



Proyecto de implementación del servicio exclusivo de taxis para mujeres Lady Express en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2009

Evelin Borbor Moreira ⁽¹⁾, Cindy Soriano Castillo ⁽²⁾, Pedro Zambrano ⁽³⁾

Facultad de Economía y Negocios (FEN)

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador

eborbor@espol.edu.ec ⁽¹⁾, csoriano@espol.edu.ec ⁽²⁾, pzambra@espol.edu.ec ⁽³⁾

Resumen

En la ciudad de Guayaquil se ha incrementado en el último año el servicio de taxis ambulantes denominados “taxi – amigo”, los cuales no pertenecen a una empresa legalmente constituida. Este hecho, viene ligado con el incremento de la delincuencia, principalmente a mujeres que son el género más vulnerables a este tipo de acciones. Tanto así que de cada 10 mujeres 2 son víctimas de robos, violaciones, entre otros actos delictivos.

Es por esto que, se ha decidido introducir y desarrollar en el mercado, una prestación de transporte de taxis el cual vaya dirigido a esta clase vulnerable, ofreciendo como valor agregado “servicio de traslado femenino” y de esta manera transportarse de una forma eficiente con sus pertenencias, y sus niños(as) a cualquier hora del día.

Este servicio de taxis será exclusivamente para el sexo femenino y menores que todavía necesitan la tutela de sus padres, donde la(s) usuaria(s) será(n) trasladada(s) junto a menores de edad de ser el caso, por damas capacitadas en conducción, seguridad y defensa personal.

De esta manera trataremos de minimizar la delincuencia hacia el género femenino que es la parte más afectada en cuanto delitos se refiere.

Palabra Clave: Taxi – amigo

Abstract

In the last year, the street taxi service called “taxi – amigo” has increased, which do not belong to any legally constituted company. This fact is linked with increased crime, especially women who are the gender most vulnerable to this kind of actions. What is more, 2 out of 10 women are victims of robberies, rapes, among other criminal acts.

That's why it was decided to introduce and to develop a taxi transport service in the market, which is directed at this vulnerable class, offering as a value-added “female shuttle service” and in this way to get efficient transportation to their belongings and their children at any time of the day.

This taxi service is exclusively for females and children still needing parental care, where the user is transported with children if it is the case, by ladies trained in driving, safety and self-defense. In this way, we will try to minimize the crime to the female gender which is the most affected part as crime is concerned.

Key word: Taxi – amigo

1. Introducción.

El uso del vehículo automotor ha proporcionado una gran libertad de movilidad y comodidad a los seres humanos jamás imaginados. Los autos, los buses, las motos, nos traen muchos beneficios y por ende una mejor calidad de vida.

Los problemas de tránsito y de estacionamiento se identifican como hechos, que pueden ser resueltos en forma racional y de manera técnica, esto es claro observar que es de interés público. Con frecuencia es más económico en factores de tiempo, dinero y personal tomar un taxi.

Sin embargo, este hecho, viene ligado con el incremento de la delincuencia, principalmente a mujeres que son el género más vulnerables a éste tipo de acciones. Tanto así que de cada 10 mujeres 2 son víctimas de robos, violaciones, entre otros actos delincuenciales.

2. Planteamiento del problema.

Definitivamente la inseguridad en la ciudad de Guayaquil es el principal y verdadero problema para todos, tanto para los que poseen y no poseen un medio de transporte. La delincuencia ha evolucionado progresivamente, por tal motivo muchas mujeres a ciertas horas no se arriesgan a tomar un bus, sino que prefieren pagar un poco más y tomar un taxi, si bien están conscientes que en éste medio de transporte no estarán completamente seguras.

Además que la falta de empleo, como consecuencia del colapso de la economía, ha hecho que algunos trabajadores cesantes opten por una actividad independiente entre estos mujeres que muchas veces no tienen una profesión o un trabajo estable, las mismas que son la cabeza de la familia que optan por buscar la forma de cómo llevar el pan diario a sus casas, por esta razón que con Lady Express tendrán la oportunidad de generar su propio empleo.

La mayoría de taxis no poseen información acerca de los costos por carrera haciendo que el conductor fije un precio más alto que el normal por un lado, por otro lado la petición de los conductores de taxis piratas o llamados también taxis fantasmas a sentarse en el asiento del copiloto, so pretexto de una multa de la comisión de tránsito del Guayas, es aquí cuando la mayoría de damas ingenuas caen en manos de la delincuencia.

2.1 Objetivos

- **General.** “Elaborar un plan de mercado el cual permita introducir un nuevo servicio de transporte de taxis en la ciudad de Guayaquil”.

