

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE  
UNA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PRIVADO  
EXCLUSIVO PARA MUJERES EN LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL**

**Tesis de Grado**

**Previa la obtención del Título de:**

**INGENIERÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Presentado por**

**Valeria Lisseth Chávez Black**

**Elizabeth Flores Vélez**

**Carolina Lertora Abegno**

**Guayaquil-Ecuador**

**2012**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a Dios, quien me ha dado las fuerzas para luchar cada día, me ha dado la sabiduría de tomar las mejores decisiones, y me ha puesto en pie siempre después de una caída, me ha llenado de mucha felicidad y bendiciones, gracias a Él, que es a quien le debo todos los días de mi vida, quien me ha dado un corazón tan grande para amar a las personas que tengo a mi alrededor.

Les dedico este esfuerzo y sacrificio a los mejores padres del mundo: Arquitecto Fausto Rodrigo Chávez Valarezo y Tecnóloga Médica Fátima de Lourdes Black Ocampo, quienes han sido los pilares fundamentales en mi vida, de quienes he recibido todo su amor y atención, quienes me han dado un abrazo fuerte cada vez que he tenido problemas, me han dado ánimos para salir adelante, me han enseñado a tener fe en Dios, han sacrificado horas de horas por estar ahí conmigo, han invertido tantos años de esfuerzo y lucha por darme todo lo mejor de este mundo. A ustedes les dedico mi esfuerzo.

*1 Corintios 13:4-7*

"El amor es paciente, es bondadoso. El amor no es envidioso ni jactancioso ni orgulloso. No se comporta con rudeza, no es egoísta, no se enoja fácilmente, no guarda rencor. El amor no se deleita en la maldad sino que se regocija con la verdad. Todo lo disculpa, todo lo cree, todo lo espera, todo lo soporta"

Con cariño.

**Valeria Lisseth Chávez Black**

## DEDICATORIA

**A mi Dios y Señor, Jesús.** Dedico este gran esfuerzo, esfuerzo que ha llevado una larga trayectoria, pues al fin he realizado el sueño de mi niñez; sueño que me llevara a poder realizar muchos más. Has sido mi fuente, mi ayuda y mi sustento y todo cuanto he recibido de ti me ha hecho más fuerte, me ha ayudado a ser mejor, me has levantado después de una caída y me has demostrado que cuales quiera que sean las situaciones tu ahí conmigo estarás. Mientras me sostenga de tu mano y mientras camine junto a ti, todas las cosas obraran para bien.  
TE AMO MI JESUS, MI AMADO

**A mi papá, CÉSAR ALBERTO FLORES ASPIAZÚ.** Fue la principal motivación para este y cada uno de los logros que he obtenido, pues su apoyo fue incondicional. Pese al inmenso dolor que hace un mes dejaste con tu partida, mi amor hacia ti ha sido la principal inspiración para culminar este paso, sé que mas que mi sueño era el tuyo y el de mi mama también.

Supiste ser padre pues primero aprendiste a ser mi amigo; me enseñaste que los errores eran lecciones de vida; contigo aprendí que hay que luchar, que hay que ser perseverante; secaste mis lágrimas por muchas ocasiones y dijiste que no llore que estarías conmigo toda una vida. Ahora todos esos lindos recuerdos los guarda mi corazón quien te piensa a cada instante, y solo me queda darte las gracias, gracias por todo ese amor que me diste y por la persona que formaste en mí porque por ti siempre busque ser lo mejor.

Papi se que desde el cielo estarás muy orgulloso de tu chinita linda. Que Dios te tenga en tu gloria porque te lo mereces, fuiste un luchador y un ejemplo como ESPOSO, PADRE Y AMIGO.

**A mi mama, ISABEL VÉLEZ DELGADO.** Gracias por luchar cada segundo de tu vida porque no me falte nada; pese a todas las adversidades, a mis malos momentos, a mi terquedad, a mis locuras, a mis risas, a mis llantos y a mi desanimo... solo una madre, una mujer virtuosa como tu consigues mantenerte firme y continua amándome así de grande como lo haces tú.

Haz sabido luchar y llevar de la mejor manera tu rol de mama has sabido brindarme amor y por amor mismo has sabido reprender mis equivocaciones. Definitivamente eres la madre que siempre desee, una madre digna de admirar, que ha luchado por lo que desea y ha peleado por sus hijos; has sido una verdadera amiga de esas que no fallan y que están contigo en los buenos y malos momentos. Gracias por ese apoyo y confianza mami, gracias por ser mi inspiración para superarme y ser mejor cada día. Gracias a ustedes por infundir el amor y la fe de Dios en mí, por ser mis ángeles.

LOS AMO MUCHO PAPI Y MAMI.

**Elizabeth Flores Vélez**

## **DEDICATORIA**

A ti mi Dios, por no abandonarme porque siempre estuviste ahí conmigo, en momentos difíciles dándome la mano y levantándome de los fracasos. Por darme la fortaleza, sabiduría y salud para finalizar y presentar este proyecto hoy.

A mis padres, Edmundo Lertora y Nelly Abegno, que a pesar de todos los obstáculos presentados, fueron ellos quienes siempre supieron brindarme su apoyo y comprensión, que en los momentos más sacrificantes siempre pensaron y dedicaron su tiempo a mí.

Mis hermanos y abuela, quienes en todo momento supieron aconsejarme y siempre estar atentos durante todo el proceso de mi dedicación del proyecto.

Así mismo dedico todo mi esfuerzo y sacrificio a las personas que me ayudaron y me impulsaron al triunfo de la vida, mis amigos.

**Carolina Vanessa Lertora Abegno**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, que ha sido mi fuente de inspiración, me ha llenado de mucha fuerza, de sabiduría, de calma en todo momento, y en especial de muchas bendiciones.

A mis queridos padres Fausto y Fátima, que han luchado por mi todos estos años, desde el día en que nací. Mis hermanos Fausto, Christian y Roger, mis tíos, Sandra, Ángel y Mirian, mis primos Verónica, Daniel y Emilio, mi familia adorada, todos ustedes han sido mi apoyo todos los días de mi vida.

A mis compañeras de tesis, Elizabeth y Carolina que han sido muy serias con este proyecto, y además me han ofrecido una linda amistad.

A amigos muy especiales que han sido como ángeles en mi vida, Natasha, Eliana y Kary.

**Valeria Lisseth Chávez Black.**

## **AGRADECIMIENTO**

Jesús a ti que me has dado todo, a ti principalmente con todo el amor del mundo agradezco este logro en mi vida.

A mis padres Cesar Flores Aspiazú e Isabel Vélez Delgado quienes han estado conmigo en todo momento. Gracias por ser mis padres, mis consejeros y mis amigos; por darme amor, confianza y comprensión.

Agradezco por ultimo este proyecto de tesis a mis hermanos; a todos quienes han formado parte de mi vida y a aquellas personas que me han motivado a luchar por mis sueños, mis amigos

**Elizabeth Flores Vélez**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios, porque sin su ayuda hoy no podría realizar con éxitos este proyecto de vida, porque me ha dado salud cuando más lo necesitaba, apoyándome y guiándome en todo el camino, cuidando a mí familia para que en este día especial estén presente junto a mí y presenciar todo mi esfuerzo, gracias a ti mi Señor porque no me has abandonado, porque me quieres como tu hija y porque siempre estarás ahí aun cuando no me lo merezca.

A mi padre Edmundo Lertora, uno de mis pilares fundamentales que tengo y que amo con todo el corazón, que gracias a su sacrificio y perseverancia durante toda mi vida estudiantil ha sabido demostrarme su amor de padre y amigo, aunque a veces sufra su ausencia en momentos difíciles y desesperantes lo he sabido comprender y olvidar, gracias por estar conmigo, quererme tal y como soy, aconsejarme, guiarme y reprenderme porque solo así se que aprendí y se que hoy en día estarás orgulloso de mí.

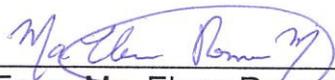
A mi madre Nelly Abegno, quien ha sacrificado todo por nosotros sus hijos, le agradezco por siempre cuidarme, brindarme todo su amor y estar conmigo en todo momento aun cuando hubo obstáculos ella supo aconsejarme, por quererme y creer en mí.

A mi hermano Giovanny Lertora, le agradezco porque supo acompañarme con mi proyecto durante todo el camino sacrificando y brindándome todo su apoyo y ánimos para lograr con éxitos todas mis metas, sin dudar de mí y siempre orientándome.

A mis amigos y compañeras de tesis, les agradezco por formar parte de mí, porque siempre estuvieron cuando yo los necesitaba, porque entre nuestras locuras disfrutamos el estar juntos, los quiero mucho por hacer de mi vida no una rutina y que siempre en momentos de fracaso supieron aconsejarme e imponerme una sonrisa, porque en su amistad puede obtener una mayor grandeza, porque la palabra amigos ustedes la convierten en hermanos.

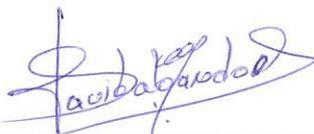
**Carolina Vanessa Lertora Abegno**

## TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



---

Econ. Ma. Elena Romero  
Presidente Tribunal



---

David Sabando Vera, Ph.D.  
Profesor Titular

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto de graduación “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PRIVADO EXCLUSIVO PARA MUJERES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” nos corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”



Valeria Lisseth Chávez Black



Carolina Lertora Abegno



Elizabeth Flores Vélez

## ÍNDICE GENERAL:

<b>CARATULA</b> .....	<b>I</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>V</b>
<b>TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN</b> .....	<b>X</b>
<b>DECLARACIÓN EXPRESA</b> .....	<b>XI</b>
<b>CÁPITULO I:</b> .....	<b>22</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>22</b>
1.1 RESUMEN EJECUTIVO.....	22
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	23
1.3 JUSTIFICACION .....	26
1.4 MARCO REFERENCIAL .....	28
1.4.1 NIVEL LOCAL .....	28
1.4.2 NIVEL MUNDIAL .....	29
1.5 OBJETIVO GENERAL .....	31
1.6 OBJETIVO ESPECIFICO .....	31
1.7 METODOLOGIA .....	32
1.7.1 Objetivo especifico 1 .....	32
1.7.2 Objetivo especifico 2 .....	32
1.7.3 Objetivo especifico 3 .....	33
1.7.4 Objetivo especifico 4 .....	33
1.7.5 Objetivo especifico 5 .....	34
1.8 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	34
<b>1.8.2 Ventana protectora (Mampara)</b> .....	37
<b>1.8.3 Deposito de Dinero</b> .....	38
<b>1.8.5 Kit de Maquillaje</b> .....	38
1.8.7 SISTEMA HUNTER.....	40
1.8.8 TAXÍMETRO .....	40
1.8.9 ACCESORIOS .....	41
1.8.10 PROCEDIMIENTO.....	42
1.8.11 NATURALEZA DEL SERVICIO .....	43
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>44</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>44</b>
<b>CAPITULO II:</b> .....	<b>45</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>45</b>

2.1 ANALISIS DE OFERTA .....	45
2.1.1 POTENCIALES CLIENTES .....	45
<b>2.1.2 AMENAZA DE NUEVO COMPETIDORES</b> .....	45
2.1.3 RIVALIDAD DE COMPETENCIA .....	45
2.2 Análisis de la Demanda .....	47
2.2.1 Base de decisión de Compra de los Clientes.....	47
2.2.2 Clasificación de la Demanda .....	47
2.2.3 Poder Adquisitivo de los Consumidores .....	47
2.2.4 Estimación de la Demanda .....	48
2.3 ANALISIS DE LOS PRECIOS .....	50
2.3.1 ANALISIS DEL SECTOR .....	50
2.3.2 TENDENCIAS ECONOMICAS .....	51
2.3.3 GUAYAQUIL Y SUS SECTORES ECONÓMICOS .....	52
2.3.4 BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA .....	52
2.3.4.1 BARRERAS DE ENTRADA .....	53
<b>2.3.4.2 BARRERAS DE SALIDA</b> .....	53
2.4 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO/ SERVICIO.....	53
2.4.1 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN .....	53
2.4.2 FORMAS POSIBLES DE ESTIMULAR EL INTERÉS .....	56
2.4.2.1 PUBLICIDAD.....	56
2.4.2.2 PROMOCIÓN .....	57
2.4.2.3 DISTRIBUCIÓN .....	57
2.4.3 ESTRATEGIA DE MERCADO .....	59
2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	59
2.5.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	59
2.5.2 OBJETIVOS .....	59
2.5.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	59
2.5.2.2 OBJETIVO ESPECIFICO:.....	60
2.5.3 DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN.....	60
2.5.4 DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN.....	61
2.5.5 REQUISITOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	61
<b>2.5.6 PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	62
2.5.6.1 LAS POLÍTICAS .....	62
2.5.6.2 LOS PROCEDIMIENTOS .....	62
2.5.6.3 LOS PROGRAMAS.....	63
2.5.6.4 LOS PRESUPUESTOS.....	63
2.5.7 DATOS PRIMARIOS: .....	64
2.5.7.1 FOCUS GROUP (Grupos Focales) .....	65
<b>2.5.7.1.1 CONCLUSIONES DEL FOCUS GROUP:</b> .....	68

2.5.7.2 ENTREVISTAS.....	69
<b>2.5.7.2.1 CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA.....</b>	<b>72</b>
2.5.7.3 TÉCNICA PROYECTIVA.....	73
<b>2.5.7.3.1 CONCLUSIONES DE LA TÉCNICA PROYECTIVA.....</b>	<b>78</b>
<b>2.5.8 Encuestas.....</b>	<b>79</b>
2.5.8.1 POBLACION OBJETIVO.....	79
<b>2.5.8.2 TAMANO DE LA MUESTRA.....</b>	<b>80</b>
<b>2.5.8.3 NIVEL DE CONFIANZA (Z).....</b>	<b>80</b>
<b>2.5.8.4 MÁXIMO ERROR PERMISIBLE (E).....</b>	<b>80</b>
<b>2.5.8.5 PORCIÓN ESTIMADA (P).....</b>	<b>81</b>
2.5.8.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	82
1. Indique el sector en donde vive.....	82
4. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que Ud. considere es el más seguro. (En orden de preferencia siendo uno el mayor).....	83
5. ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de robo, secuestro en algún transporte público o privado?.....	83
6. ¿Siente confianza al momento de tomar un taxi en la calle?.....	83
7. ¿Se sentiría más segura en un servicio exclusivo para mujeres conducido por mujeres?.....	83
2.5.8.8 Conclusiones de las encuestas.....	104
2.5.9 HIPOTESIS ESTADISTICAS.....	105
2.5.9.1 PRIMERA HIPOTESIS.....	105
2.5.9.2 SEGUNDA HIPOTESIS.....	109
2.6 MATRIZ BCG (Boston Consulting Group).....	112
2.7 MATRIZ IMPLICACION - FCB (Foote, Cone y Belding).....	114
2.8 LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	115
<b>2.8.1 Primer factor: Rivalidad entre competidores.....</b>	<b>116</b>
<b>2.8.2 Segundo factor: Amenaza de entrada de nuevos Competidores.....</b>	<b>116</b>
<b>2.8.3 Tercer Factor: Amenaza de aparición de Productos Sustitutos.....</b>	<b>117</b>
<b>2.8.4 Cuarto Factor: El poder de negociación de los Clientes.....</b>	<b>117</b>
<b>2.8.5 Quinto Factor: El poder de negociación de los proveedores.....</b>	<b>117</b>
2.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	118
2.10 RECOMENDACIONES.....	119
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>120</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO O DE INGENIERIA.....</b>	<b>120</b>
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>121</b>
<b>ESTUDIO TECNICO O DE INGENIERIA.....</b>	<b>121</b>
3.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	121
3.1.1 BALANCE DE MAQUINARIA Y EQUIPOS DE OFICINA.....	121

3.1.2 BALANCES DE EQUIPOS DE CÓMPUTO.....	122
3.1.3 BALANCE DE PERSONAL TÉCNICO.....	123
3.1.5 BALANCE DE OBRAS FÍSICAS.....	124
3.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO.....	125
3.2.1 TAMAÑO DE LAS INSTALACIONES.....	125
3.2.2 CAPACIDAD DE DISEÑO Y MÁXIMA.....	126
3.3 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN.....	127
3.3.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	128
3.3.2 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS.....	129
3.4 CONCLUSIONES.....	129
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>130</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>130</b>
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>131</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>131</b>
4.1 Misión.....	131
4.2 Visión.....	131
4.3 ORGANIGRAMA.....	132
4.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO.....	133
<b>4.5 ESTRATEGIA.....</b>	<b>135</b>
4.6 FODA.....	136
4.8 FODA CRUZADO.....	138
4.9 MARCO LEGAL.....	139
4.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	140
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>141</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>141</b>
<b>CAPITULO V:.....</b>	<b>142</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>142</b>
<b>5.1 INTRODUCCION.....</b>	<b>142</b>
5.2 ESTIMACIÓN DE COSTOS.....	142
5.2.1 COSTOS OPERATIVOS.....	142
<b>5.2.1.1 GASTOS DE VENTA DE SERVICIO.....</b>	<b>143</b>
<b>5.2.1.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>	<b>144</b>
5.2.2 ACTIVOS DIFERIDOS.....	147
5.2.3 GASTOS DE CONSTITUCION.....	147
5.2.4 Costos Fijos.....	148
5.2.5 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	150
5.2.6 COSTOS DE VENTA.....	153

