roberto-4a-ed-1.html>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/688/1/T-ULVR-0072.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/797/1/T-ULVR-0851.pdf>  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Transporte\\_terrestre](https://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_terrestre)  
<http://www.informaticahabana.cu/sites/default/files/ponencias/EDU029.pdf>  
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1422/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20AMPLIACION%20DE%20DIVERSIFICACION%20DEL%20COMERCIAL%20SUELO%20ECONOMICO%20EN%20EL%20CANTON%20LA%20LIBERTAD.pdf>  
[http://html.rincondelvago.com/calidad-total\\_3.html](http://html.rincondelvago.com/calidad-total_3.html)  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/721/1/T-ULVR-0894.pdf>  
<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/empresa-de-servicio>

Instances where selected sources appear:



<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO de tesis</b>		
<b>TITULO Y SUBTITULO:</b> “ Propuesta para la creación de una línea de servicio para adultos mayores en la compañía de Taxis Orient Express, periodo 2015-2016”		
<b>AUTOR/ES:</b> Franco Alcívar, Moisés Jhonatan	<b>REVISORES:</b>	
<b>INSTITUCIÓN:</b> “Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”	<b>FACULTAD:</b> Ciencias Administrativas	
<b>CARRERA:</b> Ingeniería Comercial		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2016	<b>N. DE PAGS:</b> 143	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Administración, Comercialización, Financiero		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> clientes, taxi, servicio.		
<p><b>RESUMEN:</b> La compañía Orient Express, fue constituida el 02 de agosto del año 2004, ubicada en la ciudadela Kennedy Nueva, calle 9na este # 102 entre la D y la E, dedicada a las actividades de servicio de transporte ejecutivo a nivel corporativo en la ciudad de Guayaquil. El equipo humano de Orient Express trabaja bajo el lema de “soluciones en transporte” generando un ambiente de confianza y seguridad a la clientela, lo que ha permitido lograr un crecimiento rápido y sostenido.</p> <p>En este estudio se pudo observar que las personas de la tercera edad se ven expuestos todos los días al maltrato por parte de choferes de las diferentes líneas de transporte, esto se da al momento de cruzar la calle, al momento de parar un autobús, el retraso de las unidades ocasiona que lleguen tarde a sus consultas o chequeos; nadie respeta ni garantiza los derechos de las personas de la tercera edad.</p> <p>En base a esta observación nace la propuesta integral de brindar un servicio de transporte que cubra todas las necesidades que tienen muchas personas que cuentan con dichas características y que si están en capacidad de pagar un valor extra por el servicio adicional que brindaría la compañía a los clientes que lo soliciten.</p> <p>Esta nueva modalidad de servicio de transporte, proporcionaría adicional al traslado del cliente una prestación PLUS que consistiría en recoger, atender, cuidar, esperar y retornar al adulto mayor a su hogar, con todas las seguridades que se requieran o que se demanden, sin necesidad de algún acompañante, algo que no existe en la actualidad.</p> <p>Se ha desarrollado esta propuesta con el fin de permitir a la gerencia incursionar en un nuevo mercado, y esto ayude a crecer a la organización e incrementar las ventas. Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones del caso.</p>		
<b>N. DE REGISTRO</b> (en base de datos):	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):		
<b>ADJUNTO URL</b> (tesis en la web):		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>X</b> : SI	NO

CONTACTO CON AUTORES/ES: Franco Alcívar, Moisés Jhonatan	Teléfono: 0939939475	E-mail: moijho16@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	MGs. Darwin Ordóñez Iturralde, Decano	
	Teléfono: 2596500 EXT. 201 Decanato	
	E-mail: dordonezyl@ulvr.edu.ec	
	MBA Stalin Guamán Aguiar, Director	
	Teléfono: 2596500 EXT. 203 Dirección	
E-mail: sguamana@ulvr.edu.ec		

## **DEDICATORIA**

“En la lucha entre el arroyo y la roca siempre triunfa el arroyo, no porque sea más fuerte, sino porque persevera.”

(Anónimo.)

### **Dedico este proyecto:**

#### **A Dios.**

Por darme fuerzas para no desmayar, por guiarme y ayudarme en el camino de la vida para hacer lo correcto y el bien; y especialmente por darme salud y sabiduría para lograr mis objetivos.

#### **A Mis Padres.**

Por ser el pilar fundamental de mi vida, por aportar con sus consejos y sus valores para hacer de mí una persona de bien; sobre todo por infundir en mí el amor y la perseverancia hacia las cosas que amamos.

#### **A Mi esposa.**

Por ser uno de esos pilares que me sostiene para no decaer en los momentos difíciles, sobre todo por tu amor y paciencia en los diferentes momentos de mi vida.

#### **A mi hija.**

Porque con tu luz iluminas cada día de mi vida y haces que los días sombríos irradian con tu sonrisa.

#### **A mis maestros y amigos.**

Por aportar con sus consejos y por impulsarme con su motivación a lograr las metas que nos proponemos los seres humanos.

Franco Alcívar, Moisés Jhonatan

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios y a todas aquellas personas que en el camino de mi vida formaron parte para que pudiera lograr los objetivos planteados, gracias porque me enseñaron a no darme por vencido ni aun vencido, a ser como el roble en cuya grandeza necesita del agua y no la implora; gracias porque todo este esfuerzo con su ayuda no hubiera sido posible.

Este proyecto es el resultado de un trabajo en equipo de todas las personas que forman parte de mi vida, porque con su granito de arena aportaron para que mi fe y mi constancia de como resultado el logro de una de mis metas.

Gracias padre, madre, esposa, hija, maestros y amigos, este trabajo ha llegado a un feliz término por ello, es un placer expresarles mis agradecimientos.

Expreso un agradecimiento especial a mi Director de Tesis Ing. Vicente Ordóñez Alemán MAE. MGs. por guiarme con sus conocimientos y poner a prueba mis capacidades con el desarrollo de este proyecto, gracias por permitirme crecer con su guía y aprender de usted.

Franco Alcívar, Moisés Jhonatan

## ÍNDICE

<b>CAPITULO 1</b> .....	1
EL PROBLEMA A INVESTIGAR .....	1
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.5 OBJETIVOS.....	6
1.5.1 OBJETIVO GENERAL .....	6
1.5.2 OBJETIVO ESPECIFICO.....	6
1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.8 IDEAS A DEFENDER.....	11
1.8.1 GENERAL .....	11
1.8.2 ESPECÍFICAS .....	11
1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	11
1.9.1 VARIABLE INDEPENDIENTE .....	11
1.9.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	11
<b>CAPITULO II</b> .....	13
MARCO TEORICO.....	13
2.1 ANTECEDENTES .....	13
2.2 BASES TEÓRICAS .....	16
2.2.1 TAXIS .....	20
2.2.2 TAXISTA.....	23
2.2.3 FUNCIÓN DE UN TAXISTA .....	24
2.2.4 PASOS PARA SER TAXISTA.....	25
2.2.5 RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN DEL TAXISTA.....	25
2.2.6 REQUISITOS EDUCATIVOS PARA LOS TAXISTAS .....	26
2.2.7 DOCUMENTOS NECESARIOS PARA TAXISTAS.....	27
2.2.8 DECIDIR SI TENER UN TAXI PROPIO O TRABAJAR POR CONTRATO PARA UNA EMPRESA DE TAXIS. ....	27

2.2.9 FIRMA DE CONTRATO CON UNA EMPRESA DE TAXIS COMO UNA ALTERNATIVA MÁS BARATA:.....	28
2.3 MARCO CONCEPTUAL .....	32
2.3.1 TRANSPORTE .....	32
2.3.2 DEFINICIÓN DE TRANSPORTE .....	32
2.3.3 CONDUCTOR .....	33
2.3.4 PASAJERO .....	33
2.3.5 CLIENTE .....	34
2.3.6 MEJORA CONTINUA .....	34
2.4 MARCO LEGAL .....	37
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>41</b>
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
3.1 METODOLOGÍA.....	41
3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.1.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.1.3 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	44
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	53
3.2.1 POBLACIÓN .....	53
3.2.2 MUESTRA.....	56
3.2.3 MUESTREO NO PROBABILÍSTICO POR JUICIO PROPIO.....	57
3.3 ANALISIS DE LOS RESULTADOS .....	59
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>76</b>
PROPUESTA .....	76
4.1 TEMA.....	76
4.2 JUSTIFICACIÓN.....	76
4.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	78
4.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN.....	78
4.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN .....	78
4.3.3 DATOS DE IDENTIFICACIÓN .....	79
4.4 MISIÓN.....	79
4.5 VISIÓN.....	79
4.6 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS.....	79
4.6.1 PRINCIPIOS CORPORATIVOS.....	79
4.7 VALORES CORPORATIVOS .....	80
4.8 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	81

4.8.1	OBJETIVO GENERAL .....	81
4.8.2	OBJETIVO ESPECÍFICO.....	81
4.9	ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL .....	81
4.10	ANÁLISIS FODA .....	83
4.11	FUERZA DE PORTER.....	86
4.11.1	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES .....	87
4.11.2	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES.....	87
4.11.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES .....	88
4.11.4	AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES .....	88
4.11.5	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS .....	89
4.12	DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD A CARGO DE LA LÍNEA DE SERVICIOS PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD TAXI SOLIDARIO .....	89
4.12.1	FUNCIONES BÁSICAS.....	90
4.13	POLÍTICA Y PROCEDIMIENTOS DE LA UNIDAD A CARGO DE LA LÍNEA DE TRANSPORTE PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD .....	91
4.13.1	POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN.....	91
4.13.2	PROCESOS.....	95
4.13.3	PROCESO DE SELECCIÓN DE UNIDADES .....	96
4.13.4	PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE .....	96
4.13.5	PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE TURNOS .....	97
4.13.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN AL TALENTO HUMANO .....	97
4.14	GENERALIDADES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE ORIENT EXPRESS .....	99
4.14.1	DETALLES DE ACTIVOS QUE POSEE LA EMPRESA Y ESTRUCTURA FINANCIERA ACTUAL.....	100
4.14.2	ACTIVOS.....	100
4.14.3	BALANCE GENERAL DEL AÑO 2015 ORIENT EXPRESS.....	101
4.15	INVERSIÓN EN NUEVOS ACTIVOS Y GASTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL NUEVO SERVICIO .....	104
4.16	PROYECCIONES FINANCIERAS.....	105
4.16.1	PROYECCIÓN DE INGRESOS MENSUALES DEL AÑO 2017 .....	108
4.16.2	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	114
4.16.3	CALCULO DE LA TIR .....	117
4.17	CONCLUSIONES.....	118
4.18	RECOMENDACIONES .....	120
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	121
	ANEXOS.....	125

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación del problema .....	9
Tabla 2 Variable Independiente .....	12
Tabla 3 Descripción de método cuantitativo y cualitativo .....	31
Tabla 4: Análisis del servicio a las personas entrevistadas .....	51
Tabla 5 Población de la tercera edad hombres y mujeres.....	56
Tabla 6 Tabla de distribución de confiabilidad .....	57
Tabla 7: Nivel Socio Económico de los Encuestados: Género .....	60
Tabla 8 Nivel Socio Económico de los Encuestados: Situación Laboral.....	61
Tabla 9 Nivel Socio Económico de los Encuestados: Rango Edad.....	62
Tabla 10 Nivel Socio Económico de los Encuestados: Nivel de Estudios.....	63
Tabla 11 A qué lugares usted se moviliza con más frecuencia .....	64
Tabla 12 Medios de transporte que utiliza .....	65
Tabla 13 Utiliza el transporte de taxi para moverse.....	66
Tabla 14 Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte de taxi.....	67
Tabla 15 Cuántas horas utiliza el transporte de taxi.....	68
Tabla 16 Puede usted mencionar el nombre de cooperativas de taxi que conozca .....	69
Tabla 17 Se siente satisfecho con el servicio de transporte que actualmente recibe.....	70
Tabla 18 Le gustaría contar con un servicio de transporte plus .....	71
Tabla 19 Piensa usted que los conductores están capacitados en Servicio al cliente.....	72
Tabla 20 Cómo usted califica el servicio de taxi en seguridad .....	73
Tabla 21 Cuánto está usted dispuesto a pagar, por un servicio de transporte .....	74
Tabla 22 Costo del servicio dentro de la ciudad .....	8
Tabla 23 Tarifario de viaje.....	87
Tabla 24 Activos que posee la empresa .....	94
Tabla 25 Balance General año 2015.....	95
Tabla 26 Estado de pérdidas y ganancias año 2015 .....	96
Tabla 27 Inversión en implementación de nuevos activos.....	97
Tabla 28 Inversión Total.....	98
Tabla 29 Capital de trabajo .....	98
Tabla 30 Guía de aproximaciones.....	99
Tabla 31 Estimación demanda y participación del mercado.....	100
Tabla 32 Participación de ventas mensuales.....	101
Tabla 33 Ingresos mensuales.....	101
Tabla 34 Proyección nuevos ingresos.....	103
Tabla 35 Balance de Resultados proyectado .....	104
Tabla 36 Balance General proyectado .....	105
Tabla 37 Flujo de caja proyectado .....	106
Tabla 38 Cálculo TIR Y VAN.....	107
Tabla 39 TIR Y VAN.....	108

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Servicio de Taxi .....	2
<b>Figura 2.</b> Mapa Turístico del Guayas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 3.</b> Mapa del Guayas .....	10
<b>Figura 4.</b> Población de la tercera edad .....	55
<b>Figura 5.</b> Nivel Socio Económico de los Encuestados: Género .....	60
<b>Figura 6.</b> Nivel Socio Económico de los Encuestados: Situación Laboral. ....	61
<b>Figura 7.</b> Nivel Socio Económico de los Encuestados: Rango Edad .....	62
<b>Figura 8.</b> Nivel Socio Económico de los Encuestados: Nivel de Estudios .....	63
<b>Figura 9.</b> A qué lugares usted se moviliza con más frecuencia.....	64
<b>Figura 10.</b> Medios de transporte que utiliza.....	65
<b>Figura 11.</b> Utiliza el transporte de taxi para movilizarse .....	66
<b>Figura 12.</b> Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte de taxi.....	67
<b>Figura 13.</b> Cuántas horas utiliza el transporte de taxi .....	69
<b>Figura 14.</b> Puede usted mencionar el nombre de cooperativas de taxi que conozca.....	69
<b>Figura 15.</b> Se siente satisfecho con el servicio de transporte que actualmente recibe .....	70

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Distribución de Turnos Operadoras.....	124
Anexo 2 Distribución de Turnos Unidades.....	125
Anexo 3 Solicitud de Ingreso de Proveedores.....	126
Anexo 4 Requisitos de Ingreso de Proveedores .....	129
Anexo 5 Modelo de Entrevista.....	134
Anexo 6 Cuestionario de la Encuesta.....	135
Anexo 7 Ratios financieros.....	136
Anexo 8 Campaña de presupuesto de marketing .....	137
Anexo 9 Detalle de gastos .....	138
Anexo 10 Detalle de gastos administrativos.....	139

## **CAPITULO 1**

### **EL PROBLEMA A INVESTIGAR**

#### **1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Propuesta para la creación de una línea de servicio para adultos mayores en la compañía de Taxis Orient Express, período 2015-2016.

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La compañía Orient Express, fue constituida el 02 de agosto del año 2004, ubicada en la ciudadela Kennedy Nueva, calle 9na este # 102 entre la D y la E, dedicada a las actividades de servicio de transporte ejecutivo a nivel corporativo en la ciudad de Guayaquil. El equipo humano de Orient Express trabaja bajo el lema de “soluciones en transporte” generando un ambiente de confianza y seguridad a la clientela, lo que ha permitido lograr un crecimiento rápido y sostenido.

El problema se origina porque dentro de la ciudad de Guayaquil nadie ofrece este servicio de manera integral, encontrándonos con un mercado cautivo ya que muchos adultos mayores necesitan moverse, es común verlos trasladarse hasta hospitales y centros de salud para atender sus dolencias, pero su traslado se dificulta debido a su avanzada edad, por lo que muchos de ellos se tienen que valer de sillas de ruedas, bastones o del apoyo de familiares.

El servicio de transporte para personas dentro o fuera de la provincia, no sólo en nuestra ciudad sino en el país, es de pésima calidad, debido a la falta de preparación y cultura de quienes conducen los vehículos y de quienes los administran, es así que presenta debilidades como mala atención personal, descortesía, falta de limpieza de las unidades, falta de mantenimiento

preventivo, pérdida de tiempo por paradas del vehículo para recoger pasajeros, y sobretodo inseguridad personal por la imprudencia del conductor, creando un ambiente de desconfianza entre los usuarios de este servicio que da como resultado una mala imagen a este tipo de negocio.



**Figura 1.** Servicio de Taxi  
**Tomado de:**(Diario Mercurio, 2014)

Las personas de la tercera edad se ven expuestos todos los días al maltrato por parte de choferes de las diferentes líneas de transporte, esto se da al momento de cruzar la calle, al momento de parar un autobús, etcétera, nadie respeta ni garantiza los derechos de las personas de la tercera edad.

Baquerizo (2016) en su estudio indica que “La Constitución Política del Ecuador contiene normas de protección que se traducen en igualdad de derechos y garantías a favor de todos, ecuatorianos y extranjeros independientemente de su edad”.

“Cada día alrededor de 3.500 personas fallecen en las carreteras. Decenas de millones de personas sufren heridas o discapacidades cada año”. Los niños, los peatones, los ciclistas y los ancianos son los usuarios más vulnerables de la vía pública.

“La OMS colabora con asociados - gubernamentales y no gubernamentales - en todo el mundo para prevenir los accidentes de tráfico y promover las buenas prácticas como el uso del casco o del cinturón de seguridad, no beber y conducir, y evitar los excesos de velocidad.” (Prevención de la Violencia y los Traumatismos. O.M.S, consulta 215)

Todos estos factores han llevado a un efecto negativo en el desenvolvimiento de las empresas de transporte debido a que no cuentan con los parámetros necesarios, tales como, falta de control de los choferes que manejan las unidades, control del estado e higiene del vehículo, excesivas tarifas en horas picos entre otros factores.

La inoperancia al momento de tomar decisiones y mantener el mismo modelo de atención al cliente sin ofrecer algo innovador, hace que no se aproveche al máximo los beneficios que se obtendrían si se dirigiera adecuadamente este tipo de servicio en nuestro medio para que con nuevas estrategias administrativas sea optimo el servicio que se brinda al usuario.

Ejemplo de ello se puede tomar como referencia lo que hizo el gremio de taxis con otro sector vulnerable de la población como son las personas con discapacidades: El gremio de taxistas del Ecuador el año anterior implementó una ayuda para este sector vulnerable, cobrando

un 50% del valor de la carrera si presentaban el carnet del CONADIS, y la gratuidad para quienes padezcan de discapacidad física o motriz.

Esta iniciativa en la práctica no se respeta, el motivo es porque las unidades de transporte reciben sus ingresos por carrera realizada y cada unidad no considera rentable llevar a una persona con discapacidad cuya carrera tendrá un valor menor al resto de carreras.

Dentro de nuestras actividades cotidianas hemos detectado que existe una parte de la población desatendida e insatisfecha, considerando que no es justo tener que esperar demasiado tiempo solo porque el servicio es gratuito, su malestar radica porque al retrasarse la unidad de transporte llegan tarde a sus consultas o chequeos, los cuales son programados en cada centro de salud y deben estar con antelación para poder ser atendidos; hemos percibido que muchos clientes necesitan ayuda al momento de trasladarse, ya que sus familiares no pueden acompañarlos por sus distintas ocupaciones.

Nuestra propuesta integral es brindar un servicio de transporte que cubra todas las necesidades que tienen muchas personas que cuentan con familiares con dichas características y que lamentablemente no cuentan con el tiempo necesario para estos cuidados especiales debido a sus obligaciones laborales, pero que si están en capacidad de pagar un valor extra por el servicio adicional que brindara la compañía a los clientes que lo soliciten, esta nueva modalidad de servicio de transporte, proporcionaría adicional al traslado del cliente una prestación PLUS que consistiría en recoger, atender, cuidar, esperar y retornar al adulto mayor a su hogar, con todas las seguridades que se requieran o que se demanden, sin necesidad de algún acompañante, algo que no existe en la actualidad.

La solución es ofrecer un servicio de calidad basado en la confianza y que se lo denomina “Taxi Solidario” que apunta a una atención exclusiva a las personas de la tercera edad, esta propuesta abarca no solo brindar el servicio de traslado sino proporcionar la seguridad y confianza suficiente para acompañar a nuestros clientes hasta el final de la carrera, sea solicitándolo por teléfono o estableciendo convenios con clínicas y hospitales.

El servicio es integral porque se cuenta con personal capacitado para atender a las personas de la tercera edad, choferes con licencias profesionales, capacitaciones constantes sobre la atención a los clientes, suficientes unidades y el conocimiento al día sobre las leyes en general.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿En qué beneficiaría la implementación del servicio de transporte “Taxi Solidario” en la captación del mercado de las personas de la tercera edad para la compañía Orient Express?

### **1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera ayudaría el nuevo servicio “Taxi solidario” a incrementar los ingresos de la compañía Orient Express?

¿Cuenta la compañía Orient Express con el talento humano capacitado para ejercer las actividades que implica este nuevo servicio?

¿Qué medios publicitarios utilizaría el servicio de transporte “Taxi solidario” para llegar a este segmento del mercado?

¿El servicio de transporte “Taxi solidario” ayudaría a incrementar la participación de mercado en la compañía Orient Express?

## **1.5 OBJETIVOS.**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una línea de servicio de transporte denominado “Taxi solidario” para captar el mercado de las personas de la tercera edad en la ciudad de Guayaquil.

### **1.5.2 OBJETIVO ESPECIFICO**

- Determinar la propuesta de crear una línea de transporte para adultos mayores que permita optimizar recursos y se logre excelencia en el servicio.
- Capacitar al personal que se va a dedicar a esta nueva línea de servicio, convocándolos a una capacitación inicial para su inducción dentro del nuevo desarrollo de trabajo conjunto.
- Analizar la información recopilada, seleccionándola y organizándola para así determinar el alcance y necesidades de nuestro servicio.
- Demostrar la factibilidad financiera de este nuevo servicio para la compañía de taxi.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Muchas empresas ya sea PYMES o grandes empresas necesitan adaptarse a este mundo cambiante donde las reglas del juego y la competencia cada día son más agresivas; la

globalización hace que las empresas se enfrenten a nuevas exigencias y las organizaciones opten por cambiar sus estructuras para responder rápido al mercado y lograr captar más clientes.

Este tiempo se ha catalogado como el más competitivo de la historia, se debe de adelantar a los hechos, la organización interna de cualquier empresa debe de estar preparada a enfrentarse a nuevos retos y lograr ser competitivos, sobresaliendo de los demás.

El mercado actual es muy competitivo y toda empresa debe adelantarse a los hechos, Segarra, A., (2013) cita a Peter Drucker indicando que "La mejor estructura no garantizará los resultados ni el rendimiento, pero la estructura equivocada es una garantía de fracaso", el transporte en todo el mundo más que una herramienta de traslado a personas, puede constituir un elemento de progreso o retraso a diferentes civilizaciones.

El proyecto nace de las necesidades que tienen las personas de la tercera edad al momento de trasladarse, a este tipo de personas es común verlos trasladarse de un lugar a otro con ayuda de una silla de rueda, bastón o apoyo de sus familiares.

Actualmente la Asociación de Taxistas del Ecuador brinda un servicio similar de manera eventual para personas con discapacidades, pero este servicio no es completo ni soluciona este problema, por esto presentamos una propuesta integral que brinda un servicio de transporte que cubra todas las necesidades que tienen muchas personas que cuentan con familiares de dichas características y que lamentablemente no cuentan con el tiempo necesario para estos cuidados especiales debido a sus diferentes actividades.

Aunque el recorrido diario que realizan los ancianos puede disminuir con la edad, también podría aumentar debido a la mayor necesidad de atención médica que requieren. Al mismo tiempo, las necesidades de transporte de las familias con el crecimiento de sus hijos y los horarios

complejos podrían aumentar con el tiempo. La familia podría llegar a ser incapaz, negarse o impacientarse con los problemas de traslado que requieran sus allegados de edad avanzada.

Según INEC, (2010) en el último censo poblacional, refleja que en la región costa reside la mayor cantidad de personas de la tercera edad, seguida por la región Sierra; también se realizó proyecciones donde se refleja que en el año 2020 las personas de la tercera edad crecerían en cifras y para el 2025 se duplicará.

“El gobierno ecuatoriano advierte que en los próximos once años la población de adultos mayores en el país se duplicará, al pasar de las 940 mil personas que hay en la actualidad, a 1,8 millones personas sobre los 65 años.” Población Adultos Mayores. (n.d). En Andes en línea.

Las personas que buscan este tipo de servicios son aquellas que se desenvuelven en distintas actividades diarias, como, por ejemplo: comercio, profesión, cobro de jubilación, salud o por status; la propuesta se enfoca a un mercado con ingresos promedios, es decir, que estén en capacidad de pagar un valor extra por el servicio adicional que brindaría la compañía a los clientes que lo soliciten.

Esta propuesta beneficiara al adulto mayor que necesita día a día trasladarse de un lugar a otro para realizar distintas actividades, mediante la creación de esta línea diferenciada en la empresa Orient Express se desea satisfacer a este segmento de la población, ofreciendo un servicio moderno y ágil; con calidad, seguridad, calidez, precios asequibles, como empresa reflejar un aspecto organizacional estable en donde cada colaborador tenga sentido de pertenencia para establecer un clima laboral agradable.

Todos estos factores hacen necesario introducir el servicio “Taxi Solidario” que apunta a una atención exclusiva a las personas de la tercera edad, esta nueva modalidad de servicio de

transporte, proporciona adicional al traslado del cliente una prestación PLUS que consiste en recoger, atender, cuidar, esperar y retornar al adulto mayor a su hogar, con todas las seguridades que se requieran o que se demanden, sin necesidad de algún acompañante, la propuesta busca brindar el servicio de manera profesional y adecuada y así aportar a la sociedad con responsabilidad social.

