



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONDUCCIÓN  
EVENTUAL”**

**Tutor:**

**MSC. ROBERTO FLORES MONCAYO**

**Autores:**

**MARTHA CAROLINA DÁVILA NARANJO**

**JORGE LUIS ESPINOZA GÓMEZ**

**Guayaquil, 2017**



<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> “PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONDUCCIÓN EVENTUAL”		
<b>AUTOR/ES:</b> MARTHA CAROLINA DÁVILA NARANJO JORGE LUIS ESPINOZA GÓMEZ	<b>REVISORES:</b>	
<b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	<b>FACULTAD:</b> ADMINISTRACIÓN	
<b>CARRERA:</b> INGENIERIA COMERCIAL		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>N. DE PAGS:</b> 119	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> PLAN DE NEGOCIOS		
<b>PALABRAS CLAVES:</b>		
<b>RESUMEN:</b> El presente trabajo de titulación tiene como objetivo, elaborar un plan de negocios que demuestre la necesidad de implementar una empresa de servicios de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil. Esta idea nace como respuesta a los accidentes de tránsito que se han presentado en la última década, debido a ciertos factores como la impericia, el exceso de velocidad, el consumo de bebidas alcohólicas o estupefacientes; o en casos más leves como el cansancio, estrés, miedo, entre otros aspectos que impiden el debido manejo de un vehículo y para evitar un accidente, es recomendable que conduzca un chofer profesional para precautelar la vida de los propietarios de vehículos. Bajo este contexto, se espera contribuir en la reducción de tasa de accidentes, teniendo un enfoque social porque así se busca proteger a conductores y comunidad, de un problema que se ha convertido en una de las principales causas de muertes de los ecuatorianos. Este servicio tendría un costo similar al de una carrera de taxi nocturna, con el propósito que sea accesible para los usuarios y así se difunda este servicio para los diferentes sectores de la ciudad. En primera instancia la empresa contaría con 10 choferes profesionales que se trasladarían en motos eléctricas portátiles que poseen una autonomía de 3 a 4 horas y una velocidad máxima de 60 km/h, para lo cual se espera cumplir con las ordenanzas de los entes reguladores. Se espera que este proyecto tenga buena acogida, con la finalidad de convertirse en una estrategia para combatir los accidentes de tránsito en favor de un mejor estilo de vida.		
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTORES</b> Jorge Luis Espinoza Martha Dávila	<b>Teléfono:</b> 0958990381 0990552230	<b>E-mail:</b> Jorgeluis86@hotmail.es Marticarolina_23@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	MG. DARWIN ORDOÑEZ ITURRALDE, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec  MBA. STALIN OSWALDO GUAMÁN AGUIAR, DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Teléfono: 2596500. E-mail: sguaman@ulvr.edu.ec	

# **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Los egresados **MARTHA CAROLINA DÁVILA NARANJO** y **JORGE LUIS ESPINOZA GÓMEZ**, declaran bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “Plan de negocios para una empresa de servicios de conducción eventual”.

Autores

---

**MARTHA CAROLINA DÁVILA NARANJO**  
**C.I. 0924025463**

---

**JORGE LUIS ESPINOZA GÓMEZ**  
**C.I. 0921218947**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “Plan de negocios para una empresa de servicios de conducción eventual”, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “Plan de negocios para una empresa de servicios de conducción eventual”, presentado por los estudiantes **MARTHA CAROLINA DÁVILA NARANJO** y **JORGE LUIS ESPINOZA GÓMEZ**, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de **INGENIERÍA COMERCIAL** encontrándose aptos para su sustentación

**Firma:**

---

**MSC. ROBERTO FLORES MONCAYO**

**C.I. 0909938698**

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS DÁVILA ESPINOZA 17 Nov 2016 (2).docx (D24211003)  
**Submitted:** 2016-12-09 14:57:00  
**Submitted By:** rfloresm@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 10 %

Sources included in the report:

CONSTANTE CORDOVA y TENELEMA PAGUAY TESIS FINAL TUTOR GUTIERREZ ALARCON.docx (D21500501)  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6776/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-301.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/775/1/T-ULVR-0740.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/871/1/T-ULVR-0775.pdf>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/768/1/T-ULVR-0753.pdf>  
<http://www.seguridad-vial.net/conduccion/seguridad-en-la-circulacion/39-factores-que-afectan-al-conductor>  
<https://ingeneriadesoftware4u.wordpress.com/>  
<http://www.uteq.edu.mx/tesis/IIDE/0510.pdf>

Instances where selected sources appear:

42

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por que nos ha dado una familia maravillosa, quienes han creído en nosotros siempre, dándonos ejemplos de superación, humildad, sencillez y sacrificio; enseñándonos a valorar todo lo que tenemos.

A nuestros profesores y a nuestro tutor por que han colaborado con sus enseñanzas para así culminar esta importante etapa de nuestras vidas aportando con sabios conocimientos al momento de redactar este trabajo de titulación.

Sepan todos ustedes que estamos muy agradecidos.

**Martha Carolina Dávila Naranjo**

**Jorge Luis Espinoza Gómez**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos a Dios por habernos inspirado en el desarrollo del presente trabajo de titulación, el cual es el resultado de mucho sacrificio y esfuerzo.

A nuestros padres, Julio César Espinoza, Rosa Gómez, Iván Dávila, Martha Naranjo y Ángel Madrid, piezas claves en nuestra formación académica, quienes apoyaron con sus sabios consejos y experiencia.

**Martha Carolina Dávila Naranjo**

**Jorge Luis Espinoza Gómez**

# ÍNDICE GENERAL

FICHA DE REGISTRO DE TESIS .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....	ii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1 EL PROBLEMA A INVESTIGAR .....	2
1.1 Tema .....	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Delimitación de problema .....	3
1.5 Justificación de la investigación .....	3
1.6 Sistematización de la investigación .....	4
1.7 Objetivo General .....	5
1.8 Objetivos Específicos.....	5
1.9 Límites de la investigación .....	5
1.10 Identificación de las variables .....	6
1.11 Hipótesis .....	6

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>7</b>
<b>2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Antecedentes referentes .....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Factores físicos que afectan al conductor.....	7
2.1.2 Los accidentes de tránsito en el Ecuador.....	11
2.1.3 Campañas de concientización de accidentes de tránsito .....	16
2.1.4 Servicios similares en países de la región .....	17
<b>2.2 Marco Teórico.....</b>	<b>19</b>
2.2.1 Plan de Negocios.....	19
2.2.2 Análisis PEST.....	21
2.2.3 Análisis de la Cinco Fuerzas de Porter.....	23
2.2.4 El Estudio de Mercado .....	25
2.2.5 Cadena de Valor .....	26
2.2.6 El Plan de Marketing.....	28
2.2.7 Estudio de Factibilidad.....	30
2.2.8 Estudio Financiero.....	31
<b>2.3 Marco Legal .....</b>	<b>32</b>
 <b>CAPÍTULO III.....</b>	 <b>34</b>
<b>3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Métodos de Investigación.....</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Población y Muestra.....</b>	<b>34</b>
<b>3.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....</b>	<b>36</b>
<b>3.4 Recursos: Fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5 Tratamiento a la información: Procesamiento y análisis.....</b>	<b>37</b>
3.5.1 Conclusiones del estudio de mercado.....	47
 <b>CAPÍTULO IV .....</b>	 <b>48</b>
<b>4 LA PROPUESTA .....</b>	<b>48</b>

<b>4.1</b>	<b>Generalidades de la propuesta .....</b>	<b>48</b>
4.1.1	Título de la propuesta .....	48
4.1.2	Justificación de la propuesta.....	49
4.1.3	Objetivo general de la propuesta .....	49
4.1.4	Objetivos específicos de la propuesta.....	49
<b>4.2</b>	<b>Esquema estratégico.....</b>	<b>50</b>
4.2.1	Análisis PEST.....	50
4.2.2	Cinco Fuerzas de Porter.....	54
4.2.3	Matriz FODA .....	55
4.2.4	Matriz EFE .....	57
4.2.5	Matriz EFI .....	58
<b>4.3</b>	<b>Plan de Marketing .....</b>	<b>59</b>
4.3.1	Posicionamiento .....	59
4.3.2	Segmentación .....	60
4.3.3	Análisis del consumidor: matriz de roles y motivos.....	61
4.3.4	Estrategias: competitivas, de crecimiento, de marca, imagen y comunicación.....	62
4.3.5	Estrategias de fidelización.....	63
4.3.6	Marketing mix: Estrategias 4 P .....	63
4.3.6.1	Producto.....	63
4.3.6.2	Precio.....	64
4.3.6.3	Plaza .....	64
4.3.6.4	Promoción .....	65
<b>4.4</b>	<b>Desarrollo organizacional.....</b>	<b>66</b>
4.4.1	Aspectos legales de la constitución del negocio.....	66
4.4.2	Características de la sociedad.....	68
4.4.3	Filosofía empresarial: misión, visión, objetivos, valores .....	69
4.4.4	Estructura organizacional .....	71
4.4.5	Perfil y funciones del personal .....	71
4.4.6	Políticas generales del negocio.....	75

<b>4.5</b>	<b>Plan Operativo.....</b>	<b>75</b>
4.5.1	Ubicación del negocio .....	75
4.5.2	Infraestructura y equipamiento.....	76
4.5.3	Determinación de la capacidad instalada.....	79
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>82</b>
<b>5</b>	<b>PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>82</b>
<b>5.1</b>	<b>Inversión Inicial.....</b>	<b>82</b>
<b>5.2</b>	<b>Financiamiento .....</b>	<b>83</b>
<b>5.3</b>	<b>Presupuesto de costos y gastos de operación.....</b>	<b>86</b>
<b>5.4</b>	<b>Presupuesto de ingresos .....</b>	<b>88</b>
<b>5.5</b>	<b>Proyección de Balance General.....</b>	<b>89</b>
<b>5.6</b>	<b>Proyección de Estado de Resultados.....</b>	<b>90</b>
<b>5.7</b>	<b>Proyección de flujo de caja a cinco años.....</b>	<b>91</b>
<b>5.8</b>	<b>Análisis de rentabilidad .....</b>	<b>92</b>
<b>5.9</b>	<b>Análisis de indicadores financieros.....</b>	<b>94</b>
<b>5.10</b>	<b>Análisis de sensibilidad .....</b>	<b>96</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>97</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>		<b>98</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>99</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>103</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Delimitación de la investigación .....	3
Tabla 2. Campaña “Mira al Frente” .....	16
Tabla 3. Campaña Corazones Azules .....	17
Tabla 4. Campaña “Párale el carro” .....	17
Tabla 5. Empresa Transporte Nocturno .....	18
Tabla 6. Scurity Driving .....	18
Tabla 7. Chores de Reemplazo .....	19
Tabla 8. Niveles de alcohol y sanciones .....	33
Tabla 9. Desarrollo de la fórmula .....	35
Tabla 10. Presupuesto .....	36
Tabla 11. Cronograma de recolección de datos .....	36
Tabla 12. ¿Ha sufrido accidentes de tránsito? .....	37
Tabla 13. ¿Ha estado impedido de manejar su vehículo? .....	38
Tabla 14. Factores que le han impedido conducir .....	39
Tabla 15. ¿Qué acciones ha tomado cuando no puede conducir? .....	40
Tabla 16. ¿Conoce sobre los conductores auxiliares? .....	41
Tabla 17. Disponibilidad de contratar un servicio de conducción eventual .....	42
Tabla 18. Decisión de contar con un servicio de conducción eventual .....	43
Tabla 19. Circunstancia en las que contrataría el servicio de conducción eventual .....	44
Tabla 20. Precio del servicio .....	45
Tabla 21. Medios de información del servicio de conducción eventual .....	46
Tabla 22. Aspectos Políticos .....	50
Tabla 23. Indicadores Económicos .....	51
Tabla 24. Matriz EFE .....	57
Tabla 25. Matriz EFI .....	58
Tabla 26 Segmentación de mercado .....	61
Tabla 27 Matriz de roles y motivos .....	62
Tabla 28 Precio del servicio ofertado .....	64
Tabla 29: Propiedad Accionaria de la Compañía. ....	69
Tabla 30: Perfil del Administrador .....	71
Tabla 31: Perfil del Jefe financiero .....	72

Tabla 32: Perfil del Jefe de Operaciones .....	72
Tabla 33: Perfil del Jefe de Marketing .....	73
Tabla 34: Perfil del Contador .....	73
Tabla 35: Perfil de los choferes auxiliares.....	74
Tabla 36: Perfil del Publicista .....	74
Tabla 37. Presupuesto de muebles de oficina.....	76
Tabla 38. Presupuesto de equipos de computación .....	77
Tabla 39. Presupuesto de equipos de computación .....	77
Tabla 40. Presupuesto para el desarrollo de la aplicación móvil.....	78
Tabla 41. Cuadro de proveedores de sistemas de rastreo satelital.....	79
Tabla 42. Mercado Objetivo .....	80
Tabla 43. Proyección de la demanda .....	80
Tabla 44. Capacidad instalada por conductor.....	81
Tabla 45. Inversión en activos fijos.....	82
Tabla 46. Inversión diferida.....	82
Tabla 47. Capital de trabajo.....	82
Tabla 48. Inversión inicial del proyecto .....	83
Tabla 49. Fuentes de financiamiento del proyecto .....	83
Tabla 50. Tabla de amortización del préstamo.....	84
Tabla 51. Presupuesto de costos operativos .....	86
Tabla 52. Presupuesto de gastos administrativos .....	87
Tabla 53. Presupuesto de gastos de publicidad y marketing .....	87
Tabla 54. Definición del precio promedio del servicio .....	88
Tabla 55. Presupuesto de ingresos.....	88
Tabla 56. Flujos netos de caja y Payback.....	92
Tabla 57. Método Capital Asset Pricing Model (CAPM) .....	92
Tabla 58. Weighted Average Cost of Capital (WACC) .....	93
Tabla 59. Análisis de la TIR y el VAN .....	93
Tabla 60. Cálculo del punto de equilibrio .....	94
Tabla 61. Indicadores de liquidez.....	95
Tabla 62. Indicadores de endeudamiento .....	95
Tabla 64. Indicadores de rentabilidad .....	95
Tabla 65. Análisis de sensibilidad – escenario conservador .....	96
Tabla 66. Análisis de sensibilidad– escenario pesimista.....	96

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Accidentes de tránsito a nivel nacional 2014.....	11
Figura 2. Porcentaje de accidentes de tránsito por clase en el Ecuador .....	12
Figura 3. Siniestros de tránsito por provincias en el Ecuador año 2015 .....	12
Figura 4. Accidentes de Tránsito en la provincia del Guayas en el año 2015.....	13
Figura 5. Accidentes de Tránsito en Guayaquil durante el año 2015.....	14
Figura 6. Muertes por accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil año 2015 .....	14
Figura 7. Heridos a causa de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil año 2015..	15
Figura 8. Causas de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil 2015 .....	16
Figura 9. Modelo de Plan de Negocios.....	20
Figura 10. Las 5 Fuerzas de Porter .....	23
Figura 11. ¿Ha sufrido accidentes de tránsito?.....	37
Figura 12. ¿Ha estado impedido de manejar su vehículo? .....	38
Figura 13. Factores que le han impedido conducir.....	39
Figura 14. ¿Qué acciones ha tomado cuando no puede conducir? .....	40
Figura 15. ¿Conoce sobre los conductores auxiliares?.....	41
Figura 16. Disponibilidad de contratar un servicio de conducción eventual.....	42
Figura 17. Decisión de contar con un servicio de conducción eventual.....	43
Figura 18. Circunstancia en las que contrataría el servicio de conducción eventual .....	44
Figura 19. Precio del servicio .....	45
Figura 20. Medios de información del servicio de conducción eventual .....	46
Figura 21. Distribución de gastos de los ecuatorianos .....	53
Figura 22. Uso de dispositivos electrónicos en Ecuador 2013-2014.....	54
Figura 23. Local propuesto para la empresa.....	65
Figura 24. Estructura organizacional propuesta .....	71
Figura 25. Oficina propuesta para el proyecto .....	76

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo, elaborar un plan de negocios que demuestre la necesidad de implementar una empresa de servicios de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil. Esta idea nace como respuesta a los accidentes de tránsito que se han presentado en la última década, debido a ciertos factores como la impericia, el exceso de velocidad, el consumo de bebidas alcohólicas o estupefacientes; o en casos más leves como el cansancio, estrés, miedo, entre otros aspectos que impiden el debido manejo de un vehículo y para evitar un accidente, es recomendable que conduzca un chofer profesional para precautelar la vida de los propietarios de vehículos.

Bajo este contexto, se espera contribuir en la reducción de tasa de accidentes, teniendo un enfoque social porque así se busca proteger a conductores y comunidad, de un problema que se ha convertido en una de las principales causas de muertes de los ecuatorianos. Para efectos de la investigación de campo, se aplicó una metodología a través del tipo de investigación exploratoria, descriptiva, métodos inductivo, deductivo y enfoque de investigación cuantitativo a una muestra de 384 conductores de la ciudad de Guayaquil, cuyos resultados determinaron que este servicio sería atractivo si su precio fuese similar al de una carrera de taxi nocturna, con el propósito que sea accesible para los usuarios y así se difunda este servicio para los diferentes sectores de la ciudad.

En primera instancia la empresa contaría con 10 choferes profesionales que se trasladarían en motos eléctricas portátiles que poseen una autonomía de 3 a 4 horas y una velocidad máxima de 60 km/h, para lo cual se espera cumplir con las ordenanzas de los entes reguladores. Se espera que este proyecto tenga buena acogida, con la finalidad de convertirse en una estrategia para combatir los accidentes de tránsito en favor de un mejor estilo de vida.

# CAPÍTULO I

## 1 EL PROBLEMA A INVESTIGAR

### 1.1 Tema

“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONDUCCIÓN EVENTUAL”

### 1.2 Planteamiento del Problema

Los accidentes de tránsito en el Ecuador es un problema que se ha convertido en una de las principales causas de muerte de acuerdo a las estadísticas del INEC (2013), posicionándose a la par de enfermedades relacionadas con el sobrepeso, la hipertensión arterial y pulmonares; es importante que luego de identificar esta situación, se analicen posibles soluciones que permitan disminuir su incidencia en las defunciones de la población del país.

Dentro del país existen multas establecidas en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial del Ecuador por la Agencia Nacional de Tránsito (2015) y aplicadas en la ciudad de Guayaquil por la Autoridad de Tránsito Municipal (ATM) para castigar con imposiciones económicas o penas privativas de libertad a aquellos conductores que manejen un vehículo motorizado bajo la influencia de alcohol, sustancias psicotrópicas y estupefacientes o que provoquen daños físicos producto de su impericia al volante.

A pesar de existir un control y multas que van desde el 10% del salario mínimo vital hasta reclusión mayor de varios años dependiendo las afectaciones causadas, los accidentes de tránsito siguen afectando a miles de ecuatorianos cada año, principalmente por la combinación del consumo de bebidas alcohólicas y la irresponsabilidad, por lo que resulta necesario que se presenten alternativas a la comunidad que les permitan movilizarse en sus vehículos cuando se encuentren incapacitados de conducirlos y así contribuir con una solución efectiva que permita la reducción de accidentes de tránsito en el país.

En base a lo mostrado en párrafos anteriores, se puede definir que existe una problemática latente en el país, la cual no puede ser solucionada en su totalidad debido a la heterogeneidad de sus componentes (la impericia, consumo de sustancias prohibidas, irresponsabilidad, falta de cultura de conducción), pero se podría presentar una reducción en la ciudad de Guayaquil si se aplicasen soluciones de movilización para un sector con los factores mencionados, que en el presente caso serían las personas que hayan ingerido bebidas alcohólicas o se encuentren imposibilitadas de conducir su automotor por factores como el cansancio o situaciones de stress físico o emocional .

### 1.3 Formulación del problema

¿Es necesaria la implementación de una empresa que brinde servicios de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil?

### 1.4 Delimitación de problema

El alcance de esta investigación será el siguiente:

**Tabla 1. Delimitación de la investigación**

<b><i>Problema:</i></b>	Necesidades de los propietarios de vehículos por contar con un servicio de conducción eventual.
<b><i>Mercado Objetivo:</i></b>	Personal no apto para conducir en momentos específicos ya sea por efectos de alcohol o alguna lesión física, emocional o mental.
<b><i>Número de vehículos:</i></b>	Según ATM existen 350.000 vehículos livianos matriculados en la ciudad de Guayaquil, por consiguiente, ese sería el total de conductores a considerar.
<b><i>Propuesta:</i></b>	Empresa de prestación de servicios de choferes de reemplazo en la ciudad de Guayaquil.
<b><i>Período:</i></b>	2016

Elaboración: Autores

### 1.5 Justificación de la investigación

El presente trabajo de titulación se justifica en la alta tasa de accidentes de tránsito que se presenta en la ciudad de Guayaquil, los cuales son principalmente ocasionados por impericia

al volante, exceso de velocidad y conducir el vehículo bajo los efectos de alcohol, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, por lo que se podrían desarrollar alternativas que permitan disminuir su incidencia en el mercado guayaquileño.

La creación de una empresa que provea el servicio de “servicios de conducción eventual” se convertiría en una propuesta que serviría para que las personas que posean vehículos en la ciudad de Guayaquil, las cuales de acuerdo a la ATM son 350,000, puedan contar con una solución para aquellos momentos en los cuales no deseen o no se encuentren en capacidad de conducir sus vehículos.

Así también, por medio de este tipo de negocios se podrá contribuir con el cuidado de la vida de los ciudadanos guayaquileños, puesto que se brindará un servicio que beneficiará al conductor, así como a su entorno, por lo que se enmarcaría dentro de las políticas del Plan Nacional del Buen Vivir (SENPLADES, 2013), precautelando y protegiendo la integridad de los conductores y ciudadanía en general.

## **1.6 Sistematización de la investigación**

1. ¿Cuáles son las principales necesidades que presentan los habitantes de la ciudad de Guayaquil, respecto a la contratación de un servicio de conducción eventual y su nivel de aceptación?
2. ¿Cuál es la tasa de accidentes de tránsito que presenta la ciudad de Guayaquil, en vehículos livianos provocados por causas ligadas a los conductores?
3. ¿Qué procesos claves se deben potenciar para ofrecer un servicio de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil?
4. ¿Qué factores financieros se deben determinar para la implementación de una empresa que brinde servicios privados de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil?

## **1.7 Objetivo General**

Elaborar un plan de negocios que demuestre la necesidad de implementar una empresa de servicios de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil.

## **1.8 Objetivos Específicos**

1. Identificar las necesidades de los habitantes de Guayaquil y su nivel de aceptación, respecto a la contratación de un servicio de conducción eventual.
2. Determinar la tasa de accidentes de tránsito y los programas que se han ejecutado para hacer frente a este problema.
3. Definir los procesos organizacionales, administrativos y económicos que deben incluirse dentro del servicio de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil.
4. Analizar los factores financieros para la implementación de una empresa que brinde servicios de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil.

## **1.9 Límites de la investigación**

Los límites del presente trabajo de titulación quedan establecidos de la siguiente manera:

- La investigación bibliográfica se limitará a libros, revistas indexadas y datos estadísticos de entidades públicas y privadas.
- Se estudiarán los datos únicamente del mercado de propietarios de automóviles livianos de la ciudad de Guayaquil.
- Se investigarán los datos necesarios para la implementación de empresa que brinde los servicios de conducción eventual.

### **1.10 Identificación de las variables**

- Variable independiente: Plan de negocios de una empresa prestadora de servicios particulares de conducción eventual.
- Variable dependiente: creación de la necesidad de contar con choferes privados en la ciudad de Guayaquil.

### **1.11 Hipótesis**

La implementación de una empresa que brinde el servicio de conducción eventual contribuirá en la reducción de accidentes de tránsito ocasionadas por la impericia de choferes en la ciudad de Guayaquil.

## CAPÍTULO II

### 2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1 Antecedentes referentes

##### 2.1.1 Factores físicos que afectan al conductor

Existen varios factores que pueden incidir de manera negativa en la forma en que las personas conducen sus automotores, pudiendo así aumentar las probabilidades de causar o sufrir un accidente de tránsito, entre los más destacados se encuentran la fatiga y el sueño (CEA Seguridad Vial, 2016).

