

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA INTRODUCCIÓN DE UNA PLATAFORMA DIGITAL DE ECONOMÍA COMPARTIDA QUE PERMITA RESERVAR ESTACIONAMIENTOS EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA/O COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:

DANIELA MELINA GUERRERO PALMA
ÁNGEL EDUARDO LÓPEZ BRIONES

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

Dedico esta tesis y toda mi vida a mis padres, Nancy y Héctor, pues sin ellos no lo habría logrado, por su sacrificio, esfuerzo y por creer en mis capacidades desde el día en que nací. Me formaron con reglas que el día de hoy me han permitido alcanzar mis sueños.

Todo es para ustedes.

Daniela Guerrero Palma

A mí familia, mi mamá y papá, Lorena y Ángel, este mérito se lo dedico especialmente a ellos, sin quienes no habría sido posible llegar a este momento tan satisfactorio de dedicar mi tesis.

Eduardo López Briones

AGRADECIMIENTOS

Mis profundos agradecimientos a mis padres por el apoyo que siempre me han entregado, a mis sobrinos por la calma en días difíciles, a mis profesores por ser el pilar más importante en mi formación académica, a nuestro tutor de tesis Pablo Soriano y tutora del Centro de Escritura Andrea Carranza por sus grandes consejos, a mi grupo de amigos, que con el paso de los años convirtieron mi etapa universitaria en la mejor de mi vida y a mi compañero de tesis y gran amigo, Eduardo López por su soporte en la elaboración de este gran proyecto.

Daniela Guerrero Palma

Agradezco a todas las personas que me guiaron y ayudaron en el desarrollo de este trabajo, a mi amiga y compañera de tesis Daniela por su invaluable colaboración y paciencia, al resto de mis amigos que conocí en la universidad por su apoyo a lo largo de toda la carrera; Tamara, Rafael, Fiorella y Valeria, y a mi familia por su compañía y fortaleza incondicional.

Eduardo López Briones

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponden conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Daniela Melina Guerrero Palma* y *Ángel Eduardo López Briones* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Daniela Melina
Guerrero Palma



Ángel Eduardo
López Briones

EVALUADORES



MBA. Pablo Soriano Idrovo
PROFESOR DE LA MATERIA

RESUMEN

El presente trabajo para titulación tiene como objetivo central la propuesta y evaluación del negocio de economía compartida “*Go2Parking*”, soportado en una plataforma digital que permita a los conductores buscar, reservar y pagar por un estacionamiento, mientras que los propietarios de parqueos puedan gestionar sus espacios adecuadamente en el centro de Guayaquil.

Inicialmente, se realizó una investigación exploratoria y una cualitativa, ambas permitieron conocer de primera mano opiniones y preferencias de los potenciales usuarios de la plataforma propuesta. El estudio del mercado mostró un alto interés de los conductores para utilizar la plataforma presentada, al igual que los potenciales arrendadores de plazas de estacionamientos.

Además, para el cumplimiento del objetivo central del trabajo, se marcaron objetivos específicos, partiendo desde la identificación del problema para luego realizar la propuesta de negocio, tomando como base los resultados obtenidos de la investigación de mercados, posteriormente se validó la viabilidad y rentabilidad del negocio mediante un flujo de caja e indicadores como VAN, TIR y periodo de recuperación. Finalmente se identificaron los riesgos y las oportunidades de mejora mediante un análisis de riesgos.

El negocio propuesto es creado a partir de un modelo de economía compartida, una solución tecnológica y financieramente viable, surge de una búsqueda para combatir la problemática de la congestión vehicular del centro de Guayaquil debido a la escasez de espacios de estacionamientos, al mismo tiempo que se disminuye la contaminación vehicular.

Palabras clave: Economía compartida, congestión vehicular, investigación de mercados, tecnología.

ABSTRACT

The main objective of this degree project is the proposal and evaluation of the shared economy business "Go2Parking", supported by a digital platform that allows drivers to search, reserve and pay for parking, while parking owners can manage their spaces properly in Downtown Guayaquil.

Initially, an exploratory and qualitative research was carried out, both allowed to know first-hand opinions and preferences of the potential users of the proposed platform. The market study showed a high interest of drivers to use the platform presented, as well as potential lessors of parking spaces.

Also, for the fulfillment of the main objective of the work, specific objectives were set, starting from the identification of the problem and then carrying out the business proposal, based on the results obtained from the market research, later the viability and profitability of the business was validated through a cash flow and indicators such as NPV, IRR and payback period. Finally, the risks and opportunities for improvement were identified through a risk analysis.

The proposed business is created from a shared economy model, a technologically and financially viable solution, it arises from a search to combat the problem of vehicular congestion in the center of Guayaquil due to the shortage of parking spaces, at the same time as vehicle pollution is reduced.

Keywords: *Shared economy, traffic congestion, market research, technology.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	5
RESUMEN	I
ÍNDICE GENERAL	III
ABREVIATURAS	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Justificación del trabajo.....	2
1.3 Alcance de la investigación	4
1.4 Objetivos	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos.....	4
1.5 Marco teórico.....	5
1.5.1 Antecedentes del sector	5
1.5.2 Bases teóricas	8
1.6 Metodología	13
CAPÍTULO 2	14
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	14
2.1 Análisis Micro Y Macro Del Sector	14
2.1.1 Análisis del microentorno.....	14
2.1.1.1 Las cinco fuerzas de Porter	14
2.1.2 Análisis del macroentorno.....	19

3.1.2.1	Análisis PESTEL	19
CAPÍTULO 3.....		28
3.	ESTUDIO DE MERCADO	28
3.1	Metodología	28
3.2	Diseño muestral	29
3.3	Técnica de muestreo	30
3.4	Tamaño de la muestra	30
3.5	Investigación cuantitativa.....	31
3.5.1	Análisis del cuestionario.....	33
3.6	Propuesta de marketing	44
3.6.1	Marketing mix	47
CAPÍTULO 4.....		55
4.	ESTUDIO TÉCNICO	55
4.1	Metodología para el estudio técnico.....	55
4.2	Características Generales:	55
4.3	Características Técnicas:.....	56
4.3.1	Aplicación Web.....	56
4.3.2	Aplicación Móvil.....	57
4.4	Procesos a seguir	58
4.5	Aliados Clave.....	59
CAPÍTULO 5.....		61
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	61
5.1	Metodología para el estudio financiero	61
5.2	Estimación de costos	62
5.2.1	Costos Fijos	62
5.3	Inversión del proyecto	62
5.4	Flujo de caja	65

5.5	Cálculo de Indicadores Financieros	66
5.5.1	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	66
5.5.2	Cálculo del valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y <i>Payback</i>	67
5.6	Punto de equilibrio	68
CAPÍTULO 6.....		69
6.	GESTIÓN DE RIESGOS	69
6.1	Oportunidades.....	69
6.2	Amenazas.....	71
6.3	Matriz de probabilidad.....	72
6.4	Matriz de riesgos.....	74
6.5	Planes de respuesta.....	80
CAPÍTULO 7.....		82
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
7.1	Conclusiones.....	82
7.2	Recomendaciones.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....		85
APÉNDICES.....		89

ABREVIATURAS

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

TIR Tasa Interna de Retorno

WACC Weighted Average Cost of Capital

TMAR Tasa Mínima Aceptable de Retorno

VAN Valor actual neto

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Amenaza de Nuevos Entrantes.	16
Tabla 2. Atributos que más le agradan/desagradan de los estacionamientos a los consumidores.....	41
Tabla 3. Documentos importantes para los arrendadores.	43
Tabla 4. Preferencias sobre forma de arrendamiento.....	43
Tabla 5. Preferencias de los arrendadores al ser usuarios de la plataforma digital.	44
Tabla 6. Comisión que debería retener la plataforma por reserva.	44
Tabla 7. Características de la plataforma Go2Parking.....	49
Tabla 8. Comparación de precios de venta e ingresos para arrendador y para Go2Parking, según planes contratados (Ingresos no incluyen impuestos).	51
Tabla 9. Estimación de la demanda.	62
Tabla 10. Costos fijos al final del año.....	62
Tabla 11. Activos Fijos.....	63
Tabla 12. Activos Diferidos.....	63
Tabla 13. Capital de Trabajo.....	64
Tabla 14. Plan de Inversión.....	65
Tabla 15. Estimación de ingresos Go2Parking.....	66
Tabla 16. Flujo de caja.....	66
Tabla 17. Cálculo de la TMAR.....	67
Tabla 18. Indicadores Financieros.....	67
Tabla 19. Cálculo del punto de equilibrio.....	68
Tabla 20. Oportunidades.....	69
Tabla 21. Amenazas.....	71
Tabla 22. Matriz de probabilidad.....	73

Tabla 23. Matriz de impacto	73
Tabla 24. Índice de severidad del riesgo.	74
Tabla 25. Índice de severidad oportunidades.	74
Tabla 26. Registro de oportunidades.....	75
Tabla 27. Registro de amenazas.....	76
Tabla 28. Planes de respuesta.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sectores donde opera la economía colaborativa en Ecuador.....	6
Figura 2. Sectorización de negocios.....	7
Figura 3. Alternativas para encontrar parqueaderos en Colombia.	12
Figura 4. Caída del Producto Interno Bruto.	22
Figura 5. Estado general del uso de celulares, internet y redes sociales.....	24
Figura 6. Histórico de venta de vehículos.....	26
Figura 7. Participación automotriz por provincias.	26
Figura 8. Frecuencia con la que los encuestados visitan el centro de la ciudad	35
Figura 9. Tiempo que toma encontrar estacionamiento en el centro de la ciudad.	35
Figura 10. Gasto en estacionamiento por visita al sector.	36
Figura 11. Zonas de Guayaquil en relación con la frecuencia de visita semanal al sector.	37
Figura 12. Preferencias de los encuestados al elegir un estacionamiento.....	38
Figura 13. Lugar de estacionamiento utilizado por los entrevistados.....	39
Figura 14. Lugar de estacionamiento de acuerdo a la frecuencia de visita al sector. ...	40
Figura 15. Disposición a pagar - plataforma digital.....	41
Figura 16. Aceptación de plataforma digital - Reserva de parqueos.....	42
Figura 17. Preferencias de comunicación arrendador-arrendatario.	42
Figura 18. Logo Go2Parking	45
Figura 19. Flujo de procesos Go2Parking	48
Figura 20. Price brand ladder de precios por hora/fracción para conductores.	50
Figura 21. Etapas de la promoción de Go2Parking.	52
Figura 22. Etapas de la promoción de Go2Parking.	52
Figura 21. Etapas de la promoción de Go2Parking.	52

Figura 22. Etapas de la promoción de Go2Parking.52

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El congestionamiento vehicular en el mundo ha sido objeto de estudio desde hace varias décadas, pues no solo se trata de reducir el tráfico vial sino también reducir los contaminantes atmosféricos, es de conocimiento general que los vehículos automotores son los principales proveedores de polución y de gases de efecto invernadero. Con el paso de los años, tanto la demanda como la oferta de medios de transporte ha incrementado, un ejemplo de esto es que, en noviembre de 2020 la venta de motocicletas aumentó en un 36% en comparación con el año anterior (AEADE, 2021), todo esto se dio debido al aumento de las entregas a domicilio, la creación de nuevos emprendimientos, el aumento del desempleo y como una medida de bioseguridad tomada por quienes no quieren movilizarse en transporte público en medio de la pandemia.

Según el índice del Tráfico Global de Inrix, el cual analiza la movilidad en 200 ciudades de 38 países, para el año 2019, Guayaquil se colocó entre las 25 ciudades con más tráfico en el mundo, es por esto que se han tomado diversas acciones como el Pico y Placa en la ciudad de Quito, sin embargo, no se pudo controlar el problema en su totalidad (INRIX, 2019).

El congestionamiento vehicular afecta a la mayoría de ciudades grandes de todos los continentes, donde los ciudadanos que laboran en los alrededores de los sitios con mayor congestión son los más afectados, pues tienen que salir con mucho tiempo de antelación para conseguir un estacionamiento cercano a estos lugares, es así que, la propuesta de aplicaciones móviles para reservar estacionamientos es un negocio potencial, este nuevo escenario tecnológico del mundo hoy está en crecimiento y la reserva de espacios y viajes programados con anticipación están cada vez más presentes en los usuarios (Caicedo, López, & Veiga, 2015).

1.1 Descripción del problema

En Guayaquil, las autoridades se preocupan constantemente por plantear soluciones que contribuyan de manera positiva y eficiente la movilidad de los ciudadanos dentro de la ciudad, sin embargo, el desarrollo urbano se ve rebasado por el incremento de medios de transporte. Los conductores de más de 190.000 vehículos que circulan

todos los días en el centro de Guayaquil para velar por sus actividades diarias, anhelan hacer todo de manera ordenada, rápida y cómoda, sin embargo, esto cada día se complica más por la falta de estacionamientos.

El aumento de tráfico vehicular, especialmente en días hábiles de la semana y en los horarios conflictivos que, según la Agencia de Tránsito Municipal son entre las 06:00 - 09:00 y de 17:00 a 20:00 (Pesantes, 2019) se debe en gran parte a aquellos conductores que no saben realmente donde estacionarse. Desafortunadamente los espacios disponibles están sólo para los que llegan más temprano al sector e incluso muchas veces se encuentran ocupados por personas “cuida vehículos” o “parqueadores” informales, estas personas alquilan los espacios de estacionamiento públicos y cobran montos injustos, a falta de otra opción, las personas tienen que dejar sus vehículos en dicho lugar sin tener certeza de quién es la persona que termina cuidando su auto, pero el verdadero problema es la escasez de estacionamientos disponibles en el sector.

La introducción de una plataforma digital de economía compartida en la ciudad de Guayaquil pretende erradicar el problema anteriormente mencionado, evitando así la demora en la búsqueda de parqueos en la ciudad, minimizando el gasto por gasolina en los conductores y ayudar al medio ambiente, reduciendo el congestionamiento vehicular.

1.2 Justificación del trabajo

El presente trabajo nace con la intención de identificar las oportunidades que puedan generar un impacto positivo en la movilidad de los ciudadanos concurrentes del centro de Guayaquil.

Se afronta las problemáticas que genera la poca oferta de estacionamientos en la ciudad, entre ellas los altos precios ya que, en los parqueos privados los precios van desde \$1,25 a \$2,00 la hora o fracción, este valor encarece el viaje para las personas que trabajan en el sector, lo mínimo que se paga por un parqueadero privado son \$40,00 a la semana y por otro lado, las tarifas de cuidadores del área pública que debería ser gratuita es de \$1,25 y \$1,50. (El Universo, 2017)

Así mismo, se hace notable la inseguridad que sufren los propietarios de los vehículos al dejarlos en la vía pública, pues no les ofrecen ningún tipo de garantía sobre los vehículos y se presenta la probabilidad de roces o choques, por su parte, en la

mayoría de parqueos privados se les pide a los conductores que dejen las llaves de su auto en el parqueadero, lo cual ocasiona inseguridad en el conductor.

Todo esto viene con sus respectivas consecuencias, pelear con los demás conductores por un espacio, crear una doble fila de parqueos en las calles, parquear en lugares prohibidos o en zonas lejanas de donde se desea ir, estacionarse en lugares pequeños e incómodos, entre otros, esta situación produce un gran estrés y presión en la salud de las personas, además de las posibles multas por infracciones cometidas.

El sector seleccionado para la investigación es de alta concurrencia de vehículos y por tanto existe un alza en la demanda de estacionamientos. Así, se busca explorar la oportunidad de conectar a los conductores necesitados de estacionamientos con personas que vivan en lugares cercanos a estas zonas y que cuenten con espacios disponibles para arrendarlos generando un ingreso extra en su bolsillo.

Se ha evidenciado que en el centro de Guayaquil existen 2.200 parqueaderos públicos que son tarifados en áreas regeneradas como el Malecón Simón Bolívar, la Plaza Rodolfo Baquerizo, Puente Velero y Plaza La Bota, además existen 3.800 estacionamientos en la vía pública y 1.200 dentro de estacionamientos privados principalmente en edificios. En el centro de Guayaquil ingresan 190.000 autos a diario y solamente existen 7.200 parqueos autorizados (Robles, 2019).

La ATM ha ejecutado planes y tiene otros a corto y largo plazo para combatir el problema de los estacionamientos, que argumentan expertos en urbanismo, es uno de los más grandes factores que ha impedido el desarrollo del centro de Guayaquil. El director de planificación de Transito de la ATM, Fernando Navas, sostiene que es urgente ampliar el total de parqueaderos del centro, en la periferia o lugares cercanos y conjuntamente con esto peatonalizar algunas calles, potencializar el transporte público de la zona y la seguridad (Robles, 2019).

Los estudios de los expertos en el tema de urbanismo y transporte vehicular en conjunto con las autoridades a cargo de los planes de mejora aseguran que esto es un problema que no debe resolverse “parchando” los pequeños problemas del sector sino más bien desde lo macro, por ejemplo, implementando una alianza con empresas externas que optimicen los parqueaderos disponibles o implementando nuevos modelos de negocio.

Por lo antes mencionado, se propone el diseño de una aplicación móvil o plataforma web de economía compartida que permita a los dueños de espacios con potencial de estacionamientos generar un ingreso como arrendadores y a los conductores otorgarle más seguridad y conveniencia a la hora de estacionar su vehículo.

1.3 Alcance de la investigación

La presente investigación es un estudio de prefactibilidad para la implementación de una plataforma digital que permita reservar estacionamientos en el centro de la ciudad de Guayaquil, comprende la utilización de una investigación cualitativa y cuantitativa sobre el nivel de satisfacción de la experiencia de los ciudadanos con autos concurrentes del centro de Guayaquil junto con sus expectativas y disposición a utilizar un nuevo modelo en el servicio de estacionamientos en el sector.

En este trabajo no se revisarán a detalle recursos técnicos de la implementación de la plataforma como plataformas de desarrollo, frameworks del desarrollo, diferentes herramientas nativas, entre otras.

Debido a que este tipo de economía compartida es relativamente nueva en Guayaquil, la información que se tomará como guía serán datos históricos de cómo ha ido desarrollándose este negocio internacionalmente, con un enfoque principal en ciudades que cuenten con características similares a las de la ciudad de Guayaquil. Los resultados financieros como TIR, VAN y Payback del negocio serán medidos hasta el año 2026.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar una propuesta de negocio de una plataforma digital colaborativa que permita publicar, promocionar y reservar estacionamientos mediante un estudio de mercado y análisis financiero para determinar su factibilidad de introducción en el centro de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Identificar la magnitud del problema de la falta de estacionamientos en el centro de Guayaquil a través de una investigación de mercado.

2. Proponer el negocio de economía compartida *GO2PARKING* basado en las necesidades identificadas en la investigación de mercados previa, con el fin de ajustar el modelo de negocio a las preferencias de los consumidores.
3. Determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio digital en Guayaquil a través de una valoración financiera proyectando indicadores como VAN, TIR y *payback*.
4. Identificar las oportunidades de mejora con base a posibles futuras tendencias con la finalidad de gestionar cualquier riesgo que podría afectar al negocio y su rentabilidad.

1.5 Marco teórico

1.5.1 Antecedentes del sector

La economía mundial viene sufriendo grandes cambios, los cuales han llevado a que la economía tradicional basada en un hiperconsumismo se vea amenazada y desplazada por una nueva tendencia económica basada en un consumo inteligente y sostenible, un consumo que se preocupa por no utilizar más de lo que sea necesario, un consumo basado en la colaboración y en el empleo de aquellos bienes ociosos. Este nuevo fenómeno se deriva de la crisis económica que estaba afrontando el mundo en la última década, el apogeo de las redes sociales y el comportamiento participativo en Internet, consolidando una nueva estrategia de negocio que permite llegar a más personas de una manera más rápida y efectiva (Sarmiento & Garcés, 2017).

El consumo colaborativo o economía compartida se define como una interacción entre dos o más sujetos, en algunas ocasiones manifestado a través de medios digitalizados, que satisface una necesidad real o potencial, a una o más personas (Zomer, 2016).

Entre los principales modelos de economía compartida que se encuentran presentes en Ecuador están Uber y Airbnb, el primero se enfoca en la movilidad por medio de automóviles y aplicación móvil, el segundo busca entregar al cliente un lugar donde pasar una o varias noches mediante una página web y/o aplicación móvil, lo que tienen en común ambos modelos además de haber sido creados internacionalmente, es que buscan abrir un nicho de mercado donde los nuevos paradigmas tecnológicos y de innovación sean quienes muevan la economía en los sectores productivos.

El estudio "*Development of the collaborative economy in Ecuador*" de la Revista Multidisciplinaria de Investigación Científica, sostiene que, a pesar de que las

autoridades ecuatorianas han buscado que los habitantes del país conozcan más de cerca las actividades de economía colaborativa con el fin de que puedan emprender y diversificar la matriz productiva, donde la economía del Ecuador no solo dependa de los recursos primarios como es el petróleo, sino más bien se abra un abanico de posibilidades y se vea reflejada la sostenibilidad y sustentabilidad a través de procesos amigables con la sociedad, medio ambiente y sectores en proceso de desarrollo promover la economía colaborativa en el país, este tema sigue siendo desconocido en los ciudadanos (Sanchez & Moreno, 2019).

Como resultado en el estudio mencionado en el párrafo anterior, se encontró que en Ecuador, la economía compartida se comprende en un 23% de la actividad de transporte y un 23% de la actividad de compartir espacios, el restante se distribuye en servicios, finanzas y alimentación.



Figura 1. Sectores donde opera la economía colaborativa en Ecuador.

Obtenido de: Revista Espirales. Desarrollo de la economía colaborativa en Ecuador

Por otra parte, el centro de la ciudad de Guayaquil es conocido como la mayor zona comercial, en esta zona se desarrollan diversas actividades como la venta de cerámicas, ropa, alimentos, aparatos electrónicos, artículos para automóviles, entre otros, dichas actividades provocan una alta afluencia de ciudadanos, lo que conlleva a que la demanda de estacionamientos sea el triple de los existentes y consigo, el incremento en el congestionamiento vehicular.

Sectorización de negocios



Figura 2. Sectorización de negocios.

Obtenido de: El Universo

El congestionamiento vehicular en Guayaquil es un problema que ha ido avanzando con el paso de los años, en noviembre de 2013 el Comité Cívico Pro Centro de Guayaquil se reunió junto a la Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Turismo, Asociación de Importadores y Comerciantes de Guayaquil para tratar el tema de parqueos en el centro de la ciudad, la propuesta fue incrementar los espacios con el fin de rescatar al Centro de la ciudad y generar más comercio mediante la

implementación de edificios de estacionamientos, se propuso también que los automóviles municipales tengan sus bases fuera de la zona ya que, según moradores estos automotores provocan en gran parte el congestionamiento.

Otra de las propuestas en dicha reunión fue definir aquellos lugares del centro cuyos espacios no están siendo utilizados, como lo son los locales que conforman las calles Olmedo, Colón, Machala, Julián Coronel, Rocafuerte, Loja y Malecón, con el fin de convertir estos sitios en nuevos estacionamientos, sin embargo, no se ejecutó ninguna de estas alternativas (El Telegrafo, 2013).

Según Diario El Universo, existen usuarios que deben usar Metrovía o Taxis para llegar al centro de Guayaquil debido a la falta de parqueos y a las altas tarifas cobradas por los “cuidacarros”, quienes fijan tarifas mínimas a pesar de que los estacionamientos sean en la vía pública, es decir, deberían ser gratuitos. Así mismo, hay quienes pierden hasta 30 minutos en la búsqueda de un parqueo y siendo multados con el 30% del salario básico unificado por formar doble columna en el sector centro de la ciudad.