## 1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio se realizó en la compañía Orient Express, ubicada en la ciudadela Kennedy Nueva, calle 9na este # 102 entre la D y la E, dedicada a las actividades de servicio de transporte ejecutivo a nivel corporativo en la ciudad de Guayaquil.

La investigación de este tema se centra principalmente en el adulto mayor, realizamos encuestas en el lapso de dos meses para determinar la frecuencia de traslado de un lugar a otro de este tipo de personas, las encuestas se realizaron directamente al adulto mayor y a los usuarios habituales que utilizan las unidades de transporte para determinar el porcentaje de adultos mayores que se trasladan de un lugar a otro sin compañía de algún familiar.

Tabla 1 Delimitación del problema

País:	Ecuador
Región:	Costa
Provincia	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena

**Elaborado por:** Moisés Franco

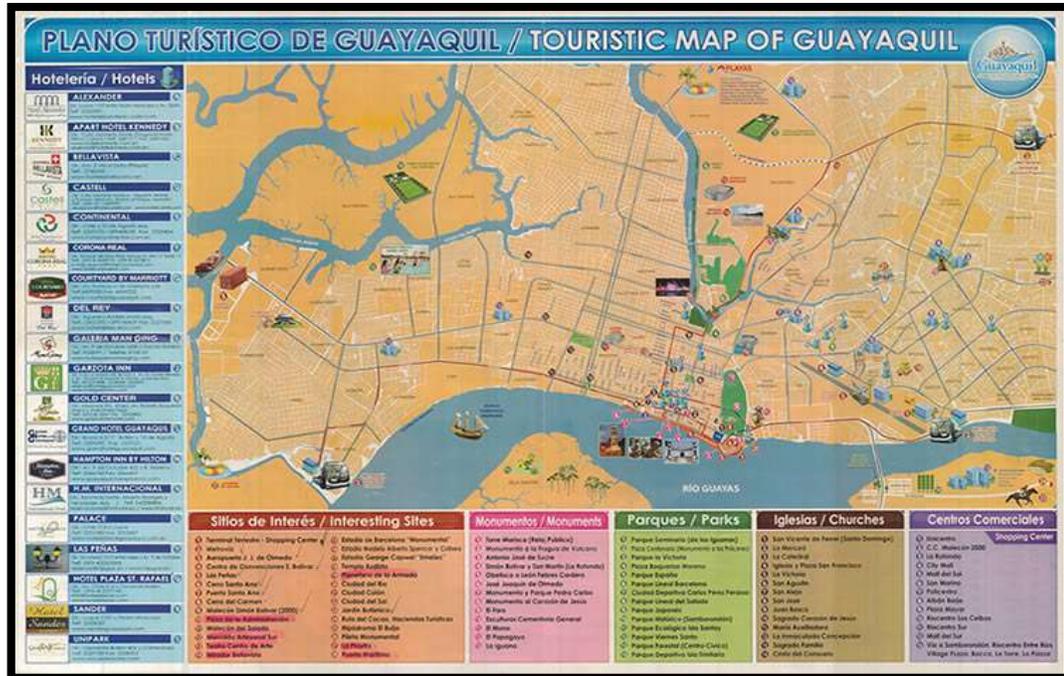


Figura 2. Mapa Turístico de Guayaquil  
 Tomado de:(Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, 2015)

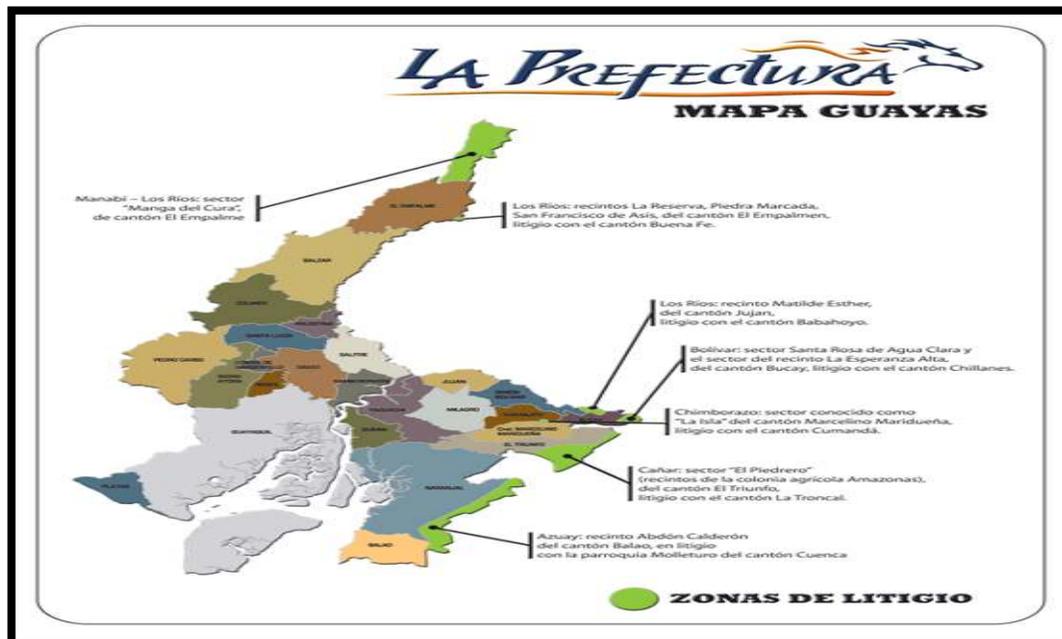


Figura 3. Mapa del Guayas  
 Tomado de:(La Prefectura del Guayas, 2009)

## **1.8 IDEAS A DEFENDER**

La desatención a las personas de la tercera edad y la falta de un servicio de taxis de manera exclusiva para este tipo de usuarios ha ocasionado incomodidad e inseguridad.

### **1.8.1 GENERAL**

La falta de interés al adulto mayor ha provocado la desatención de este sector de la población ocasionando el abandono de este segmento de mercado.

### **1.8.2 ESPECÍFICAS**

La ausencia de un servicio de transporte para el adulto mayor ha generado incomodidad y falta de ayuda por parte de otros usuarios, el servicio “taxi solidario” aporta con un servicio personalizado puerta a puerta para beneficiar su seguridad y movilización.

## **1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **1.9.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Poder adquisitivo del adulto mayor.

La necesidad de traslado de las personas de la tercera edad.

### **1.9.2 VARIABLE DEPENDIENTE**

Implementación de un servicio exclusivo y diferenciado para personas de la tercera edad.

Tabla 2 Variables Dependientes e Independientes.

Variables	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumento
<b>Independiente Poder adquisitivo del adulto mayor</b>	Capacidad de pago por una carrera	Recursos financieros Calidad de vida	Ingreso mensual Nivel social	Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario
<b>Necesidad de movilización del adulto mayor</b>	Traslado de un lugar a otro por diferentes actividades que realice.	Rapidez del Servicio	Duración de la carrera	Taxímetro Encuesta Encuesta	Registro de Cotejo
<b>Dependiente Implementación de un Servicio diferenciado para personas de la tercera edad.</b>	Es el servicio personalizado y diferenciado para personas de la tercera edad que consiste en recoger, esperar y llevar al pasajero con todas las seguridades y sentido de responsabilidad.	Seguridad al traslado Servicios al cliente Persona mayor Atención diferenciada	Inconvenientes presentados Satisfacción Edad del cliente Personalizada puerta a puerta	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario

Elaborado por: Moisés Franco

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES**

Analizando la historia del hombre, desde sus inicios, ha buscado la forma de trasladarse de un lugar a otro de forma rápida y cómoda; antes el hombre se movilizaba en animales, a pie, en carretas, en bicicleta y diferentes medios de transportación, posiblemente era lo más frecuente antes de la era de la industrialización; la manera de como transportarse fue evolucionando y se fue creando una necesidad del ser humano de empezar a trasladarse con una mayor rapidez, capacidad, seguridad, confort y costos bajos ; con el descubrimiento del petróleo y la industrialización, se vio la necesidad de crear autos para movilizar a la población de un lugar a otro.

En una publicación del Editorial Vértice en el año 2014 indica que “en el siglo XX la formación e instalación de grandes corporaciones de fabricantes ha dado un gran impulso a la producción de vehículos tanto para el uso particular como para el transporte público y de mercancías, así como la exportación a terceros países.”

Con el crecimiento económico de los últimos años se observa que toda la población necesita un medio de transporte sea terrestre, aéreo o fluvial para movilizarse y realizar diferentes tareas, sean estas; personales o profesionales. Con el avance de la tecnología, el crecimiento comercial y la necesidad del traslado en periodos cortos de tiempo se desarrollaron de manera

urgente, lo que originó que el hombre creara vehículos que se adapten a las necesidades del ser humano.

“El transporte se define como el desplazamiento de objetos o personas de un lugar de partida a otro, que es el destino, a través de un vehículo o medio de transportación que utiliza una determinada infraestructura”. Esta ha sido una de las actividades terciarias de mayor expansión que se ha experimentado a lo largo de los últimos dos siglos, debido a la industrialización, al tráfico comercial y a los desplazamientos humanos tanto a escala nacional como internacional; así también a los avances técnicos que se han producido y que han sido referencia para una mayor rapidez, capacidad, seguridad y menor costo del transporte. (Couso, 2015)

Por otra parte los registros de la Asociación ecuatoriana de taxis ejecutivos AETEJ detallan la historia del servicio de transporte de puerta a puerta informando que son originarios de los llamados Remís de Argentina, quienes llevan más de 25 años en ese país.

En el año de 1994 se inicia en el Ecuador la creación de este servicio de transporte puerta a puerta, siendo Quito la ciudad pionera. La idea fue originaria de un grupo de taxistas, los mismos que tuvieron como iniciativa brindar un servicio diferenciado para los usuarios de taxis convencionales, utilizando los carros amarillos, pero trabajando bajo el sistema de llamadas en el cual los clientes solicitaban el servicio.

“Este grupo de taxistas formó una cooperativa llamada Taxi Amigo, siendo esta la pionera en el mercado ecuatoriano. Es por ello que las personas en general se refieren a este servicio de puerta a puerta como “Taxis Amigos” y no bajo el nombre de “transportes ejecutivos”.

Cuando se refiere a las personas de la Tercera Edad se habla de aquella porción de la población que son considerados como mayores o ancianos, cursando por una etapa de la vida que

se determina como la última. Hoy en día, el Adulto Mayor ha sufrido varias dificultades que han afectado su calidad de vida, por la escasez de oportunidades de trabajo, actividad social y en muchos casos se sienten excluidos.

Las personas de la tercera edad merecen ser tratadas con respeto considerando su autonomía, concientizando que son personas que han adquirido experiencias que aún tienen mucho que aportar a la sociedad. A pesar de la existencia de gobiernos y municipios que se preocupan por la integridad y dignidad del Adulto Mayor, es necesaria la orientación de la sociedad para mejorar su calidad de vida en este tipo de personas.

Según datos de las Naciones Unidas, Fondo de Población de las Naciones Unidas- Estado de la población mundial “En 1950 existían en el mundo 200’000.000 de personas mayores de 60 años, pero ya en 1975 esta cifra alcanzó los 350’000.000, por tanto, su importancia paso de 9.2% a 14.2%.(Naciones Unidas, 2015).

Esto significa que la población de la tercera edad tiene una importancia relativa en todo el mundo y que cada día va en aumento. El desconocimiento de sus derechos y el rechazo de muchas personas han producido que se sientan excluidos y se vulneren sus derechos en la sociedad. Razón por la cual se debe reconocer la inclusión de los adultos mayores dentro de todos los ámbitos, teniendo una sociedad más justa, equitativa y que contribuya al desarrollo de una nación.

Al incluir el servicio de transporte denominado “taxi solidario” para personas de la tercera se está aportando al desarrollo y contribuyendo para que el adulto mayor siga generando un aporte a la economía, ya que al tener como trasladarse, podrá dedicarse a actividades que en

algún momento tuvo que abandonar por no tener un servicio adecuado a sus necesidades, y a su vez activar nuevos servicios para este nicho de mercado que está siendo poco reconocido por las empresas en la ciudad de Guayaquil, y que pueden llegar a generar buenos ingresos al prestar servicios adecuados y lograr satisfacer sus necesidades.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

Según Walt Pickut (2014), “El crecimiento demográfico acelerado en los centros urbanos ha incrementado la demanda de transporte masivo, cuya oferta no crece en la misma proporción, falta de coordinación interinstitucional”, es por ello que el deficiente dinamismo de la planeación hace que se tomen medidas correctivas para resolver los problemas de transportación de manera fácil y por sentido común.

Se considera un “anciano” a aquellas personas que cumple una edad de 60 años, según algunas definiciones, y de acuerdo a sus capacidades físicas podrían comenzar a limitar su libertad de ir a un lugar a otro en el momento que quieran. Para hacer referencia de esta necesidad de ayudar a las personas de tercera edad o ancianos, se toma en cuenta un informe del año 2011 elaborado por los estadísticos de la Biblioteca de Cuidadores, en donde determinan que existen 8.4 millones de adultos mayores en los Estados Unidos que dependen de otras personas para transportarse.

En el caso de los vehículos y carreteras, estos se construyen en base a los reflejos, la agilidad y la visión del conductor promedio. Con el tiempo los conductores de edad avanzada pierden la capacidad de utilizar estos sistemas de transporte motivo por el cual necesitan de otra

persona que ayuden a cumplir esta necesidad de transportarse. El tamaño de las señales de tránsito, la distancia de las advertencias de peligro, el tamaño y el brillo de las señales iluminadas y muchas otras características hacen que las carreteras sean menos adecuadas para los conductores de edad avanzada.

Según Homburger, (2013) en la actualidad el adulto mayor ha sufrido varias dificultades que han afectado su calidad de vida, pues pierde oportunidades de trabajo, actividad social y en muchos casos se sienten excluidos. Dado que el paso a la tercera edad no pone fin a la generatividad de una persona, y a medida que la categoría de las personas mayores aumenta, Erickson predice que estas permanecerán implicadas en los asuntos del mundo durante mucho más tiempo, por lo que contempla la tercera edad como un periodo más productivo y creativo que en el pasado, donde un artista de 80 años, escritor o músico, y no serán algo excepcional. (Homburger, 2013 p.14)

El Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC; realiza desde el año 1965, la Estadística de Transportes, con el propósito de obtener información relacionada con los transportes de pasajeros, vehículos matriculados, accidentes de tránsito, transporte aéreo, transporte ferroviario y transporte marítimo de carga y de pasajeros. La información se presenta a nivel nacional y provincial. (INEC, 2014)

Segarra(2013) asegura que:

“El transporte ayuda a diversificar y especializar los recursos, se considera al transporte como un motor que literalmente “mueve” la economía. Utilizar el servicio de transporte forma parte del día a día de cada persona, desde los niños en edad escolar hasta los

adultos que necesitan trasladarse a sus lugares de trabajo, por esta razón el lapso que dure efectuar este servicio debe de ser acogedor y seguro para los usuarios, por ser lo que traslada a una rutina que bien empieza o termina en el día.”

El envejecimiento de una persona es el resultado de una compleja interacción de los procesos biológicos, psicológicos, sociales y ambientales. Por lo que se debe tomar en cuenta el cuidado de los adultos mayores y no excluirlos en todo el ámbito mejorando su calidad de vida y su bienestar social. (Lombardo, 2012, p. 120)

Con la propuesta de implementar un servicio de transporte para adultos mayores se estaría logrando atender a una parte de la población insatisfecha. Cabe resaltar que las empresas de servicios tienen la función de brindar una actividad para satisfacer necesidades a cambio de un precio, siendo estas públicas o privadas. En donde el producto que ofrecen es intangible, aunque se puede observar que se ha creado toda una red de personal y equipamiento que permiten llevar a cabo su cometido. Por ejemplo, en el servicio de transporte existen chóferes, vehículos, oficinas de atención al público, etcétera, pero lo que se vende es el transporte como servicio en sí mismo, el traslado de un lugar a otro, y el resto son medios para alcanzar el objetivo. Estas organizaciones con fines de lucro, advierten las necesidades y recursos del grupo de personas a las que están dirigidas.

Las empresas deben considerar a sus clientes como un activo que debe ser gestionado como cualquier otro activo de la empresa, sobre todo en el caso de los servicios, el cliente siempre inclinará sus preferencias por una empresa que presta un buen servicio.

“Los productos van y vienen. El reto de las empresas se centra en que sus clientes duren más que sus productos. Tienen que considerar más los conceptos ciclo de vida del mercado y ciclo de vida del cliente en lugar del concepto ciclo de vida del producto”(Kotler, 2014)

Un cliente es aquella organización, empresa o persona que, a partir de un pago, accede a un bien o servicio deseado, esperando ser atendido de la manera más profesional posible, por eso en Gestión Organizacional nos indica que “En el momento que se decida satisfacer la necesidad de un mercado, los distintos tipos de clientes aparecerán, se transformarán, se consolidarán o incluso desaparecerán. Y es que no solo se puede considerar como cliente a la persona que entra en la tienda o pregunta por un servicio que se ofrece, sino que un cliente es cualquier persona que tiene una necesidad, la cual se pueda cubrir; por tanto, se debe tener en cuenta los tipos de clientes que existen, conociendo que no solo es un cliente la persona que se interesa directamente por un determinado producto o servicio, sino todos los que puedan necesitar.

Según el último Censo poblacional y de vivienda que vivió el Ecuador en el año 2010, arrojó que Guayaquil es una ciudad de comercio y de empuje donde sus ciudadanos sin importar la edad contribuyen al desarrollo y crecimiento económico. (INEC, 2014)

El Censo poblacional identificó que en el último año, Guayaquil ha sufrido un crecimiento poblacional considerable, de la misma manera se ha incrementado el comercio, la industria y el mercado de servicios, por lo que Guayaquil sigue siendo la capital comercial con 28,3%. (INEC, 2014)

Éste crecimiento ha hecho que exista una constante interacción entre los propietarios de negocios y ejecutivos de primera línea, con varias empresas, proveedores, y personas de otras ciudades del centro del país y en especial con aquellos establecidos en la ciudad de Guayaquil o

fuera de ella. Aumentando así el traslado de personas de una ciudad a otra, a su vez activando el mercado del servicio de transporte.

Es importante reconocer que al ingresar al mercado del servicio de transporte ejecutivo para personas de la tercera edad, permitirá aumentar la actividad comercial para la ciudad, tomando en cuenta que las personas de la tercera edad son jubilados o clientes potenciales que tienen negocios propios y por sus necesidades se ven obligados a trasladarse de un lugar a otro, lo cual muchas veces es impedido por su edad, ya que no pueden conducir sus propios vehículos.

Ser el casco comercial implica una mayor captación de clientes que laboran y requieran del servicio ofrecido, con vehículos adecuados, precios competitivos, seguridad y confort en el servicio, permitir reservas vía telefónica, contar con rastreo satelital, y manejando una estrategia de marketing adecuada, por lo cual se pretende posicionar la empresa como la primera opción de este tipo de servicio en el nicho de mercado identificado.

### **2.2.1 TAXIS**

Según lo expuesto por Freiton(2011), indica que “El taxi es un transporte público en el que se requiere un vehículo y un conductor identificado como taxista, que se utiliza en el servicio de transporte de uno o un grupo pequeño de pasajeros dirigidos a diferentes destinos por contrato o dinero”. (Pág. 33)

Usualmente, en modos de transporte público, los lugares donde se recoge y se deja el pasajero se deciden por el proveedor, mientras que en el caso del taxi u ofertante, el usuario o demandante del servicio los determina. Es decir, a diferencia de los otros tipos de transporte público, como son las líneas del metro, tranvía o del autobús, el servicio ofrecido por el taxi se

caracteriza por ser puerta a puerta. La palabra “taxi”, según el Diccionario de la lengua española, es una forma abreviada de la palabra “taxímetro”, que a su vez deriva del griego *τάξις*, “tasa” y “μέτρον”, que significa “medida”.

El origen de la palabra taxi tiene diferentes acepciones. La palabra universal que identifica a los automóviles que se dedican a dar servicio de transporte dentro de las ciudades sin una ruta determinada es taxi. El color amarillo fue elegido en la ciudad de Nueva York, pues era un color fácil de distinguir entre la masa de automóviles. Los primeros taxis fueron idea de Franz Von Taxis quien, en 1504, y siguiendo el ejemplo de los correos mongoles, los mismo que ofrecían servicio postal y transportes, por lo cual se crea la primera línea regular de coches de posta entre Holanda y Francia. No obstante hubo que esperar hasta 1904 para que Louis Renault inventase el taxímetro con el que se calculaba el precio de los viajes según los kilómetros recorridos y el tiempo empleado en ellos.

En el caso de transporte urbano, un taxi es un medio de transporte público que permite desplazamientos rápidos, confortables y directos principalmente en áreas urbanas. El usuario paga una tarifa al conductor a cambio del servicio de transporte prestado. Provee un servicio flexible y conveniente, por lo que es uno de los sistemas de transporte de alto costo a diferencia de los sistemas de transporte colectivo, como metro, BRT, tranvía o bus, en los que existen unos principios generales para su diseño, regulación y operación, los sistemas de taxis son mucho más complejos, existen más variables a ser consideradas y un gran cantidad de actores.

Según lo expresado por González(2012), menciona que “El servicio de taxis tiene una alta demanda, por la combinación de servicios prestados a través de los tres segmentos: despacho,

calle y contrato. Sin embargo, los segmentos por despacho y en la calle son los predominantes”.  
(Pág. 33)

Por el segmento de despacho: solicitado por teléfono u otro medio, a una central, presta el servicio puerta a puerta, en zonas donde conseguir un taxi en la calle es difícil, durante la noche, por la baja demanda o por seguridad. Al segmento de despacho se puede acceder bien sea llamando a una central donde, por medio de un sistema de radio, se busca el taxi, o por otros medios como puede ser teléfonos celulares o internet.

Por el segmento de la calle: las personas salen a la vía en búsqueda del servicio. Este segmento se divide a su vez en dos grandes ramas: Taxis de la calle o taxis de zonas de espera.

Por el segmento de contrato: el usuario contacta directamente al conductor del taxi, cada vez que quiera que le sea prestado el servicio y se le paga generalmente por horas o por actividad a un precio diferente al de la tarifa.

La tarifa en transporte público es el valor monetario que se paga en contraprestación del servicio prestado. En transporte público en taxis, la tarifa no siempre es regulada. Cuando si lo es, el vehículo debe estar provisto con un dispositivo de medición (taxímetro) para determinar el valor a pagar según la distancia recorrida. Cuando la tarifa no está regulada, el valor a pagar debe ser acordado en cada caso entre el usuario y el conductor.

En el primer caso, la tarifa puede considerar diferentes parámetros para su cálculo:

- Un importe fijo de salida (bajada de bandera);
- Importe por distancia;
- Importe por tiempo detenido o a baja velocidad;

- Importes o recargos según el día (domingos o días festivos);
- Importes o recargos según la hora del día. Estos servicios varían según los horarios en que se realice, por ser tarifas diurnas, nocturnas o tarifas para la hora pico.
- Importes o recargos por viajes que se realice fuera de una jurisdicción geográfica.
- También puede haber una compensación adicional por cada pieza de equipaje o por transportar mascotas;
- Importes o recargos por solicitud del servicio por despacho.

En algunas ciudades los conductores de taxis disponen de un taxímetro, aparato que indica el importe a pagar según la distancia recorrida, el tiempo transcurrido y la tarifa de aplicación en caso de existir más de una. En este último caso, en algunas ciudades, los taxis llevan en el exterior un dispositivo en el que se indica la tarifa que se está aplicando, a fin de que pueda ser comprobada por la policía municipal sin necesidad de detener el taxi.

### **2.2.2 TAXISTA**

Según lo manifestado por Fo(2013), indica que “son aquellos que conducen un taxi, una furgoneta o una limusina (de empresa o particular) para llevar pasajeros y sus equipajes al destino deseado”. (Pág. 88)

### 2.2.3 FUNCIÓN DE UN TAXISTA

- Revisar el vehículo, luces, frenos y limpia parabrisas, para asegurar el funcionamiento adecuado.
- Llevar a cabo las reparaciones pequeñas y el mantenimiento rutinario del vehículo, entre estas funciones; limpiar y revisar la presión del neumático, la gasolina, el aceite y el agua.
- Comunicarse con la base utilizando radio, teléfono o sistemas de ordenador, de tal forma que permita recibir las peticiones de servicio a pasajeros y para informar de retrasos o de problemas del vehículo.
- Ayudar a los pasajeros a entrar y salir de los vehículos, como también subir el equipaje.
- Establecer la mejor ruta para el destino del pasajero, donde se pueda ayudar con sistemas de localización o equipo de navegación.
- Conducir el vehículo de manera confortable cumpliendo con las normas de seguridad, de tráfico, de funcionamiento del taxi, etc.
- Informar y advertir a los pasajeros de retrasos o circunstancias imprevistas.
- Recibir pagos por las tarifas y dar cambio.
- Tomar medidas adecuadas en caso de accidentes o emergencias, considerando una comunicación inmediata con las autoridades pertinentes, tomando medidas de seguridad.

Todas estas funciones serán asignadas por la compañía Orient Express, por medio del departamento administrativo.

#### **2.2.4 PASOS PARA SER TAXISTA**

Para calificar como conductor de taxis y trabajar en cualquier ciudad, es necesario cumplir con varios requisitos, entre estos tenemos:

- Licencia de conducir.
- En la mayoría de las ciudades, los taxistas deben tener al menos 21 años, pero en otras pueden tener desde 18 años.
- Tener una buena salud. Los taxistas frecuentemente tienen que pasar un examen de salud para asegurarse de no tener enfermedades que pongan en peligro a los pasajeros.
- No contar con antecedentes penales ni estar bajo libertad condicional.
- No tener multas pendientes de pago, con el fin de obtener el certificado.