- **El Sueño:** La necesidad de dormir es uno de los requerimientos más demandantes que el cuerpo humano requiere satisfacer, puesto que, si no se duerme absolutamente o lo suficiente para mantenerse en buen estado, entonces el organismo presenta varias reacciones o desajustes que pueden volverse factores de alto riesgo a la hora de conducir.

Mantenerse varias horas en vigilia también afecta a las personas en su capacidad de reacción, además de que dificulta mantenerse atentos a los sucesos que pudiere presentar el camino, puesto que una de las principales situaciones por la falta de sueño provoca es la disminución de los reflejos, puesto que los músculos se relajan y pueden hasta darse leves temblores en las extremidades inferiores y superiores; así también, la agudeza visual se representa, generando una visión borrosa y un alto nivel de cansancio ocular (CEA Seguridad Vial, 2016).

- **La Fatiga:** La fatiga posee una relación estrecha con el sueño y se considera que alrededor del 40% de los accidentes automovilísticos se relacionan de alguna u otra forma con la fatiga; la fatiga se puede originar por varios factores, como la realización de una intensa actividad física, producto de ejercicios y deportes, o mental a causa de

trabajo intelectual intenso o por una tensión emocional considerable y en muchos casos por la combinación de estas.

Los síntomas principales de la fatiga son los movimientos constantes para cambiar de postura, así como una sensación constante de pesadez en la cabeza, lo que muchas veces desencadena en dolores de cabeza que ocasionan que el conductor se estire o restriegue la cara en busca de mejorar su estado de ánimo; además se presenta torpeza y la necesidad de un tiempo prolongado para efectuar una acción, generando agresividad y una mayor aceptación al riesgo, lo que hace que el conductor aumente la velocidad sin considerar el aumento del peligro que ocasiona para él mismo y para su entorno.

De acuerdo a la European Transport Safety Council (ETSC), la fatiga al volante es la causante del 20% de los accidentes de vehículos particulares en la Unión Europea, por lo que, si se logra disminuir los accidentes a causa de este percance, se podrían disminuir los accidentes en Europa en un 50% (CEA Seguridad Vial, 2016).

- **Consumo de sustancias psicotrópicas:** La utilización de sustancias psicoactivas afecta directamente la capacidad de conducción de vehículos automotores, puesto que manejar un automóvil bajo los efectos que provocan estas sustancias aumenta los riesgos de sufrir accidentes para el conductor, los ocupantes del automotor y los peatones.

Los efectos de las drogas varían de acuerdo a la forma en la que actúan en el cerebro, puesto que existen las consideradas “estimulantes” como la cocaína y la cafeína, así como drogas alucinógenas, entre las que se encuentran el LSD y la marihuana; y las drogas depresivas como el alcohol y los benzodiazepinas; pero todas repercuten en la capacidad de las personas para operar un automóvil, ya que afectan las capacidades cognitivas que se requieren para conducir de manera segura.

Es importante señalar que el consumo de estas sustancias, aunque sea en mínimas cantidades altera las habilidades motoras del ser humano, así como las capacidades de balance, coordinación, percepción, atención, tiempos de reacción y toma de decisiones.

Finalmente, la edad influye en el consumo de estas drogas, ya que se ha demostrado que las características neurobiológicas y de comportamiento de adolescentes y jóvenes adultos, es decir, personas entre 18 y 25 años los vuelven más propensos al consumo de este tipo de sustancias (Facultad de Psicología, 2013)

- **Consumo de alcohol:** Alrededor del 33% de los accidentes de tránsito se deben a que los conductores habían consumido bebidas alcohólicas en cantidades que imposibilitan su adecuada conducta frente al volante; regularmente el consumo de esta bebida se da por las noches y durante los fines de semana, por lo que las cifras de accidentes durante estos periodos elevan considerablemente. El consumo de alcohol produce las siguientes alteraciones al momento de conducir un automotor:
  1. **Alteraciones psicomotoras:** Alucinaciones y paranoia, modificación en el sentido de equilibrio, valoración errónea de la distancia y dificultad de coordinación.
  2. **Alteraciones cognitivas:** Infravaloración de las alteraciones que se generan en el organismo, alteración de la memoria a corto plazo, cambios en la capacidad de juicio.
  3. **Alteraciones emocionales:** Trastorno de personalidad, desinhibición, aumento de la agresividad, alteración de la autoestima y aumento de la agresividad.
- **Stress:** El stress al volante se da principalmente por las condiciones que se presentan en la vía, como el alto nivel de tránsito, calles en mal estado, falta de señalización, conductores imprudentes, entre otros; además por las situaciones que vive el

conductor a diario y que le provocan preocupaciones; finalmente, por haber presenciado, sufrido u ocasionado un accidente de tránsito, generando un trastorno de stress post traumático o por amaxofobia, lo que es el miedo repentino a conducir.

El stress genera una falta de atención en el camino y en las personas que se desenvuelven en ella, además, el stress aumenta las distracciones y olvidos, siendo así que mientras se conduce, ocasionalmente la persona olvida la ruta, dirigiéndose por vías muy congestionadas que aumentan su nivel de stress y desencadena en “ira al volante”, es decir, insultos a otros conductores o a las personas que se encuentran con él en el vehículo.

Para poder superar su stress, el conductor toma decisiones inadecuadas que le permitan llegar más pronto a su destino, pero que aumentan el riesgo de sufrir y generar accidentes, por lo que se vuelve un factor que debe evitarse al conducir (Campos, 2008).

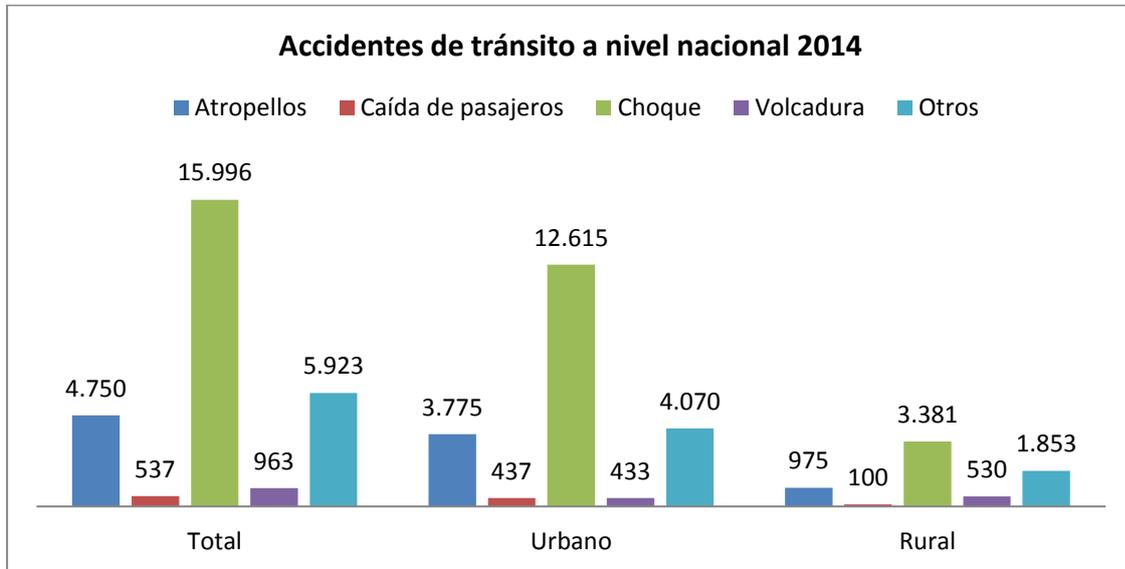
- **Estados de ánimo extremos:** Conducir bajo los efectos de estados de ánimo extremos como la tristeza y el enojo aumenta diez veces el riesgo de sufrir una colisión al volante de un automotor, cifra que es avalada por el Instituto de Transporte de la Universidad de Virginia Tech en los Estados Unidos.

Si el conductor tiene en su mente situaciones relacionadas con su trabajo o vida diaria que le generen depresión o enojo podrían ocasionar que pierda su concentración, distraendo así sus sentidos y disminuyendo su capacidad de conducir a la defensiva, aumentando por ende la probabilidad de un accidente de tránsito que ocasione consecuencias fatales (Dóriga, 2016). Si previo a conducir un vehículo, la persona se encuentra atravesando una emoción fuerte, el sistema nervioso eleva la frecuencia cardiaca y la presión arterial, reduciendo la temperatura periférica y el volumen sanguíneo, lo que desencadena en conducir “prácticamente ciego”, ya que el conductor

verá a los demás autos como enemigos y no controlará de forma adecuada sus acciones (SegurosSinBarreras, 2014).

### 2.1.2 Los accidentes de tránsito en el Ecuador

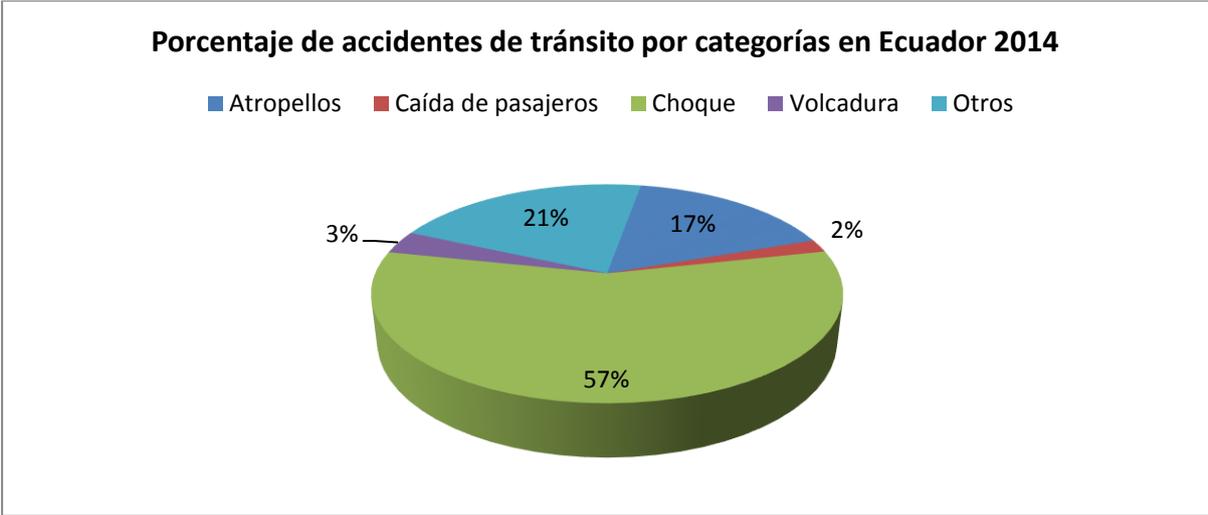
Las estadísticas más recientes con datos detallados sobre la forma en que se presentan los accidentes de tránsito en el Ecuador, muestran que los choques y los atropellos son los sucesos que se presentan con mayor frecuencia en las calles y avenidas del país, tanto en la zona urbana como en la rural; a continuación, se presenta una figura en la que se observa la participación de cada una de las categorías que conforman el campo de los accidentes de tránsito en territorio ecuatoriano:



**Figura 1. Accidentes de tránsito a nivel nacional 2014**

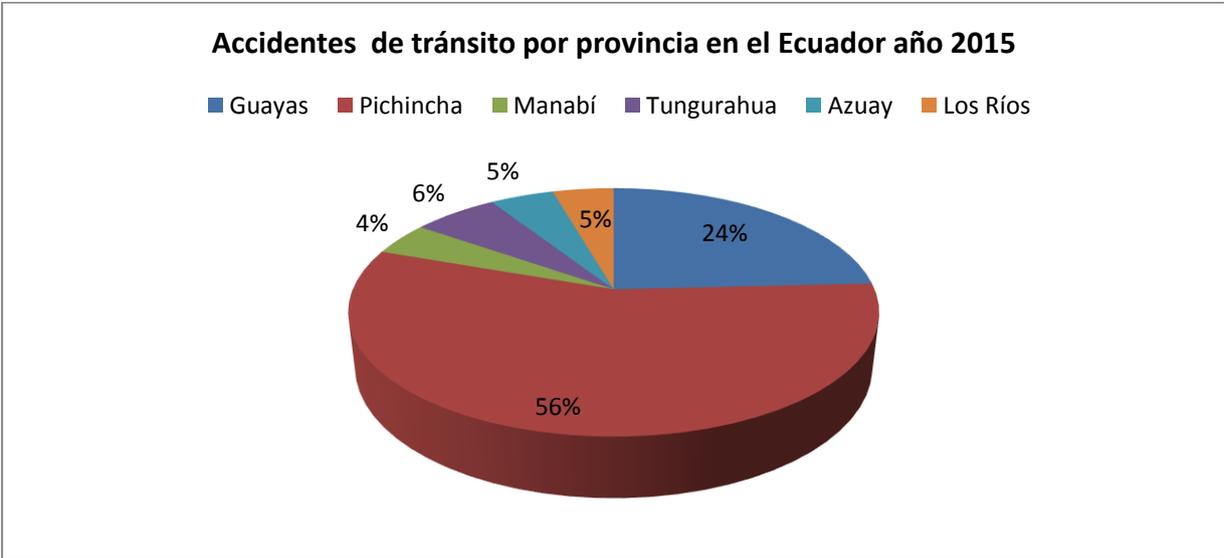
*Nota:* (Comunidad Andina, 2014)

Es así, que se puede observar que los choques son los principales accidentes en el Ecuador, seguidos de los atropellos, las volcaduras y la caída de pasajeros; en la figura siguiente se puede apreciar la incidencia en porcentaje de cada uno de estas causas, por lo que se evidencia que el 57% le corresponde a los choques, los atropellos con el 17%, las volcaduras con el 3% y las caídas de pasajeros desde los buses con el 2% (Comunidad Andina, 2014).



**Figura 2. Porcentaje de accidentes de tránsito por clase en el Ecuador**  
 Nota: (Comunidad Andina, 2014)

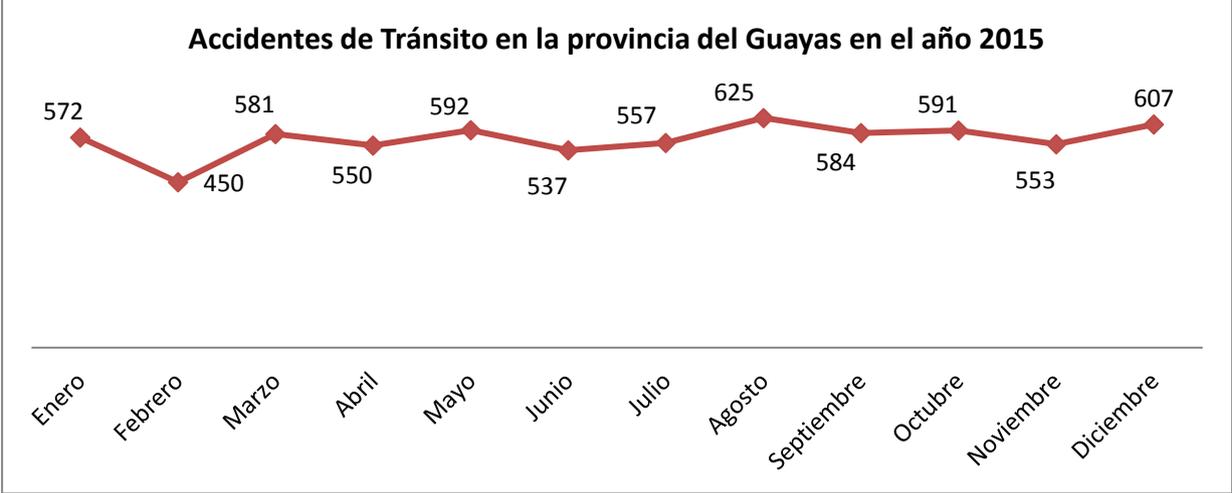
Mientras que el porcentaje de accidentes de tránsito por provincias en el país, se puede observar que es la provincia de Pichincha, donde más accidentes de tránsito presenta con el 56%, luego le sigue la provincia del Guayas, donde se desarrollará el presente proyecto, con el 24% y finalmente la provincia del Tungurahua con el 6%.



**Figura 3. Siniestros de tránsito por provincias en el Ecuador año 2015**  
 Nota: (ANT, 2016)

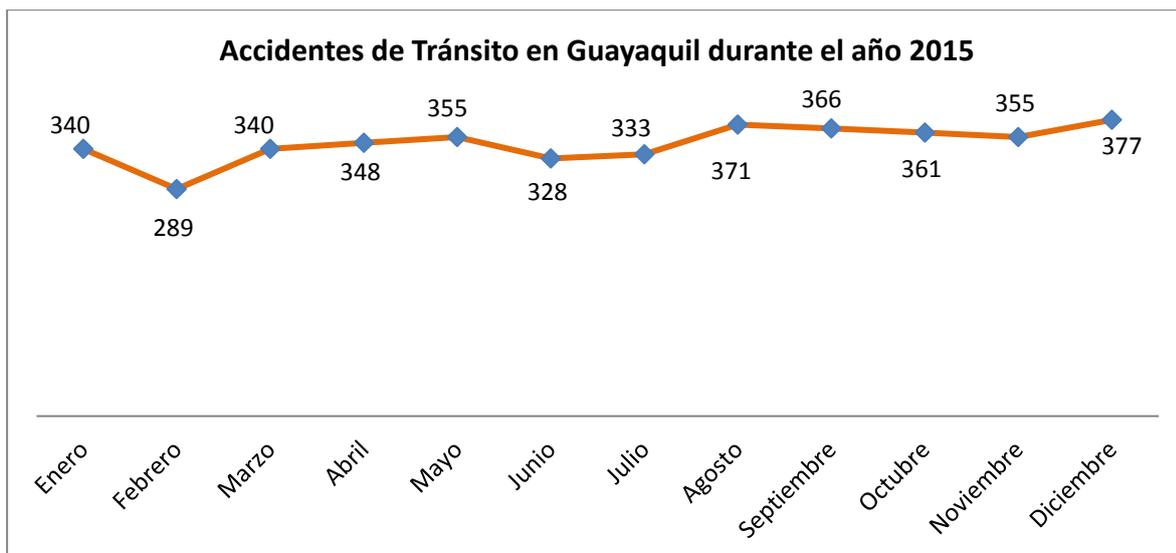
En el año 2015, de acuerdo a los datos provistos por la ANT (2016), se pudo determinar los principales meses en los que se presentan los accidentes de tránsito en la provincia del

Guayas, lo que quedó evidenciado que son los de agosto y diciembre, mientras que el promedio de accidentes fluctúa los 550 por año. Es importante resaltar que producto de estos acontecimientos se presentaron 6,799 perjudicados.



**Figura 4. Accidentes de Tránsito en la provincia del Guayas en el año 2015**  
 Nota: (ANT, 2016)

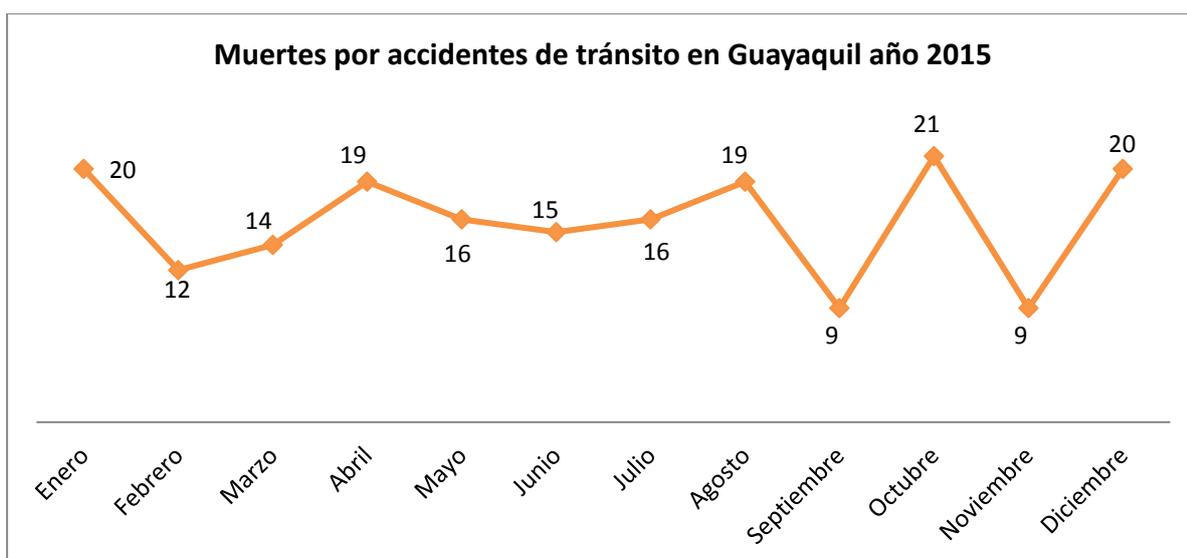
Debido que Guayas es la provincia donde se desarrolla la presente propuesta, se ha considerado a nivel micro, a Guayaquil, la misma que registra en promedio 347 accidentes de tránsito en el año 2015, convirtiéndose el mes de diciembre el que mayor cantidad de suceso de esta índole tuvo con 377 y febrero el que menor incidencia tuvo con 289; estos resultados se pueden deber mayormente a que durante los últimos meses del año se llevan a cabo las fiestas de Navidad y Fin de Año.



**Figura 5. Accidentes de Tránsito en Guayaquil durante el año 2015**  
 Nota: (ANT, 2016)

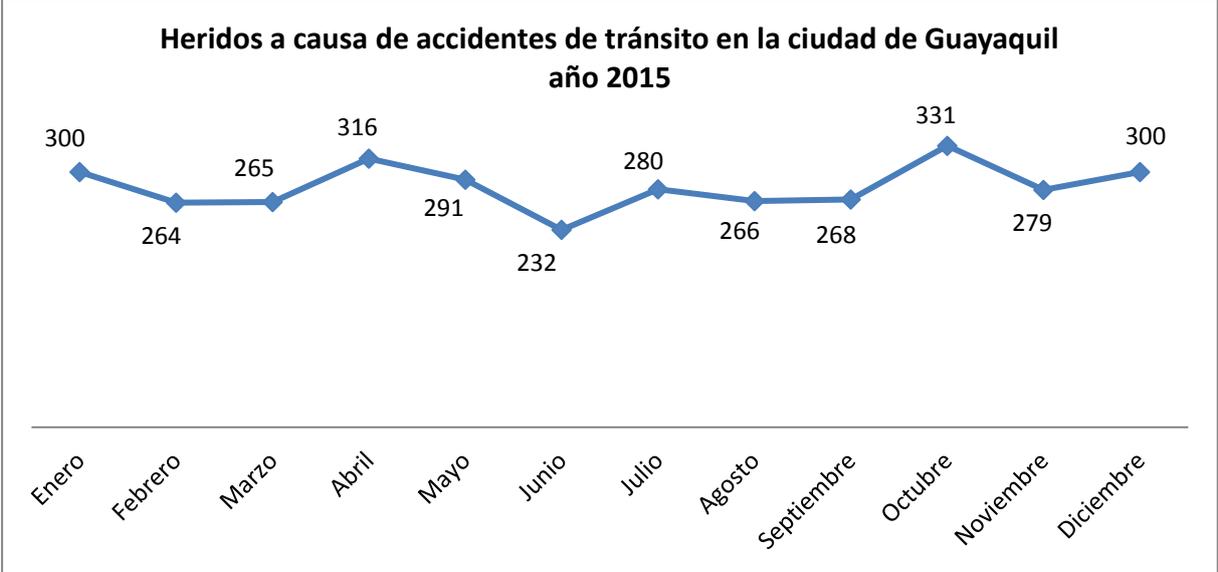
A continuación, se presentan las consecuencias de los accidentes de tránsito registrados en la ciudad de Guayaquil durante el año 2015, para así conocer la cantidad de decesos y heridos que son ocasionados a raíz de estos hechos.

Es así, que existe un promedio de 16 fallecidos mensualmente en la ciudad de Guayaquil, siendo los meses de octubre, diciembre y enero los que más accidentes presentaron.