• Específicos

1. Obtener información del mercado directa e indirectamente para definir la segmentación de nuestra demanda potencial al cual estaría dirigido el servicio.

2. Realizar el debido estudio financiero para evaluar la rentabilidad del mismo en el corto, mediano y largo plazo y a su vez la evaluación del financiamiento del proyecto.

3. Instituir una compañía de sociedad anónima o lograr una alianza estratégica con *Serpresa* para implementación éste nuevo modelo de servicio.

4. Desarrollar un plan de estrategias para implementarlas en el mercado potencial sugerido.

5. Implementar un sistema de pago mediante tarjeta de afiliación de nuestros clientes, al cual podrán tener acceso por medio de la página web.

2.2 Características del servicio

Bajo el concepto de seguridad y confort, y siguiendo el ejemplo de otras ciudades desarrolladas como lo son Londres, Paris, Manhattan, etc. En donde existen empresas que prestan servicios de taxi VIP utilizando autos nuevos y full equipo.

Dicho servicio contará con una flota de diez unidades (que serán de terceros que deseen ser parte de este modelo de negocio) con los cuales se pretenderá brindar un servicio exclusivo para mujeres de manera confortable y seguro que será utilizado para transporte urbano o como la clienta disponga.

2.3 Características de las unidades

Los autos full equipo deberán ser de preferencia nuevos, y como máximo podrán tener de vida útil dos años.



Figura 1. Vehículo modelo



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Además la unidad poseerá un botiquín de primeros auxilios, un extintor, periódico y un kit de belleza que solo será utilizado dentro de cada unidad; todas las unidades también deberán tener taxímetro y radios de frecuencia.

2.4 Misión

Brindar un servicio eficiente a nuestros clientes dándoles seguridad, comodidad y confianza.

2.5 Visión

Ser la empresa líder en el servicio de transporte de taxis para mujeres en la ciudad de Guayaquil.

3. Acciones realizadas.

3.1 Introducción.

Las socias fundadoras trataremos de minimizar la delincuencia hacia el género femenino que es la parte más afectada en cuanto delitos se refiere, donde se pretende ser parte de la solución investigando, introduciendo y desarrollando este proyecto.

Nuestro proyecto consiste en la implementación del servicio exclusivo de taxis para mujeres Lady Express en la ciudad de Guayaquil, se ha decidido introducir y desarrollar en el mercado, una prestación de transporte de taxis el cual vaya dirigido a esta clase vulnerable. Serpresa S.A. es un empresa la cual consta con los permisos respectivos y hasta el momento se encuentra laborando como una compañía de transporte de taxis Vip con una cartera de usuarios personales y de algunas empresas de la ciudad de Guayaquil, la misma que trabaja mediante llamadas telefónicas para el pedido de las unidades con una cartera de empresas y con personas ya registradas en su base de datos.

3.2 Estudio de Mercado.

Se elaborará el Plan de Marketing donde se determinará la estrategia de precio, la estrategia de canales de distribución, la estrategia de promoción y además se desarrollará el diseño para el producto.

3.2.1 Demanda. Con los datos obtenidos por Serpresa S.A. se estima que cada carrera tiene un tiempo máximo de 30 minutos desde que la conductora se dirige a

recoger a la cliente, hasta dejar a la misma en su lugar de destino.

Además estamos conscientes de que cada unidad no estará ocupada las 22 horas dado que es un servicio nuevo que instauraremos en el mercado y a pesar que el 80% de las mujeres encuestadas están dispuestas probar el servicio.

Planteamos una demanda variable, dados en las 22 horas laborables de cada unidad:

Demanda: 15 carreras diarias.

Tabla 1. Cálculo de la Demanda de Lady

22 HORAS	
10 UNIDADES	
15	Utilizaran el servicio (demanda potencial)

3.3 Plan estratégico de mercado

Después de haber realizado la respectiva investigación de mercado se puede empezar a elaborar el plan estratégico en el cual determinamos:

3.3.1 Competencia. Nuestro mayor competidor son los taxis piratas ya sea por costo o por tiempo de llegada, es por esta razón que para poder contrarrestarlos debemos de competir con seguridad, precio y eficiencia.

3.3.2 Segmentación de mercado. El servicio de transporte de taxis está dirigido exclusivamente para mujeres y para menores no emancipados (que necesiten la tutela de sus padres). Las cuales se las ha segmentado demográficamente por sectores productivos de acuerdo a las actividades que realizan:

Una vez definida la segmentación de mercado podemos concluir que nuestro servicio de transporte va dirigido a las mujeres guayaquileñas de clase media en adelante que son las que representan el 35% de la renta primaria, esto nos determina la cantidad de personas que están dispuestas a utilizar este tipo servicio.