Estos requisitos son solicitados por la compañía Orient Express.

#### **2.2.5 RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN DEL TAXISTA**

En relación a la educación formal de un taxista, no se requiere un título universitario para ejercer esta actividad. No obstante, muchas ciudades piden que el candidato siga una capacitación breve. Los detalles varían de una ciudad a otra. Esta capacitación suele durar desde un día hasta varias semanas, y trata sobre las leyes locales de tráfico, la seguridad del conductor, el trazado de las calles, los equipos de comunicación y el funcionamiento del taxímetro. Las empresas de taxis suelen capacitar a los empleados nuevos de manera gratuita, pero también se

puede buscar capacitación en una escuela comunitaria local o en una escuela especializada de taxis.

## **2.2.6 REQUISITOS EDUCATIVOS PARA LOS TAXISTAS**

Aunque la mayoría de los municipios no solicitan capacitación, sí requieren de un examen. Normalmente se les cobra un cargo a los candidatos para dar estos exámenes, los cuales varían en dificultad en el “conocimiento”. En el caso de los taxistas londinense hacen un examen que normalmente toma de 2 a 4 años de estudio, también existen otros menos desalentadores como es el examen para taxistas. Y cuando no hay un curso de capacitación, la ciudad brinda una guía de estudio para ayudar a los candidatos a prepararse para el examen. Los exámenes abarcan temas como:

- Rutas
- Lugares de referencia
- Límites
- Requisitos para los taxistas
- Prácticas comerciales
- No discriminación
- Servicio al cliente

### **2.2.7 DOCUMENTOS NECESARIOS PARA TAXISTAS**

Además de saber sobre los exámenes, la mayoría de las ciudades exigen que presenten una solicitud, entreguen documentos y se apliquen los diferentes controles de sus antecedentes. Todo aquello que permita asegurar de que tienen derecho al trabajo, cuenten con un historial sin precedentes, este limpio y no tengan antecedentes penales. Los requisitos normales son:

- Licencia de conducir válida
- Documentos de inmigrante si corresponde
- Verificación de antecedentes penales
- Examen médico
- Examen de drogas

En el caso de la compañía Orient Express esta solicita la documentación antes mencionada.

### **2.2.8 DECIDIR SI TENER UN TAXI PROPIO O TRABAJAR POR CONTRATO PARA UNA EMPRESA DE TAXIS.**

Los taxistas que son propietarios de vehículos que brindan el servicio de taxi se quedan con el 100 % del pago que reciben. No obstante, también tienen una serie de gastos, desde el costo del taxi hasta el seguro para obtener la licencia. En cambio, los empleados de las empresas de taxis reciben un 30% de los pagos o alquilan el taxi de manera diaria o semanal, pagando todos los costos del combustible.

### **2.2.9 FIRMA DE CONTRATO CON UNA EMPRESA DE TAXIS COMO UNA ALTERNATIVA MÁS BARATA:**

Trabajar para una empresa significa ganar menos dinero por cliente, pero ello también implica no tener los costos iniciales. Además, prestar otros servicios, como es un despachador puede ayudar a conseguir más pasajeros.

Hay dos maneras en que los taxistas con contrato obtienen un pago:

- Porcentaje. La empresa se hace cargo de todos los gastos, incluyendo la gasolina, siendo este un porcentaje relativo a 30 % de cada pago.
- Alquiler. El taxista alquila un taxi y paga por la gasolina, pero se lleva a casa todos los pagos. Alquila un taxi que cuesta aproximadamente \$100 por día, con los costos de combustible de alrededor de \$20, significando al taxista un ingreso de \$80 a \$130 por día.

### **Los servicios**

A diferencia de los productos, los servicios se potencializan según las experiencias del cliente. Según Publicaciones VÉRTICE S.L., ( 2010) define sus dos dimensiones que se enfocan en “la prestación y la experiencia vivida” al momento que se usa un servicio. De esta manera el cliente que es el punto de partida de una estrategia de servicio, permitirá mantener a los actuales clientes y hallar clientes potenciales.

En el caso de las empresas de servicios “son más complejas que las de productos, ya que estas se enfrentan a una interfaz, mientras las de servicios se acrecientan por tener múltiples

interfaces” Existen dos interfaces, en primer lugar la interfaz de producción, está identificada como el lugar donde se fabrica el servicio, como es el caso de un restaurante, una oficina de servicio de taxis, y la interfaz de entrega, que es aquellas donde tiene lugar la relación con el cliente, esta puede ser el lugar donde se sirve alimentos y bebidas, o en el caso del servicio de taxi, el vehículo.

En conclusión, los servicios son intangibles que únicamente se pueden evidenciar como se los preste, a través de las personas que lo brindan y los recursos que se utilicen. Un buen servicio solo tiene relación con el cliente, pero este a su vez debe cuidarse desde los distribuidores, franquiciados o concesionarios que son reflejos también de la empresa.

### **Servicio al Cliente**

Para Paz, (2005) el servicio al cliente “no es una decisión sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa” ya que es la clave del éxito o fracaso, constituye un alto interés para crear relaciones duraderas con el cliente. El servicio al cliente debe asegurarse de la puntualidad con el que se entrega el servicio y estar bien presentado por parte de quien lo ofrece, buenas relaciones interpersonales, sin olvidar un servicio de reparación, asistencia y mantenimiento postventa. Ofrecer una buena información y saber cómo tratar los reclamos de los clientes.

## **Investigación de Mercado**

Según Zeithaml & Bitner, (2002) la investigación de mercados “no se limita con cuestionarios y estadísticas” Por lo tanto se debe definir el problema, preparar la investigación, elegir el diseño, como también elaborar la hipótesis.

En una investigación de mercado de servicios existen diversos estudios individuales y tipos de investigación, que se dirigen de acuerdo a los objetivos de los cuales se evalúen y se considere la mejor estrategia con una medición general. La investigación de servicios toma en cuenta varios criterios tales como; percepciones y expectativas del cliente, se mide la lealtad o intención de comportamiento, balance entre costo y valor de la información, se valida con estadísticas, se mide prioridades, y se debe realizar con una frecuencia adecuada, siendo estas investigaciones cualitativas o cuantitativas. (Zeithaml & Bitner, 2002)

## **Proceso cuantitativo y cualitativo**

Menciona Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) que tanto el proceso cuantitativo como cualitativo tiende a “tratar técnicas de recolección de datos múltiples”. En el caso de la investigación cuantitativa, existen cuestionarios cerrados, registros de datos estadísticos, pruebas estandarizadas y sistemas de mediciones fisiológicas. Mientras que en proceso cualitativo, se resuelven los problemas con hallazgos a través de entrevistas profundas, pruebas proyectivas, cuestionarios abiertos, sesiones de grupos, biografías, revisión de archivos, observaciones.

**Tabla 3 Descripción de método cuantitativo y cualitativo**

<b>Características cuantitativas</b>	<b>Proceso fundamentales del proceso general de investigación</b>	<b>Características cualitativas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación hacia la descripción, predicción y explicación.</li> <li>• Específico y acotado</li> <li>• Dirigido hacia datos medibles y observables.</li> </ul>	<b>Planteamiento del Problema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación hacia la exploración, la descripción y el entendimiento</li> <li>• General y amplio</li> <li>• Dirigido a las experiencias de los participantes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rol fundamental</li> <li>• Justificación para el planteamiento y necesidad de estudio</li> </ul>	<b>Revisión de la Literatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rol secundario</li> <li>• Justificación para el planteamiento y necesidad del estudio</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumentos predeterminados</li> <li>• Datos numéricos</li> <li>• Número considerable de casos</li> </ul>	<b>Recolección de los datos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos emergen poco a poco</li> <li>• Datos en texto o imagen</li> <li>• Número relativamente pequeño de casos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis estadístico</li> <li>• Descripción de tendencias, comparación de grupos o relación entre variables.</li> <li>• Comparación de resultados con predicciones y estudio previos</li> </ul>	<b>Análisis de los datos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de textos y material audiovisual</li> <li>• Descripción, análisis y desarrollo de temas</li> <li>• Significado profundo de resultado</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estándar y fijo</li> <li>• Objetivo y sin tendencias</li> </ul>	<b>Reporte de resultados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emergente y flexible</li> <li>• Reflexivo y con aceptación de tendencias</li> </ul>

**Fuente:**(Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

**Elaborado por:** Moisés Franco

Para resolver el problema de la presente investigación, se propone el estudio cuantitativo, debido a que se realiza un cuestionario cerrado dirigido a una población infinita y se requiere

conocer el comportamiento de variables en un número considerable de casos al ser una investigación objetiva.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1 TRANSPORTE**

Empresa dedicada a brindar servicio de traslado de personas o bienes a cambio de un valor monetario. Los servicios se mantienen mediante cobro directo a los pasajeros. Normalmente son servicios regulados por autoridades locales o nacionales.(Tejero, 2011).

### **2.3.2 DEFINICIÓN DE TRANSPORTE**

El concepto de transporte se utiliza para describir al acto y consecuencia de trasladar algo de un lugar a otro. Se considera también aquellos artilugios o vehículos que sirven para tal efecto, llevando individuos o mercaderías desde un determinado sitio hasta otro. Es un medio en el que transportan personas, durante un tiempo definido, por el cual se paga un valor.(Torres, 2012).

Implicación legal; el Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias. Según el Art. 57 de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, dentro de la clasificación del transporte comercial se encuentran los servicios de transporte escolar e institucional, carga liviana, taxis, mixto, turístico y los demás que se prevean en el reglamento y es el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte colectivo o masivo. (p.16)

Art. 10.- Taxi con servicio ejecutivo.-“Es el servicio de transporte comercial que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, que consiste en el traslado exclusivo de personas en forma segura dentro de su ámbito de operación, siempre que no sea

servicio de transporte masivo o colectivo, en vehículos de color amarillo, y que se lo contratará única y exclusivamente a través de 31 los medios de telecomunicación establecidos y autorizados por cada uno de ellos”.(p,3).

La empresa Orient Express cuenta con 20 unidades legalizadas de color amarillo que son el mínimo de cupo requerido por la ANT para poder operar y 100 en proceso de legalización. Además se cuenta con diferentes tipos de vehículos para brindar el servicio.

### **2.3.3 CONDUCTOR**

Los conductores que operan las unidades de transporte son personas capacitadas que cuentan con años de experiencia brindando el servicio puerta a puerta con el conocimiento en el sistema de trabajo y las rutas de un lugar en específico.(FILIU, 2012).

Cuentan con licencias profesionales, tienen el don del servicio y la capacidad para ejercer de forma profesional el servicio plus implementado.

Todos los conductores cuentan con su respectiva identificación de cedula, placa de vehículo y modelos, así mismo existe registro de cada dueño de las unidades, quienes en muchos casos no son los propios choferes.

### **2.3.4 PASAJERO**

Es el usuario de la vía pública que circula como persona transportada en vehículos de transporte público o en un vehículo particular”. (Cabanellas, 2015)

### **2.3.5 CLIENTE**

Menciona Kotler, (2014) que cliente es;

El activo que mantiene a la empresa, al que “Si no prestan atención, alguna otra empresa lo hará” ya que los productos van y vienen. Por lo que el reto de las empresas se centra en que sus clientes duren más que sus productos. Tienen que considerar más los conceptos “ciclo de vida del mercado y ciclo de vida del cliente en lugar del concepto ciclo de vida del producto”

### **2.3.6 MEJORA CONTINUA**

Es muy importante ya que con esto se garantiza la mejora en el servicio, contar con un adecuado diseño del servicio al cliente es la premisa para trabajar por una adecuada competitividad.

Reducir la brecha entre el servicio brindado y el percibido es un objetivo esencial de las organizaciones, la reducción de esta brecha solo es posible a través de un adecuado nivel de organización del sistema, la evaluación del servicio al cliente con el propósito de detectar debilidades, constituye una vía importante para identificar para la mejora continua. Significa un cambio de paradigma en la manera de concebir y gestionar una organización.

Tomando como base lo antes expuesto por Feigenbaum, (2014) es lícito decir que;

“Uno de estos paradigmas fundamentales y que constituye su razón de ser es el perfeccionamiento constante o mejoramiento continuo. La calidad total comienza comprendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerla y superarla. Esto se logra con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; y si la estrategia es bien aplicada responde a la necesidad de transformar los

productos, servicios, procesos, estructuras y cultura de las organizaciones para asegurar su futuro.”

### **2.3.7 SERVICIO**

Según Lamb, Hair, & McDaniel, (2011) un servicio “es el resultado de aplicar esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos, incluyen una acción, desempeño o esfuerzo que no se puede poseer físicamente” son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. Por lo tanto son actividades identificadas como intangibles que brindan satisfacción a los clientes de los deseos o necesidades, en muchos casos son servicios complementarios que apoyan la venta de bienes y otros servicios. Cuentan con cuatro características que se distinguen de los bienes, siendo intangibles, inseparables, heterogéneos y perecederos. (p.389)

### **2.3.8 NICHOS DE MERCADO**

Un nicho de mercado representa un conjunto espacial de clientes potenciales que interesan a los que desarrollan la estrategia determinada para atraerlos y convérselos de las bondades y ventajas de los productos o servicios que tienen un valor económico determinado por la empresa. Es una decisión estratégica del negocio en donde se ajustan similares o iguales características de clientes que se ajustan a las satisfacciones que puede generar un producto o servicio. (Casás, 2005)

### **2.3.9 TAXI EJECUTIVO PARA EL ADULTO MAYOR**

Muchas empresas brindan el servicio de taxi ejecutivo de forma general, diferentes usuarios utilizan el servicio por sus necesidades de traslado día a día.

Este servicio se va a diferenciar del resto por los siguientes elementos y características:

- Capacitación del personal administrativo
- Cultura vial y deservicio al cliente de los conductores.
- Contar con botiquín de primeros auxilios
- Contar con una muleta en el baúl del vehículo
- Contar en oficina con 5 sillas de ruedas en caso que el cliente necesite se ofrece esta ayuda.
- Tener base de datos de contactos referidos por los clientes para contactarlos en cualquier emergencia.
- Ofrecer seguridad, calidad y calidez en el servicio
- Acompañamiento al cliente cuando lo necesite.

Todo ser humano tiene derecho a recibir un servicio de calidad que cumpla con sus expectativas y este acorde al valor que paga, mucho más las personas de la tercera edad que día a día necesitan trasladarse y de un cuidado y trato especial.

## 2.4 MARCO LEGAL

Las cooperativas de transporte terrestre ejecutivo actualmente están reguladas por la Agencia de Tránsito Municipal la cesión de manejo de funciones fue otorgada por la Agencia Nacional de Transito, según oficio 2013- 2999 de abril.

Para implementar el servicio se debe tomar en cuenta el Art. 394 de la Constitución de la República del Ecuador que expresa en relación al transporte que:

“El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias”.

Esto permite que los ciudadanos interesados en realizar la inversión de actividades productivas lo hagan sin ningún impedimento cumpliendo siempre los requisitos legales para realizar las operaciones que bien tuvieren.

Según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización “Cootad”:

Se identifica las funciones de los Gobierno Autónomo Descentralizado Regional. Artículo 32.- sobre las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado regional sin perjuicio de otras que se determinen en el literal c) “Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte Terrestre regional y cantonal en tanto no lo asuman las municipalidades”

También el Artículo 55 de la Cootad. - 36

“Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: literal f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal”.

Dentro de las Disposiciones Generales del Reglamento de Transporte Comercial de Pasajeros en Taxi con Servicio Convencional y Servicio Ejecutivo, en el Capítulo I establece:

**Art. 1.-** El tránsito de vehículos de transporte comercial de pasajeros en taxis dentro del territorio nacional deberá someterse a las normas y requisitos generales que sobre Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial se establece en la ley, este reglamento y demás normas legales.

**Art. 2.-** Definición del servicio de transporte comercial de pasajeros en taxi.- Es el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte masivo o colectivo, en vehículos de color amarillo denominados taxi, organizados en operadoras legalmente constituidas y autorizados mediante permiso de operación otorgado por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial o los demás organismos competentes para otorgar dichos permisos de operación.

**Art. 3.-**El servicio de transporte de taxi se sujetará a la Ley de Cooperativas y a la Ley de Compañías, en lo que se refiere a su organización jurídica; y a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, en lo que compete a su operación, regulación y control.

Capítulo II Del Ámbito de Operación. -

**Art. 7.-** **Ámbito de operación.** - El servicio de transporte de pasajeros en taxi se prestará exclusivamente en las áreas urbanas del territorio ecuatoriano establecido en el permiso de operación respectivo.

**Art. 8.-** **Clases de servicio.** - El servicio de transporte de pasajeros en taxi se prestará como: a) Servicio convencional; y b) Servicio ejecutivo.

**Art. 10.-** **Taxi con servicio ejecutivo.** - Es el servicio de transporte comercial que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, que consiste en el traslado exclusivo de personas en forma segura dentro de su ámbito de operación, siempre que no sea servicio de transporte masivo o colectivo, en vehículos de color amarillo, y que se lo contratará única y exclusivamente a través de los medios de telecomunicación establecidos y autorizados por cada uno de ellos.

El estado considera al transporte como sector estratégico por lo tanto es necesario identificar la política pública que se encuentra en el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir Año 2009 – 2013 en la Política 1.9.

“Promover el ordenamiento territorial integral, equilibrado, equitativo y sustentable que favorezca la formación de una estructura nacional policéntrica”, en el literal c. “adecuadamente y mejorar los servicios relacionados con vialidad, transporte terrestre, aéreo, marítimo, señalización, tránsito, logística, energía y comunicación, respondiendo a las necesidades diferenciadas de la población”.

Además, se considera en las Políticas y Lineamientos en la Política 7.1 dice:

“Garantizar a la población el derecho al acceso y al disfrute de los espacios públicos en igualdad de condiciones”. Apoyado en el literal a.) que dice: “Eliminar barreras urbanísticas y arquitectónicas, garantizando el cumplimiento de las normas de accesibilidad al medio físico de las personas con discapacidad y movilidad reducida; b. Generar mecanismos de control público-ciudadano a constructores y propietarios de obras de infraestructura física que atenten contra el espacio público; c. Impulsar sistemas de transporte público de calidad, accesibles para personas con discapacidad, seguros, eficientes ecológicamente y con respeto a los derechos de la población y las múltiples diversidades”

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 METODOLOGÍA**

Mediante esta investigación se realizó el análisis e interpretación de los resultados y la composición de las actividades del transporte, se utilizó información primaria efectuando entrevistas a personas involucradas sobre este tema, también se conversó con socios de la Compañía Orient Express; para esto se formuló la técnica de la encuesta para aplicarla a la muestra, la investigación de campo permitió el análisis sistemático de la realidad de los problemas con el fin de describir e interpretar los hechos y entender su naturaleza; se empleó un formulario de encuesta encaminado a los usuarios de taxis ejecutivos comprendido entre edades de 60 a 100 años, y a todas las personas de la tercera edad que aporten a la recolección de información.

También se obtuvo información secundaria, recopilada de otras investigaciones, se consultó en archivos, revistas, medios de comunicación como Diario El Universo, El Telégrafo y distintas publicaciones sobre el servicio de transporte en la ciudad de Guayaquil, también a las personas de la tercera edad con temas relacionados a la forma en que éstos se movilizan, todo esto se realizó con el fin de dar sentido al proceso investigativo y a la obtención de nuevos conocimientos con el objetivo de aplicarlos a la solución de problemas e interrogantes de carácter científico que aporten a la sociedad en su conjunto.

Con la debida recopilación de información en este estudio, se determinó las causas y efectos de esta problemática para así entender la naturaleza del negocio en cuanto a su viabilidad y en su caso promover el desarrollo para el objeto de estudio.

### **3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En este proyecto se aplicaron dos tipos de investigación, el exploratorio o explorativa y el descriptivo. El tipo de estudio aplicado es el Descriptivo, este tipo de investigación se encuentra en segundo nivel de conocimiento “Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.” (Carlos Méndez, 1988, p.50).

De acuerdo a los objetivos planteados este es el tipo de investigación que se propone realizar, y con esto saber cómo se manifiesta la movilidad de las personas de la tercera edad y establecer un análisis sobre el objeto de estudio para así medir y evaluar los diferentes aspectos y proceder a describir lo que se investigó.

Se utilizó el tipo de investigación exploratoria porque va a permitir relacionarnos con el fenómeno a investigar, gracias a éste estudio se obtuvo un acercamiento más personal con las personas de la tercera edad.

Los tipos de investigación que se aplicaron permitieron conocer el desarrollo actual de las cooperativas de taxis ejecutivos en la provincia del Guayas que brindan este tipo de servicio a los adultos mayores, también permitió entender las diferentes costumbres de este tipo de personas y conocer la realidad actual de este sector de la población y su perspectiva ante esta problemática.

La investigación descriptiva proporciona un alcance total al estudiar y analizar los hechos como son observados.

Mediante esta investigación, se utilizó encuestas y entrevistas a personas relacionadas al tema del transporte y personas a de la tercera edad.

### **3.1.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.2.1 Enfoque Cuantitativo.**

Se utilizó la técnica de la encuesta para medir la recolección de datos con lo cual podemos describir y explorar la información de un segmento de la población específica que resulta sumamente importante para la sociedad.

Al final, con el estudio cuantitativo se pretende explicar y predecir el fenómeno investigado, buscando regularidades y relaciones causales entre los elementos, el fin es construir y explicar teorías “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica [el alcance de la investigación pretende analizar los diferentes perfiles de personas, grupos y comunidades, para evaluar y establecer todos los aspectos y comportamiento del fenómeno en estudio] y probar teorías”.

### **3.1.2.2 Enfoque Cualitativo**

El enfoque cualitativo nos permitió obtener una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva, se observó que los usuarios de medios de transporte sufren mucho el día a día al tener que trasladarse a ejercer sus actividades, ellos manifiestan que no existe empresa alguna que brinde un servicio de total calidad que garantice su bienestar y seguridad, y que constantemente son víctimas de atropellos y vulneración de sus derechos.

### **3.1.3 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

Las técnicas que se utilizaron permitieron obtener los recursos fundamentales de los hechos para precisar datos de esta investigación.

#### **3.1.3.1 ENTREVISTA EXPLORATIVA**

La entrevista se elaboró a personas de la tercera edad elegidas dentro de los clientes potenciales y también a usuarios actuales que utilizan el servicio de transporte Orient Express en la ciudad de Guayaquil, esto se realizó con el fin de tener una comunicación interpersonal entre los sujetos a investigar y el objeto de estudio, se utilizó preguntas relevantes sobre el tema de investigación “Servicio de Transporte a Personas de la Tercera Edad”; se obtuvo respuestas verbales del objeto de estudio, lo cual permitió conocer más profundamente la situación de la personas de la tercera edad y disipar dudas a las interrogantes planteadas.

Se pudo aclarar el panorama y permitir desarrollar el tema planteado, tales como:

- Opiniones de diferentes personas sobre el uso de transporte.

- Información sobre el servicio de transporte en la ciudad de Guayaquil.
- Precios que se ofertan en el transporte en Guayaquil.

Se preparó un guion a diferentes preguntas relevantes al tema de Servicio de Transporte para las personas de la tercera edad.

Nuestras principales preguntas se establecen en base a las variables que sustentan la hipótesis de esta investigación, la entrevista fue cara a cara con cada persona de la tercera edad comprendida entre 60 y 100 años, para obtener información precisa también se entrevistó a choferes y diferentes usuarios del servicio de transporte.

### **3.1.3.2 RESULTADO DE LA ENTREVISTA**

#### **ENTREVISTA 1**

**Entrevistador:** Moisés Franco

**Entrevistado:** Lcda. Roxana Chávez.

**P.1: ¿Utiliza usted el servicio de transporte ejecutivo para su movilización diaria, cuantas veces a la semana usa el servicio de transporte?**

**R:** Me movilizo diariamente en taxi porque no cuento con vehículo propio, antes usaba bus pero las rutas cambiaron y no pasa por mi domicilio la línea 82, solo pasa la metro vía y es muy molesto tener que ir con bastón en un transporte que se congestiona mucho.

**P.2: ¿Que tarifa paga por su movilización diaria, le alcanza sus ingresos para pagar por un taxi diariamente?**

**R:** Gasto aproximadamente seis dólares diarios, mis ingresos si me alcanzan ya que no tengo hijos, soy profesora en la Universidad, mi sueldo solo lo invierto en mí.

**P.3: ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte ejecutivo que la recoja, espere y traslade donde usted desee?**

**R:** Sí, sería fabuloso no tener que caminar a coger taxi y contar con el servicio cuando yo quiera.

## RESULTADO DE LA ENTREVISTA

### ENTREVISTA 2

**Entrevistador:** Moisés Franco

**Entrevistado:** Ing. Rosalía Barreiro

**P.1: ¿Utiliza usted el servicio de transporte ejecutivo para su movilización diaria, cuantas veces a la semana usa el servicio de transporte?**

Si, vivo en la Joya y el trabajo me queda lejos soy una persona de la tercera edad que trabaja en una empresa privada de mis sobrinos y no cuento con vehículo propio.

**P.2: ¿Que tarifa paga por su movilización diaria, le alcanza sus ingresos para pagar por un taxi diariamente?**

**R:** Ocho dólares, pero voy cómoda, no me gusta tomar bus hay demasiada inseguridad.

**P.3: ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte ejecutivo que la recoja, espere y traslade donde usted desee?**

**R:** Si, porque la actual cooperativa no viene a tiempo y siempre llego tarde a la oficina, mis sobrinos no me dicen nada pero me considero una persona responsable.