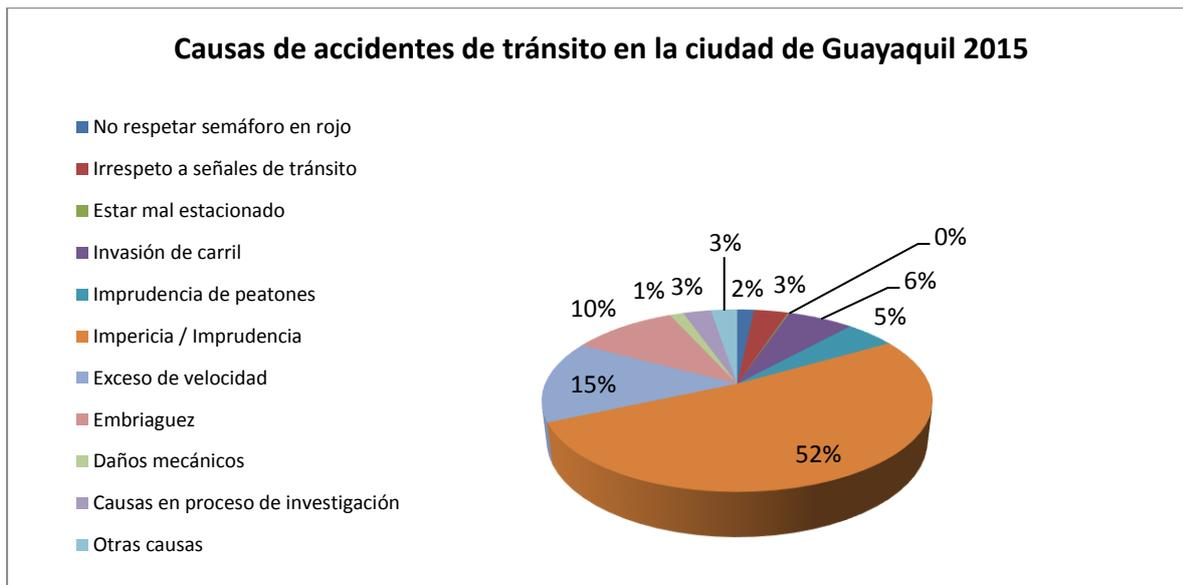
**Figura 6. Muertes por accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil año 2015**  
 Nota: (ANT, 2016)

Mientras que la cantidad de heridos por accidentes de tránsito en Guayaquil resulta mayor al de los fallecidos, y esto se debe a que existen varios accidentes que pueden ser catalogados como leves, pero de igual forma ocasionan lesiones que podrían afectar la posterior vida de los que las sufren.



**Figura 7. Heridos a causa de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil año 2015**  
 Nota: (ANT, 2016)

Finalmente, se presentan las cifras que el año 2015, presentó en lo que respecta a los principales motivos por los cuales se produjeron accidentes de tránsito por errores humanos, ya que se desea conocer qué sectores serían los más beneficiados por la actual propuesta; es así que de acuerdo a la ANT (2016), la impericia con el 56% es la principal causa de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil, seguido del exceso de velocidad con un 15% y en tercer puesto la embriaguez con el 10%; es así que serían los principales motivos que la actual propuesta debe resolver, para así poder ingresar al mercado guayaquileño de manera idónea. A continuación, se presenta una figura en la que se observa la distribución por porcentajes de cada una de estas causas:



**Figura 8. Causas de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil 2015**  
 Nota: (ANT, 2016)

### 2.1.3 Campañas de concientización de accidentes de tránsito

Dentro de este punto se muestran las principales campañas de concientización sobre accidentes de tránsito aplicadas durante los últimos años en el Ecuador:

**Tabla 2. Campaña “Mira al Frente”**

#### CAMPAÑA “MIRA AL FRENTE”



Esta campaña fue diseñada para combatir el mal hábito de caminar y conducir haciendo uso del teléfono celular, ocasionando que se abstraigan de los peligros y demás situaciones que se presentan en el entorno en el que se desenvuelve, ocasionando así accidentes de distinta índole que desencadenan consecuencias fatales (Revista Zona Libre, 2013).

Nota: (Revista Zona Libre, 2013)

**Tabla 3. Campaña Corazones Azules**

---

**CAMPAÑA “CORAZONES AZULES”**

---



Esta campaña se inició en el 2004. para poder contrarrestar las altas tasas de mortalidad por accidentes de tránsito que presentaba el país; la campaña consistía en pintar corazones azules en las vías del país, como símbolo de una muerte suscitada en las calles a causa de un accidente de tránsito y se basaba en el slogan “No más corazones azules en las vías”.

Se utilizó a personalidades públicas como cantantes y presentadores de televisión para dar mayor relevancia a la campaña (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015).

---

*Nota:* (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015)

**Tabla 4. Campaña “Párale el carro”**

---

**CAMPAÑA “PÁRALE EL CARRO”**

---



En el año 2012 se presentó esta campaña, la cual fue catalogada como “campaña nacional permanente de educación en seguridad vial” y tenía por objeto, disminuir las cifras de accidentes de tránsito en las carreteras y calles del país, haciendo uso de actividades que promueven el respeto a las leyes de tránsito.

Esta campaña buscaba controlar cuatro infracciones principalmente, el exceso de velocidad, uso del celular al conducir, manejar en estado etílico y el irrespeto a los ciclistas y peatones (Ministerio de Obras Públicas y Transporte, 2012).

---

*Nota:* (Ministerio de Obras Públicas y Transporte, 2012)

#### **2.1.4 Servicios similares en países de la región**

En países vecinos como Perú y Chile principalmente, existen varias empresas que brindan el servicio de choferes auxiliares o como son denominados en estos mercados

“choferes de reemplazo”; a continuación, se presentan las características de algunas de estas empresas:

**Tabla 5. Empresa Transporte Nocturno**

---

**TRANSPORTE NOCTURNO (CHILE)**

---



**Servicios**

La empresa posee una página web en la que los usuarios pueden cotizar entre distintas alternativas de precio; se ubica en la ciudad de Santiago de Chile y ofrece los siguientes servicios:

- **Chofer de reemplazo:** Se gestiona un chofer al lugar y hora que el chofer desee.
- **Administración de estacionamientos:** Sirve para eventos sociales en los que exista una gran afluencia de personas, el cliente paga por los costos resultantes del servicio).
- **Valet parking:** El estacionamiento del vehículo cada vez que el conductor llegue a depositar el vehículo en su trabajo o residencia.

---

**Tabla 6. Security Driving**

---

**SECURITY DRIVING (PERÚ)**

---



**Servicios**

Esta organización posee choferes capacitados y con experiencia en conducir por periodos prolongados de tiempo o en horas que son catalogadas como “no laborables”; los servicios ofertados son los siguientes:

- Eventos corporativos:
- Traslado al aeropuerto
- Eventos sociales:
- Viajes por turismo:
- Adultos mayores:
- Matrimonios:

---

*Nota:* (Security Driving, 2016)

Tabla 7. Choferes de Reemplazo

---

CHOFERES DE REEMPLAZO (PERÚ)

---



### Servicios

Esta empresa como único requisito para la contratación del servicio pide que se presente la tarjeta de propiedad del vehículo y el seguro obligatorio de accidentes de tránsito; sus servicios son los siguientes:

- **Puerta a puerta:** Un chofer de la empresa maneja el vehículo solicitado hasta un lugar acordado.
- **Valet parking:** El vehículo recibido se estaciona y luego es entregado cuando el cliente lo requiere.
- **Chofer por horas:** El chofer es enviado y el cliente puede contar con sus servicios por lapsos de entre 2 y 8 horas.
- **Talleres:** El auto del cliente es llevado hasta el taller deseado y luego entregado donde sea necesario.

---

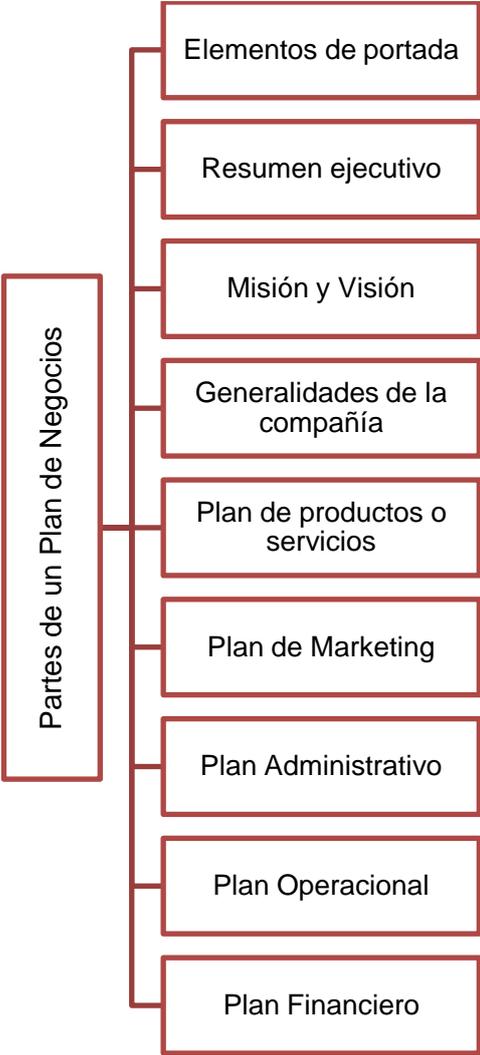
*Nota:* (Choferes de Reemplazo, 2014)

## 2.2 Marco Teórico

### 2.2.1 Plan de Negocios

Un plan de negocios es un documento que contiene de forma ordenada y detallada el rumbo financiero y operacional que un negocio efectuará, enfocándolo desde tres perspectivas, el pasado, presente y futuro; siendo el pasado, una descripción de la forma en que se constituye el negocio por medio de los antecedentes del mismo; el presente es el contexto en el cual se desenvuelve la empresa y el futuro es la proyección de los objetivos a conseguir mediante el logro de las metas estipuladas a corto, mediano y largo plazo (Piñero, 2015). EL Plan de Negocios puede considerarse importante por lo siguiente: “Tanto los inversionistas como los administradores utilizan el plan para comprender mejor el negocio, el tipo de producto o servicio que se ofrece, la naturaleza del mercado, así como las características del empresario y del equipo administrativo” (Piñero, 2015).

Es así, que se puede indicar que esta herramienta de planificación permite que se facilite la aplicación de acciones para que la empresa se desarrolle apropiadamente en el mercado, lo que es posible por medio de la consecución de los objetivos más viables para la entidad. Los planes de negocios resultan de gran importancia previos a la creación de una empresa, ya que se requiere contar con la información interna y externa que le permita al empresario definir sus acciones para conseguir que su negocio se pueda desenvolver en su entorno de la manera más productiva; para esto deben establecerse los siguientes aspectos dentro del mismo:



**Figura 9. Modelo de Plan de Negocios**  
*Nota:* (Weinberger, 2009)

Conforme a lo establecido por Sahlman (1997), es necesario que se conozcan los siguientes datos dentro de los puntos mencionados, para generar la información trascendental para la empresa:

- Los clientes de la empresa
- El costo de compra de los recursos necesarios ahora captar nuevos clientes, así como el tiempo que tomará lograrlo.
- La forma en la que el cliente compra el producto o servicio.
- El costo del producto o servicio a comercializar.
- La competitividad del sector.
- Las debilidades y fortalezas de la competencia.
- El ciclo de vida del producto.
- La posibilidad de establecer estrategias con otras empresas.
- Tiempo en el que los inversionistas recibirán dividendos.
- Estrategias para alcanzar los distintos segmentos del mercado.

### **2.2.2 Análisis PEST**

PEST corresponde a las siglas de factores “Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos”, que deben ser evaluados dentro el macro entorno donde se desarrollará un negocio, para poder identificar factores externos o exógenos que pudieran significar una oportunidad o amenaza para el negocio, permitiendo validar ciertas estrategias que ayuden a aprovechar las oportunidades de una industria y así se contrarresten ciertas amenazas, las cuales están afectando actualmente o podrían tener un impacto negativo en la fuerza de ventas o rentabilidad del proyecto de inversión (Parada, 2013). Bajo este contexto, los lineamientos que deben abordarse por cada aspecto o factor, dependen del tipo de negocio que

se vaya a realizar, pero existen ciertos parámetros básicos que deben ser considerados, tales como:

- **Políticos:** este aspecto abarca aquellas leyes, normativas, ordenanzas municipales, salvaguardias, aranceles y demás disposiciones impuestas por el gobierno nacional o los municipios como parte de su rol de regulación y control de las actividades comerciales. Este tipo de medidas podría significar una oportunidad o amenaza en algunos casos, según el tipo de enfoque que tengan las políticas públicas en una economía expansiva o en recesión. Por tanto, es un factor clave que debe ser analizado para saber qué leyes deben cumplirse y así evitar sanciones por parte de los entes reguladores.
- **Económicos:** permiten considerar, analizar y estudiar las distintas cuestiones económicas que se desarrollan en el mercado, así como prever las tendencias que pudiesen presentarse; entre los aspectos a considerar se encuentran las tasas de interés, la inflación, los ciclos económicos, la tasa de desempleo, el tipo de cambio, las políticas económicas de un gobierno, así como todos los factores macroeconómicos de una nación.
- **Sociales:** en este aspecto deben analizarse ciertos patrones de comportamiento que posee una sociedad, en relación al consumo de un bien o servicio, mediante aspectos como sus gustos y preferencias, nivel de ingresos, disposición y frecuencia de compra, percepción costo – calidad, además de la manera en que se comunican y distintos aspectos culturales.
- **Tecnológicos:** Permite conocer la forma en que se desarrollan los procesos tecnológicos en el país, asociados con el giro que posee el negocio, como la inversión en tecnología que se aplica en el país, así como la aparición de nuevas tecnologías y el impulso que el gobierno destina para mejorar sus índices tecnológicos. El conocimiento de estos aspectos permitirá a la empresa alinearse a los procesos existentes, así como implementar nuevos mecanismos que no se hayan desarrollado aún en el mercado objetivo.

Llevar a cabo un análisis PEST brinda la oportunidad de visualizar el panorama total en el que la empresa se desenvolvería, evidenciando los aspectos positivos y negativos, para así poder establecer las estrategias adecuadas en cada uno de los casos.

### 2.2.3 Análisis de la Cinco Fuerzas de Porter

Es una teoría de planeación estratégica desarrollada por el gurú Michael Porter (1980) en la cual se explica que el éxito de un negocio radica en la influencia que pudieran tener las diversas fuerzas competitivas que conforman un mercado a nivel micro, tomando en consideración el poder de negociación entre clientes y proveedores, grado de amenaza de productos sustitutos y la posibilidad de nuevos competidores; y finalmente, el grado de rivalidad entre los competidores que ya se encuentran ofreciendo un determinado producto o servicio. Al final, este análisis debe establecer el grado de atractivo de un entorno en función de la cantidad de barreras de entrada que pudieran presentarse, motivo por el cual se califican como alto, medio o bajo nivel de incidencia.



**Figura 10. Las 5 Fuerzas de Porter**

**Fuente: Porter (1980)**

Como puede apreciarse, existe una relación entre las cuatro primeras fuerzas, generando así una quinta que se denomina “rivalidad entre los competidores”, la misma que contribuye para determinar el potencial de beneficios que posee un mercado para poder llevar a cabo un

negocio en particular; el nivel de las fuerzas dominantes determina el potencial de competitividad con el que cuenta un mercado y por ende su nivel de atractivo para ingresar a competir. Las fuerzas competitivas que este estudio analiza son las siguientes:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Se refiere al nivel de dificultad existente en el mercado para superar las barreras de ingreso por parte de nuevos competidores y dependiendo de la facilidad para ingresar a este y que una nueva empresa pueda apoderarse de un sector del imitador dependerá su nivel de atractivo.
- **Poder de negociación de los compradores:** Se puede medir de acuerdo a la manera en la que los compradores de un producto se encuentran organizados, puesto que, si existen productos sustitutos o si el producto ofertado no está bien diferenciado, los compradores tendrían un mayor poder para negociar.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Si se llegase a presentar el caso de que los proveedores de un bien necesario para producir el producto se encontrasen muy bien organizados, su capacidad de negociación sería muy alta, lo que supondría que la empresa tendría que devengar mayores recursos para su consecución, generando así que el mercado más difícil de satisfacer en cuanto a precios.
- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Puede ocurrir que existan productos sustitutos o que las posibilidades de que aparezca uno sean muy altas, lo que volvería al mercado menos atractivo, porque esto supondría la pérdida de una cantidad de clientes indeterminados.
- **Rivalidad entre los competidores:** Si en un mercado los competidores se encuentran ya posicionados, hay una gran cantidad de empresas o existe un mercado con costos fijos elevados, entonces el mercado se podría catalogar como altamente competitivo para ingresar, lo que podría desencadenar en una guerra de precios, lo que sería más perjudicial para la nueva empresa, ya que aún no se encuentra posicionada.

Este análisis sirve para conocer el nivel de atractivo de un mercado, pudiendo determinar si es apropiado ingresar o no, permitiendo así reducir las probabilidades de un fracaso del negocio al desconocer las características del mercado.

#### **2.2.4 El Estudio de Mercado**

En referencia al estudio de mercado, es importante hacer un análisis de sus principales componentes, categorizados en dos grupos: la demanda y la oferta. Por tal razón, en este apartado se explicarán sus conceptos acordes a lo estipulado por los siguientes autores:

**Análisis de la demanda:** Se conoce como demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado solicita o requiere para satisfacer una necesidad específica, en función a un precio determinado. Básicamente, la demanda se analiza con el propósito de medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, en relación a un bien o servicio; y la forma en que estas fuerzas intervienen para satisfacer dicha demanda. De esta manera, la demanda se determina en función a los siguientes factores:

1. Necesidad de un bien o servicio.
2. Precio
3. Nivel de ingreso de la población.

Asimismo, en relación a la oportunidad la demanda puede ser: satisfecha, cuando lo producido es exactamente lo que el mercado necesita; o insatisfecha, cuando lo producido no alcanza para satisfacer al mercado. (Mercado & Palmerin, 2010).

**Análisis de la oferta:** El estudio de la oferta, se fundamenta en el conocimiento de los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, con el propósito de establecer las características de las empresas que los generan. Bajo este contexto, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen o están disponibles a distintos precios en un

momento determinado. Entre los factores que ayudan a determinar la oferta de un bien o servicio, se pueden mencionar los siguientes:

- *El precio del bien*, el cual se fija en función a los costos de producción y su variación se da en la medida que crece o baja la demanda, a mayor demanda los precios son más altos, mientras que a menor demanda los precios bajan. De ahí que existe una relación directamente proporcional.
- *La tecnología*, es otro de los factores que determinan la demanda, si esta es perfeccionada, la producción aumenta; es decir, hay más unidades disponibles u ofrecidas en un mercado.
- La oferta de los insumos, puesto que la abundancia o escasez de un insumo limita las cantidades ofrecidas a los consumidores.

Finalmente, como ocurre con la demanda, la estructura del mercado se da en función al número de clientes. (Merino, 2010).

De esta forma, el estudio de mercado se completa con una investigación que ayuda a establecer el perfil del consumidor, el cual sirve para determinar grupos con características similares que consumen determinado producto o servicio, así es posible establecer ciertas características en función a su estilo de vida, nivel de compra, preferencias, gustos, presupuesto, tendencia al consumo, entre otros aspectos favorables para el desarrollo de un plan de negocio. (Master Research, s.f.).

### **2.2.5 Cadena de Valor**

Es una herramienta diseñada por Michael Porter (1980) para efectuar un análisis relacionado con la planificación estratégica, para así identificar cada una de las partes que conforman a la empresa que se creará, lo que permitirá crear una ventaja competitiva por medio de sus actividades generadoras de valor.

La ventaja competitiva se consigue cuando la empresa genera e integra las acciones que posee en su cadena de valor para diferenciarse de su competencia; la cadena de valor se encuentra conformada por todas las acciones que generan algún valor para la empresa y puede dividirse en dos partes:

- **Actividades primarias:** Son las que empiezan y se relacionan con la creación física del producto, así como las acciones de post-venta; para esto se definen 5 actividades principales:
  1. **Logística interna:** Son todos aquellos procesos de recepción, almacenamiento y distribución de todas las materias primas.
  2. **Operaciones:** Todo aquello que sirve para elaborar el producto.
  3. **Logística externa:** Se refiere al almacenamiento de los bienes finales, previo a que sean distribuidos hacia el consumidor.
  4. **Marketing y Ventas:** Todas las acciones dirigidas a promocionar el producto.
  5. **Servicio de post-venta:** Las actividades que son necesarias para mantener y realzar el valor del bien o servicio.
- **Actividades secundarias:** Son todas las acciones necesarias para auxiliar o apoyar a las actividades primarias, pudiendo ser las siguientes:
  1. Las actividades que sirven para mejorar la infraestructura en las áreas contable, de planificación y finanzas.
  2. Para la dirección de los recursos humanos, es decir, la búsqueda, contratación y motivación del personal.
  3. Las compras.
  4. Desarrollo de la tecnología, investigación y desarrollo de generadores de valor.

## 2.2.6 El Plan de Marketing

Philip Kotler (2003, pág. 712) en el libro de su autoría, cuyo nombre es “Fundamentos del Marketing”, considera que el marketing puede definirse de la siguiente manera:

Es un documento escrito en el que se recogen los objetivos, estrategias, planes de acción relativos a los elementos de Marketing-Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, año tras año, paso a paso (Kotler, 2003).

El Plan de Marketing posee varias acciones que tienen como objetivo definir la manera en la que un bien o servicio será comercializado en el mercado que haya sido definido previamente, por lo que es necesario que realice un análisis de la información recabada en etapas previas, para así, con un diagnóstico claro, establecer cada una de las actividades a realizar dentro del Plan de Marketing (Kotler, 2003).

Mientras que los puntos a ser cubiertos para la creación, promoción, comercialización y distribución son las siguientes según Kotler (2003):

- **Producto:** El producto es el bien o servicio que una empresa provee a sus clientes para satisfacer las distintas necesidades que posean a cambio de una determinada compensación económica. Los objetivos a cumplir para lograr esta satisfacción deseada son los siguientes:
  1. Otorgar un valor agregado al producto
  2. Diversificar la marca
  3. Dotar de mayor calidad al producto
  4. Aumentar el ciclo de vida del producto
  5. Aprovechar la tecnología para crear nuevas necesidades en los consumidores y satisfacerlas

- **Precio:** El precio es el valor monetario que posee un bien o servicio, pero no únicamente se refiere a este aspecto, sino que también son todos aquellos costos en los que se incurrió para elaborar a estos; para esto, se debe establecer la relación costo – beneficio y así definir un precio justo.

Esta relación es absolutamente necesaria, ya que cuando un producto es nuevo en el mercado se deben tomar en consideración los costos de producción, promoción y distribución, para así establecer el margen de utilidad deseado y posteriormente el precio final.

- **Plaza:** Es la forma en la que el producto será distribuido hasta llegar al cliente final, por lo que se convierte en un factor trascendental que aseguraría el éxito del bien o servicio a comercializar, por lo que debe establecerse de acuerdo a las preferencias del mercado; para esto pueden elegirse tres alternativas:

1. **Mayorista:** Es un intermediario que expende los productos al por mayor, siendo sus clientes los minoristas, los cuales luego venden el producto al consumidor final.

2. **Minorista:** Comercializa el producto de manera directa hasta el consumidor, contando con la ventaja de retornar al mayorista la mercadería que no haya vendido en un tiempo determinado.

3. **Agente:** Es la persona encargada de gestionar la compra y venta del producto, adquiriendo este para comercializarlo, mas no para conservarlo o emplearlo.

- **Promoción:** Para que un bien o servicio sea conocido en el mercado, es necesario que se genere una imagen que sea aceptada por el público y así asegurar las ventas del mismo.

Las estrategias de promoción se deben enfocar en la consecución de la fidelización de los clientes actuales y encontrar y captar nuevos clientes.

### 2.2.7 Estudio de Factibilidad

El Estudio de factibilidad es un elemento que permite orientar a aquellos individuos que desean efectuar la toma de decisiones para la evaluación de un proyecto en su parte final de la fase pre-operativa; para esto se efectúa mediante la utilización de la información más certera, disminuyendo el grado de incertidumbre para así calcular las posibilidades de éxito o fracaso que un proyecto y así justificar o descartar la realización de una inversión (Miranda, 2005).