El problema de la falta de estacionamientos en el centro viene desde hace aproximadamente 35 años cuando comenzó a incrementarse el parque automotor, que anualmente crece entre 20.000 y 25.000 vehículos. (El Universo, 2017)

1.5.2 Bases teóricas

▪ Sector terciario

Más conocido como Sector de Servicios, constituye todas aquellas actividades económicas que comprenden el desarrollo de servicios demandados por la población (Caballero, 2016). Dentro de estas actividades se encuentran:

- ✓ Comercio, tanto para mayoristas como para minoristas.
- ✓ Servicios financieros
- ✓ Servicios jurídicos y legales
- ✓ Turismo y hostelería
- ✓ Educación
- ✓ Sanidad
- ✓ Transporte
- ✓ Servicios Públicos
- ✓ Ocio y cultura

- ✓ Medios de comunicación
- ✓ Servicios de telecomunicaciones

Para el análisis del presente estudio, se contemplará el sector terciario de transporte terrestre, el mismo que es utilizado sobre todo para el desplazamiento a las zonas de trabajo o comercio, este tipo de transporte en Guayaquil posee problemas de difícil solución, lo que provoca grandes atascos y embotellamientos, además de problemas como: falta de aparcamiento, graves accidentes, stress, caos circulatorio, entre otros. A pesar de esto, sigue siendo el medio transporte más habitual en todo el mundo (Socialhizo, 2018).

- **Economía Compartida**

El modelo de economía compartida se basa específicamente en unir a quien ofrece un producto/servicio con quien lo necesita haciendo uso de la tecnología y, por consiguiente, del internet, es común en este modelo que luego del intercambio del bien o servicio ambas partes sean evaluadas con el fin de crear una reputación como una bandera que indique al resto de usuarios con qué tipo de personas se están conectando.

Este sistema colaborativo posee varios tipos de relaciones, uno de ellos y el que corresponde a la presente investigación es el consumo colaborativo, el mismo usa las plataformas digitales por medio de las cuales todos los usuarios se llegan a poner en contacto con otros para realizar el intercambio de los bienes, servicios y artículos (Gestion.org, 2017).

- **Competencia directa.**

1. **Parqueaderos privados:** Son sitios que ofrecen el servicio de estacionamientos autorizados y seguros a los diferentes vehículos por una tarifa determinada, entre los principales se tiene:

Parqueo Positivo: Compañía ecuatoriana fundada hace 13 años, la cual garantiza la disponibilidad del parqueo, el descongestionamiento de carreteras, comodidad al encontrar estacionamiento cercano al área que se busca, a partir del uso de parquímetros cuyas tarifas dependen del lugar donde se encuentre, los cuales están en Guayaquil, específicamente en Urdesa, Puerto Santa Ana, Alborada y Kennedy Norte, en la parte trasera del edificio World Trade Center, con valor de tarifa de 0.25 ctvs por 15 minutos y en Samborondón, exclusivamente en las avenidas del sector comercial de

Los Arcos, donde está situado el centro comercial Riocentro Entre Ríos, Village Plaza, edificio Xima, y Clínica Kennedy tarifa de 0.20 ctvs. por 12 minutos, donde estos pagos se dan por medio de monedas de \$0.05,\$0.10, \$0.25 y \$1 dólar, con tarjetas recargables, y pagos en línea a partir de la plataforma móvil Park. También brinda un servicio de asistencia en sitio donde trabajadores uniformados de Parqueo Positivo solucionarán las diferentes inquietudes con de los usuarios.

Parqueadero del Centro Comercial Mall del Sol: El Centro Comercial Mall del Sol pertenece al Consorcio Nobis, el cual forma parte de la Ciudad del Sol, un desarrollo comercial, empresarial y turístico donde existen torres de oficinas, hoteles, centro de negocios, ofrece un área del estacionamiento para diferentes vehículos, a partir del cobro de tarifa de parqueo por una estancia de más tres horas y un minuto de estar en el centro comercial, cuyo valor por hora o fracción es de \$1.25.

Parqueadero de Plaza Quil: El Centro Comercial Plaza Quil tiene 25 años de historia y trayectoria, que está conformado por diferentes locales e islas, y tiene un área de estacionamientos para sus clientes y personas externas, el cual, a partir de los 30 minutos, cobran una tarifa a los usuarios de \$1.30, sin embargo, ofrece un lapso gratuito de dos horas por medio de la presentación de facturas del consumo mínimo de \$5 en Mi Comisariato.

Parqueadero La Merced: Estacionamiento privado de vehículos, ubicado en las calles La Merced y Junín en el centro de Guayaquil, los cuales brindan un servicio de estacionamientos seguro, autorizado y las 24 horas al día, a partir del cobro de una tarifa de \$1.50 por hora.

2. **Parqueaderos públicos:** Lugares de estacionamientos que se ofrecen por el municipio de la ciudad, el cual cobra una tarifa para aparcar distintos vehículos de los usuarios por fracciones u horas, estos pueden ser:

Parqueadero del Malecón Simón Bolívar: Parqueadero está formado por un sistema automatizado, que brinda un servicio ágil y de calidad, donde existen cajeros automáticos de pago en sitios estratégicos y tiene sensores de ocupación para que los usuarios se dirijan a estos lugares de estacionamiento de forma ágil y precisa, cuya tarifa es \$1.50 por fracción.

Parqueadero Malecón del Salado: Área de estacionamiento de vehículos, que está conformado por cajeros automáticos, donde se hacen los respectivos pagos por el aparcamiento del vehículo, el cual por ser una hora o fracción es de \$1.50, y \$100 mensuales, también tiene un sistema de señalética luminosa de letreros led para mostrar la disponibilidad de los parqueos.

- **Competencia indirecta:**

1. **Cuidadores informales de vehículos:** Son personas o individuos que se encuentran ubicados en ciertas zonas de las calles más transitadas de la ciudad como el Centro, Urdesa, Alborada, cuya función es ayudar al conductor a parquear su vehículo, y a su vez vigilarlo durante el tiempo que el usuario lo deje estacionado, los cuales cobran un valor desde \$0.50 hasta \$2 según el tiempo de estacionamiento.

A partir de la lista mencionada de competidores, se establece que los principales competidores son el servicio de Parqueo Seguro por uso de parquímetros, y los parqueaderos públicos, privados y los cuidadores informales, donde cada uno puede funcionar como producto sustituto porque satisfacen las mismas necesidades del cliente que es la búsqueda de estacionamientos vehiculares en la ciudad. Con respecto a alianzas con organización no competidora, se podría formar una alianza con alguna empresa de seguros en el futuro debido a que se quiere resguardar la seguridad del usuario, vehículos y sus pertenencias en el caso de daños o perjuicios que se encuentren ajenos al dueño y tipos de la propiedad donde se adquiera el estacionamiento.

Por otro lado, es relevante mencionar que, esta tendencia de economía compartida se ha posicionado muy fuerte en varias partes del mundo, principalmente en ciudades muy grandes, por ejemplo, PrimoSpot Parking es una aplicación diseñada para dispositivos con sistema iOs que permite rentar garajes y bicicletas en las ciudades de New York y Boston.

En Perú, funcionan las plataformas Dopi y Parkner, estas buscan conectar a aquellas personas que dejan sus cocheras sin usar gran parte del día con aquellos que necesitan parquear por una zona cercana, publicar en estas plataformas no tiene costo y cada uno tiene la posibilidad de fijar su propio precio y tiempo de alquiler.

La plataforma WheelsHouse también entra en este grupo que busca solucionar el problema de la falta de estacionamiento, en septiembre del 2019 contaba con mil quinientos usuarios en su base de datos y las ciudades de operación son Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga, otras opciones de este modelo de negocio en Colombia son Nidoo y Parkcerro ambas tienen las mismas características de WheelsHouse, permiten reservar parqueos para carros, bicicletas y motos, ofrecen un servicio por día y mensual, estas aplicaciones aseguran a los usuarios ahorrar hasta un 50% frente a los parqueaderos comunes. Queo, aplicación móvil colombiana posee convenios con empresas de forma que, los colaboradores de dichas empresas obtengan beneficios y descuentos especiales por dejar sus vehículos en los estacionamientos que ofrece la aplicación y por referir nuevos usuarios (Elejalde, 2019).

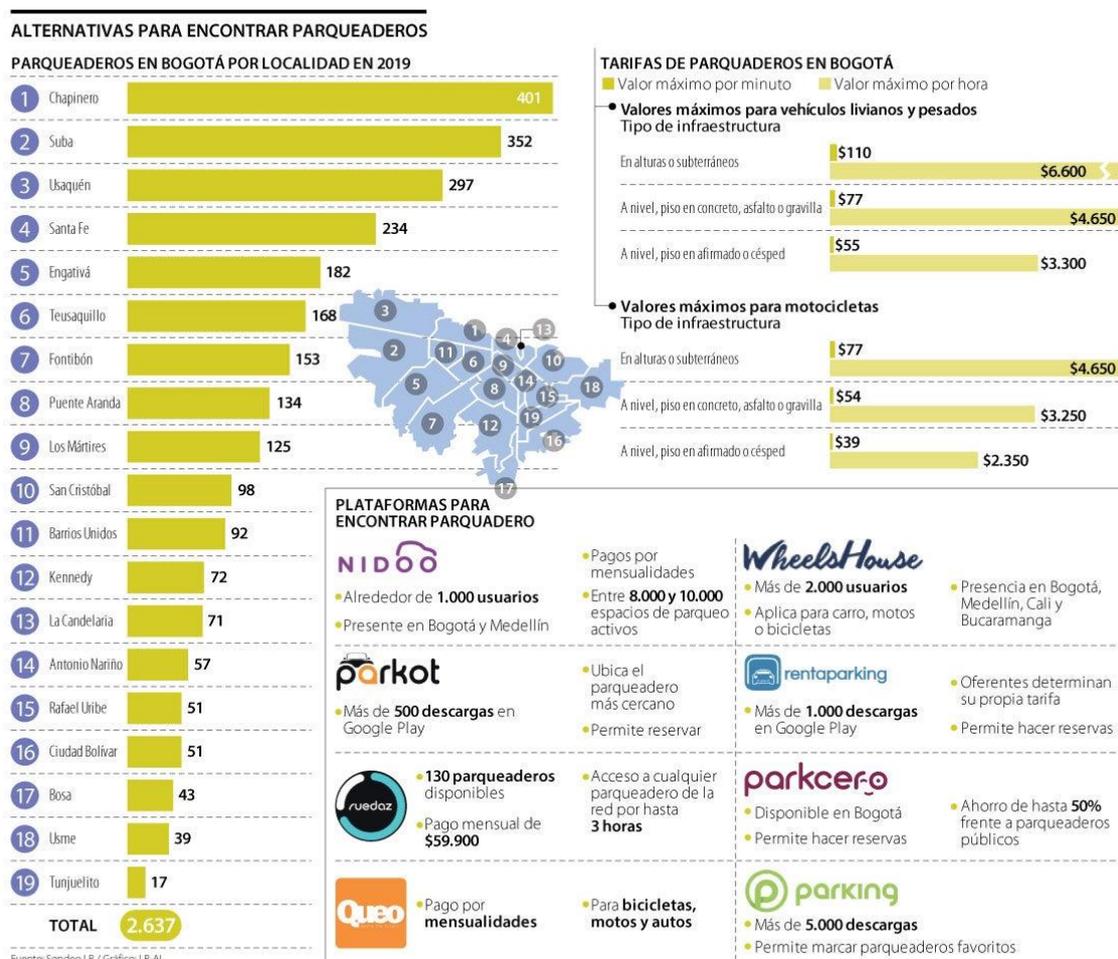


Figura 3. Alternativas para encontrar parqueaderos en Colombia.

(Elejalde, 2019)

1.6 Metodología

En esta parte del presente trabajo se busca definir los procedimientos a seguir y las herramientas a utilizar para recopilar la información necesaria que permita dar solución al problema de la falta de estacionamientos en la ciudad de Guayaquil. Mediante una matriz metodológica se definieron las siguientes metodologías, las cuales serán explicadas en cada uno de sus respectivos capítulos:

- Investigación de mercado exploratoria
- Investigación de mercado concluyente
- Marketing Mix
- Análisis financiero
- Análisis de riesgos

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis Micro Y Macro Del Sector

Estos análisis son de suma importancia para poder conocer sobre los factores y los participantes del sector en el que se está desarrollando en el presente trabajo. Luego, una vez que se tenga una mejor noción del contexto micro y macro que tendrá la propuesta de este trabajo. Se validan oportunidades existentes y potenciales, para así poder tomar las decisiones más acertadas y con menos riesgo.

2.1.1 Análisis del microentorno

Microentorno hace referencia a todos esos factores que están directamente relacionados con la empresa a analizar, de tal forma, son esos factores que sus alteraciones interfieren directamente con las operaciones de la empresa. Es un análisis efectuado para validar datos y características de clientes, proveedores, competidores y así identificar el potencial de la empresa dentro de un determinado sector o industria.

2.1.1.1 Las cinco fuerzas de Porter

Es un método creado por Michael Portero, que señala cinco fuerzas primordiales en el microentorno de una empresa para obtener información de los objetivos, recursos y la rentabilidad a largo plazo de la misma. (Fernández, 2006)

Fue considerada para el presente trabajo ya que, al ser un nuevo modelo de negocio propuesto, es de suma importancia validar datos de los competidores y conocer las estrategias que están siguiendo, ya que serán necesarias a la hora de tomar decisiones en el nuevo negocio. La minimización de riesgos también se verá beneficiada con este análisis.

- **Amenaza de los nuevos entrantes**

El sector del servicio de estacionamientos presenta algunas barreras que limitan la participación de muchos nuevos entrantes al mercado:

- Nivel intermedio-alto de inversión requerida:

Ser participante del sector de estacionamientos de la ciudad de forma legalizada implica una inversión intermedia-alta tanto en infraestructura de espacios adecuados para convertirlos en estacionamientos como en los requerimientos legales para hacerlo.

Por otro lado, estacionar carros de manera informal en las calles del sector es muy barato, pero cada vez este proceso se vuelve más complicado por el incremento de vehículos en la ciudad.

- Acceso a proveedores:

Si buscar un espacio disponible para un auto en el centro de Guayaquil es difícil, buscar un espacio para que funcione como estacionamiento de varios automóviles, es el doble de difícil. Es por eso que, el problema de la falta de estacionamientos en el centro de la ciudad no se soluciona creando más parqueos, sino más bien unificando aquellos espacios existentes en una misma plataforma que esté al alcance del usuario.

Con una correcta inversión en marketing y publicidad del modelo de negocio se logrará acceder a quienes proveerán los espacios para operar dentro de este tipo de economía compartida.

- Economías de escala

La capacidad que existe para distribuir los costos fijos en el sector de estacionamientos, la utilización de infraestructura tecnológica, un personal capacitado para manejar las operaciones de la empresa, son algunas condiciones que se deben conocer para poder distribuir los costos totales a los estacionamientos, los competidores entrantes deberán tener en cuenta esta desventaja en costos y será una amenaza en su ingreso.

La entrada de nuevos competidores en el sector se ve afectada por el acceso a el pago de predios para la implementación de estacionamientos. En esta situación, los nuevos entrantes deberán limitarse a tener una cierta cantidad de estacionamientos en el sector, las empresas tendrán que realizar esfuerzos mayores para incrementar su capacidad y ampliar su red de espacios de estacionamientos.

En general, el ingreso de nuevos competidores es inevitable, y aunque tenga barreras fuertes, estas aplican para competidores grandes, siempre existe la posibilidad de que una empresa fuerte del mercado internacional o nacional ingrese al mercado con nuevos modelos de negocios.

En la siguiente tabla se presenta de forma más detalla la amenaza de los nuevos entrantes:

Tabla 1. Amenaza de Nuevos Entrantes.

Empresa entrante	Ofrece:	Amenaza:	Barrera de entrada:
SSPOT	Solución integral para parquear y mejorar la movilidad, hecha para los conductores, estacionamientos y personas que rentan sus parqueaderos en la ciudad de Quito.	Amenaza alta porque lleva alrededor de 4 años en el mercado, funciona en Parqueaderos de restaurantes y locales de Quito.	Diferenciación del servicio que ofrecen debido a que existen aplicaciones y páginas web de la misma índole pertenecientes al municipio de Quito.
EMOV	Ofrece una aplicación digital denominada Apparquear, busca brindar un servicio cómodo y eficiente a los usuarios del Sistema Rotativo Tarifado en la ciudad de Cuenca a partir de un pago de \$0.25 por 30 minutos.	Amenaza baja, debido a que se la presento al mercado a inicios del año pasado y solo funciona en estacionamientos que forman parte del sistema rotativo tarifado en Cuenca	Barreras económicas, se requiere de una inversión y mantenimiento en el mercado, el cual requiere de largos periodos de espera para su aprobación debido a que es una entidad del Estado.
EPMMP	Desarrolla y gestiona las aplicaciones móviles con respecto a la movilidad en la ciudad de Quito como QuitoAppy Movilizate Uio, y SEQ, que permite consultar la lista de estacionamientos municipales con sus ubicaciones por medio de un mapa para identificar la disponibilidad de plazas libres donde ofrecen tarifas de \$0.75 por hora de 06:00 a 18:00 y \$0.90 desde las 18:00 hasta 06:00.	Amenaza baja, esto se debe a su corto tiempo en el mercado donde se la presento a mediados del año pasado y solo funciona en estacionamientos municipales.	
CNT	Servicios de telefonía local, regional e internacional, acceso a internet estándar y de alta velocidad, de televisión satelital y telefonía móvil en el territorio nacional ecuatoriano.	Amenaza media debido a que es una empresa con experiencia en realizar estrategias con otras empresas para formar nuevas alianzas.	Necesidades de capital, donde se requiere de grandes inversiones para lograr competir desde el primer momento a partir de inversiones en desarrollo de investigaciones.

Fuente: Autores.

- **Rivalidad Competitiva**

En el mercado Guayaquileño de estacionamientos existen algunos competidores, sin embargo, ninguno bajo el mismo modelo de negocios, a continuación, se planteará competidores directos e indirectos del negocio:

- **Competidores directos:**

En este grupo de competidores directos se observa a Parqueo Positivo, parqueaderos privados como el del centro comercial Mall Del Sol y PlazaQuil, parqueaderos públicos del sector como Parqueadero del Malecón Simón Bolívar y Parqueadero de Malecón del Salado.

Estos espacios de estacionamientos son considerados competidores directos por el hecho de que se manejan satisfaciendo la misma necesidad, que es brindar seguridad a los vehículos a un precio razonable.

Así mismo, es importante mencionar nuevamente que en la ciudad de Guayaquil no existe otra plataforma bajo el mismo modelo de negocio.

- **Competidores indirectos.**

Para este grupo de competidores se ha identificado a los cuidadores informales de vehículos, aplicaciones móviles con similar modelo de negocio en países vecinos e incluso en otras ciudades del país. Aplicaciones como Dopi y Parkner en Perú y WheelsHouse en Colombia representan una competencia a tener en cuenta por su cercanía y probable expansión a países vecinos.

Adicionalmente, se considera también como una competencia indirecta al transporte público como Metrovía, buses urbanos, servicios de puerta a puerta como Uber y demás que hacen que el usuario prefiera dejar su vehículo en casa para agilizar su llegada al sector.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Para la industria de plataformas digitales los proveedores, por lo general, se segmentan en tres grandes grupos:

Hardware: Son los que proveen todo lo relacionado a equipos físicos, computadores, servidores, sistemas de redes, entre otros. El poder de negociación de

este grupo es bajo ya que en la ciudad existe una alta oferta para comercialización e instalación de estos equipos y precios bajos.

Software: Toda la parte intangible del negocio está en las manos de los proveedores de software, desarrollo y mantenimiento del software, administran y cuidan servidores, entre otros servicios que ofrecen. Es correcto decir que el poder de negociación de estos proveedores también es bajo porque alrededor del mundo existen varios proveedores que podrían desarrollar y brindar los principales atributos como: un espacio virtual, nombre de dominio, hosting, la adquisición de licencias de desarrollos de Google Pay y App Store, es decir, todo soporte necesario para la plataforma propuesta.

Por otro lado, los proveedores de estacionamientos para el presente trabajo se encuentran en el sector del centro y tienen baja concentración, como lo son las personas con espacios disponibles para estacionamientos de diferente tipo. Mantienen un poder de negociación medio ya que se pretende que signifique una oportunidad de generar ingresos extras para ellos, sin embargo, al ser vitales para el funcionamiento del negocio tienen cierto poder de negociación.

- **Poder de negociación de los clientes**

Los usuarios de la plataforma tienen un poder medio de negociación, pues la plataforma propuesta es la que dispone los espacios disponibles cercanos al punto que los usuarios necesitan dejar sus vehículos seguros, en este sector de Guayaquil los espacios son escasos y serán ofertados a una relación costo-beneficio más atractiva que la competencia.

Por tanto, la capacidad de negociación de los clientes es directamente proporcional a la cantidad de espacios de estacionamientos disponibles por la competencia, además, el parque automotor del mercado crece a un acelerado ritmo, en el sector circulan diariamente 190.000 vehículos y esto magnifica la necesidad de espacios para estacionar los vehículos. A pesar que, existen un gran número de competidores y sustitutos que tienen experiencia en la entrega de servicios de estacionamiento, estos aún no se han enfocado en la gran cantidad de tiempo que toma conseguir un estacionamiento, por tal motivo, el presente servicio garantiza la reducción de hasta 20 minutos de espera en obtener un estacionamiento, ofreciendo un servicio eficiente y seguro.

- **Amenaza de servicios y productos sustitutos**

Los parqueaderos no poseen un sustituto directo, el espacio para estacionar vehículos es único y de momento en el sector no existe otra modalidad para estacionar vehículos que no necesite un espacio físico.

El principal servicio sustituto de la propuesta son los brindados por el municipio de Guayas y parqueaderos privados, sin embargo, la mayoría de estos lugares mantienen tiempos y tarifas no muy cómodas para las personas que laboran en las inmediaciones del sector y deben guardar su vehículo por largas jornadas.

2.1.2 Análisis del macroentorno

Debido a que el macroentorno ejerce una fuerte influencia es necesario prever la presencia de futuras oportunidades y amenazas, en consecuencia, adaptar a ellas la estrategia del negocio. Por esto, el análisis del macroentorno (o entorno lejano) busca incorporar variables y factores externos que deben considerarse para la inserción de la plataforma, y de esta manera poder determinar en gran medida las posibilidades de funcionamiento y desarrollo de la empresa, para ello se evalúa la industria y el entorno general.

3.1.2.1 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una importante herramienta que ayuda a identificar el camino que deben seguir los negocios y proyectos, a través de los factores del entorno general. Esta herramienta mediante el análisis de seis campos: político, económico, sociopolítico, tecnológico, ecológico y legal; permite anticipar los posibles escenarios de la industria y como interactuar con la competencia.

- **Entorno político**

En Ecuador los factores políticos tienen gran impacto en las empresas, en la forma en que estas hacen negocios, en la rentabilidad y en la complejidad de las operaciones que se deben realizar. Estos factores pueden incluir políticas públicas, la estabilidad política del país, la política fiscal, las legislaciones laborales y las restricciones comerciales, que influyen directa o indirectamente en las organizaciones y éstas deben estar preparadas para reaccionar a las normativas actuales adaptarse a las normativas que se prevean en el futuro.