## **RESULTADO DE LA ENTREVISTA**

### **ENTREVISTA 3**

**Entrevistador:** Moisés Franco

**Entrevistado:** Marcos Franco

**P.1: ¿Utiliza usted el servicio de transporte ejecutivo para su movilización diaria, cuantas veces a la semana usa el servicio de transporte?**

Si, los uso aproximadamente dos veces a la semana cuando tengo citas médicas con el cardiólogo o cobros de pensión.

**P.2: ¿Que tarifa paga por su movilización diaria, le alcanza sus ingresos para pagar por un taxi diariamente?**

**R:** Tres a cuatro dólares, es mejor que pagar veinte y cinco centavos y tener que ir en metro vía, una vez me caí y tuve que ir al hospital.

**P.3: ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte ejecutivo que la recoja, espere y traslade donde usted desee?**

**R:** Si, pero siempre y cuando estén avalados por la ATM y la CTE, son carros seguros.

## RESULTADO DE LA ENTREVISTA

### ENTREVISTA 4

**Entrevistador:** Moisés Franco

**Entrevistado:** CPA Félix Chávez

**P.1: ¿Utiliza usted el servicio de transporte ejecutivo para su movilización diaria, cuantas veces a la semana usa el servicio de transporte?**

Si, solo cuando tengo urgencia de llegar algún lugar, me movilizo tres vez a la semana en taxi, llevo la contabilidad en diferentes empresas y cuando mis hijos no pueden llevarme uso este servicio.

**P.2: ¿Que tarifa paga por su movilización diaria, le alcanza sus ingresos para pagar por un taxi diariamente?**

**R:** Cinco dólares.

**P.3: ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte ejecutivo que la recoja, espere y traslade donde usted desee?**

**R:** Si, porque no tengo tarjeta de ninguna cooperativa y se me dificulta caminar a coger taxi con todo lo que llevo.

## RESULTADO DE LA ENTREVISTA

### ENTREVISTA 5

**Entrevistador:** Moisés Franco

**Entrevistado:** Abogado Enrique Bowen

**P.1: ¿Utiliza usted el servicio de transporte ejecutivo para su movilización diaria, cuantas veces a la semana usa el servicio de transporte?**

Sí, es lo que más utilizo tengo audiencias en todo momento y debo movilizarme de un lugar a otro.

**P.2: ¿Que tarifa paga por su movilización diaria, le alcanza sus ingresos para pagar por un taxi diariamente?**

**R:** Gasto un promedio de 18 dólares diario en taxi, pero están presupuestados en el cobro de mis honorarios.

**P.3: ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte ejecutivo que la recoja, espere y traslade donde usted desee?**

**R:** Si, así no tengo que salir a buscar taxis y puedo coordinar con el cuándo tenga que ir a otro lugar sin tener que perder tiempo, creo que sería más seguro hoy en día hay mucha delincuencia.

Tabla 4: Análisis del servicio a las personas entrevistadas

Cantidad de Entrevistas	Utilización del servicio-veces por semana	Tarifa que paga- Capacidad de pago	Aceptación de servicio exclusivo
Entrevista 1	Si – 5 días a la semana	\$6 – Si tiene	Si, sería fabuloso
Entrevista 2	Si – 5 días a la semana	\$8 – Si tiene	Si, llegaría a tiempo al no esperar
Entrevista 3	Si – 2 días a la semana	\$3 – Si tiene	Si, si cuenta con todo los permisos
Entrevista 4	Si – 3 veces a la semana	\$5	Sí, me evitaría caminar a buscar
Entrevista 5	Si – varias veces a la semana	\$18 por día – Si tiene	Si, por seguridad y tiempo

**Fuente:** Resultados de las entrevistas

**Elaborado por:** Moisés Franco.

Dentro de la población de personas de la tercera edad de la ciudad de Guayaquil, tomamos en referencia 5 personas las cuales se entrevistó directamente y se le realizó diferentes preguntas sobre su movilización diaria.

Al analizar cada una de las respuestas hemos encontrado que los entrevistados de la tercera edad coinciden en la necesidad de un servicio exclusivo para ellos que les garantice un trato justo y un servicio de calidad, son personas que actualmente laboran y necesitan moverse porque sus actividades así lo demanda.

Las personas de la tercera edad dentro de esta entrevista son personas que no tienen cargas familiares y sus ingresos son para sus necesidades diarias y estarían dispuestos a pagar por recibir un servicio plus que garantice su bienestar a la hora de moverse.

Entre las diferencias halladas podemos destacar que cada persona de la tercera edad utiliza un taxi por diferentes razones, unos por comodidad, otros por seguridad.

Podemos concluir con esta información que las personas entrevistadas se movilizan en taxi al menos en un promedio de 3 veces por semana, y son personas que tienen ingresos para pagar sus necesidades y forman parte de la Población Económicamente Activa de nuestra ciudad.

### **3.1.3.3 Encuesta Descriptiva**

Por medio de la técnica descriptiva se logra obtener datos de varias personas cuyas opiniones interpersonales interesan al investigador.

Se realizó esta encuesta porque refleja y documenta las actitudes y condiciones presentes. Esto significa que intentamos describir en qué situación se encuentra una determinada población en el momento en que se realiza la encuesta.

Se utilizó encuestas con preguntas que permitan obtener respuestas cerradas.

Esta técnica se realizó cara a cara personalizada lo que permitió obtener mayor información de datos y enriquecer la investigación, esta técnica se aplicó a clientes potenciales de diferentes Sectores de la ciudad de Guayaquil como la ciudadela Kennedy, Garzota, Sauces, ciudadela 9 de Octubre, Barrio del Seguro, La Saiba.

Esta técnica permitió obtener un alto número de respuestas y la encuesta permitió conocer de cerca la realidad del servicio de transporte y palpar las necesidades de las personas de la tercera edad en el día a día en cuanto a su movilización.

Al obtener la información de la muestra se procedió a su respectiva clasificación y tabulación para así realizar el análisis de cada una de las interrogantes y poder interpretar los resultados obtenidos expresándolos en gráficos y tablas para establecer comentarios y deducciones del objeto de estudio.

### **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.2.1 POBLACIÓN**

“Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones.” (Sánchez, S. & Bustos, A. 2014).

Pero para Cadenas (1974) nos dice: "Una población es un conjunto de elementos que presentan una característica común".

En Ecuador hay 1'229.089 adultos mayores (personas de más de 60 años), la mayoría reside en la sierra del país (596.429) seguido de la costa (589.431). En su mayoría son mujeres (53,4%) y la mayor cantidad está en el rango entre 60 y 65 años de edad, para su respectivo análisis se tomó en cuenta solo los adultos mayores de la población Guayasense, con 314.129 adultos mayores.

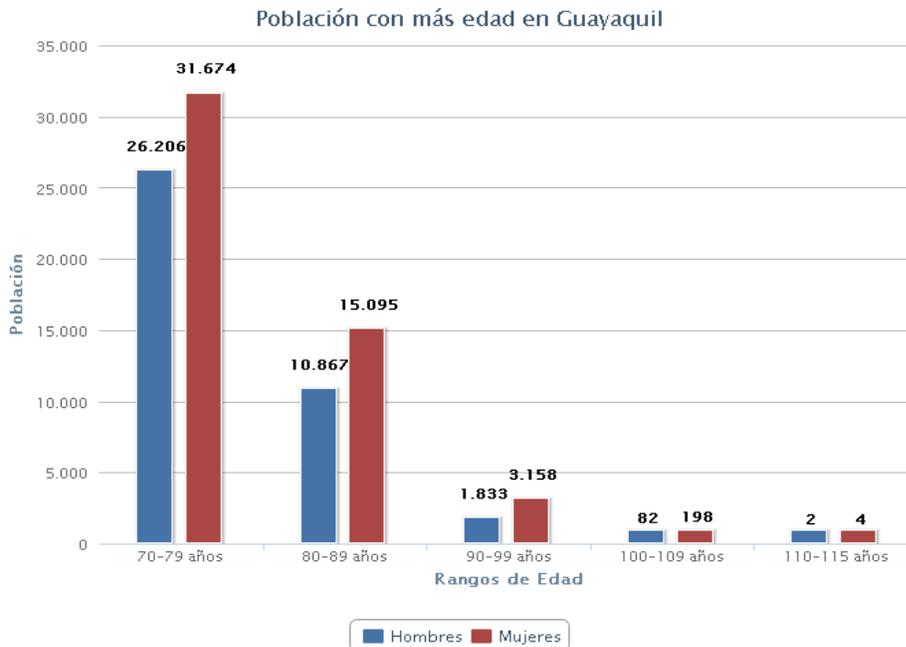
En Guayaquil habitan 89.119 personas cuyos rostros, manos y andar reflejan la experiencia de más de siete décadas de vida. De ellos, solo dos hombres y cuatro mujeres se

ubican entre los 110 y 115 años de edad, según el VII Censo de Población y VI de Vivienda, que se realizó el 28 de noviembre de 2010.

Un grupo mayor de 57.880 personas de la tercera edad se sitúa entre 70 a 79 años de vida, de ellos 26.206 son hombres y 31.674 son mujeres; mientras que 25.962 adultos mayores están entre los 80 a 89 años, de los cuales 10.867 son hombres y 3.158 son mujeres.

Los datos entregados por el INEC, señalan que en el puerto principal hay 4.991 personas que tiene entre 90 y 99 años, de ellos 3.158; es decir, una gran parte, son mujeres, mientras que 1.833 son hombres.

Otro grupo de 280 adultos mayores se ubica entre los 100 a 109 años de edad, de los



Según datos entregados por el INEC, de acuerdo al Censo de población y Vivienda del 2010.

cuales, más de la mitad son mujeres (198) y 82 son hombres. Adams, E. (14 de noviembre de 2011)

**Figura 2.** Población de la tercera edad

**Tomado de:**(Adams Eduardo (14 de noviembre de 2011) Especial de Adultos Mayores. Diario el Universo. p, 14.)

Población de la tercera edad en la ciudad de Guayaquil según censo del año 2010 está en 89.119 personas que oscilan entre edades de 70 a 115 años.

Tabla 5 Población de la tercera edad hombres y mujeres

<b>Años</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
<b>70-79</b>	26.206	31.674
<b>80-89</b>	10.867	15.095
<b>90-99</b>	1.833	3.158
<b>100-109</b>	82	198
<b>110-115</b>	2	4
<b>Total</b>	<b>38.990</b>	<b>50.129</b>

Fuente: Censo del año 2010

Elaborado por: Moisés Franco

En la tabla se observa el total de habitantes de la tercera edad en la ciudad de Guayaquil, divididos entre hombre y mujeres.

### 3.2.2 MUESTRA

Se refiere a la representación característica de una población.

Murray R. Spiegel (1991), nos dice: "Se llama muestra a una parte de la población a estudiar qué sirve para representarla". Comenta que: "Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia.

Por lo tanto la muestra como un subconjunto de la población, debe ser representativo y recoger todas las características relevantes de la población, por lo cual esta muestra se basa a un

grupo de adultos mayores que se entrevistó por medio de encuestas, realizadas en varios sectores de la ciudad de Guayaquil.

### 3.2.3 MUESTREO NO PROBABILÍSTICO POR JUICIO PROPIO

El muestreo no probabilístico por juicio propio es aquel que es utilizado de forma empírica, es decir no se efectúa bajo normas probabilísticas de selección. Se escogió este tipo de muestreo debido a que se considera el más idóneo para determinar la muestra de la población a ser encuestada.

Para resultado de la muestra se llevó a cabo el cálculo basado en la fórmula expresado de este modo:

$$\frac{K^2 * N * p * q}{E^2 (N - 1) + Z^2 * pq}$$

Tabla 6 Tabla de distribución de confiabilidad

<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	95%	Z	=	1.96
<b>ERROR DE ESTIMACIÓN:</b>	5%	E	=	0,05
<b>PROBABILIDAD DE ÉXITO:</b>	50%	P	=	0,5
<b>PROBABILIDAD DE FRACASO:</b>	50%	Q	=	0,5
<b>POBLACIÓN:</b>		N	=	89.119
<b>MUESTRA:</b>		n	=	382

Elaborado por: Moisés Franco

**n:** ?

**E:** 5%

**Z:** 1.96 tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad, margen de error 5%)

**N:** 89119

**p:** 0.50

**q:** 0.50

$$\underline{\underline{n}}: \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (89119)}{(0.05)^2 (89119 - 1) + (1.96)^2 * (0.50) (0.50)}$$

$$\underline{\underline{n}}: \frac{(3.8416) * (0.25) * (89119)}{(0.0025) (89119) + (3.8416) * (0.25)}$$

$$\underline{\underline{n}}: \frac{85,589.8876}{222.7975 + 0.9604}$$

$$\underline{\underline{n}}: \frac{85,589.8876}{223.7579}$$

$$\underline{\underline{n}}: 0,9603 * 100$$

$$\underline{\underline{n}}: 382$$

### 3.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El trabajo de investigación se realizó mediante la técnica de la encuestas, el objeto de estudio fueron las personas de la tercera edad que se transportan diariamente por diferentes actividades y utilizan taxi como medio de transporte.

Las preguntas se elaboraron con la finalidad de recopilar información que aporte al desarrollo de este estudio y agrupe las diferentes características de la situación actual del servicio de transporte al usuario de la tercera edad, y las sugerencias para mejorar este servicio. Dentro del procedimiento de la investigación de campo se obtuvieron datos en términos de medidas estadísticas, se aplicó a una muestra de 382 aplicado a diferentes sectores de Guayaquil.

Los resultados obtenidos están aplicados en medidas estadísticas descriptivas, como son distribución de frecuencia, porcentajes, de esta manera:

- Se recolecto los datos a través de encuestas.
- Procesar en cada ítem la frecuencia y el porcentaje de opinión.
- Agrupar las respuestas a las dimensiones del estudio.
- Analizar en términos descriptivos los datos obtenidos.

Se interpreta los resultados para dar respuestas a los objetivos de la investigación.

Con toda la información que se recabo en este proceso se procedió a su tabulación, se utilizó herramientas estadísticas y se elaboró las tablas de distribución de frecuencia de cada ítem.

El análisis y la interpretación de los datos se encuentran estrechamente ligada a la metodología de la investigación.

Las entrevistas y encuestas fueron realizadas direccionadas al Tema de la Propuesta para la Creación de una Línea de Servicio para Adultos Mayores en la Compañía de Taxis Orient Express. En el formato del cuestionario de la empresa que se presenta en el anexo 6 se aprecia que antes de las preguntas propias de la investigación, se recopila información a la persona encuestada sobre su edad, genero, situación laboral y nivel de estudios con la finalidad de identificar las características de los usuarios de taxis.

Tabla 7: Nivel Socio Económico de los Encuestados: Género

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Femenino</b>	<b>157</b>	<b>41,10</b>
<b>Msaculino</b>	<b>225</b>	<b>58,90</b>
<b>Suma Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco.

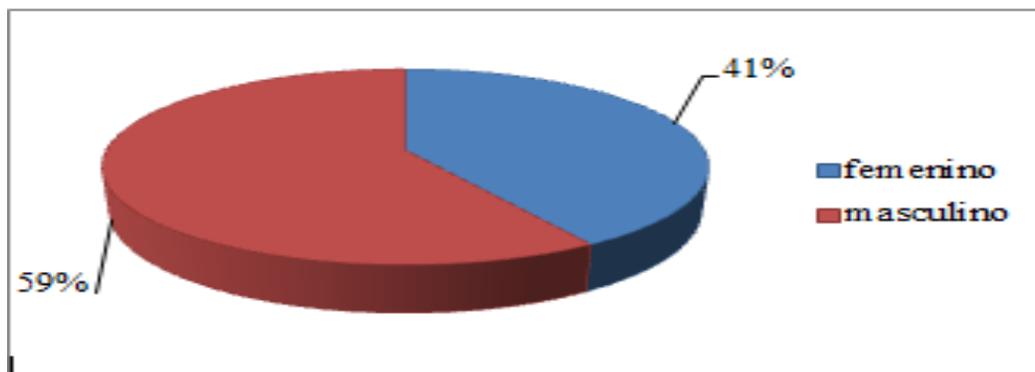


Figura 3. Nivel Socio Económico de los Encuestados: Género

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco.

En la investigación llevada a cabo y aplicada a la muestra obtenida se pudo evidenciar que un 59% de los encuestados son hombres y un 41% son mujeres.

El total de la muestra es de 382 personas, con lo cual llegamos a la conclusión que el mercado potencial de personas que utilizan el servicio de transporte en su mayoría son hombres que representan el 59%, por tanto la propuesta de crear un servicio de transporte ejecutivo para personas de la tercera edad será utilizado en su mayoría por hombres que lo utilizan para realizar las diferentes actividades que ellos requieran, sin dejar a un lado a las mujeres que representan el 41% del objeto de estudio.

Tabla 8: Nivel Socio Económico de los Encuestados: Situación Laboral

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Empleado (a)	75	20%
Jubilado (a)	125	33%
Negocio Propio	79	21%
Desempleado (a)	45	12%
Ama de Casa	58	15%
Suma Total	382	100%

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco.

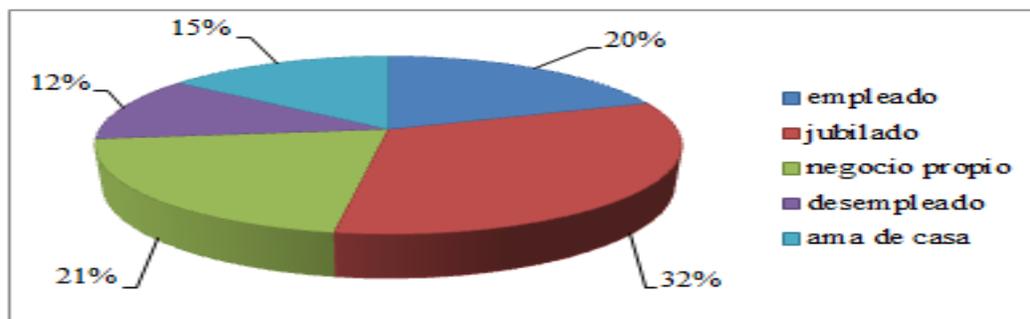


Figura 4. Nivel Socio Económico de los Encuestados: Situación Laboral.

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco.

El nivel socio económico de los encuestados, dentro de la situación laboral refleja que el 32% de los habitantes de la tercera edad en Guayaquil se encuentran jubilados, seguido por un 21% de la población encuestada que tiene negocio propio, el 20% de la población aun labora, el 15% son amas de casa y el 12% se encuentra desempleado, lo que establece que la mayoría de la muestra son personas jubiladas, que se movilizan para cobrar pensiones o chequeos médicos, seguido por personas que tienen negocios propios y necesitan trasladarse de un lugar a otro por diferentes actividades.

Tabla 9: Nivel Socio Económico de los Encuestados: Rango Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
60 a 70	179	46%
71 a 80	98	26%
81 a 91	67	18%
Más de 91	38	10%
Suma Total	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

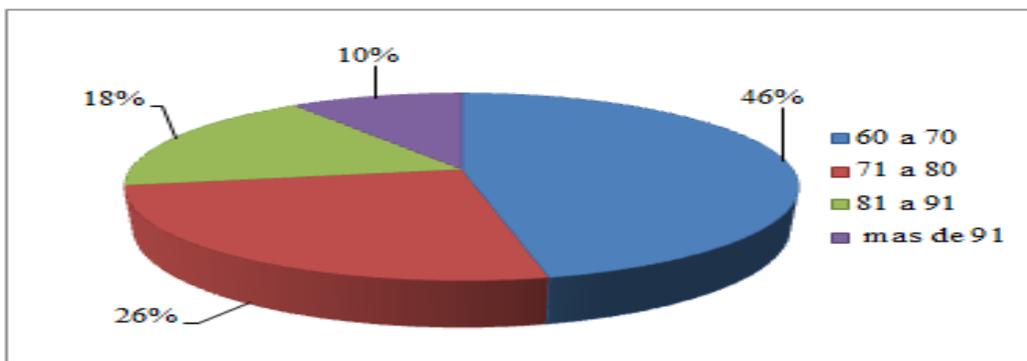


Figura 5. Nivel Socio Económico de los Encuestados: Rango Edad

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

La figura 7 refleja que el rango de edad de las personas encuestadas, el porcentaje más numeroso oscila entre 60 y 70 años con un 46%, seguido con un 26% por edades entre 71 a 80 años, por otro lado el 18% de los encuestados corresponde a la edades entre 81 a 91 años, por lo cual definimos que los clientes potenciales se encuentran entre las edades de 60 a 70 años.

Tabla 10 Nivel Socio Económico de los Encuestados: Nivel de Estudios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Primario	44	11.52
Secundario	164	42.93
Formación Profesional	174	45.55
Maestría o Doctorado	0	00
Suma Total	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

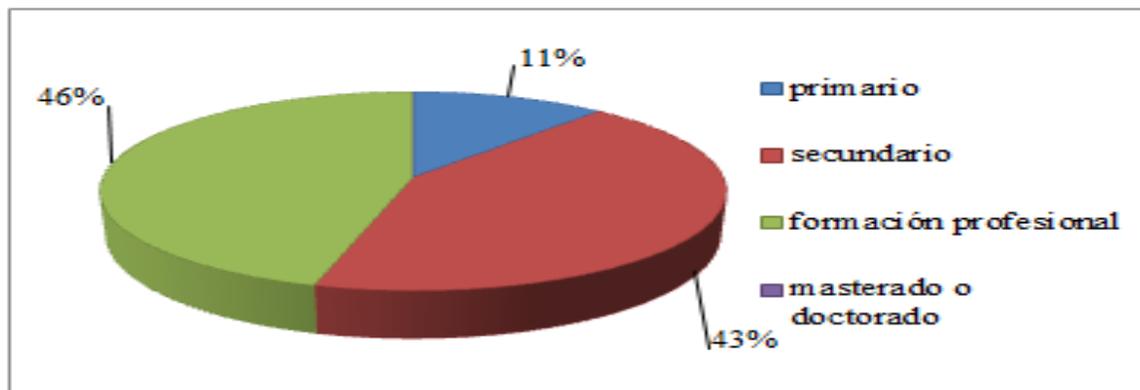


Figura 6. Nivel Socio Económico de los Encuestados: Nivel de Estudios

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

Tal como se observa en la figura 8 el mayor rango de nivel de estudios de las personas encuestadas tiene un perfil de formación profesional del 46% seguido por un 43% de personas

con estudios secundarios, el 11% refleja estudios primarios, esto da como resultado que en su mayoría los habitantes de la tercera edad han formado una carrera profesional.

**1. ¿A qué lugares usted se moviliza con más frecuencia?**

Tabla 11 A qué lugares usted se moviliza con más frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	39	10%
Cobro jubilación	66	17.28%
Chequeo Medico	114	30%
Negocio Propio	65	17%
Otros__	98	25.65%
Suma Total	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

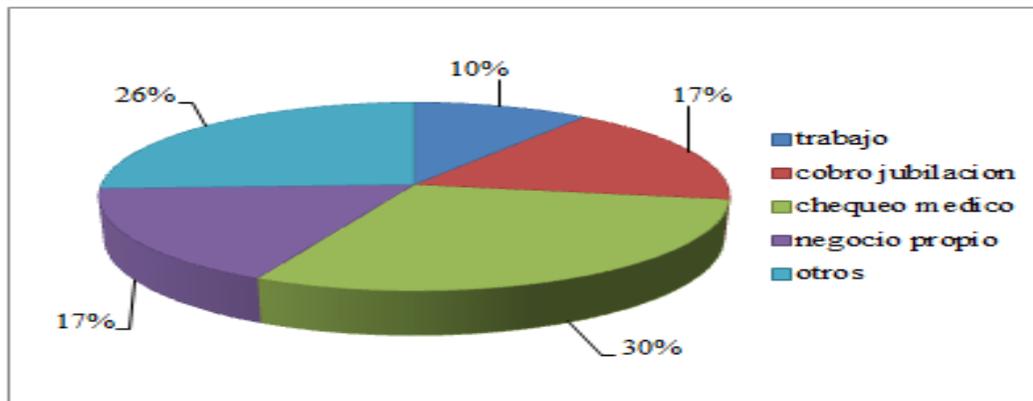


Figura 7. A qué lugares usted se moviliza con más frecuencia

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

Al observar las frecuencia de la movilización en la tabla 11 se aprecia que el 30% de los clientes de la tercera edad se movilizan en taxi por chequeos médicos, seguido por un 28% de los usuarios encuestados que se movilizan en taxi cuando realizan el cobro de sus pensiones, y el

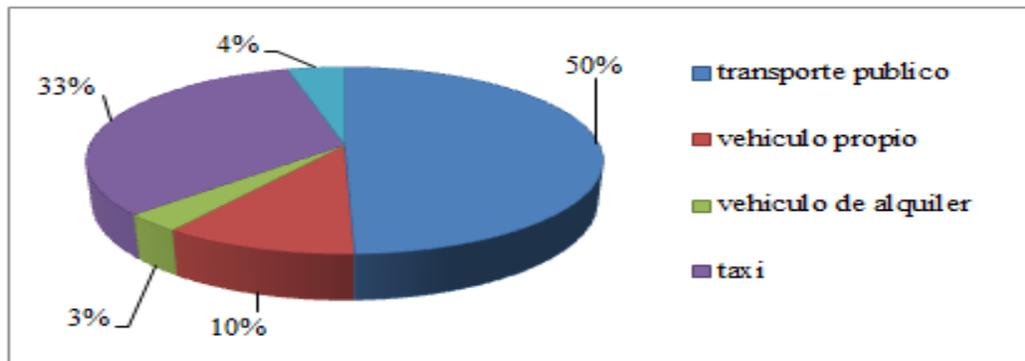
17% de los encuestados se moviliza en taxi por llegar a sus negocios, seguido por el 15% quienes se movilizan en taxi por diferentes motivos y el 10% por llegar los más rápido a sus lugares de trabajo.