5.2.7 EGRESOS TOTALES.....	155
5.3 INGRESOS DEL PROYECTO .....	156
5.3.1 VALOR DE DESECHO DEL PROYECTO .....	159
5.3.2 Capital de Trabajo: .....	159
5.3.3 INVERSIÓN INICIAL TOTAL .....	160
5.4 FINANCIAMIENTO .....	161
5.5 CAPITAL PROPIO .....	165
5.6 Estado de Resultado .....	165
5.7 TASA DE DESCUENTO .....	167
<b>5.7.1 Costo Promedio Ponderado de Capital</b> .....	168
<b>5.7.2 CAPM (Modelo de Fijación de precios de activos de capital)</b> .....	170
5.8 FLUJO DE CAJA .....	171
<b>5.8.1 VAN</b> .....	174
5.8.2 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO).....	174
<b>5.8.3 Payback Descontado</b> .....	175
5.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNI-VARIABLE .....	176
5.9.1 Análisis de sensibilidad uni- variable (1) .....	176
5.9.2 Análisis de sensibilidad uni- variable (2).....	178
5.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO .....	184
<b>6 CONCLUSIONES .....</b>	<b>186</b>
<b>7 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>188</b>
<b>8 BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>189</b>
<b>9ANEXOS.....</b>	<b>190</b>

## Indice de Gráficos

Ilustración 1 .....	35
Ilustración 2. Características de Lifan 320 Elite .....	36
Ilustración 3. Ventana Protectora .....	37
Ilustración 4. Deposito de dinero .....	38
Ilustración 5. Kit de maquillaje .....	38
Ilustración 6. Gps .....	39
Ilustración 7. Sistema de hunter.....	40
Ilustración 8. Taximetro.....	40
Ilustración 9. Accesorios.....	42
Ilustración 10. Procedimiento .....	43
Ilustración 11. Tránsito en Guayas .....	47
Ilustración 12. Proporción de mujeres propietarias de establecimiento .....	48

Ilustración 13. Ubicación de la matriz.....	51
Ilustración 14. Página en Facebook Taxi Donzelle .....	55
Ilustración 15. Página en Twitter .....	56
Ilustración 16 Focus Group.....	65
Ilustración 17. Entrevistas.....	69
Ilustración 18. Entrevistas.....	72
Ilustración 19. Técnica Proyectiva .....	73
Ilustración 20. Logo 1 .....	74
Ilustración 21. Logo 2 .....	75
Ilustración 22. Logo 3 .....	75
Ilustración 23. Auto modelo LIFAN 320 Elite.....	76
Ilustración 24. Logo 4 .....	76
Ilustración 25. Logo 5 .....	77
Ilustración 26. Ease, Mild .....	77
Ilustración 27. Nice, What, Smile .....	78
Ilustración 28. Tamaño de la muestra .....	81
Ilustración 29 .....	85
Ilustración 30. ¿QUÉ EDAD TIENE? .....	87
Ilustración 31 .....	88
Ilustración 32. ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED USA TAXI A LA SEMANA?.....	90
Ilustración 33. , De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro .....	92
Ilustración 34 SPSS 1, De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro .....	94
Ilustración 35. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro .....	94
Ilustración 36. SPSS 1, De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro .....	96
Ilustración 37. , De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro .....	96
Ilustración 38. SPSS ¿ALGUNA VEZ A SUFRIDO DE ROBO O SECUESTRO. ....	98
Ilustración 39 SPSS ¿ SIENTE CONFIANZA AL MOMENTO DE TOMAR TAXI EN LA CALLE? .....	100
Ilustración 40. SPSS ¿ SE SENTIRA SEGURO AL COGER UN TAXI SOLO PARA MUJERES?.....	101
Ilustración 41. SPSS ¿ QUÉ COLOR DE VEHÍCULO LE GUSTARÍA PARA DIFERENCIAR NUESTRO SERVICIO DE TAXI?.....	103
Ilustración 42 .....	108
Ilustración 43. : SPSS GRÁFICO DE BARRAS PRUEBA T .....	112
Ilustración 44. Matriz BCG.....	112
Ilustración 45. Matriz Implicación.....	114

<b>Ilustración 46. 5 fuerzas de Porter .....</b>	<b>115</b>
<b>Ilustración 47. Instalaciones. ....</b>	<b>126</b>
<b>Ilustración 48. ORGANIGRAMA.....</b>	<b>132</b>
<b>Ilustración 49. VAN VRS INGRESOS .....</b>	<b>183</b>
<b>Ilustración 50. TIR VRS. INGREOS .....</b>	<b>184</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1. Denuncias Receptadas durante el año 2011 .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 2. Tasas de Delitos por cada cien mil habitantes.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 3. Estimación de la Demanda .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 4. Censo Económico 2010 .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 5. SPSS, EN QUÉ SECTOR VIVE?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 6. ¿QUÉ EDAD TIENE?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 7. SPSS: ¿USA USTED TAXI?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 8. SPSS: ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED USA TAXI A LA SEMANA?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 9. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro., FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 10. SPSS: De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro., FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 11. SPSS: De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro., FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 12. SPSS: ¿ALGUNA VEZ A SUFRIDO DE ROBO O SECUESTRO?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla 13. SPSS: ¿SIENTE CONFIANZA AL MOEMNTO DE TOMAR TAXI EN LA CALLE? FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla 14. SPSS: ¿SENTIRA SEGURO AL COGER UN TAXI SOLO PARA MUJERES? FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO ...</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 15. SPSS: ¿QUÉ COLOR DE VEHÍCULO LE GUSTARÍA PARA DIFERENCIAR NUESTRO SERVICIO DE TAXI? FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 16. SPCS: ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 17 .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 18. SPSS: PRUEBAS DE CHI CUADRADO .....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 19 .....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 20 .....</b>	<b>109</b>

Tabla 21 .....	110
Tabla 22 .....	110
Tabla 23 .....	111
Tabla 24 BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFICINA .....	121
Tabla 25. EQUIPOS DE CÓMPUTO .....	122
Tabla 26. BALANCE DE PERSONAL TÉCNICO .....	123
Tabla 27. BALANCE DE EQUIPO Y MUEBLE DE OFICINA .....	124
Tabla 28. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS .....	129
Tabla 29. Foda Cruzado .....	138
Tabla 30. GASTOS DE VENTA DE SERVICIO .....	143
Tabla 31. REMUNERACIONES VENTA DE SERVICIO .....	143
Tabla 33. TOTAL REMUNERACIONES, ALQUILER, SERVICIOS BASICOS, UTILES DE OFICINA. ELABORADO POR LAS AUTORAS .....	144
Tabla 32. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN .....	144
Tabla 34. Desglose de los útiles de oficina .....	146
Tabla 35. GASTOS DE CONSTITUCION .....	147
Tabla 36 GASTOS DE CONSTITUCIÓN ANUAL Y MENSUAL .....	148
Tabla 37. INVERSIONES EN LA ADECUACIÓN DEL LOCAL .....	148
Tabla 38. BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFINICA .....	149
Tabla 39. EQUIPOS DE CÓMPUTO .....	149
Tabla 40. SUMINISTROS DE OFICINA .....	149
Tabla 41. INVERSIÓN FIJA .....	150
Tabla 42. . DESCRIPCION DE BIENES .....	151
Tabla 43. Depreciación mensual de los diferentes activos .....	152
Tabla 44. Datos del SRI del Ecuador .....	152
Tabla 45. COSTOS DE SERVICIO .....	153
Tabla 46. Costo de Venta Mensual del Servicio de Taxi Donzelle .....	154
Tabla 47. EGRESO MENSUAL .....	155
Tabla 48. INGRESOS MENSUALES TAZI DONZELLE. ....	156
Tabla 49 CARRERAS MINIMA, PROMEDIO Y MAXIMA .....	156
Tabla 50. Presupuesto de cobro mensual .....	158
Tabla 51 . DESCRIPCION DE LOS BIENES .....	159
Tabla 52. Capital de Trabajo .....	160
Tabla 53 Total en Inversion Inicial .....	161
Tabla 54. . MONTO A FINANCIAR .....	161
Tabla 55. PAGO DE CAPITAL E INTERESES ANUALES .....	162
Tabla 56. Amortización mensual .....	162
Tabla 57. INVERSIONISTAS .....	165
Tabla 58. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	166

<b>Tabla 59. UTILIDAD NETA .....</b>	<b>167</b>
<b>Tabla 60. CALCULO DEL CPPC .....</b>	<b>168</b>
<b>Tabla 61. FUENTE ABSOLUTO Y RELATIVO .....</b>	<b>168</b>
<b>Tabla 62. TASA PRESTAMO CFN .....</b>	<b>169</b>
<b>Tabla 63. COSTO DEUDA .....</b>	<b>169</b>
<b>Tabla 64. COSTOS DE ACCIONES PREFERENTES .....</b>	<b>169</b>
<b>Tabla 65. .TOTAL PROMEDIO PONDERADO .....</b>	<b>170</b>
<b>Tabla 67. FLUJO NETO EFECTIVO .....</b>	<b>172</b>
<b>Tabla 68. Tasa de Crecimiento .....</b>	<b>173</b>
<b>Tabla 69. Payback .....</b>	<b>175</b>
<b>Tabla 70. Análisis de Sensibilidad Uni- Variable (1) .....</b>	<b>176</b>
<b>Tabla 71. Análisis de sensibilidad uni- variable (1) .....</b>	<b>178</b>
<b>Tabla 72. Análisis de Sensibilidad Uni-variable (2) .....</b>	<b>179</b>
<b>Tabla 73. Análisis de sensibilidad uni-variable (2) .....</b>	<b>182</b>
<b>Tabla 74. Analisis de Sensibilidad Respecto a Ingresos .....</b>	<b>183</b>

# **CAPITULO I**

# **INTRODUCCIÓN**

# **CÁPITULO I:**

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1 RESUMEN EJECUTIVO.**

TAXI DONZELLE, es un servicio de taxis, puerta a puerta, conducido por mujeres y dirigido sólo ellas. Este concepto satisface la necesidad de un grupo en el mercado, que aún no se ha ofrecido, en donde se paga por un servicio exclusivo y seguro para las mujeres de hoy, quienes buscan seguridad y eficiencia.

Nos centramos sólo en atender las necesidades que las mujeres tienen, al momento de tomar un transporte privado (taxis), por lo cual hemos implementado varias medidas de seguridad como ventanas protectoras, cajas seguras, GPS, HUNTER, en donde los taxis son rastreados en cada momento, así pues, brindamos seguridad tanto como para las conductoras y nuestras clientas.

Los estudios de mercado como las encuestas que se hicieron en el centro y norte de la ciudad, redes sociales como Facebook y Twitter, han revelado la plaza idónea para este servicio que será dirigido para mujeres que vivan en el Norte y Centro de Guayaquil.

Nuestra competencia como los taxis ejecutivos o taxi amigo, y taxis amarillos, tienen reconocimiento en el mercado, pero no ofrecen el mismo servicio exclusivo que nuestra firma ofrece (sólo para mujeres), lo cual le da un valor agregado diferenciándose así del resto de compañías o cooperativas de taxis.

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo a los datos estadísticos del INEX (tabla 1 y 2) la mujer ha sido amenazada o abusada física y/o psicológicamente a lo largo del tiempo debido al alto grado de delincuencia que encontramos en las diferentes partes de la ciudad de Guayaquil.

Una de estas amenazas se encuentra en el sector público y privado de transporte, lo que ha provocado que la mujer en general sienta desconfianza y temor al momento de hacer uso de los servicios que ofrecen las diferentes cooperativas de buses y taxis. Entre estos dos, la gran mayoría prefiere tomar un bus para transportarse porque los riesgos que más se presentan en su mayoría son solo robos físicos y violentos.

**Tabla 1. Denuncias Receptadas durante el año 2011**

<b>TABLA 2</b> <i>Denuncias receptadas en las Oficinas de la Fiscalía de Guayaquil</i> <b>DENUNCIAS RECEPTADAS DURANTE EL AÑO 2011</b> <b>Principales Delitos contra las Personas</b>				
DELITO	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE RESPECTO A ESTA CATEGORÍA DE DELITO	PORCENTAJE RESPECTO A LA SUMA DE PRINCIPALES DELITOS	PORCENTAJE RESPECTO AL "GRAN TOTAL"
Homicidio	312(499)	3,21%	1,87%	0,91%
Plagio	314(424)	3,23%	1,89%	0,91%
Robo Agravado	8310(9699)	85,40%	49,91%	24,12%
Secuestro Express	239(321)	2,46%	1,44%	0,69%
Violación	556(705)	5,71%	3,34%	1,61%
<b>SUMA DE LOS PRINCIPALES DELITOS CONTRA LAS PERSONAS</b>	<b>9731(11648)</b>	<b>100,00%</b>	<b>58,44%</b>	<b>28,25%</b>
<small>NOTA: Los "delitos contra las personas" representan el 58,44% de los "principales delitos" denunciados y el 28,25% del "gran total"</small>				
<b>TABLA 3</b> <i>Denuncias receptadas en las Oficinas de la Fiscalía de Guayaquil</i> <b>DENUNCIAS RECEPTADAS DURANTE EL AÑO 2011</b> <b>Principales Delitos contra la Propiedad</b>				
DELITO	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE RESPECTO A ESTA CATEGORÍA DE DELITO	PORCENTAJE RESPECTO A LA SUMA DE PRINCIPALES DELITOS	PORCENTAJE RESPECTO AL "GRAN TOTAL"
Robo Simple	2013(3768)	29,09%	12,09%	5,84%
Hurto	1707(1327)	24,67%	10,25%	4,95%
Robo en Domicilio	1267(1453)	18,31%	7,61%	3,68%
Robo de Vehiculos	1439(2887)	20,80%	8,64%	4,18%
Robo en Local Comercial	492(792)	7,11%	2,95%	1,43%
Robo en Bancos	1(4)	0,01%	0,01%	0,00%
<b>SUMA DE LOS PRINCIPALES DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD</b>	<b>6919(10231)</b>	<b>100,00%</b>	<b>41,56%</b>	<b>20,08%</b>
<small>NOTA: Los "delitos contra la propiedad" representan el 41,56% de los "principales delitos" denunciados y el 20,08% del "gran total"</small>				

Fuente: Estadísticas de delitos de Guayaquil", [http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/reportes\\_anuales.htm](http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/reportes_anuales.htm)

Tabla 2. Tasas de Delitos por cada cien mil habitantes

**CUADRO 1**  
*Denuncias receptadas en las Oficinas de la Fiscalía de Guayaquil*  
**TASAS DE DELITOS POR CADA CIENTO MIL HABITANTES**  
**AÑO 2011**

**Principales Delitos contra las Personas**

DELITO	TASA ANUAL POR CADA CIENTO MIL HABITANTES
Homicidio	13,48
Plagio	13,57
Robo Agravado	359,15
Secuestro Express	10,33
Violación	24,03

**Principales Delitos contra la Propiedad**

DELITO	TASA ANUAL POR CADA CIENTO MIL HABITANTES
Robo Simple	87,00
Hurto	73,77
Robo en Domicilio	54,76
Robo de Vehículos	62,19
Robo en Local Comercial	21,26
Robo en Banco	0,04

Fuente: Población urbana estimada de Guayaquil a 2011 por el CEIE-ESPOL: 2'318.827 hab.

Fuente "Estadísticas de Delitos de Guayaquil"

Podemos decir que aproximadamente un 20% de las personas ubicadas en la ciudad de Guayaquil prefieren utilizar el servicio de taxi, ya sea público o privado, el problema es que cuando se implementaron los servicios privados llamados "taxi amigos" como: CarExpress, Taxi Guayas, Autocar etc.