3.4 Plan Operativo (Marketing Mix)

3.4.1 Cliente satisfecho. Una de las inquietudes más significativas en cualquier empresa es el tema del servicio al cliente. Todos reconocen que éste es un aspecto muy importante para su éxito, sin embargo son pocos los que lo aplican dentro de su organización y en el momento en que dejan de percibir ganancias es cuando se hacen la siguiente pregunta Por qué un

cliente deja de serlo?. Es por lo que podemos decir que 50% de nuestras posibles usuarias la atención al cliente tiene un grado de importancia muy significativo.

Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestra cartera de clientas en cuanto ofrecer una mejor atención y evitar la pérdida de las mismas, ofreceremos nuestro portafolio de servicios, el cual constará de 3 tipos, ya mencionados anteriormente

Además tenemos otra opción que será la Confirmación de Eventos:

Si nuestras clientas o empresas están planificando realizar un seminario o conferencia, Lady Express contará con el servicio de transporte de su personal al lugar de destino con precios módicos, para que de esta forma puedan transportarse de una manera y cómoda. Todos estos seguimientos serán efectuados por la persona encargada en el departamento de relaciones públicas.

3.4.2 Canales de distribución (Plaza). Se considerará como plaza la ciudad de Guayaquil (perímetro urbano) entre sus principales recorridos están 9 de Octubre, Urdesa, 25 de Julio, etc. Y otras localidades como Durán, Milagro, naranjal, etc. Estarán dentro el paquete de tarifa de viajes.

3.4.3 Comunicación (Promoción). Una vez que se han determinado los servicios que se van a ofrecer, el precio y el canal de acceso, nos enfocaremos en dar a conocer, informar y convencer al mercado de las características de la oferta, de esta manera para hacer una mejor estrategia de promoción realizaremos un grafico de tres dimensiones, el cual se denomina Identidad de Marca el mismo que nos va a proporcionar información de quiénes somos y que es los que ofrecemos.

3.4.4 Publicidad. Se busca tener el posicionamiento de las clientas potenciales mediante el eslogan “LADY EXPRESS siempre seguras”.



Figura 2. Logotipo de la Empresa

3.5 Análisis organizacional

La empresa estará constituida por una junta de accionistas (en este caso las socias fundadoras y Serpresa) y con una flota de diez unidades (que darán sus servicios prestados Lady Security) las cuales estarán prestas a brindar el servicio requerido en el tiempo óptimo.

Lady Security se encargará de captar un portafolio de clientes principalmente de oficinas para brindar nuestro servicio.

Organigrama



Figura 3. Organigrama de la empresa

3.6 Plan de inversión

La inversión inicial considerada para la realización de nuestro nuevo proyecto comprende todos los desembolsos en que la empresa debe incurrir para la adquisición de los recursos necesarios para su ejecución, para los cuales contamos con el capital propio de las socias fundadoras.

En el establecimiento de los mismos se han considerado los siguientes aspectos:

Con lo referente a los datos anteriores, son la adquisición que las socias fundadoras tendrán que realizar para la instauración de la oficina correspondiente, como lo mencionamos en capítulos anteriores, siendo así que cada unidad tendrá que cubrir con los respectivos gastos de equipos de comunicación, taxímetro, pago de las conductoras, etc.

3.6.1 Gastos Operacionales. Estos son los gastos mensuales que se incurrirá para poder brindar un mejor servicio a nuestras usuarias.

La tabla 2 nos muestra que el costo por año de los diez carros es de 45.900

Tabla 2. Gastos de Movilización por 10 carros

DEMANDA POR AUTO	CARRERAS TOTALES AL DIA	COSTO GASOLINA POR CARRERA	COSTO POR DIA \$	COSTO POR MES \$	COSTO POR AÑO \$
15	150,00	0,85	127,50	3.825	45.900,

A continuación veremos la tabla 3 muestra todos los Gastos Operacionales mencionados anteriormente, en el cual fluctúa el valor de los gastos de movilización por las 10 unidades que estarán a nuestro servicio.

Tabla 3. Gastos operacionales

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Derecho de la marca	28,00	1,00	0,00	28,00
Plan Porta	600,00	1,00	450,00	5.400,00
Plan Movistar	300,00	1,00	250,00	3.000,00
Permiso para radio frecuencia	3,00	10,00	0,00	30,00
Suministros de oficina	60,00	1,00	60,00	720,00
Pago por vehículo	35,00	10,00	10.500,00	126.000,00
Gastos de movilización (gasolina)	382,50	10,00	3.825,00	45.900,00
Arriendo de oficina	100,00	1,00	100,00	1.200,00
kit de belleza	50,00	10,00	0,00	500,00
Servicios Básicos	100,00	1,00	100,00	1.200,00
Gastos de limpieza	50,00	1,00	50,00	600,00
TOTAL				184.578,00

3.3 Previsión del flujo de caja

Para la previsión del flujo de caja del proyecto se ha considerado un horizonte de seis años; tomando en cuenta la información recopilada en los estudios preliminares que involucran el análisis de mercado, marco legal, técnico y organizacional, los mismos que están resumidos en la inversión inicial, ingresos y egresos, y otros rubros que se incurrirán para la ejecución del proyecto.