Teniendo en cuenta lo anterior podemos mencionar los siguientes factores:

- En Ecuador, el ambiente político no presenta políticas para motivar la inversión en el sector tecnológico. Así las empresas de tecnología quedan prácticamente fuera de los planes políticos para promover una inyección de capital en este sector, que actualmente es muy poca o nula, esto se refleja en la falta de un apoyo para la expansión de las empresas de tecnología informática.
- El sistema fiscal del país empieza a poner atención en las empresas digitales, una muestra es que el 16 de septiembre del 2020 entró en vigencia el impuesto al valor agregado (IVA) a la importación de servicios digitales. Esta reforma a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno implica que los usuarios de servicios como Netflix, Uber, LinkedIn, Spotify, Amazon Prime, Glovo, Rappi, entre otros, deben pagar el impuesto del 12% por consumo de estos servicios virtuales, al ser empresas extranjeras no domiciliadas en Ecuador (Torres, 2021). Si bien es cierto los servicios digitales de empresas domiciliadas en el país ya se gravaban desde antes con IVA, por lo cual es necesario incluir este impuesto en las tarifas de cobro, esta iniciativa fiscal puede ampliarse en el futuro, o pueden incluirse nuevos impuestos o restricciones fiscales para este tipo de servicio, razón por la cual debemos considerar este factor dentro de nuestro análisis.
- El sector de los servicios digitales es nuevo en nuestro país, aún hay mucho desconocimiento sobre la manera en que deberían operar las empresas digitales, y actualmente en el país no hay una ley específica que regule las operaciones de los servicios digitales, aunque como se mencionó anteriormente hay un interés a nivel fiscal en este sector y el estado quiere que este sector se desarrolle aún más.
- Se debe considerar y respetar la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), cuyo objetivo es “evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado” (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2015). Esta ley se creó para disminuir los abusos hacia el consumidor. Con esta ley se regulan las siguientes conductas:
 - Que permitan incrementar los márgenes de ganancia, trasladando este aumento directamente al consumidor, mediante un aumento en el precio de los servicios, sin ninguna justificación.

- Que afecten la participación de otros competidores, ya sea en el ingreso de nuevos competidores como en la expansión de existentes en el mercado, mediante estrategias o medios que se alejen de la competitividad.
- Que afecten la participación de otros competidores, ya sea en el ingreso de nuevos competidores como en la expansión de existentes en el mercado, mediante la estrategia de acaparar los medios de producción o comercialización.
- Fijen precios predatorios, bajando los precios inclusive por debajo del costo para forzar la salida de competidores al no poder igualar los precios.

- **Entorno económico**

Actualmente la economía en el país sigue en estado crítico, principalmente por la pandemia que afectó a todo el mundo y de manera más acentuada a países que no estaban preparados económicamente para una catástrofe mundial, y que dependían fuertemente de las exportaciones. Es así que actualmente el país se encuentra en recesión, con un incremento en los niveles de pobreza.

En año y medio después del inicio de la pandemia, Ecuador es un país donde han cerrado más de 22 mil empresas formales, y hasta el momento se han tenido pérdidas de hasta 14,500.00 millones de dólares, por lo que el país tiene grandes desafíos, y es de gran importancia promover la recuperación de la actividad económica. Frente al aumento del desempleo muchas familias se han visto afectadas reduciendo sus ingresos notablemente, es aquí donde el presente proyecto ofrece una ayuda para aportar en la recuperación económica, presentando una alternativa de ingreso para las familias que decidan rentar sus garajes.

Bajo el mismo marco de la pandemia, el PIB tuvo un decremento del 12.4% en el segundo semestre del 2020, respecto al mismo periodo del 2019, debido a el decrecimiento de las inversiones (de un 18.5%) y la disminución de las exportaciones de bienes y servicios (de un 15.7%), esto impactó directamente en el gasto de consumo final de los hogares disminuyéndolo en un 11.9%. Sin embargo, en el presente año 2021 se ha empezado a reactivar la economía, el BCE prevé que una recuperación de la economía del 2.8% frente a 2020, es decir que el PIB ascenderá a USD 68,135.00 millones de dólares (Banco Central del Ecuador, 2020). Esta previsión se basa en hechos que impactarían positivamente en la economía del país, y se relacionan con:

- La continuidad con el Programa del Fondo Monetario Internacional: Organismos regionales e internacionales aportaron en el 2020 a Ecuador 7,500 millones de dólares y el FMI aún debe entregar otros 2,500 millones de dólares en 27 meses según el programa previsto.
- El crecimiento económico de las principales economías mundiales: Sobre todo China en 8.4% y Estados Unidos en un 6.4%.
- La expectativa en la vacunación generalizada ante el Covid-19

Esta recuperación económica acerca al Ecuador al punto donde se encontraba antes de la pandemia 2019 PIB: 71,879 Millones de dólares (Banco Central del Ecuador, 2020).

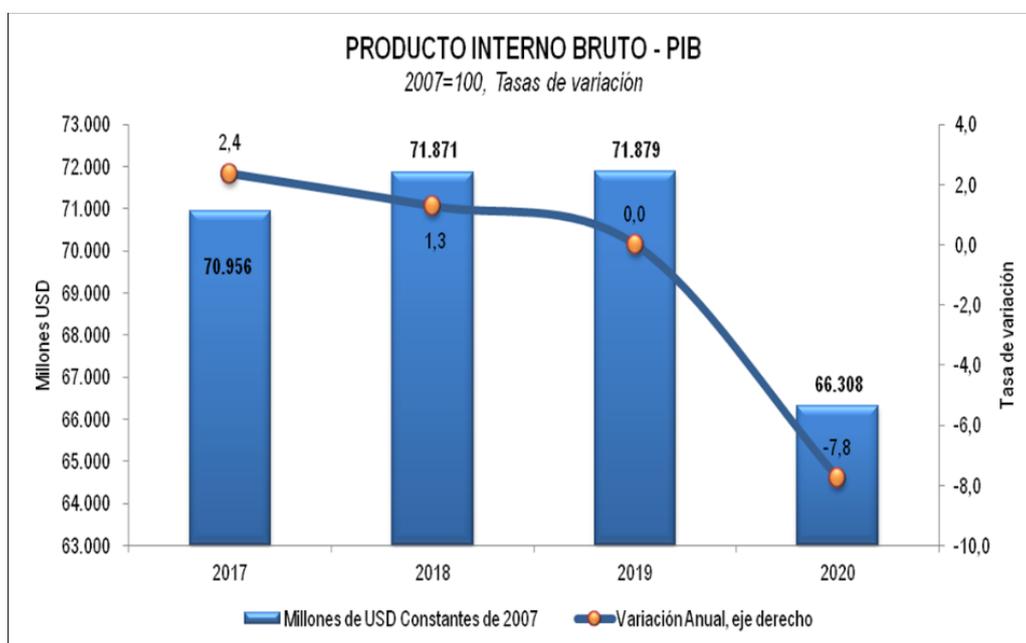


Figura 4. Caída del Producto Interno Bruto.

Obtenido de: Banco Central del Ecuador

También la pandemia ha tenido un efecto catalizador para el uso de servicios digitales en nuestro país, si bien aún no se habla de una masificación de los servicios digitales, si se puede decir que se ha incrementado notablemente su uso y está disminuyendo el miedo a utilizar estos servicios y hacer pagos electrónicos. Por ejemplo, ahora las personas utilizan más servicios como Uber Eats, Glovo, Netflix, Zoom, Classroom, etc (El Universo, 2020). Esto ha llevado a un crecimiento en el sector de los

servicios digitales; lo que presenta un panorama favorable para la aceptación y crecimiento de la presente plataforma.

- **Entorno social**

Ecuador, como muchos países de Latinoamérica, es un país donde las personas habitualmente suelen hacer sus actividades de manera tradicional, hay un alto rechazo al comercio electrónico y a los servicios tecnológicos. Desde hace varios años Ecuador cuenta con banca digital, transferencias bancarias, hacer pagos con tarjetas de débito y de crédito, incluso existe la opción de hacer uso de monederos electrónicos o pasarelas de pago como Paypal, sin embargo, la mayor parte de la población prefiere hacer y recibir pagos en efectivo.

Estudios realizados por el Banco Central de Ecuador muestran los siguientes hábitos financieros de los ecuatorianos:

- La población ecuatoriana es altamente demandante de dinero en efectivo (monedas y billetes)
- Ecuador es el segundo país en Latinoamérica en la utilización de dinero en efectivo
- La población bancarizada es del 51%, conformado por las personas que tienen una cuenta bancaria o cuentan con acceso a algún servicio financiero.
- En el país solo se efectúan 7 pagos electrónicos anuales por persona en un año (en Chile 46, en Colombia 12 y en Brasil 135).

Esto refleja que la población ecuatoriana tiene bajos hábitos de consumo electrónico, a las personas les causa temor hacer una compra en internet, en otros países de Latinoamérica el comercio electrónico está muy generalizado, las personas compran todo por internet, inclusive los productos del mercado (Banco Central del Ecuador, 2020).

Sin embargo, la pandemia ha hecho que sectores de la población que se veían reacios a utilizar este tipo de plataformas, incluso quienes no tenían conocimiento de su existencia, ahora las conocen y muchos las utilizan, aunque aún falta tomar los pagos electrónicos como una cultura, la situación actual favorece a la plataforma en estudio ya que se redujo la brecha que existía entre la población y los servicios digitales.

Otro factor que se debe considerar es la idiosincrasia de las personas respecto a dejar que personas desconocidas entren a sus casas, en este caso a sus cocheras. Para

esto se les debe proporcionar elementos que les brinden seguridad y confianza en la plataforma, y lograr que, aunque no confíen en los arrendadores, si confíen en la plataforma y en la empresa, teniendo presente que la plataforma hace todos los procesos para filtrar a los arrendadores y brindar la confianza necesaria.

- **Entorno tecnológico**

Ecuador, durante el período 2020 -2021 tuvo que modificar varios hábitos de consumo y sociales debido al confinamiento, eso tuvo efectos en las distintas facetas de la vida cotidiana de las personas (entretenimiento, estudio, trabajo, compras, etc), algunos empezando a utilizar y otros incrementando el uso de plataformas tecnológicas de entretenimiento, productividad, educación, transporte, comida, etc.

Según la “Digital 2021 Global Overview Report” (We Are Social, 2021), en Ecuador se presenta el siguiente escenario tecnológico:



Figura 5. Estado general del uso de celulares, internet y redes sociales.

Obtenido de: (We Are Social, 2021)

- Ecuador tiene una población de 17.77 millones de habitantes, siendo el 64.3% quienes viven en zonas urbanas.
- Existen 13.82 millones de celulares conectados, lo que significa el 77.8% de la población.
- Hay 10.17 millones de usuarios de internet (el 57.3% de la población) y 14 millones de perfiles en redes sociales (78.8% de la población)
- Según el diario “El País” en su artículo del 27 de marzo del 2021, solo el 16% de hogares en zonas rurales tiene internet.
- Se incrementó el número de usuarios en internet en un 1.5% y un incremento del 16.7% en los usuarios de redes sociales (perfiles nuevos). Esto debido al confinamiento, las personas se conectaron más a internet desde casa.
- El 45.6% de los ecuatorianos acceden a internet por medio de dispositivos móviles

- **Entorno ecológico**

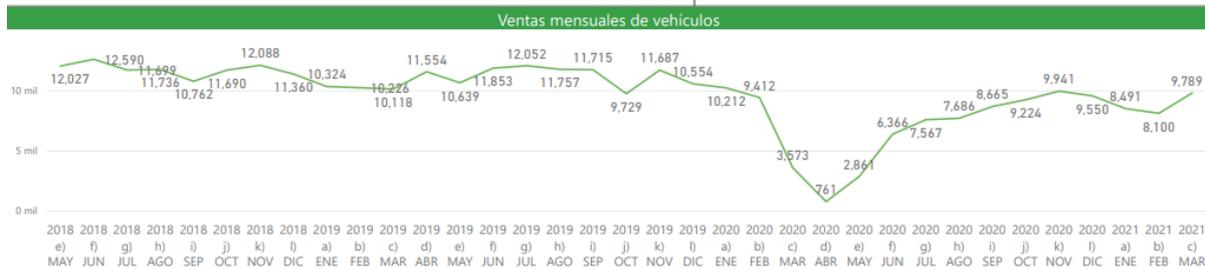
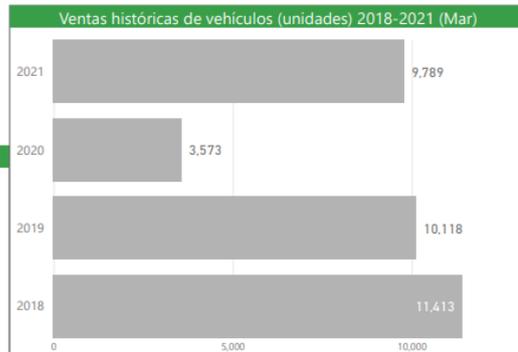
Es notorio que cada vez hay más vehículos en las calles, en lo que va del año 2021 se han vendido más de 26 mil vehículos nuevos en Ecuador (AEADE, 2021). A pesar de que el parque automotriz crece cada año, la cantidad de estacionamientos en la ciudad se mantiene o crece muy lentamente, lo que afecta directamente a los conductores quienes cada vez tienen que pasar más tiempo buscando dónde estacionar.

Estos vehículos emiten gases que contaminan el medio ambiente y cada minuto que transitan en las calles estos gases afectan a la atmósfera. Entonces, si cada auto tiene que pasar 15 minutos o más buscando dónde estacionar, son 15 minutos de contaminación que se podrían evitar, es decir, se consumirían menos combustibles contaminantes (gasolina, gas).

Adicional, los vehículos transitando originan contaminación auditiva (las bocinas y los ruidos propios de los motores), este malestar también se podría reducir si se logra minimizar el tiempo de búsqueda de un estacionamiento. Se puede observar en la Figura 6 que año tras año se ha ido incrementando el parque automotriz ecuatoriano de manera exponencial, aunque en el último período hubo una desaceleración, este sector siguió creciendo aún con pandemia.



Venta de vehículos por segmento							
Segmento	Mar 21	Mar 20	Ene-Mar 21	Ene-Mar 20	Var Mar/Feb 21	Var Mar 21/20	Var Ene-Mar 21/20
SUV	3,940	1,247	10,395	8,084	29.4 %	216.0 %	28.6 %
AUTOMOVIL	3,040	1,326	8,574	9,124	7.3 %	129.3 %	-6.0 %
CAMIONETA	1,612	540	4,247	3,334	26.7 %	198.5 %	27.4 %
CAMION	890	245	2,322	1,525	27.0 %	263.3 %	52.3 %
VAN	298	163	796	924	28.4 %	82.8 %	-13.9 %
BUS	9	52	46	206	-47.1 %	-82.7 %	-77.7 %
Total	9,789	3,573	26,380	23,197	20.9 %	174.0 %	13.7 %



3

Fuente: AUTOPLUS - Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE).

Figura 6. Histórico de venta de vehículos.

Obtenido de: (AEADE, 2021)

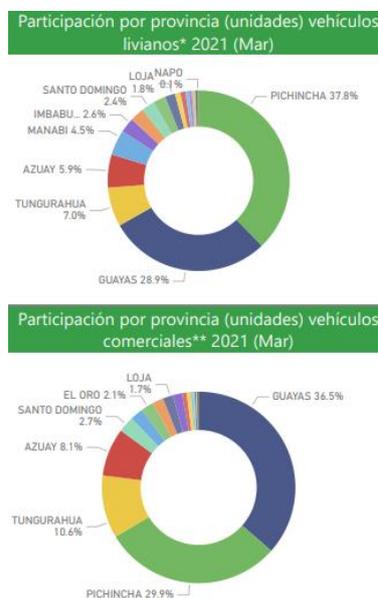


Figura 7. Participación automotriz por provincias.

Obtenido de: (AEADE, 2021)

En la figura 7, se observa que la provincia de Guayas es la segunda consumidora de vehículos livianos y la primera de vehículos comerciales. Lo que indica que en la

provincia de Guayas y especialmente Guayaquil, tiene un alto crecimiento en su parque vehicular.

- **Entorno legal**

Es importante darle legalidad al servicio que se ofrece, como empresa, como arrendador y como arrendatario, para esto la empresa debe cumplir con todos los lineamientos legales de constitución, así como también con el pago de los impuestos que por ley se graven.

Por otro lado, se realizarán contratos con los arrendatarios, donde se indiquen las responsabilidades de cada parte, los detalles del pago y los impuestos trasladados a los pagos por la renta del estacionamiento según ley (Impuesto a la Renta), también se elaborará un contrato digital para los arrendadores, donde se indique las responsabilidades y obligaciones que asume la empresa en el proceso de renta de estacionamientos, así como los impuestos que se graven sobre esta transacción (IVA, ISR).

La empresa será constituida y domiciliada en Ecuador, por lo cual estará regida bajo los lineamientos legales y fiscales del país en referencia al rubro de servicios digitales.

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Metodología

- **Investigación de mercado exploratoria:**

Usar una investigación exploratoria es conveniente debido a que permitirá conocer de forma general el tema a tratar, gracias a esta investigación se obtendrán respuestas que no son fáciles de conseguir especialmente cuando se tratan temas donde no existen estudios previos. Dentro de la investigación exploratoria se incluyó una investigación de fuentes secundarias a fin de empezar con la búsqueda de información, selección de fuentes confiables y dirigir la investigación hacia teorías que realmente comprenden el objeto de análisis, para cumplir con este apartado se analizaron papers, revistas, tesis, artículos, entre otros.

Además de comprender el problema de forma general, es necesario ahondar en el mismo mediante una Investigación Cualitativa, la cual permite evaluar, ponderar e interpretar información obtenida. Esta investigación servirá para analizar a los posibles clientes, determinar sus necesidades y tener una idea más clara de cómo se las podría satisfacer, para la investigación cualitativa se realizaron tres entrevistas a personas que utilizan su automóvil para dirigirse diariamente al centro de la ciudad, se indagó sobre los problemas actuales respecto a los estacionamientos en la ciudad y que describieran a profundidad su experiencia desde el lado de los clientes, también se entrevistó a dos personas que actualmente cuentan con un parqueo propio, esto permitió tener una visión sobre la aceptación del modelo de negocio desde el lado de los que serían los arrendadores.

Adicional a las entrevistas, se realizó un focus group compuesto por cinco personas en edades entre 25 a 50 años, el objetivo de esta herramienta fue obtener información que sirva de base para proceder con la investigación concluyente, mediante diferentes dinámicas se consiguieron varios insights que serán mencionados más adelante.

- **Investigación de mercado concluyente:**

Por medio de este tipo de investigación se generarán hallazgos muy útiles para llegar a conclusiones y/o tomar decisiones, se cuantificarán los estudios exploratorios usando una hipótesis de prueba, misma que será analizada con técnicas estadísticas. “El propósito de la investigación concluyente es proporcionar una imagen fiable o representativa de la población mediante el uso de un instrumento de investigación válido” (Bastis, 2021). Para el cumplimiento de esta investigación, se calculó un tamaño de muestra única a quienes se les aplicó una encuesta estructurada, mediante el interrogatorio esta técnica arrojó información oportuna que permitió el avance de la investigación.

El cuestionario fue dividido en secciones, de acuerdo a la información obtenida de la parte cualitativa, una vez que se cerró la encuesta se procedió a analizar los resultados con la ayuda del software SPSS.

3.2 Diseño muestral

El elemento y la unidad de muestreo del presente trabajo está comprendida por: hombres y mujeres de entre 18 y 60 años que poseen un vehículo al que le dan uso diario, principalmente en el centro de Guayaquil, que lleven consigo un smartphone y gocen de un nivel socioeconómico medio. Estas personas frecuentan aquellos lugares de la ciudad con un alto flujo vehicular para llegar a sus trabajos, instituciones académicas u otros lugares a los que necesitan acudir para realizar sus trámites, desconocen si podrán encontrar un parqueo disponible al momento de su llegada o si será adecuado para ellos, en cuanto al tamaño del parqueo y seguridad del mismo.

A este segmento le desagrada recorrer varias veces un lugar en busca de un parqueo porque lo consideran una pérdida de tiempo, e incluso provoca llegar tarde a su lugar de destino. Además, sienten fatiga y estrés por la cantidad de carros acumulados en una zona, entre sus prioridades están cuidar de su vehículo, es decir, que no sufra raspones o roces con otros automóviles, o pérdidas por robos.

El marco muestral estará comprendido por las características que deben tener los elementos del muestreo, debido a que para el presente trabajo no se cuenta con descripciones disponibles en forma de mapas, listas o directorios.

3.3 Técnica de muestreo

Debido a que se seleccionarán individuos que cumplan con ciertas características, no todos tendrán la misma probabilidad de ser seleccionados, por ende, para la presente investigación se va a utilizar el muestreo no probabilístico, principalmente el muestreo por conveniencia ya que se seleccionará individuos a los que realmente se pueda llegar y otorguen información que sea de utilidad para el estudio. Así mismo, otra técnica de muestreo a utilizar será el muestreo bola de nieve, también conocido como muestreo en cadena, para esta técnica se seleccionarán individuos que conectarán a los investigadores con otras personas que posean las mismas características que los primeros entrevistados, es decir, se solicitarán referencias de otros sujetos que cumplan con características similares.

3.4 Tamaño de la muestra

La población es de 190.000 individuos y haciendo uso de la ecuación (3.0) se obtuvo un tamaño muestral de 384 personas a las que será necesario aplicar la encuesta.

A continuación, se detalla el proceso a seguir para obtener el resultado mencionado en el párrafo anterior:

$$n = \left(\frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}}{Pr} \right)^2 p * q \quad (3.1)$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = estadístico con 95% de confianza

Pr = margen de error del 5%

p = proporción de la población (en este caso se toma 0.5)

$$q = (1 - p) \quad (3.2)$$

$$n = \left(\frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}}{Pr} \right)^2 p * q$$

$$n = \left(\frac{1,96}{5\%} \right)^2 (0,5) * (0,5)$$

$$n = 384,16$$

$$n \approx 384$$

Al momento de escoger a los individuos que conformarán la muestra, el margen de error será del 5% y el nivel de confianza será del 95%.

3.5 Investigación cuantitativa

- **Objetivo general del estudio de mercado**

Validar la factibilidad de introducción de una plataforma digital que permita reservar parqueos en el centro de Guayaquil en base al interés de los usuarios.

Objetivo específico 1: Identificar las experiencias de los conductores que frecuentan el centro de Guayaquil para conocer la intensidad del problema a tratar y darle un enfoque al servicio.

Necesidad de información 1: Analizar la experiencia que viven los usuarios al dirigirse al centro de Guayaquil para conocer los puntos de dolor que afectan a los consumidores.

Necesidad de información 2: Relacionar la frecuencia con la que se dirigen los conductores y la zona específica a la que generalmente asisten para identificar los lugares donde se concentra mayormente el problema

Objetivo específico 2: Distinguir los atributos que resultan atractivos para los consumidores de los estacionamientos tradicionales con el fin de conocer los requerimientos mínimos que debe cubrir el modelo de negocio de economía compartida - estacionamiento.

Necesidad de información 3: Determinar las cualidades relevantes para los usuarios al momento de elegir donde estacionar su vehículo, con el objetivo de definir los atributos que deben tener los estacionamientos compartidos.

Necesidad de información 4: Indagar las necesidades de los consumidores al momento de dejar su automóvil parqueado para adoptarlas en la plataforma de estacionamientos.

Objetivo específico 3: Conocer la aceptación del modelo de negocio en los usuarios para estudiar la aprobación del presente modelo de economía compartida en Guayaquil.

Necesidad de información 5: Ordenar jerárquicamente los atributos más atractivos del modelo presentado.

Necesidad de información 6: Identificar la posible frecuencia de uso de plataforma de economía compartida con el fin de medir la aceptación de la misma en la ciudad.

Necesidad de información 7: Conocer las preferencias de comunicación entre arrendadores-arrendatarios con el fin de adaptar este sistema en el modelo de negocio.

Objetivo específico 4: Determinar los atributos que debería tener la plataforma desde el lado del arrendador con el fin captar a la mayoría de clientes potenciales

Necesidad de información 8: Validar el atractivo del modelo del negocio hacia los potenciales usuarios para estimar la posible demanda.

Necesidad de información 9: Relacionar la zona de residencia de los arrendadores con la aceptación de los mismos hacia el modelo de negocio para determinar la localización de los primeros sitios de estacionamiento.

- **Diseño de la investigación**

El presente trabajo se desarrolló durante los meses de junio y julio del año actual, tomando como referencia información obtenida a partir de una revisión bibliográfica de fuentes secundarias y una sesión de focus group durante la etapa exploratoria de la investigación. Posteriormente, se elaboró un cuestionario de 28 preguntas que satisfacen las necesidades de información del estudio.