Mediante la aplicación de un estudio de factibilidad se puede contar con un referente sólido para calificar a un proyecto como positivo, posible o negativo, oportuno o conveniente, y así definir el diseño final en todos los niveles posibles como el nacional, regional, sectorial, o empresarial. Es así, que los objetivos de un estudio de factibilidad se establecen de la siguiente manera:

- Corroboración de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad específica que aún se encuentra insatisfecha, lo que contribuye a determinar si se podría ingresar a los gustos y preferencias del mercado.
- Establecer las ventajas desde el punto de vista financiero, ambiental, económico o social, asegurando de esta manera la existencia de los recursos necesarios para la creación de un bien o servicio.
- Definir la viabilidad técnica, así como la capacidad para contar con los recursos materiales, humanos, administrativo y financieros (Miranda, 2005).

Es así, que conforme a Navarro (2010), los tipos de factibilidad que se determinan dentro de este estudio son los siguientes:

- **Factibilidad técnica:** Esta evaluación permite demostrar si el negocio que se pretende llevar a cabo es posible de acuerdo a las necesidades técnicas del mismo, presentando los distintos problemas que podrían generar que el negocio no sea desarrollado correctamente.

- **Factibilidad financiera:** Recopila todos los aspectos financieros de manera resumida, ordenándolos de manera cronológica; es necesario que dentro de este análisis se defina el objetivo que se desea conseguir durante el tiempo que se aspira que dure el negocio, así como los fondos necesarios para cubrir la inversión primaria.
- **Factibilidad económica:** Brinda la capacidad de determinar si es posible o no la realización de un proyecto en lo que respecta a su viabilidad económica, puesto que justifica si el negocio generará ganancias que permitan recuperar la inversión efectuada y proveer dividendos a sus inversionistas.

### 2.2.8 Estudio Financiero

El estudio financiero se conforma de dos partes: la primera basada en las “proyecciones financieras” que incluyen un pronóstico de ventas, gastos y un análisis de punto de equilibrio. En lo relativo a ingresos, las proyecciones deben mostrar el volumen mensual de ventas previsto para cada categoría de producto (o servicio). En relación a los gastos, las proyecciones reflejan los costos de marketing previstos, desglosados en subcategorías. El análisis de punto de equilibrio debe mostrar cuántas unidades se deberían vender mensualmente para compensar los costos fijos mensuales y promedio de los costos variables por unidad. El autor Richard (2009) considera que el estudio financiero tiene la finalidad de analizar la situación financiera, la rentabilidad y la capacidad económica de una organización. Sirve para planear y llevar a cabo las acciones que conducirán al logro de los siguientes objetivos:

- Objetivos financieros
- Estado de situación financiera actual, histórico y proforma (solo para empresas constituidas)

- Análisis de costos
- Requerimientos de fondos
- Liquidez requerida. (Richard, 2009)

La segunda parte del plan financiero, se basa en la evaluación financiera, que sirve para determina la rentabilidad de un negocio, a través del indicador TIR y VAN. El Valor Actual Neto (VAN), es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el VAN sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el VAN sea menor que la inversión (VAN menor que 0). (Crece Negocios, 2012)

### **2.3 Marco Legal**

Dentro del Código Orgánico Integral Penal (COIP) se establecen sanciones para las contravenciones y delitos de tránsito, asumiendo también aquellas infracciones que se encontraban estipuladas en la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial; esta situación ha permitido que se definan escalas para sancionar a los conductores que conduzcan su vehículo en estado etílico y para aquellos que lo hagan en automotores que no cuenten con las seguridades necesarias.

De acuerdo al artículo 385 del COIP existen tres escalas en los cuales se puede determinar el nivel de embriaguez de un conductor; a continuación, se presentan las penas a recibir de acuerdo a los niveles determinados:

**Tabla 8. Niveles de alcohol y sanciones**

<b>NIVELES DE ALCOHOL Y SANCIONES</b>			
<b>Nivel de alcohol por litro de sangre</b>	<b>Multa económica</b>	<b>Penal privativa</b>	<b>Puntos en licencia de conducir</b>
0.3 – 0.8 grados	1 salario básico unificado	5 días de privación de libertad	5 puntos
0.8 – 1.2 grados	2 salarios básicos unificados	15 días de privación de libertad	10 puntos
Superior a 1.2 grados	3 salarios básicos unificados	60 días de privación de libertad	Suspensión de la licencia

*Nota:* (COIP, 2016)

Además de lo estipulado en el COIP y presentado en la tabla anterior, en caso de que se llegase a presentar una muerte producto de un accidente de tránsito, se expedirá una pena de hasta 12 años y la suspensión definitiva de la licencia de conducir; y en caso de que el accidente sea provocado por una unidad de transporte público, la responsabilidad se extenderá hasta el propietario del vehículo y a la empresa para que se hagan cargo de posibles daños materiales.

Actualmente, los daños materiales que se susciten por un accidente de tránsito generan penas privativas para aquellos que los ocasionen, situación que no era estipulada en leyes anteriores; esto se ha efectuado con la intención de reducir los índices de accidentes y siniestros ocasionados por personas que manejan vehículos (COIP, 2016).

## CAPÍTULO III

### 3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Métodos de Investigación

Dentro del presente estudio se emplearán los métodos inductivo y deductivo, los cuales se fundamentan en la técnica de recolección de datos de la encuesta, empleándola como un cuestionario para determinar los factores de mayor importancia para el mercado objetivo (Aguilar, 2013).

Mientras que el método inductivo se dirige de la particularidad de los hechos, para posteriormente definir conclusiones generales que se convertirán en fundamentos teóricos (Torres, 2006); y, por ende, permitirá definir el potencial de aceptación del servicio en el mercado objetivo.

El método deductivo permite mediante la utilización de conclusiones generales, elaborar explicaciones de tipo particular (Torres, 2006); por lo que dentro el presente estudio se podrá determinar la necesidad de presentar soluciones al problema de los accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil.

#### 3.2 Población y Muestra

La población que abarca la presente investigación queda constituida por los 350,000 vehículos matriculados según la ATM (2015), por lo que sus propietarios serían los individuos objeto de estudio; debido a que es una cantidad considerable, se ha propuesto emplear la fórmula de poblaciones finitas, misma que permite generar una muestra que posea las mismas características de la población general, pero que posea una cantidad menor de individuos, para poder desarrollar en ella las herramientas de recolección de datos. A continuación, se detalla la fórmula empleada:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

*Nota:* (Rodriguez, 2005)

A continuación, se detallan los términos existentes en la fórmula:

- N: es el tamaño de la población objetivo, son 350,000 propietarios de vehículos en Guayaquil.
- Z: se obtiene según el nivel de confianza, resultando 1.96
- n/c: es el nivel de confianza utilizado, en este caso es de 95%.
- p: es la probabilidad de que el evento llegue a ocurrir, siendo comúnmente utilizado el 50%.
- q: es la probabilidad de que el evento no llegue a suceder, es el restante del porcentaje anterior, 50%.
- e: es el error máximo a tolerar en la muestra, 5%.

Luego de realizar el reemplazo de términos en la fórmula, se obtuvo un resultado de 384 personas y por ende será en este número que se desarrollará el estudio de campo; a continuación, se presenta el desarrollo de la fórmula:

**Tabla 9. Desarrollo de la fórmula**

<b>n/c=</b>	95%	<b>n =</b>	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
<b>z=</b>	1.96		
<b>p=</b>	0.50		
<b>q=</b>	0.50		
<b>N=</b>	350,000	<b>n =</b>	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (350,000)}{(350,000- 1) (0.05)^2 + (1.96)^2(0.50) (0.50)}$
<b>e=</b>	5%		
<b>n=</b>	?		
		<b>n =</b>	$\frac{336140.00}{875.96}$
		<b>n =</b>	384 personas

### 3.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica a emplear es la encuesta, la cual se desarrollará mediante la elaboración de un cuestionario de preguntas cerradas, puesto que brindan una mayor facilidad para tabular los resultados a obtener; además de que cada pregunta puede ser analizada de manera más específica y concreta, mejorando la elaboración de las conclusiones posteriores.

### 3.4 Recursos: Fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos

La recolección de datos se realizará en la ciudad de Guayaquil, encuestando únicamente a aquellas personas que indiquen que poseen un vehículo, evitando así recoger información personas que no serían potenciales clientes del servicio a ofrecer.

**Tabla 10. Presupuesto**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Transportación	4 días	\$ 5.00	\$ 20.00
Alimentación y refrigerios	8	\$ 3.00	\$ 24.00
Copias en blanco y negro	272	\$ 0.03	\$ 15.00
Consumo de Internet	1 mes	\$ 22.00	\$ 132.00
Telefonía Móvil	1 mes	\$ 25.00	\$ 150.00
Pen Drive para guardar investigación	1	\$ 8.00	\$ 8.00
Esferográficas	2	\$ 0.45	\$ 0.90
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 349.90</b>

**Tabla 11. Cronograma de recolección de datos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>SÁBADO 1 OCT/2016</b>	<b>DOMINGO 2 OCT/2016</b>	<b>SÁBADO 8 OCT/2016</b>	<b>DOMINGO 9 OCT/2016</b>
Realización de encuestas a clientes potenciales	90	90	90	114

### 3.5 Tratamiento a la información: Procesamiento y análisis

#### 1. ¿Usted o su entorno (familiares o amigos) ha sufrido accidentes de tránsito?

**Tabla 12. ¿Ha sufrido accidentes de tránsito?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	295	76,82%
Sí	89	23,18%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores



**Figura 11. ¿Ha sufrido accidentes de tránsito?**

Elaboración: Autores

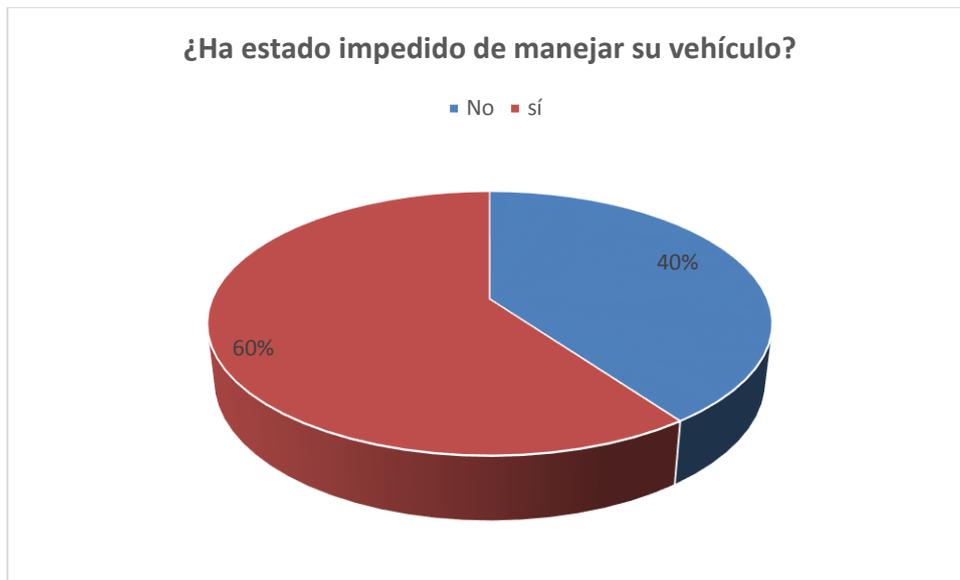
La mayor parte de los encuestados manifiesta que no ha sufrido accidentes de tránsito, ni tampoco sus familiares o amigos (77%); sin embargo, el 23% si ha estado envuelto en esta clase de incidentes, ya sea de manera directa o indirecta por parte de su entorno; es así, que el mensaje a difundir en el presente Plan de Negocios debe estar encaminado en priorizar la prevención de los accidentes mediante el uso del servicio.

## 2. ¿En alguna ocasión se ha encontrado impedido de manejar su vehículo?

**Tabla 13. ¿Ha estado impedido de manejar su vehículo?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	154	40,10%
sí	230	59,90%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores



**Figura 12. ¿Ha estado impedido de manejar su vehículo?**

Elaboración: Autores

El 60% de los encuestados acepta haberse encontrado en algún momento incapacitado de manejar su vehículo de manera adecuada, mientras que el 40% ha contestado negativamente a esta pregunta; el resultado muestra que los conductores pueden atravesar situaciones que no les permiten conducir por diversas causas, por lo que requieren encontrar una solución que les brinde la posibilidad de transportarse en sus propios autos.

### 3. Indique un factor por el que no haya podido manejar su vehículo:

Tabla 14. Factores que le han impedido conducir

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Cansancio y/o sueño	113	29,43%
Ebriedad	149	38,80%
Problemas de salud	97	25,26%
Situación emocional	25	6,51%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

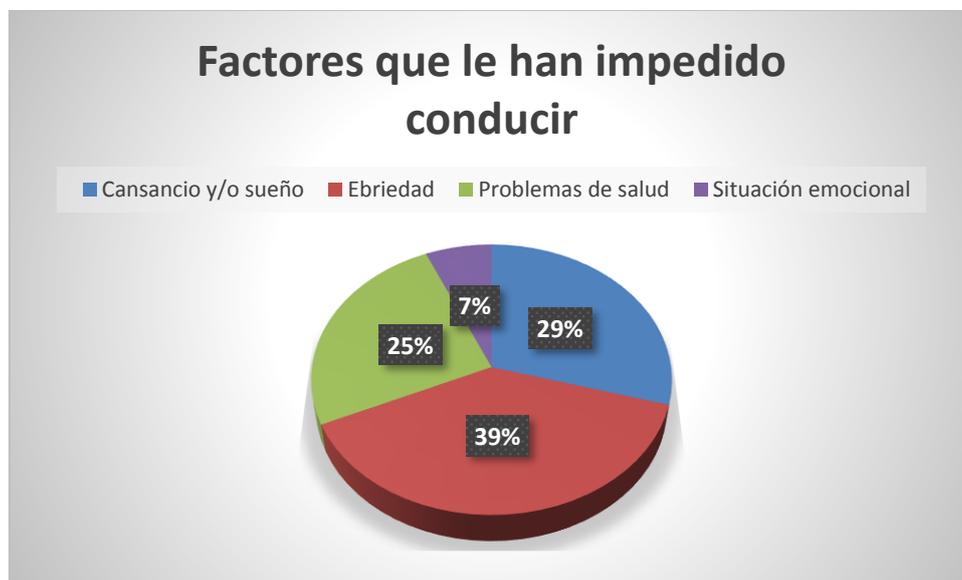


Figura 13. Factores que le han impedido conducir

Elaboración: Autores

Dentro de esta interrogante se busca conocer el motivo por el cual los conductores no pudieron conducir su vehículo, siendo así, que el 39% se lo atribuyó a encontrarse en estado de ebriedad, el 29% al cansancio y sueño, mientras que el 25% se lo atribuye a problemas de salud pasajeros y el restante 7% a encontrarse atravesando una situación sentimental adversa.

#### 4. ¿Cuándo se ha encontrado imposibilitado de manejar su vehículo, qué acción ha tomado?

Tabla 15. ¿Qué acciones ha tomado cuando no puede conducir?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Dejar el auto estacionado y llamar un taxi	86	22,40%
Llamar a un familiar o amigo	81	21,09%
Manejar a pesar de la situación	217	56,51%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

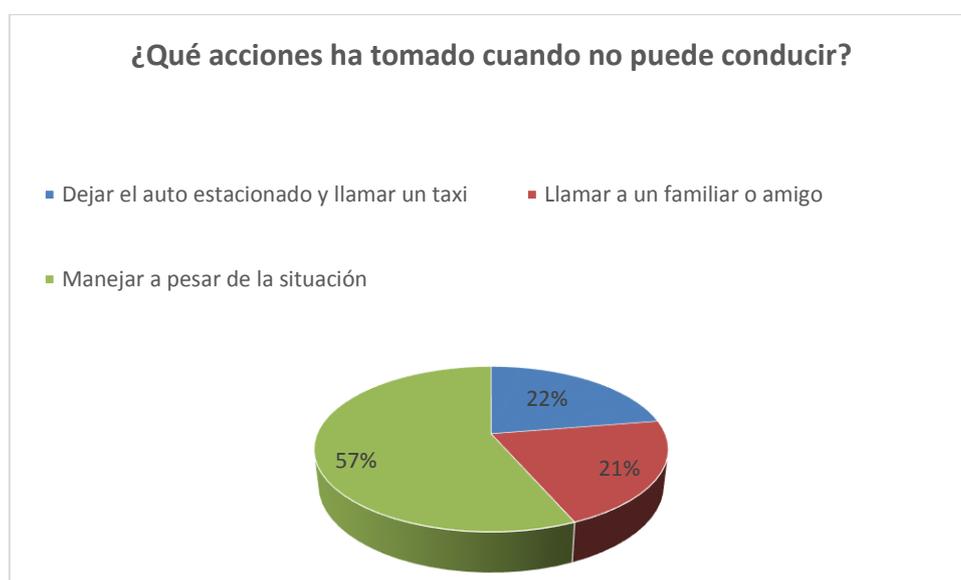


Figura 14. ¿Qué acciones ha tomado cuando no puede conducir?

Elaboración: Autores

Para remediar esta situación, los encuestados manifiestan que las principales acciones que han tomado fueron, con el 57%, manejar a pesar de encontrarse indispuerto, lo que resulta peligroso para él y para su entorno; el 22% prefirió dejar el auto estacionado y llamar a un taxi, mientras que el restante 21% llamó a un familiar o amigo para que los lleve a su destino en su propio automóvil.

5. ¿Conoce lo que significa el término “conductor auxiliar”? (en caso de ser negativa la respuesta, proceder a explicarlo)

Tabla 16. ¿Conoce sobre los conductores auxiliares?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	282	73,44%
Sí	102	26,56%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

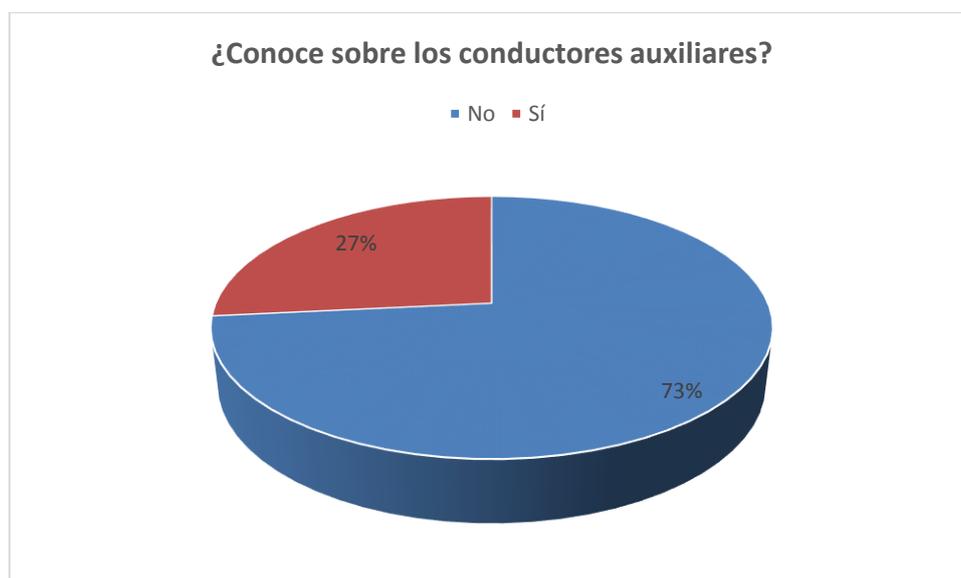


Figura 15. ¿Conoce sobre los conductores auxiliares?

Elaboración: Autores

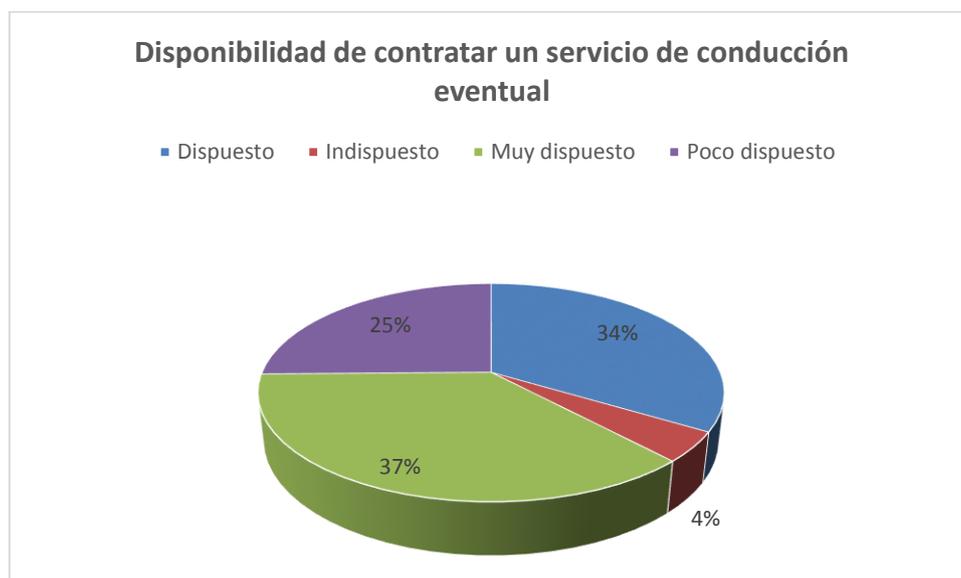
La mayor parte de los encuestados desconoce el término “conductor auxiliar”, así lo expresa el 73% de la muestra, lo que es comprensible debido a que este servicio no existe actualmente en el país; mientras que el restante 27% afirma conocerlo, ya que han viajado o han conocido por terceros la forma en que este tipo de servicio se desarrolla en países de la región.

## 6. ¿Qué tan dispuesto estaría de contratar un servicio de conducción eventual?

**Tabla 17. Disponibilidad de contratar un servicio de conducción eventual**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Dispuesto	129	33,59%
Indispuesto	17	4,43%
Muy dispuesto	141	36,72%
Poco dispuesto	97	25,26%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores



**Figura 16. Disponibilidad de contratar un servicio de conducción eventual**

Elaboración: Autores

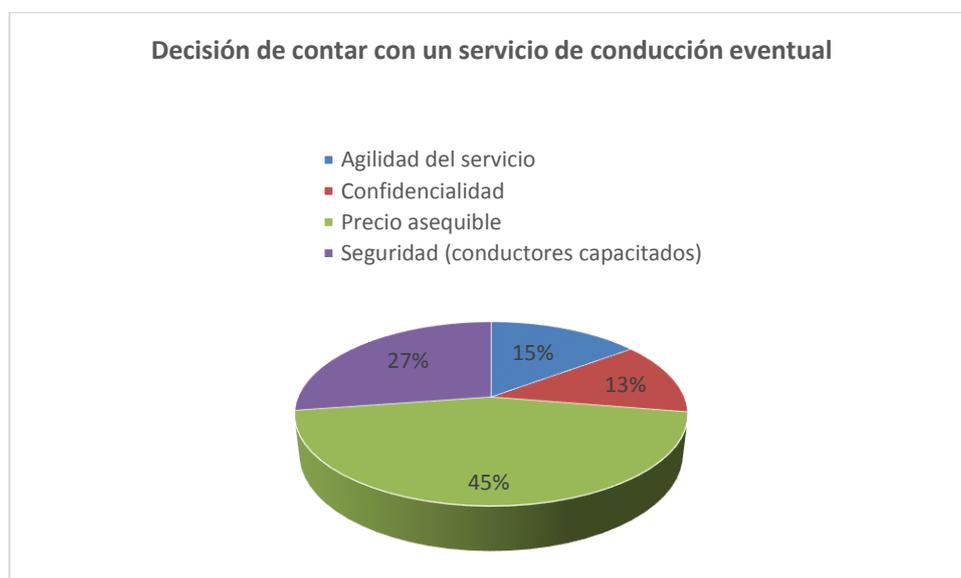
En esta interrogante se plantea definir el nivel de aceptación que tendría el servicio de conductor eventual que se planea ofrecer dentro del presente Plan de Negocios, es así, que el 37% manifestó encontrarse muy dispuesto y el 34% dispuesto, lo que evidencia la apertura existente en el mercado objetivo; solamente el 4% se mostró indispuesto ante la propuesta actual y un 25% poco dispuesto, por lo que se deberían enfocar acciones que los alienten a probar y así lograr su aceptación hacia el producto.