**2. ¿Qué medio de transporte utiliza para su movilización?**

Tabla 12 Medios de transporte que utiliza

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Transporte publico	189	49.48
Vehículo propio	40	10.47
Vehículo Alquiler	12	3.14
Taxi	125	32.72
Vehículo de Servicio de Transporte	16	4.19
Suma Total	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.  
 Elaborado por: Moisés Franco.



**Figura 8.** Medios de transporte que utiliza  
 Fuente: Datos de las Encuestas.  
 Elaborado por: Moisés Franco.

En la figura 10 se refleja que el 50% de la población de Guayaquil de la tercera edad se moviliza en transporte público, seguido por el 33% que se moviliza en taxis, el 10% tiene vehículo propio y el 3% usa un vehículo de alquiler, lo que refleja es que las personas de la tercera edad si utilizan y necesitan el transporte público para sus actividades diarias.

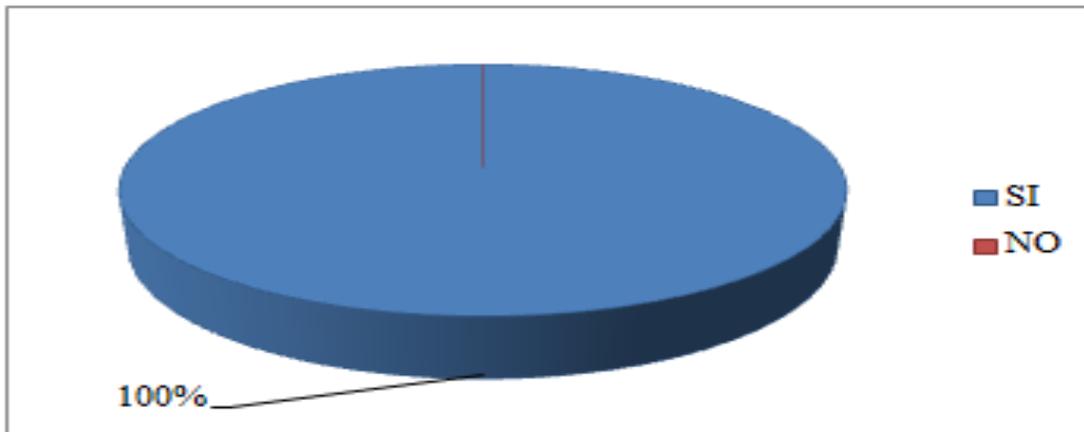
### 3. ¿Utiliza el transporte de taxi para movilizarse?

Tabla 13 Utiliza el transporte de taxi para movilizarse

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	382	100%
NO	0	0%
Suma Total	382	100

**Fuente:** Datos de las Encuestas.

**Elaborado por:** Moisés Franco.



**Figura 9.** Utiliza el transporte de taxi para movilizarse

**Fuente:** Datos de las Encuestas.

**Elaborado por:** Moisés Franco.

De acuerdo a esta pregunta y tal como se observa en la figura 11 se evidencia que toda la población encuestada en el estudio utiliza taxi y se moviliza en este medio de transporte por diferentes motivos, lo que refleja que estos clientes potenciales se trasladan para sus diferentes actividades en transporte de taxi y que al fusionar estrategias que ayuden a mejorar este servicio con personal capacitado que haga su trabajo con responsabilidad se apunta a posesionarse como número uno en el mercado en esta línea de exclusividad.

#### 4. ¿Cuántas veces por semana utiliza el servicio de transporte de taxi?

Tabla 14 Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte de taxi

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	52	13.61
2 veces por semana	133	34.82
3 veces por semana	89	23.30
4 veces por semana	62	16.23
5 veces por semana	24	6.28
Todos los días	22	5.76
Suma Total	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

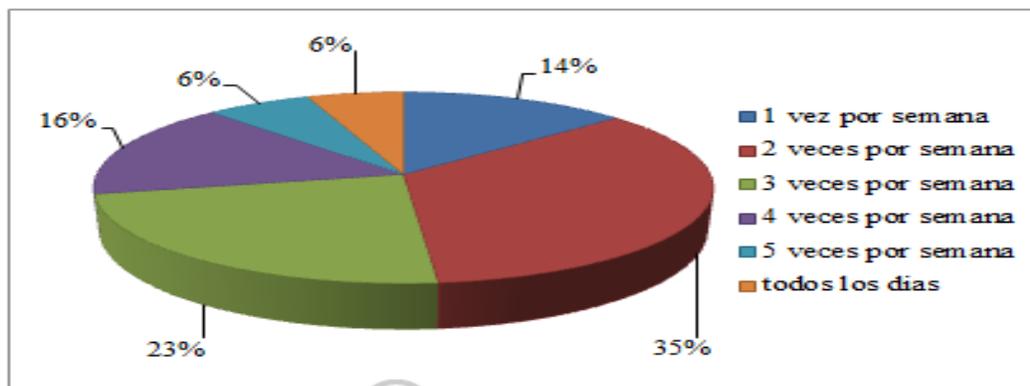


Figura 10. Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte de taxi

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

Como se observa en los resultados obtenidos en la tabla 14, la frecuencia con que las personas de la tercera edad utilizan el servicio de transporte varia, el 14% de las personas de la tercera edad utiliza el servicio de transporte 1 vez por semana dentro de sus actividades seguido por un 35% quienes los utilizan 2 veces por semana, el 23% de los encuestados de la tercera edad utiliza 3 veces por semana, el 16 % de la población de la tercera edad utiliza 4 veces por semana el servicio de taxi por último la frecuencia refleja que el 6% de la población utiliza el servicio 5 veces a la semana lo que puede interpretarse que se dirigen s sus trabajos o negocios y otro 6% utiliza todos los días el servicio de transporte.

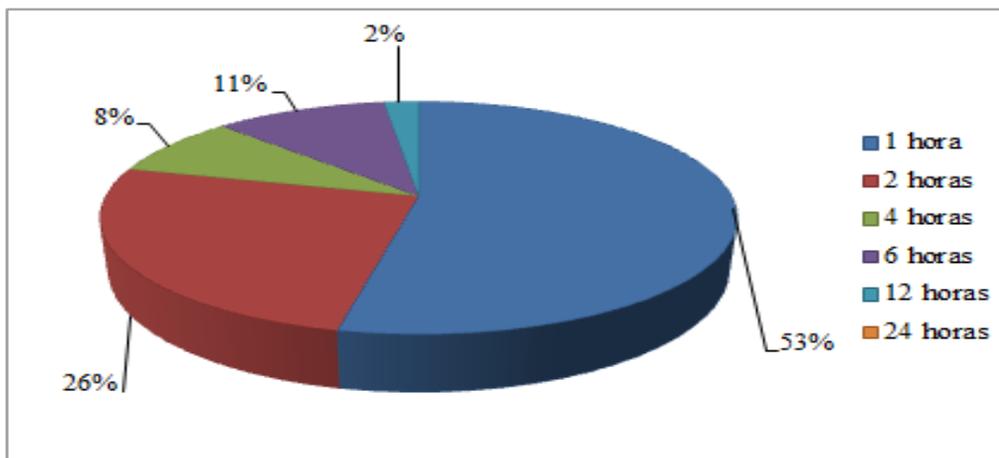
### 5. ¿Cuántas horas al día utiliza el transporte de taxi?

Tabla 15 Cuantas horas utiliza el transporte de taxi

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 hora	204	53.40
2 horas	98	25.65
4 horas	32	8.38
6 horas	40	10.47
12 horas	8	2.10
24 horas	0	0
<b>Suma Total</b>	<b>382</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco



**Figura 11.** Cuantas horas utiliza el transporte de taxi  
**Fuente:** Datos de las Encuestas.  
**Elaborado por:** Moisés Franco.

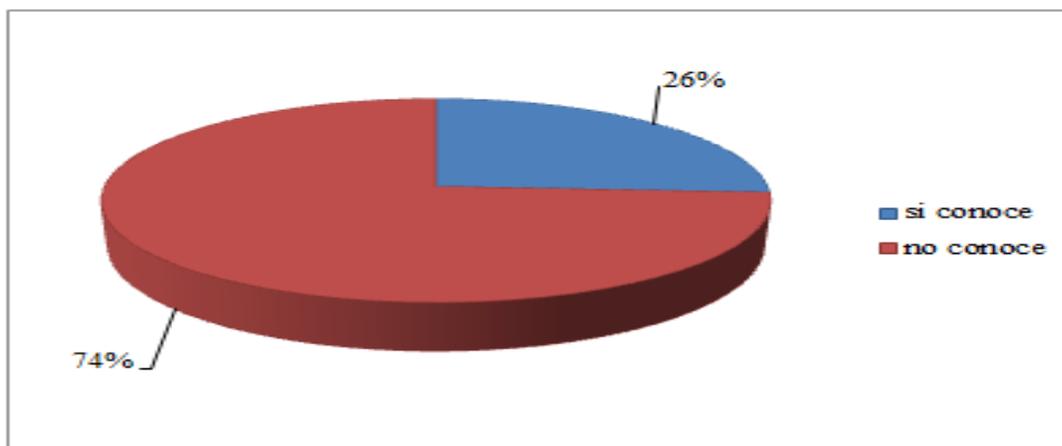
Al observar la figura 13 se aprecia que el 53% de las personas de la tercera edad utilizan el servicio de taxi un hora, seguido con un 26% que lo utilizan en dos horas, el 8% representa a personas de la tercera edad que usan taxi 4 horas, el 11 % personas de la tercera edad que usan este servicio 6 horas por diferentes actividades, y el 2% de las personas objetos de estudio usan el servicio 12 horas al día.

**6. ¿Puede usted mencionar el nombre de cooperativas de taxi que conozca?**

Tabla 16 Puede usted mencionar el nombre de cooperativas de taxi que conozca

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si conoce	99	25.92
No conoce	283	74.08
Suma Total	382	100

**Fuente:** Resultados de las Encuestas.  
**Elaborado por:** Moisés Franco.



**Figura 12.** Puede usted mencionar el nombre de cooperativas de taxi que conozca  
**Fuente:** Datos de las Encuestas.  
**Elaborado por:** Moisés Franco

En la figura 14 se observa, que las personas de la tercera edad en su mayoría desconocen en un 74% cuales son los nombres de las cooperativas de taxi en Guayaquil.

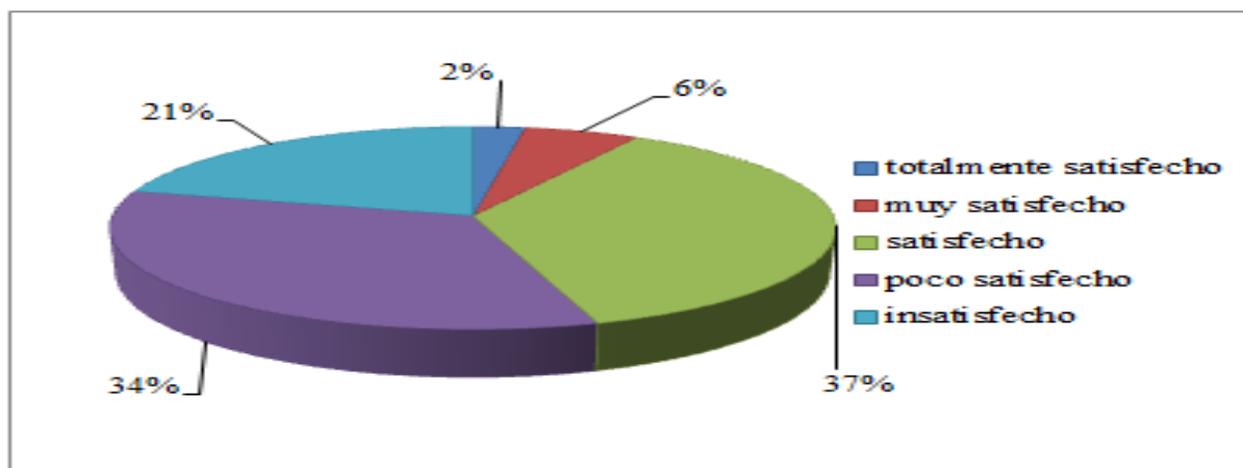
### 7. ¿Se siente satisfecho con el servicio de transporte que actualmente recibe?

Tabla 17 Se siente satisfecho con el servicio de transporte que actualmente recibe

**Fuente:** Datos de las Encuestas.  
**Elaborado por:** Moisés Franco.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente Satisfecho	10	2.62
Muy satisfecho	22	5.76
Satisfecho	140	36.65
Poco Satisfecho	130	34.03
Insatisfecho	80	20.94
Suma Total	382	100

Figura 13. Se siente satisfecho con el servicio de transporte que actualmente recibe



**Fuente:** Datos de las Encuestas.  
**Elaborado por:** Moisés Franco.

Al observar los indicadores porcentuales refleja que el 37% de los encuestados está satisfecho por el servicio que recibe, seguido por el 34% quienes están poco satisfechos, el 21% de los

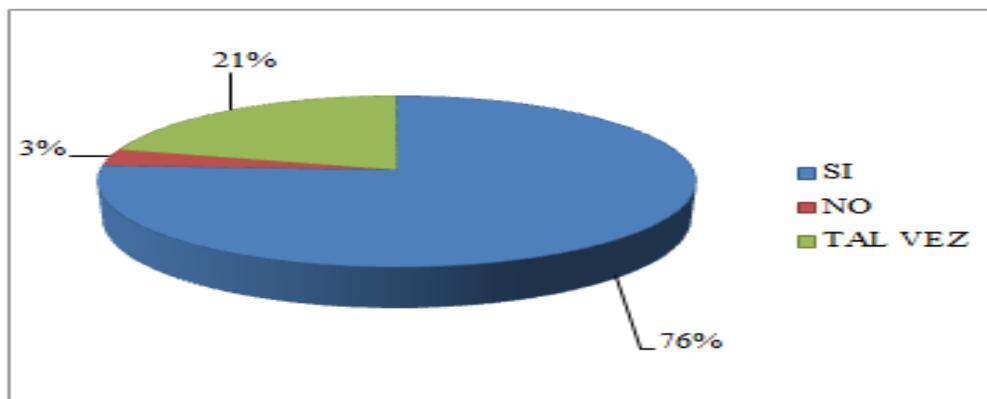
encuestados se encuentra insatisfecho seguido por el 2% que reflejan total insatisfacción en el servicio de taxi que actualmente brindan las cooperativas, y solo el 6% de los encuestados está totalmente satisfecho por el servicio.

**8. ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte plus que recoja, espere y atiende de forma segura y amable a los clientes en cualquier horario??**

Tabla 18 Le gustaría contar con un servicio de transporte plus

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	290	75.72
NO	12	3.14
TAL VEZ	80	20.94
SUMA TOTAL	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.



**Figura 16.** Le gustaría contar con un servicio de transporte plus  
Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

Al observar los datos y la frecuencia establecida en la tabla 18 se percibe que los clientes en un 75% quieren contar con un servicio de transporte que los recoja, espere y les dé un servicio plus y

un trato cordial. Lo que significa que nuestro cliente potencial actualmente se encuentra insatisfecho por el servicio que recibe o no cumple sus expectativas por el valor que ellos pagan.

### 9. ¿Piensa usted que los conductores están capacitados en Servicio al cliente?

Tabla 19 Piensa usted que los conductores están capacitados en Servicio al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	9.16
NO	347	90.84
<b>SUMA TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco

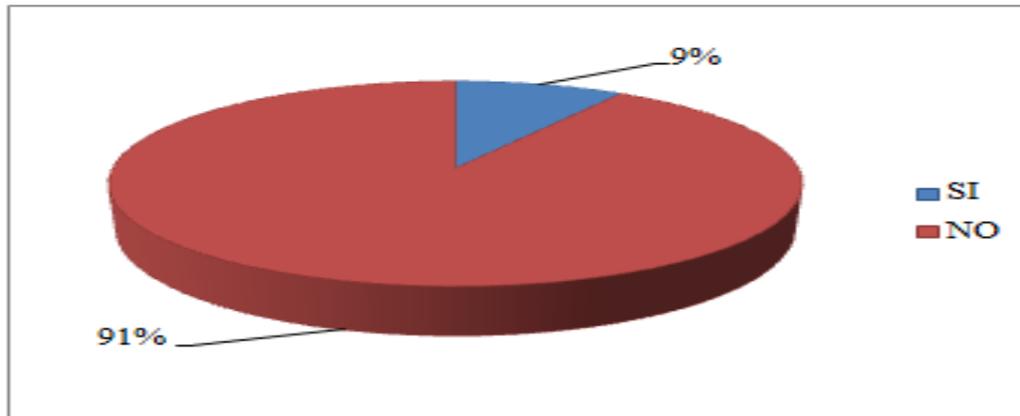


Figura 17. Piensa usted que los conductores están capacitados en Servicio al cliente

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco

Al realizar la pregunta a los encuestados, el 91% de los usuarios contestaron que los conductores de las unidades de transporte no están capacitados en el servicio que brindan, lo cual es una debilidad para las actuales cooperativas de transporte.

## 10. ¿Cómo usted califica el servicio de taxi en seguridad?

Tabla 20 Cómo usted califica el servicio de taxi en seguridad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
OPTIMO	0	0
BUENO	48	12.57
REGULAR	53	13.87
MALO	222	58.12
PESIMO	59	15.44
SUMA TOTAL	382	100

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco.

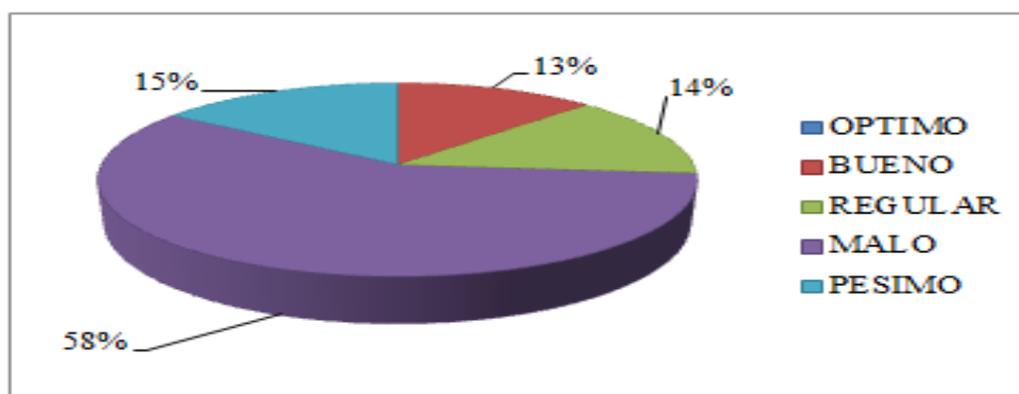


Figura 18. Cómo usted califica el servicio de taxi en seguridad

Fuente: Datos de las Encuestas.

Elaborado por: Moisés Franco.

La figura 18 presenta que la percepción del 58% de los encuestados sobre la seguridad en el servicio de transporte, es mala, seguida por un 15% que lo califica como pésimo y muy a la par un 14% que lo califica como regular; solo el 13% de los encuestados indica que es bueno, al interpretarlas cifras de manera general se observa según estos datos que la percepción que la

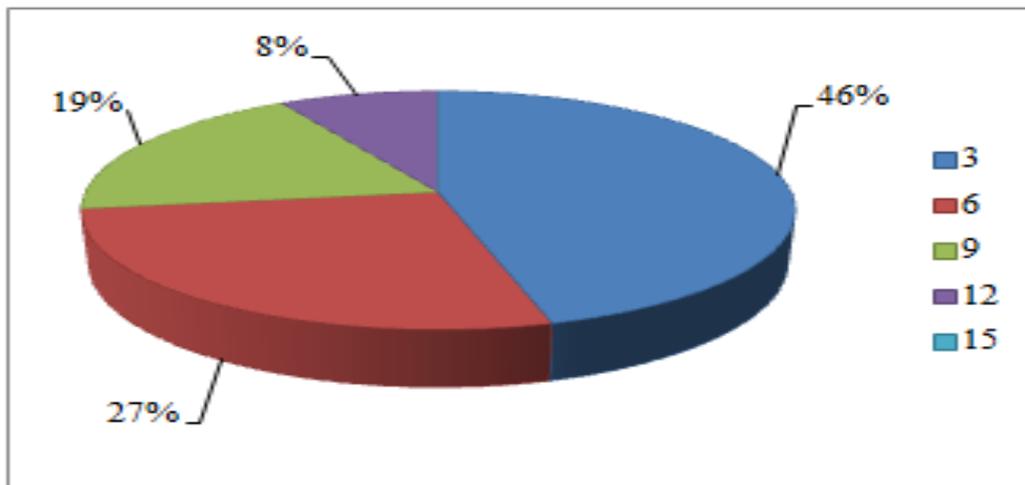
gente tiene sobre seguridad en el servicio de transporte es mala, esto se ve claramente reflejado en las noticias con los altos niveles de delincuencia y secuestros.

**11. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar, por un servicio de transporte que lo recoja, lleve a su destino de forma segura con el mejor trato y calidez humana?**

Tabla 21 Cuánto está usted dispuesto a pagar, por un servicio de transporte

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
3 dólares	174	45.55
6 dólares	104	27.23
9 dólares	72	18.85
12 dólares	32	8.38
15 dólares	0	0
<b>SUMA TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.



**Figura 19.** Cuánto está usted dispuesto a pagar, por un servicio de transporte  
Fuente: Datos de las Encuestas.  
Elaborado por: Moisés Franco.

En la tabulación de la información referente al cobro de una tarifa normal (tabla 21), al preguntar a los clientes cuanto están dispuestos a pagar por el servicio el 46% contestó que puede pagar 3 dólares, seguido por el 27% quienes pueden pagar una tarifa normal de 6 dólares, el 19% puede pagar 9 dólares y el 8% están dispuestos a pagar 12 dólares por el servicio.

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **3.4 TEMA**

CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE SERVICIO PARA ADULTOS MAYORES EN LA COMPAÑÍA DE TAXIS ORIENT EXPRESS, PERIODO 2015-2016.

#### **3.5 JUSTIFICACIÓN**

Durante la realización de esta investigación se observó la falta de atenciones, la inseguridad, el compromiso, la amabilidad y sobre todo el respeto a las personas de la tercera edad a la hora de moverse de un lugar a otro.

Las cooperativas de taxis que brindan este servicio general a todos los ciudadanos no están capacitadas en Servicio al Cliente, no cuentan con un botiquín de primeros auxilios; los choferes de las unidades no sienten un compromiso a la hora de realizar su trabajo, no ayudan a los clientes de la tercera edad abrirles la puerta, a bajarse, el desinterés por el trabajo que realizan hace que deje mucho que desear y abre una puerta a implementar este servicio integral a los adultos mayores que se movilizan cada día.

Muchas personas no se detienen a observar los aportes del adulto mayor en la economía del país y de Guayaquil, estas personas son puestas hacia un lado y nuestra inobservancia no nos permite reconocer los grandes aportes que ellos tienen al desempeñarse como, dueños de empresa, jubilados, maestros, doctores, abogados u otras formas de ganarse la vida.

El desarrollo y la vida del ser humano se desenvuelve en diferentes etapas, cada una de ellas funde gradualmente a la siguiente, cada persona en su ciclo de vida desde la niñez a la tercera edad cumple un rol importante en la sociedad, la familia y la economía.

En la actualidad toda organización debe estar dispuesta a ir más allá de las barreras mentales que obstaculizan su desarrollo y se hacen prisioneras de pensamientos arcaicos que no permiten desarrollar la visión organizacional. Cada día las exigencias del cliente crecen y demandan servicio de mayor calidad, calidez y rapidez, por ello debe ampliar su visión para poder mantenerse en el mercado y lograr competir y crecer en lo administrativo y en lo servicial.

Mediante la creación de una línea de transporte para adultos mayores se busca proporcionar un servicio calidad y brindar un servicio diferenciado que genere la total satisfacción de los clientes y en el camino ir buscando la mejora continua. Se busca ofrecer seguridad, confort, puntualidad, calidez y precios asequibles, como empresa reflejar una organización comprometida con cumplir todos los estándares de calidad y que cada colaborador y persona que brindan el servicio tanto directo como indirecto tenga sentido de pertenencia con la organización y compromiso en el rol que desempeña.

Las personas que usarán este servicio son todas aquellas de la tercera edad que por diferentes motivos necesitan trasladarse de un lugar a otro a desempeñar sus actividades diarias, ya sea por negocio, comercio, trabajo, salud o estatus, por esta razón la propuesta de crear una línea de transporte con un servicio diferenciado y una atención exclusiva para personas de la tercera edad que estén dispuestas a pagar un plus por la calidad del servicio que esperan recibir.

Todos estos factores hacen necesarios la implementación de la línea de transporte para las personas de la tercera edad, un servicio integrado, que genere a los cliente confianza y seguridad,

un servicio que abarque todo aquello que a gritos piden muchos adultos mayores, este servicio a más de aportar al bienestar social ayudará a la empresa Orient Express a que sus clientes sean fieles con el servicio y logré hacer crecer a la organización para obtener mejores ingresos.

### **3.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

#### **3.6.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

Este proyecto estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, teniendo en cuenta que en la actualidad existen diferentes cooperativas de taxis ejecutivos en diferentes ciudades del Ecuador, la ciudad de Guayaquil es una de las mayores proveedoras del servicio de taxi ejecutivo.

#### **3.6.2 MICRO LOCALIZACIÓN**

El proyecto está ubicado dentro de la compañía Orient Express, la cual se encuentra ubicada en la ciudadela Kennedy Nueva, calle 9na este # 102 entre la D y la E, dedicada a las actividades de servicio de transporte ejecutivo a nivel corporativo en la ciudad de Guayaquil desde el año 2004.