Las personas prefirieron este tipo de servicio que era más confiable ya que los agentes eran monitoreados durante toda su ruta. La necesidad de transportarse de una manera segura es importante a cualquier hora del día. ¿Cómo confiar en un servicio de transporte público de taxis?, si en ciertos casos en estos se presentan hechos delincuenciales; siendo ellos mismos protagonistas de la inseguridad que crece cada día más. Los Secuestros, abusos, crímenes exprés han llegado a convertirse en una costumbre para los delincuentes y cada vez su porcentaje es mayor, donde las personas más afectadas son las mujeres por ser el sexo más débil.

Tanta es la delincuencia en la ciudad de Guayaquil que el número de delitos a las personas ha aumentado a 28,25% en el 2011 y en otros países esta cifra es más alarmante todavía, como por ejemplo en Argentina y México.

Las agresiones no son únicamente hacia el cliente también podemos observar que en su gran mayoría el conductor se ve afectado. Las estadísticas generales demuestran que los asaltos ocurren dentro del habitáculo del vehículo y el ataque es por la espalda, pues las diversas protecciones físicas que ofrecemos previenen y desalientan al delincuente evitando la agresión al conductor.

Por otra parte, en la ciudad de Guayaquil no contamos con taxímetro en cada una de las unidades de servicio privado de transporte, lo cual provoca un abuso de cobro excesivo de carrera por parte de los taxistas, y este caso no lo encontramos solo en esta ciudad, podemos observar que la gran mayoría de las ciudades no cuentan con este servicio, puesto a que los taxistas prefieren cobrar un precio muy elevado al valor real, y cuando el cliente no está conforme con el precio ofertado, los taxistas prefieren no realizar la carrera, dado a esto, en la ciudad de Guayaquil la gran mayoría de personas tienen dificultad al momento de tomar un taxi. Este problema debería de regularizar el Gobierno exigiéndole a cada una de las firmas que brindan el servicio de transporte privado que cuenten con el servicio de taxímetro, ya que este y otros servicios son la carta de presentación de la ciudad ya sea para los mismos ciudadanos como para los turistas.

El Gobierno ha tratado de realizar las debidas inspecciones a los taxis que ofrecen las diversas compañías por medio de la Comisión de Transito del Guayas (Ctg) y Unión Nacional de Taxi Ejecutivo Comercial (Unatec), que reinspeccionan los vehículos y su infraestructura para que cumplan varios requisitos y uno de esos es la identificación del vehículo que circula y el chofer, esta medida es indispensable por que existen muchos vehículos de

empresas fantasmas que a lo único que acuden es a la delincuencia, lo cual, esto genera un peligro para las personas que hacen uso de taxis todo el tiempo, convirtiéndose para el usuario en una inseguridad o desconfianza al momento de tomar cualquier taxi.

Para finalizar, la mayoría de empresas que ofrecen servicios de transporte público no cuentan con un servicio seguro de traslado de un lugar a otro, es decir, solo movilizan al cliente pero no le ofrecen seguridad en cuanto a un accidente, robo, secuestro, y orientación del lugar donde se dirigen; para hallar así tanto a la persona como al vehículo en caso de que sea necesario, por tanto, cada vehículo debe contar con servicios tales como: HUNTER, SEGURO DE VIDA, GPS, PROTECCION y un SISTEMA DE ALARMA DE EMERGENCIA.

### **1.3 JUSTIFICACION**

Las clientas optaran por nuestros servicios ya que ofrecemos un alto nivel de seguridad y confort para ellas. Nuestra firma brindara no solo servicios de transporte, sino que contaremos con un rastreo satelital (HUNTER) y un GPS (que les permita ver su ubicación, o el lugar donde se encuentran); por prevención hacia los secuestros exprés, cada vehículo también contara con un sistema de alarma, el cual será presionado en cualquier caso de emergencia, rastreando así el vehículo y yendo a su posición actual, para el respectivo rescate.

Además, todos los vehículos contarán con una protección interna que evitara que la conductora que sea amenazada con algún arma de fuego o corto punzante por la parte de los asientos traseros.

También contaremos con una pequeña ventanilla en la cual la conductora recibirá el dinero del cliente por sus servicios prestados, para que no mantengan contacto físico entre ellos evitando algún tipo de droga.

Existe una Ley de Protección al Consumidor, la misma que nosotros como entidad seria, implementaremos en nuestra empresa, para así de esta manera brindar el mejor trato que se merecen nuestros clientes. Esto nos ayudara a reconocer errores, reforzar ventajas y proponer mayor amplitud de calidad de vida y reconocimiento los derechos para los ecuatorianos, y es que todos los ciudadanos poco a poco se van adaptando a nuevas realidades y necesidades que queremos satisfacer, como es la seguridad y comodidad, es por eso que nos vemos en la necesidad de satisfacer sus pedidos y crear este servicio acorde a ellas.

En cuanto a las comodidades que el vehículo ofrecerá a las damas será un espejo ubicado frente al asiento trasero y un kit de belleza, el cual le permitirá realizar retoques mientras que ella va a su lugar de destino, escuchando diferentes baladas las cuales estarán a su opción y que la conductora le ofrecerá.

A través de este proyecto innovador contribuiremos por la seguridad de las mujeres en la ciudad de Guayaquil, por lo tanto las mujeres se sentirán más confiadas al momento de tomar un taxi y aumentara el nivel de empleo a la mujer en la ciudad.

Entre otros tenemos:

- Servicio telefónico para cualquier emergencia que tengan las clientas, y el mismo será cobrado al final de la carrera; taxis diferenciados, esto quiere decir que nos identificaremos con un vehículo color rosa para así darle presencia a nuestra firma; uniforme exclusivo de las conductoras;

conductoras capacitadas, esto quiere decir que no solo informaremos de los diversos modos de robos, secuestros sino también cada una de las integrantes que prestan estos servicio tendrán que estar altamente preparadas, por lo cual, serán seleccionadas a través de diversas pruebas teóricas y prácticas para evitar cualquier tipo de accidentes por falta de experiencia, ya que van a encontrarse en el trafico con otros choferes incompetentes e inconscientes que trataran de ocasionar disturbios y muchas veces accidentes de tránsito; capacitación básica de automotriz, primeros auxilios y defensa personal.

- Nuestra firma contara con este equipo electrónico, el cual les muestre un precio justo al momento de hacer uso de nuestros servicios, el costo y el manejo del mismo será detallado más adelante.

- Servicio 24/7

- Servicio de radio

- Nuestro servicio estará dirigido exclusivamente a mujeres de toda edad ya sean solas, o acompañadas (únicamente de mujeres) y además para las mujeres que ya son madres también podrán hacer uso del servicio con sus hijos.

- Registro en nuestra base de datos a nuestros clientes más frecuente

## **1.4 MARCO REFERENCIAL**

### **1.4.1 NIVEL LOCAL**

Si bien sabemos nuestro proyecto es un nuevo emprendimiento por ende aun no se ha dado a conocer en el mercado, solo hemos establecido el problema que pasan la gran mayoría de las mujeres, esto es “el temor de ellas a la hora de tomar un taxi”, donde en muchas veces se genera un gran

temor por la ruta donde desee ir como también un gran nivel de desconfianza hacia el taxi que vaya a tomar. Por tanto, este proyecto pretende solucionar ese problema que se está atravesando, generando una confianza en las mujeres, donde ellas sean capaces de salir y tomar un taxi a cualquier hora del día sin miedo alguno de que les pueda suceder, o que peligro corren. Sintiendo ellas seguras se eliminaría esa incertidumbre o vacío ya que contarían con nuestros servicios con tan solo realizar una llamada, además de que los taxis también circularan por las calles de la ciudad prestando sus servicios, informando cada una de las conductoras las diferentes rutas que están tomando.

Aumento del nivel de empleo a las mujeres ya que actualmente un 11% de la población femenina está desempleada, todas las conductoras estarán previamente capacitadas y los autos cuentan con diferentes métodos y sistemas de seguridad, es decir, estarán aptos para andar por las calles de la ciudad de Guayaquil.

Las probabilidades de éxito podemos decir que son seguras debido a que a la mujer le gusta distinguirse y más aún cuando se trata de su bienestar, es un servicio innovador y exclusivo, el cual soluciona en gran manera los problemas que actualmente se está viviendo en nuestro país en general con tanta delincuencia, violaciones, asaltos etc. Por lo tanto estamos convencidas que este proyecto será acogido en el mercado, cuanto más rápido se realice, será mejor, por lo cual optamos por investigar la inversión necesaria que se tendrá que llevar a cabo para emprenderlo y un análisis financiero de todos los factores que este implica.

#### **1.4.2 NIVEL MUNDIAL**

El servicio de taxi exclusivo dirigido y manejado por mujeres actualmente ya existe. México es el primer país latinoamericano que implementa este

sistema. En otros puntos del mundo, como Londres, Nueva York, Dubai, Beirut, y Moscú, funcionan con gran éxito.

La inseguridad es el motivo de el uso de servicios de transporte sólo para mujeres para evitar incomodidades, perjuicios y en algunas ocasiones abusos físicos.

En Ciudad de México desde el 2009 existen autobuses sólo para mujeres mientras que son muchos más antiguos los vagones del Metro de la capital que han sido reservados en hora punta sólo para ellas.

Su funcionamiento y tarifas son como los taxis ordinarios, aunque en un futuro se calcula que podrían valer en torno a un diez por ciento más que los taxis tradicionales.

Sólo los diferencian del resto de medios de transporte el hecho de que están prohibidos los hombres a bordo y que sólo admiten mujeres y niños.

Además de seguridad, los Taxis están adaptados para que las mujeres se sientan cómodas a bordo.

En Colombia se usa (este tipo de transporte) por seguridad y en países árabes como Dubai por motivos culturales porque las mujeres no pueden subir en un coche con un hombre que no sea su esposo.

Puesto que no había suficientes mujeres taxistas en Puebla, las autoridades locales tuvieron que capacitar conductoras para este trabajo.

Aprendieron cómo cambiar una rueda, cómo revisar el motor, así como conocimientos básicos de primeros auxilios.

En Francia, la cuestión de la seguridad “no es tan importante” como en otros países, pero la idea surgió después del asesinato de una sueca de 19 años en las afueras de París a manos de un taxista sin licencia.

Este proyecto se inspiró en los “Pink ladies cab” (“taxi rosa para mujeres”) que circulan en Londres desde 2006.

A pesar de que el eslogan de la empresa es “el transporte en femenino”, Malika Montagna (fundadora de los Woman Cab de Francia) dijo “no poder rechazar a los hombres” porque la legislación francesa sobre no discriminación de sexos lo impide.

### **1.5 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad económica y financiera de un servicio exclusivo de transporte privado dirigido solo para mujeres.

### **1.6 OBJETIVO ESPECIFICO**

- ◊ Realizar una investigación de mercado para medir el nivel de aceptación de las mujeres hacia este nuevo servicio.
- ◊ Identificar servicios innovadores para los usuarios que cumplan con las necesidades propias de cada usuario.
- ◊ Darnos a conocer en el mercado a través de publicidad, y promociones ofrecidas para las usuarias.
- ◊ Indagar cuales son las preferencias de nuestros clientes potenciales, para de esta manera buscar soluciones las cuales satisfagan sus necesidades.

- ◇ Analizar el costo de oportunidad a través de los estados financieros presupuestados para de esta manera ser más eficiente en la práctica y ejecución del proyecto.

## **1.7 METODOLOGIA**

### **1.7.1 Objetivo específico 1**

- ◇ Se realizaran grupo focal en instituciones.
- ◇ Se realizaran varias encuestas para determinar la aceptación de nuestro mercado objetivo.
- ◇ Las encuestas estarán dirigidas exclusivamente a las mujeres y tabuladas en el programa de SPSS para una mayor recopilación de datos.
- ◇ Se prestaran servicios de los medios de comunicación para esta investigación.
- ◇ Nos daremos a conocer en redes sociales.

### **1.7.2 Objetivo específico 2**

- ◇ Insertar un sistema de emergencia para evitar la delincuencia.
- ◇ Adecuar un sistema de seguridad en el interior del vehículo.
- ◇ Poner un kid de belleza en el asiento de atrás para aquellas clientas.

- ◇ Autos diferenciados de (color pala de rosa).

### **1.7.3 Objetivo específico 3**

- ◇ Realizaremos promociones a nuestros clientes más activos en nuestro servicio.
- ◇ Dar un servicio expreso exclusivo para ellas con mayor seguridad y comodidad.
- ◇ Obtener vehículos en buenas condiciones.
- ◇ Dar una buena atención al cliente en momento de adquirir nuestro servicio.

### **1.7.4 Objetivo específico 4**

- ◇ Para aquellos clientes fieles se les proporcionaran pagos cómodos de nuestros servicios.
- ◇ Daremos promociones a los clientes que tengan continuidad.
- ◇ Afiliar gratuitamente las primeras semanas para atraer más demanda.
- ◇ Creación de una página web para darnos a conocer sobre nuestras promociones y descuentos.
- ◇ Implementar sistemas de pagos mediante tarjetas de crédito.

### **1.7.5 Objetivo específico 5**

- ◊ Se realizará el respectivo análisis financiero el cual tendrá los principales criterios de decisión como son la TIR, VAN, el periodo de recuperación y el análisis de sensibilidad.
  
- ◊ Calculara la tasa de interés para conocer si nos conviene o no la inversión.

### **1.8 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

Con respecto la seguridad y confort implementada en nuestro servicio podrá mantener una tranquilidad al viajar en estos autos sencillos y bien equipados, ya que no es necesario tener un auto de lujo para que sea seguro, con esto se solidara un nivel de confianza y seguridad para las clientas que hagan uso de nuestro servicio.

Una firma en Guayaquil con esta clase de status no la vamos a poder encontrar, ya que es exclusivo y muy bien diferenciado en el mercado, así como también lo podemos hallar en otros países tales como Argentina, México, Francia entre otros, que han recurrido a este servicio para satisfacer las necesidades que tienen las mujeres en cuanto a transporte se trata.

En Guayaquil se impondrá la creación de la empresa TAXI DONZELLE bajo el reglamento de la Comisión de Tránsito del Guayas podremos cumplir con nuestros objetivos dándole un servicio de puntualidad a nuestros clientes ya sea por medio de reservaciones de horarios o al instante y así mismo la rapidez adecuado para llegar a su destino.

Bajo el concepto de calidad de servicio nos referimos al trato que nuestros clientes merecen durante el viaje ya que nosotros crearemos un ambiente

agradable con música y accesorios que puedan utilizar para lucir más relucientes. Además, tenemos la ventaja de que las conductoras en su totalidad serán mujeres creando un ambiente de mayor confianza entre ellas y a su vez dar un realce a que las mujeres también pueden conducir eficientemente.

Por medio de un préstamo a la CNF y de inversión propia estaremos equipados con un conjunto de quince vehículos (15) los cuales serán el motor principal de nuestra firma.

### 1.8.1 CARACTERISTICAS DEL VEHICULO



El modelo de auto que utilizaremos es LIFAN 320 ELITE, y sus características son las siguientes:

Ilustración 2. Características de Lifan 320 Elite

LIFAN 320		
<b>MOTOR</b>		
Tipo	4 Cilindros en línea, MPI	
Cilindrada	1.342 cc	
Nº de válvulas	16v	
Transmisión / Nº de velocidades	Mecánica / 5 velocidades	
Potencia máx.	87 Hp / 6000 rpm	
Torque máx.	110 Nm / 4000 rpm	
<b>CHASIS</b>		
Traacción	Delantera	
Dirección	Hidráulica	
Frenos delanteros / traseros	Discos / Tambores	
Suspensión delantera	Independiente tipo Mc Pherson	
Suspensión trasera	Muelles helicoidales y barra de torsión	
Inyección	Electrónica MPI	
Neumáticos	165 / 70 R14	
Nº de puertas	5	
<b>DIMENSIONES Y CAPACIDAD</b>		
Largo / Ancho / Alto (mm)	3.745 / 1.620 / 1.430	
Distancia entre ejes	2.340 mm	
Capacidad del tanque de combustible	37 Lts.	
Capacidad de maletero	300 Lts.	
Peso Neto	900 Kg.	
Nº de pasajeros	5	
<b>RENDIMIENTO</b>		
Velocidad máxima	155 Km./h	
Consumo del combustible	16 Km./Lts.	
<b>EQUIPAMIENTO</b>		
	<b>TALENT</b>	<b>ELITE</b>
Aire Acondicionado	Si	Si
Aros de Aleación	Si	Si
Techo bicolor	Opcional	Opcional
Vidrios eléctricos delanteros y traseros	Si	Si
Limpia parabrisas trasero	Si	Si
Radio MP3 con 4 parlantes	Si	Si
Espejos laterales eléctricos	Si	Si
Luces delanteras halógenas	Si	Si
Decoración de carrocería y techo	Opcional	Opcional
Nebliero delanteros y traseros	Si	Si
Manillas interiores y exteriores cromadas	Si	Si
Luz de maletero	Si	Si
Apertura tanque combustible desde el interior	Si	Si
Apertura maletero desde el interior	Si	Si
<b>EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD</b>		
ABS + EBD	No	Si
Airbag conductor y pasajero	No	Si
Cierre centralizado con mando a distancia	Si	Si
Cierre centralizado de puertas - CCM	Si	Si

Fuente: <http://www.lifan.com.bo/lifa-320/>

Proporcional a esto, contaremos con varios instrumentos de trabajo y de seguridad para implantar en el interior del vehículo, en la ilustración 3

podemos observar una ventana construida con un material muy sofisticado de policarbonato, la cual será de 20 milímetros y será muy resistente tanto así que podría soportar hasta un arma de fuego. La cual hará una división entre el conductor y el cliente sin restar espacio en el asiento de atrás.