La información fue recolectada desde finales de junio hasta la segunda semana de julio de 2021, para la encuesta se utilizó Google Forms y fue llenada en línea por 384 personas que habitan en Guayaquil y utilizan su vehículo para dirigirse usualmente al centro de la ciudad con el fin de realizar sus actividades cotidianas.

Luego de obtener los datos del cuestionario, se procedió con la codificación y análisis con la ayuda del software estadístico SPSS, se realizó la tabulación de las encuestas utilizando cuadros, diagramas, tablas y matrices de correlación.

3.5.1 Análisis del cuestionario

Para realizar un correcto análisis del cuestionario, este fue dividido en 5 secciones, tomando en cuenta los componentes y objetivos específicos de la investigación de mercado a realizar. Las secciones fueron elaboradas de la siguiente manera:

Sección 1:

Dentro de esta sección se indaga que el encuestado cumpla con el lugar de residencia y edad del segmento escogido, para esto, se presentaron dos preguntas filtro. Adicional se validó si el encuestado conoce la dificultad de encontrar estacionamientos en la ciudad de Guayaquil.

Sección 2:

Con esta sección se pretendió responder el primer objetivo específico de la investigación, además de obtener información valiosa de la situación actual del problema. Además, se obtuvo información sobre los principales aspectos a satisfacer por la plataforma digital de economía compartida propuesta.

Sección 3:

Esta sección fue diseñada para que los encuestados relacionen el negocio propuesto versus experiencias previas con plataformas que hagan uso de un modelo similar. Fue importante explicar el concepto de economía compartida con el objetivo de que las respuestas sean más acertadas.

Posteriormente, se obtuvo información sobre el nivel de aceptación de las personas a utilizar este tipo de plataforma digital, su frecuencia de uso y su disposición monetaria al momento de pagar.

Sección 4:

Esta sección pretende identificar los atributos que los consumidores tienen en cuenta al momento de usar tecnologías actuales, además, busca conocer características que permitan entregar a los usuarios una plataforma de calidad.

Sección 5:

Debido a que el presente proyecto tiene dos segmentos potenciales, la sección cinco indagó las preferencias de los encuestados interesados en ofrecer un espacio de su

propiedad como estacionamiento en una plataforma digital con el fin de generar un ingreso extra. Se consideraron algunas preguntas como: lugar de residencia, información importante sobre la persona que deja su vehículo en el espacio ofrecido, comisiones para la plataforma y atributos relevantes para este segmento.

Como parte del desarrollo de esta investigación, el cuestionario fue diseñado para obtener información, preferencias y necesidades de los clientes potenciales para determinar la factibilidad de introducción del modelo propuesto en el mercado Guayaquileño.

Una vez obtenidos los resultados, se hizo uso de la primera sección del cuestionario para filtrar aquellas respuestas que sí se ajustaban a la investigación, se conoció que el 73.24% de los encuestados comprendían un rango de edad entre 19 y 45 años, todos cuentan con licencia de conducir y han frecuentado más de una vez el centro de la ciudad, así mismo, en la variable género se pudo conocer que el 72% de los encuestados eran hombres y el 28% restante mujeres.

- **Resultados**

Objetivo Específico 1: Identificar las experiencias de los conductores que frecuentan el centro de Guayaquil para conocer la intensidad del problema a tratar y darle un enfoque al servicio.

Se logró identificar que el 51% de los encuestados visitan el centro de Guayaquil de 3 a 5 veces por semana, este dato es importante para el estudio debido a que permite confirmar la concurrencia de los ciudadanos hacia este sector, se buscaron participantes que hayan palpado la problemática y pudiesen contribuir desde su experiencia para el desarrollo del presente proyecto.

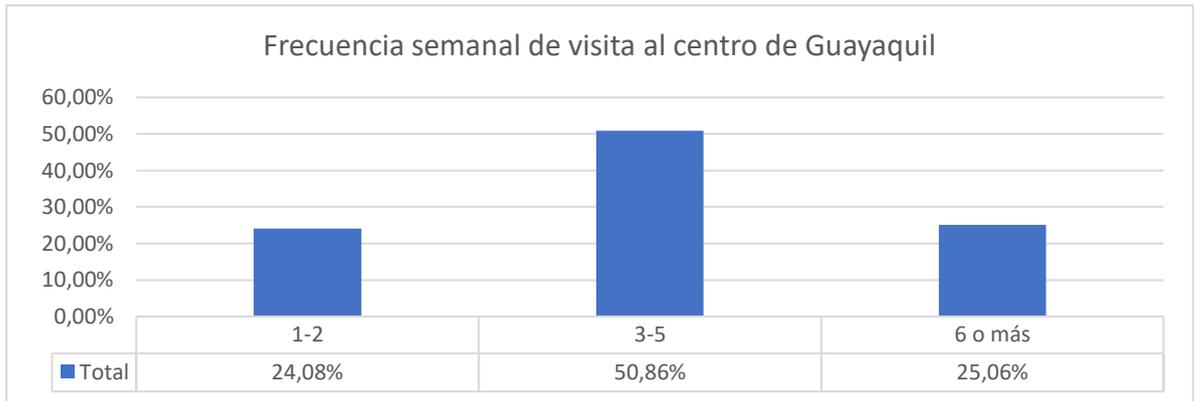


Figura 8. Frecuencia con la que los encuestados visitan el centro de la ciudad

Se preguntó a los encuestados cuál es el tiempo promedio que les toma encontrar estacionamiento en la ciudad de Guayaquil y, en la figura 5 se puede observar que un 49% de los participantes pierden entre 16 y 25 minutos buscando un lugar para su automóvil en esta zona de la ciudad, mientras que un 36% afirma que les ha tomado hasta más de 25 minutos estacionar su vehículo. Esta es una oportunidad clave para el servicio que se está proponiendo, la reducción de este tiempo al momento de estacionar hará que los usuarios se sientan atraídos ya que, este factor aún no ha sido satisfecho por ninguno de los competidores actuales.

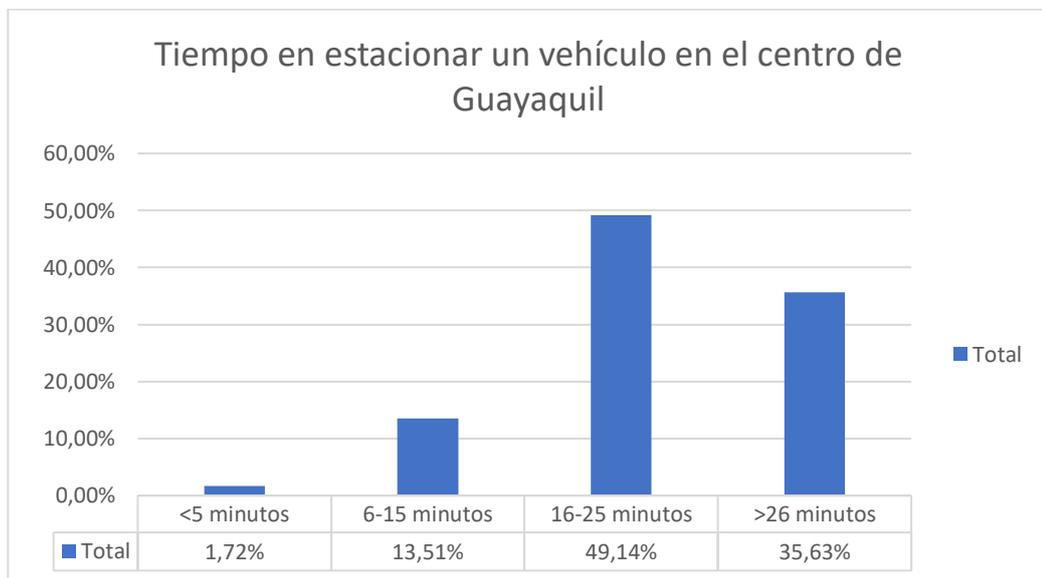


Figura 9. Tiempo que toma encontrar estacionamiento en el centro de la ciudad.

Otro dato que permite conocer al segmento es el gasto promedio destinado a estacionar su vehículo, aproximadamente el 75% de los encuestados gasta de \$1,51 a

\$3.00 dólares por cada visita al centro de Guayaquil, cabe resaltar que este gasto varía del tipo de estacionamiento donde sitúan sus vehículos.

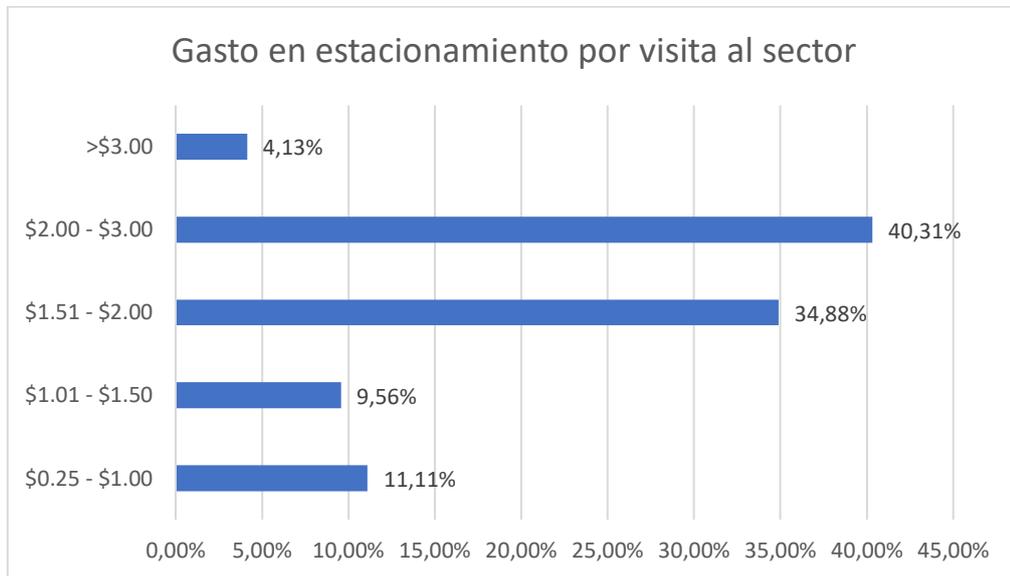


Figura 10. Gasto en estacionamiento por visita al sector.

Se realizó un cruce de variables entre los sectores de Guayaquil a los que se dirigen y la frecuencia con que lo hacen, el objetivo fue identificar las zonas de mayor concurrencia. Se puede observar en la figura 7, que las calles: Rumichaca, Venezuela, Clemente Ballen y Alejo Lascano son las más transitadas, el 52% de las personas encuestadas frecuentan estas zonas de 3 a 6 veces por semana.

El desarrollo del proyecto debería enfocarse en dar solución a la falta de estacionamientos en estas zonas de la ciudad.

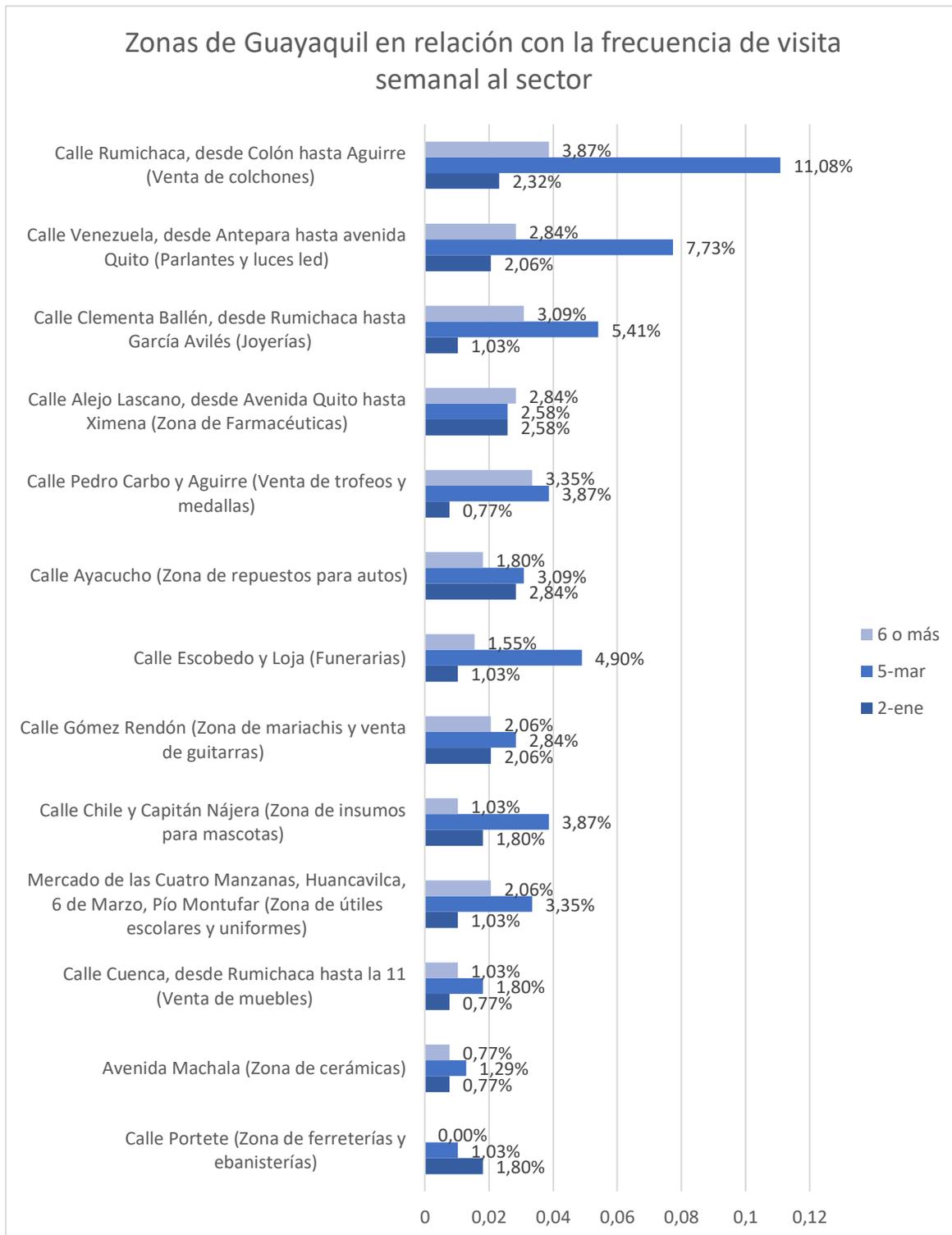


Figura 11. Zonas de Guayaquil en relación con la frecuencia de visita semanal al sector.

Objetivo específico 2: Distinguir los atributos que resultan atractivos para los consumidores de los estacionamientos tradicionales con el fin de conocer los requerimientos mínimos que debe cubrir el modelo de negocio de economía compartida - estacionamiento.

Para responder a este objetivo se pidió a los entrevistados que otorguen valores del 1 al 5 según sus preferencias a la hora de estacionar su vehículo en el centro de la ciudad. Se obtuvo como resultado que las variables que más toman en cuenta al momento de dejar su vehículo en un estacionamiento son: cercanía y seguridad, se puede decir que mientras se ofrezca un espacio seguro y que este se encuentre cerca del sitio objetivo, los usuarios pueden dejar de lado aspectos como rapidez para encontrar parqueo, tamaño del mismo y precios bajos.

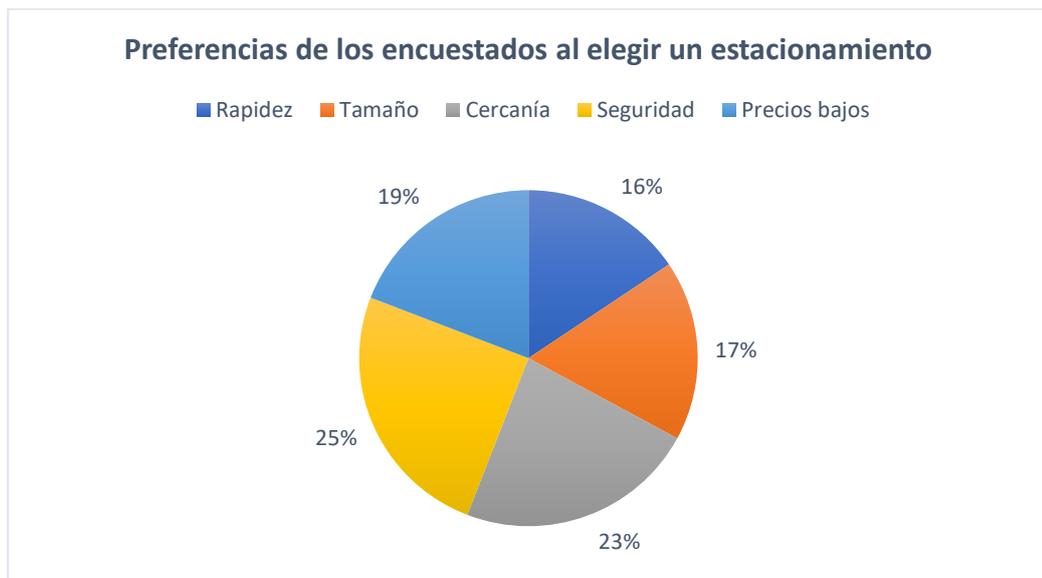


Figura 12. Preferencias de los encuestados al elegir un estacionamiento

Debido a que uno de los participantes del *focus group* indicó que cuando se dirige al centro de la ciudad, deja su vehículo en el centro comercial más cercano, se agregó esta variable como respuesta a una de las preguntas del cuestionario con el fin de identificar la cantidad de usuarios que aplican esta estrategia.

La figura 9 refleja que el 47% de los encuestados estaciona su vehículo en los parqueaderos privados, mientras que el 32% en parqueos públicos y un 21% prefiere parquear su vehículo en un centro comercial y posterior a esto, tomar taxi o bus para llegar al centro de Guayaquil.

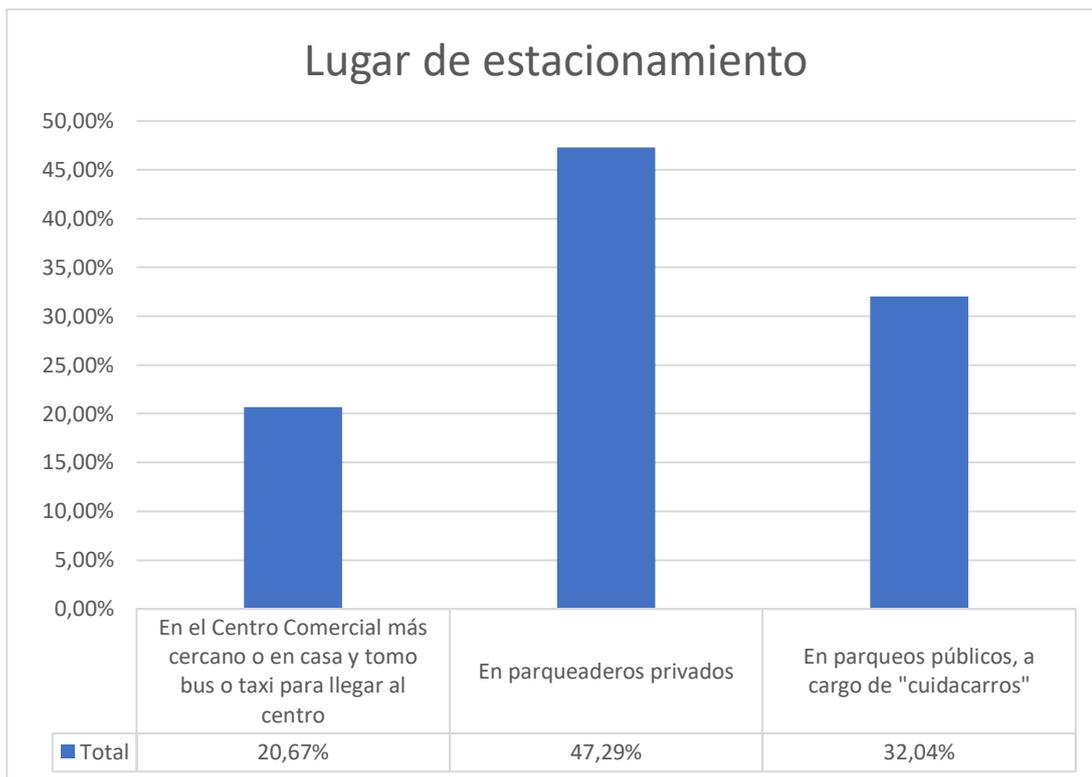


Figura 13. Lugar de estacionamiento utilizado por los entrevistados.

Se realizó un cruce de variables entre el lugar donde comúnmente se estacionan los encuestados y la frecuencia con la que los consumidores se dirigen al sector, se puede observar que los usuarios prefieren estacionar en parqueos privados cuando van más de dos veces por semana al centro, este dato es importante para medir la aceptación de la plataforma propuesta pues indica que el posible uso de la plataforma será proporcional a las veces que los usuarios se acerquen al centro de la ciudad, es decir, a mayores idas a la zona de estudio se generará un mayor uso de la plataforma digital al momento de reservar parqueos.

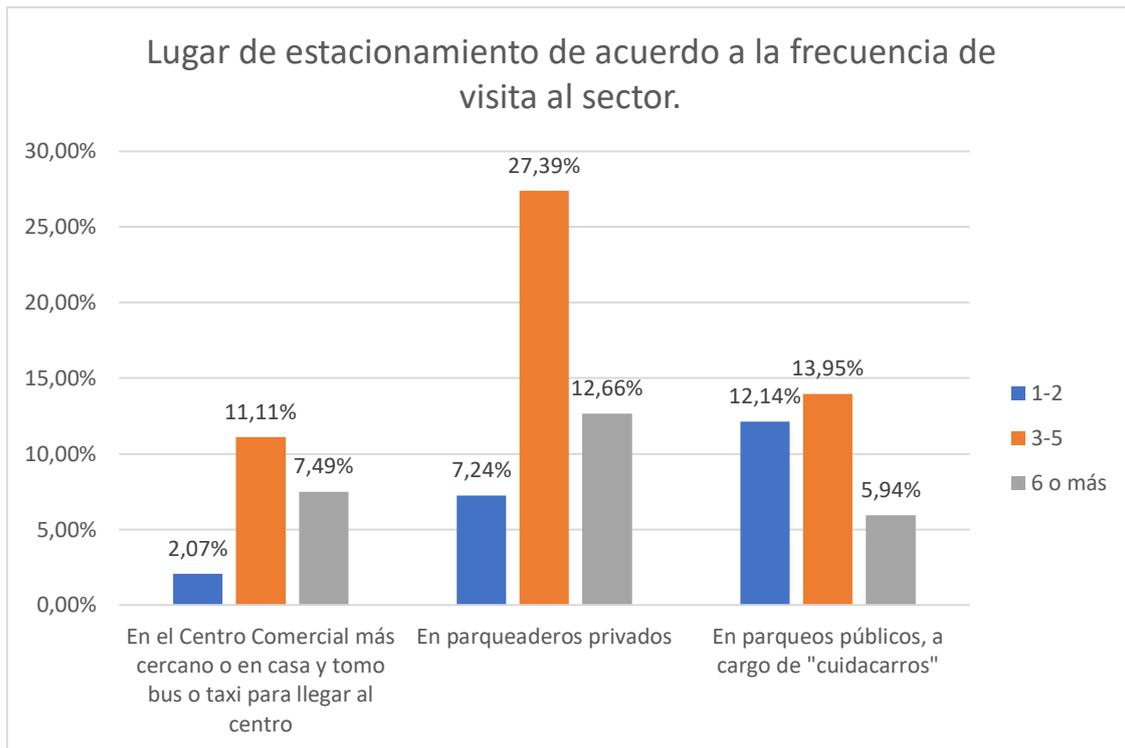


Figura 14. Lugar de estacionamiento de acuerdo a la frecuencia de visita al sector.