Ingresos: Constituyen todos los ingresos de operación de la empresa que representan las entradas reales de caja.

La expectativa de la demanda es lo máximo de carreras que podríamos tener, por lo que se considera

que el tiempo máximo que dura una carrera es de media hora para la prestación del servicio en las 22 horas que laboran las unidades

Tabla 4. Demanda de Lady Express

15	utilizarán el servicio (demanda promedio)
----	---

El ingreso percibidos por un carro es de \$ 615,00, en los cuales podemos ver tanto los ingresos mensuales \$18.450,00 como anuales es de \$ 221.400,00 a partir del ingreso promedio por carrera obtenido por Serpesa S.A.

En la tabla 5 podremos observar el total de los ingresos percibido por las 10 unidades que se encuentran a nuestro servicio:

Tabla 5. Ingresos percibidos por 10 carros

Demanda Por Auto	Carreras Totales Al Día *	Precio Por Carrera	Ingreso Al Día	Ingreso Al Mes	Ingreso Al Año
15,00	150,00	4,10	615,00	18.450,00	221.400,00

* Valores obtenidos por los diez carros.

Los egresos. Constituyen todos los desembolsos que incurrirá la empresa, los mismos que corresponden a:

Se realizan el pago a cinco personas las cuales estarán a cargo de manejo del servicio, cada una con sus respectivas labores mencionadas en el análisis organizacional.

Todo nuestro personal del servicio de Lady Express estará cubierto con los beneficios de ley, a pesar que Serpresa S.A no paga dichos valores a sus empleados.

Podemos mencionar que el rubro de las operadoras es la suma de las tres personas, las mismas que estarán en sus turnos rotativos correspondientes.

Valor Actual Neto. Basados en el flujo de caja proyectado para Lady Express en un periodo de cinco años en el escenario neutral, dio como resultado:

Valor Actual Neto \$571.409,76; lo que significa que el proyecto se acepta.

La tasa Interna de Retorno. Es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial del proyecto, es decir, que comprende el cálculo de la tasa que hace que el Valor Actual Neto del proyecto se iguala a cero. Así mismo para la Tasa Interna de Retorno del proyecto es indispensable considerar la siguiente regla de decisión.

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor a la tasa de rentabilidad requerida y/o tasa pasiva del mercado fijada por el Banco Central del Ecuador se debe aceptar el proyecto, si no se rechaza.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Atendiendo el análisis realizado al flujo de caja de la empresa y considerando un horizonte de cinco años para el proyecto nuestra TIR 89% en el escenario neutral.

4. Conclusiones

- Se concluye que la instalación del servicio de transporte de taxis Lady Express, es rentable debido al alto retorno que se obtiene a lo largo del tiempo, como pudimos observar en los respectivos análisis económicos y financieros del proyecto.
- El proyecto requiere una inversión de \$ 7434,00 dólares americanos, el cual se recuperará en el segundo año, luego de esto se empezara a repartir utilidades a los inversionistas en primera instancia.
- Desde el punto de vista comercial, el precio de nuestro servicio es moderado, ya que a pesar de su alta calidad brindada es accesible a nuestro mercado meta socioeconómico medio en adelante.

5. Recomendaciones

- Si bien el proyecto es rentable y muy atractivo, uno de los aspectos que podría afectar gravemente al proyecto es un descuido en nuestra selección de la procedencia de los propietarios de cada unidades que trabajan para nosotras, debido que esto afectaría directamente con la seguridad de nuestras usuarias.

- Establecer programas de capacitación constante para las conductoras sobre el trato y servicio para la pasajera, para así obtener una alta fidelidad de parte de nuestras clientas.
- Crear una relación a largo plazo con las compañías a las cuales brindaremos nuestro servicio.

6. Bibliografías

- [1] Kinnear Taylor, Investigación de mercados. Un enfoque aplicado, quinta edición, Colombia: Mc Graw – Hill, 2000,
- [2] Kotler Philip, Dirección de marketing, décima edición, México: Pearson Educación, 2001,
- [3] Nassir Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición, Chile: Mc Graw Hill, 2000,
- [4] Portal del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:
www.inec.gov.ec
- [5] Banco Central del Ecuador,
www.bce.ec