### 1.8.2 Ventana protectora (Mampara)

Ilustración 3. Ventana Protectora



Para no tener ningún contacto del cliente hemos adaptado a la ventana protectora una pequeña caja donde se depositara el dinero al conductor por sus servicios prestados, lo cual evitara también alguna el asalto a la conductora con alguna sustancia o droga. Este instrumento de depósito está construido especialmente para que tampoco puedan asaltar a la taxista, ya que si llegase a haber algún intento de amenaza a través de dicha ventanilla, el intento será en vano porque esta ventanilla está diseñada para evitar la entrada que cualquier tipo de arma de fuego o contra punzante (observar ilustración 3), así las conductoras estarán protegidas de cualquier amenaza por la parte trasera del vehículo, cabe recalcar que en la parte delantera no podrá abordar ninguna clienta, por medidas de seguridad.

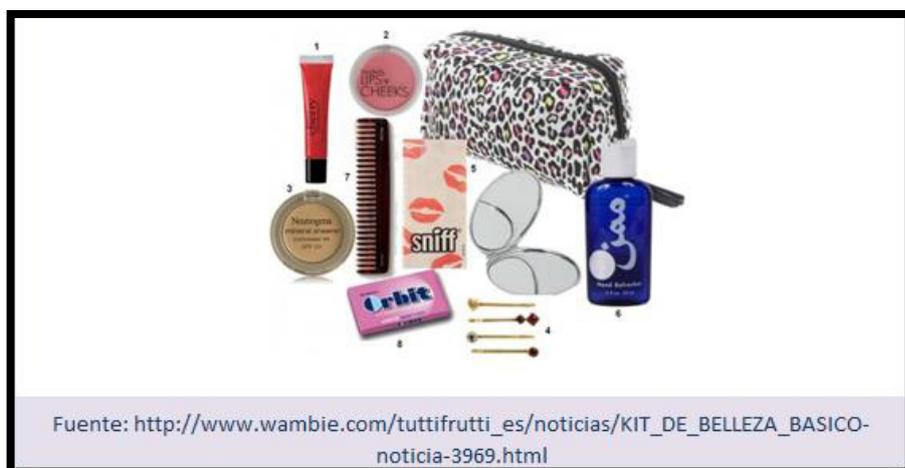
### 1.8.3 Deposito de Dinero

Ilustración 4. Deposito de dinero



### 1.8.5 Kit de Maquillaje

Ilustración 5. Kit de maquillaje



Para aquellas mujeres que suelen salir con apuro de su casa a coger un taxi y no lograron maquillarse completamente, pues nuestra firma ofrece este servicio innovador, apoyando así al realce de la belleza de la mujer, hemos decido implementar un kit de belleza en el interior en la parte del asiento de atrás, la cual proporciona no solo maquillaje natural sino goma de mascar, desinfectante, un espejo pequeño para que puedan retocarse, cepillos de peinar etc.

#### 1.8.6 GPS

Ilustración 6. Gps



Fuente: <http://www.gps.gov/>

Para la medir la seguridad de nuestras conductoras y nuestras clientas tendremos un sistema de GPS en la parte delantera del auto la cual nos ayudara a saber en cada momento cuáles son sus ubicaciones y no perder el rastro, evitando el secuestro exprés.

Además contamos con un botón de emergencia la cual el conductor presionara si se ve en peligro, el mismo que al ser presionado la firma acudirá inmediatamente a tomar las medidas necesarias para el rescate.

### 1.8.7 SISTEMA HUNTER

Ilustración 7. Sistema de hunter



Los autos que ofrecerá la compañía estarán altamente asegurados con el sistema Hunter que es un servicio de alta calidad de rastreo de vehículos robados, ubicación y control, monitoreado de flotas, de seguridad personal y de bienes muebles e inmuebles supliendo necesidades de nuestro entorno.

### 1.8.8 TAXÍMETRO

Ilustración 8. Taxímetro



No podría faltar el sistema contra abusos de precios por parte de los conductores, esto hará que el cliente pueda ver el precio real de su recorrido y no pagar una excesiva cantidad. Pues lo que TAXI DONZELLE quiere es la continuidad y preferencias de nuestro servicio de su mercado potencial.

Contaremos con un taxímetro el cual marque el precio de cada carrera realizada por las usuarias que hagan uso del servicio.

- Este taxímetro cuenta con las siguientes características:

- Reloj
- Posibilidad de 2 tarifas del día y la noche
- Velocímetro digital
- Tamaño reducido 4.8 x 8.5 x 1.8 cm
- Displays de alta luminosidad
- Bajo consumo de energía
- Sistema de control por reportes impresos y visuales
- Impresora con sistema de papel térmico que indica:

Kilómetros recorridos con carrera, Kilómetros recorridos sin carrera, Dinero total hecho, Número de carreras.

- Consumo de corriente de 166 mA
- Temperaturas de trabajo desde 0 a 60°C
- Dispositivo para transmisión de datos del taxímetro mediante conexión GPRS/GSM mediante rastreo satelital
- El Taxímetro TAXSYM M09 se lo entrega instalado con un año de garantía.

### **1.8.9 ACCESORIOS**

Los vehículos contarán con un teléfono para cualquier llamada que el cliente desee realizar (servicio adicional cobrado en la carrera); radios para

contactarse con las secretarias de la sede las cuales le avisen donde estarán sus posibles clientas; el uniforme que portaran durante sus horarios de trabajos; set de Cds para crear un ambiente cómodo.

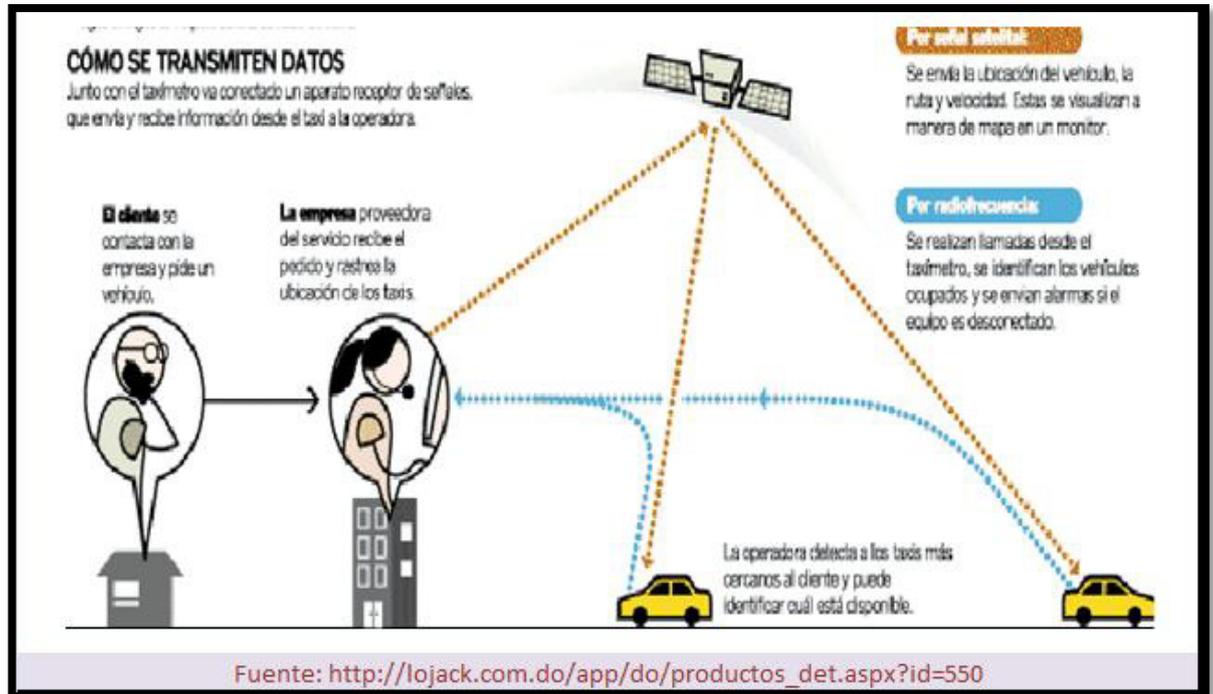
**Ilustración 9. Accesorios**



### **1.8.10 PROCEDIMIENTO**

El gráfico que se muestra a continuación será el proceso con el cual trabajaremos en nuestra firma para una mejor organización del personal y de nuestro mercado objetivo. No solo nos comunicaremos por radio sino que sincronizaremos a nuestros vehículos por satélite, así verán la eficiencia y seriedad con la que trabajaremos.

Ilustración 10. Procedimiento



### 1.8.11 NATURALEZA DEL SERVICIO

TAXI DONZELLE es un servicio que está destinado a brindar satisfacción y entretenimiento a todo nuestro mercados objetivo, es decir, a todas las mujeres que desean viajar de manera confiada y agradable ya sea sola o con sus amigas.

Estará destinado a brindar una experiencia única e incomparable, satisfaciendo así la demanda y necesidades de los clientes de contar con un servicio más completo y especializado en taxis exclusivos para ellas, con precios asequibles, ambiente confortable, y atención personalizada, beneficiando a todos quienes quieran optar por nuestra firma totalmente adecuada para su respectivo funcionamiento.

# **CAPITULO II**

# **ESTUDIO DE**

# **MERCADO**

## **CAPITULO II:**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1 ANALISIS DE OFERTA**

##### **2.1.1 POTENCIALES CLIENTES**

Nuestros potenciales clientes son:

- Adultos: Mujeres de toda edad
- Niños: de 0 a 12 años máx.
- Status económico de clase media en adelante.

##### **2.1.2 AMENAZA DE NUEVO COMPETIDORES**

Como sabemos nuestra firma es un proyecto nuevo en el país, puesto a que nadie ofrece un servicio parecido hacia la protección de la población femenina, y, conociendo que es un proyecto innovador con excelentes probabilidades de éxitos, los riesgos de que surja una nueva firma, la cual proporcione nuestros mismos servicios y con una capacidad mayor de inversión a la nuestra, son muy altas. Por lo cual, debemos estar preparados para cualquier amenaza que se presente en el transcurso.

##### **2.1.3 RIVALIDAD DE COMPETENCIA**

En cuanto a competencia se trata, nuestros competidores son las diferentes compañías o cooperativas de taxis que ofrecen el servicio de transporte

privado, dado a que estas firmas ofrecen un servicio de traslado tal cual nuestra firma lo hace también pero, con la diferencia de que nuestra firma le da un valor agregado a este servicio, el cual nadie ofrece en este país; un servicio de transporte privado exclusivo para ellas, con las comodidades que ellas necesitan; un servicio que brinda seguridad, confort, confianza y además, conducido por mujeres.

- Las empresas de transporte privado que tomamos como nuestros competidores directos son:

- Taxis Amarillos y,
- Taxis Ejecutivos

Como competidores indirectos tenemos a las empresas que ofrecen servicio de transporte público, dado a que estas empresas cobran una tarifa de servicio mucho más barata (0,25ctvs para adultos, mitad de pasaje a tercera edad, discapacitados y niños), pero así mismo el tiempo de demora es mucho mayor y no ofrecen servicio de puerta a puerta puesto a que es público.

- Las empresas que compiten indirectamente con nuestra firma son:

- Buses
- Metrovía
- Alimentadores de metrovía
- Taxis ruta

**Ilustración 11. Tránsito en Guayas**



## **2.2 Análisis de la Demanda**

### **2.2.1 Base de decisión de Compra de los Clientes**

Al momento de adquirir este servicio, las clientas se fijan en variables como, seguridad, precio, tiempo y comodidad, es decir, comparan nuestros servicios con los ofrecidos en el mercado y respectivamente hacen su decisión de compra.

### **2.2.2 Clasificación de la Demanda**

Con respecto a nuestro mercado objetivo, nos dirigiremos a las mujeres en general de cualquier edad y a niños pequeños menores de 12 años quienes no pueden ir solos, sino con su madre.

### **2.2.3 Poder Adquisitivo de los Consumidores**

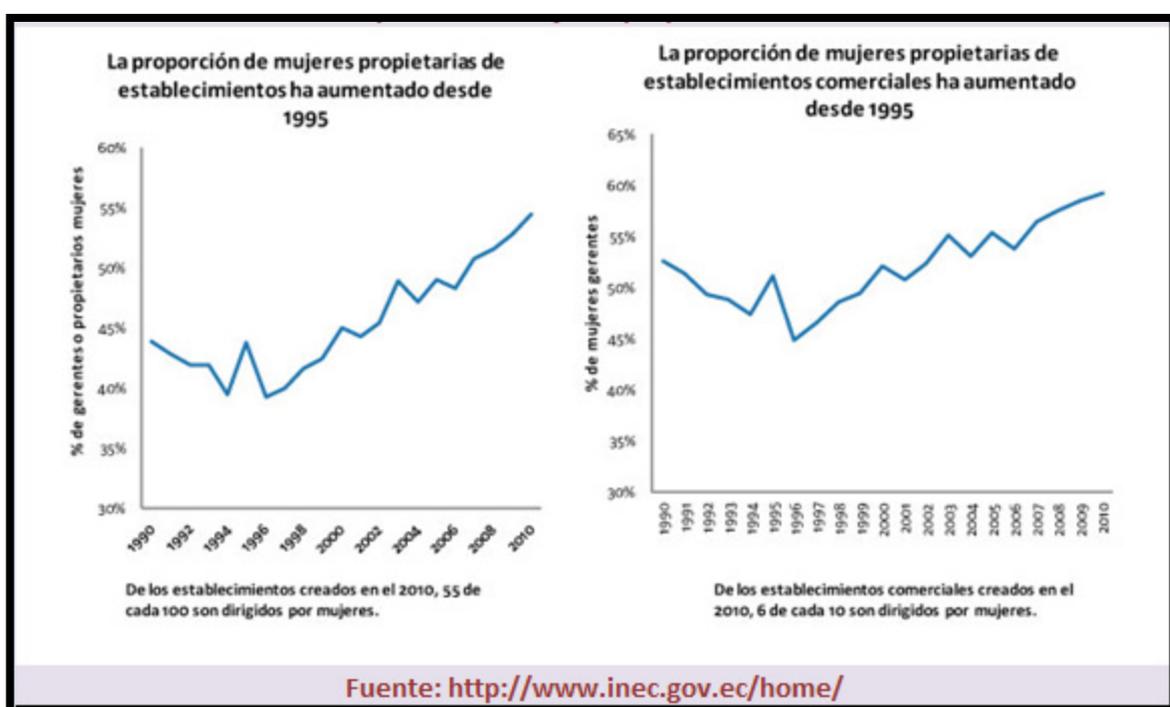
Nos dirigiremos a un nivel socio-económico medio en adelante, pues estos tienen los recursos para poder pagar por nuestro servicio, es decir, por la diferenciación y seguridad brindada. Por otra parte, el precio no es asequible a personas de bajos recursos en todo tiempo.

Con los ingresos promedios de una tarifa de taxis que comúnmente pagan las diferentes usuarias que hacen hasta el momento uso del servicio de taxis podremos solventar los costos y gastos que se nos vayan presentando.

#### 2.2.4 Estimación de la Demanda

De acuerdo con las estadísticas del INEC la mujer ha ido ganando mercado a lo largo de los años, siendo así emprendedoras de sus propios empleos:

Ilustración 12. Proporción de mujeres propietarias de establecimiento



Esto demuestra el cambio que las mujeres experimentaron a través de los años, con respecto al trabajo, y relación a los derechos de los trabajadores. Según análisis de las normativas de la Organización Internacional del Trabajo se centran en dos importantes preocupaciones de la mujer:

❖ Garantizar la igualdad de oportunidades y de trato en el acceso a la formación, el empleo, la promoción, decisiones, así como la igualdad de

condiciones en términos de salario, beneficios, seguridad social, y servicios de bienestar cuya prestación esté vinculada con el empleo.