Objetivo específico 3: Conocer la aceptación del modelo de negocio en los usuarios para estudiar la aprobación del presente modelo de economía compartida en Guayaquil.

Para el cumplimiento de este objetivo fue suma importancia medir aquellos atributos que más agradarían a los potenciales clientes en relación a la plataforma propuesta, las opciones de respuestas fueron de selección múltiple, es así que se obtuvo 847 respuestas siendo las más seleccionadas: mayor comodidad y seguridad, seguidas de ahorros en tiempo/gasolina y que la plataforma es sin contacto con el arrendador.

Se puede inferir que la plataforma necesita tener como prioridad la seguridad de los vehículos, una interfaz de fácil acceso y definir su logística de forma que se cubran las necesidades de los consumidores. Por otro lado, aquellos atributos que no llegaron a ser los elegidos por los entrevistados fueron: tamaños de estacionamientos y reducción de estrés.

Tabla 2. Atributos que más le agradan/desagradan de los estacionamientos a los consumidores.

Atributos	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
Mayor comodidad	255	30,1%
Ahorrar tiempo y gasolina	73	8,6%
Es totalmente <i>contactless</i>	92	10,9%
Variedad de precios	60	7,1%
Diferentes tamaños de estacionamientos	17	2,0%
Seguridad	301	35,5%
Reduciría el estrés	49	5,8%
Total	847	100,0%

Fuente: Autores. SPSS

Luego de explicar los beneficios funcionales y físicos del presente proyecto, el 57% de los encuestados seleccionó que estarían dispuestos a pagar entre \$1.51 a \$2.00 por hora, mientras que un 19% demostró su disposición a pagar seleccionando la opción de \$1.01 a \$1.50 por hora o fracción.

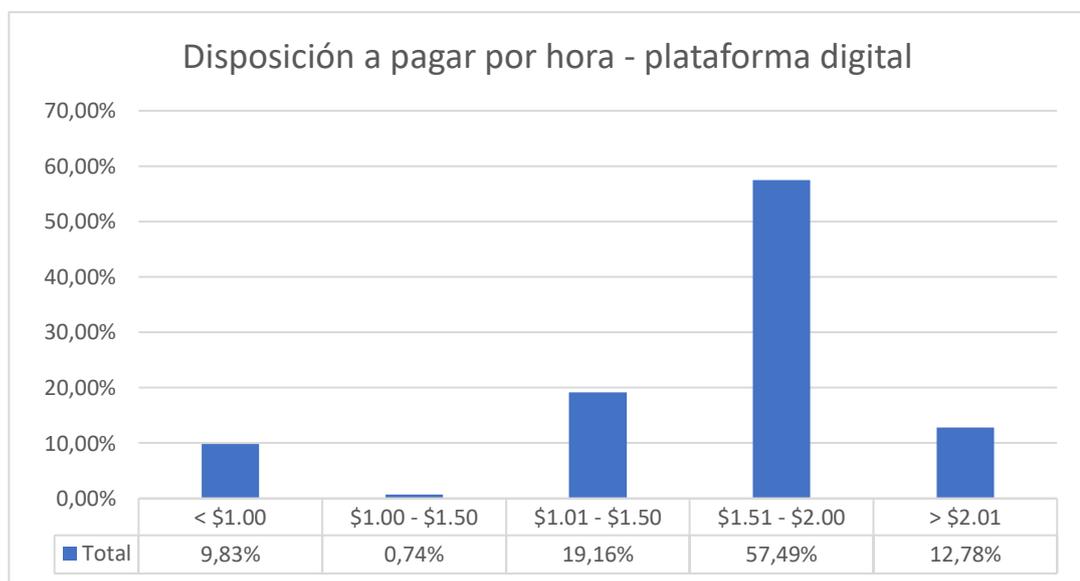


Figura 15. Disposición a pagar - plataforma digital

Adicional, se preguntó a los encuestados que tan de acuerdo o en desacuerdo estarían en caso de que este proyecto se implemente en la ciudad de Guayaquil, se puede evidenciar en la figura 12 que el 94% de las personas a las que se les aplicó la encuesta estarían totalmente de acuerdo en dejar su auto en uno de los estacionamientos ofrecidos por la plataforma.

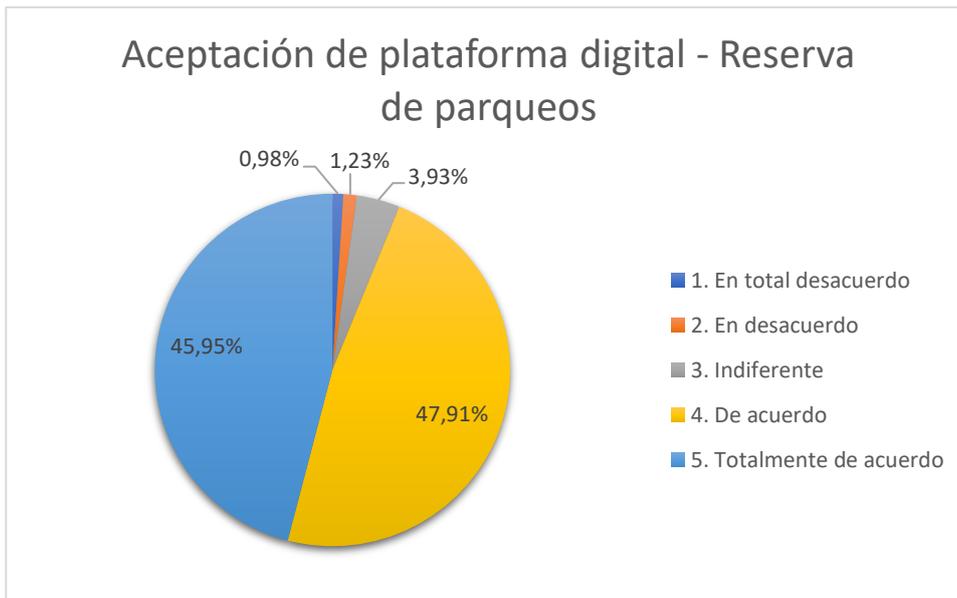


Figura 16. Aceptación de plataforma digital - Reserva de parqueos

Con el fin de determinar el medio por el cual se realizaría la comunicación entre ambas partes pertenecientes a la plataforma se conoció que el 82% de los encuestados prefiere tener contacto vía aplicación móvil y/o plataforma web. Es decir, el diseño de la propuesta debe considerar cero contactos de forma personal entre arrendador y arrendatarios.

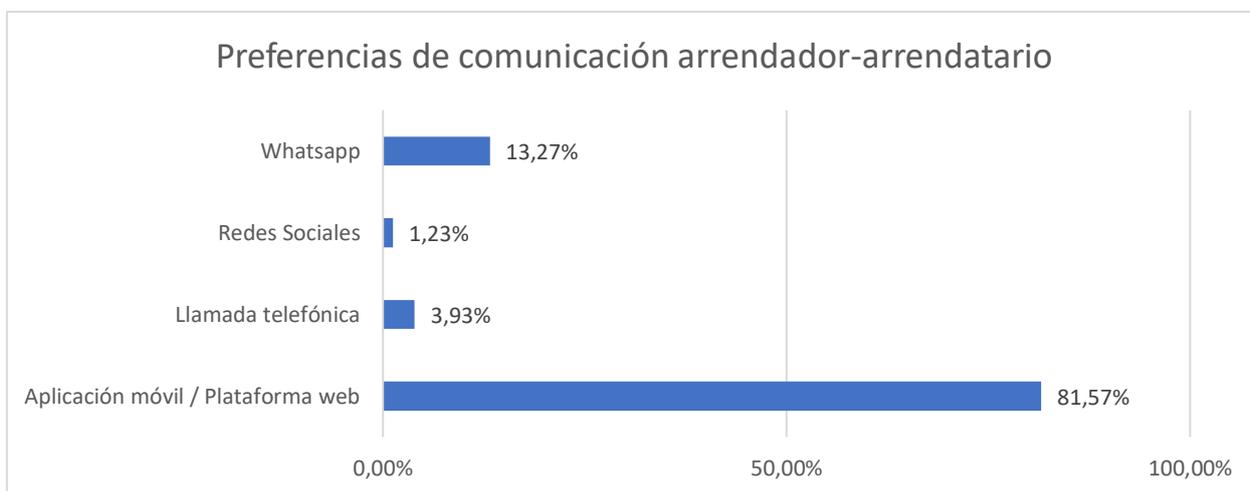


Figura 17. Preferencias de comunicación arrendador-arrendatario.

Objetivo específico 4: Determinar los atributos que debería tener la plataforma desde el lado del arrendador con el fin captar a la mayoría de clientes potenciales

Debido a que se tienen dos segmentos de potenciales clientes, la siguiente tabla muestra los atributos que los arrendadores consideran importantes obtener sobre la

persona y el vehículo que se están situando en el lugar ofrecido, cédula de identidad, licencia de conducir y matrícula del vehículo son los documentos que harán sentir cómodo al arrendador y que se deberían incluir entre los requerimientos de la plataforma hacia los arrendatarios.

Tabla 3. Documentos importantes para los arrendadores.

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
Cédula de identidad	235	49,5%
Licencia de conducir	119	25,1%
Valoración del usuario en la plataforma	33	6,9%
Record penal	18	3,8%
Pago por adelantado	32	6,7%
Matrícula del vehículo	38	8,0%
Total	475	100,0%

Fuente: Autores. SPSS

Para conocer la predisposición de los arrendadores fue necesario pedirles que seleccionen la forma en la que ofrecerían sus espacios, un 47% estaría dispuesto a arrendar espacios de estacionamiento por hora, mientras que un 39% lo haría por día.

Tabla 4. Preferencias sobre forma de arrendamiento.

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
Hora o fracción	192	46,7%
Diario	162	39,4%
Semanalmente	35	8,5%
Mensualmente	20	4,9%
Anual	2	0,5%
Total	411	100,0%

Fuente: Autores. SPSS

Los aspectos que más les agradan a los arrendadores sobre este nuevo modelo de economía compartida es que les permite generar ganancias extras, siendo esta opción la más seleccionada, un 44% del total de encuestados la escogió como la razón por la que se animaría a ingresar al negocio de estacionamientos compartidos, la segunda opción más elegida fue la publicidad que ofrece la plataforma sobre su espacio.

Tabla 5. Preferencias de los arrendadores al ser usuarios de la plataforma digital.

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
Generar ganancias extras	247	44,1%
Conocimientos de quien deja el vehículo en su propiedad	44	7,9%
Información sobre el carro que queda en su propiedad	33	5,9%
Publicidad de su espacio disponible en la plataforma	140	25,0%
Comisiones justas para la plataforma	96	17,1%
Total	560	100,0%

Fuente: Autores. SPSS

Finalmente, se indagó a los arrendadores la comisión que ellos consideran como justa para que la plataforma subsista y gestione sus operaciones, el 40% de los encuestados indicó que una comisión justa para la plataforma sería del 10% al 15% por reserva realizada.

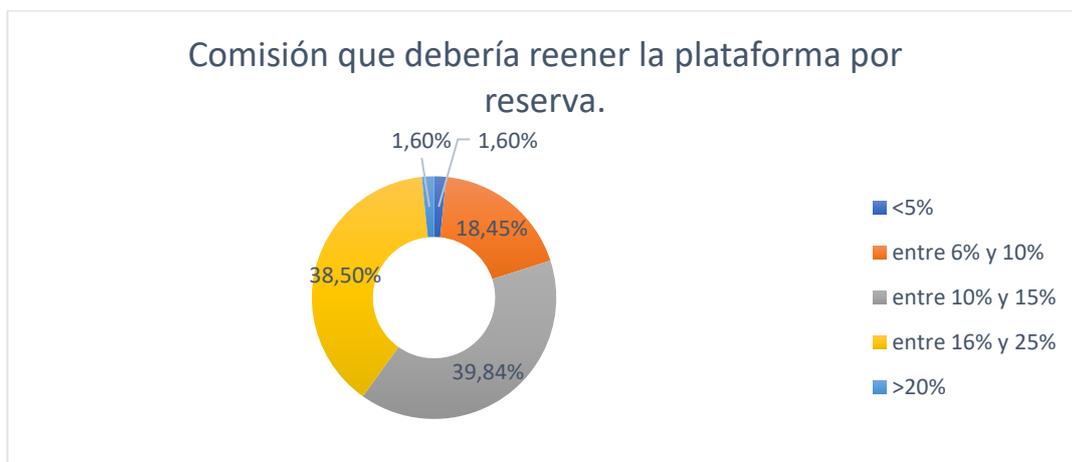


Tabla 6. Comisión que debería retener la plataforma por reserva.

3.6 Propuesta de marketing

Una vez realizada la investigación concluyente y analizados los resultados, se precedió a definir necesidades y preferencias de los usuarios objetivos del presente modelo de negocio, adaptando estas necesidades con el fin de que la propuesta sea más atractiva y así tener mayor probabilidad de éxito en el mercado objetivo.

- Empresa

El nombre de la empresa fue desarrollado con el objetivo de generar un posicionamiento en la mente de los usuarios y que sea fácil de recordar por su utilidad:

Go2Parking

- Actividad Comercial

Es una empresa de servicios con un modelo de negocio en auge para intermediar entre personas que dispongan de un espacio de estacionamiento y busquen darle utilidad generando un ingreso extra y personas que necesiten un espacio para estacionar su vehículo.

- Propuesta de valor

Go2Parking destacará entre la competencia reduciendo el coste de estacionar el vehículo de los usuarios en todos los sentidos. El arrendatario evitará perder tiempo, robos y catástrofes a su vehículo, además pretende ser más económico que la competencia.

Para los arrendadores, obtendrán un ingreso extra sacando provecho financiero de un espacio que actualmente está desocupado. Los resultados de la investigación de mercado respaldan esta propuesta. Además, tanto usuarios como arrendadores podrán revisar sus gastos e ingresos por estacionamientos en tiempo real dentro de la plataforma.

- Logotipo



Figura 18. Logo Go2Parking

- Misión

Go2Parking es una plataforma de economía compartida, creada para facilitar la búsqueda y alquiler de estacionamientos, brindando seguridad, confort, velocidad y

ahorro a sus usuarios, conectando a dueños de estacionamientos con potenciales clientes generando un beneficio para ambos y para el medio ambiente.

- **Visión**

Ser la empresa líder en Guayaquil, integrando de manera efectiva y eficiente la oferta con la demanda de estacionamientos, además, ser protagonistas en el combate contra la congestión vehicular en la ciudad de Guayaquil.

- **Valores de la empresa**

Los valores que predominan en la empresa fueron desarrollados en base a las preferencias de los clientes y sus necesidades.

- Orientación al cliente
- Servicio de calidad
- Responsabilidad social y ambiental
- Compromiso
- Respeto

Go2Parking está especialmente orientada al cliente y a brindar el mejor servicio, ya que esto será un pilar importante para el desarrollo y crecimiento de la empresa. De igual forma, comprometidos con el medio ambiente ofreciendo soluciones eficaces a problemas cotidianos, priorizando el tiempo de los clientes e implementando constantemente mejoras.

- **Beneficiarios y stakeholders**

Todas las personas o grupos en los que la realización del proyecto interfiere son stakeholders. Se dividen a su vez en los que tienen alguna relación económica directa y los que no.

Los que pertenecen a la relación económica son:

Usuarios que ocupan espacios de estacionamientos: son aquellos que utilizan la plataforma para agilizar sus actividades en el sector, reservando un estacionamiento previo a su llegada. Ellos poseen información que se utilizó para el presente estudio de factibilidad, se analizó su experiencia actual versus su experiencia con *Go2Parking* estos usuarios serán parte fundamental del éxito de la empresa.

Usuarios que rentan su espacio como estacionamientos: son los usuarios que convirtieron un espacio desocupado y desaprovechado de su propiedad en un estacionamiento que les genera ingresos periódicos. De la colaboración y el interés de ellos en alquilar su espacio dependerá la oferta de estacionamientos en el sector, por tal razón, son tomados en cuenta incentivos iniciales y beneficios para su participación. Cabe mencionar que los usuarios que ocupan espacios de estacionamientos también pueden formar parte del otro grupo y viceversa.

Colaboradores: son aquellas personas que forman parte de la empresa, con el compromiso de ellos, su participación activa y esmero se logrará sacar a flote el proyecto. Quienes participen en este grupo deberán ser personas capacitadas y orientadas al cumplimiento de calidad del servicio.

Además de este primer grupo de stakeholders, también están los que no poseen relación económica con la empresa, pero se ven afectados por su participación en el mercado:

Estacionamientos privados y públicos del sector: estos tipos de estacionamientos se verán afectados directamente porque se espera que los usuarios encuentren en *Go2Parking* una alternativa diferente al momento de parquear su vehículo. Este grupo tendrá que adaptarse y de alguna manera en el largo plazo participar en un proceso de transformación similar o unirse a *Go2Parking* para mantenerse a flote.

3.6.1 Marketing mix

Una vez obtenidas las preferencias de los consumidores, se ejecutó de manera satisfactoria el marketing mix para el lanzamiento inicial del negocio. Se han considerado los parámetros adecuados para lograr un excelente posicionamiento de la marca *Go2Parking*.

- **Producto:**

Go2Parking se encuentra en el mercado comunitario, es una plataforma digital que permite publicar, dar publicidad y reservar estacionamientos por cierto tiempo de forma módica en relación con los aparcamientos ya existentes.

La plataforma ofrece a los usuarios (arrendadores) poder sacar provecho financiero de un espacio que actualmente se encuentra sin uso, además, podrán ver las ganancias de su parqueo en tiempo real, este punto es importante para aquellos parqueos ya

establecidos que deseen formar parte de *Go2Parking*, ya que muchos de ellos no llevan un registro del rendimiento de su negocio. De esta forma se puede optimizar el rendimiento y la operación de los parqueos con datos relevantes y mejores asignaciones.

Para el conductor que desee reservar un estacionamiento, deberá ingresar a la plataforma desde su Smartphone o plataforma web, buscar y seleccionar el espacio que más se adecue a sus necesidades, podrá utilizar el método de pago preferido e indicar qué tiempo ocupará el espacio para proceder a realizarse el cobro.

Flujo de procesos:

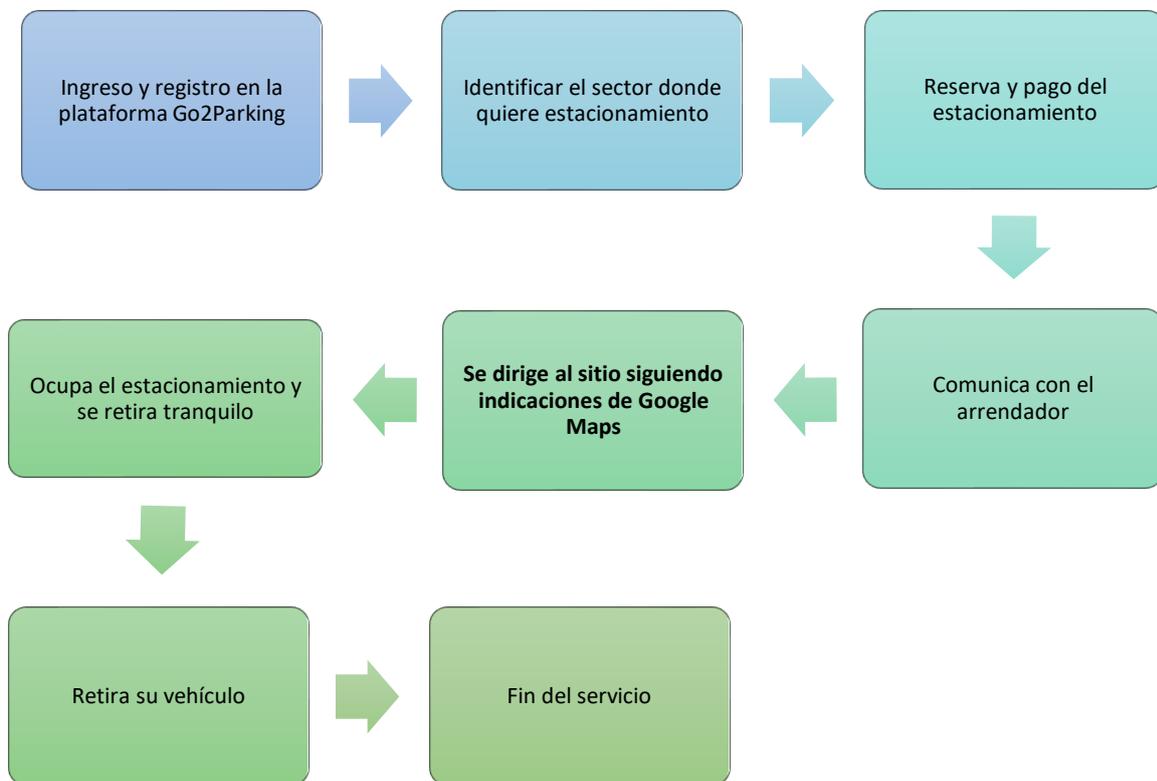


Figura 19. Flujo de procesos Go2Parking

Teniendo en cuenta la información levantada en el estudio de mercado, se desarrollaron dos propuestas de mercadeo para cada tipo de cliente. A continuación, se las describe:

Para los arrendadores se propuso una estrategia que les dé a conocer lo beneficioso que es generar ganancias con su espacio desocupado, se propuso el slogan “Tu garaje, tu dinero”. Además, dentro de la plataforma habrá una sección guía para los arrendadores donde conocerán lo esencial para formar parte de *Go2Parking*, las mejores

prácticas para ser un buen prestador de servicio y ganar dinero siendo cada vez mejor valorado por los usuarios de la plataforma. Se generará confianza en ellos recordándoles que *Go2Parking* verifica a todos sus usuarios haciéndolos sentir protegidos. La flexibilidad con la que podrán recibir vehículos a su ritmo y bajo las reglas de su espacio.

Por el lado de los conductores, el slogan propuesto fue “Conduce tranquilo, estaciona tranquilo.” Fue elegido en base a que los encuestados demostraron que la seguridad y la comodidad son los atributos que más valoran a la hora de estacionar su vehículo en el sector. Igualmente, el confort, simplicidad, ahorro de tiempo y dinero no dejan de ser vitales para el conductor objetivo.

Tabla 7. Características de la plataforma Go2Parking.

Beneficio/Característica	Arrendador	Conductor
Tipo de servicio	Contacto/Intermediario	
Sistemas operativos de la plataforma	Android/iOs/Web	
Distinciones para tipos de clientes	Sí	Sí
Geolocalización	Sí	Sí
Configuraciones	Sí	Sí
Filtros de búsqueda	No aplica	Ubicación, precios, método de pago
Medio de pago /cobro	Cuenta bancaria	Tarjeta de crédito/Saldo de plataforma
Valoración de usuario	Sí	Sí
Contacto por plataforma o llamada telefónica	Sí	Sí
Billetera electrónica	Sí	Sí
Editar anuncio/perfil	Sí	Sí

Fuente: Autores

- **Precio**

En la determinación del precio, fueron considerados los precios actuales que maneja el mercado, conjuntamente con la información de disposición de pago analizada en la investigación de mercado.

Los estacionamientos competidores que más se asemejan a las características ofrecidas por Go2Parking son los estacionamientos privados, ofrecidos por empresas con grandes edificios de parqueaderos, ofrecen planes por hora/fracción y membresías mensuales. Tomando esta información de referencia, Go2Parking utilizará una estrategia de precios similar a los estacionamientos privados, sin embargo, el mercado objetivo son clientes de todo tipo de estacionamientos del sector, ya sean públicos gratuitos, privados o informales.

El precio de los estacionamientos de Go2Parking dependerá de cuanto decidan cobrar los arrendadores tomando en cuenta la comisión de la plataforma, sin embargo, es razonable situarlo por encima del promedio del mercado, ya que, según lo expuesto durante este capítulo, el servicio es de calidad y el valor ofrecido a los clientes es mayor que el de la competencia.