## 7. ¿Qué factor incide en su decisión de contratar un servicio de conducción eventual?

**Tabla 18. Decisión de contar con un servicio de conducción eventual**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Agilidad del servicio	57	14,84%
Confidencialidad	49	12,76%
Precio asequible	173	45,05%
Seguridad (conductores capacitados)	105	27,34%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores



**Figura 17. Decisión de contar con un servicio de conducción eventual**  
Elaboración: Autores

El factor que incidiría mayormente en la decisión de compra del servicio es el precio, ya que el 45% considera que este debe contar con un precio asequible, el 27% lo haría si existiesen conductores debidamente capacitados, el 15% quisiera que el servicio sea ágil, es decir que, al llamar a la empresa, esta envíe al conductor en el menor tiempo posible y el 7% quisiera que prime la confidencialidad, para evitar que se conozca el estado por el que atravesó el cliente.

## 8. ¿En qué situación regular consideraría contratar el servicio de conducción eventual?

Tabla 19. Circunstancia en las que contrataría el servicio de conducción eventual

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Luego de un evento social	181	47,14%
Para conducir varias horas al día	41	10,68%
Para dirigirse al lugar de trabajo	41	10,68%
Por motivo de viaje	121	31,51%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores



Figura 18. Circunstancia en las que contrataría el servicio de conducción eventual

Elaboración: Autores

Es importante que el servicio no sea únicamente relacionado con situaciones como consumo de sustancias psicotrópicas o estupefacientes, ni por problemas de salud o emocionales, los cuales podrían ser poco frecuentes, por lo que se proponen situaciones casuales para emplear el servicio; el 47% lo haría antes o después de acudir a un evento social, el 31% cuando realice un viaje, mientras que las opciones de conducir por varias horas o ir al trabajo contaron con el 11% en ambos casos.

## 9. ¿De qué manera considera que debe fijarse el precio del servicio?

Tabla 20. Precio del servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Cobro por kilómetro	33	8,59%
Cobro por tiempo	57	14,84%
Precio fijo	161	41,93%
Tarifa igual a taxi ejecutivo	133	34,64%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

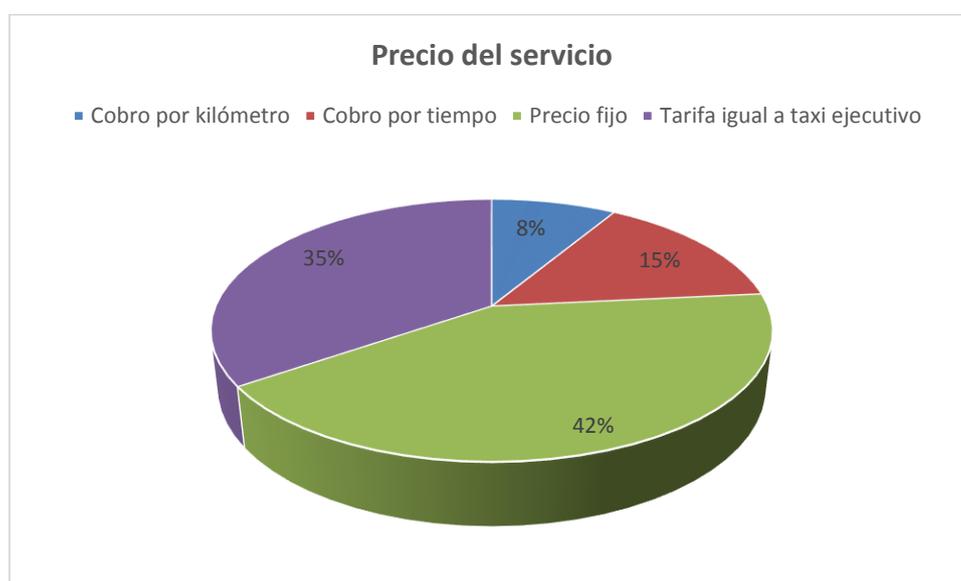


Figura 19. Precio del servicio

Elaboración: Autores

Al ser el precio un factor de gran importancia para el mercado objetivo, debe ser fijado de acuerdo a las preferencias de los individuos que lo componen; el 42% considera que el servicio debe poseer un costo fijo, mientras que el 35% cree que el cobro debe realizarse con valor iguales a los de un taxi ejecutivo, el 15% desea que el precio vaya de acuerdo al tiempo que toma llegar al lugar de destino del cliente y el restante 8% quisiera que el valor del servicio se base en los kilómetros recorridos.

## 10. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre el servicio de conducción eventual?

Tabla 21. Medios de información del servicio de conducción eventual

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Prensa escrita	50	13,02%
Radio	33	8,59%
Redes sociales	209	54,43%
Televisión	92	23,96%
<b>Total general</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

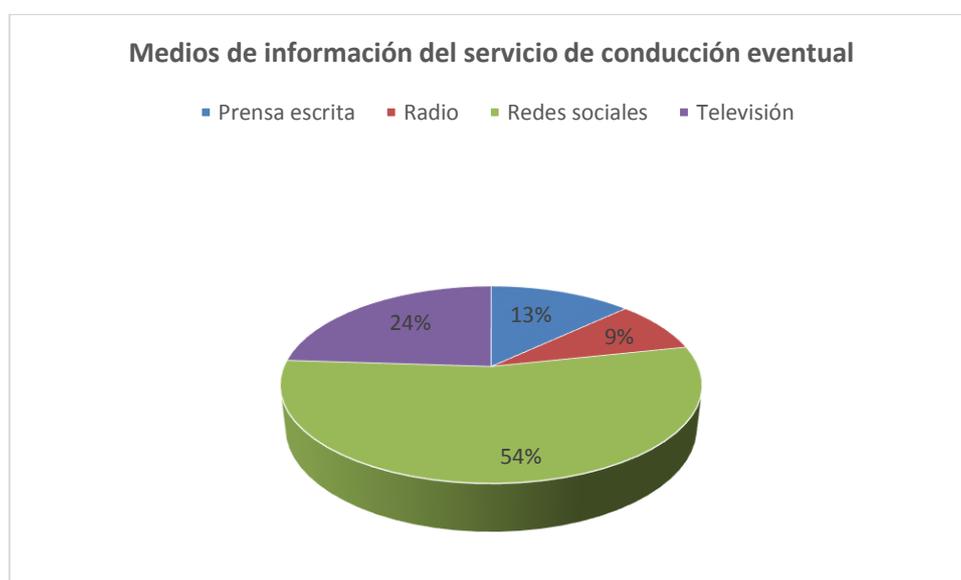


Figura 20. Medios de información del servicio de conducción eventual

Elaboración: Autores

En lo que respecta a la forma en la que el mercado desea conocer sobre el servicio de conductores eventuales en la ciudad de Guayaquil es mayormente por medio de las redes sociales, así lo manifiesta el 54% de los encuestados; el 24% preferiría que fuera por televisión, el 13% por medio de la prensa escrita y el 9% restante quisiera que fuera mediante mensajes radiales.

### 3.5.1 Conclusiones del estudio de mercado

Es así, que las conclusiones del estudio de mercado quedan definidas de la siguiente manera:

- La mayor parte de la muestra manifiesta no haber sufrido un accidente de tránsito, por lo que la empresa debe enfocar su campaña de difusión en la prevención de los accidentes de tránsito mediante la utilización del servicio de conductores eventuales.
- La ebriedad, el cansancio y/o sueño, así como los problemas de salud, son los principales motivos, por los cuales los conductores se han encontrado imposibilitados de manejar sus vehículos en distintos momentos; sin embargo, a pesar de esto han conducido sus autos, poniendo en riesgo su integridad y la de terceras personas.
- La solución más empleada en estos casos han sido dejar el auto estacionado y llamar a un taxi, así como llamar a un familiar o amigo para que los lleve en su auto hasta su lugar de destino.
- La mayoría de encuestados estaría dispuesto a contratar el servicio, siempre que este cuente con un precio asequible y con conductores debidamente capacitados, para así poder confiar sus vidas y su vehículo de manera que el servicio les genere tranquilidad.
- Así también, los motivos casuales por los que el servicio sería utilizado son para acudir y retirarse de un evento social y para realizar viajes; además, desearían conocer sobre el servicio mediante las redes sociales, puesto que es un medio más ágil.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 LA PROPUESTA**

#### **4.1 Generalidades de la propuesta**

Dentro de la presente investigación se ha detallado cada una de las partes que componen el problema a estudiar, así como los objetivos que se persiguen dentro del documento, definiendo los posibles alcances que tendría la investigación planteada, para finalmente crear la hipótesis pertinente.

En el capítulo 2 se establecen todos los referentes teóricos necesarios para que la propuesta a configurar posteriormente cuente con los fundamentos necesarios que le permitan ser construida de la mejor manera posible, además de contar con la información necesaria para observar la forma en que servicios similares se han desarrollado en otros mercados.

Mientras que en el capítulo 3 mediante una investigación de mercado se pudo evidenciar las preferencias de los potenciales clientes de la empresa, para que el producto sea configurado con la mayor cantidad de factores atractivos para el mercado, aumentando las posibilidades de aceptación de la marca.

Es así, que la propuesta a configurar complementará la información recabada por medio de análisis PEST, Porter, así como matrices FODA, EFE, EFI y demás herramientas para crear un servicio adaptado a las características del mercado y sus participantes.

#### **4.1.1 Título de la propuesta**

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONDUCCIÓN  
EVENTUAL

#### **4.1.2 Justificación de la propuesta**

La presente propuesta servirá para crear una empresa que sirva como una alternativa para el mercado guayaquileño en lo que se refiere a transporte, brindando una solución a situaciones en las cuales el propietario de un vehículo desea moverse en este, pero no se encuentra capacitado para hacerlo. La empresa se convertiría en un participante activo en cuanto a la reducción de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil, así como en un nuevo negocio que genere ingresos para sus inversores, además de volverse una fuente de trabajo principalmente para conductores profesionales y para todo el personal operativo necesario para desarrollar las actividades propias de la organización.

#### **4.1.3 Objetivo general de la propuesta**

Elaborar un plan de negocios que provea el servicio de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil.

#### **4.1.4 Objetivos específicos de la propuesta**

- Lograr un posicionamiento en la ciudad de Guayaquil durante el primer año de funcionamiento de la empresa.
- Obtener una utilidad neta del 10% anual, lo que serviría para asegurar la sostenibilidad financiera del negocio.
- Establecer convenios con entidades estatales, las cuales le permitan a la empresa volverse un socio activo en la disminución de los accidentes de tránsito en la ciudad.

## 4.2 Esquema estratégico

### 4.2.1 Análisis PEST

- **Aspectos Políticos**

Dentro del presente trabajo de titulación se han tomado en consideración la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, así como al COPCI, ya que presentan los siguientes aspectos relacionados con el servicio de choferes provisionales:

**Tabla 22. Aspectos Políticos**

---

<b>ASPECTOS POLÍTICOS</b>
<p style="text-align: center;"><b>El COPCI</b></p> <p>El Código Orgánico de la Producción posee artículos que promueven la realización de actividad empresarial dentro del Ecuador, para lo cual establecen beneficios para que los negocios en el país amplíen los productos y servicios que ofrecen, siendo el beneficio más representativo son la exoneración en el pago del impuesto a la renta durante los cinco primeros años de funcionamiento, ayudando a las empresa a superar estos años que resultan cruciales para cada nuevo negocio (COPCI, 2010).</p> <p style="text-align: center;"><b>Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial</b></p> <p>Esta ley dentro de su artículo 182 indica que ninguna persona puede conducir un vehículo motorizado si ha consumido alcohol en niveles que superen el establecido dentro de esta, es decir, 0.3° y en caso de infringir la ley, el infractor se hará merecedor a la pérdida de puntos en su licencia de conducir, multas económicas que van desde los tres salarios básicos y penas privativas de libertad en caso de que se presentan fallecidos a causa de accidentes de tránsito provocados por el conductor del automotor (LOTTTSV, 2008).</p>

---

**Elaboración: Autores**

El COPCI presenta condiciones favorables para la presente propuesta en el ámbito de apoyo a la inversión a realizar, mientras que la LOTTSV se configura como una herramienta disuasiva para manejar un vehículo en condiciones no aptas para su adecuado uso.

- **Aspectos Económicos**

En lo relacionado con el campo económico, se toman en consideración los principales factores que podrían afectar de manera positiva o negativa el desarrollo del negocio.

**Tabla 23. Indicadores Económicos**

<b>PIB 2016 (-1.9%)</b>	El PIB ecuatoriano ha presentado un decrecimiento durante todo el 2016, actualmente se encuentre en 1.9%, lo que es negativo para la presente propuesta, ya que muestra que la situación del país es complicada, por lo que los ecuatorianos no desembolsan una gran cantidad de dinero en bienes y servicios.
<b>Inflación (0.15%) a septiembre de 2016</b>	La inflación del Ecuador ha decrecido en los últimos meses, luego de encontrarse en valores que rondaban el 0.30%, por lo que se muestra una ligera mejoría y así los precios no se incrementarían en exceso.
<b>Riesgo país (757.00) a 19 de octubre de 2016</b>	El riesgo país viene disminuyendo desde hace varios meses, lo que hace que el Ecuador sea un país más confiable para invertir, lo que haría que inversores se interesen en el proyecto.
<b>Tasa de Interés pasiva (5.75%) a octubre de 2016</b>	La tasa de interés en los últimos dos meses ha disminuido, sin embargo, en el resto del año se ha mantenido estable, por lo que se podría esperar que vuelva a aumentar y así mostrarse como un aliciente para invertir en la banca ecuatoriana los posibles beneficios que genere el negocio.

Elaboración: Autores

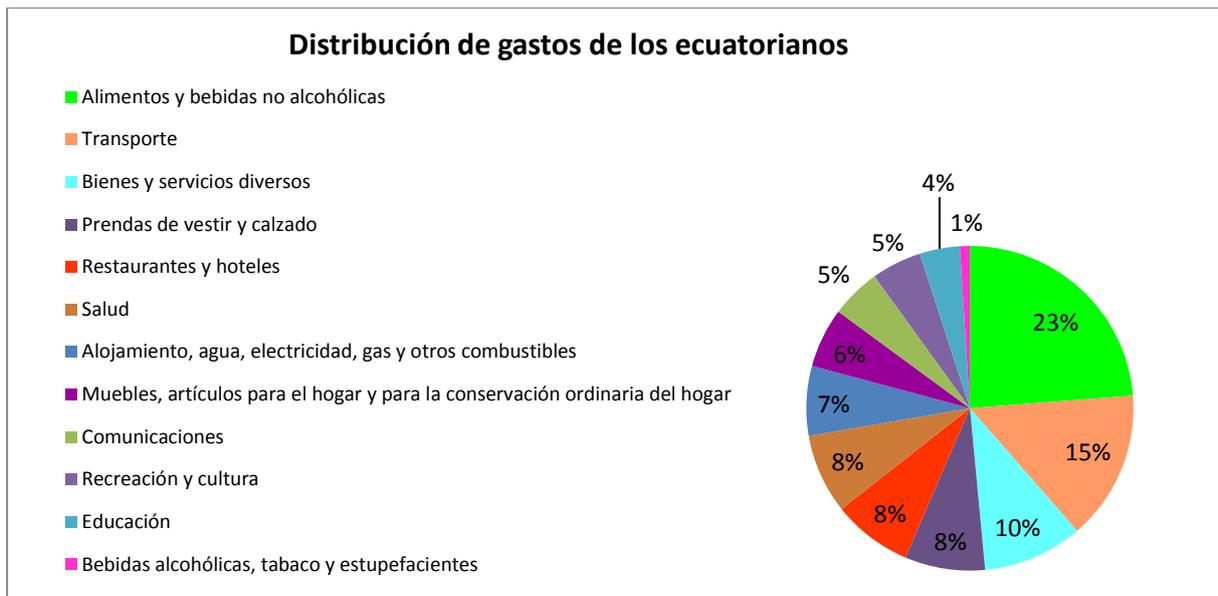
Los indicadores económicos se muestran positivos, tomando en consideración la situación complicada por la que atraviesa el país, por lo que la creación de nuevos negocios contribuiría con el dinamismo de la economía del país.

- **Aspectos Sociales**

Los aspectos culturales de los guayaquileños y que tendrían relación con la presente propuesta son los siguientes:

1. Falta de cultura al momento de conducir vehículos motorizados, por lo que se presenta una gran cantidad de accidentes cada año.
2. La imprudencia al volante, ya que esta es la causa del 52% de los accidentes automovilísticos en la ciudad, situación que se presenta mayormente cuando los conductores manejan sus vehículos al encontrarse en condiciones no óptimas para operar vehículos motorizados.
3. La embriaguez al momento de conducir automóviles, siendo el 10% de los accidentes ocasionados por conducir bajo los efectos del alcohol, debido a que subestiman los daños que causa a los reflejos y al instinto de precaución de las personas.
4. La impericia, es decir, conducir sin contar con los conocimientos adecuados para afrontar las distintas situaciones que el camino podría presentar es la causante del 50% de los accidentes.

Es necesario también presentar la forma en la que los ecuatorianos gastan sus ingresos, para así conocer si la ciudad de Guayaquil es una urbe en la que el entretenimiento posee una alta incidencia en cuanto a consumo.



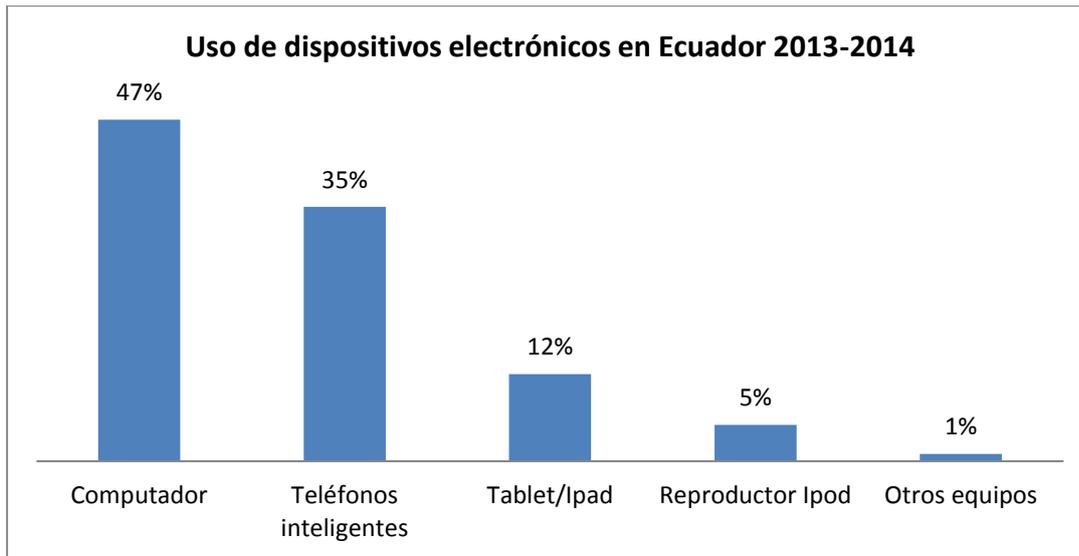
**Figura 21. Distribución de gastos de los ecuatorianos**

Nota: (INEC , 2012)

Las estadísticas presentadas muestran que el gasto corriente de los ecuatorianos es destinado a transporte en un 15% y a recreación en un 5%, por lo que se podría mencionar que los potenciales clientes del servicio dispondrían de un 20% de sus ingresos para situaciones relacionadas con el presente negocio.

- **Aspectos tecnológicos**

Como parte final de este análisis PEST se presenta el aspecto tecnológico que tendría relación con la presente propuesta, para lo cual se ha tomado en consideración la utilización de dispositivos electrónicos, para así difundir el servicio mediante internet, llegando a una mayor cantidad de personas, ampliando el mercado potencial del servicio.



**Figura 22. Uso de dispositivos electrónicos en Ecuador 2013-2014**

*Nota:* (INEC, 2014)

La mayor parte de los ecuatorianos emplea un computador como artefacto electrónico preferido, segundo de los teléfonos inteligentes y en tercer lugar las tablets; es así, que se deben comunicar los mensajes que la empresa considere importante remueva sus potenciales clientes por medio del internet, creando una interfaz que se pueda adaptar principalmente en estas tres plataformas.

#### 4.2.2 Cinco Fuerzas de Porter

- **Poder de negociación de los clientes:** Los clientes que tendría la empresa serían todas aquellas personas que requieran de un chofer que les maneje su vehículo durante un corto periodo de tiempo, debido a que se encuentran imposibilitadas de hacerlo; actualmente no existe una alternativa para los clientes para que satisfagan esta necesidad, por lo que el poder de negociación de los clientes es bajo.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Los proveedores de la empresa se convertirían en aquellas entidades que podrían proveer los medios necesarios para que

los choferes eventuales lleguen a la ubicación del cliente, pudiendo ser motos u otro automóvil en el que se movilice otro chofer y escolte a la unidad del cliente. Si el negocio adquiere una flota considerable de vehículos se podrían solicitar descuentos o convenios de pago, haciendo que el nivel de negociación de los proveedores sea bajo.

- **Amenaza de nuevos entrantes:** La barrera de entrada más importante que posee el mercado es el capital necesario para la compra de vehículos y la contratación de choferes profesionales, siendo así que el nivel de amenaza de nuevos entrantes es bajo.
- **Amenaza de productos sustitutos:** Al ser los productos sustitutos aquellos que pueden dar un servicio similar al presentado en esta propuesta, estos serían los taxis de tipo formal e informal; sin embargo, al no poder llevar el vehículo del cliente, se puede inferir que no servirían como una solución a ser cotejada por el mercado potencial, permitiendo de esta manera indicar que la amenaza de productos sustitutos es baja.
- **Rivalidad entre los competidores:** Al no existir competidores directos dentro del mercado se podría considerar un aspecto irrelevante; sin embargo, existen aseguradoras de vehículos que brindan el servicio de transporte del asegurado y de su vehículo en situaciones que lo ameriten, pero debido a que la empresa de la presente propuesta está dirigida a un público general, la rivalidad de este campo es baja.

#### **4.2.3 Matriz FODA**

La Matriz FODA contribuirá con presentar los distintos factores que se desarrollan de manera interna y externa, los cuales afectarían de manera positiva o negativa a la empresa, para poder tomar las acciones correctivas que permitan aprovecharlas y superarlas según sea pertinente. A continuación, se presentan cada uno de estos factores de acuerdo al área en la que se encuentran:

## **Fortalezas**

1. La empresa proveería un servicio novedoso dentro del mercado guayaquileño, por lo que no existiría competencia directa, pudiendo incursionar fácilmente en el mercado.
2. Escasa inversión inicial en instalaciones tecnológicas, ya que el fuerte de la empresa es su capital humano.
3. Estructura organizacional sencilla, lo que promovería la simplificación de los procesos de la empresa.

## **Oportunidades**

1. Posibilidad de establecer convenios con entidades estatales.
2. Endurecimiento de penas por conducir un vehículo en condiciones no apropiadas.
3. Aumento en el mercado guayaquileño del gasto en actividades de entretenimiento, incrementando potencialmente la demanda del servicio.

## **Debilidades**

1. Dificultad para lograr un posicionamiento en el mercado, debido a que la marca sería desconocida por los potenciales clientes.
2. Contar con recursos limitados al iniciar las actividades, ocasionando que la demanda sobrepase a la oferta, generando posteriormente inconformidad con la empresa.
3. Necesidad inicial de contratar varios choferes eventuales, los cuales puedan no satisfacer las necesidades del mercado.

## **Amenazas**

1. Aparición posterior de impedimentos legales que incapaciten a la empresa proveer el servicio.
2. Surgimiento de competencia que provea un servicio a menor precio en un momento en el que la empresa aún no se encuentre posicionada debidamente.

3. Disminución del gasto en actividades de emprendimiento, por lo que el servicio podría ser menos requerido.

#### 4.2.4 Matriz EFE

Mediante la realización del análisis FODA se puede efectuar la matriz de evaluación EFE, la cual sirve para resumir y evaluar la información existente en los factores internos y externos de la empresa; esta matriz utiliza notas desde 0 para los datos irrelevantes y 1.0 para los de mayor importancia. Además, se dará una calificación que puede variar de 1 a 5, la cual servirá para definir el nivel de amenaza, siendo a mayor calificación, mayor importancia.