- ❖ Proteger a la trabajadora contra aquellas condiciones de trabajo que puedan exponer riesgos para la maternidad.

De acuerdo a nuestro cálculo de la estimación de la demanda, y nuestro estudio y análisis de las encuesta hemos llegado a estimar la demanda del mercado de las mujeres que toman taxi al día que viven en los sectores en donde nuestros taxis circularán con más frecuencia que son el Norte y Centro, además de las mujeres que están dispuestas a utilizar nuestros servicios, a continuación la siguiente tabla:

**Tabla 3. Estimación de la Demanda**

Hab. De la muestra						1192694
% de la muestra que demanda servicios de transportes						50,73%
Población de Guayaquil						2350915
Población del Ecuador						14483499
Proporción Guayaquil-Ecuador						16%
Hab. De Guayaquil en la muestra						386
Hab. De Guayaquil en la muestra que demandan servicios de transportes						334
% de hab. De Guayaquil de la muestra que demandan servicios de transportes						86,50%
Hab. De Guayaquil que demanda servicios de transportes						1031680
% de Mujeres entre 26 a 36 años (potenciales clientes)						52,10%
Mujeres que demandan servicios exclusivos de taxis						537505
Mujeres que demandan servicios exclusivos de taxis diario						164477
Mujeres que habitan sólo en el centro y norte de Guayaquil						25592
Mujeres que estan dispuestas a usar el servicio de taxis solo para mujeres						17428
Tasa de crecimiento	1,95%					
<b>Estimación de la Demanda</b>						
	1	2	3	4	5	
	17428	17768	18114	18468	18828	
<b>Fuente: Elaborado por las autoras.</b>						

## **2.3 ANALISIS DE LOS PRECIOS**

Hemos optado por usar taxímetro en cada unidad, este equipo cuenta ya con un precio estipulado, donde su carrera mínima es \$1 dólar americano; cuenta con un precio mínimo al comienzo de cada carrera, este es \$0,35 centavos de dólar; su precio varía a través de los kilómetros recorridos, paradas, tiempo de espera; cuenta además con 2 tarifas: diurna y nocturna.

### **2.3.1 ANALISIS DEL SECTOR**

Nuestra firma se encuentra dentro del sector de servicios, ofrece servicios de transporte privado. Como ya hemos mencionado anteriormente ofrecemos un servicio que no brinda solo transporte también ofrece seguridad, confort y calidad.

En base a los estudios que hemos analizado, nuestra firma ha decidido que para lograr satisfacer a los clientes, lo más conveniente es ubicar nuestro establecimiento en un lugar muy transcurrido, y de fácil acceso, es por esto que hemos decidido ubicar nuestra sede en el sector Norte de Guayaquil específicamente en la Ciudadela Alborada, ya que permite el acceso a urdesa central, urdesa norte, garzota, sauces de una manera más eficaz ya que la Alborada está ubicada como centro de las ciudadelas antes mencionadas, y además de esto en la parte norte de la ciudad se encuentran los diferentes sectores de entretenimiento más visitados por las personas durante la noche, ya sean estos discotecas, bares, restaurantes, etc.

**Ilustración 13. Ubicación de la matriz**



### 2.3.2 TENDENCIAS ECONOMICAS

Guayas es la provincia que más aporta al PIB, contribuyó con 12772 millones de dólares en el 2011 según los cálculos del Banco Central, esta provincia ha sido y sigue siendo la principal fuente de ingresos pues es la provincia que más riqueza vierte sobre la economía nacional.

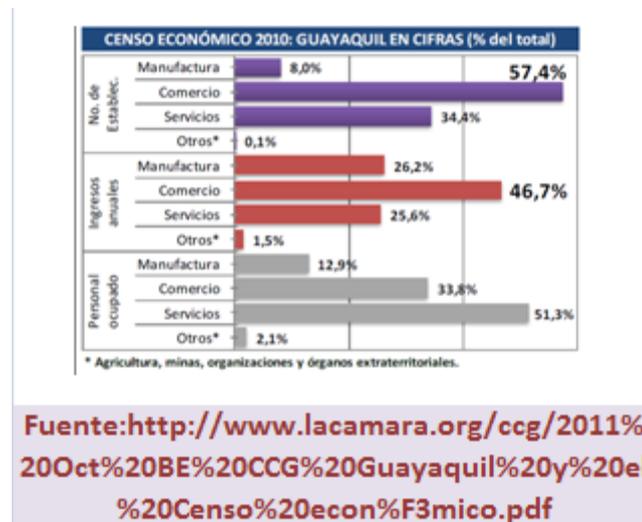
Guayaquil es una ciudad que posee un nivel económico mayor en comparación con otras ciudades y, pese a no ser la capital, es la ciudad más poblada por ser la sede principal en la economía del país.

La ciudad cuenta con el 39% de las 1000 empresas más importantes del país, las compañías guayaquileñas representan el 35% de activos, 37% de patrimonio y el 39% de los ingresos. Así mismo, el total de ventas de las empresas guayaquileñas representan el 36% de este grupo.

### 2.3.3 GUAYAQUIL Y SUS SECTORES ECONÓMICOS

Las actividades económicas guayaquileñas significaron US\$35.507 millones e inversiones por US\$671,7 millones. Como ya se lo ha mencionado antes, el comercio es la actividad más importante de la ciudad, representan el 57,4% de los establecimientos de la ciudad, generando el 46,7% de los ingresos y empleando al 33,8% de los ocupados. Por otro lado, el 8% de los establecimientos en Guayaquil se dedican a la manufactura y generan el 26,2% de los ingresos anuales de la ciudad, empleando al 12,9% de los ocupados. También se puede destacar que el sector que más da empleo en la ciudad es el de servicios, empleando al 51,3% de los ocupados a pesar de que representa solo el 34,4% de los establecimientos y el 25,6% de los ingresos totales anuales de la ciudad.

Tabla 4. Censo Económico 2010



### 2.3.4 BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

Como ya mencionamos TAXI DONZELLE pertenece al mercado de servicios de transporte privado, por ende en las barreras de entrada y salida tenemos que especificarnos a nivel general. Debemos de tomar en cuenta que las barreras de entrada y salida protegen a la industria del libre ingreso

de nuevos competidores, y además aseguran la presencia de los existentes en el mercado. El punto de las barreras dentro de una industria es importante, por ende tenemos que tenerlo presente, más aun si se está analizando el ingreso de una nueva competencia en un mercado ya existente.

#### **2.3.4.1 BARRERAS DE ENTRADA**

- Limitación de acceso al mercado por parte de la ANG (Agencia Nacional del Guayas).
- Falta de liquidez para la inversión, dado a que se necesita una gran cantidad de efectivo para poder adquirir los diferentes activos y gastos con los que tiene que concurrir la empresa.
- Posicionamiento de las demás cooperativas que ofrecen servicio de transporte privado.
- Limitación de placas de taxis en la ciudad de Guayaquil, por parte de la CTG.

#### **2.3.4.2 BARRERAS DE SALIDA**

- No existe barreras de salida por cuanto las empresas que ofrecen este servicio no están obligadas a permanecer en el mercado.

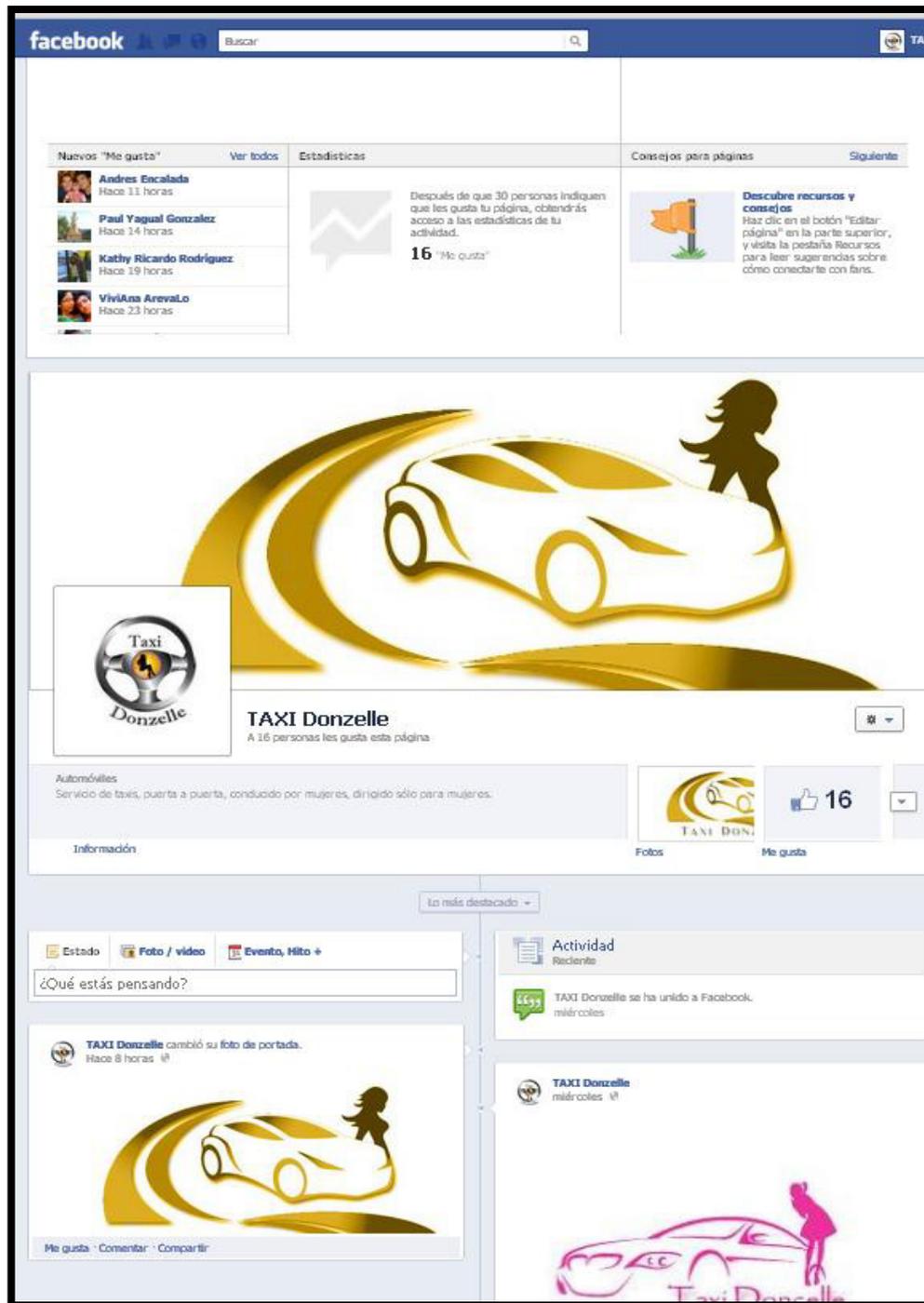
### **2.4 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO/ SERVICIO**

#### **2.4.1 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN**

Para dar a conocer a nuestra Compañía de transporte privado dirigido sólo para mujeres en la ciudad de Guayaquil, hemos planteado darlo a conocer a través de los diferentes medios de publicidad masivos, tales como: radio, prensa, revistas y volantes. Estos a su vez serán entregados en los lugares

más concurridos por las mujeres ya sean centros comerciales, gimnasios, discotecas, bares, trabajos, malecón del salado, malecón 2000, colegios e instituciones universitarias. Además, haremos publicidad a través de la televisión; crearemos nuestra propia página web, y redes sociales como Facebook y Twitter , lo cual nos promocióne y nos dé a conocer en la ciudad.

Ilustración 14. Página en Facebook Taxi Donzelle



Fuente: Autoras

Ilustración 15. Página en Twitter



Fuente: Autoras

## 2.4.2 FORMAS POSIBLES DE ESTIMULAR EL INTERÉS

### 2.4.2.1 PUBLICIDAD

Vamos a realizar inversiones en campañas publicitarias, para así dar a conocer al mercado la existencia del nuevo servicio de transporte privado exclusivo para mujeres, TAXI DONZELLE.

Invertiremos en radios como “Disney” y “Corazón”, consideramos que las cuñas deberán presentarse los fines de semana (Sábados y Domingos) ya que son mas sintonizadas esos días; emplearemos avisos publicitarios en Diario El Correo, Opinión y Universo; en revistas como Generación XXI, Hogar y Onda; en volantes y trípticos de Papel Couché; por último utilizaremos la Prensa turística. Para poder realizar esta publicidad en los diferentes medios de difusión masiva que mencionamos anteriormente hemos decidido invertir los tres primeros meses el 5% de nuestros ingresos totales, y de ahí en adelante invertiremos el 2% de los ingresos que genere nuestra firma.

### **2.4.2.2 PROMOCIÓN**

Nuestro servicio contara con una inauguración en la cual la compañía dará a conocer las diversas promociones que brindara por su apertura.

Se obsequiara calendarios y plumas con el logo de la compañía, esta estrategia la usaremos con el fin de mantenernos en la mente del consumidor al momento de hacer uso del transporte privado seamos su primera opción.

Para las mujeres jóvenes regalaremos "lipstick" (lápiz labial líquido), ya que es un implemento de belleza que nunca puede faltar en su cartera, de esta manera, ellas sentirán que nuestra firma se asemeja a lo que ellas realmente desean.

### **2.4.2.3 DISTRIBUCIÓN**

Este servicio se ofrecerá principalmente en los siguientes sectores de la ciudad de Guayaquil:

- El Norte, está dividida en tres sectores principales: Urdesa, esta ciudadela se divide en tres sectores:
- Urdesa Central,
- Lomas de Urdesa y,
- Urdesa Norte.

Esta ciudadela es reconocida por ser una de las partes de la ciudad en la cual se pueden realizar diferentes tipos de comercio, ya sean negocios a nivel profesional y también encontramos que gran parte de la juventud y gente adulta visita estos sectores para recreación y diversión personal ya

que cuenta con una gama de restaurantes, cafeterías, discotecas, bares, entre otros... Estos negocios se encuentran ubicados en la avenida Víctor Emilio Estrada, ya que es la avenida principal de esta gran ciudadela, por ende, el sector más concurrido.

- **La Alborada**, esta ciudadela está dividida en catorce etapas. Esta ciudadela encontramos una gama de comercio, similar a la ciudadela Urdesa. Además, cuenta con diferentes centros comerciales como: “La Rotonda”, “Plaza Mayor”, “Gran Albocentro”, “Riocentro” y “City MAIL”.

- **Sauces**, esta ciudadela cuenta con un total de nueve etapas, en este sector encontramos gente de nivel económico medio, esta ciudadela se ubicada junto a la Alborada y Acuarela del Río (cerca del Terminal Terrestre).

- **Centro**, aquí encontramos los diferentes lugares turísticos de la ciudad, tales como: Malecón 2000, Malecón del Salado, Avenida 9 de octubre, Parque de las Iguanas, Parque la Victoria, Cerro Santana, Zona Rosa

- **Sur**, en este sector de la ciudad podemos visualizar algunos lugares turísticos, tales como: Mall del Sur, Rio centro Sur, Centro Cívico, Estadio Capwell.

Se abarcaren las zonas principales y sus alrededores de cada sector de la ciudad de Guayaquil; debido a los niveles de seguridad que como compañía ofrecemos, nos limitaremos a hacer uso de este servicio en las zonas de peligro de la ciudad, por cuanto no podemos arriesgar la vida de nuestras conductoras. Las carreras que se realizaran en el sector Sur de la ciudad tendrán limitaciones, puesto a que la sede de TAXI DONZELLE estará ubicada en el norte de la ciudad, dado a esto las restricciones de hacer carreras dentro del sector sur mismo se limitarían ya que la capacidad

máxima que ofrece nuestra compañía no abastecería toda la ciudad en su totalidad. Nuestra firma hace excepciones en carreras de sur a norte, de sur a centro o viceversa debido a que el costo de oportunidad de realizar la carrera es más factible para Taxi Donzelle.

### **2.4.3 ESTRATEGIA DE MERCADO**

Como estrategia trabajamos a través de Nicho de Mercado, ya que nuestra empresa se enfoca exclusivamente a satisfacer las necesidades de las mujeres jóvenes y adultas de la ciudad de Guayaquil, a quienes se les brindará un servicio eficiente, cómodo, y seguro al momento de tomar una de nuestras unidades.

## **2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.5.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

La investigación de mercado que se realizara está dirigida principalmente a tratar con las necesidades de las clientas, del mercado y además la competencia para así poder determinar parte de nuestro objetivo general, es decir, “determinar la factibilidad del negocio” y así poder conocer si es viable. Esta investigación nos ayudara a recopilar la información necesaria que nos permita tomar decisiones que estén dirigidas a la satisfacción del cliente, al crecimiento de la firma y a las prevenciones necesarias de la competencia.