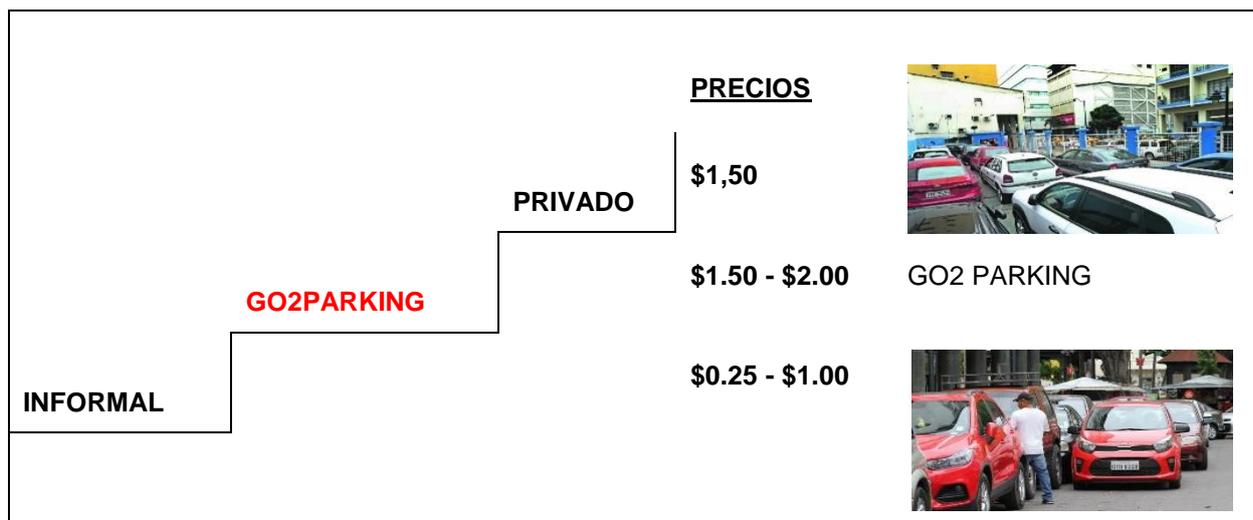


Figura 20. Price brand ladder de precios por hora/fracción para conductores.

Fuente: Autores

Según el estudio de mercado realizado, los arrendadores prefieren alquilar por hora, puesto que les resulta más conveniente, sin embargo, se podrán ofrecer planes por hora, diarios, semanales y mensuales.

Se pretende que el precio de la hora/fracción varíe según la oferta y demanda del sector, de esta forma también se fomenta el pago de planes diarios, semanales y mensuales. La comisión de Go2Parking será del 30% del costo de cada parqueo.

Tabla 8. Comparación de precios de venta e ingresos para arrendador y para Go2Parking, según planes contratados (Ingresos no incluyen impuestos).

Periodos de alquiler	Precio Base			Ingreso arrendador	Ingreso Go2Parking
	Informal	Privado	Go2Parking		
Hora/Fracción	0,5	1,5	1,5	1,2	0,3
Diario	3	10	7	5,6	1,4
Semanal	No aplica	25	18	14,4	3,6
Mensual	No aplica	40	30	24	6

Fuente: Autores

El precio base de Go2Parking será establecido, pero como se mencionó anteriormente, únicamente el precio por hora/fracción puede variar dependiendo de la oferta y la demanda. Además, el dueño del parqueadero es libre de ofertar su espacio al precio que considere adecuado dependiendo del valor que le dé al cliente.

Ningún arrendador puede cobrar menos que el precio base estipulado por Go2Parking.

- **Plaza**

Para el modelo de Go2Parking, los principales canales por los cuales se podrá ofertar el producto serán la página web y tiendas digitales tales como Play Store y Apple Store. Los primeros estacionamientos de Go2Parking estarán ubicados en los alrededores de las calles Rumichaca, Venezuela, Clemente Ballén y Alejo Lascano, ya que dentro de la investigación de mercados se concluyó que estas zonas son las más concurridas de la ciudad.

Por otro lado, durante la investigación de mercados se determinó que la mayoría de la población objetivo está familiarizada con este tipo de plataformas digitales, la información será entregada a los clientes de la manera más entendible e intuitiva posible. Se conoce que habrá dudas sobre el funcionamiento inicial de la aplicación, así que los usuarios podrán comunicarse con un servicio de ayuda en un apartado llamado “Contáctanos” donde un colaborador brindará el soporte requerido, así mismo, habrá con un banco de preguntas frecuentes.

- **Promoción**



Figura 21. Etapas de la promoción de Go2Parking.

Para la promoción de Go2Parking se realizó un proceso de cinco etapas.

Pre lanzamiento. Consta de un periodo de tiempo en el que la empresa aún no es conocida, será un periodo de tiempo donde se buscará a las personas que estén dispuestos a convertirse en los primeros arrendadores, generando un ingreso extra con sus espacios vacíos.

No se comunicará el servicio exacto de la empresa y antes los ojos de la ciudadanía será una intriga, hasta el día del lanzamiento. Se busca una llamada a la acción durante el último mes antes del lanzamiento de Go2Parking. Una necesidad de esta etapa es conseguir al menos el 2% de las descargas esperadas en el primer año mediante una fuerte inversión de publicidad en redes sociales.

Lanzamiento. El inicio de esta etapa estará planificado para el día que se inician oficialmente las operaciones de Go2Parking y tendrá una duración de dos meses. El objetivo es generar una mayor cantidad de descargas y utilización, tanto para arrendadores como para conductores. La comunicación en medios publicitarios será que Go2Parking ya está disponible en el mercado Guayaquileño, la principal idea de esta comunicación será el posicionar la marca en la mente de los consumidores.

Para el lanzamiento se utilizarán principalmente medios electrónicos, Facebook e Instagram serán los de mayor interés, con publicaciones que dirigirán a los usuarios a las tiendas de aplicaciones digitales para que descarguen la app.

En Instagram, se trabajará conjuntamente con *influencers* con un público de calidad y captar su atención mediante publicidad entretenida. Habrá un gestor de comunicaciones de Go2Parking, que deberá realizar publicaciones constantemente, se recomienda sean unas cinco veces por semana, recordando el lanzamiento y haciendo crecer las redes con diferentes estrategias como sorteos y demás.

La publicidad más tradicional será manejada mediante anuncios de radio, transmitidos en las emisoras más escuchadas por nuestro público objetivo del sector como lo son “La Otra FM” y “Canela” según la web Online Radio Box (Online Radio Box, 2021). Para esta etapa, se espera obtener al menos 600 usuarios entre conductores y arrendadores con espacios disponibles utilizando la plataforma satisfactoriamente.

Captación. En la etapa de captación la plataforma estará ya en el mercado, funcional y creciendo, sin embargo, es importante seguir fortaleciendo su desarrollo de manera permanente en las redes sociales.

Toda la inversión para esta etapa será en medios digitales, especialmente en Facebook ya que su población más activa es entre 24 y 34 años, representando el 30% del total de sus usuarios en Ecuador (Ecuador Estado Digital, 2020). Para esta fase se tiene como objetivo obtener más de 2.000 conductores y 800 plazas disponibles en un periodo de tiempo de un año. Será publicidad masiva, comunicará beneficios y ventajas mencionadas a continuación:

- **Para arrendadores**

- ✓ “Ganarás dinero con tu garaje desocupado mientras no lo ocupas”
- ✓ “Tu garaje siempre dándote valor, únicamente lo rentas cuando no lo necesitas, y lo mejor es que ¡te pagan bien!”
- ✓ “Tu seguridad es prioridad para Go2Parking, por eso verificamos a todos nuestros usuarios y te brindamos los datos más importantes para tu tranquilidad”
- ✓ “No te preocupes por tener sueltos, nosotros cobramos por ti”

- **Para conductores**

- ✓ “¡Ahorra tiempo reservando tu estacionamiento favorito, seguro y cercano a tu lugar objetivo!”
- ✓ “¡Más barato y mejor que la competencia!, utiliza Go2Parking”
- ✓ “Tu tranquilidad es nuestra razón de ser, no dejes tu vehículo desprotegido en la calle”
- ✓ “Sólo con tu celular, reserva desde dónde estés en dónde vayas”

Recordatorio. En esta fase, luego de pasados seis meses desde el ingreso de Go2Parking al mercado, la tarea prioritaria de Go2Parking deberá ser mantenerse

presente en la mente de los consumidores. El objetivo deberá ser que al menos el 10% de la población objetivo recuerde el negocio.

La comunicación deberá ser dirigida hacia el posicionamiento y mediante la plataforma se deben generar notificaciones y beneficios a usuarios. Las fechas importantes como feriados, día de la madre, etc., se recordarán en la plataforma con una promoción por ese periodo.

Uso. Para esta etapa, habrá personas que ya tengan la plataforma en sus alternativas de estacionamiento, pero nunca la han utilizado, el objetivo es que una gran parte de estas personas empiecen a utilizar el servicio. Considerando que el 30% de las personas ingresan a la plataforma, al final del primer año se ofrecerá un descuento de tres dólares para la primera vez que utilicen el servicio y 15 días para utilizar el descuento.

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Metodología para el estudio técnico

Para lograr un modelo de negocio adecuado a los usuarios Guayaquileños, el estudio técnico del trabajo se compone de tres puntos importantes y que facilitarán las operaciones del negocio en conjunto con su ingreso al mercado Guayaquileño.

Análisis y determinación de los primeros espacios de estacionamientos y sus precios: En esta parte del trabajo se propone y analiza la cantidad de estacionamientos iniciales, los cuales deben tener incentivos para nuevos usuarios, tanto para conductores como para propietarios de potenciales estacionamientos en el sector. Establecer una tasa porcentual a la ganancia de los dueños de los estacionamientos que vaya a los fondos de la plataforma “Go2Parking”, su porcentaje deberá determinarse de acuerdo a las preferencias de los usuarios y variables características del sector como impuestos, demanda y oferta.

Análisis y determinación del lanzamiento de la plataforma: Lo adecuado sería ejecutar un plan de lanzamiento de la plataforma y su respectiva promoción en diferentes medios dentro de la ciudad de Guayaquil. Se tomó en cuenta durante este análisis información levantada anteriormente en el estudio de mercado donde se hizo el reconocimiento de los principales problemas de los participantes interesados en conseguir un estacionamiento seguro y a buen precio en el centro de la ciudad con este nuevo formato propuesto.

Determinación de los recursos humanos: Un servicio al cliente de calidad será primordial para garantizar el correcto funcionamiento y entendimiento de la plataforma para los usuarios, puesto que al ser un modelo de negocio nuevo habrá un sin número de dudas, inquietudes y problemas que deben ser solucionados de manera rápida y precisa, a la vez que se procura mantener un mínimo costo. La implementación de un banco de preguntas frecuentes y un robot de asistencia que responda las preguntas más frecuentes sería ideal.

4.2 Características Generales:

- Registro: Gratuito.

- Componentes: Pagina web, aplicación móvil.
- Sistema: Contará con un buscador calificado para que el proceso de búsqueda de aparcamientos sea sencillo y eficiente.
- Precio: se fijará un precio máximo y mínimo para cuidar el presupuesto de los arrendatarios, puesto que se cobrará a los dueños de los estacionamientos.
- Tamaño del espacio: el cliente podrá filtrar la búsqueda de acuerdo al tipo de carro para no tener problemas de estacionamiento en cuanto a la longitud del espacio disponible.
- Tipo de propiedad: el cliente contará con la información del tipo de lugar disponible para su vehículo, los cuales pueden ser: aparcamientos privados, aparcamientos en hotel, aparcamientos en locales, aparcamientos en casa.
- Idioma: se mostrará el idioma en español e inglés para los casos en que el cliente sea una persona extranjera.

4.3 Características Técnicas:

El producto consiste en una plataforma digital, que consta de 2 grandes partes:

- Aplicación web.
- Aplicación móvil.

La acertada interacción entre estos componentes será vital para el funcionamiento adecuado de la iniciativa.

4.3.1 Aplicación Web

La aplicación web estará desarrollada en entorno .NET, bajo las arquitecturas “multicapa y cliente – servidor”. Se utilizarán tecnologías de vanguardia para el desarrollo de software. Al ser una aplicación web estará disponible desde cualquier navegador, en una PC y en un dispositivo móvil (celular y tableta), contendrá la misma funcionalidad que la app móvil, y al ser responsiva los usuarios que no tengan instalada la app podrán hacer su búsqueda de parqueo desde la aplicación web (adaptativa al celular).

La aplicación web será ágil, con cortos tiempos de respuesta, estará vinculada con Google Maps, de esta manera se podrá hacer uso de su sistema de mapeo de la ciudad, para ubicar los estacionamientos en el mapa y para que el cliente pueda hacer uso de la geolocalización y GPS. Para el diseño de pantallas se contará con la asesoría de un especialista (Diseñador de aplicaciones) quien ayudará a diseñar las pantallas para que

cuenten con una óptima experiencia de usuario. Para el desarrollo de la aplicación móvil se requerirá el servicio de un Desarrollador de aplicaciones, quien a partir del diseño entregado por el “Diseñador de aplicaciones” hará la programación y entrega del producto terminado.

Tecnologías de Desarrollo de Software a utilizar:

Para el desarrollo de la aplicación se utilizarán las siguientes tecnologías:

- Entorno de desarrollo: Microsoft .NET
- Lenguaje de programación backend: C# (para desarrollo del backend)
- Motor de base de datos: SQL Server 2012, edición Express
- Capa Frontend (Frameworks y lenguajes): Angular 4 - HTML 5 – Bootstrap 4 - TypeScript

Se utilizará el entorno de desarrollo Microsoft .NET y lenguaje de programación C# porque brindan una plataforma muy robusta y el lenguaje es ideal para proyectos web. Se elige como motor de base de datos “SQL Server” porque tiene la flexibilidad de empezar con un proyecto pequeño e ir escalando a un gran proyecto (con gran cantidad de datos) sin tener que hacer modificaciones en la base de datos.

La capa frontend se implementará en Angular 4, HTML5 y Bootstrap 4, ya que esta combinación nos permite manejarla de manera independiente del backend, permitiendo reutilizar muchos componentes para la aplicación móvil (esto ahorra tiempo y dinero en la etapa de desarrollo). También permite que la aplicación web se ajuste correctamente a las pantallas de los celulares (responsiva – adaptativa).

4.3.2 Aplicación Móvil

La aplicación móvil estará desarrollada tanto para las plataformas ANDROID e iOS, por ello se requiere el uso de Flutter, ya que este ambiente de desarrollo permite que sea multi plataforma, lo que facilita el desarrollo y más procesos en común, el cual compilará para ambas plataformas, permitiendo un ahorro de espacio y memoria para la aplicación a desarrollar, evitando problemas que suceden cuando se usan frameworks híbridos como React Native. Para la capa de Backend se propone el uso de NestJs ya que su typescript es de un fuerte tipado y será menos propenso a errores. Por último, para una versión amigable en ambas plataformas se utilizará el framework IONIC ya que contiene las

combinaciones de HTML5 para el desarrollo de código, CSS para los estilos y Javascript para mejor implementación de las funcionalidades.

Con la aplicación móvil liberada para Android e iOS, se procederá a gestionar con ambas plataformas la solicitud del aplicativo, teniendo en consideración una cuenta de desarrollador (necesaria para subir la aplicación) y cancelar el pago único de tarifa propuesta tanto en Play Store como en App Store. Para el ambiente de desarrollo, se contará con la asesoría y colaboración de un desarrollador de software, con quien se acordará reuniones donde se definan modelos conceptuales para luego ser prototipados, testeados por usuarios potenciales y al final llevarlos al ambiente de desarrollo, con el propósito de generar un rendimiento acorde a las necesidades de nuestro proyecto y necesidades de los usuarios.

Tecnologías de Desarrollo de Software a utilizar:

Para el desarrollo de la aplicación móvil se utilizarán las siguientes tecnologías:

- Entorno de desarrollo: Flutter, NestJs, IONIC
- Lenguaje de programación backend: NestJs (para desarrollo del backend).
- Motor de base de datos: SQL Server 2012, edición Express.
- Capa Frontend (Frameworks y lenguajes): IONIC - HTML 5 – Flutter.

Implementación de la Plataforma:

Cuando la aplicación móvil y la aplicación web estén desarrolladas, lo siguiente que se hará será contratar un servidor en la nube con una máquina virtual para la aplicación web y un servidor SQL donde se alojará la base de datos de la aplicación. Además, es necesario adquirir un nombre de dominio y un hosting, el nombre de dominio será “go2parking.com” de tal manera que cuando las personas ingresen a ese URL, inmediatamente los lleve a la aplicación web alojada en el servidor en la nube.

Por otro lado, se dará de alta las aplicaciones en las tiendas de apps: App Store y Google play, a partir de este punto la aplicación procede a su estado funcional tanto en la web como en los dispositivos móviles.

4.4 Procesos a seguir

Producción:

- Análisis de mercado

- Desarrollo de aplicación web
- Estrategia de publicidad para generar expectativas
- Publicación del proyecto
- Etapa de producción-testeo, con una estrategia como: otorgar meses gratis para poder corregir los errores que se presenten.
- Dar a conocer la plataforma terminada.
- Supervisión de información obtenida.

Resolución de problemas:

- Ir validando la aplicación que se está desarrollando y adaptarla al mercado porque los desarrolladores no siempre captan los deseos del cliente. Es importante pasar por un proceso de validación-corrección.
- Dar mantenimiento periódico para eliminar información basura, obtener espacio y dar de baja a quienes ya no están en la plataforma.

Plataforma:

- Notar que la plataforma permanece disponible; en caso de que no lo este, llamar al Hosting y pedir solución
- Emisión de reportes en plataforma, estadísticas para análisis y mejoras en la publicidad.

Esto permitirá notar donde hay mayor demanda y poca oferta y de esta manera poder enfocar la publicidad en esos sectores, una aplicación que no funciona bien pierde credibilidad, por eso es importante trabajar con Hosting de calidad.

4.5 Aliados Clave

Proveedor de Hosting: De él dependerá que la app esté disponible en la web, es clave porque se puede apoyar en ellos o transferirles parte de la responsabilidad de mantener disponible nuestra app, es decir, es clave por la parte de reducción de riesgos y recursos, contratando con ellos un servicio de soporte de alta disponibilidad

Facebook e Instagram: Proporcionará campañas de publicidad pagadas debido a selección de público para el caso de quienes quieran participar en la búsqueda de parqueos, es clave por su gran capacidad de llegar al mercado, aliados para optimización y de ventaja.

Desarrollador o ingeniero de sistemas como un aliado de optimización porque es quien estará haciendo más rápida la app, convirtiéndola en algo más atractivo para los usuarios o algo más sencillo de utilizar

Arrendadores: Son aliados clave de recursos porque otorgarán su espacio para que luego esté disponible en nuestra aplicación web y móvil.

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Metodología para el estudio financiero

El tercer objetivo específico del trabajo hace referencia a la parte financiera del negocio y para su cumplimiento se realizará:

Análisis financiero: Se tomará como referencia estados financieros de los dos años anteriores (2018-2019) de empresas competidoras del sector que cumplan con la misma actividad de Go2Parking, para analizar cómo ha sido su desarrollo en los últimos años, además observar fortalezas y debilidades financieras de este modelo de negocio.

Luego de analizar a profundidad estos negocios se obtuvo una visión general del manejo de estas plataformas, a su vez, permitió proyectar con cercanía un flujo de caja de aquí al 2026, teniendo en cuenta las tendencias actuales y con esto el cálculo de indicadores de rentabilidad para los inversionistas:

- VAN: Un indicador que muestra el beneficio económico que genera un proyecto cubriendo todos sus costos para un periodo específico de tiempo. (Valencia, 2011)
- EVALUACIÓN TIR: Utilizada para determinar la tasa de rentabilidad de una inversión, expresando todas las cantidades en términos homogéneos, es decir, en el mismo tiempo. (Paso, 2011)
- PAYBACK: El *payback* hace referencia al tiempo al plazo en el que se recupera la inversión de un nuevo proyecto.

Estimación de la demanda

Según los resultados de la investigación de mercado y las estimaciones de venta de Go2Parking, se ha proyectado captar el 2% de la población durante el primer año, de esta manera el número de clientes que se manejarán para el año 1 será de 3.800, se estima alcanzar el 20% de la población al final del año 5.

Tabla 9. Estimación de la demanda.

Variables	
Población de conductores	190.000
Porcentaje de aceptación	2%
Usuarios Go2Parking	3.800

Fuente: Autores

5.2 Estimación de costos

5.2.1 Costos Fijos

Entre los costos fijos de Go2Parking se encuentra: Publicidad, para el se estima un gasto mensual de \$6,100.00, este gasto contiene anuncios en redes sociales, televisivos, de radio, afiches, gastos de marketing en general, entre otros.

Debido a que Go2Parking operará de forma online solo será necesario contar con una oficina, en la cual está previsto gastar \$1.000 mensuales y \$343 se destinarán para servicios básicos.

Se requerirán los servicios de un Director Comercial, un Analista de Marketing, un Desarrollador de Software y dos Asistentes de Atención al cliente, el costo estimado en sueldos y salarios es de \$3.700 mensual, lo que se traduce en \$44.400 al año, este rubro incluye beneficios y requerimientos que la ley ha colocado como obligatorio en bienestar del colaborador.

Tabla 10. Costos fijos al final del año

COSTOS FIJOS AL FINAL DEL AÑO					
Costos Fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Promoción y Publicidad	\$ 73,200.00	\$ 76,860.00	\$ 80,703.00	\$ 84,738.15	\$ 88,975.06
Servicios Básicos	\$ 4,120.00	\$ 4,326.00	\$ 4,542.30	\$ 4,769.42	\$ 5,007.89
Alquiler	\$ 12,000.00	\$ 12,600.00	\$ 13,230.00	\$ 13,891.50	\$ 14,586.08
Sueldos, salarios y demás remuneraciones que constituyen materia incluido el IESS.	\$ 44,400.00	\$ 46,620.00	\$ 48,951.00	\$ 51,398.55	\$ 53,968.48
TOTAL	\$ 133,720.00	\$ 140,406.00	\$ 147,426.30	\$ 154,797.62	\$ 162,537.50

Fuente: Autores

5.3 Inversión del proyecto

El desarrollo de la inversión estuvo contemplado por tres áreas, una de ellas son los activos fijos, este tipo de activos son los que no pueden convertirse en liquidez en un

tiempo determinado (Debitoor, 2018). El hosting, dominio, licencias, desarrollo web y móvil, equipos de computación, entre otros, forman parte de los activos fijos del presente proyecto.

Tabla 11. Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS			
Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Hosting	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Desarrollo aplicativo	2	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00
Dominio Web	1	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
Licencia	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Material multimedia	1	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Desarrollo web	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Asesor en Marketing	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Equipos de computo	4	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Equipos de oficina	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Vehículo	1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Celulares	4	\$ 300.00	\$ 1,200.00
TOTAL			\$ 47,400.00

Fuente: Autoría Propia

Adicional a los activos fijos, también es necesario detallar los activos diferidos, estos se relacionan con la parte legal que permite la operación de un proyecto, en la tabla 12 se desglosan los activos diferidos:

Tabla 12. Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Concepto	Valor total
Trámites para constituir la empresa	\$ 1,000.00
Permisos municipales	\$ 23,000.00
Contingencias	\$ 5,000.00
Abogado	\$ 1,500.00
SRI	\$ 25.00
Permiso de funcionamiento	\$ 100.00
Permiso de empresa eléctrica	\$ 60.00
Permiso de agua potable	\$ 50.00
TOTAL	\$ 30,735.00

Fuente: Autores

El capital de trabajo es muy importante para el desarrollo de un proyecto, principalmente busca eliminar cuellos de botella que dificultan la liquidez o el financiamiento (Revista Universidad y Sociedad, 2016). Para el análisis del Capital de Trabajo del presente estudio se detallaron los siguientes rubros:

Tabla 13. Capital de Trabajo

Capital de trabajo	
Concepto	Valor total
Sueldos y salarios (primer mes)	\$ 3,700.00
Gastos administrativos y ventas (primer mes)	\$ 2,059.00
Promoción y publicidad	\$ 6,100.00
Servicios básicos	\$ 260.00
Papelería y suministro	\$ 100.00
Total	\$ 12,219.00

Fuente: Autores

Al unir la información de las tablas anteriores se obtuvo el total requerido para la inversión inicial, tal como se refleja en la tabla 14, se necesitará una inversión de \$90,354.00, una parte de este valor será cubierto por los accionistas, mientras que para cubrir el restante se hará uso de un préstamo bancario mediante un banco ecuatoriano que posee una tasa nominal del 9.76%, la deuda se amortizará en 3 años, la tabla de amortización se encuentra en el apéndice D.