**Figura 20.** Instalaciones empresa Orient Express  
**Fuente:** Instalaciones Empresa Orient Express, (2016).

### **3.6.3 DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**Dirección:** Ciudadela Kennedy Nueva, calle 9na este # 102 entre la D y la E

**Teléfono:** 2397811

**Correo:** administracion@orientexpressec.com

**Nombre del Representante:** Margarita Bastidas

### **3.7 MISIÓN**

Brindar un servicio de transporte diferenciado a personas de la tercera edad, donde los operadores proporcionen a los clientes calidad, puntualidad y responsabilidad y se basen en el respeto de las normativas actuales establecidas.

### **3.8 VISIÓN**

Ser la empresa líder en servicios de transporte tanto a personas de la tercera edad como a diferentes usuarios, lograr abarcar todo el territorio nacional por el servicio exclusivo que brindamos.

### **3.9 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS**

#### **3.9.1 PRINCIPIOS CORPORATIVOS**

La unidad que estará a cargo del manejo de la línea de transporte debe seguir los principios corporativos establecidos.

## **Calidad**

Contar con vehículos de modelos actuales, que cumplan con las normas establecidas por la ANT Y ATM.

## **Respeto a las personas**

Enfocarse en dar un trato respetuoso a todas las personas, sello será el respeto, cordialidad y calidez humana.

## **Responsabilidad Social**

Mantener una mejora continua en cada proceso de la organización, potencializar el mejoramiento de los conductores y exigir realicen cursos de capacitación continua.

## **Trabajo en Equipo**

Establecer un trabajo en conjunto y crear una sinergia para lograr dar el mejor servicio al cliente y el mejor trato; nuestros colaboradores gocen de un agradable ambiente de trabajo.

### **3.10 VALORES CORPORATIVOS**

- **Seguridad.** Cuidar a los pasajeros y tomar decisiones correctas cumpliendo con las normas de seguridad vial para el traslado de cada usuario del vehículo.
- **Eficiencia.** Establecer procesos simples que den respuestas y soluciones a cada usuario como por ejemplo establecer rutas de recorridos que use vías alternas para que los usuarios lleguen con puntualidad a sus destinos.

- **Honestidad.** Actuar con pudor y decoro, es decir respetar las cosas de los pasajeros y en caso de pérdida de algún objeto contactar a la persona para devolverlo.

### **3.11 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **3.11.1 OBJETIVO GENERAL**

Contar con una línea de servicio de transporte denominado “Taxi solidario” para captar el mercado de las personas de tercera edad en la ciudad de Guayaquil, mediante un departamento que controle cada una de las unidades y el correcto funcionamiento de este servicio.

#### **3.11.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Ofrecer un servicio diferenciado de puerta a puerta a los distintos usuarios
- Contribuir al éxito de la empresa
- Crear y mantener la línea de servicio para las personas de la tercera edad con y servicio diferenciado.
- Ser la empresa pionera en brindar este tipo de servicios.

### **3.12 ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL**

La empresa Orient Express dedicada a las actividades de servicio de transporte ejecutivo a nivel corporativo en la ciudad de Guayaquil, cuenta con una Gerencia General dirigida por la Doctora Margarita Bastidas, quien es la persona que direcciona la empresa, seguida por el

Administrador Moisés Franco quien es el encargado principal de delegar las responsabilidades y supervisar los puestos de trabajos y las unidades de transporte.

Los departamentos están divididos, en departamento de Operaciones y Departamento Comercial, quien son los encargados de las actividades diarias y la coordinación de carreras, ingreso de nuevos clientes y nuevas unidades de transporte, así como el cobro y la logística de la compañía.



**Figura 21.** Estructura Orgánica Actual de la empresa Oriente Express  
**Elaborado por:** Moisés Franco.

### 3.13 ANÁLISIS FODA

A continuación, se presenta un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa:



Figura 22.FODA  
Elaborado por: Moisés Franco.

### 3.14 MATRIZ FODA

<b>FORTALEZA</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Cuenta con GPS	0.07	2	0.14
Recurso humano capacitado	0.07	3	0.21
Servicios las 24 horas	0.09	3	0.27
Call center	0.1	3	0.3
Wi fi en unidades	0.04	2	0.08
Cumplen con requisitos de la ATM	0.1	4	0.4
Unidades legalizadas	0.07	4	0.28
<b>TOTAL</b>			<b>1.68</b>

**Elaborado por:** Moisés Franco.

<b>DEBILIDADES</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Falta de puntualidad	0.07	2	0.14
Bajos medios publicitarios	0.07	3	0.21
Competencia alta	0.09	3	0.27
Pocas Unidades	0.1	3	0.3
<b>TOTAL</b>			<b>1.53</b>

**Elaborado por:** Moisés Franco.

## EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Contar con nuevos clientes	0.18	3	0.54
Crecimiento Organizacional	0.18	3	0.54
Número Uno en el mercado	0.08	3	0.24
Fidelidad de clientes	0.08	3	0.24
<b>TOTAL</b>			<b>1.56</b>

Elaborado por: Moisés Franco.

<b>AMENAZAS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Medio ambiente	0.15	4	0.6
Impuesto	0.1	3	0.3
Posicionamiento de nuevas empresas	0.15	4	0.6
Tarifas más bajas en el mercado	0.08	1	0.08
<b>TOTAL</b>			<b>1.58</b>

Elaborado por: Moisés Franco.

### Evaluación factores internos

Al analizar los factores internos nos damos cuenta que las fortalezas de la empresa son mayores que las debilidades, se puede trabajar esto para explotar este punto y ganar una ventaja comparativa entre la competencia.

### Evaluación factores externos

Se debe aprovechar las oportunidades actuales que tiene este servicio, se debe elaborar un plan para cuidarse de ingreso nuevas empresas y lograr ganar mas mercado.

### 3.15 FUERZA DE PORTER



**Figura 23.** Análisis Porter.  
**Elaborado por:** Moisés Franco.

Para realizar un estudio diferenciado del servicio de Taxi Ejecutivo se procedió a realizar un análisis de las fuerzas del mercado según Porter, que se presentan en el siguiente gráfico:

### 3.15.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Es media, en la actualidad no son muchas las empresas que brindan este servicio a las personas de la tercera edad, pero existen cooperativas de taxi ejecutivo que brindan el servicio generalizado para todos los usuarios.

---

#### COMPETENCIA

**IVAN CAR**

**EASY TAXI**

**FATS**

**VIPCAR**

**CONMIGO EXPRESS**

**FRIEND CAR**

**CABYFI TAXI**

---

**Elaborado por:** Moisés Franco.

### 3.15.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES

El poder de negociación de los clientes o compradores es de impacto bajo ya que la empresa no puede cambiar los precios establecidos y estos tienen que regirse de acuerdo al kilometraje que marca cada recorrido.

---

**Tarifa establecida en taxímetro**

**Nueva tarifa por taxímetro**

**0.35 centavos por kilometro**

**0.45 centavos por kilometro**

---

**Elaborado por:** Moisés Franco.

### 3.15.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES

En esta fuerza de la negociación de los proveedores se considera de impacto bajo existen muchas unidades de transporte que desean ingresar a las empresas que brindan servicios de transporte.

---

PROVEEDORES

**Dueños de vehículos particulares**

**Elaborado por:** Moisés Franco.

### 3.15.4 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

La amenaza de nuevos entrantes en este caso es medio ya que una persona con el capital necesario puede ingresar al mismo mercado y establecer el mismo servicio con un costo de ingreso de unidades más bajo, actualmente el sistema de salud IESS, está ofreciendo un servicio de asistencia vehicular a las personas que tienen citas médicas y no se pueden movilizar, aunque esto recién se está implementando muchos usuarios se quejan que no llegan las unidades por falta de disponibilidad.

---

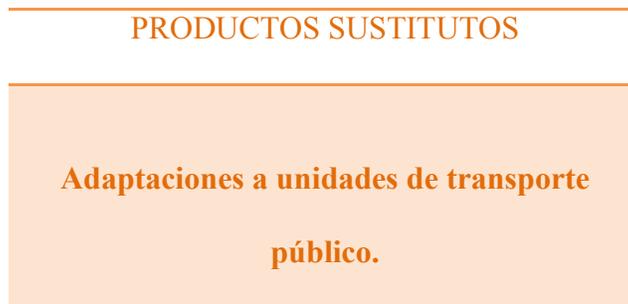
NUEVOS ENTRANTES

**En diferentes momentos alguien desee  
implementar este servicio.**

**Elaborado por:** Moisés Franco.

### 3.15.5 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

La amenaza de productos sustitutos es de impacto bajo ya que no existe servicio que pueda sustituir este medio de transporte.



Elaborado por: Moisés Franco.

### 3.16 DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD A CARGO DE LA LÍNEA DE SERVICIOS PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD TAXI SOLIDARIO

El Administrador será el encargado de supervisar y establecer el desarrollo de cada política y procedimiento, así como el control del servicio que se brindará a los nuevos usuarios.

El Administrador trabajará estrechamente con el departamento de operaciones, estos colaboradores son los encargados de asignar las unidades a cada uno de los usuarios; es muy importante el control y seguimiento para que el departamento ejecute cada procedimiento de la forma correcta y evite contratiempos en los clientes.

El departamento de operaciones cuenta con dos líneas telefónicas PBX y dos líneas de celulares para receptor las solicitudes de los clientes.

La empresa Orient Express cuenta con seis operadoras las cuales dividen sus turnos y atienden las líneas las 24 horas.

Para implementar esta nueva línea de transporte asignaremos una línea directa para recibir las llamadas de las personas de la tercera edad que soliciten el servicio.

Se contratará a una operadora adicional para que sea la encargada de contestar esta línea directa y asignar las carreras a cada unidad, no será necesario contratar alguien para el turno de nocturno porque la demanda de carreras en las noches es muy baja, el trabajo será redistribuido con las operadoras que están actualmente.

### **3.16.1 FUNCIONES BÁSICAS**

La función principal del departamento de operaciones será atender las llamadas telefónicas de los clientes para asignar la unidad y tiempo de espera.

La operadora encargada de asignar las carreras solicitada por los usuarios de la tercera edad deberá regirse en las normas y procedimientos establecidos, deberá contestar cada llamada con la calidad y calidez para los clientes y así poder cubrir sus expectativas.

Su función será la siguiente:

- Atender cada requerimiento con responsabilidad y profesionalismo
- Solucionar cualquier reclamo al momento de la llamada.
- Asignar las carreras a cada unidad respetando los turnos de salida

- Reportar al Departamento Administrativo cualquier novedad.

### **3.17 POLÍTICA Y PROCEDIMIENTOS DE LA UNIDAD A CARGO DE LA LÍNEA DE TRANSPORTE PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD**

Se establecerán políticas y procedimiento para facilitar a los colaboradores como proceder en cada función de sus puestos de trabajo, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos y a la visión de la compañía.

#### **3.17.1 POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN**

##### **3.17.1.1 PRECIO**

El precio de las carreras se establecerá en base al kilometraje que marca desde la salida hasta el punto final de destino, el valor del kilométrate tendrá una diferencia de 0.10 centavos al resto de carreras por el servicio plus que se brinda.

**Tabla 22**Tabla de Costos de Servicios dentro de la ciudad

Tarifa de Arranque (taxímetro)	0.00
Kilómetro Recomendado (taxímetro)	0.45
Tarifa diaria en perímetro urbano (12 horas)	\$ 100.00
Tarifa diaria en perímetro urbano (24 horas)	\$ 200.00
Tarifa de alquiler por hora (hasta 20Km.)	\$ 10.00
Carrera Mínima (hasta los 5km.)	2,00

**Fuente:** Dato Empresa Orient Express

**Elaborado por:** Moisés Franco.

En la tabla 22 refleja el Tipo de servicio y costo dentro de la ciudad, el precio de las carreras fuera de la ciudad se manejará en base a tarifarios. El tarifario está establecido en base al recorrido que realiza el cliente fuera del perímetro urbano, cubre el traslado del cliente recogiendo desde la puerta de su hogar y es llevado a su destino de forma ágil y segura.

**Tabla 23** Tarifario de viajes

DESDE	CIUDAD	VALOR VIAJE IDA	VALOR IDA Y VUELTA
Guayaquil	Alausi	168,00	268,80
Guayaquil	Anconcito	117,00	187,20
Guayaquil	Azogues	156,00	249,60
Guayaquil	Babahoyo	60,00	96,00
Guayaquil	Bahía de Caraquez	174,00	278,40
Guayaquil	Balao	102,00	163,20
Guayaquil	Balzar	96,00	153,60
Guayaquil	Bucay	96,00	153,60
Guayaquil	Buena Fe	147,00	235,20
Guayaquil	Cañar	178,00	286,00
Guayaquil	Chone	162,00	259,20
Guayaquil	Cuenca	144,00	230,40
Guayaquil	Daule	40,00	60,00
Guayaquil	El Empalme	108,00	172,80
Guayaquil	El Triunfo	60,00	90,00
Guayaquil	Guaranda	124,00	190,00
Guayaquil	Huaquillas	174,00	270,00
Guayaquil	Jipijapa	120,00	170,00
Guayaquil	La Mana	150,00	200,00
Guayaquil	La Troncal	69,00	110,40
Guayaquil	Loja	264,00	420,00
Guayaquil	Macara	270,00	432,00
Guayaquil	Machala	132,00	180,00
Guayaquil	Manta	132,00	180,00
Guayaquil	Milagro	40,00	60,00
Guayaquil	Montalvo	90,00	144,00
Guayaquil	Montanita	126,00	190,00
Guayaquil	Naranjal	80,00	124,00
Guayaquil	Naranjito	52,00	80,00
Guayaquil	Nobol	40,00	65,00
Guayaquil	Pasaje	144,00	230,40
Guayaquil	Pedernales	230,00	371,52
Guayaquil	Pedro Carbo	80,00	120,00
Guayaquil	Piñas	189,00	290,00
Guayaquil	Playas	60,00	96,00
Guayaquil	Portoviejo	132,00	211,20
Guayaquil	Posorja	114,00	182,40
Guayaquil	Progreso	72,00	115,00
Guayaquil	Pto Lopez	111,00	177,60
Guayaquil	Puerto Cayo	132,00	210,00
Guayaquil	Punta Blanca	114,00	180,00
Guayaquil	Quevedo	132,00	180,00
Guayaquil	Quito	252,00	400,00
Guayaquil	Salinas	100,00	150,00
Guayaquil	Salitre	72,00	115,00
Guayaquil	Samborondon	40,00	60,00
Guayaquil	San Juan	102,00	163,00
Guayaquil	Santa Lucia	60,00	80,00
Guayaquil	Santa Rosa	156,00	249,00
Guayaquil	Sto. Domingo	177,00	283,00
Guayaquil	Taura	40,00	60,00
Guayaquil	Ventanas	114,00	170,00
Guayaquil	Vinces	114,00	170,00
Guayaquil	Yaguachi	40,00	60,00
Guayaquil	Zamora	270,00	437,00
Guayaquil	Zaruma	170,00	320,00

**Fuente:** Empresa Orient Express

**Elaborado por:** Moisés Franco.

### 3.17.1.2 MEDIO DE PAGO

La forma de pago de los clientes puede ser en efectivo o por Contratos de servicio a crédito mediante entrega de voucher a los clientes, previo contrato de servicios que no tiene ningún costo.

Subsistema de Transporte Terrestre  
**Orient**  
239-9000 EXPRESS

Guayaquil 239-9000  
Cels.: 098-7232248  
099-9146330

000863651 TVCsc

Nombre: \_\_\_\_\_  
Origen: \_\_\_\_\_  
Destino: \_\_\_\_\_  
Motivo: \_\_\_\_\_

VEHICULO \_\_\_\_\_ FIRMA \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_  
CONSUMO TX: \_\_\_\_\_ VALOR \_\_\_\_\_ GTVE \_\_\_\_\_  
LA SUMA DE \$ \_\_\_\_\_  
Nº DE AUTORIZACION \_\_\_\_\_

Puntualidad en el servicio: Bueno  Regular  Malo   
Calidad de la atención: Bueno  Regular  Malo   
Estado del vehículo: Bueno  Regular  Malo   
Utilizó taxímetro: Sí  No

ORIGINAL: CLIENTE

**Figura 24.** Voucher empresa Orient Express  
**Tomado de:** Empresa Orient Express, Elaborado por Moisés Franco.

### **3.17.1.3 VENTA**

El servicio se vende directamente al consumidor, el chofer recoge al usuario en su domicilio y los traslada a su destino.

### **3.17.1.4 MARKETING**

Este servicio puede ofrecerse por publicidad escrita como volantes, aunque se considera que la forma de promocionar un servicio es ofreciéndolo con calidad y calidez así los usuarios podrán referir y la empresa aumentar la cartera de clientes. Este servicio brinda comodidad, seguridad y elegancia, al realizar una llamada desde la oficina a la Central, enviándole el vehículo que requiere.

La empresa Orient Express cuenta con una póliza de Responsabilidad Civil que cubre a todo su personal en el momento que utiliza nuestras unidades.

El promedio de tiempo de llegada de nuestras unidades a servirles es de 10 a 15 minutos como máximo, los clientes son informados por mensajes escritos el tiempo de llegada de las unidades, el número de placa y nombre del chofer de la unidad.

Se cuenta con un proceso de selección de los conductores que manejan las unidades, se solicita documentos personales a todos para garantizar seguridad a nuestros clientes.

### **3.17.2 PROCESOS**

Implementaremos los siguientes procesos para esta línea de transporte para las personas de la tercera edad.

### **3.17.3 PROCESO DE SELECCIÓN DE UNIDADES**

Las unidades que requieran ingresar a la compañía Orient Express deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Tener matricula y seguro vigente
- Solo ingresan unidades fabricadas del 2012 en adelante
- Las unidades deben estar pintadas limpias y con su correcto funcionamiento de aire acondicionado.
- Contar con botiquín de primeros auxilios
- Cumplir con todos los reglamentos establecidos por la ATM
- Tener radio y taxímetro
- El chofer debe tener licencia profesional
- El chofer debe presentar su Hoja de vida y Record policial

### **3.17.4 PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE**

El proceso de atención al cliente se manejará de la siguiente manera.

- Las llamadas ingresan en la central de oficina.
- Las operadoras receptan las solicitudes de los usuarios al sistema
- Se verifica y coordina el envío de unidad de acuerdo a la ruta más cercana que se encuentre la unidad.

- Se asigna vehículo al usuario.

La operadora debe enviar mensaje de texto al cliente comunicando las unidades, placa, número del chofer que se acerca al domicilio.

La operadora da el seguimiento hasta que el cliente este en la unidad trasladándose a su destino.

### **3.17.5 PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE TURNOS**

Los turnos serán distribuidos de acuerdo a la necesidad del cliente, el administrador será el encargado de asignar los turnos de las operadoras y unidades dependiendo de la demanda del servicio en horas picos.

### **3.17.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN AL TALENTO HUMANO**

El proceso de capacitación del recurso humano será para los choferes y se capacitará en primeros auxilios y trato al cliente.

Cada conductor de unidad deberá conocer y saber lo siguiente:

- Siempre deberá saludar al usuario y bajarse abrirle la puerta para ayudarlo ingresar a la unidad.
- Deberá estar correctamente vestido con la camisa que representa a la empresa Orient Express.

- El conductor de la unidad será capacitado por la empresa Orient Express en primeros auxilios.
- El conductor de la unidad estará sujeto a sanciones y al reglamento de la compañía el cual deberá cumplir a cabalidad en cuanto a horarios y forma del servicio que brinda a cada usuario.

### **3.18 DIFERENCIACION DEL SERVICIO TAXI SOLIDARIO PARA LAS PERSONAS DE LATERCERA EDAD.**

Muchas empresas brindan el servicio de taxi ejecutivo de forma general, diferentes usuarios utilizan el servicio por sus necesidades de traslado día a día.

Este servicio se va a diferenciar del resto por los siguientes elementos y características:

- Capacitación del personal administrativo
- Cultura vial y deservicio al cliente de los conductores.
- Contar con botiquín de primeros auxilios
- Contar con una muleta en el baúl del vehículo
- Contar en oficina con 5 sillas de ruedas en caso que el cliente necesite se ofrece esta ayuda.
- Tener base de datos de contactos referidos por los clientes para contactarlos en cualquier emergencia.
- Ofrecer seguridad, calidad y calidez en el servicio
- Acompañamiento al cliente cuando lo necesite.

#### **4.16 GENERALIDADES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE ORIENT EXPRESS**

La propuesta de esta tesis pretende demostrar como mejorarían los ingresos de la empresa al expandir su servicio para usuarios de la tercera edad, actualmente el servicio que ofrece la empresa Orient Express a los diferentes usuarios son solo enfocados a las Corporaciones, es decir ofrece un servicio corporativo por medio de sus vouchers, estos son entregados a cada cliente corporativo como único medio de pago para que puedan trasladarse.

Se pretende ofrecer un portafolio de servicios según las necesidades de los clientes, en este caso los clientes de la tercera edad son quienes recibirán el servicio en este estudio.

El servicio de Transporte Ejecutivo para personas de la tercera edad se crea con el enfoque de contar siempre con colaboradores altamente calificados, con equipos de alta tecnología, organización administrativa, todo en su conjunto va a permitir mantener un contacto permanente con todas las unidades las 24 horas del día mediante el sistema de comunicaciones con repetidoras, radios móviles, PBX y teléfonos celulares.

El servicio a ofrecer a los usuarios es en forma personalizada y corporativa, a través de una operadora que atenderá todos los días de la semana las 24 horas del día para enviarle inmediatamente el vehículo que requiera a la dirección solicitada, culminado el servicio, el cliente cancelará en efectivo. El número de unidades que se va a disponer y su infraestructura permite cubrir con eficiencia las necesidades de los clientes, todas las unidades van a estar equipadas con radio móvil de comunicación garantizando así un traslado confiable y seguro para los usuarios. Las tarifas estipuladas se aplicarán de manera competitiva, se va a disponer de líneas rotativas y líneas celulares, las mismas que estarán a disposición de los clientes las 24 horas.

### **3.18.1 DETALLES DE ACTIVOS QUE POSEE LA EMPRESA Y ESTRUCTURA FINANCIERA ACTUAL**

En la tabla 22 se presentan los diferentes activos que posee la empresa actualmente, los mismos que van a permitir el desarrollo de la presente propuesta. La empresa Orient Express al estar constituida hace muchos años, cuenta con una estructura sólida con diferentes activos y personal de recursos humanos.

### **3.18.2 ACTIVOS**

Se detalla los activos del año 2015 de la Empresa Orient Express para observar el comportamiento actual sin el nuevo servicio, todos estos valores son proporcionados por el Gerente General de la empresa, Doctora Margarita Bastidas.

Tabla 24 Activos que posee la empresa

Cantidad	Activo	Valor de Adquisición	Valor Adquisición total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Anual Acumulada
1	Muebles y Enseres	\$ 1.392,80	\$ 2.392,80	10	10%	\$ 4.069,68
1	Equipo de Computación	\$ 2.134,88	\$ 5.134,88	3	33%	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.527,68</b>			<b>\$ 4.069,68</b>

**Fuente:** Orient Express

**Elaborado por:** Moisés Franco

### 3.18.3 BALANCE GENERAL DEL AÑO 2015 ORIENT EXPRESS

En la tabla 25 se detalla el Balance General del año 2015 de la Empresa Orient Express para observar el comportamiento actual sin el nuevo servicio, todos estos valores son proporcionados por el Gerente General de la empresa, Doctora Margarita Bastidas.

Tabla 25 Balance Actual de la Empresa Orient Express año 2015

**ORIENT EXPRESS  
BALANCE GENERAL  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**

**ACTIVOS**

**ACTIVOS CORRIENTES**

Efectivo		\$ 68.690,00
Cuentas y doc. Por cobrar corrientes Relacionadas	\$ 150.228,64	
No relacionadas	\$ 0,00	
<b>Total ctas. Y doc. Por cobrar</b>		<b>\$ 150.228,64</b>

Otras cuentas y doc. Por cobrar		
Dividendos por cobrar	\$ 7.370,17	
<b>Total</b>		<b>\$ 7.370,17</b>

Activos por impuestos corrientes		
Credito tributario del Impuesto a la renta	\$ 18.176,98	
<b>Total activos por impuestos corrientes</b>		<b>\$ 18.176,98</b>

**TOTAL ACTIVOS CORRIENTES** **\$ 244.465,79**

**ACTIVOS NO CORRIENTES**

Muebles y enseres	\$ 2.392,80	
Equipos de comp. Y software	\$ 5.134,88	
(-) Depr. Acum. Propiedad, pl.	-\$ 4.069,68	
Vehiculo, equipo de transporte	\$ 0,00	
Otros activos intangibles	\$ 0,00	

**TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES** **\$ 3.458,00**

**TOTAL ACTIVO** **\$ 247.923,79**

**PASIVOS**

**PASIVOS CORRIENTES**

Pasivos por beneficios a empleados		
Obligaciones con el IESS	\$ 529,19	
Otros pasivos por beneficios a empleados	\$ 0,00	
<b>Total pasivo por beneficios a empleados</b>		<b>\$ 529,19</b>

**TOTAL PASIVOS CORRIENTES** **\$ 529,19**

**PASIVOS NO CORRIENTES**

Pasivos diferidos	\$ 0,00	
<b>Total pasivos no corrientes</b>		<b>\$ 0,00</b>

**TOTAL PASIVOS** **\$ 529,19**

**PATRIMONIO**

Capital Suscrito	\$ 800,00	
Aport. Futuras capitalizaciones	\$ 7.603,72	
Reserva Legal	\$ 8.789,46	
Reserva Facultativas	\$ 3.926,66	
Utilidad no distribuida ejer.	\$ 138.380,13	
Utilidad del ejercicio	\$ 87.894,63	

**TOTAL PATRIMONIO** **\$ 247.394,60**

**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO** **\$ 247.923,79**

**Tomado de:** Datos tomados de los Estados Financieros de Orient Express.

Tabla 26 Estado de Resultado Actual de la Empresa Orient Express año 2015

**ORIENT EXPRESS**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**

**INGRESOS**

INGRESOS OPERACIONALES		
Servicio de Transporte	\$ 1.342.838,61	
INGRESOS OPERACIONALES		<u>\$ 1.342.838,61</u>
Ingresos no Operacionales		\$ 0,00
Otros Ingresos		\$ 0,00
Otros Ingresos		\$ 0,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b><u>\$ 1.342.838,61</u></b>

**COSTOS Y GASTOS**

Costos de Operación		
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>	\$ 0,00	
<b>TOTAL COSTOS</b>		\$ 0,00

**GASTOS DE OPERACIÓN**

Sueldos, salarios	\$ 128.142,00	
Beneficios sociales	\$ 32.457,15	
Aportes al IESS	\$ 14.287,86	
Honorarios profesionales	\$ 0,00	
Depreciacion	\$ 0,00	
Arrendamiento	\$ 3.199,50	
Mantenimiento y reparaciones	\$ 890,00	
Combustibles y lubricantes	\$ 12.053,61	
Suministros, materiales y rptos.	\$ 5.925,60	
Promocion y Publicidad	\$ 0,00	
Transportes	\$ 1.049.914,26	
Comisiones	\$ 0,00	
Intereses	\$ 0,00	
Seguros y reaseguros	\$ 0,00	
Gastos de gestion	\$ 3.626,80	
Impuestos, contribuciones y otros	\$ 0,00	
Servicios publicos	\$ 4.447,20	
Gastos de viajes	\$ 0,00	
Iva cargado al gasto	\$ 0,00	
Pagos por otros servicios	\$ 0,00	
Pagos por otros bienes	\$ 0,00	
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>		\$ 1.254.943,98

**GASTOS FINANCIEROS**

Gastos Bancarios	\$ 0,00	
Intereses y Multas Sector Publ	\$ 0,00	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		\$ 0,00

<b>TOTAL GASTOS</b>		\$ 1.254.943,98
---------------------	--	-----------------

<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>		<b><u>\$ 1.254.943,98</u></b>
---------------------------------	--	-------------------------------

<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b><u>\$ 87.894,63</u></b>
-------------------------------	--	----------------------------

**Tomado de:** Estados Financieros de Orient Express

En la tabla 26 se puede observar el Balance de Resultados de la empresa Orient Express en el periodo del año 2015, el comportamiento de la empresa ha arrojado resultados óptimos al brindar el servicio a Instituciones, en base a esta acogida se pretende el enfoque también en las personas de la tercera edad.