### **2.5.2 OBJETIVOS**

#### **2.5.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Recopilar la información necesaria que requiere el proyecto con el fin de poder conocer las necesidades de nuestros clientes potenciales y a su vez

poder determinar los principales factores que se deben tomar en cuenta en la elaboración de un proyecto, y así poder ofrecerlo en el mercado de una manera eficiente.

#### **2.5.2.2 OBJETIVO ESPECIFICO:**

- Determinar el nivel de aceptación de la creación de una firma de transporte privado exclusivo para mujeres.
- Conocer las preferencias de los clientes potenciales acerca del servicio que vamos a ofrecer.
- Dar a conocer nuestro servicio a través de los medios de comunicación más conocidos.

#### **2.5.3 DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN**

Como sabemos estas necesidades muestran una información entre la información que a los usuarios les gustaría conocer y lo que realmente necesitan y se les es factible ofrecer, es decir, es la información que se puede dar a conocer a los usuarios externos.

En nuestra compañía lo primordial que debemos darles a conocer es acerca de nuestro servicio, que es lo que ofrecemos además del traslado de un lugar a otro, necesitamos empaparlos de los riesgos que se van a evitar, y la seguridad que buscamos ofrecer como compañía, quizás muchos (en su gran mayoría hombres) piensen que estamos creando un tipo de feminismo, pero lo que realmente buscamos es proteger a las mujeres de toda edad porque como ya vimos el nivel de inseguridad cada día se incrementa más.

#### **2.5.4 DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN**

De la misma manera que ofreceremos información también debemos recopilar la misma, esto lo haremos a través de nuestra competencia, observando que hacen y cómo podemos mejorarlo.

Este estudio de mercado se fundamentara también en la recolección de información a través de encuestas, grupos focales, entrevistas, redes sociales y todo medio de comunicación, el cual nos dé a conocer que piensan las clientas, que desean, que opinan acerca de esta nueva firma, y esta información que nos servirá para saber las probabilidades de éxito que como firma podríamos tener y que podríamos mejorar acorde con lo que las usuarias demandan hoy en día.

#### **2.5.5 REQUISITOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los requisitos que necesitaremos para llevar a cabo nuestra investigación son:

- Introducción
- Justificación y Planteamiento del problema
- Problema de investigación
- Objetivos
- Investigación documental
- Hipótesis
- Tipo de estudio
- Enfoque mixto
- Instrumentos utilizados
- Observaciones
- Entrevistas

- Cuestionarios, encuestas, grupos focales. Interpretaciones de cada uno de estos con sus respectivos gráficos,
- Interpretación de los resultados, exposición de cada una de las hipótesis, poner datos de las observaciones y las entrevistas y cuestionarios que la afirman o la rechazan
- Conclusiones

## **2.5.6 PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La planeación es para el investigador la mejor forma de lograr objetivos que de otra manera sería difícil obtener. Es el instrumento que nos permitió elegir las mejores opciones y sobre todo, nos ayudo a fijar correctamente el curso concreto de nuestra investigación, hemos elaborado nuestro programa de trabajo de la siguiente manera:

### **2.5.6.1 LAS POLÍTICAS**

Utilizamos para esto diferentes maneras para poder recolectar información acerca de las diferentes opiniones de la población a quienes nos vamos a dirigir, nosotros como encuestadores, nos dirigimos directamente a las personas en la investigación de campo.

### **2.5.6.2 LOS PROCEDIMIENTOS**

Secuencia cronológica de pasos para lograr elegir el tema de nuestro proyecto de tesis, nuestra marca y nombre de la marca, logo de cómo será conocido, y por medio de esto veremos si nuestro nuevo servicio será aceptado y si existe una necesidad para ofrecerlo dentro de la ciudad de Guayaquil.

### 2.5.6.3 LOS PROGRAMAS

Secuencia a seguir para lograr alcanzar nuestro objetivo donde nuestra variable principal es el tiempo, nuestro tiempo de culminación de nuestra investigación.

### 2.5.6.4 LOS PRESUPUESTOS

Estimación cuantitativa de los pasos para nuestro programa, entre estos están el presupuesto de ingresos y egresos de nuestra nueva empresa.

#### **Cronograma:**

- 1. Fijación de Objetivos.** Delimitamos claramente los objetivos en función de: ¿Qué tipo de investigación queremos realizar?, ¿Qué sabemos del tema?, ¿Qué tan preciso será el plan?, ¿Qué tan limitado será el control?, ¿Con qué recursos se cuenta?
- 2. Listado de Actividades.** Hicimos un listado de todas y cada una de las actividades que debieron realizarse en la investigación.
- 3. Determinación de tiempos.** En estos niveles donde más cuenta nuestra experiencia ya que a pesar de que existen algunas formulas para la fijación de tiempos, todas se basan en el criterio y sobre todo en el esfuerzo individual o colectivo que se esté dispuesto a realizar.
- 4. Ordenación de actividades.** Para organizar las actividades es necesario considerar las etapas del diseño de la investigación con el fin de seguir una secuencia lógica, sin embargo si se llegara a presentar algún error en la siguiente etapa podrá corregirse.

**5. Elaboración de la matriz secuencial.** La matriz es una tabla donde se indica la secuencia de cada actividad señalando las que le preceden las simultáneas y las posteriores.

**6. Elaboración de la gráfica.** Consiste en convertir los tiempos de depuración de las actividades en barras cuya longitud la determina su duración y su secuencia la matriz.

**7. Seguimiento y control.** Debe corroborarse paso a paso tanto su cumplimiento como su corrección.

#### **2.5.7 DATOS PRIMARIOS:**

La recopilación de los datos primarios es necesaria cuando un investigador no puede encontrar los datos necesarios en fuentes secundarias. No puede ser un conjunto de datos recogidos en el pasado, esta información es relativamente fácil de obtener, la secuencia de las preguntas pueden ser fácilmente cambiadas, se lo realiza a través de entrevistas, encuestas, formulación de diferentes preguntas a personas anónimas, y otro punto favorable es que generalmente no son costosas para la personas que realiza el estudio de mercado.

Vamos a recopilar y desarrollar datos a partir de:

- Grupos focales, debido a la interacción del cliente en el momento y conocer su opinión y preferencias.
- Las entrevistas, ya que nos permiten recolectar información acerca del servicio de taxis.

- Las técnicas proyectivas, pues con esto averiguamos como sería reconocida nuestra marca a través de imágenes.
- Encuestas, utilizando un cuestionario de una encuesta a una muestra

### 2.5.7.1 FOCUS GROUP (Grupos Focales)

Discusión no estructurada, donde el moderador fomenta el libre flujo de ideas. Los participantes son libres de hablar con otros miembros del grupo, lo que nos ayudó a tener ideas frescas sobre TAXI DONZELLE.

Ilustración 16 Focus Group (Grupos Focales)



Fuente: Imagen de las Autoras

#### Objetivos:

- Recopilar información de las partes interesadas externas con respecto a sus necesidades y saber lo que piensan sobre la introducción de este nuevo servicio.

- Solicitar información sobre las fortalezas, debilidades, oportunidades, y amenazas, lo cual nos ayudan a desarrollar la marca.
- Utilizar el aporte de grupos de enfoque para determinar las descripciones de los consumidores del nuevo producto, la satisfacción que sentiría, y las ideas generales de una campaña publicitaria.

**Fecha:**

Marzo 3, 2012

**Participantes:**

- Ivette Solórzano Loor
- Lissette Pogo
- María José Almiña
- Erika Villa Chica
- Natasha Yulan
- Eliana Blancas
- Kary Morales

**Moderador:**

- Glenda Flores Vélez

**Tras Cámaras:**

- Carolina Lertora
- Valeria Chávez

**Los detalles sobre la forma en que se llevó a cabo:**

- Los participantes elegidos entre un grupo de personas. Inicialmente las participantes del Focus Group (grupos focales) son exclusivamente mujeres, puesto que nuestro servicio está dirigido a ellas, se procedió a juntarlas a todas en la sala para poder tener una conversación amena con ellas respecto al servicio que ofrece nuestra firma, una vez que todas entraron en confianza, la moderadora comenzó a realizarles preguntas acerca de este nuevo servicio.

- Cabe recalcar que las seleccionadas están entre los 18 a 25 años de edad y en su mayoría son estudiantes de universidad.
- Las preguntas se hicieron al mismo tiempo y cada participante dio su punto de vista.
- Para desarrollar este grupo de enfoque las participantes fueron informadas acerca del servicio, y pudieron visualizar con sus ojos los diferentes servicios que ofrecería nuestro servicio de transporte privado de mujeres, conducido por mujeres mismo.

#### **Preguntas:**

- **¿Qué piensas sobre el nuevo servicio de taxi?**

La respuesta a esta pregunta nos ayudo a obtener una idea más clara de los participantes y sobre lo que ellos piensan, si creen que es necesario o no en esta ciudad trasladarse de una manera más segura.

- **¿Cuáles son los pros y contras de este servicio? ¿Está de acuerdo con la introducción de este nuevo servicio exclusivo sólo para mujeres?**

Aquí se analizo la intervención de cada participante con el fin de conocer su opinión acerca de la introducción de este nuevo servicio y saber cuál sería la probabilidad de que usen este servicio. Creemos que esta es la pregunta clave, porque sabremos si es buena idea desarrollarla.

- **¿Cuál es su opinión sobre las mujeres y la demanda de taxis exclusivo para ellas?**

Hay diferentes tipo de preferencias de lo que es la demanda de transporte privado exclusivo para las mujeres, cada uno de los participantes nos dio su punto de vista, debido a que las mujeres escogen que tipo de servicio prefieren dependiendo de su seguridad.

- **¿Cómo le gustaría a usted que el taxi fuera?**

Características en las que podemos enfocarnos con mayor interés, máximo a las mujeres. La mayoría prefiere un diseño personalizado en el taxi, que tenga un color característico, y diferentes tipos de comodidades para ellas, pero en especial las herramientas con las que contara el taxi para su seguridad.

- **¿Cuáles serían las recomendaciones que usted le daría a nuestra empresa para llevar a cabo este servicio de TAXI DONZELLE?**

Creemos que es importante conocer las recomendaciones de las mujeres, por lo que están buscando para este nuevo producto que puede satisfacer sus necesidades.

- **¿Demandaría usted este servicio?**

Es importante saber si el nuevo servicio será atractivo a vista de las mujeres y por ende si este será demandado, por lo general, la mayoría de mujeres no hacen uso de un producto o servicio después de su lanzamiento pero podrían demandarlo después de algún tiempo de haberlo lanzado.

#### **2.5.7.1.1 CONCLUSIONES DEL FOCUS GROUP:**

- La mayoría está de acuerdo con el nuevo servicio que ofrecemos.
- La mayoría de las mujeres, ve atractivo el hecho de que el servicio sea exclusivamente para ellas, sienten curiosidad por la novedad de este nuevo servicio, lo mismo que lo hace llamativo.

- La mayoría de las participantes mencionaron que el precio debe ser justo, medible de acuerdo con el taxímetro, esto lo hace transparente y confiable.
- Se afirmó que el diseño es muy importante, demuestra hacia quien va dirigido nuestro servicio, a simple vista, también por el logo, y lema del mismo, el color de preferencia que todos señalaron es el color rosa.
- Los taxis son muy atractivos en especial para las chicas que están en las universidades y necesitan muchas veces un medio de transporte dirigido sólo para ellas, ellas pensaron que es una manera de ahorrarse el tiempo, pues a veces las cooperativas tardan mucho tiempo en enviar taxis a casas de las señoritas por la demanda de empresas en general, y por hombres, entonces esto les da la ventaja de que ellas encontrarán vehículos disponibles en un menor tiempo posible, y sobre todo seguro y exclusivo.

### **2.5.7.2 ENTREVISTAS**

**Ilustración 17. Entrevistas**



**Fuente: Autoras**

Las entrevistas son las investigaciones cualitativas, las cuales nos permite conocer opiniones personales, creencias y valores; el sondeo es muy útil y a su vez descubre problemas ocultos. Comenzamos con preguntas generales y la relación se establece a continuación, luego procedimos con preguntas que nos permitieron conocer con más detalles sobre aquello que pensaban los diferentes participantes, y así pudimos darnos cuenta de las diferentes opiniones y perspectivas que nos ayudaron a mejorar nuestro servicio.

Hicimos entrevistas a un grupo de estudiantes universitarios de la Facultad de Comunicación Social “FACSO”, para que nos diesen a conocer sus diferentes puntos de vista acerca del lanzamiento de un nuevo servicio de taxis dirigido sólo para mujeres y conducido por ellas, también entrevistamos a dos mujeres que nos facilitaron información en el Focus Group , ya que nos dimos cuenta de que estas mujeres tienen puntos de vista importantes para nuestra firma, por lo cual se las entrevistaron para poder conocer un poco de cerca sus diferentes opiniones.

**Fecha:**

Abril 2, 2012.

**Entrevistados:**

- Entrevista en grupo:
  - o María José Encalada
  - o Verónica Segalae
  - o Libia Astudillo
  - o Gabriela Carrión
  - o María Belén Arévalo
  - o Janine Ordoñez
- Entrevistas Personales (uno a uno)
  - o Milena Segarra
  - o Natasha Yulan

**Entrevistadores:**

- Glenda Flores
- Carolina Lertora

**Tras cámaras:**

- Valeria Chávez

**Preguntas Realizadas:**

- ¿Usa el servicio de transporte de taxi?, Porqué o por qué no?
- ¿Qué tipo de taxi prefiere?
- ¿Por qué las personas se sienten a gusto al momento de tomar un taxi?
- ¿Cuál es su opinión sobre las mujeres al volante, y la demanda de mujeres de este tipo de servicios exclusivos?
- ¿Podría describir como era el servicio de taxi antes?
- ¿Que nos recomendaría como empresa para llevar a cabo TAXI DONZELLE en caso de que esta se ponga en marcha?

**Ilustración 18. Entrevistas**



#### **2.5.7.2.1 CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA**

- Una de las mujeres confeso que usa el transporte de taxi para llegar en un tiempo más corto, y sentirse más segura, muchas veces tienen prisa para salir de su casa a la universidad, trabajo, o reunión.
- Otra de las mujeres confeso que le interesa mucho su vida, y le interesa sus herramientas personales, ya que son sus herramientas de trabajo y vale la pena cuidar estas cosas, a que perderlas por ahorrarse un poco de dinero.
- Las personas que quieren utilizar el nuevo servicio de taxis solo para mujeres, dicen que es muy importante desarrollar una intensa campaña publicitaria para posicionarse en la mente del consumidor, como primer ofertante de este servicio.
- Otra de las mujeres hizo el comentario de que una de las debilidades que tendrán los taxis es que serán más llamativos para los ladrones porque

verán a una mujer conduciendo, y como conocemos la mujer es más conocida por ser el sexo más débil y susceptible.

- Otra de las mujeres nos indico que al ser estrictamente para las mujeres daba a entender que estábamos a favor del feminismo.
- Las mujeres se sienten atraídas por un nuevo servicio que cumplan con las necesidades de la mujer, y más aun cuando están cortas de tiempo.

### 2.5.7.3 TÉCNICA PROYECTIVA

Esta es una forma de investigación exploratoria que hemos utilizado, y consiste en conocer las reacciones y emociones de los entrevistados que se provocan a través de las imágenes de la marca que ellas pueden visualizar. Este estudio lo hicimos con estudiantes de la ESPOL, quienes nos proveyeron sus diferentes apreciaciones a través de las diferentes imágenes que pudieron observar.

Ilustración 19. Técnica Proyectiva



Imagen: Autoras

#### Participantes:

- Eliana Blancas
- Kary Morales

- Viviana Torres

**Mediadores:**

- Valeria Chávez
- Carolina Lertora

**Tras cámaras:**

- Glenda Flores

Mostramos a las participantes las imágenes que explican un poco sobre la introducción de la nueva marca de servicios de transporte privado, TAXI DONZELLE, después de hacer grupos focales y entrevistas que pretendieron diseñar de la mejor manera a través de imágenes, y así poder ver las diferentes opiniones de las clientes.