Tabla 14. Plan de Inversión

Plan de inversión	
Concepto	Valor total
ACTIVOS FIJOS	
Hosting	\$ 300.00
Desarrollo aplicativo	\$ 8,000.00
Dominio Web	\$ 1,800.00
Licencia	\$ 700.00
Material multimedia	\$ 3,600.00
Desarrollo web	\$ 1,500.00
Asesor en Marketing	\$ 400.00
Equipos de computo	\$ 2,400.00
Equipos de oficina	\$ 2,500.00
Vehículo	\$ 25,000.00
Celulares	\$ 1,200.00
Total activos fijos	\$ 47,400.00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Trámites para constituir la empresa	\$ 1,000.00
Permisos municipales	\$ 23,000.00
Contingencias	\$ 5,000.00
Abogado	\$ 1,500.00
SRI	\$ 25.00
Permiso de funcionamiento	\$ 100.00
Permiso de empresa eléctrica	\$ 60.00
Permiso de agua potable	\$ 50.00
Total Activos diferidos	\$ 30,735.00
CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos y salarios (primer mes)	\$ 3,700.00
Gastos administrativos y ventas (primer mes)	\$ 2,059.00
Promoción y publicidad	\$ 6,100.00
Servicios básicos	\$ 260.00
Papelería y suministro	\$ 100.00
Total capital de trabajo	\$ 12,219.00
TOTAL PROYECTO	\$ 90,354.00

Fuente: Autores

5.4 Flujo de caja

Para realizar el flujo de caja, se tomó en cuenta a la población, es decir, los 190.000 vehículos que ingresan diariamente al centro de la ciudad, se estima que el 2% de estos conductores serán clientes de Go2Parking durante el primer año.

En la investigación de mercados se pudo evidenciar que el segmento objetivo se dirige al centro de Guayaquil aproximadamente dos veces por semana y gastan \$3.00 por cada vez que lo hacen, tomando estos datos como referencia se construyó la tabla 15, se estima que los ingresos para el año 1 sean de \$1'094.400.

Tabla 15. Estimación de ingresos Go2Parking.

Variables	Cantidad
Población de conductores	190.000
Porcentaje de aceptación	2%
Usuarios Go2Parking	3.800
Ingresos semanales	\$ 22,800.00
Ingresos mensuales	\$ 91,200.00
Ingresos anuales	\$ 1,094,400.00

Fuente: Autores

El costo de venta será el 80% de los ingresos, por otro lado, los costos fijos crecerán en 5% cada año con relación a la inflación. Se realizó la depreciación de equipos de oficina, cómputo y vehículos, por el método de línea recta. Todos estos rubros se encuentran detallados en el apéndice F.

Como se puede observar en la tabla 16, durante los dos primeros años se presenta un flujo negativo, pero a partir del año 3 ya se empieza a recuperar la inversión.

Tabla 16. Flujo de caja.

Flujo de caja						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	\$ -90,354.00	\$ -42,090.00	\$ 14,270.66	\$ 37,435.72	\$ 97,385.31	\$ 205,480.63
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	0	\$ -42,090.00	\$ -27,819.34	\$ 9,616.38	\$ 107,001.69	\$ 312,482.32

Fuente: Autores

5.5 Cálculo de Indicadores Financieros

5.5.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Esta tasa es una referencia que posteriormente se comparará con la TIR para comprobar si un proyecto será rentable, es decir, si puede generar ganancias o no. Los datos que debe tener en cuenta un inversionista para el cálculo de esta tasa son: Beta Desapalancado, Ratio Deuda/Patrimonio, Beta Apalancado, Tasa libre de riesgo, entre otros.

En la tabla 17 se observa que el Costo Promedio Ponderado de Capital para el presente proyecto es del 17.77%, en los siguientes apartados se comparará este porcentaje con el de la TIR.

Tabla 17. Cálculo de la TMAR

Cálculo de la TMAR	
Beta desapalancado	0.14
Ratio Deuda/Patrimonio	1
Beta apalancado	0.25
Tasa Activo libre de riesgo	1.10%
Tasa Activo libre de riesgo Ecuador (Promedio BCE)	6.81%
Tasa de impuestos corporativos (Tc)	34%
Costo de la deuda (Kd)	0.23
Costo patrimonial (Ke)	11.2%
Costo Promedio Ponderado de Capital	17.77%

Fuente: Autores

5.5.2 Cálculo del valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y *Payback*

Mediante el cálculo de la TMAR y el flujo proyectado a 5 años el resultado del VAN fue de: \$107,632.29.

Por otro lado, el cálculo de la TIR es la tasa que iguala la suma de flujos descontados a la inversión inicial (Fides et Ratio, 2014), la TIR para el presente proyecto es del 28%, al comparar este porcentaje con el resultado de la TMAR = 17.77%, se evidencia que el rendimiento del proyecto es mayor al mínimo establecido como aceptable, por lo cual se concluye que es atractivo.

El plazo de recuperación de la inversión inicial (Payback) para Go2Parking es de 3 años 5 meses, para obtener este resultado se aplicó la siguiente formula:

$$Payback = 1 - ABS \left(\frac{Inversión\ inicial}{Primer\ flujo\ positivo} \right)$$

Tabla 18. Indicadores Financieros

Indicadores	Total
PAYBACK	3.4
TIR	28%
VAN	\$ 107,632.29

Fuente: Autores

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica cuánto dinero debe producir el servicio considerando un margen de contribución del 20% para Go2Parking

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{(\text{Costo Unitario} - \text{Precio Unitario})}$$

Los costos fijos son aquellos correspondientes al primer año (se encuentran especificados en la tabla 11) y el margen de contribución se obtuvo de la investigación de mercado, con esta información se calculó el valor que debe producir Go2Parking para cubrir los costos.

Tabla 19. Cálculo del punto de equilibrio.

Punto de Equilibrio Año 1	Anual	Mensual	Semanal	Diario
Costos fijos	\$ 133,720.00	\$ 11,143.33	\$ 2,785.83	\$ 397.98
Margen de contribución unitario estimado	0.2	0.2	0.2	0.2
Punto equilibrio	\$ 668,600.00	\$ 55,716.67	\$ 13,929.17	\$ 1,989.88

Fuente: Elaborador Propia

CAPÍTULO 6

6. GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión de riesgos en la elaboración de proyectos es un tema muchas veces ausente, sin embargo, se ha decidido incluir un capítulo dedicado a esto ya que toda actividad, especialmente comercial, está sometida a riesgos e incertidumbre. Go2Parking debe estar preparado para responder a este riesgo (Soler-González, 2018)

Para el desarrollo del capítulo se realizó un análisis de oportunidades y amenazas, definiéndolas como situaciones que pueden aprovecharse en caso de las oportunidades y los riesgos que deberán ser previstos.

6.1 Oportunidades

Tabla 20. Oportunidades

ID	RBS	Objetivo afectado	Riesgo	Causa	Efecto
1	Mercadeo (Aceptación)	Propuesta de negocio	Lo novedoso del modelo de negocio economía compartida.	El estudio de mercado reveló un alto interés de potenciales clientes.	Determinar la participación de mercado del negocio y su primer banco de clientes.
2	Legal (Regulación)	Costos	Mientras se realice el proyecto se halle vacíos legales que beneficien a este modelo de negocio	Las autoridades se brindan apoyo a modelos de negocios emergentes.	Los costos de trámites legales disminuyan y la agilidad de estos procesos se agudice.

3	Mercadeo (Aceptación)	Tiempo/Costos	El equipo de trabajo domina a la perfección sus áreas y agilizan el servicio a la vez que optimizan sus costos	Un proceso de contratación efectivo permitió a los colaboradores explotar su máximo potencial.	Mejoría de tiempo respuesta del servicio en general, tanto para atención al cliente como en su funcionamiento. Además, reducción de costos.
4	Gerencia (Estimación)	Costos	Indagar costos de equipos y servicios necesarios para la puesta en marcha del negocio, encontrando descuento y disminuyendo la inversión inicial.	Cotizaciones exitosas que prevén disminuir costos de las iniciales proyecciones para la puesta en marcha.	Ahorro de recursos, disminución del financiamiento bancario, menos intereses, reducción de la inversión en general.

Autoría propia.

6.2 Amenazas

Tabla 21. Amenazas

ID	RBS	Objetivo afectado	Riesgo	Causa	Efecto
1	Técnico (Recursos)	Costos	El presupuesto de inversión inicial no sea basto para la puesta en marcha del negocio.	El costo de los equipos iniciales supere lo presupuestado por falta de oferta o mala estimación inicial.	Ajustar el presupuesto, elevando así el coste inicial del proyecto y haciéndolo menos atractivo.
2	Técnico (Fiabilidad)	Tiempo/ Costos	Los hallazgos del estudio técnico no son del todo acertados con el sector inicial del negocio.	Los arrendadores no están dispuestos a utilizar sus espacios de estacionamientos disponibles	Surge la necesidad de buscar otro sector objetivo con condiciones similares, pero con mayor predisposición. Eleva los costos.
3	Financiero	Tiempo/Costos	Los profesionales contratados no dan abasto a las responsabilidades asignadas.	Las actividades fundamentales del negocio requieren más recursos, tanto físicos como humanos.	Los costos fijos del proyecto tendrían que aumentar, disminuyendo los indicadores de rentabilidad y haciendo menos atractivo el negocio.
4	Legal	Costo/Tiempo	Incumplimiento de plazos para cumplir todas las normativas legales para dar inicio al proyecto.	Exceso de burocracia en los trámites legales, poca experiencia implementando estos negocios nuevos.	El inicio del proyecto se retrasa, por tanto, los costos aumentan y su atractivo a inversionistas se reduce. Obligando a buscar financiamiento bancario.

5	Mercado (competencia)	Ingresos	Empresas internacionales implementen el mismo modelo de negocio en la ciudad de Guayaquil, acaparando los clientes.	Las condiciones del sector se prestan para la introducción del modelo de negocio por parte de la competencia. Bajas barreras de entrada.	Los clientes podrían preferir a la competencia ya que, al tener un mayor capital, funcionará a pérdidas hasta eliminar a Go2Parking del mercado.
6	Recursos	Costos	Los arrendadores prefieren no alquilar sus estacionamientos ya que la delincuencia está en auge en Guayaquil.	La delincuencia está presente en todos los campos, autoridades locales no se dan abasto.	Necesidad de aumentar la seguridad, filtros de seguridad, nuevas ideas y garantías a ambas partes. Incremento de costos de funcionamiento.

Autoría propia

6.3 Matriz de probabilidad

Para poder anticiparse a cualquier evento, ya sea favorable o desfavorable para el proyecto, existe la matriz de probabilidad que en conjunto con las matrices de amenazas y oportunidades nos ayudará a dar una idea más clara de la probabilidad con la que podría pasar algún evento.

Mediante una serie de criterios definidos se puede proyectar el nivel esperado de que suceda el evento y así priorizar la preparación de unos por sobre otros (Muradas, 2016).

Tabla 22. Matriz de probabilidad.

Tipo de probabilidad	Descripción	% promedio de ocurrencia
Muy alta	Se espera la ocurrencia inminente del evento.	10%
Alta	Se espera una ocurrencia muy probable del evento.	7.5%
Media	Se espera una ocurrencia probable del evento.	5%
Baja	Se espera una ocurrencia poco probable del evento.	3%
Muy Baja	No se espera ocurrencia del evento.	1%

Autoría propia

Tabla 23. Matriz de impacto

Impacto	Descripción	% promedio de impacto
Muy alta	Se espera la ocurrencia inminente del evento.	10%
Alta	Se espera una ocurrencia muy probable del evento.	7.5%
Media	Se espera una ocurrencia probable del evento.	5%
Baja	Se espera una ocurrencia poco probable del evento.	3%
Muy Baja	No se espera ocurrencia del evento.	1%

Autoría propia

Tabla 24. Índice de severidad del riesgo.

ÍNDICE DE SEVERIDAD		IMPACTO				
		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
PROBABILIDAD	Muy Alto	0.50%	0.43%	0.30%	0.20%	0.15%
	Alto	0.38%	0.32%	0.23%	0.15%	0.11%
	Medio	0.25%	0.21%	0.15%	0.10%	0.08%
	Bajo	0.15%	0.13%	0.09%	0.06%	0.05%
	Muy Bajo	0.05%	0.04%	0.03%	0.02%	0.02%

Donde:

	Alto impacto
	Impacto moderado
	Bajo impacto

Tabla 25. Índice de severidad oportunidades.

ÍNDICE DE SEVERIDAD		IMPACTO				
		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
PROBABILIDAD	Muy Alto	0.50%	0.43%	0.30%	0.20%	0.15%
	Alto	0.38%	0.32%	0.23%	0.15%	0.11%
	Medio	0.25%	0.21%	0.15%	0.10%	0.08%
	Bajo	0.15%	0.13%	0.09%	0.06%	0.05%
	Muy Bajo	0.05%	0.04%	0.03%	0.02%	0.02%

Donde:

	Alto impacto
	Impacto moderado
	Bajo impacto

6.4 Matriz de riesgos

Tabla 26. Registro de oportunidades.

ID	RBS	Objetivo afectado	Riesgo	Causa	Efecto	Probabilidad (P)	Impacto (I)	PXI
1	Mercadeo (Aceptación)	Propuesta de negocio	Lo novedoso del modelo de negocio de economía compartida.	El estudio de mercado reveló un alto interés de potenciales clientes.	Determinar la participación de mercado del negocio y su primer banco de clientes.	7,50%	3%	0,15 %
2	Legal (Regulación)	Costos	Mientras se realice el proyecto se halle vacíos legales que beneficien a este modelo de negocio	Las autoridades brindan apoyo a modelos de negocios emergentes.	Los costos de trámites legales disminuyan y la agilidad de estos procesos se agudice.	5%	5%	0,15 %
3	Mercadeo (Aceptación)	Tiempo/Costos	El equipo de trabajo domina a la perfección en sus áreas y agilizan el servicio a la vez que optimizan sus costos	Un proceso de contratación efectivo permitió a los colaboradores explotar su máximo potencial.	Mejoría de tiempo respuesta del servicio en general, tanto para atención al cliente como en su funcionamiento. Además, reducción de costos.	5%	3%	0,10 %

4	Gerencia (Estimación)	Costos	Indagar costos de equipos y servicios necesarios para la puesta en marcha del negocio, encontrando descuento y disminuyen do la inversión inicial.	Cotizaciones exitosas que previenen disminuir costos de las iniciales proyecciones para la puesta en marcha.	Ahorro de recursos, disminución del financiamiento bancario, menos intereses, reducción de la inversión en general.	10%	7,50%	0,21 %
---	--------------------------	--------	--	--	---	-----	-------	---------------

Autoría propia

Tabla 27. Registro de amenazas.

I	RBS	Objetivo afectado	Riesgo	Causa	Efecto	Probabilidad (P)	Impacto (I)	PXI
1	Técnico (Recursos)	Costos	El presupuesto de inversión inicial no sea basto para la puesta en marcha del negocio.	El costo de los equipos iniciales supere lo presupuestado o por falta de oferta o mala estimación inicial.	Ajustar el presupuesto, elevando así el costo inicial del proyecto y haciéndolo menos atractivo.	3,0%	5,0%	0,09 %

2	Tecnico (Fiabilidad)	Tiempo/ Costos	Los hallazgos del estudio técnico no son del todo acertados con el sector inicial del negocio.	Los arrendadores no están dispuestos a utilizar sus espacios de estacionamientos disponibles	Surge la necesidad de buscar otro sector objetivo con condiciones similares, pero con mayor predisposición. Eleva los costos.	7,5%	5,0%	0,23 %
3	Financiero	Tiempo/Cos tos	Los profesionales contratados no dan abasto a las responsabilidades asignadas.	Las actividades fundamentales del negocio requieren más recursos, tanto físicos como humanos.	Los costos fijos del proyecto tendrían que aumentar, disminuyen los indicadores de rentabilidad y haciendo menos atractivo el negocio.	5,0%	7,5%	0,21 %

4	Legal	Costo/Tiempo	Incumplimiento de plazos para cumplir todas las normativas legales para dar inicio al proyecto.	Exceso de burocracia en los trámites legales, poca experiencia implementando estos negocios nuevos.	El inicio del proyecto se retrasa, por tanto, los costos aumentan y su atractivo a inversionistas se reduce. Obligando a buscar financiamiento bancario.	3,0%	3,0%	0,06 %
5	Mercado (competencia)	Ingresos	Empresas internacionales implementen el mismo modelo de negocio en la ciudad de Guayaquil, acaparando los clientes.	Las condiciones del sector se prestan para la introducción del modelo de negocio por parte de la competencia. Bajas barreras de entrada.	Los clientes podrían preferir a la competencia a ya que, al tener un mayor capital, funcionará a pérdidas hasta eliminar a Go2Parking del mercado.	1,0%	7,5%	0,04 %

6	Recursos	Costos	Los arrendadores prefieren no alquilar sus estacionamientos ya que la delincuencia está en auge en Guayaquil.	La delincuencia está presente en todos los campos, autoridades locales no se dan abasto.	Necesidad de aumentar la seguridad, filtros de seguridad, nuevas ideas y garantías a ambas partes. Incremento de costos de funcionamiento.	3,0%	5,0%	0,09 %
---	----------	--------	---	--	---	------	------	--------

Fuente propia

6.5 Planes de respuesta

Tabla 28. Planes de respuesta.

ID	Amenaza	Oportunidad	Acción	Plan de contingencia	Disparador	Responsable del riesgo	Actividades de monitoreo y control
3		El equipo de trabajo domina a la perfección sus áreas y agilizan el servicio a la vez que optimizan sus costos		Aprovechar el alto interés de profesionales realmente capacitados para este tipo de proyectos, lograr la mejor contratación posible.	Los costos iniciales están siendo menores a lo proyectado.	Gerente de Go2Parking	Constante seguimiento de la relación entre el costo real y lo presupuestado para determinar el aprovechamiento.
2	Los hallazgos del estudio técnico no son del todo acertados con el sector inicial del negocio.		Preventiva	La investigación deberá ser más exhaustiva para minimizar los errores y las discrepancias con la realidad, especialmente en el sector del centro de Guayaquil.	La puesta en marcha del proyecto no va acorde al estudio técnico.	Gerente de Go2Parking, directores del proyecto.	Realizar más trabajo de campo, en conjunto con estudios a nuevas zonas del sector, para maximizar la fidelidad del estudio.

4	Indagar costos de equipos y servicios necesarios para la puesta en marcha del negocio, encontrando descuento y disminuyend o la inversión inicial.	Aprovechar los descuentos obtenidos, aceptar los precios negociando siempre para disminuir costos.	Costos menores a las estimaciones iniciales	Gerente de Go2Parking, encargados de compras	Comparar costos reales con las estimaciones para determinar el presupuesto que puede ser destinado a otro punto y mejorar la rentabilidad.	
5	Empresas internacional es implementen el mismo modelo de negocio en la ciudad de Guayaquil, acaparando los clientes.	Preventiv a	Fidelizar a los usuarios con planes estratégicos que incluyen descuentos, promociones . Lograr que Go2Parking sea su primera opción a la hora de estacionar.	Mercado atractivo para empresas internacionale s.	Equipo de marketing y community mannager	Trabajos de investigación para medir el nivel de posicionamiento de Go2Parking en los clientes.

Autores

CAPÍTULO 7

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

El presente trabajo fue desarrollado bajo la premisa de ser un estudio de pre-factibilidad, se realizó un análisis del macro y microentorno, además de una investigación de mercados, análisis financiero, indicadores de rentabilidad y gestión de riesgos, con la finalidad única de desarrollar una propuesta de negocio para la implementación de una plataforma digital de economía compartida que permita publicar, promocionar y reservar estacionamientos en el centro de Guayaquil. La idea de Go2Parking nace como una posible solución ante la alta congestión vehicular que se evidencia en Guayaquil, aportando un grano de arena la contaminación ambiental.

La revisión teórica del capítulo uno permitió el desarrollo del resto de la investigación, se revisaron aspectos claves como antecedentes del sector, conceptos de economía compartida, principales negocios con un modelo de economía compartida presentes en el Ecuador para finalmente revisar los competidores y las metodologías a utilizarse.

Respondiendo al primer objetivo específico y luego de analizar el mercado de servicio de estacionamientos en el sector, se pudo notar una situación crítica existiendo una oferta para menos del 5% de vehículos que transitan diariamente por el centro de Guayaquil. El 85% de los encuestados afirman que la búsqueda de estacionamientos les toma más tiempo del que debería, ocasionándoles retrasos en sus actividades diarias.

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico, se propone el negocio de economía compartida con nombre Go2Parking, con su respectivo plan de marketing basado en las preferencias de los consumidores halladas en la investigación de mercado, se evidenció que los aspectos más relevantes para el usuario conductor eran la seguridad, cercanía a su sitio destino y velocidad con la que consiguen el estacionamiento, mientras que para los conductores, los atributos más importantes son generar ganancias extras, publicidad de la empresa para su espacio y comisiones justas. La investigación de mercados también reveló que el 94% de los encuestados están al menos de acuerdo con utilizar una plataforma como Go2Parking.

Debido a la naturaleza digital de esta iniciativa de negocio y al público objetivo se determinó que el canal de comunicación será mayoritariamente digital, con estrategias de marketing enfocadas en las redes sociales. Fundamentalmente la publicidad deberá estar orientada hacia canales virtuales, puesto que esta necesidad no es exclusiva del centro de Guayaquil, existen oportunidades de expansión a nivel cantonal, nacional e internacional.

El tercer objetivo específico relacionado al aspecto financiero de la propuesta de negocio Go2Parking, se determinó considerando que sólo el 2% del público objetivo sean usuarios de Go2Parking, que los costos aumenten un 5% cada año e igual la cantidad de usuarios de la plataforma. Con una inversión inicial de \$90.354 para la puesta en marcha del negocio y un periodo de evaluación de cinco años genera un VAN de \$107.632.29, una TIR de 28% y el *payback* o periodo de recuperación es de 3 años con 5 meses.

Finalmente, analizando los factores de riesgo y oportunidades que podrían afectar a Go2Parking, se responde al cuarto objetivo específico, donde se determinó responder primero a los riesgos con más altas probabilidades y mayor impacto que impidan la introducción del negocio.

7.2 Recomendaciones

El desarrollo del presente trabajo ha permitido evaluar y proponer el ingreso de Go2Parking al mercado Guayaquileño, con ello han surgido una serie de recomendaciones para su realización:

- Rigurosidad a la hora de realizar el estudio técnico, ya que un estudio acertado incurriría en una disminución en los costos de puesta en marcha del proyecto.
- Evaluar la alternativa para expansión de la plataforma a toda la ciudad de Guayaquil, y la expansión en otras ciudades del país.
- Realizar estudios de mercado de manera periódica, al menos una vez al año, a usuarios de Go2Parking para identificar fallos a corregir y oportunidades a explotar.
- El contexto tecnológico que envuelve a Go2Parking evoluciona rápidamente, así que es de inexorable importancia mantenerse a la vanguardia buscando nuevas alternativas para mejorar la satisfacción de los usuarios de Go2Parking.
- Mantener un servicio de calidad y la familiarización entre cliente y plataforma es fundamental para el desarrollo prospero de Go2Parking.