**Tabla 24. Matriz EFE**

<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Posibilidad de establecer convenios con entidades estatales.	0.20	4	0.80
Endurecimiento de penas por conducir un vehículo en condiciones no apropiadas.	0.25	4	1.00
Aumento en el mercado guayaquileño del gasto en actividades de entretenimiento, incrementando potencialmente la demanda del servicio.	0.15	3	0.45
<b>AMENAZAS</b>			
Aparición posterior de impedimentos legales que incapaciten a la empresa proveer el servicio.	0.15	2	0.30
Surgimiento de competencia que provea un servicio a menor precio en un momento en el que la empresa aún no se encuentre posicionada debidamente.	0.15	1	0.15
Disminución del gasto en actividades de emprendimiento, por lo que el servicio podría ser menos requerido.	0.10	1	0.10
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.80</b>

La matriz EFE arrojó una calificación de 2.80, dando indicios de que las oportunidades que ofrece el sector resultan muy positivas y servirían para superar las amenazas que pudiesen presentarse, por lo que la empresa se encontraría en una posición ventajosa dentro el mercado.

#### 4.2.5 Matriz EFI

Tabla 25. Matriz EFI

FACTORES INTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
La empresa proveería un servicio novedoso dentro del mercado Guayaquileño, por lo que no existiría competencia directa, pudiendo incursionar fácilmente en el mercado.	0.20	4	0.80
Escasa inversión inicial en instalaciones tecnológicas, ya que el fuerte de la empresa es su capital humano.	0.25	4	1.00
Estructura organizacional sencilla, lo que promovería la simplificación de los procesos de la empresa.	0.10	3	0.30
<b>DEBILIDADES</b>			
Dificultad para lograr un posicionamiento en el mercado, debido a que la marca sería desconocida por los potenciales clientes.	0.15	2	0.30
Contar con recursos limitados al iniciar las actividades, ocasionando que la demanda sobrepase a la oferta, generando posteriormente inconformidad con la empresa.	0.10	1	0.10
Necesidad inicial de contratar varios choferes eventuales, los cuales puedan no satisfacer las necesidades del mercado.	0.20	2	0.40
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.90</b>

Por medio de la matriz EFI se generó una calificación de 2.90, lo que indica que las fortalezas son superiores a las debilidades que posee la empresa, por lo que se podrían manejar por medio de las acciones pertinentes, cubriendo así por medio de las fortalezas cada una de las debilidades existentes.

## **4.3 Plan de Marketing**

### **4.3.1 Posicionamiento**

Como estrategias de posicionamiento para la empresa de servicios de conducción eventual se considerarán los siguientes aspectos:

- Generar impacto en el cliente potencial haciendo énfasis en la seguridad al volante.
- Diseñar una campaña publicitaria que genere atracción al cliente por medio de la concientización sobre las precauciones que se deben tener al manejar un vehículo.
- Hacer énfasis en los beneficios que genera la contratación del servicio, basado en la responsabilidad del conductor con su seguridad, la de sus pasajeros y la de la comunidad.

Con el fin de lograr que el cliente no solo contrate el servicio, sino que genere una relación de confianza con la empresa, lo cual perdure su relación comercial, se establece el uso de redes sociales, a fin de lograr una interacción más personalizada con los mismos, y poder conocer, en tiempo real, los requerimientos, gustos o preferencias de los clientes.

Las estrategias de precio se presentan a continuación en busca de posicionar al producto:

- Manejar un precio de introducción acorde a la preferencia mostrada por el cliente mediante el estudio de mercado, para así atraerlo.
- Proporcionar descuentos o precios especiales a clientes frecuentes.
- Realizar alianzas con empresas o lugares de entretenimiento nocturno para el servicio de choferes sustitutos a fin de garantizar la seguridad del usuario.

Las estrategias de la empresa para la comunicación con sus clientes se detallan a continuación:

- Diseñar el sitio Web de la empresa, el cual debe tener una interfaz dinámica y que proporcione información de los servicios y canales para la contratación de los choferes.

- Contratar un stand para la promoción del servicio en centros nocturnos o centros comerciales por un periodo de tiempo de dos meses al inicio del negocio.

Las estrategias de promoción irán dirigidas a buscar que el servicio sea conocido por el mercado potencial, así como de mantener fieles a sus consumidores; a continuación, se presenta cada una de ellas:

- Iniciar con un rango de cobertura sectorizado y aumentar dicho rango dependiendo de las necesidades y tendencias del mercado.
- Entregar artículos con el logo de la empresa por una cantidad de contrataciones determinadas u otorgar viajes gratis mediante interacción en las redes sociales.

#### **4.3.2 Segmentación**

El mercado objetivo al cual irá dirigido el producto a comercializar será los propietarios de vehículos registrados en la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas, el cual asciende a 350,000 personas, sin embargo, se considerará solamente al porcentaje que mostró predisposición a la contratación del servicio por medio del estudio de mercado, lo cual representa al 70,31% de la totalidad del mercado.

Esta cifra da como resultado un total de 246.085 personas, considerando de igual manera que estos propietarios deben contar con edad legal para el manejo de un automotor, es decir 18 años, hasta una edad promedio de 65 años, lo cual estimaría que la segmentación del mercado quedaría de la siguiente manera:

**Tabla 26 Segmentación de mercado**

<b>VARIABLES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Edad	Entre 18 y 65 años
Sexo	Ambos
Nivel socioeconómico	<Medio - alto>
Sector del cantón	Todos los sectores de Guayaquil
Mercado potencial	246.085 personas

**Elaboración: Autoras**

### **4.3.3 Análisis del consumidor: matriz de roles y motivos**

Los resultados obtenidos de la investigación de campo realizada permiten definir de manera acertada el perfil del consumidor, el mismo que presenta las siguientes características:

- Los principales clientes son conductores de la ciudad de Guayaquil, quienes alguna vez han sufrido eventualidades que le han impedido continuar conduciendo.
- Al no existir un servicio de iguales características, muchos conductores a pesar de su malestar o imposibilidad de manejar han continuado haciéndolo, situación que los ha expuesto a un grave peligro, a ellos, sus pasajeros y la comunidad en general.
- Existe gran predisposición a contratar el servicio ofertado, sobre todo si maneja tarifas similares a las de un taxi ejecutivo, principal competidor indirecto.

A continuación, se presenta una matriz de roles y motivos, la cual permitirá conocer las razones por las cuales los clientes potenciales contrariarían el servicio:

Tabla 27 Matriz de roles y motivos

ROLES		MOTIVOS			
	¿QUIÉN?	¿POR QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿CÓMO?	¿DÓNDE?
<b>EL QUE USA</b>	Personas que conduce	Para trasladarse de un lugar a otro	Cuando realiza actividades fuera de su hogar	Manejando	Diversos lugares dentro y fuera de la ciudad
<b>EL QUE INFLUYE</b>	Familiares o amigos	Para garantizar su seguridad	En momentos en que no puede conducir.	Indicando los beneficios.	En conversaciones.
<b>EL QUE DECIDE</b>	La persona que conduce	Por su seguridad	Cuando observa que no cuenta con todas sus facultades físicas y mentales para manejar.	Contratando el servicio de conductores sustitutos	En el lugar que se encuentre
<b>EL QUE CONTRATA</b>	La persona que conduce	Para poder llegar a su lugar de destino con seguridad	Cuando observa los beneficios del servicio	Evaluando los pro y contras de manejar en condiciones riesgosas	En el lugar que se encuentre.

Elaboración: Autores

#### 4.3.4 Estrategias: competitivas, de crecimiento, de marca, imagen y comunicación

Las estrategias de posicionamiento de la empresa serán las siguientes:

- Resaltar los beneficios del servicio haciendo énfasis en la seguridad y confianza de contar con choferes profesionales, además de poder llevar al cliente al lugar deseado en su propio vehículo.
- Manejar una imagen corporativa llamativa, focalizada en la innovación del servicio con el fin de posicionarse en la mente del cliente.
- Contribuir con la mejora de la calidad de vida de los conductores al brindar un servicio que garantice su seguridad y confort.

Las estrategias competitivas estarán enfocadas en los siguientes aspectos:

- **Estrategia de servicio-mercado:** La empresa basará su estrategia en la diferenciación, buscando destacar sus servicios frente al competidor indirecto más fuerte, los cuales son los taxis ejecutivos con el fin de que el cliente pueda notar la innovación del mismo.
- **Estrategia de rivalidad:** Esta estrategia se basa en destacar los beneficios directos del servicio propuesto como, por ejemplo, que, gracias al uso de los choferes sustitutos, el vehículo de ellos no quedara a la intemperie o bajo cuidado de terceros.

#### **4.3.5 Estrategias de fidelización**

Las estrategias de fidelización irán enfocadas a generar una comunicación constante con los clientes mediante las redes sociales Facebook e Instagram; esto para mantener un contacto con el cliente.

#### **4.3.6 Marketing mix: Estrategias 4 P**

##### **4.3.6.1 Producto**

Con el desarrollo del presente proyecto se busca ofertar un servicio profesional que genere seguridad y confianza en el cliente, el cual recurre al mismo, al sentirse imposibilitado de realizar una tarea determinada como es el conducir. Este servicio no solo se focaliza al traslado de un cliente de un lugar a otro sino a la facilidad de poder llegar en su propio vehículo, lo cual genera tranquilidad y ahorro, al no tener que dejarlo al cuidado de terceros o en un lugar en el cual no se tenga la garantía de encontrar el automotor en las mismas condiciones en las cuales se lo deja. Además, también permite que el conductor no tenga problemas con las autoridades, ya sea por conducir bajo los efectos del alcohol, o por violar de manera involuntaria normas de tránsito como pasarse señales de alto, semáforos en rojo,

exceso de velocidad, entre otros, causado por la falta de control de sus acciones, ya sea por enfermedad, cansancio o problemas emocionales.

#### **4.3.6.2 Precio**

Con el fin de ajustarse a las necesidades del mercado y al brindar un servicio innovador que busca beneficiar a sus clientes, la tarifa que se empleará para el mismo será similar a la tarifa nocturna que aplican los taxímetros, partiendo de una carrera básica de \$ 1.70 que incluye el recorrido hasta 2.5 km.

De esta manera, el cliente no sentirá la diferencia del precio entre un servicio u otro, pero si se marcará la diferencia centrada en la calidad de la atención y en los beneficios. En caso de que el servicio sea contratado por horas o días, esto se reajustará dependiendo de las necesidades de cada contrato. A continuación, se presenta un resumen de las tarifas según las distancias recorridas:

**Tabla 28 Precio del servicio ofertado**

<b>Precio del Servicio</b>	
<b>Carrera mínima (hasta 2.5 km)</b>	\$ 1,70
<b>2.5 - 5 KM</b>	\$ 3,40
<b>6 - 10 KM</b>	\$ 5,10
<b>11 - 15 KM</b>	\$ 6,80
<b>15 - 20 KM</b>	\$ 8,50
<b>Mayor a 20 KM</b>	\$ 10,20
<b>PRECIO PROMEDIO:</b>	\$ 5,95

Elaboración: Autores

#### **4.3.6.3 Plaza**

La plaza en donde se ofrecerá el servicio inicialmente será dentro de la ciudad de Guayaquil, además se cubrirán sectores aledaños como Samborondón, Durán y Daule (La Joya, Villa

Club, Matices, etc.). Con el fin de lograr una ubicación estratégica en la cual los conductores tengan vías de fácil y rápido acceso a cualquier parte de la ciudad se establece como matriz de la empresa a las oficinas ubicadas en Pedro Carbo y 10 de agosto, lo cual se establece en un lugar de gran afluencia de clientes que acuden a eventos sociales, bares y discotecas.

Posteriormente, si la demanda aumenta y según la movilización de los conductores auxiliares podría ponerse bases en otros lugares de la ciudad o desplazarse hacia otras provincias dependiendo de la necesidad del servicio, sin embargo, se considera de manera inicial preocuparse a largo plazo la ampliación del servicio hacia las ciudades de Quito y Cuenca.



**Figura 23. Local propuesto para la empresa**

*Nota:* Plusvalía.com, 2016

#### **4.3.6.4 Promoción**

La promoción del servicio inicialmente será en medios digitales como Facebook, Instagram y WhatsApp para poder proporcionar a los clientes, números de contactos de la compañía, así como información de lo que hace la empresa. Este tipo de promoción se considera la

adecuada debido a su bajo costo y amplio alcance sobre todo hacia el mercado que se desea captar.

También se establece la necesidad de crear una aplicación para la prestación del servicio por medio de la localización del Smartphone hacia el cliente con el fin de brindar un servicio más ágil haciendo uso de las tecnologías de la comunicación y ofreciendo un servicio confiable, profesional y seguro.

## **4.4 Desarrollo organizacional**

### **4.4.1 Aspectos legales de la constitución del negocio**

Unos de los principales requisitos para constituir una empresa es el aspecto legal, puesto que permite al negocio funcionar de manera regular, entre los pasos para legalizar la empresa se nombran a continuación:

- **Reserva un nombre:** Para realizar este tipo de trámite el cual es ante el balcón de servicios de la superintendencia de compañías, durando como tiempo estimado alrededor de 30 minutos. Se revisa que no exista alguna otra compañía que refleje el mismo nombre que pretende establecer la compañía.
- **Elabora los estatutos:** Se la realiza mediante la firma de un abogado, este contrato determinará a la sociedad, se prevé alrededor de 3 horas para la elaboración de este documento.
- Se abre una cuenta para el capital de la empresa, se puede realizar este trámite en cualquier banco del país. Sin embargo, el capital mínimo varía dependiendo del banco:
  - \$ 400 como capital mínimo para las compañías limitadas.
  - \$ 800 como capital mínimo para las compañías anónimas.

- Una carta detalla donde se informe la participación de cada uno de los socios.
  - Copia de cédula y papeleta de votación.
  - Pedir el certificado de cuenta de integración de capital cuyo documento se demora alrededor de 24 horas.
- **Eleva a escritura pública:** Ante el notario público se reserva el nombre, y el certificado de cuenta de integración capital, así como la minuta con los estatutos.
  - **Aprueba el estatuto:** La escritura pública de la compañía es llevada ante la superintendencia de compañías para su posterior revisión y aprobación, si no existen anomalías, este trámite dura alrededor de 4 días.
  - **Publicar en un diario:** Se realizará una publicación ante el diario de mayor circulación del país, así como la Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución.
  - **Permisos:** En la ciudad donde se crea la empresa, el municipio se obtendrán los respectivos permisos municipales y tendrán las obligaciones:
    - Cancelar el valor respectivo referente a la patente municipal
    - Solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones
  - **Inscribe tu compañía:** Una vez que se tienen todos los documentos en orden (antes descritos) se requiere ir ante el Registro Mercantil donde fue constituida la empresa.
  - **Realiza la Junta General de Accionistas:** En esta reunión se conocerán los nombres de los representantes legales de la empresa, como el presidente, el gerente, etc.

- **Obtén los documentos habilitantes:** Ante el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías, se hará entrega de todos los documentos pertinentes para la apertura del RUC
- **Inscribe el nombramiento del representante:** Ante la misma entidad, el Registro Mercantil, se inscribirá el nombramiento respectivo del administrador que fue designado en la junta de accionistas, esta resolución debe acontecer 30 días luego al nombramiento.
- **Obtener RUC:** El Registro Único de Contribuyentes conocido como RUC se obtiene el registro de Rentas Internas (SRI) con:
  - Debe estar completamente lleno, claro y legible el formulario correspondiente.
  - Copia de la escritura de la constitución, así como su original.
  - Copia del nombramiento oficial, así como su original.
  - Copia de la cédula de cada uno de los socios, así como la papeleta de votación.
- Realizar una carta de autorización del representante legal a favor de la persona encargada de hacer el trámite. La carta para el banco, se la obtiene en La Superintendencia de Compañías, mediante el RUC, esta carta estará dirigida al banco donde se abrió la cuenta para la compañía.

Una vez cumplido todos los pasos anteriores se podrá tener el funcionamiento de la compañía, ya sea anónima o limitada, este trámite corresponde a un tiempo de entre tres semanas a un mes.

#### **4.4.2 Características de la sociedad**

La compañía estará conformada como sociedad anónima. Esta empresa estará formada por cuatro accionistas, quienes representarán un porcentaje de 25% cada uno por igual, teniendo

un capital inicial de 20 mil dólares. Esta propiedad tendrá derecho la participación en voz y voto en la junta de accionistas en los informes respectivos solicitados por dicha reunión.

**Tabla 29: Propiedad Accionaria de la Compañía.**

<b>PROPIEDAD ACCIONARIA</b>		
<b>ACCIONISTAS</b>	<b>APORTACIÓN</b>	<b>%</b>
<b>Martha Dávila</b>	\$ 5.000,00	25,00%
<b>Jorge Espinoza</b>	\$ 5.000,00	25,00%
<b>Accionista 3</b>	\$ 5.000,00	25,00%
<b>Accionista 4</b>	\$ 5.000,00	25,00%
<b>TOTAL APORTACIONES</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

#### **4.4.3 Filosofía empresarial: misión, visión, objetivos, valores**

**Misión:** Ofrecer un servicio eficiente que brinde beneficios al cliente que realice la contratación de los choferes eventuales evitando accidentes de tránsito que atenten contra su vida.

**Visión:** Fomentar el uso del servicio de choferes eventuales como un medio alternativo y de confianza para manejar su vehículo con seguridad y disponibilidad de tiempo completo en cualquier parte del país.

Los valores como la confianza y seguridad, entre otros, representará la cara fundamental de la compañía para la interacción entre los clientes y los choferes designados al momento de reemplazarlos en la función de conducir el vehículo de dicho cliente ya sea por cualquier motivo que este requiera, para la seguridad de las personas que soliciten el servicio, se establece cinco valores corporativos fundamentales que direccionarán las actividades respectivas de la empresa los cuales se nombran a continuación:

- **Responsabilidad**

La compañía tiene responsabilidad con el Estado el pago de impuestos correspondientes con sus colaboradores según los beneficios de ley correspondientes para con los clientes al ofrecer un servicio de calidad y confianza bajo las especificaciones que ofrece la compañía.

- **Respeto**

El respeto forma parte de la base de la compañía la cual es muy importante para las relaciones con las leyes del país, el respeto mutuo, tanto para los clientes como para la compañía haciendo relevancia en las especificaciones del contrato correspondiente que la compañía ofrece para sus clientes.

- **Honestidad**

La honestidad es otro valor fundamental en la relación del cliente y los choferes suplentes, para cumplir con las funciones necesarias para sustituir al cliente con las normas y reglamentos que ofrece la compañía.

- **Compromiso**

El compromiso se rige al cumplimiento de las normas en los acuerdos preestablecidos entre el cliente y el chofer auxiliar para sustituir al mismo con respecto al tiempo estimado y la seguridad correspondiente en el traslado.

- **Trabajo en equipo**

Es un valor fundamental para el buen trato ente la compañía y los choferes auxiliares y entre la compañía y los clientes, así como la relación directa entre los choferes y los clientes, se consideran los lazos indispensables para cumplir con todos los requerimientos que solicita el cliente.

#### 4.4.4 Estructura organizacional



**Figura 24. Estructura organizacional propuesta**  
*Elaboración: Autores*

#### 4.4.5 Perfil y funciones del personal

**Tabla 30: Perfil del Administrador**

<b>Cargo: Administrador</b>	<b>Sueldo: \$800</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear, proponer, coordinar, organizar y aprobar todas las actividades de la empresa.</li> <li>• Resolver problemas que la empresa presente, en base a sus conocimientos y a las necesidades de la misma.</li> <li>• Promover, controlar y hacer cumplir con los objetivos planteados.</li> <li>• Cumplimiento de las metas propuestas</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: 27 años en adelante</li> <li>• Formación: Carreras Administrativas o Afines</li> <li>• Habilidades: Calidad humana, Liderazgo</li> </ul>	

**Elaboración: Autores**

**Tabla 31: Perfil del Jefe financiero**

<b>Cargo: Jefe financiero</b>	<b>Sueldo: \$700</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Predecir, analizar, y tomar decisiones de acuerdo a la presupuestario de la empresa</li><li>• Resolver problemas de acuerdo al marco económico referencial de la compañía y los niveles cambiantes de la actividad económica.</li><li>• Realizar los métodos de flujo efectivo pertinentes según lo requiera la empresa.</li><li>• Asesorar a los demás miembros que integren la compañía</li><li>• Cumplimiento y control en la gestión de cobros y pagos.</li></ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sexo: Indistinto</li><li>• Edad: 25 años en adelante</li><li>• Formación: Carreras Administrativas o Afines</li><li>• Habilidades: Calidad humana, Liderazgo, Planificación financiera</li></ul>	
<b>Elaboración: Autores</b>	

**Tabla 32: Perfil del Jefe de Operaciones**

<b>Cargo: Jefe de Operaciones</b>	<b>Sueldo: \$700</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mantener ordenada y actualizada las funciones y responsabilidades los empleados a su cargo.</li><li>• Controlar el cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos en la misión y visión de la empresa.</li><li>• Lograr y alcanzar los niveles establecidos por la empresa para conseguir un servicio eficiente, de confianza y seguridad para los clientes.</li><li>• Velar por un mejoramiento continuo de los procesos tanto administrativos como operativos.</li></ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sexo: Indistinto</li><li>• Edad: 24 años en adelante</li><li>• Formación: Carreras Administrativas o afines</li><li>• Habilidades: Calidad humana, liderazgo y participación</li></ul>	
<b>Elaboración: Autores</b>	

**Tabla 33: Perfil del Jefe de Marketing**

<b>Cargo: Jefe de Marketing</b>	<b>Sueldo: \$700</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar, definir e implementar el plan de marketing de la organización.</li> <li>• Definir y promover las estrategias de marketing en la oferta del servicio a prestar.</li> <li>• Analizar los resultados arrojados por el uso del servicio y realizar una evaluación del mismo con el propósito de mejorar según sea el caso.</li> <li>• Liderar y dirigir el equipo a su cargo.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: 25 años en adelante</li> <li>• Formación: Carreras Administrativas o afines</li> <li>• Habilidades: Calidad humana, liderazgo y participación</li> </ul>	
<b>Elaboración: Autores</b>	

**Tabla 34: Perfil del Contador**

<b>Cargo: Contador</b>	<b>Sueldo: \$600</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar, ordenar, clasificar e interpretar la información financiera de la compañía.</li> <li>• Actualizar los libros contables de acuerdo a los servicios prestados por los choferes auxiliares.</li> <li>• Registrar, procesar y ordenar las facturas recibidas por cada servicio prestado.</li> <li>• Organizar, preparar y presentar las declaraciones tributarias de ordenanza municipal y nacional.</li> <li>• Presentar informes financieros actualizados de acuerdo a la junta directiva si así lo requiera.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: 24 años en adelante</li> <li>• Formación: Carreras Administrativas o afines</li> <li>• Habilidades: Calidad humana, Cuidar el resguardo de la información privada del cliente.</li> </ul>	
<b>Elaboración: Autores</b>	

**Tabla 35: Perfil de los choferes auxiliares**

<b>Cargo: Choferes auxiliares</b>	<b>Sueldo: \$400</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con todos los requerimientos por la entidad correspondiente para desempeñar las funciones que la empresa solicite.</li> <li>• Disponer del conocimiento necesario para el correcto traslado según el cliente lo solicite.</li> <li>• Llevar un registro ordenado de los servicios prestados con el fin de facilitar la información por el jefe inmediato superior.</li> <li>• Brindar la confianza y seguridad que el cliente necesita para la utilización del servicio.</li> <li>• Llevar tarjetas de presentación de la compañía para que el cliente se sienta seguro con el servicio prestado.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: 24 años en adelante</li> <li>• Formación: Carreras Administrativas o Afines</li> <li>• Habilidades: Calidad humana, Cuidar el resguardo de la información privada del cliente.</li> </ul>	
<b>Elaboración: Autores</b>	

**Tabla 36: Perfil del Publicista**

<b>Cargo: Publicista</b>	<b>Sueldo: \$500</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear, elaborar la respectiva publicidad para la empresa, cumpliendo con los reglamentos estándares de la misma.</li> <li>• Establecer estrategias para incentivar a los clientes usar los servicios que ofrece la compañía.</li> <li>• Proveer de herramientas necesarias para garantizar que el servicio sea eficiente, seguro y confiable bajo cualquier requerimiento.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: 24 años en adelante</li> <li>• Formación: Carreras Administrativas o Afines</li> <li>• Habilidades: Creativo, Integral, Planificador, Calidez humana</li> </ul>	
<b>Elaboración: Autores</b>	

#### **4.4.6 Políticas generales del negocio**

Como políticas generales del negocio se plantea:

- La empresa ofertará el servicio en los mismos horarios que los taxis ejecutivos, es decir, todos los días, sin embargo, el horario se establecerá de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Fuera del horario de atención solo se atenderán a los clientes que contrataron el servicio de manera previa.
- Solo podrán trabajar en la empresa choferes con licencia profesional, lo cual será verificado al momento de la contratación.
- La empresa no se responsabilizará por objetos ilegales o prohibidos dentro de los vehículos y se procederá al llamado de agentes del orden público.