El servicio de transporte privado para mujeres, se vería mostrado así:

Ilustración 20. Logo 1



Ilustración 21. Logo 2



Ilustración 22. Logo 3



Ilustración 23. Auto modelo LIFAN 320 Elite



Ilustración 24. Logo 4



Ilustración 25. Logo 5



Las reacciones de las mujeres fueron:

Ilustración 26. Ease, Mild



Ilustración 27. Nice, What, Smile



- **Facilidad:** Eliana encuentra simplicidad en el nuevo servicio, ella piensa que el servicio no debe ser demasiado feminista con los colores, se sugiere que el color de los carros sea amarillo al igual que los demás.
- **Leve:** Todas las mujeres se sienten plácidas con este nuevo servicio, en términos generales les encanta la idea de la mujer al volante, se ve al servicio bien marcado y de mucha personalidad, elegante, y chic a la vez.
- **Lindo:** Kary se siente complacida con el nuevo servicio, le encanta, piensa que este nuevo servicio será completamente aceptado por las mujeres.
- **¿Qué?:** Eliana se siente un poco confundida con esta idea, y ahora piensa que está bien, todos los servicios que este va a ofrecer, lo importante la seguridad y la distinción.
- **Sonrisa:** Todas sonrieron cuando les enseñamos las imágenes, afirman que es hora de tener un servicio diferente como este en nuestro país.

### 2.5.7.3.1 CONCLUSIONES DE LA TÉCNICA PROYECTIVA

- Como conclusiones podemos destacar que todas las mujeres piensan que es un servicio muy interesante, porque al momento de que les

mostramos las imágenes de TAXI DONZELLE, dijeron que la idea les parecía ya como real, que les atrajo mucho, y aumenta la delicadeza de las mujeres.

- Las participantes declararon que el nuevo servicio les ofrecen diferentes sentimientos que otros servicios de transportes no logran, como, glamur, el atractivo, la liberación, la sutileza, entre otros.
- Este nuevo servicio será identificado en el mercado, por su color, su glamur, y delicadeza es un contraste con otros tipos de taxis.
- Se afirmó que este nuevo servicio genera nuevos estímulos de satisfacción
- Hay mujeres que dicen que identificar al taxi solo para mujeres es una clase de sexismo.
- Estuvieron de acuerdo en que lo más razonable y lógico es el uso del taxímetro para que el precio del servicio del taxi sea justo y aclararon también el uso de dos tarifas: diurna y nocturna.
- La prueba de imagen es un método muy útil que los investigadores prefieren, la mayoría en el momento de la recolección de una investigación exploratoria, nos dimos cuenta de que este método es mucho más confiable que las encuestas o entrevistas, las mujeres están más abiertas a ayudar cuando hay algo visual de lo cual ellas puedan opinar.

### **2.5.8 Encuestas**

#### **2.5.8 .1POBLACION OBJETIVO**

En nuestra investigación de mercado nos dirigimos solamente al sexo femenino, puesto que nuestro servicio solo es para mujeres, con la ventaja

de que también pueden andar con sus hijos hasta los 12 años de edad máximo; el nivel socioeconómico debe ser para mujeres de clase media en adelante, las cuales estén interesadas en hacer uso de nuestro servicio de transporte privado para mujeres.

#### **2.5.8.2 TAMANO DE LA MUESTRA**

El tamaño de la muestra será el número de mujeres que componen la muestra extraída de la población guayaquileña, los cuales son necesarios para que los datos que se obtienen sean datos representativos de la población a utilizar.

Para poder determinar el número de encuestas que se van a realizar, se debe establecer en primer lugar un grado de confianza seguido de un margen de error, y además, tomar en cuenta los siguientes factores:

#### **2.5.8.3 NIVEL DE CONFIANZA (Z)**

El nivel de confianza es la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza.

Designaremos un nivel de confianza del 95%, dado a este nivel de confianza obtenemos a través de una tabla de distribución normal un valor  $Z=1.96$

#### **2.5.8.4 MÁXIMO ERROR PERMISIBLE (E)**

Error aceptable en base a una muestra “n” y un límite o grado de confianza “x”. Por lo tanto definimos a este error con un margen del 5%.

### 2.5.8.5 PORCIÓN ESTIMADA (P)

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico. En nuestro caso quiere decir que, es la probabilidad de aceptación de nuestro servicio de transporte privado para mujeres, es decir, que la población femenina a la cual vamos dirigidas esté dispuesta a hacer uso de nuestro servicio; puesto que no obtenemos información previa tomaremos un porcentaje del 50% que es el promedio más usual en estos casos.

Para obtener un mínimo número de mujeres a encuestar, aplicamos la fórmula de una población infinita (mayor a 100,000 unidades). Dado a lo mencionado anteriormente la fórmula es la siguiente:

Ilustración 28. Tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{e^2}$$

Fuente: Libro. Estadística y Probabilidades.

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= 1.96; z=5%

p: 0,5

q: (1-p): (1-0,5) = 0,5

ESTABLECIENDO e: 5% = 0.05

$$n = \frac{1,96^2 (0,5 \times 0,5)}{0,0025} = 384,16$$

$$n \cong 385$$

Previo los resultados realizamos un total de 385 encuestas, las cuales se realizaron en el Norte, Centro y Sur de Guayaquil y cuyos datos fueron representativos de la población.

### 2.5.8.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA



Somos estudiantes de la ESPOL y la siguiente encuesta se la realiza con el fin de determinar la factibilidad de introducir en el mercado de la ciudad de Guayaquil un servicio de taxis dirigido para mujeres conducido solo por mujeres llamado TAXI DONZELLE. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su colaboración

#### 1. Indique el sector en donde vive

Norte \_\_\_\_\_

Centro \_\_\_\_\_

Sur \_\_\_\_\_

#### 2. ¿Usa Ud. Taxi?

Sí \_\_\_\_\_

No (en caso de decir no, se da por terminada la encuesta) \_\_\_\_\_

#### 3. ¿Con qué frecuencia hace uso del servicio de taxi a la semana?

A diario \_\_\_\_\_ 1 a 2 días \_\_\_\_\_

de 3 a 4 días \_\_\_\_\_ de 5 a 6 días \_\_\_\_\_

**4. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que Ud. considere es el más seguro. (En orden de preferencia siendo uno el mayor)**

Bus \_\_\_\_\_

Carro particular \_\_\_\_\_

Taxi Amarillo \_\_\_\_\_

Taxi Amigo \_\_\_\_\_

Metrovia \_\_\_\_\_

**5. ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de robo, secuestro en algún transporte público o privado?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**6. ¿Siente confianza al momento de tomar un taxi en la calle?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**7. ¿Se sentiría más segura en un servicio exclusivo para mujeres conducido por mujeres?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ (si su respuesta es no finalice su respuesta)

**8. ¿Con que servicios le gustaría contar en este taxi?(Ponga del 1 al 10 para cada opción, siendo 10 el más importante ).**

Taxímetro \_\_\_\_\_

GPS \_\_\_\_\_

Kits de belleza \_\_\_\_\_  
 Teléfono \_\_\_\_\_  
 Botón emergencia \_\_\_\_\_  
 Espejo en el asiento de atrás \_\_\_\_\_  
 Cd's de música en el vehículo. \_\_\_\_\_  
 Seguro de vida \_\_\_\_\_

**9. ¿ Qué color de vehículo le gustaría para diferenciar nuestro servicio de transporte privado para mujeres?, Indique el color de preferencia**

Rosado  
 Púrpura  
 Celeste  
 Verde  
 Naranja  
 Otro (indique)

**10. ¿Edad?**

11 –16 Años \_\_\_\_\_ 17 – 22 Años \_\_\_\_\_ 23 – 28  
 Años \_\_\_\_\_  
 29 – 34 años \_\_\_\_\_ 35 años en adelante \_\_\_\_\_ 2.5.8.7

**ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

**1. INDIQUE: ¿En qué sector vive?**

**Estadísticos**

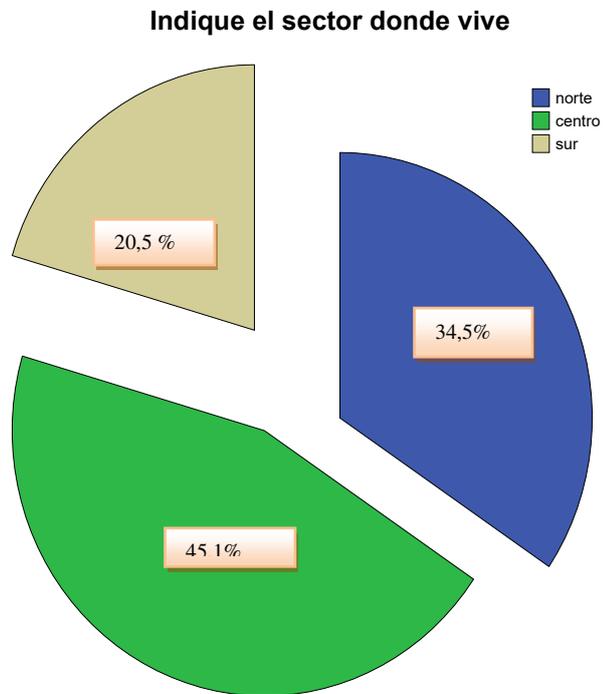
**Tabla 5. SPSS, EN QUÉ SECTOR VIVE?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VALIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO**

N	Válidos	385
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Norte	133	34,5	34,5	34,5
	Centro	174	45,1	45,1	79,5
	Sur	78	20,5	20,5	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Datos Estimados por las autoras

Ilustración 29



Datos estimados por el autor

Mediante el estudio de mercado realizado a través de las encuestas, en la diferentes partes de la ciudad de Guayaquil, se pudo percibir que un total del 45,1% (174 del total) de mujeres a las cuales se les realizo las encuestas habitan en el sector centro de la ciudad; 34,5% (133 del total) de mujeres

habitan en el sector norte; 20,5% (78 del total) de mujeres habitan en el sector sur de la ciudad de Guayaquil. Estos resultados nos muestran un posible uso de nuestro servicio mayoritario en el sector centro de la ciudad, lo cual se confirma a continuación en las siguientes preguntas de la encuesta.

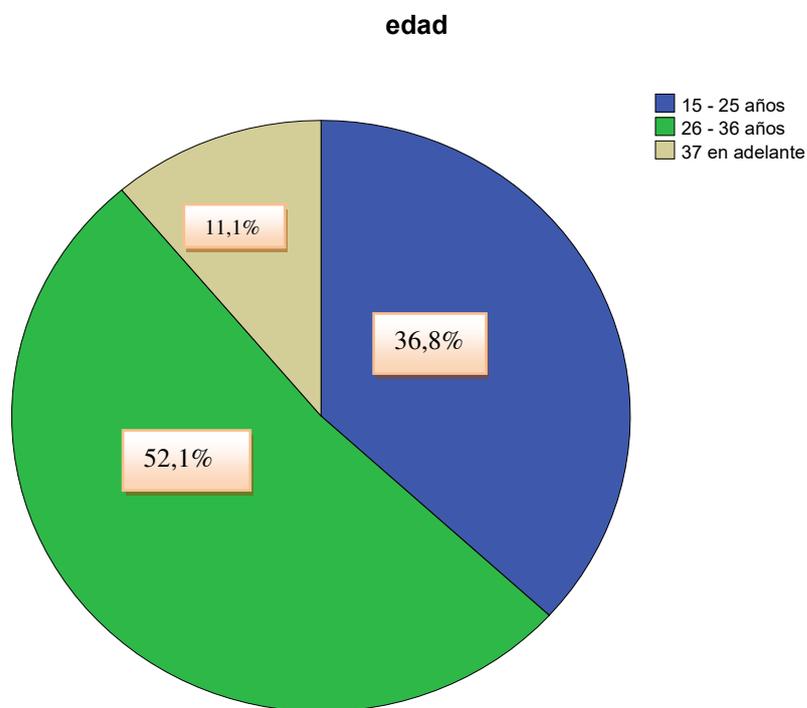
## 2. ¿Qué edad tiene?

**Tabla 6. ¿QUÉ EDAD TIENE?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15 - 25 años	142	36,8	36,8	36,8
	26 - 36 años	200	52,1	52,1	88,9
	37 en adelante	43	11,1	11,1	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Ilustración 30. ¿QUÉ EDAD TIENE?**



Datos estimados por el autor

Del total de personas encuestadas pudimos observar que un total de 200 encuestas de 385 realizadas están en un rango de 26-36 años es decir una edad joven-adulta; 142 encuestas de 385 realizadas se encuentran en una edad joven; y de un total de 385 encuestas realizadas solo 43 mujeres se encuentran en una edad adulta.

### 3. ¿Usa usted taxi?

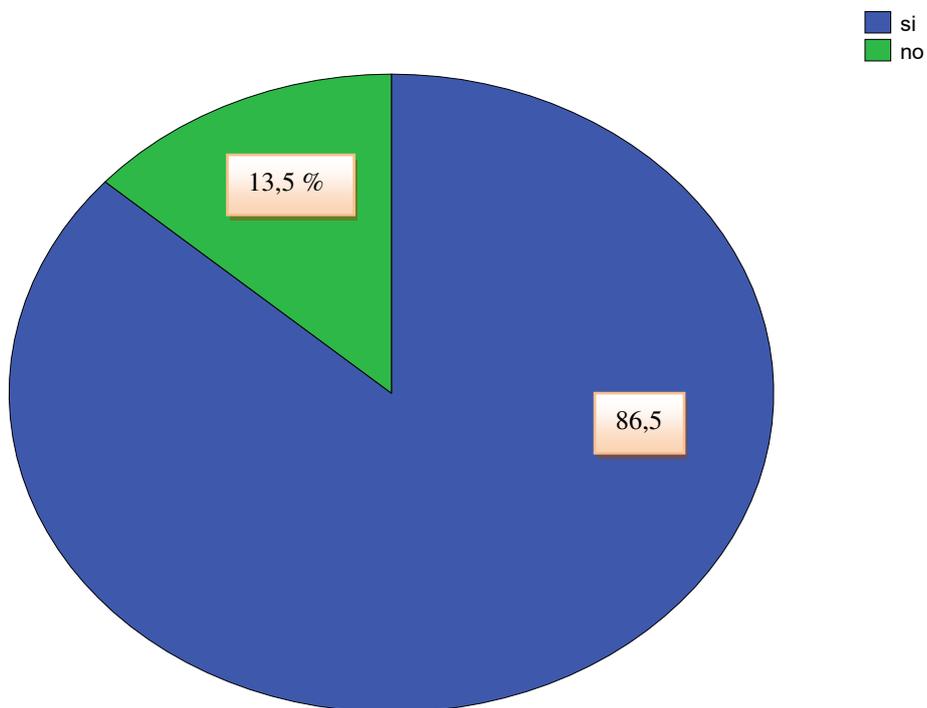
Tabla 7. SPSS: ¿USA USTED TAXI?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	334	86,5	86,5	86,5
No	51	13,5	13,5	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Ilustración 31

#### Usa usted taxi?



Datos estimados por el autor

Del total de encuestas realizadas (385) podemos observar que un 86,5% de mujeres encuestadas usan taxi, es decir que las probabilidades de que decidan usar nuestro servicio también son altas, lo cual observaremos a medida que analicemos todas las preguntas de la encuestas, para así llegar a un resultado más específico en cuanto a la aceptación de nuestro servicio de transporte privado; el 13.5% restante no hace uso de este servicio, por lo cual, este porcentaje se tomara como datos perdidos, ya que no hay probabilidad alguna de que tomen nuestro servicio, ya sea porque poseen vehículo propio o por el riesgo que enfrenan cuando toman un taxi en la calle.

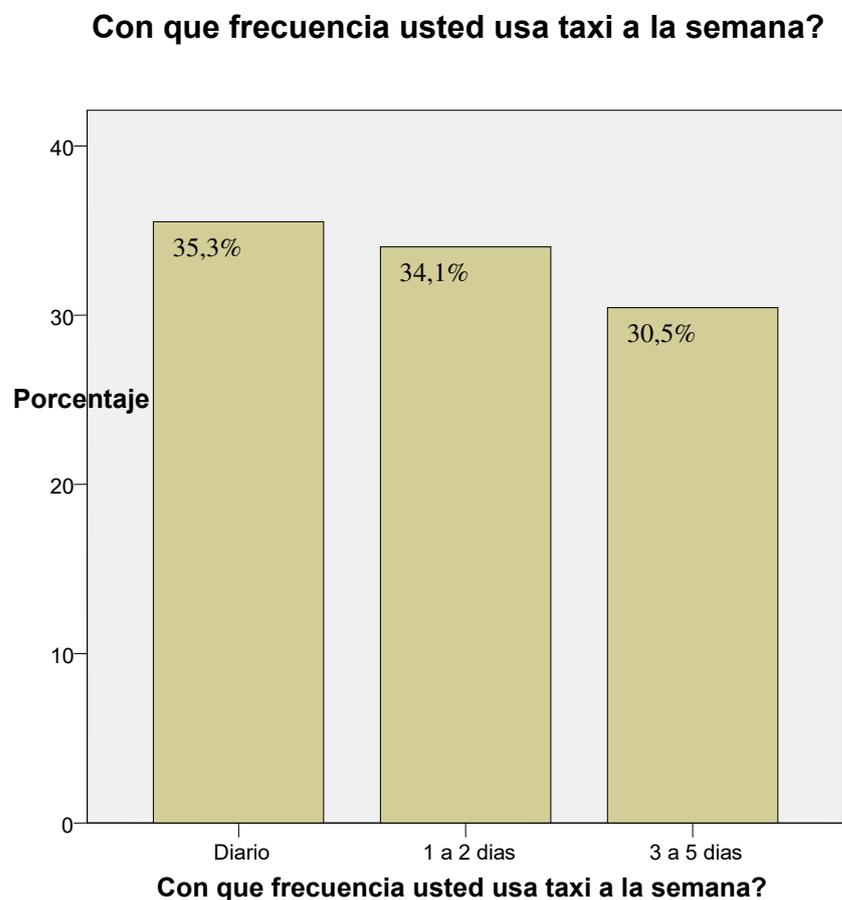
#### 4. ¿Con que frecuencia usted usa taxi a la semana?