BIBLIOGRAFÍA

- AEADE. (24 de Abril de 2021). Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2021/05/Sector-en-Cifras-55-Resumen.pdf>
- AEADE. (Marzo de 2021). Sector Automotor en cifras – Marzo 2021. Obtenido de AEADE: https://www.aeade.net/sdm_downloads/sector-automotor-en-cifras-marzo-2021/
- Banco Central del Ecuador. (Octubre de 2020). 20 AÑOS DE DOLARIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA: EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGO. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/snp-estadistica-3.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (30 de Septiembre de 2020). LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 12,4% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Bastis. (Mayo de 2021). INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE. Obtenido de <https://online-tesis.com/investigacion-concluyente/>
- Benassini, M. (2001). Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina. Pearson Educación.
- Caballero, F. J. (enero de 2016). Sector terciario o servicios. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/sector-terciario-servicios.html>
- Caicedo, F., López, H., & Veiga, P. (2015). ESTUDIO SOBRE LA TENDENCIA A RESERVAR ESPACIOS DE ESTACIONAMIENTO EN SMART CITIES LATINOAMERICANAS. XVII Congreso Chileno de Ingeniería de Transporte, (pág. 13). Concepción.
- Debitoor. (2018). Activo fijo - ¿Qué es un activo fijo? Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

- Ecuador Estado Digital. (2020). Redes sociales más utilizadas. Ecuador Estado Digital, <https://alejocastillo.com/redes-sociales-mas-utilizadas-en-ecuador-cuales-son/>.
- El Telegrafo. (Noviembre de 2013). El tránsito y falta de parqueos alejan del centro a los clientes. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/Guayaquil/1/el-transito-y-falta-de-parqueos-alejan-del-centro-a-los-clientes>
- El Universo. (22 de Mayo de 2017). 150.000 carros entran a diario al centro de Guayaquil, donde hay 5.566 parqueos. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/22/nota/6194773/150000-carros-entran-diario-centro-donde-hay-5566-parqueos/>
- El Universo. (Mayo de 2017). 150.000 carros entran a diario al centro de Guayaquil, donde hay 5.566 parqueos. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/22/nota/6194773/150000-carros-entran-diario-centro-donde-hay-5566-parqueos/>
- El Universo. (7 de agosto de 2020). Cuál es la situación de aplicaciones como Glovo, Rappi, Uber y Cabify durante la pandemia en Ecuador. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/06/nota/7932402/cual-es-situacion-aplicaciones-como-glovo-uber-cabify-rappi-durante/>
- Elejalde, L. L. (Septiembre de 2019). Aplicaciones para encontrar dónde parquear su carro y ofrecer su garaje. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/internet-economy/aplicaciones-para-encontrar-donde-parquear-su-carro-y-ofrecer-su-garaje-2905440>
- Fernández, J. G. (2006). Administración. Mexico: Mc Graw Hill.
- Fides et Ratio. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS . Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006
- Gallegos, J. D. (2006). Análisis del riesgo en la administración de proyectos de tecnología de información. Industrial Data, 9(1), 104-107.
- Gestion.org. (2017). Economía Colaborativa: Definición, Ejemplos, Tipos, y Más. Obtenido de <https://www.gestion.org/economia-colaborativa/>

INRIX. (2019). Obtenido de <https://inrix.com/scorecard/>

Muradas, S. (3 de Febrero de 2016). eois. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mcalidadon/2016/02/03/la-matriz-probabilidad-impacto/>

Online Radio Box. (2021). Online Radio Box. Obtenido de <https://onlineradiobox.com/ec/Guayaquil>

Paso, R. L. (2011). ¿Qué es la TIR de un proyecto de inversión? 2.

Pesantes, K. (Junio de 2019). Guayaquil, una de las 25 ciudades con más tráfico en el mundo, opta por trabajo comunitario en lugar de multas. Obtenido de Primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/Guayaquil-traffic-trabajo-comunitario-multas/>

Revista Universidad y Sociedad. (Diciembre de 2016). LA GESTIÓN EFECTIVA DEL CAPITAL DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000400006

Robles, G. (09 de Diciembre de 2019). Al centro entran 195.000 autos diarios y hay 7.200 parqueos. Obtenido de Expreso Ec: <https://www.expreso.ec/Guayaquil/centro-entran-195-000-autos-diarios-hay-7-200-parqueos-1011.html>

Rodríguez, C. P. (2011). ¿Cómo construir una matriz de riesgo operativo? Revista de Ciencias Económicas, 29(1).

Sanchez, J., & Moreno, Y. (2019). Desarrollo de la economía colaborativa en Ecuador. Espirales, 3-4.

Sarmiento, J. E., & Garcés, J. L. (2017). De la economía tradicional a la economía digital compartida. Obtenido de INNOVA Research Journal: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.1.2017.432>

Socialhizo. (2018). Sector terciario de la economía: El Transporte. Obtenido de <https://www.socialhizo.com/economia/sector-terciario-de-la-economia-el-transporte>

- Soler-González, R. V.-L.-A.-S. (2018). La gestión de riesgo: el ausente recurrente de la administración de empresas. *Revista Ciencia UNEMI*, 11(26), 51-62.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2015). Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. 17. Obtenido de <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2020/01/LORCPM.pdf>
- Torres, W. (Marzo de 2021). Usuarios de plataformas digitales reclaman por cobro excesivo de IVA. Obtenido de PrimiciasEc: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/usuarios-plataformas-digitales-iva-cobros-ecuador/>
- Valdez, F. (24 de Septiembre de 2008). Projectiks. Obtenido de Disparadores de Riesgos (Triggers): <http://proyectics.blogspot.com/2008/09/disparadores-de-riesgos-triggers.html>
- Valencia, W. A. (2011). Indicador de rentabilidad de proyectos: el valor actual neto (van) o el valor económico agregado (eva). *Industrial Data*, 15-18.
- We Are Social. (2021). DIGITAL REPORT 2021: EL INFORME SOBRE LAS TENDENCIAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y MOBILE. Obtenido de We Are Social: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile>
- Zomer, D. S. (2016). Economías compartidas: llegaron para quedarse. Obtenido de *Estrategia y Negocios*: <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/930058-330/econom%C3%ADas-compartidas-llegaron-para-quedarse>

APÉNDICES

APÉNDICE A

ANÁLISIS DEL FOCUS GROUP

Fue realizado el día 26 de junio de 2021, asistieron cinco personas, entre ellos expertos del área y personas que pertenecen al segmento establecido.

Esta herramienta fue parte de la investigación exploratoria del trabajo, el objetivo fue conocer las experiencias de los usuarios, dimensionar el problema, obtener opiniones de los expertos. La información permitió realizar el cuestionario que forma parte de la investigación cuantitativa del proyecto.

A continuación, se presentan las conclusiones relevantes del focus group:

Tema 1: Acceso a estacionamientos en el centro de la ciudad

Todos los participantes comentaron que la mayoría de las veces que se han dirigido al centro en horarios de alta congestión vehicular ha sido una tarea extenuante encontrar estacionamiento, a tal punto de que pierden la paciencia, les dan dolor de cabeza y dos de ellos indicaron que prefieren retirarse y regresar otro día, mientras que los otros optan por conseguir un espacio, aunque este sea muy lejos de su sitio objetivo.

Tema 2: Lugares de mayor congestión vehicular.

El centro en general posee congestión vehicular, sin embargo, los participantes indicaron que habitualmente donde más difícil les resulta encontrar parqueo son las calles Rumichaca, desde Colón hasta Aguirre y calle Venezuela, desde Antepará hasta Avenida Quito, indicaron también que según la temporada el congestionamiento cambia de lugar, por ejemplo, hace un año, la zona de mayor congestión era la calle Alejo Lascano, desde Avenida Quito hasta Avenida Ximena, es decir, la zona donde se concentran las distribuidoras farmacéuticas y así mismo con cada temporada del año.

Tema 3: Sitios usualmente utilizados al momento de estacionar su vehículo.

De los cinco participantes, a cuatro les gustaría poder dejar su auto siempre en parqueos públicos ya que son gratuitos, pero ellos comprenden que esto es imposible debido a la alta demanda que existe en el sector en relación al paupérrimo servicio brindado por las autoridades responsables de este sitio, así lo perciben ellos. Entonces, optan por

estacionar sus vehículos en donde les toque, ya sean estos, estacionamientos privados o con los llamados “cuidacarros”.

Uno de los entrevistados mencionó que, al dirigirse al centro de Guayaquil, lo que él hace es dejar su vehículo en el centro comercial más cercano y a partir de ahí tomar un taxi o transporte público, ya que así ahorra tiempo, dinero y no altera su estrés.

Los integrantes mantuvieron distintas posturas sobre lo que más les atrae de los diferentes estacionamientos, como pueden ser: seguridad, espacio, precios, cercanía del sitio. Uno de ellos indicó que, en su último viaje a Colombia, su anfitrión reservó estacionamientos en una aplicación y eso le llamó muchísimo la atención, desearía que algo así existiera en Guayaquil mencionó.

Tema 4: Precios

En este tema, las respuestas fueron menos congruentes entre los participantes, ya que uno de ellos indica que rara vez paga más de \$0.50 ctvs, mientras que en los 4 participantes restantes afirmaron que a la semana en promedio gastan de \$5 a \$10 en estacionamientos. Este dato depende de la frecuencia con la que los conductores asisten al sector de estudio y el tiempo que permanecen en este. Dos de los asistentes mencionaron que los “cuidacarros” mantuvieron una actitud grosera cuando les han querido pagar \$1.00 o menos de ese valor.

APÉNDICE B

Cuestionario



Disposición de uso de aplicación de
parqueos en el centro de Guayaquil

*Obligatorio

SECCIÓN 1: Identificando las características de los consumidores.

¿Actualmente vive en la ciudad de Guayaquil? *

Sí

No

Edad *

menor a 18 años

entre 19 y 30 años

entre 30 y 45 años

entre 45 y 60 años

mayor a 60 años

¿Posee licencia de conducir? *

Sí

No

¿Con qué frecuencia por semana visita el centro de Guayaquil en horas de congestión vehicular? *

0

1-2

3-5

6 o más

¿Cuenta con movilidad propia (auto) al momento de realizar sus actividades en el centro de Guayaquil? *

Sí

No

¿Te has visto en la necesidad de dejar tu vehículo en algún parqueo del centro de la ciudad de Guayaquil? *

Sí

No

Atrás Siguiente

Disposición de uso de aplicación de parqueos en el centro de Guayaquil

*Obligatorio

SECCIÓN 2: Conociendo al arrendatario

Buscamos conocer tus características como usuario interesado en alquilar estacionamientos principalmente en zonas de alta congestión vehicular de Guayaquil.

¿Qué calle del Centro-Sur de Guayaquil es la que más frecuenta? (Entre paréntesis se presentan referencias)

- Calle Rumichaca, desde Colón hasta Aguirre (Venta de colchones)
- Calle Venezuela, desde Antepara hasta avenida Quito (Parlantes y luces led)
- Calle Gómez Rendón (Zona de mariachis y venta de guitarras)
- Calle Pedro Carbo y Aguirre (Venta de trofeos y medallas)
- Calle Chile y Capitán Nájera (Zona de insumos para mascotas)
- Calle Escobedo y Loja (Funerarias)
- Calle Cuenca, desde Rumichaca hasta la 11 (Venta de muebles)
- Calle Ayacucho (Zona de repuestos para autos)
- Calle Portete (Zona de ferreterías y ebanisterías)
- Mercado de las Cuatro Manzanas, Huancavilca, 6 de Marzo, Pio Montufar (Zona de útiles escolares y uniformes)
- Avenida Machala (Zona de cerámicas)
- Calle Alejo Lascano, desde Avenida Quito hasta Ximena (Zona de Farmacéuticas)
- Calle Clementa Ballén, desde Rumichaca hasta García Avilés (Joyerías)

Seleccione la imagen junto con la frase que mejor describa el lugar donde estaciona su vehículo



- En parqueaderos privados



- En parqueos públicos, a cargo de "cuidacarros"



- En el Centro Comercial más cercano o en casa y tomo bus o taxi para llegar al centro

¿Cuánto tiempo se tarda habitualmente en encontrar un estacionamiento de su agrado en el centro de Guayaquil? *

- <5 minutos
- 6-15 minutos
- 16-25 minutos
- >26 minutos

En promedio, ¿Cuánto paga por cada vez que utiliza un estacionamiento en el centro? *

- Nada, uso siempre los estacionamientos gratuitos.
- \$0.25 - \$1.00
- \$1.01 - \$1.50
- \$1.51 - \$2.00
- \$2.00 - \$3.00
- >\$3.00

Califique del 1 al 5 (siendo 5 la de mayor importancia y 1 la de menor) sus preferencias a la hora de estacionar su vehículo en el centro de la ciudad. *

	1	2	3	4	5
Velocidad al encontrar estacionamiento	<input type="radio"/>				
Menor precio	<input type="radio"/>				
Cercanía del sitio objetivo	<input type="radio"/>				
Seguridad del vehículo	<input type="radio"/>				
Tamaño del parqueo	<input type="radio"/>				

[Atrás](#)

[Siguiente](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



SECCIÓN 3: Aceptación del modelo de negocio.

El diseño de una aplicación móvil o plataforma web de economía compartida que permita reservar estacionamientos en el centro de Guayaquil hará que los dueños de espacios con potencial de estacionamientos generen un ingreso extra como arrendadores y que los arrendatarios sientan más seguridad, conveniencia, ahorro en tiempo y gasolina al momento de estacionar su vehículo.



Seleccione los atributos que MÁS LE AGRADAN de una plataforma para reservar parqueos. Puede marcar más de una opción. *

- Mayor comodidad
- Ahorrar tiempo y gasolina
- Es totalmente contactless, no necesitará más que un smartphone para reservar.
- Variedad de precios Variedad de precios
- Diferentes tamaños de estacionamientos
- Seguridad para tu carro.
- Reduciría su estrés al momento de estacionar su carro.

Seleccione los atributos que MENOS ATRACTIVOS LE PARECEN del Modelo de la plataforma expuesta. Puede marcar más de una opción. *

- Mayor comodidad
- Ahorrar tiempo y dinero en gasolina
- Es totalmente contactless, no necesitará más que un smartphone para reservar.
- Variedad de precios
- Diferentes tamaños de estacionamientos
- Seguridad para tu carro.
- Reduciría su estrés al momento de estacionar su carro.

¿Qué tan de acuerdo estaría al dejar su carro en uno de los estacionamientos ofrecidos por el presente modelo de negocio? *

- 1. En total desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Indiferente
- 4. De acuerdo
- 5. Totalmente de acuerdo

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar la hora o fracción por un estacionamiento de este tipo? *

- < \$1.00
- \$1.01 - \$1.50
- \$1.51 - \$2.00
-

- Diferentes tamaños de estacionamientos
- Seguridad para tu carro.
- Reduciría su estrés al momento de estacionar su carro.

¿Qué tan de acuerdo estaría al dejar su carro en uno de los estacionamientos ofrecidos por el presente modelo de negocio? *

- 1. En total desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Indiferente
- 4. De acuerdo
- 5. Totalmente de acuerdo

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar la hora o fracción por un estacionamiento de este tipo? *

- < \$1.00
- \$1.01 - \$1.50
- \$1.51 - \$2.00
- > \$2.01

¿Cuántas veces a la semana usted estaría dispuesto a usar un servicio de estacionamientos como el descrito en la pregunta anterior?

- Nunca, prefiero otras opciones
- 1 a 2
- 3 a 5
- >5

Considerando los medios por los cuales se manejan las plataformas digitales ¿cómo le gustaría contactarse con el proveedor del estacionamiento? *

- Whatsapp
- Aplicación móvil / Plataforma web
- Llamada telefónica
- Redes Sociales

[Atrás](#)

[Siguiente](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





Disposición de uso de aplicación de parqueos en el centro de Guayaquil

***Obligatorio**

Conociendo al arrendador.

Arrendador es el propietario de un bien inmueble que, a través de un contrato de arrendamiento o alquiler, promete arrendar la totalidad o una porción del inmueble a otra persona.

¿Te interesa ganar dinero extra convirtiendo un espacio sin uso en un estacionamiento? *

Sí

No

Atrás

Siguiente

SECCIÓN 4: Preferencias del arrendador.

Esta sección indagará las preferencias de los encuestados interesados en ofrecer un espacio de su propiedad como estacionamiento en una plataforma digital con el fin de generar un ingreso extra.

Seleccione su lugar de residencia:

Elige 

¿Qué información considera importante saber sobre la persona que deja el vehículo en su espacio de estacionamiento? *

- Cédula de identidad
- Licencia de Conducir
- Matricula del vehículo
- Record Penal
- Pago por adelantado
- Valoración del usuario en la plataforma

¿De qué forma preferiría arrendar su espacio? *

- Por hora o fracción
- Por día
- Semanalmente
- Mensualmente
- Anual

Como arrendador, cuánto considera una comisión justa de sus ingresos por vehículo para la plataforma, teniendo en cuenta todos los beneficios que esta le ofrece (publicidad, gestión, seguridad) *

- <3%
- entre 3% y 5%
- entre 5% y 10%
- entre 10% y 15%
- >15%

Conociendo la información previamente indicada, seleccione los atributos que MÁS le agradan de este tipo de negocio. Puede marcar más de una opción. *

- Generar ganancias extras
- Conocimientos de quién deja un carro en su propiedad
- Información sobre el carro que queda en su propiedad
- Comisiones justas para la plataforma
- Publicidad de su espacio disponible en la plataforma

Conociendo la información previamente indicada, seleccione los atributos que MENOS le agradan del modelo de negocio. Puede marcar más de una opción. *

- Generar ganancias extras
- Conocimientos de quién deja un carro en su propiedad
- Información sobre el carro que queda en su propiedad
- Comisiones justas para la plataforma
- Publicidad de su espacio disponible en la plataforma

[Atrás](#)

[Enviar](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)



APÉNDICE C

Gastos Mensuales Go2Parking

Gastos mensuales	Cantidad	Costo unitario	Total
Alquiler oficina	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Materiales de oficina	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Agencia de publicidad	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Inversión en pauta digital	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Desarrollador de aplicaciones	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Estudio contable	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Alojamiento de pagina web	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Plataforma para envío de SMS	1	\$ 30.00	\$ 30.00
SMS mensual	1000	\$ 0.01	\$ 10.00
Telefonía movil	4	\$ 25.00	\$ 100.00
Sistema operativo	4	\$ 13.00	\$ 52.00
Correo electrónico corporativo	1	\$ 7.00	\$ 7.00
Telefonia e internet	1	\$ 110.00	\$ 110.00
Total		8035.01	8159

APÉNDICE D

Tabla de Amortización

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	10.21
Facilidad	Pequeña y Mediana Empresa	Monto(USD)	44,177.00
Tipo Amortización	Cuota Fija Mensual	Plazo(Años)	3
Forma de Pago		Fecha Simulación	2021-07-26

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Interés	Cuota
0	44177		
1	43115.81	1061.19	1420.49
2	42045.99	1069.82	1420.49
3	40967.47	1078.52	1420.49
4	39880.18	1087.29	1420.49
5	38784.04	1096.14	1420.49
6	37678.99	1105.05	1420.49
7	36564.95	1114.04	1420.49
8	35441.85	1123.1	1420.49
9	34309.62	1132.23	1420.49
10	33168.17	1141.44	1420.49
11	32017.45	1150.73	1420.49
12	30857.36	1160.09	1420.49
13	29687.84	1169.52	1420.49
14	28508.8	1179.03	1420.49
15	27320.18	1188.62	1420.49
16	26121.89	1198.29	1420.49
17	24913.85	1208.04	1420.49
18	23695.99	1217.86	1420.49
19	22468.22	1227.77	1420.49
20	21230.47	1237.75	1420.49
21	19982.65	1247.82	1420.49

22	18724.68	1257.97	162.53	1420.49
23	17456.48	1268.2	152.29	1420.49
24	16177.96	1278.52	141.98	1420.49
25	14889.05	1288.91	131.58	1420.49
26	13589.65	1299.4	121.1	1420.49
27	12279.69	1309.97	110.53	1420.49
28	10959.07	1320.62	99.87	1420.49
29	9627.71	1331.36	89.13	1420.49
30	8285.52	1342.19	78.31	1420.49
31	6932.41	1353.11	67.39	1420.49
32	5568.3	1364.11	56.38	1420.49
33	4193.09	1375.21	45.29	1420.49
34	2806.7	1386.39	34.1	1420.49
35	1409.03	1397.67	22.83	1420.49
36	0	1409.03	11.46	1420.49

APÉNDICE E

Año	Flujo de efectivo				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 1,094,400.00	\$ 1,181,952.00	\$ 1,276,508.16	\$ 1,378,628.81	\$ 1,488,919.12
Costo de venta	\$ 875,520.00	\$ 945,561.60	\$ 1,021,206.53	\$ 1,102,903.05	\$ 1,191,135.29
Total costos variables	\$ 875,520.00	\$ 945,561.60	\$ 1,021,206.53	\$ 1,102,903.05	\$ 1,191,135.29
Promoción y publicidad	\$ 73,200.00	\$ 76,860.00	\$ 80,703.00	\$ 84,738.15	\$ 88,975.06
Servicios básicos	\$ 4,120.00	\$ 4,326.00	\$ 4,542.30	\$ 4,769.42	\$ 5,007.89
Alquiler	\$ 12,000.00	\$ 12,600.00	\$ 13,230.00	\$ 13,891.50	\$ 14,586.08
Sueldos, salarios y demás remuneraciones que constituyen materia incluido el IESS.	\$ 44,400.00	\$ 46,620.00	\$ 48,951.00	\$ 51,398.55	\$ 53,968.48
Total costos fijos	\$ 133,720.00	\$ 140,406.00	\$ 147,426.30	\$ 154,797.62	\$ 162,537.50
Utilidad Bruta	\$ 85,160.00	\$ 95,984.40	\$ 107,875.33	\$ 120,928.15	\$ 135,246.33
Intereses	\$ 3,726.30	\$ 2,366.53	\$ 867.97	\$ -	\$ -
Amortización	\$ 13,319.64	\$ 14,679.39	\$ 16,177.97	\$ -	\$ -

Depreciación	\$ 3,590.00	\$ 3,590.00	\$ 3,590.00	\$ 3,590.00	\$ 3,590.00
Utilidad antes de PT 15%	\$ 64,524.06	\$ 75,348.48	\$ 87,239.39	\$ 117,338.15	\$ 131,656.33
Participación trabajadores	\$ 9,678.61	\$ 11,302.27	\$ 13,085.91	\$ 17,600.72	\$ 19,748.45
Utilidad antes de impuestos	\$ 54,845.45	\$ 64,046.21	\$ 74,153.48	\$ 99,737.43	\$ 111,907.88
Impuestos (12%)	\$ 6,581.45	\$ 7,685.54	\$ 8,898.42	\$ 11,968.49	\$ 13,428.95
Utilidad después de impuestos	\$ 48,264.00	\$ 56,360.66	\$ 65,255.07	\$ 87,768.93	\$ 98,478.93

Fuente: Autores

Apéndice F

Depreciación Método Línea Recta

DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA MÉTODO LÍNEA RECTA											
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DEPRECIACIÓN ANUAL		370	370	370	370	370	370	370	370	370	370
VALOR EN LIBROS	3700	3330	2960	2590	2220	1850	1480	1110	740	370	0

Fuente: Autores

DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y CELULARES MÉTODO DE LINEA RECTA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
DEPRECIACIÓN ANUAL		720	720	720	720	720
VALOR EN LIBROS	3600	2880	2160	1440	720	0

Fuente: Autores

DEPRECIACION VEHÍCULOS MÉTODO DE LINEA RECTA											
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DEPRECIACIÓN ANUAL		2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
VALOR EN LIBROS	25000	22500	20000	17500	15000	12500	10000	7500	5000	2500	0

Fuente: Autores