#### **4.5 Plan Operativo**

##### **4.5.1 Ubicación del negocio**

Analizando los factores más beneficiosos para el presente proyecto, como sector, precio, servicios disponibles, entre otros, se seleccionó como ubicación de la empresa una oficina ubicada en las calles Tungurahua y Alcedo, la cual cuenta con un baño, instalaciones de Internet, líneas telefónicas, televisión por cable y botón de pánico. También tiene control de video por medio del portero, piso de porcelanato, iluminación Led, señalética, extintor, detectores de humo y medidor de energía eléctrica independiente.



Figura 25. Oficina propuesta para el proyecto  
Fuente: Plusvalía, 2016

#### 4.5.2 Infraestructura y equipamiento

La infraestructura del negocio constará de 6 escritorios, con sus respectivas sillas y archivadores, para las 6 personas que se estima contratar para el funcionamiento de las operaciones de la empresa. El total de inversión para los muebles de oficina se estima en un total de \$ 3.440,00 dólares.

**Tabla 37. Presupuesto de muebles de oficina**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<i>Muebles de Oficina</i>			
<b>Escritorios ejecutivos</b>	6	\$ 280,00	\$ 1.680,00
<b>Sillones Ejecutivos</b>	6	\$ 115,00	\$ 690,00
<b>Archivadores</b>	6	\$ 120,00	\$ 720,00
<b>Counter de recepción</b>	1	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.440,00</b>

**Elaboración: Autores**

Con respecto al presupuesto para equipos de computación, se estima la misma cantidad de muebles de oficina para las computadoras. Adicional a esto, se deben comprar 2 impresoras y

un juego de router, switch y servidores para el internet, lo cual se estima en un presupuesto de \$4.900,00 dólares respectivamente.

**Tabla 38. Presupuesto de equipos de computación**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
<b><u>Equipos de Computación</u></b>			<b>\$ 4.900,00</b>
Computadoras de escritorio	6	\$ 750,00	\$ 4.500,00
Impresoras	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Routers - switchs - servidores	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.900,00</b>

**Elaboración: Autores**

Para poder prestar el servicio de choferes eventuales, se requerirá la compra de motos portátiles de las cuales se tendrán 10 motos, las cuales brindan la facilidad de poder ser guardadas en los vehículos de los clientes y poder brindar un servicio óptimo. El presupuesto para esta compra se estima en las siguientes cifras:

**Tabla 39. Presupuesto de equipos de computación**

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>V. Unitario</i>	<i>V. Total</i>
<b><u>Vehículos</u></b>			<b>\$ 26.000,00</b>
<b>Motos eléctricas portátiles</b>	10	\$ 2.600,00	\$ 26.000,00

**Elaboración: Autores**

Con el fin de facilitar la solicitud del servicio desde cualquier parte de la ciudad, se establece la necesidad de crear una aplicación móvil para la empresa, para que detecten los pedidos, además de que servirá para manejar una base de datos de los clientes. Esta plataforma podrá ser descargada por smartphones con sistemas iOS y Android, que son los más utilizados en la ciudad de Guayaquil. Para su desarrollo y habilitación se estima un costo estimado en \$ 14.427,84, detallados a continuación:

**Tabla 40. Presupuesto para el desarrollo de la aplicación móvil**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	V. TOTAL
<b><u>PLATAFORMA VIRTUAL MOVIL</u></b>			
1. Maquetación y armado del sitio web	1	\$ 226,24	\$ 226,24
2. Indexabilidad en buscadores	1	\$ 143,36	\$ 143,36
3. Link a redes sociales	1	\$ 352,80	\$ 352,80
4. Pago de Dominios	1	\$ 80,64	\$ 80,64
5. Pago de Hosting Medium	1	\$ 95,20	\$ 95,20
6. Capacitación del administrador web	1	\$ 89,60	\$ 89,60
7. Diseño, desarrollo e instalación del Sitio Móvil	1	\$ 10.080,00	\$10.080,00
			0
8. Diseño, desarrollo e instalación de creador de contenidos	1	\$ 3.360,00	\$ 3.360,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$14.427,8</b>
			<b>4</b>

**Elaboración: Autores**

Como medida de seguridad se establece la necesidad de contratar un servicio de rastreo satelital para lo cual se ha cotizado a tres empresas líderes del sector de la seguridad. Según el análisis realizado, se considera como la mejor opción para la empresa los servicios de CGB Satelital, puesto que ofrece servicios necesarios para hallar al vehículo en caso de alguna pérdida o robo, y a un precio razonable y más económico en función de los otros proveedores.

**Tabla 41. Cuadro de proveedores de sistemas de rastreo satelital**

PROVEEDOR	CGB SATELITAL	SHERLOC	GARMIN ECUADOR
Costo unitario por equipo	\$ 200	\$ 600	\$ 269.99
Costo de instalación	-	-	\$30
Costo de monitoreo mensual	\$ 30	-	\$ 30
Costo de renovación	-	\$ 334,88	-
Costo de desinstalación	\$ 35	-	-
Costo de mantenimiento	\$ 35	-	-
Total del equipo y servicio anual (incluido IVA)	\$627.20	\$ 672	\$659.99
Servicios generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento a través de: plataforma web, central de monitoreo, SMS o vía mail.</li> <li>• Reportes históricos</li> <li>• Botón de pánico</li> <li>• Bloqueo del encendido del vehículo.</li> <li>• Alerta de velocidad.</li> <li>• Salida de ruta.</li> <li>• Control de paradas no autorizadas</li> <li>• Control de kilometraje.</li> <li>• Puntos virtuales.</li> <li>• Control de combustible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento a través de: Plataformas web o llamadas directamente al centro de monitoreo</li> <li>• Control manera de conducción</li> <li>• Control sobre el combustible del vehículo</li> <li>• Conocimiento y logística de recorrido y rutas de trabajo.</li> <li>• Control de paradas no autorizadas</li> <li>• Robos y/o salidas de combustible del tanque del vehículo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento a través de plataforma web, central de monitoreo, SMS o vía mail.</li> <li>• Botón de pánico</li> <li>• Ubicaciones históricas.</li> <li>• Control de velocidad.</li> <li>• Control de combustible</li> <li>• Control de kilometraje</li> <li>• Creación de rutas</li> <li>• Generación de números de seguimiento y envío por correo electrónico para el seguimiento de terceros</li> </ul>

**Elaboración: Autores**

### 4.5.3 Determinación de la capacidad instalada

Analizando el estudio de mercado realizado, se estima que la propuesta tiene una aceptación del 70.31% entre los encuestados, sin embargo, se estima que la empresa tendrá una capacidad de cobertura de la demanda de un 63,90%, lo que equivale a 14.649 personas interesadas en contratar el servicio.

**Tabla 42. Mercado Objetivo**

<b>MERCADO - GUAYAQUIL</b>	
<b>Vehículos particulares</b>	<b>350.000,00</b>
18- 65 años	50%
clase media alta y alta	13,10%
<b><i>Mercado objetivo</i></b>	<b>22925</b>
Aceptación de la propuesta	63,90%
<b>Demanda potencial por mes</b>	<b>14.649,1</b>

**Elaboración: Autores**

En base a este mercado meta estimado, se realiza una proyección de la demanda, la cual crecerá en los 5 primeros años en un 3% estimado, lo cual deja una demanda para el primer año de 175.788 contrataciones de los servicios, con una cobertura de la demanda del 15%, lo cual equivaldría del 26.368 a 29.677 contrataciones del servicio durante los primeros cinco años de funcionamiento.

**Tabla 43. Proyección de la demanda**

<b>PERÍODO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>COBERTURA</b>
MENSUAL	14649,1	2197,4
AÑO 1	175788,9	26368,3
AÑO 2	181062,6	27159,4
AÑO 3	186494,4	27974,2
AÑO 4	192089,3	28813,4
AÑO 5	197852,0	29677,8

**Elaboración: Autores**

Con la proyección del crecimiento de la demanda, se estiman los siguientes valores por conductor. Estos son valores por mes, día y hora de trabajo, lo que equivale a una cifra de 219 clientes por mes; es decir, 7 carreras al día, estimando al menos 0.92 clientes cada hora; es decir 1 cliente en una jornada de 8 horas. Lo que significa que es una meta bastante razonable, ya que en una hora pueden atenderse varios requerimientos y es posible que en el futuro el servicio se amplíe a más horas de labores dependiendo de la demanda.

**Tabla 44. Capacidad instalada por conductor**

<b>CAPACIDAD INSTALADA POR CONDUCTOR</b>	
CLIENTES AL MES	219,74
CLIENTES AL DÍA	7,32
CLIENTES POR HORA	0,92

**Elaboración: Autores**

## CAPÍTULO V

### 5 PLAN FINANCIERO

#### 5.1 Inversión Inicial

Para lograr la ejecución del presente proyecto, el costo de inversión debe cubrir tres tipos de activos necesarios para su funcionamiento, detallados a continuación:

Tabla 45. Inversión en activos fijos

Descripción	V. Total
<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 34.340,00</b>
Muebles de Oficina	\$ 3.440,00
Equipos de Computación	\$ 4.900,00
Vehículos	\$ 26.000,00

Elaboración: Autores

Tabla 46. Inversión diferida

Descripción	V. Total
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 19.127,84</b>
Gastos de Constitución de la compañía	\$ 1.200,00
Costos de instalación de equipo de rastreo satelital	\$ 2.000,00
Costos de desarrollo de aplicación	\$ 14.427,84
Gastos de Instalación y adecuación del negocio	\$ 1.500,00

Elaboración: Autores

Tabla 47. Capital de trabajo

Descripción	V. Total
<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 12.144,84</b>
Presupuesto de Costos Operativos	\$ 6.096,32
Presupuesto de Gastos de Administración	\$ 5.825,19
Presupuesto de Gastos de Publicidad y Marketing	\$ 223,33

Elaboración: Autores

Según el detalle presenta anteriormente, la inversión total sería de \$65.612,68 dólares, los cuales están divididos entre los 3 tipos de inversión de la siguiente manera:

**Tabla 48. Inversión inicial del proyecto**

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	VALOR USD	%
INVERSIÓN FIJA	\$ 34.340,00	52%
INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 19.127,84	29%
INVERSIÓN CORRIENTE	\$ 12.144,84	19%
TOTAL	\$ 65.612,68	100%

Elaboración: Autores

## 5.2 Financiamiento

El financiamiento del proyecto se logrará por medio de la Corporación Financiera Nacional, la cual brinda préstamos con una tasa de interés del 10,85% a un plazo de 5 años. Este préstamo cubrirá el 69,52% del total de la inversión, y el valor restante será cubierto por fondos propios por parte de los accionistas. Se define una cuota mensual fija por \$ 988.32 calculada a través de la tabla de amortización por el método francés. Al finalizar los pagos del préstamo se puede notar que la empresa pagaría \$ 13,686.61 por concepto de intereses, haciendo que la deuda total ascienda a \$ 59,299.29.

**Tabla 49. Fuentes de financiamiento del proyecto**

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
<i>RECURSOS</i>	<i>APORTE</i>	<i>% PART.</i>
PROPIOS	\$ 20.000,00	30,48%
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 45.612,68	69,52%
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 65.612,68</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autores

**Tabla 50. Tabla de amortización del préstamo**

<b>INSTITUCION FINANCIERA:</b>		<b>CFN</b>		
<b>MONTO:</b>				<b>\$ 45.612,68</b>
<b>TASA:</b>				<b>10,85%</b>
<b>PLAZO:</b>				<b>5</b>
<b>FRECUENCIA PAGO:</b>				<b>12</b>
<b>CUOTA MENSUAL:</b>				<b>\$ 988,32</b>
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PAGO</b>	<b>AMORTIZACION</b>
0				\$ 45.612,68
1	\$ 575,91	\$ 412,41	\$ 988,32	\$ 45.036,77
2	\$ 581,11	\$ 407,21	\$ 988,32	\$ 44.455,66
3	\$ 586,37	\$ 401,95	\$ 988,32	\$ 43.869,29
4	\$ 591,67	\$ 396,65	\$ 988,32	\$ 43.277,62
5	\$ 597,02	\$ 391,30	\$ 988,32	\$ 42.680,60
6	\$ 602,42	\$ 385,90	\$ 988,32	\$ 42.078,18
7	\$ 607,86	\$ 380,46	\$ 988,32	\$ 41.470,32
8	\$ 613,36	\$ 374,96	\$ 988,32	\$ 40.856,96
9	\$ 618,91	\$ 369,42	\$ 988,32	\$ 40.238,05
10	\$ 624,50	\$ 363,82	\$ 988,32	\$ 39.613,55
11	\$ 630,15	\$ 358,17	\$ 988,32	\$ 38.983,40
12	\$ 635,85	\$ 352,47	\$ 988,32	\$ 38.347,56
13	\$ 641,60	\$ 346,73	\$ 988,32	\$ 37.705,96
14	\$ 647,40	\$ 340,92	\$ 988,32	\$ 37.058,56
15	\$ 653,25	\$ 335,07	\$ 988,32	\$ 36.405,31
16	\$ 659,16	\$ 329,16	\$ 988,32	\$ 35.746,16
17	\$ 665,12	\$ 323,20	\$ 988,32	\$ 35.081,04
18	\$ 671,13	\$ 317,19	\$ 988,32	\$ 34.409,91
19	\$ 677,20	\$ 311,12	\$ 988,32	\$ 33.732,71
20	\$ 683,32	\$ 305,00	\$ 988,32	\$ 33.049,39
21	\$ 689,50	\$ 298,82	\$ 988,32	\$ 32.359,89
22	\$ 695,73	\$ 292,59	\$ 988,32	\$ 31.664,15
23	\$ 702,02	\$ 286,30	\$ 988,32	\$ 30.962,13

---

24	\$ 708,37	\$ 279,95	\$ 988,32	\$	30.253,76
25	\$ 714,78	\$ 273,54	\$ 988,32	\$	29.538,98
26	\$ 721,24	\$ 267,08	\$ 988,32	\$	28.817,74
27	\$ 727,76	\$ 260,56	\$ 988,32	\$	28.089,98
28	\$ 734,34	\$ 253,98	\$ 988,32	\$	27.355,64
29	\$ 740,98	\$ 247,34	\$ 988,32	\$	26.614,66
30	\$ 747,68	\$ 240,64	\$ 988,32	\$	25.866,98
31	\$ 754,44	\$ 233,88	\$ 988,32	\$	25.112,53
32	\$ 761,26	\$ 227,06	\$ 988,32	\$	24.351,27
33	\$ 768,15	\$ 220,18	\$ 988,32	\$	23.583,13
34	\$ 775,09	\$ 213,23	\$ 988,32	\$	22.808,04
35	\$ 782,10	\$ 206,22	\$ 988,32	\$	22.025,94
36	\$ 789,17	\$ 199,15	\$ 988,32	\$	21.236,77
37	\$ 796,31	\$ 192,02	\$ 988,32	\$	20.440,46
38	\$ 803,51	\$ 184,82	\$ 988,32	\$	19.636,96
39	\$ 810,77	\$ 177,55	\$ 988,32	\$	18.826,19
40	\$ 818,10	\$ 170,22	\$ 988,32	\$	18.008,08
41	\$ 825,50	\$ 162,82	\$ 988,32	\$	17.182,59
42	\$ 832,96	\$ 155,36	\$ 988,32	\$	16.349,62
43	\$ 840,49	\$ 147,83	\$ 988,32	\$	15.509,13
44	\$ 848,09	\$ 140,23	\$ 988,32	\$	14.661,04
45	\$ 855,76	\$ 132,56	\$ 988,32	\$	13.805,27
46	\$ 863,50	\$ 124,82	\$ 988,32	\$	12.941,78
47	\$ 871,31	\$ 117,02	\$ 988,32	\$	12.070,47
48	\$ 879,18	\$ 109,14	\$ 988,32	\$	11.191,29
49	\$ 887,13	\$ 101,19	\$ 988,32	\$	10.304,15
50	\$ 895,15	\$ 93,17	\$ 988,32	\$	9.409,00
51	\$ 903,25	\$ 85,07	\$ 988,32	\$	8.505,75
52	\$ 911,42	\$ 76,91	\$ 988,32	\$	7.594,33
53	\$ 919,66	\$ 68,67	\$ 988,32	\$	6.674,68

---

54	\$ 927,97	\$ 60,35	\$ 988,32	\$	5.746,71
55	\$ 936,36	\$ 51,96	\$ 988,32	\$	4.810,34
56	\$ 944,83	\$ 43,49	\$ 988,32	\$	3.865,52
57	\$ 953,37	\$ 34,95	\$ 988,32	\$	2.912,15
58	\$ 961,99	\$ 26,33	\$ 988,32	\$	1.950,15
59	\$ 970,69	\$ 17,63	\$ 988,32	\$	979,47
60	\$ 979,47	\$ 8,86	\$ 988,32	\$	0,00
	<b>\$ 45.612,68</b>	<b>\$ 13.686,61</b>	<b>\$ 59.299,29</b>		

**Elaboración: Autores**

### 5.3 Presupuesto de costos y gastos de operación

Para calcular el costo de operación se considera el sueldo y los beneficios sociales que se pagarían a los 10 conductores, y los costos para el mantenimientos, repuestos y energía que requerirían las motocicletas, lo cual se establece a partir del 2 año, en su totalidad, pues el primer año, al ser unidades nuevas, no ocasionarían mayores inconvenientes. El presupuesto calculado asciende a \$ 73,155.84 para el año 1.

**Tabla 51. Presupuesto de costos operativos**

COSTOS OPERATIVOS	CANTIDAD	SUELDO BASE	MES	AÑO 1
Sueldo Mensual de los empleados				
Conductores Auxiliares	10	\$ 400,00	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
Subtotal Sueldos	10		\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
13 Sueldo			\$ 333,33	\$ 4.000,00
14 Sueldo			\$ 305,00	\$ 3.660,00
Fondo de Reserva			\$ 333,32	\$ 3.999,84
Vacaciones			\$ 166,67	\$ 2.000,00
Aporte Patronal (12,15%)			\$ 486,00	\$ 5.832,00
Aporte Personal (9,45%)			\$ 378,00	\$ 4.536,00
Subtotal Beneficios Sociales			\$ 1.624,32	\$ 19.491,84
Sueldos y Beneficios Sociales Operativos			\$ 5.246,32	\$ 62.955,84
Costo de Mantenimiento de Motos	10	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Costo de Repuestos	10	\$ 30,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Consumo de energía eléctrica de las motos	10	\$ 30,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>			<b>\$ 6.096,32</b>	<b>\$ 73.155,84</b>

**Elaboración: Autores**

El presupuesto anual de gastos administrativos asciende a \$ 69,902.26 y el de gastos de ventas constituye \$ 2,680.00; cifra bastante modesta considerando que la publicidad en redes sociales es bastante económica.

**Tabla 52. Presupuesto de gastos administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	CANTIDAD	SUELDO BASE	MES	AÑO 1
<i>Sueldo Mensual de los empleados</i>				
Gerente	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Jefe Contable	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Jefe de Marketing	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Asistente Contable	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Asesor Comercial	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Subtotal Sueldos	6		\$ 3.600,00	\$ 43.200,00
13 Sueldo			\$ 300,00	\$ 3.600,00
14 Sueldo			\$ 183,00	\$ 2.196,00
Fondo de Reserva			\$ 299,99	\$ 3.599,86
Vacaciones			\$ 150,00	\$ 1.800,00
Aporte Patronal (12,15%)			\$ 437,40	\$ 5.248,80
Aporte Personal (9,45%)			\$ 340,20	\$ 4.082,40
Subtotal Beneficios Sociales			\$ 1.370,39	\$ 16.444,66
<i>Sueldos y Beneficios Sociales</i>			\$ 4.630,19	\$ 55.562,26
<i>Arriendo del Local y alícuota</i>	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<i>Servicios Básicos (agua y luz de oficina)</i>	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
<i>Costos por sistema de rastreo satelital</i>	10	\$ 65,00	\$ 650,00	\$ 7.800,00
<i>Telefonía fija e internet</i>	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
<i>Suministros de oficina</i>	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
<i>Suministros de limpieza</i>	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			\$ 5.825,19	\$ 69.902,26

**Elaboración: Autores**

**Tabla 53. Presupuesto de gastos de publicidad y marketing**

GASTOS PUBLICIDAD Y MARKETING	CANTIDAD	C. UNITARIO	MES	AÑO 1
Mantenimiento de aplicación móvil	1	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 420,00
Folletería y tarjetas de presentación	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 160,00
Banners y Roll Ups	1	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 500,00
Material de promoción (llaveros y varios)	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 600,00
Publicaciones en prensa escrita	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD Y MARKETING</b>			\$ 850,00	\$ 2.680,00

**Elaboración: Autores**

#### 5.4 Presupuesto de ingresos

Con el fin de presentar precios competitivos, a otros servicios que de manera indirecta forman una rivalidad para la empresa y considerando la cantidad de servicios proyectados para cada conductor se establece el cuadro de precios por kilómetros, considerando como carrera mínima, una que no supera los 2.5 km, similar al del taxi ejecutivo pero con el tarifario nocturno tomando en cuenta que es más probable que este servicio sea requerido en las noches, dejando un precio promedio de \$ 7.70 por servicio ofrecido.

**Tabla 54. Definición del precio promedio del servicio**

PRECIO DEL SERVICIO	
CARRERA MÍNIMA (HASTA 2.5 KM)	\$ 2,20
2.5 - 5 KM	\$ 4,40
6 - 10 KM	\$ 6,60
11 - 15 KM	\$ 8,80
15 - 20 KM	\$ 11,00
MAYOR A 20 KM	\$ 13,20
<b>PRECIO PROMEDIO:</b>	<b>\$ 7,70</b>

Elaboración: Autores

La demanda fue calculada previamente, y se determinó que al mes la empresa tendría una capacidad de cobertura de 2.197 servicios mensuales que, a un precio promedio de \$ 7.70, dejaría un ingreso mensual de \$ 16,919.68 y para el primer año \$ 203,036.18.