### **3.19 INVERSIÓN EN NUEVOS ACTIVOS Y GASTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL NUEVO SERVICIO**

Tabla 27 Inversión de la implementación del nuevo servicio

<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Depreciación mensual</b>
<b>ÁREA COMERCIAL</b>						
Computadores	1	\$ 500,00	\$ 500,00	3	\$ 166,67	\$ 13,89
Muebles y Enseres	1	\$ 950,00	\$ 950,00	10	\$ 95,00	\$ 7,92
Cámara de seguridad	1	\$ 75,00	\$ 75,00	10	\$ 7,50	\$ 0,63
Archivadores	1	\$ 160,00	\$ 160,00	10	\$ 16,00	\$ 1,33
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.685,00</b>		<b>\$ 285,17</b>	<b>\$ 23,76</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>			<b>\$ 1.685,00</b>		<b>\$ 285,17</b>	<b>\$ 23,76</b>

**Fuente:** Orient Express

**Elaborado por:** Moisés Franco

La empresa Orient Express para implementar el nuevo servicio necesitará adquirir nuevas herramientas y activos para cubrir la nueva demanda de clientes, se deberá tomar en cuenta que las personas de la tercera edad generarán un mayor movimiento en las carreras.

La tabla 27 presenta los nuevos activos que requiere la empresa para el desarrollo de este proyecto, es decir, las inversiones que se deben realizar para la operatividad del nuevo servicio propuesto, y cuyo monto es de \$1,685.00, siendo la inversión fija, mientras que el capital trabajo

es de \$7.427,89 considerando los valores mínimos en costos y gastos que se necesitan para emprender el proyecto.

Tabla 28 Inversión total

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>Valor Total</b>
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 1.685,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 7.427,89
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 9.112,89</b>

Elaborado por: Moisés Franco

Tabla 29 Capital trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 68.040,00
GASTOS ADM.	\$ 11.874,63
GASTOS VENTA	\$ 9.220,00
<b>CAO</b>	<b>\$ 89.134,63</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 7.427,89</b>

Elaborado por: Moisés Franco

En la tabla 28 y 29 se observa el detalle del cálculo de capital trabajo para que se implemente el nuevo servicio, la empresa Orient Express al ya estar constituida cuenta con una estructura operativa en marcha; para garantizar la operatividad del servicio que se va a proveer necesitará generar gastos adicionales de ventas y administrativos

### **3.20 PROYECCIONES FINANCIERAS**

Para conocer el comportamiento del mercado en relación a la competencia, se menciona la participación según su tamaño, si es grande o pequeño.

Tabla 30 Guía de aproximaciones de porcentaje de participación de mercado

	Tamaño de Competidores	Similitud de productos	Estimado de Competidores	Porcentaje estimado de participación
1	Grande	Similares	Muchos	0 - 0.5%
2	Grande	Similares	Algunos	0 - 0.5%
3	Grande	Similares	Uno	0.5% - 5%
4	Grande	Diferentes	Muchos	0.5% - 5%
5	Grande	Diferentes	Algunos	0.5% - 5%
6	Grande	Diferentes	Uno	10% - 15%
7	Pequeño	Similares	Muchos	5% - 10%
8	Pequeño	Similares	Algunos	10% - 15%
9	Pequeño	Diferentes	Muchos	10% - 15%
10	Pequeño	Diferentes	Algunos	20% - 30%
11	Pequeño	Similares	Uno	30% - 50%
12	Pequeño	Diferentes	Uno	40% - 80%
13	Competencia	Sin Competencia	Sin Competencia	80% - 100%

Tomado de:(Entrepreneur, 2016)

En el capítulo 3, se presenta la tabla 5 que es la población meta para estimar la demanda en nuestra propuesta de servicio, en la misma se aprecia que el total de hombres y mujeres comprendido entre las edades de 70 a 115 años es de 89.119 personas; basado en esta

información y utilizando la guía de aproximación que se presenta en la tabla 30 se procedió a realizar el cálculo de la demanda estimada para el servicio dirigido al adulto mayor.

Tabla 31 Estimación de Demanda y Participación en el mercado

Poblacion Hombres y Mujeres	Porcentaje de Usuarios de Taxi	Poblacion Usuaría de Taxi	% de Demanda Estimada	Total Clientes	Frecuencia Semanal	Semanas	Total de Viajes al año	Viajes diarios por unidad	Días al año	Viajes Aproximados por día	Unidades requeridas para el proyecto
89,119	46%	40,995	0,05%	205	2	52	21320	14	365	60	5

**Elaborado por:** Moisés Franco

Se consideró para el estudio la información que arrojó la encuesta en la tabla 9, que un 46% perteneciente al rango de edad de 60 a 70 años como parte de la demanda son los que más utilizarán el servicio; este 46% también se refleja en la tabla 10 donde es el porcentaje de la formación profesional de las personas de la tercera edad que usarían el servicio y por último el 46% también refleja en la tabla 21 sobre el valor que estaría dispuesto a pagar un cliente por el servicio, dependiendo de la ruta escogida.

### **3.20.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS MENSUALES DEL AÑO 2017**

Con la población objeto de estudio de acuerdo a los datos del INEC, así como en las respuestas de 2 veces por semana que usa el servicio de taxi y la tarifa de 3 dólares se procedió a realizar el estimado de la demanda de viajes y sus ingreso en el primer año, el cálculo se presenta en la tabla 31. Se proyectará el cuadro mensual de las actividades basadas en ganancias de los meses del primer año y basándose en el índice de globalización presente en el país.

Tabla 32 Proyección de ventas mensuales Año 2017

Unidades	Carreras Diarias	Carreras mensual	Precio venta	Venta mensual	Venta Anual	V. máxima
Aveo Gris nuevo	14	420	\$3,00	\$ 1.260,00	\$ 15.120,00	\$ 3,30
Hyundai Blanco nuevo	14	420	\$3,00	\$ 1.260,00	\$ 15.120,00	\$ 3,30
Aveo Rojo nuevo	14	420	\$3,00	\$ 1.260,00	\$ 15.120,00	\$ 3,30
Nissan Sentra Gris	14	420	\$3,00	\$ 1.260,00	\$ 15.120,00	\$ 3,30
Kia Gris nuevo	14	420	\$3,00	\$ 1.260,00	\$ 15.120,00	\$ 3,30
		2100		\$ 6.300,00	\$ 75.600,00	\$ 16,50

Elaborado por: Moisés Franco

Tabla 33 Ingresos mensuales

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Número de viajes	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	25200
Tarifa por recorrido	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Ventas Totales	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 6.300	\$ 75.600

Elaborado por: Moisés Franco

De acuerdo a la información arrojada por las encuestas y en base a la guía de aproximaciones se determinó la demanda estimada para llevar a cabo los ingresos anuales, la cantidad de carreras diarias que podría cubrir una unidad se establecieron de acuerdo a las carreras actuales que hace cada unidad en la compañía, y de acuerdo al total de clientes que arrojó la demanda estimada.

En la tabla 33 se presenta la proyección de ventas mensuales en un año operando con el nuevo servicio, genera un ingresos de \$6.300 mensuales y de \$75.600 anuales con una tarifa promedio de \$ 3.00 dólares la cual es la más baja según los datos arrojados en la encuesta.

Se demuestra el comportamiento de los ingresos que se desarrollará con el servicio cada mes en el año 2017.

Tabla 34 Proyección de ventas anuales

<b>INGRESO POR VENTA</b>						
	Año 2015	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por derechos servicio 10%		\$ 7560,00	\$ 7.786,80	\$ 8.020,40	\$ 8.261,02	\$ 8.508,85
Inscripciones de nuevas unidades		\$ 12.000,00	\$ 12.360,00	\$ 12.730,80	\$ 13.112,72	\$ 13.506,11
Ingresos por facturación		\$ 75.600,00	\$ 77.868,00	\$ 80.204,04	\$ 82.610,16	\$ 85.088,47
<b>INGRESOS ANUALES</b>	<b>\$</b>	<b>\$ 95.160,00</b>	<b>\$ 98.014,80</b>	<b>\$ 100.955,24</b>	<b>\$ 103.983,90</b>	<b>\$ 107.103,42</b>

Elaborado por: Moisés Franco

En la tabla 34 se presentan las proyecciones de los próximos 5 años demostrando el comportamiento de ventas que tiene el nuevo servicio dirigido a los adultos mayores a partir del 2017, los valores están enfocados en las ganancias estimadas con un incremento en ventas del 3% anual, tomando como referencia la inflación anual que se mantuvo en el 3.09 % en el periodo 2015, por lo que aumentaría como escenario conservador en el proyecto.

Los ingresos totales representan la suma las tres vías de los ingresos que tiene el nuevo proyecto. Uno de ellos es el ingreso membresía, que se demanda por pertenecer a la empresa, en donde se cobra un valor de \$200,00 dólares mensuales por cada unidad; así también se toma en cuenta el 10% de los derechos de servicio, es decir los clientes pagan un % de la tarifa por el servicio que se brinda, esto se calcula para los gastos de mantenimiento y costos que con lleven prestar este servicio.

Tabla 35 Estado de resultados proyectando el nuevo servicio a 5 años

		Año 1	Año 2 (3%)	Año 3 (3%)	Año 4 (3%)	Año 5 (3%)
VENTAS		\$ 95.160	\$ 98.015	\$ 100.955	\$ 103.984	\$ 107.103
(-) Costo de Venta		\$ (68.040)	\$ (70.142)	\$ (72.310)	\$ (74.544)	\$ (76.848)
(=) Utilidad Bruta		\$ 27.120	\$ 27.872	\$ 28.645	\$ 29.440	\$ 30.256
(-) Gastos Administrativos		\$ (11.875)	\$ (13.109)	\$ (13.728)	\$ (14.394)	\$ (15.112)
(-) Gastos de Ventas		\$ (9.220)	\$ (9.586)	\$ (9.967)	\$ (10.362)	\$ (10.774)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 6.025	\$ 5.177	\$ 4.951	\$ 4.683	\$ 4.370
(=) UAIT		\$ 6.025	\$ 5.177	\$ 4.951	\$ 4.683	\$ 4.370
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (904)	\$ (777)	\$ (743)	\$ (702)	\$ (656)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (1.127)	\$ (968)	\$ (926)	\$ (876)	\$ (817)
UTILIDAD NETA		\$ 3.995	\$ 3.432	\$ 3.282	\$ 3.105	\$ 2.898

**Elaborado por:** Moisés Franco

La tabla 35 se basa principalmente en establecer cada uno de los diferentes costos que se van a ver reflejados dentro de la empresa, enfocándose como parte primordial que en el año 0 se va a realizar una inversión, esto bajará las ganancias obtenidas dentro de ese año, mientras que en lo demás años proyectamos se verá un progresivo aumento de acuerdo a la tasa de inflación y ganancia que se registre dentro del país y los movimientos financieros de la empresa. En el año 1a utilidad será de \$3.995 dólares, aumentando cada año su ganancia, hasta el quinto año en que se espera una ganancia de \$ 2.898 dólares, por lo cual disminuye la utilidad por existir mayores gastos administrativos y de ventas.

Tabla 36 Balance General proyectando el nuevo servicio a 5 años

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>A. CORRIENTE</b>						
Efectivo	\$ 7.428	\$ 13.738	\$ 17.170	\$ 20.661	\$ 23.961	\$ 27.038
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 7.428</b>	<b>\$ 13.738</b>	<b>\$ 17.170</b>	<b>\$ 20.661</b>	<b>\$ 23.961</b>	<b>\$ 27.038</b>
<b>A. NO CORRIENTE</b>						
Computadores	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
Muebles y Enseres	\$ 950	\$ 950	\$ 950	\$ 950	\$ 950	\$ 950
Cámara de seguridad	\$ 75	\$ 75	\$ 75	\$ 75	\$ 75	\$ 75
Archivadores	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (285)	\$ (570)	\$ (856)	\$ (1.141)	\$ (1.426)
<b>Total Activo NO Corriente</b>	<b>\$ 1.685</b>	<b>\$ 1.400</b>	<b>\$ 1.115</b>	<b>\$ 830</b>	<b>\$ 544</b>	<b>\$ 259</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 9.113</b>	<b>\$ 15.138</b>	<b>\$ 18.285</b>	<b>\$ 21.491</b>	<b>\$ 24.506</b>	<b>\$ 27.298</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 904	\$ 777	\$ 743	\$ 702	\$ 656
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 1.127	\$ 968	\$ 926	\$ 876	\$ 817
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2.031</b>	<b>\$ 1.745</b>	<b>\$ 1.668</b>	<b>\$ 1.578</b>	<b>\$ 1.473</b>
<b>Total PASIVO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2.031</b>	<b>\$ 1.745</b>	<b>\$ 1.668</b>	<b>\$ 1.578</b>	<b>\$ 1.473</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 9.113	\$ 9.113	\$ 9.113	\$ 9.113	\$ 9.113	\$ 9.113
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 3.995	\$ 7.427	\$ 10.709	\$ 13.814	\$ 16.712
<b>Total PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9.113</b>	<b>\$ 13.108</b>	<b>\$ 16.540</b>	<b>\$ 19.822</b>	<b>\$ 22.927</b>	<b>\$ 25.825</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9.113</b>	<b>\$ 15.138</b>	<b>\$ 18.285</b>	<b>\$ 21.491</b>	<b>\$ 24.506</b>	<b>\$ 27.298</b>

Elaborado por: Moisés Franco

En el balance general se muestra la inversión que se realiza en el primer año, estos valores reflejados en los cinco años. También se muestra el incremento anual que genera la participación de mercado y los impuestos a la renta que se deben pagar.

Tabla 37 Flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UAIT		\$ 6.025	\$ 5.177	\$ 4.951	\$ 4.683	\$ 4.370
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (904)	\$ (777)	\$ (743)	\$ (702)
Pago de IR		\$ -	\$ (1.127)	\$ (968)	\$ (926)	\$ (876)
EFFECTIVO NETO		\$ 6.025	\$ 3.146	\$ 3.206	\$ 3.015	\$ 2.792
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 285	\$ 285	\$ 285	\$ 285	\$ 285
(-) Ventas NO Cobradas						
(+) Cobros de Créditos						
(+) Ahorro x Pagos NO realizados						
(-) Pagos de Proveedores						
(+) Aporte Accionistas	\$ 9.113					
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ 9.113</b>	<b>\$ 6.311</b>	<b>\$ 3.432</b>	<b>\$ 3.491</b>	<b>\$ 3.300</b>	<b>\$ 3.077</b>
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 9.113	\$ 15.423	\$ 18.855	\$ 22.346	\$ 25.646
<b>(=) FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 9.113</b>	<b>\$ 15.423</b>	<b>\$ 18.855</b>	<b>\$ 22.346</b>	<b>\$ 25.646</b>	<b>\$ 28.723</b>

Elaborado por: Moisés Franco

En la tabla 37 se refleja principalmente el índice de ganancias que presentarán los respectivos años a partir del año 1, para luego considerar con un incremento según la inflación los años siguientes. En los mismos se incluirá parte de los diferentes flujos anuales también como de los diferentes flujos que se logren acumular durante el periodo de actividades, dando un total de \$28.723 dólares de flujo acumulado al finalizar los cinco años.

### 3.20.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es importante determinar el valor actual de los flujos de ingresos y gastos generados en el periodo de vida útil de la propuesta.

Al observar el comportamiento de los flujos se muestra una diferencia en los ingresos y gastos, siendo mayor a cero lo cual indica que la inversión es atractiva, y está generando beneficios a la empresa.

Luego de los estados financieros se procede a efectuar la valorización del proyecto el que se considera económico y financiero, la valorización económica se realiza por medio de la información de inversión del proyecto y se la confronta con las utilidades proyectadas en años posteriores, las que son trasladadas al valor actual es decir valor actual neto (VAN), el que debe ser superior para que se considere viable el proyecto. La inversión del proyecto es de \$1685.00 dólares dicho valor es inferior al VAN de \$6.466,66 dólares.

El cálculo del VAN refleja que la inversión es muy atractiva y rentable, el servicio que se brinda y el tipo de negocio no genera gastos elevados porque los dueños de las unidades ingresan a la empresa como personas que cobran por medio de factura, es decir no están enrolados en la compañía, únicamente el personal que se contratará para el manejo del call center, recepcionando las llamadas de este nuevo nicho de mercado como son los adultos mayores.

Tabla 38 Calculo del VAN Y TIR

<b>TIR</b>	<b>47,99%</b>	
<b>VAN</b>	<b>\$6.466,66</b>	
<b>Pay Back</b>	<b>1,82</b>	años

**Elaborado por:** Moisés Franco

Tabla 39 Calculo de TIR

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (9.112,89)					
UAIT		\$ 6.025,37	\$ 5.176,88	\$ 4.950,74	\$ 4.683,23	\$ 4.370,31
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (903,80)	\$ (776,53)	\$ (742,61)	\$ (702,48)
Pago de IR		\$ -	\$ (1.126,74)	\$ (968,08)	\$ (925,79)	\$ (875,76)
EFFECTIVO NETO		\$ 6.025,37	\$ 3.146,34	\$ 3.206,13	\$ 3.014,83	\$ 2.792,06
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 285,17	\$ 285,17	\$ 285,17	\$ 285,17	\$ 285,17
(-) Ventas NO Cobradas						
(+) Cobros de Créditos						
(+) Ahorro x Pagos NO realizados						
(-) Pagos de Proveedores						
(+) Aporte Accionistas						
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 259,17
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 7.427,89
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (9.112,89)</b>	<b>\$ 6.310,53</b>	<b>\$ 3.431,50</b>	<b>\$ 3.491,30</b>	<b>\$ 3.300,00</b>	<b>\$ 10.764,28</b>

Elaborado por: Moisés Franco

En la tabla 39 se muestra el valor reflejado de las diferentes ganancias a su vez de los diferentes costos que se aplican enfocando en la obtención de un valor denominado como el retorno de inversión, recordando que los costos a invertir son muy decrecientes para el índice de ganancia que se presentará a lo largo de los años venideros.

Los valores proyectados a cinco años con una tasa de descuento de 25% y donde se espera obtener el 25% de rentabilidad de la inversión podemos decir que al calcular el VAN nuestro proyecto es viable

### **3.20.3 CALCULO DE LA TIR**

En la propuesta se realizó el cálculo de la TIR (Tasa Interna de Retorno), podemos apreciar que el porcentaje es de 47,99% lo cual muestra una propuesta muy rentable al implementar este nuevo servicio porque la inversión inicial es baja al estar ya la empresa constituida no se necesita una inversión en estructura ni compra de grandes activos, solo se necesita ampliar los recursos que se afectarían directamente como una línea telefónica, suministros u otros.

En la valoración financiera se procede a establecer la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR), que se puede estimar de varias formas por medio de variables de medición sin embargo en este caso se la realiza por medio de un aspecto impositivo de los accionistas quienes consideran que no debe ser inferior al 25%, este porcentaje es comparado con otra tasa a la que se la conoce como tasa interna de retorno y que dio como resultado el 47% demostrando así la idoneidad o valoración esperada.

También se recalca que la empresa no compra vehículos, las personas que ingresan a laborar son dueñas de sus carros y se encargan del mantenimiento general, la empresa Orient Express cobra el valor de \$200.00 dólares por ingreso de unidades y el valor de 10% del servicio los demás ingresos generados son pagados a los dueños de las unidades.

### 3.21 CONCLUSIONES

- Al no existir una empresa que brinde un servicio de transporte integral a las personas de la tercera edad, deja abierta una posibilidad de implementar este servicio y convertirse en una fuente de ingreso.
- La ciudad de Guayaquil es un mercado grande, donde todas las personas salen a trabajar diariamente para obtener ingresos y buscar movilizarse por diferentes medios, al observar el comportamiento de las personas de la tercera edad se muestra que son muchos los que aún se trasladan para realizar diferentes actividades y usan frecuentemente el servicio de taxi.
- Este tipo de propuestas son muy rentables porque las compañías que brindan servicios de transportes no adquieren las unidades sino que atraen a dueños de carros para que participen en el negocio, los mismos que se encargan de facturarle a los dueños de las compañías los servicios que realizan.
- Los ingresos que percibe la empresa al brindar este servicio se generan de aquellos que pagan los clientes y aquellos que pagan los dueños de las unidades.
- El planteamiento de estrategias administrativas e innovadoras permitirá que el desempeño de este nuevo servicio alcance los objetivos deseados, y se logre la puesta en marcha de esta propuesta.
- Muchas empresas logran incrementar sus ingresos al diversificar su portafolio de productos, así mismo las empresas de servicios pueden incrementar sus ingresos mejorando la calidad de atención que se brinda a cada usuario, hoy en día las

empresas de transporte deja mucho de desear en cuanto atención al cliente, por eso se busca con las mejores estrategias que este proyecto cumpla a cabalidad las políticas para lograr la satisfacción al cliente.

- La evaluación financiera detecto la factibilidad de la propuesta mediante balances y flujos, se puede en un corto plazo recuperar la inversión.

### **3.22 RECOMENDACIONES**

- Poner en marcha la propuesta realizada, la viabilidad y factibilidad financiera demuestra en este estudio que es muy rentable y favorable para las personas.
- La empresa debe realizar un estudio de mercado cada cierto tiempo para evaluar las estrategias, debido a que se vive en un mundo cambiante donde cada organización está un paso adelante para lograr alcanzar sus objetivos y mantenerse dentro de la competencia.
- Mantener una base de datos con la información más importante de los clientes para fidelizar el uso del producto y mantenerlos informados, la tecnología hoy en día ayuda a mantenernos comunicados.
- Aplicar la propuesta en todas las ciudades del país, para poder tener un servicio integral a nivel nacional.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Alibaba. (06 de Marzo de 2014). Recuperado el 06 de Abril de 2015, de <http://spanish.alibaba.com/img/XT-H450-MAQUILA-DE-inyectoras-pl%C3%A1sticas-300004230107.html>
- Alvira, F. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica. Guadalajara: CIS.
- Baird, C. (2005 ). Química ambiental . Berceña : UOC.
- Baird, C. (2013). Química ambiental. Berceña: UOC.
- Bernal, C. (2012). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Madrid: Pearson educación.
- Cabanellas. (2015). Definición de Pasajeros y sus tipos .
- Casás, R. (2005). Las oportunidades de negocios y el mercado. Venezuela: IICA.
- Cornish, M. L. (2011). El ABC de los plásticos. Berceña: Iberoamericana.
- Couso, R. P. (2015). Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente.
- Diario El Telégrafo. (2 de Marzo de 2014). EL CABILDO DEBE REGULAR LA APARICIÓN DE OBSTÁCULOS, SEGÚN CTE. Rompevelocidades surgen sin control en las calles, pág. 16.
- Dietz, A. (2006 ). Plásticos para arquitectos y constructores . Valencia : Reverte .
- Dietz, A. (2014). Plásticos para arquitectos y constructores. Valencia: Reverte.
- Editorial Vértice. (2014). La calidad en el servicio al cliente.
- El Comercio. (15 de Febrero de 2014). Solo el Municipio Coploca los rompevelocidades. Solo el Municipio Coploca los rompevelocidades, págs. 10-12.
- Entrepreneur. (2016). Calcula tu participación de mercado. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/264164>

- Feigenbaum. (2014). Atencion al cliente personalizada.
- FILIU, L. M. (2012). Instalaciones eléctricas y automatismos. México: Paraninfo.
- Fo, D. (2013). Misterio bufo y otras comedias. Madrid: Dario Fo.
- Freiton, A. P. (2011). Inglés A1. Peru: Ideaspropias.
- González, H. (2012). El arte de viajar en taxi: Aguafuertes pasajeras. México: Colihue SRL.
- Google Maps. (2015). Guayaquil: Google Maps.
- Grande, I., & Abascal, E. (2012). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Madrid: ESIC.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Educación.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2011). Paradigmas Y Metodos de Investigacion en Tiempos de Cambios. Caracas: CEC.
- INEC. (2014). Viviendas en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil. Quito: INEC.
- Kendall, J. (2012). Análisis y diseño de sistemas. Madrid: Pearson Educación.
- Kotler. (2014). Produccion de bienes para el mejoramiento del mercado.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). Marketing. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Los plásticos residuales y sus posibilidades de valoración: Reciclaje de residuos industriales. (2012). Barcelona: Díaz de Santos.
- Manuel, V. (2011 ). Los caminos del reciclaje . Madrid: NED .
- Medir, M. (2013). Los plásticos en nuestra sociedad: guía del profesor. Barcelona: REVERTÉ.
- Naciones Unidas. (2015). Temas mundiales. Obtenido de Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/globalissues/population/>
- Norman C. Lee. (2012). Plastic blow molding handbook.Estados Unidos: Nostrand Reinhold.