**Tabla 55. Presupuesto de ingresos**

INGRESOS OPERATIVOS	CANTIDAD	C. UNITARIO	MES	AÑO 1
Precio Promedio del Servicio	2197,4	\$ 7,70	\$ 16.919,68	\$ 203.036,18
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>\$ 16.919,68</b>	<b>\$ 203.036,18</b>

Elaboración: Autores

## 5.5 Proyección de Balance General

<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 12.144,84	\$43.645,94	\$80.612,19	\$119.927,15	\$161.106,00	\$204.764,10
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 12.144,84</b>	<b>\$43.645,94</b>	<b>\$80.612,19</b>	<b>\$119.927,15</b>	<b>\$161.106,00</b>	<b>\$204.764,10</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Muebles de Oficina	\$ 3.440,00	\$3.440,00	\$3.440,00	\$3.440,00	\$3.440,00	\$3.440,00
Equipos de Computación	\$ 4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00
Vehículos	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00	\$26.000,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ (7.521,33)	\$ (15.042,67)	\$ (22.564,00)	\$ (28.452,00)	\$ (34.340,00)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$34.340,00</b>	<b>\$26.818,67</b>	<b>\$19.297,33</b>	<b>\$11.776,00</b>	<b>\$5.888,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>						
Gastos de Constitución de la compañía	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Costos de instalación de equipo de rastreo satelital	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00
Costos de desarrollo de aplicación	\$14.427,84	\$14.427,84	\$14.427,84	\$14.427,84	\$14.427,84	\$14.427,84
Gastos de Instalación y adecuación del negocio	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
(-) Amortización Acumulada	0	\$(3.825,57)	\$ (7.651,14)	\$ (11.476,70)	\$ (15.302,27)	\$ (19.127,84)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$19.127,84</b>	<b>\$15.302,27</b>	<b>\$11.476,70</b>	<b>\$7.651,14</b>	<b>\$3.825,57</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$65.612,68</b>	<b>\$85.766,88</b>	<b>\$111.386,23</b>	<b>\$139.354,29</b>	<b>\$170.819,57</b>	<b>\$ 204.764,10</b>
<b>PASIVOS</b>						
Préstamo Bancario	\$45.612,68	\$38.347,56	\$30.253,76	\$21.236,77	\$11.191,29	\$ -
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$45.612,68</b>	<b>\$38.347,56</b>	<b>\$30.253,76</b>	<b>\$21.236,77</b>	<b>\$11.191,29</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$27.419,33	\$33.713,14	\$36.985,05	\$41.510,76	\$45.135,81
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$27.419,33	\$61.132,47	\$98.117,52	\$139.628,28
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$20.000,00</b>	<b>\$47.419,33</b>	<b>\$81.132,47</b>	<b>\$118.117,52</b>	<b>\$159.628,28</b>	<b>\$204.764,10</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$65.612,68</b>	<b>\$ 85.766,88</b>	<b>\$111.386,23</b>	<b>\$ 139.354,29</b>	<b>\$ 170.819,57</b>	<b>\$204.764,10</b>

Elaboración: Autores

## 5.6 Proyección de Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 203.036,18	\$ 209.127,26	\$215.401,08	\$221.863,12	\$ 228.519,01
Costos Operativos	\$73.155,84	\$74.311,70	\$75.485,83	\$76.678,50	\$77.890,02
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$129.880,34</b>	<b>\$134.815,56</b>	<b>\$139.915,26</b>	<b>\$145.184,61</b>	<b>\$150.628,99</b>
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$69.902,26	\$66.130,87	\$67.175,74	\$68.237,12	\$69.315,26
Gastos de Venta	\$2.680,00	\$2.722,34	\$2.765,36	\$2.809,05	\$2.853,43
Depreciaciones y Amortizaciones	\$11.346,90	\$11.346,90	\$11.346,90	\$9.713,57	\$9.713,57
Total Gastos de Operación	\$83.929,16	\$80.200,12	\$81.288,00	\$80.759,73	\$81.882,26
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$45.951,18</b>	<b>\$54.615,45</b>	<b>\$58.627,26</b>	<b>\$64.424,88</b>	<b>\$68.746,72</b>
Gastos Financieros	\$4.594,73	\$3.766,06	\$2.842,87	\$1.814,38	\$668,57
<b>Utilidad Antes de Participación</b>	<b>\$41.356,45</b>	<b>\$50.849,39</b>	<b>\$55.784,39</b>	<b>\$62.610,50</b>	<b>\$68.078,15</b>
Participación de Trabajadores (15%)	\$6.203,47	\$7.627,41	\$8.367,66	\$9.391,58	\$10.211,72
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$35.152,98</b>	<b>\$43.221,98</b>	<b>\$47.416,73</b>	<b>\$53.218,93</b>	<b>\$57.866,43</b>
Impuesto a la Renta (22%)	\$7.733,66	\$9.508,84	\$10.431,68	\$11.708,16	\$12.730,61
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$27.419,33</b>	<b>\$33.713,14</b>	<b>\$36.985,05</b>	<b>\$41.510,76</b>	<b>\$45.135,81</b>

Elaboración: Autores

## 5.7 Proyección de flujo de caja a cinco años

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><u>Ingresos Operativos:</u></b>						
Ventas Netas		\$203.036,18	\$209.127,26	\$215.401,08	\$221.863,12	\$228.519,01
<b><u>Egresos Operativos:</u></b>						
Costos Operativos		\$73.155,84	\$74.311,70	\$75.485,83	\$76.678,50	\$77.890,02
Gastos Administrativos		\$69.902,26	\$66.130,87	\$67.175,74	\$68.237,12	\$69.315,26
Gastos de Venta		\$2.680,00	\$2.722,34	\$2.765,36	\$2.809,05	\$2.853,43
Participación de Trabajadores		\$6.203,47	\$7.627,41	\$8.367,66	\$9.391,58	\$10.211,72
Impuesto a la Renta		\$7.733,66	\$9.508,84	\$10.431,68	\$11.708,16	\$12.730,61
Subtotal		\$159.675,22	\$160.301,16	\$164.226,26	\$168.824,41	\$173.001,06
<b>Flujo Operativo</b>		<b>\$43.360,96</b>	<b>\$48.826,10</b>	<b>\$51.174,82</b>	<b>\$53.038,71</b>	<b>\$55.517,95</b>
<b><u>Ingresos No Operativos:</u></b>						
Inversión Fija	\$34.340,00					
Inversión Diferida	\$19.127,84					
Inversión Corriente	\$12.144,84					
<b><u>Egresos No Operativos:</u></b>						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (7.265,13)	\$ (8.093,80)	\$ (9.016,99)	\$ (10.045,48)	\$ (11.191,29)
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (4.594,73)	\$ (3.766,06)	\$ (2.842,87)	\$ (1.814,38)	\$ (668,57)
<b>Flujo Neto Generado</b>	<b>\$ (65.612,68)</b>	<b>\$31.501,10</b>	<b>\$36.966,25</b>	<b>\$39.314,96</b>	<b>\$ 41.178,85</b>	<b>\$43.658,10</b>

Elaboración: Autores

## 5.8 Análisis de rentabilidad

Mediante el análisis del Payback del proyecto se ha logrado conocer en qué año de la proyección realizada, se recuperará la inversión, lo cual ha demostrado que, en el segundo año de funcionamiento, la empresa mostrará un payback positivo y por lo tanto la empresa será completamente rentable.

**Tabla 56. Flujos netos de caja y Payback**

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	\$ (65.612,68)	\$ (65.612,68)
AÑO 1	\$ 31.501,10	\$ (34.111,58)
<b>AÑO 2</b>	<b>\$ 36.966,25</b>	<b>\$ 2.854,67</b>
AÑO 3	\$ 39.314,96	\$ 42.169,63
AÑO 4	\$ 41.178,85	\$ 83.348,48
AÑO 5	\$ 43.658,10	\$ 127.006,57

**Elaboración: Autores**

Otra manera de conocer el nivel de rentabilidad de una entidad es conocer la tasa interna de retorno y el valor actual neto, el cual se determinará, primero, calculando la tasa de descuento del inversionista, a través del método del Capital Asset Pricing Model (CAPM), en la cual se obtuvo una tasa de descuento del inversionista por 13.18%

**Tabla 57. Método Capital Asset Pricing Model (CAPM)**

<b><math>K_r = K_{rf} + \beta (K_m - K_{rf}) + \text{riesgo país}</math></b>	
<b>K<sub>rf</sub> (tasa libre de riesgo) =</b>	2,00%
<b>K<sub>m</sub> (rendimiento de mercado) =</b>	5,91%
<b>β (beta del mercado) =</b>	0,6
<b>Riesgo país =</b>	8,82%
<b>K<sub>r</sub> (tasa esperada de retorno) =</b>	<b>13,18%</b>

**Elaboración: Autores**

Como método para calcular la tasa del descuento del proyecto, se establece el análisis del método Weighted Average Cost of Capital (WACC), el cual se obtiene mediante la ponderación entre la tasa de los fondos propios, el préstamo bancario y sus respectivos porcentajes de participación, permitiendo encontrar una TMAR o tasa mínima atractiva de rendimiento del 11.56%.

**Tabla 58. Weighted Average Cost of Capital (WACC)**

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO			TASA DE DESCUENTO		
<i>RECURSOS</i>	<i>APORTE</i>	<i>% PART.</i>	<i>TASA</i>	<i>PONDERACIÓN</i>	
PROPIOS	\$ 20.000,00	30,48%	13,18%	4,02%	
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 45.612,68	69,52%	10,85%	7,54%	
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 65.612,68</b>	<b>100,00%</b>	<b>TMAR</b>	<b>11,56%</b>	

**Elaboración: Autores**

El resultado de la TIR del proyecto es de 47.44% y un Valor Actual Neto de \$72,490.82 por lo cual se establece que el proyecto es rentable. Además, analizando el índice de rentabilidad se estima que, por cada dólar invertido, el negocio generará \$1.10 adicionales.

**Tabla 59. Análisis de la TIR y el VAN**

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD		
<i>TASA DE DSCTO.</i>	<b>TMAR</b>	<b>11,56%</b>
<i>TASA INTERNA DE RETORNO</i>	<b>TIR</b>	<b>47,44%</b>
<i>VALOR ACTUAL NETO</i>	<b>VAN</b>	<b>\$72.490,82</b>
<i>ÍNDICE DE RENTABILIDAD</i>	<b>IR</b>	<b>2,10</b>

**Elaboración: Autores**

Al realizar el cálculo del punto de equilibrio para el año 1 se establece que la empresa debe ofrecer al menos 14.735 servicios por año, o alcanzar un nivel de ventas de \$113,464.62 lo que equivale al 55% del presupuesto de ventas.

**Tabla 60. Cálculo del punto de equilibrio**

<b>CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>VARIABLES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<i>Costos Fijos</i>	\$72.582,26	\$68.853,22	\$69.941,10	\$71.046,17	\$72.168,70
<i>Costos Variables</i>	\$73.155,84	\$74.311,70	\$75.485,83	\$76.678,50	\$77.890,02
<i>Unidades Promedio</i>	26.368,34	27.159,39	27.974,17	28.813,39	29.677,79
<i>Precio Promedio</i>	\$ 7,70	\$7,82	\$7,95	\$ 8,07	\$ 8,20
<i>Costo Variable Unitario</i>	\$2,77	\$ 2,74	\$ 2,70	\$ 2,66	\$ 2,62
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<i>Servicios Prestados</i>	14.735,67	13.539,05	13.330,16	13.133,43	12.947,91
<i>Ventas</i>	\$113.464,62	\$105.897,87	\$105.911,37	\$105.996,99	\$106.150,76
<i>% Ventas</i>	55,88%	50,64%	49,17%	47,78%	46,45%

**Elaboración: Autores**

## 5.9 Análisis de indicadores financieros

Los indicadores financieros o ratios son cálculos que permiten analizar el comportamiento de diversas cuentas de la empresa y que reflejan su liquidez, rentabilidad, manejo de inventario, entre otros. De acuerdo al índice de liquidez corriente, se determina un escenario favorable pues por cada dólar en deuda, esta es cubierta por 4.82 veces más de activos.

**Tabla 61. Indicadores de liquidez**

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>PROM.</b>
<b>I. LIQUIDEZ</b>						
Liquidez Corriente	0,27	1,14	2,66	5,65	14,40	4,82

**Elaboración: Autores**

En lo que concierne al nivel de endeudamiento del activo, éste presenta un valor del 33%, es decir que, por cada dólar de activos, apenas \$ 0.33 corresponde a deuda, lo que es positivo. El índice de apalancamiento muestra un promedio de 1.74, lo cual significa que la empresa ya no depende de los fondos externos.

**Tabla 62. Indicadores de endeudamiento**

<b>II. ENDEUDAMIENTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>PROM.</b>
Endeudamiento del Activo	70%	45%	27%	15%	7%	33%
Apalancamiento	3,28	1,81	1,37	1,18	1,07	1,74

**Elaboración: Autores**

Los indicadores de rentabilidad presentan un escenario favorable, debido a que los márgenes brutos y netos, presentan una tendencia creciente. Mientras que el retorno en activos y en patrimonio corresponde al 27% y 36% respectivamente.

**Tabla 63. Indicadores de rentabilidad**

<b>IV. RENTABILIDAD</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>PROM.</b>
Margen Bruto	64%	64%	65%	65%	66%	65%
Margen Neto	14%	16%	17%	19%	20%	17%
ROA	32%	30%	27%	24%	22%	27%
ROE	58%	42%	31%	26%	22%	36%

**Elaboración: Autores**

## 5.10 Análisis de sensibilidad

Finalmente, se hizo un análisis de sensibilidad aplicando 2 escenarios:

En el escenario conservador, se asumió un decrecimiento en ventas por un promedio de 6% anual. En este caso, el impacto no es significativo, pues la TIR bajó a 32.29% y el VAN corresponde a \$ 42,106.11; representando un retorno de \$ 0.64 por cada dólar invertido en el negocio.

**Tabla 64. Análisis de sensibilidad – escenario conservador**

<b>ANALISIS DE RENTABILIDAD - ESCENARIO CONSERVADOR</b>		
<i>TASA DE DSCTO.</i>	<b>TMAR</b>	<b>11,56%</b>
<i>TASA INTERNA DE RETORNO</i>	<b>TIR</b>	<b>33,29%</b>
<i>VALOR ACTUAL NETO</i>	<b>VAN</b>	<b>\$42.106,11</b>
<i>ÍNDICE DE RENTABILIDAD</i>	<b>IR</b>	<b>1,64</b>

En el escenario pesimista, se asumió que las ventas decrecen un 12% cada año. En este caso, el impacto es fuerte, ya que la TIR está bordeando la TMAR al ubicarse en 17.97% y el VAN en \$ 11,721.40; lo que significa que por cada dólar invertido se estaría recuperando \$ 0.18 adicionales.

**Tabla 65. Análisis de sensibilidad– escenario pesimista**

<b>ANALISIS DE RENTABILIDAD - ESCENARIO PESIMISTA</b>		
<i>TASA DE DSCTO.</i>	<b>TMAR</b>	<b>11,56%</b>
<i>TASA INTERNA DE RETORNO</i>	<b>TIR</b>	<b>17,97%</b>
<i>VALOR ACTUAL NETO</i>	<b>VAN</b>	<b>\$11.721,40</b>
<i>ÍNDICE DE RENTABILIDAD</i>	<b>IR</b>	<b>1,18</b>

## CONCLUSIONES

El estudio realizado permite establecer las siguientes conclusiones:

1. Mediante el estudio de campo de la presente investigación se pudo conocer la aceptación del servicio de choferes eventuales para la ciudadanía que tiende a manejar vehículos, debido a la alta incidencia de accidentes de tránsito por problemas del conductor, al no contar con sus facultades físicas y mentales óptimas para realizar dicha actividad.
2. Existen múltiples programas gubernamentales que se han generado con el afán de disminuir los índices de accidentalidad del país como “Párale el carro”, “Corazones azules”, entre otros, que buscan concientizar, tanto a conductores como a peatones, sobre las normas básicas de seguridad vial.
3. Por medio del análisis estratégico de la propuesta se pudo definir la estructura organizacional de la entidad y la contratación de 10 choferes para cubrir la demanda propuesta, además de la inversión necesaria para el funcionamiento de la empresa.
4. Con una inversión de \$65.612,68 dólares, para cubrir los activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, los cuales serán financiados por fondos propios en un 30,48% y el restante por medio de un préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional, según lo proyectado, el negocio tendrá una tasa interna de retorno de 47.44% y un Valor Actual Neto de \$72,490.82 considerando al proyecto como rentable.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones del proyecto son las siguientes:

1. Se recomienda realizar estudios de mercado en diversos cantones de la provincia del Guayas, así como en otras provincias con el fin de expandir la cobertura del servicio de choferes eventuales, según la demanda encontrada.
2. Como parte de la promoción de la empresa, se considera necesario acoplar la campaña publicitaria de la marca, con una campaña de concientización para que los ciudadanos tengan conciencia de la seguridad vial y su importancia en el día a día.
3. Se establece la posibilidad de ampliar los procesos, con el fin de diversificar el servicio prestado, a nivel corporativo o con otras líneas de transporte relacionados.
4. Como recomendación final, se considera que la idea de los choferes eventuales, puede aumentar su nivel de presencia en el mercado con inversión en el área operativa, con el fin de mejorar su servicio, y ofertando mayor disponibilidad de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, E. (2013). *Guía práctica para la elaboración de proyecto de investigación*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- American Marketing Association. (2014). *The American Marketing Association*.  
Obtenido de <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>
- ANT. (2015). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*.  
Obtenido de [http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Ley-  
Org%C3%A1nica-de-Transporte-Terrestre-Tr%C3%A1nsito-y-Seguridad-  
Vial-y-Reglamento..pdf](http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Ley-Org%C3%A1nica-de-Transporte-Terrestre-Tr%C3%A1nsito-y-Seguridad-Vial-y-Reglamento..pdf)
- ANT. (Diciembre de 2016). *Siniestros diciembre 2015*. Obtenido de  
[http://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/3368-siniestros-diciembre-  
2015](http://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/3368-siniestros-diciembre-2015)
- ATM. (2015). *Noticias*. Obtenido de <http://www.atm.gob.ec/Show/News/1>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Conoce medidas de mejora de la Seguridad Vial Campaña “no más corazones perdidos en las vías” (Ecuador)*. Obtenido de [http://www.iadb.org/es/temas/transporte/guia-bid-de-  
seguridad-vial/campana-no-mas-corazones-perdidos-en-las-vias-  
ecuador,4794.html](http://www.iadb.org/es/temas/transporte/guia-bid-de-seguridad-vial/campana-no-mas-corazones-perdidos-en-las-vias-ecuador,4794.html)
- Campos, J. (30 de Mayo de 2008). *Quitarse de encima el estrés a la hora de conducir*. Obtenido de [http://www.circulaseguro.com/el-estres-y-la-  
conduccion/](http://www.circulaseguro.com/el-estres-y-la-conduccion/)
- CEA Seguridad Vial. (2016). *Factores físicos que afectan al conductor*. Obtenido de  
[http://www.seguridad-vial.net/conduccion/seguridad-en-la-circulacion/39-  
factores-que-afectan-al-conductor](http://www.seguridad-vial.net/conduccion/seguridad-en-la-circulacion/39-factores-que-afectan-al-conductor)
- Choferes de Reemplazo. (2014). *Nuestros Servicios*. Obtenido de  
<http://www.choferesderemplazoperu.com/>

- COIP. (14 de Marzo de 2016). *Código Orgánico Integral Penal*. Obtenido de file:///C:/Users/de/Downloads/coip.pdf
- Comunidad Andina. (29 de Agosto de 2014). *ACCIDENTES DE TRÁNSITO EN LA COMUNIDAD ANDINA 2013*. Obtenido de [http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/2437\\_8.pdf](http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/2437_8.pdf)
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- Crece Negocios. (2 de febrero de 2012). *El VAN y la TIR*. Obtenido de sitio web de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Dóriga, L. (24 de Febrero de 2016). *Estudio señala que conducir enojado aumenta diez veces el riesgo de choque*. Obtenido de <http://lopezdoriga.com/vida-y-estilo/estudio-senala-que-conducir-enojado-aumenta-diez-veces-el-riesgo-de-choque/>
- Facultad de Psicología. (2013). *El efecto de las drogas en la conducción de Vehículos*. Obtenido de <http://www.psych.unc.edu.ar/?p=14768>
- INEC . (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011- 2012*. Quito.
- INEC. (2013). *Anuario de estadísticas vitales:Nacimientos y defunciones 2013*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Nacimientos\\_Defunciones/Publicaciones/Anuario\\_Nacimientos\\_y\\_Defunciones\\_2013.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Publicaciones/Anuario_Nacimientos_y_Defunciones_2013.pdf)
- INEC. (2014). *Encuesta de Condiciones de Vida 2014*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-internet-smartphones-redes-sociales.html>
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- LOTTTSV. (2008). *Registro Oficial*. Quito.

- Master Research. (s.f.). *Perfil del Consumidor*. Obtenido de Master Research:  
<http://www.masterresearch.com.mx/evo2/perfil-consumidor-research.htm>
- Mercado, H., & Palmerin, M. (2010). *Análisis de la demanda: la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 15 de junio de 2013, de sitio web de Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20demanda.htm>
- Merino, R. (13 de septiembre de 2010). *Capítulo 8: Marketing. Análisis de la Oferta*. Obtenido de sitio web de Emagister: <http://www.emagister.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-oferta>
- Ministerio de Obras Públicas y Transporte. (2012). *Campaña 'Párale el carro' busca reducir accidentes de tránsito y mortalidad en las vías*. Obtenido de <http://www.obraspublicas.gob.ec/campana-parale-el-carro-busca-reducir-accidentes-de-transito-y-mortalidad-en-las-vias/>
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores.
- Navarro, P. (2010). *Teoría e la Factibilidad*.
- Parada, P. (10 de Enero de 2013). *Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno*. Obtenido de <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>
- Paz, C., Vázquez, R., & Santos, L. (2000). *Publicidad y eficacia publicitaria: influencia de la posición, repetición y estilos publicitarios en la eficacia de los anuncios televisivos entre los jóvenes*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Philip Kotler; Gary Armstrong. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México: Prentice Hall.
- Piñero, E. (2015). *Estrategias y modelos de negocio: casos prácticos y una guía para emprendedores*. Madrid, España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Nueva York, *The Free Press*, 24-27.
- Revista Zona Libre. (15 de Noviembre de 2013). *Campaña "MIRA AL FRENTE" ya tiene más simpatizantes colaborando para evitar muertes por culpa de celulares*. Obtenido de <http://revistazonalibre.blogspot.com/2013/11/campana-mira-al-frente-ya-tiene-mas.html>
- Richard, J. (2009). *Modelo de negocio: eslabon perdido en la direccion estrategica*. Madrid: Universia Business Review.
- Rodriguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Universidad Autónoma de Tabasco.
- Sahlman, W. (1997). *How to write a great business plan*. Harvard Business Review Article.
- Security Driving. (2016). *SOMOS*. Obtenido de <http://www.choferesdereemplazo.com/>
- SegurosSinBarreras. (10 de Marzo de 2014). *Los grandes riesgos de conducir enojado*. Obtenido de <http://segurosinbarreras.com/blog/los-grandes-riesgos-de-conducir-enojado/>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Torres, B. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Segunda ed.). México: Pearson Education.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Lima, Perú: Ministerio de la Producción de Perú, USAID.

## ANEXOS

### Anexo 1. Formato de encuesta

**1. ¿Usted o su entorno (familiares o amigos) ha sufrido accidentes de tránsito:**

Sí

No

**2. ¿En alguna ocasión se ha encontrado impedido de manejar su vehículo?**

Sí

No

**3. Indique un factor por el que no haya podido manejar su vehículo:**

Ebriedad

Situación emocional

Problemas de salud

Cansancio y/o sueño

**4. ¿Cuándo se ha encontrado imposibilitado de manejar su vehículo, qué acción ha tomado?**

Manejar a pesar de la situación

Llamar a un familiar o amigo

Dejar el auto estacionado y llamar un taxi

**5. ¿Conoce lo que significa el término “conductor auxiliar”? (en caso de ser negativa la respuesta, proceder a explicarlo)**

Sí

No

**6. ¿Qué tan dispuesto estaría de contratar un servicio de conducción eventual?**

Muy dispuesto

Dispuesto

Poco dispuesto

Indispuesto

**7. ¿Qué factor incide en su decisión de contratar un servicio de conducción eventual?**

Seguridad (conductores capacitados)  
Precio asequible  
Confidencialidad  
Agilidad del servicio

**8. ¿En qué situación regular consideraría contratar el servicio de conducción eventual?**

Luego de un evento social  
Para dirigirse al lugar de trabajo  
Por motivo de viaje  
Para conducir varias horas al día

**9. ¿De qué manera considera que debe fijarse el precio del servicio?**

Tarifa igual a taxi ejecutivo  
Precio fijo  
Cobro por tiempo  
Cobro por kilómetro

**10. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre el servicio de conducción eventual?**

Redes sociales  
Prensa escrita  
Televisión  
Radio

## **CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA**

Yo, Dra. Lidia Jacqueline Bermúdez Johnson, Mg. Certifico: que he revisado la redacción y ortografía del contenido del Proyecto: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONDUCCIÓN EVENTUAL”**. elaborado por la Srta. **MARTHA CAROLINA DÁVILA**, con cédula de identidad No. 0924025463, y el Sr. **JORGE LUIS ESPINOZA GÓME.**, con cédula de identidad No.0921218947, previo a la obtención del TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa y se utiliza los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud de las ideas y no incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta, se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto, de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como especialista en Literatura y Español, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su proyecto previo a la obtención de su Grado Académico de INGENIERO COMERCIAL.

**Atentamente**

Dra. Lidia Jacqueline Bermúdez Johnson, Mg.  
0908731953  
Registro  
1030-02-11798