- Ocio, E. (2002 ). Educación vial . Valencia : Reverte .
- Paz, R. (2005). La comunicación y la Calidad del Servicio en la atención al cliente. España: Ideaspropias.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente . (2009). Pellets de plásticos . México : UNED .
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2011). Pellets de plásticos. México: UNED.
- Publicaciones VÉRTICE S.L. (2010). Aspectos prácticos de la calidad en el servicio. Malaga: Editorial Vertice.
- Rico, M. B., & Gomis, A. (2012). Tecnología de polímeros. Procesado y propiedades. Guadalajara: Universidad de Alicante.
- Rienzo, J. (2014). Estadística para las ciencias agropecuarias. Barcelona: ESIC.
- Salán, M. N. (2012). Tecnología de proceso y transformación de materiales. Barcelona: Univ. Politèc. de Catalunya,.
- Sánchez, S. &. (2014). Índice de poblacion .
- Schmid, S. R. (2013). Manufactura, ingeniería y tecnología. México, DF: Pearson.
- Suárez, S. (2006). Reductores de velocidad . Barcelona: Limusa.
- Tejero, J. J. (2011). El transporte de mercancías 2ª edición: Enfoque logístico de la distribución. Madrid: ESIC .
- Toledo, A., Valdes, T., & Reyes, J. (2009 ). Sociedad y medio ambiente . México : UIDE .
- Toledo, A., Valdes, T., & Reyes, J. (2012). Sociedad y medio ambiente. México: UIDE.
- Toledo, A., Valdes, T., & Reyes, J. (2012). Sociedad y medio ambiente. México: UIDE.
- Torres, M. M. (2012). Transporte, operadores y redes. México: Díaz de Santos.

Valdés, T., & Cano, Z. (2013). Ecología y medio ambiente. México, DF: Pearson.

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la Empresa. Mexico: MCGRAW HILL.

# ANEXOS

Anexo 1 Distribución de Turnos Operadoras

HORARIOS	LUNES	MARTES	MIERCOLES 01	JUEVES 02	VIERNES 03	SABADO 04	DOMINGO 05
07H00 - 15H00			CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ
15H00 - 23H00			BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA
23H00 - 07H00			VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO

HORARIOS	LUNES 06	MARTES 07	MIERCOLES 08	JUEVES 09	VIERNES 10	SABADO 11	DOMINGO 12
07H00 - 14H00	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA
14H00 - 21H00	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO
21H00 - 07H00	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN

HORARIOS	LUNES 13	MARTES 14	MIERCOLES 15	JUEVES 16	VIERNES 17	SABADO 18	DOMINGO 19
07H00 - 14H00	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA
14H00 - 21H00	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO
21H00 - 07H00	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN

HORARIOS	LUNES 20	MARTES 21	MIERCOLES 22	JUEVES 23	VIERNES 24	SABADO 25	DOMINGO 26
07H00 - 14H00	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO
14H00 - 21H00	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN
21H00 - 07H00	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ

HORARIOS	LUNES 27	MARTES 28	MIERCOLES 29	JUEVES 30	VIERNES 01	SABADO 02	DOMINGO 03
07H00 - 14H00	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO
14H00 - 21H00	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ	VELOZ	BARRAGAN
21H00 - 07H00	BARRAGAN	BARRAGAN	CEDEÑO	CEDEÑO	MOREIRA	MOREIRA	VELOZ

Elaborado por: Moisés Franco.

## Anexo 2 Distribución de Turnos Unidades

Elaborado por: Moisés Franco.

SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016			SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016		
LUNES A VIERNES			LUNES A VIERNES		
06:00-18:00	101-102-103-104-105		06:00-18:00	101-102-103-104-105	
07:00-19:00	106-107-108-109-110		07:00-19:00	106-107-108-109-110	
9:00-21:00	124-125-127-129-130		9:00-21:00	124-125-127-129-130	
10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160		10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160	
12:00-24:00	116-117-120-121-123		12:00-24:00	116-117-120-121-123	
19:00-07:00	111-112-113-114-115		19:00-07:00	111-112-113-114-115	
	SABADO 07	*DOMINGO 08		SABADO 07	*DOMINGO 08
07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110	07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110
11:00-23:00			11:00-23:00		
19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123	19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123
SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016			SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016		
LUNES A VIERNES			LUNES A VIERNES		
06:00-18:00	101-102-103-104-105		06:00-18:00	101-102-103-104-105	
07:00-19:00	106-107-108-109-110		07:00-19:00	106-107-108-109-110	
9:00-21:00	124-125-127-129-130		9:00-21:00	124-125-127-129-130	
10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160		10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160	
12:00-24:00	116-117-120-121-123		12:00-24:00	116-117-120-121-123	
19:00-07:00	111-112-113-114-115		19:00-07:00	111-112-113-114-115	
	SABADO 07	*DOMINGO 08		SABADO 07	*DOMINGO 08
07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110	07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110
11:00-23:00			11:00-23:00		
19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123	19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123
SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016			SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016		
LUNES A VIERNES			LUNES A VIERNES		
06:00-18:00	101-102-103-104-105		06:00-18:00	101-102-103-104-105	
07:00-19:00	106-107-108-109-110		07:00-19:00	106-107-108-109-110	
9:00-21:00	124-125-127-129-130		9:00-21:00	124-125-127-129-130	
10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160		10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160	
12:00-24:00	116-117-120-121-123		12:00-24:00	116-117-120-121-123	
19:00-07:00	111-112-113-114-115		19:00-07:00	111-112-113-114-115	
	SABADO 07	*DOMINGO 08		SABADO 07	*DOMINGO 08
07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110	07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110
11:00-23:00			11:00-23:00		
19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123	19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123
SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016			SEMANA DEL 02 AL 08 DE MAYO 2016		
LUNES A VIERNES			LUNES A VIERNES		
06:00-18:00	101-102-103-104-105		06:00-18:00	101-102-103-104-105	
07:00-19:00	106-107-108-109-110		07:00-19:00	106-107-108-109-110	
9:00-21:00	124-125-127-129-130		9:00-21:00	124-125-127-129-130	
10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160		10:00-22:00	151-152-153-156-157-158-159-160	
12:00-24:00	116-117-120-121-123		12:00-24:00	116-117-120-121-123	
19:00-07:00	111-112-113-114-115		19:00-07:00	111-112-113-114-115	
	SABADO 07	*DOMINGO 08		SABADO 07	*DOMINGO 08
07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110	07:00-19:00	101-102-103-104-105	106-107-108-109-110
11:00-23:00			11:00-23:00		
19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123	19:00-7:00	124-125-127-129-130	116-117-120-121-123

**SOLICITUD DE INGRESO DE PROVEEDORES**

Guayaquil, de del 2016

**Dra.**

**Margarita Bastidas de Peralta**

**Gerente General**

**Presente.-**

De mis consideraciones:

Con la presente hago llegar mis más sinceros saludos, el motivo de la presente es solicitar la inscripción de un vehículo de mi propiedad en el servicio de transporte ejecutivo, que su distinguida compañía ofrece; aceptando a cumplir con todos los requerimientos y reglamentos que Orient Express tenga.

Las características del vehículo son las que detallo a continuación:

MARCA	_____
COLOR	_____
MODELO	_____
ANO	_____
PLACAS	_____
TELEFONOS:	_____
NOMBRE	_____

Por la atención que se digna dar a la presente, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

NN

CI

Elaborado por: Moisés Franco.

1. **DOCUMENTACION**

**Del Proveedor:**

- a. Copia de Cédula de Identidad.
- b. Record Policial original.
- c. Copia actualizada de la matrícula del vehículo.
- d. Copia de la póliza del vehículo asegurado
- e. Teléfonos y dirección de domicilio y oficina.

**Del Conductor:**

- a. Copia de Cédula de Identidad.
- b. Record Policial original.
- c. Copia actualizada de la licencia.
- d. Teléfonos y dirección del domicilio.

## 2. ECONOMICOS

Al Ingreso:

<b>Equipos</b>	<b>Valor</b>
<b>1.- RADIO NUEVA</b>	<b>490,00</b>
<b>2.- TAXIMETRO CON IMPRESORA</b>	<b>250,00</b>

Estos precios son referenciales.

Estos artículos también pueden ser adquiridos usados, siempre y cuando se encuentren en buen estado.

Mensualmente se retiene:

<b>1</b>	<b>Pago mensual de servicio Orient Express</b>	<b>200.00</b>
<b>2</b>	<b>Retención del 10% del servicio cargado al cliente</b>	<b>10%</b>

## 3. INGRESO

La unidad comenzará a laborar cuando la disponibilidad de medios lo amerite, y se haya comprobado la documentación y el estado del vehículo.

#### **4. INSTALACION DE FRECUENCIA**

El interesado debe acercarse a RASERCOM ubicado en Acuarela del Rio Mz.3 V.1 para hacer la activación de la frecuencia con el número de unidad previamente asignado a su vehículo para la codificación correspondiente.

#### **5. INSTALACION DEL TAXIMETRO**

- “SERVITAXIS” VENEZUELA 1137 ENTRE GUARANDA Y VILLAVICENCIO

Sr. Dixon

#### **6. HORARIOS**

- Los turnos de trabajo de la unidad en servicio son rotativos de 12 horas 6 días a la semana.
- Cada semana la unidad en servicio tiene un turno diferente de trabajo.

#### **7. PAGOS**

- El dueño del vehículo deberá presentar una factura mensual referente a actividades relacionadas con “Servicio de Transporte” para efectos pago.

- El dueño del vehículo deberá facilitar un número de cuenta activa en el Banco del Pichincha para poder realizar sus pagos por medio de transferencia bancaria.
- Los pagos se realizarán los 15 y 30 del siguiente mes, una vez entregados todos los voucher, dicho pago se divide en dos partes 50% cada uno.

<b>CONSTANCIA DE CAPACITACION Y CONCIENTIZACION</b>  <b>ORIENT EXPRESS</b>		
CONCIENTIZACION		POR LA PRESENTE SE DEJA CONSTANCIA QUE SE HA REALIZADO LA CAPACITACION QUE SE DETALLA A CONTINUACION, CON EL SIGUIENTE PERSONAL OPERATIVO DE LA EMPRESA QUE FIRMA AL PIE DE LA MISMA.
CAPACITACION		
TALLER		
PRACTICA		
INDUCCION		

TEMA: \_\_\_\_\_

	NOMBRE	AREA	FIRMA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
	INSTRUCTOR: _____	FECHA: _____	HORAS: ____ HORAS

Anexo 5 Modelo de Entrevista

	<b>Universidad Laica Vicente Rocafuerte Facultad de Ciencias Administrativas Carrera Ingeniería Comercial</b>	Entrevista N#	
		Entrevistado por:	
Objetivo.- El objetivo de esta entrevista es conocer la aceptación de un servicio plus de transporte para personas de la tercera edad en la ciudad de Guayaquil.		Edad de Persona Entrevistada:	
		Mes	Año
<p><b>P.1: ¿Utiliza usted el servicio de transporte ejecutivo para su movilización diaria, cuantas veces a la semana usa el servicio de transporte?</b></p> <p><b>R:</b></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p><b>P.2: ¿Que tarifa paga por su movilización diaria, le alcanza sus ingresos para pagar por un taxi diariamente?</b></p> <p><b>R:</b></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p><b>P.3: ¿Le gustaría contar con un servicio de transporte ejecutivo que la recoja, espere y traslade donde usted desee?</b></p> <p><b>R:</b></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			

Fuente: Elaborado por Moisés Franco

## Anexo 6 Cuestionario de la Encuesta

		Encuesta N° Entrevistado por: Edad de Persona Entrevistada: Mes _____ Año _____																															
Universidad Laica Vicente Rocafuerte Facultad de Ciencias Administrativas Carrera Ingeniería Comercial																																	
Objetivo.- El objetivo de esta encuesta es conocer la aceptación de un servicio plus de transporte para personas de la tercera edad en la ciudad de Guayaquil.																																	
<b>Genero</b> 1.a Hombre <input type="checkbox"/> 1.b Mujer <input type="checkbox"/>	<b>Situación Laboral</b> Empleado <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/> Negocio Propio <input type="checkbox"/> Desempleado <input type="checkbox"/> Ama de casa <input type="checkbox"/>	<b>Nivel de Estudios</b> Primario <input type="checkbox"/> Secundario <input type="checkbox"/> Formación Profesional <input type="checkbox"/> Masterado o Doctorado <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>																															
<b>1- ¿A que lugares usted se moviliza con mas frecuencia?</b> <input type="checkbox"/> Trabajo <input type="checkbox"/> Cobro Jubilación <input type="checkbox"/> Chequeo Médico <input type="checkbox"/> Negocio propio <input type="checkbox"/> Otros (especifique) _____		<b>2- ¿Qué medio de transporte utiliza para su movilización?</b> <input type="checkbox"/> Transporte Publico <input type="checkbox"/> Vehículo Propio <input type="checkbox"/> Vehículo de Alquiler <input type="checkbox"/> Vehículo de Servicio de Transporte <input type="checkbox"/> Taxi																															
<b>3- ¿ Utiliza el servicio de transporte de taxi para movilizarse?</b> <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		<b>4- ¿ Cuantas veces por semana utiliza el servicio de transporte de taxi?</b> <input type="checkbox"/> 1 vez por semana <input type="checkbox"/> 2 veces por semana <input type="checkbox"/> 3 veces por semana <input type="checkbox"/> 4 veces por semana <input type="checkbox"/> 5 veces por semana <input type="checkbox"/> todos los días																															
<b>5- ¿ Cuantas horas al día utiliza el servicio de transporte</b> <input type="checkbox"/> 1 hora <input type="checkbox"/> 2 horas <input type="checkbox"/> 4 horas <input type="checkbox"/> 6 horas <input type="checkbox"/> 12 horas <input type="checkbox"/> 24 horas		<b>6- ¿ Puede usted mencionar el nombre de cooperativas de taxi que conozca?</b> 6.1 _____ 6.2 _____ 6.3 _____ 6.4 _____																															
<b>7 - ¿ Se siente satisfecho con el servicio de transporte que actualmente recibe ?</b> <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho <input type="checkbox"/> Muy Satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Poco Satisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho		<b>8- ¿ Le gustaria contar con un servicio de transporte plus que recoja, espere y atiende de forma segura y cortez a los clientes en cualquier horario?</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> TAL VEZ <input type="checkbox"/>																															
<b>9- ¿ Piensa usted que los conductores estan capacitados en Servicio al cliente ?</b> <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		<b>10- ¿ Como usted califica el servicio de taxi en seguridad ?</b> <input type="checkbox"/> Óptima <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Pésimo																															
<b>11- ¿ Cuanto está dispuesto a pagar por un servicio de transporte que lo recoja, espere, lleve a su destino de forma segura con el mejor trato y calidez humana ?</b>		<table border="1"> <tr> <td>Norte</td> <td>3</td> <td>6</td> <td>9</td> <td>12</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Sur</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Centro</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Este- Oeste</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fuera Zona periferica</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Norte	3	6	9	12	15	Sur						Centro						Este- Oeste						Fuera Zona periferica					
Norte	3	6	9	12	15																												
Sur																																	
Centro																																	
Este- Oeste																																	
Fuera Zona periferica																																	

Fuente: Elaborado por Moisés Franco

## Anexo 7 Ratios Financieros

Punto de Equilibrio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas en USD	\$ 95.160,00	\$ 98.014,80	\$ 100.955,24	\$ 103.983,90	\$ 107.103,42
Costos Indirectos	\$ 68.040,00	\$ 70.142,44	\$ 72.309,84	\$ 74.544,21	\$ 76.847,63
Pto.Equilibrio en USD	\$ 68.040	\$ 70.142	\$ 72.310	\$ 74.544	\$ 76.848
Pto.Equilibrio en %	72%	72%	72%	72%	72%

Liquidez	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$ 7.427,89	\$ 13.738,42	\$ 17.169,92	\$ 20.661,22	\$ 23.961,22
Pasivos Corrientes	\$ 2.030,55	\$ 1.744,61	\$ 1.668,40	\$ 1.578,25	\$ 1.472,79
Liquidez	3,66	7,87	10,29	13,09	

Prueba Acida	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$ 7.427,89	\$ 13.738,42	\$ 17.169,92	\$ 20.661,22	\$ 23.961,22
Inventarios	\$ 9.112,89	\$ 9.112,89	\$ 9.112,89	\$ 9.112,89	\$ 9.112,89
Pasivos Corrientes	\$ 2.030,55	\$ 1.744,61	\$ 1.668,40	\$ 1.578,25	\$ 1.472,8
Prueba Acida	(0,83)	2,65	4,83	7,32	10,08

Margen Neto de Utili	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	\$ 3.994,82	\$ 3.432,27	\$ 3.282,34	\$ 3.104,98	\$ 2.897,51
Ventas	\$ 95.160,00	\$ 98.014,80	\$ 100.955,24	\$ 103.983,90	\$ 107.103,42
Margen Neto de Utili	4%	4%	3%	3%	3%

Rotación de Activos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	total
Ventas	\$ 95.160,00	\$ 98.014,80	\$ 100.955,24	\$ 103.983,90	\$ 107.103,42	\$ 505.217,36
Total Activos	\$ 15.138,25	\$ 18.284,59	\$ 21.490,72	\$ 24.505,55	\$ 27.297,61	\$ 27.297,61
Rotación de Activos	6,29	5,36	4,70	4,24	3,92	18,51

### RATIOS FINANCIEROS

Ventas mínimas en USD para que la utilidad operativa sea 0  
Ventas mínimas en % para que la utilidad operativa sea 0

Se lo toma al segundo año para castigarlo

Por cada dólar de deuda tengo 1,27 para cubrir esa deuda (debe ser superior a 1)

Se lo toma al segundo año para castigarlo

Descontando los inventarios (que por su naturaleza son menos líquidos) por cada dólar de deuda tengo 1,37 para cubrir esa deuda (debe ser superior a 1)

### RAZONES FINANCIERAS

Se lo mide contra la tasa de descuento

17%  
0,033284881

Ultimo año proyectado  
Total de las ventas durante los años proyectados

Mide la eficiencia en el uso , administración y gestión de los activos

Anexo 9 Campaña y Presupuesto de Marketing

**PRESUPUESTO DE MARKETING 2017-2021**

Estrategias	PRODUCTOS	Cantidad	FRECUENCIA	PVP UNITARIO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total	
Desarrollo Por Semana						15 na					15na					15na			
	Publicidad																		\$ -
	Cuñas Radiales	1	Mensual	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.800,00
Estrategia de Promoción	Publicidad																		\$ -
	Volantes	2000	Anual	\$ 0,08	\$ 160,00													\$ 160,00	\$ 320,00
	Tarjetas de presentación	1000	1 vez cada tres meses	\$ 0,15	\$ 150,00			\$ 150,00		\$ 150,00			\$ 150,00					\$ 45,00	\$ 600,00
	Plumas	100		\$ 0,45														\$ 45,00	\$ 45,00
	Sorteo a conductores			\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 455,00
<b>Total</b>					\$ 945,00	\$ 635,00	\$ 635,00	\$ 785,00	\$ 635,00	\$ 635,00	\$ 785,00	\$ 635,00	\$ 635,00	\$ 785,00	\$ 635,00	\$ 680,00	\$ 795,00	\$ 9.220,00	
<b>TOTAL DE GASTO MARKETING</b>				<b>\$ 9.220,00</b>															

768,33

**Presupuesto de Publicidad**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 768,33	\$ 798,84	\$ 830,55	\$ 863,52	\$ 897,80
<b>Publicidad anual</b>	<b>\$ 9.220,00</b>	<b>\$ 9.586,03</b>	<b>\$ 9.966,60</b>	<b>\$ 10.362,27</b>	<b>\$ 10.773,66</b>

**GASTOS DE VENTAS**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad anual	\$ 9.220,00	\$ 9.586,03	\$ 9.966,60	\$ 10.362,27	\$ 10.773,66
<b>TOTAL G. VENTAS</b>	<b>\$ 9.220,00</b>	<b>\$ 9.586,03</b>	<b>\$ 9.966,60</b>	<b>\$ 10.362,27</b>	<b>\$ 10.773,66</b>

Anexo 9 Presupuesto de Costos

<b>PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
<b>Mano de Obra Taxistas</b>	\$ 68.040,00	\$ 70.142,44	\$ 72.309,84	\$ 74.544,21	\$ 76.847,63	
CIF Mensuales	\$ 5.670,00	\$ 5.845,20	\$ 6.025,82	\$ 6.212,02	\$ 6.403,97	
<b>CIF ANUALES</b>	<b>\$ 68.040,00</b>	<b>\$ 70.142,44</b>	<b>\$ 72.309,84</b>	<b>\$ 74.544,21</b>	<b>\$ 76.847,63</b>	

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL</b>						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
<b>CIF ANUALES</b>	<b>\$ 68.040,00</b>	<b>\$ 70.142,44</b>	<b>\$ 72.309,84</b>	<b>\$ 74.544,21</b>	<b>\$ 76.847,63</b>	
<b>COSTO PRODUCCIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 68.040,00</b>	<b>\$ 70.142,44</b>	<b>\$ 72.309,84</b>	<b>\$ 74.544,21</b>	<b>\$ 76.847,63</b>	

Anexo 10 Detalle de Gastos Administrativos

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración Anual	Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Call center	1	\$ 366,00	\$ -	\$ 4.392,00	\$ 504,3	4.896,35
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>\$ 4.392,00</b>		<b>\$ 4.896,35</b>

<b>Beneficio Social</b>
Decimo 3ero
Decimo 4to
Vacaciones
Aporte 9,35%

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios mes	\$ 408,03	\$ 444,75	\$ 484,78	\$ 528,41	\$ 575,97
<b>Sueldos y Salarios / año</b>	<b>\$ 4.896,35</b>	<b>\$ 5.337,02</b>	<b>\$ 5.817,35</b>	<b>\$ 6.340,91</b>	<b>\$ 6.911,59</b>

Presupuesto de Suministros de Oficina/Alquiler/Mantenimiento					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resma de papel	\$ 52,80	\$ 54,43	\$ 56,11	\$ 57,85	\$ 59,63
Tonner	\$ 816,00	\$ 841,21	\$ 867,21	\$ 894,00	\$ 921,63
Papelería	\$ 1.020,00	\$ 1.051,52	\$ 1.084,01	\$ 1.117,51	\$ 1.152,04
Vouchers	\$ 2.268,00	\$ 2.338,08	\$ 2.410,33	\$ 2.484,81	\$ 2.561,59
Cuaderno	\$ 14,40	\$ 14,84	\$ 15,30	\$ 15,78	\$ 16,26
<b>Suministros al año</b>	<b>\$ 4.171,20</b>	<b>\$ 4.300,09</b>	<b>\$ 4.432,96</b>	<b>\$ 4.569,94</b>	<b>\$ 4.711,15</b>

Presupuesto de Gastos Generales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	\$ 3,66	\$ 3,77	\$ 3,89	\$ 4,01	\$ 4,13
Vasos y Café	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,48	\$ 5,65
Dispensadores	\$ 5,50	\$ 5,67	\$ 5,85	\$ 6,03	\$ 6,21
<b>Suministros al año</b>	<b>\$ 169,92</b>	<b>\$ 175,17</b>	<b>\$ 180,58</b>	<b>\$ 186,16</b>	<b>\$ 191,92</b>

Presupuesto de Internet y Telefonía					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Telefonía	\$ 140,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00
Saldo para celular	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00
<b>Internet y Celular</b>	<b>\$ 2.352,00</b>	<b>\$ 3.012,00</b>	<b>\$ 3.012,00</b>	<b>\$ 3.012,00</b>	<b>\$ 3.012,00</b>

Presupuesto de Depreciación Área Administrativa					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76	\$ 23,76
<b>Deprec. Área Adm. / año</b>	<b>\$ 285,17</b>				

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 4.896,35	\$ 5.337,02	\$ 5.817,35	\$ 6.340,91	\$ 6.911,59
Suministros al año	\$ 4.171,20	\$ 4.300,09	\$ 4.432,96	\$ 4.569,94	\$ 4.711,15
Gastos generales	\$ 169,92	\$ 175,17	\$ 180,58	\$ 186,16	\$ 191,92
Internet y Celular	\$ 2.352,00	\$ 3.012,00	\$ 3.012,00	\$ 3.012,00	\$ 3.012,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 285,17	\$ 285,17	\$ 285,17	\$ 285,17	\$ 285,17
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	<b>\$ 11.874,63</b>	<b>\$ 13.109,45</b>	<b>\$ 13.728,06</b>	<b>\$ 14.394,18</b>	<b>\$ 15.111,83</b>