Tabla 8. SPSS: ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED USA TAXI A LA SEMANA?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO

##### Con qué frecuencia usted usa taxi a la semana?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diario	118	30,6	35,3	35,3
1 a 2 días	114	29,5	34,1	69,5
3 a 5 días	102	26,4	30,5	100,0
Total	334	86,5	100,0	
Perdidos	51	13,5		
Total	385	100,0		

**Ilustración 32. ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED USA TAXI A LA SEMANA?.**



Fuente: Datos estimados por las Autoras

Como podemos observar en el grafico el 30,6% (de un total de 86,5% de mujeres que usan taxi), hacen uso del servicio de taxis a diario, puesto que es más seguro y rápido para ellas al momento de transportarse de un lugar hacia otro; el 29,5% (de un total de 86,5% de mujeres que usan taxi), hacen uso del servicio de taxis de 1 a 2 días a la semana por diversas razones tales como: falta de tiempo, dirección desconocida, urgencia, etc. ; el 26,4% (de un total de 86,5% de mujeres que usan taxi), hacen uso del servicio de taxis de 3 a 5 días a la semana dado a que utilizan este servicio para

transportarse a lugares como: trabajo, universidad, colegio ya que se encuentran en días laborables.

**5. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro. (En orden de preferencia siendo 1 el más seguro).**

A continuación mostraremos los resultados de la calificación de seguridad que le dieron las mujeres a los diferentes tipos de transportes que circulan por la ciudad, en este contexto vamos a comparar el porcentaje más alto versus el porcentaje más bajo, es decir, el transporte más seguro con el más inseguro, según los resultados de las opiniones de las personas encuestadas.

**Tabla 9. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro., FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO**

		BUS				AUTO PROPIO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Seguro	31	8	9,3	9,3	123	31,9	36,8	36,8
	casi Seguro	45	10,9	12,6	21,9	35	9,1	10,5	47,3
	neutral	45	12,4	14,4	36,2	32	8,3	9,6	56,9
	poco seguro	62	16,1	18,6	54,8	92	23,8	27,5	84,4
	Inseguro	151	39,1	45,2	100	52	13,5	15,6	100
	Total	334	86,5	100	334	86,5	100		
PERDIDOS	12	51	13,5		52	13,5			
TOTAL		385	100		386	100			

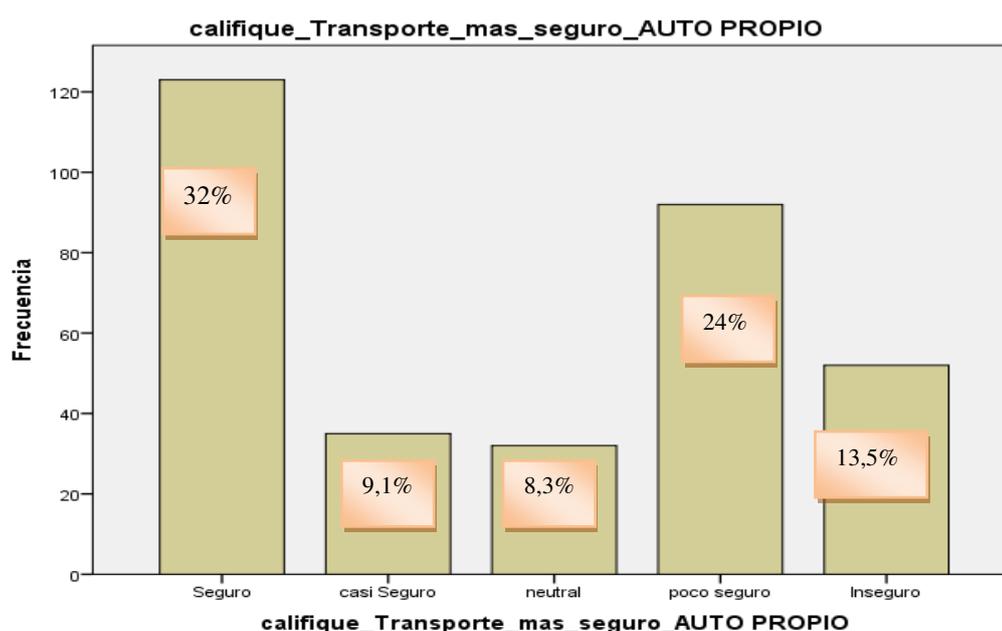
Fuente: Datos estimados por las Autoras

- El transporte más seguro que encontramos en los resultados de las tabulación de las encuestas realizadas es que un 31,9% de las mujeres que toman taxi califican al auto propio como un medio de transporte seguro, por razones obvias podemos afirmar que tienen razón ya que en este transporte el nivel de riesgo de asaltos son muy pocos, en comparación con los otros medios de transportes, pero, al igual que en los vehículos de transporte privado, la mayoría de secuestros se dan en estos vehículos. Además

debemos tener en cuenta que no todos los ecuatorianos poseen vehículo propio, por lo cual, de manera obligatoria tienen que hacer uso de los diferentes transportes que les ofrecen sus servicios a la comunidad.

- El transporte más inseguro que encontramos en los resultados de las tabulaciones de las encuestas realizadas es que un 45,2% de las mujeres que toman taxi califican al bus como un transporte inseguro, lo que es de esperarse ya que la mayoría de asaltos se dan en este tipo de transporte, lo cual ha generado un alto nivel de desconfianza a nivel general del país.

**Ilustración 33. , De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro**



Fuente: Datos estimados por el autor

**En el siguiente contexto vamos a realizar una comparación de los dos medios de transportes privados que se utilizan en la ciudad de Guayaquil, con lo cual pretendemos analizar las preferencias de las mujeres cuando toman taxis hacia las diferentes partes de la ciudad,**

con el fin de medir el nivel de confianza y desconfianza que sienten ellas entre estos dos tipos de servicios que mostramos a continuación:

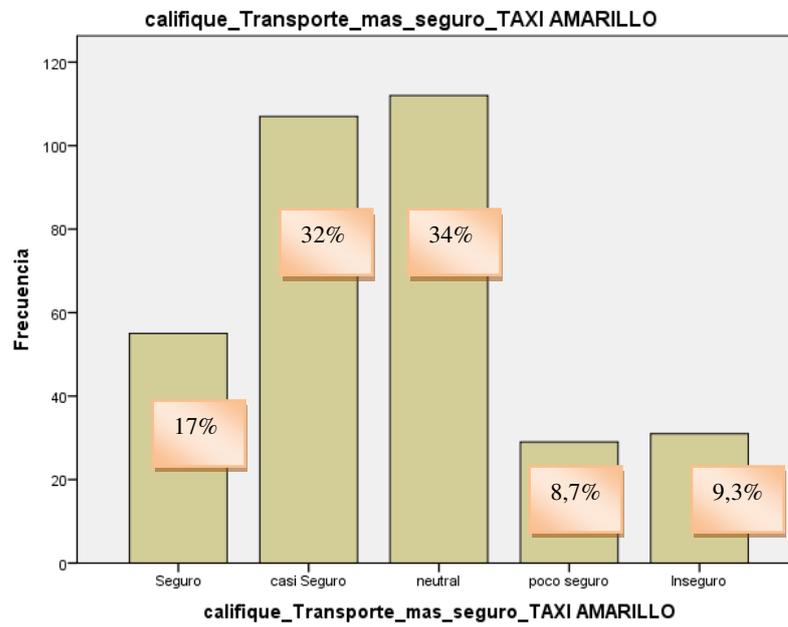
Tabla 10. SPSS: De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro., FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO

		TAXI AMIGO				TAXI AMARILLO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Seguro	82	21,2	24,8	24,8	55	14,2	16,5	16,5
	casi Seguro	87	22,5	26	50,8	107	27,7	32	48,5
	neutral	80	20,7	24	74,8	112	29	33,5	82
	poco seguro	39	10,1	11,7	86,2	29	7,5	8,7	90,7
	Inseguro	46	11,9	13,8	100	31	8	9,3	100
	Total	334	86,5	100	334	86,5	100		
PERDIDOS	12	5	1	13,5					
	TOTAL	385	100			388	100		

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

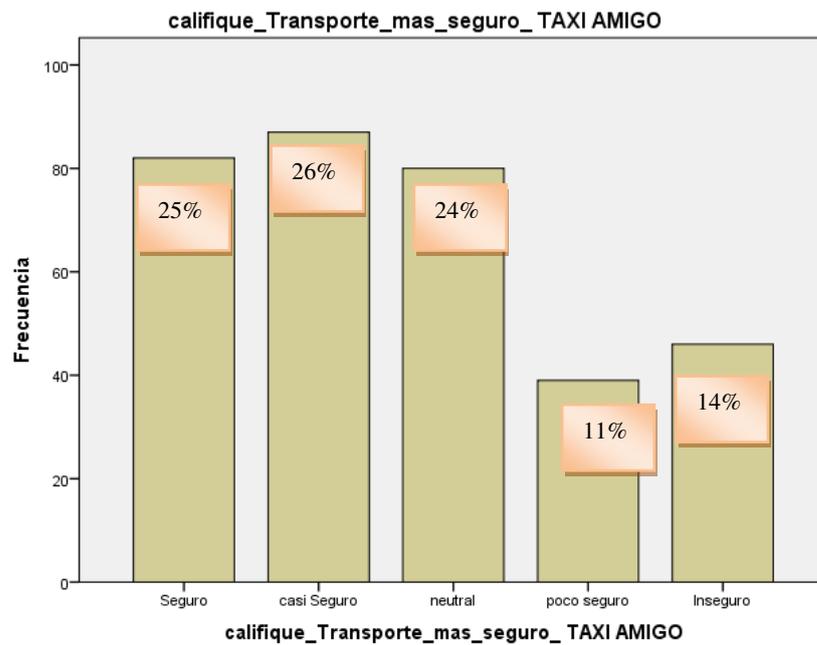
- Acorde a los resultados de las encuestas realizadas del total de mujeres que hacen uso del servicio de taxis, un 24,6% piensan que el TAXI AMIGO, es un medio de transporte más seguro que el TAXI AMARILLO, puesto a que en los pensamientos de la mayoría de mujeres que encuestamos tienen la percepción de que en la mayoría de taxis amarillos ocurren los secuestros, violaciones, robos y demás. dado a estas razones a la hora de tomar un taxi entre estos dos ellas prefieren tomar un TAXI AMIGO, aunque el nivel de riesgo que se corre entre estos dos es significativa la diferencia.

**Ilustración 34 SPSS 1, De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro**



Fuente: Datos estimados por el autor

**Ilustración 35. De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro**



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

En el siguiente contexto vamos a realizar una comparación de los dos medios de transportes públicos que se utilizan en la ciudad de Guayaquil, con lo cual pretendemos analizar las preferencias de las mujeres cuando toman estos transportes hacia las diferentes partes de la ciudad, con el fin de medir el nivel de confianza y desconfianza que sienten ellas entre estos dos tipos de servicios que mostramos a continuación:

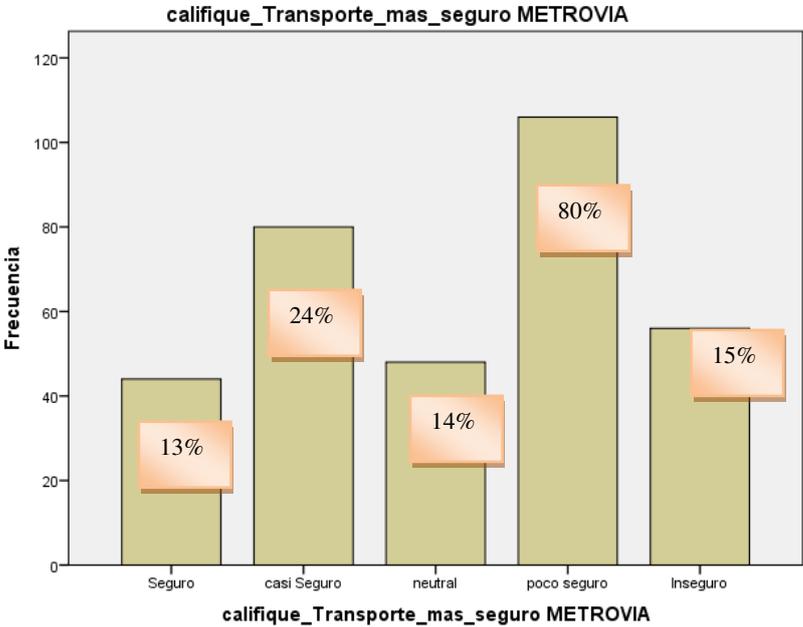
Tabla 11. SPSS: De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro., FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO

		BUS				METRO VIA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Seguro	31	8	9,3	9,3	44	11,4	13,2	13,2
	casi Seguro	45	10,9	12,8	21,9	80	20,7	24	37,1
	neutral	45	12,4	14,4	38,2	48	12,4	14,4	51,5
	poco seguro	62	16,1	18,6	54,8	106	27,5	31,7	83,2
	Inseguro	151	39,1	45,2	100	56	14,5	16,8	100
	Total	334	86,5	100		334	86,5	100	
PERDIDOS	12	5	13,5		52	13,5			
TOTAL		385	100		388	100			

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

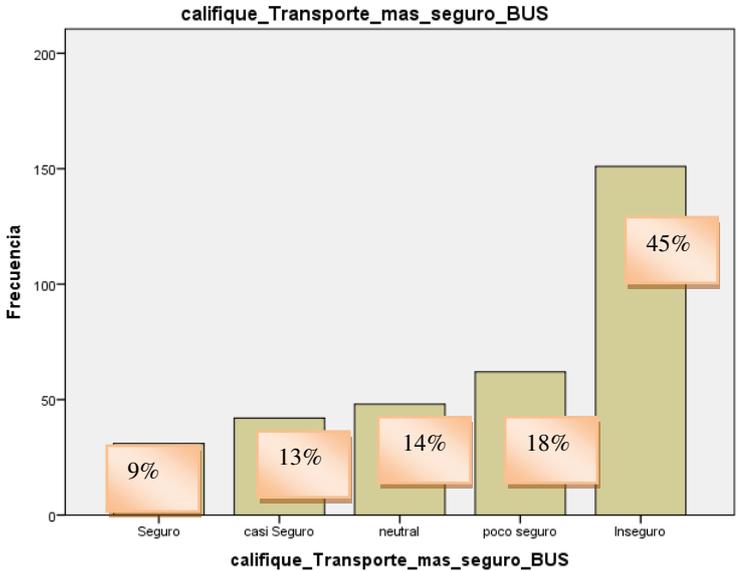
- Acorde a los resultados de las encuestas realizadas del total de mujeres que hacen uso del servicio de taxis, un 13,2% piensan que el METROVIA, es un medio de transporte público más seguro que el BUS, puesto a que en los pensamientos de la mayoría de mujeres que encuestamos tienen la percepción de que en los buses es una manera mucho más fácil de robar porque se sube cualquier tipo de gente, lo cual provoca que los riesgos de asaltos sean muchos mayores a que en la metrovía, en la cual observamos que la mayoría de robos ocurren a los diferentes usuarios que lo transportan por descuido a sus pertenencias, y no por un robo a mano armada.

**Ilustración 36. SPSS 1, De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro**



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Ilustración 37. , De acuerdo a lo anterior dele una calificación a cada medio de transporte terrestre que usted considere es el más seguro**



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 6. ¿ALGUNA VEZ A SUFRIDO ROBO O SECUESTRO?

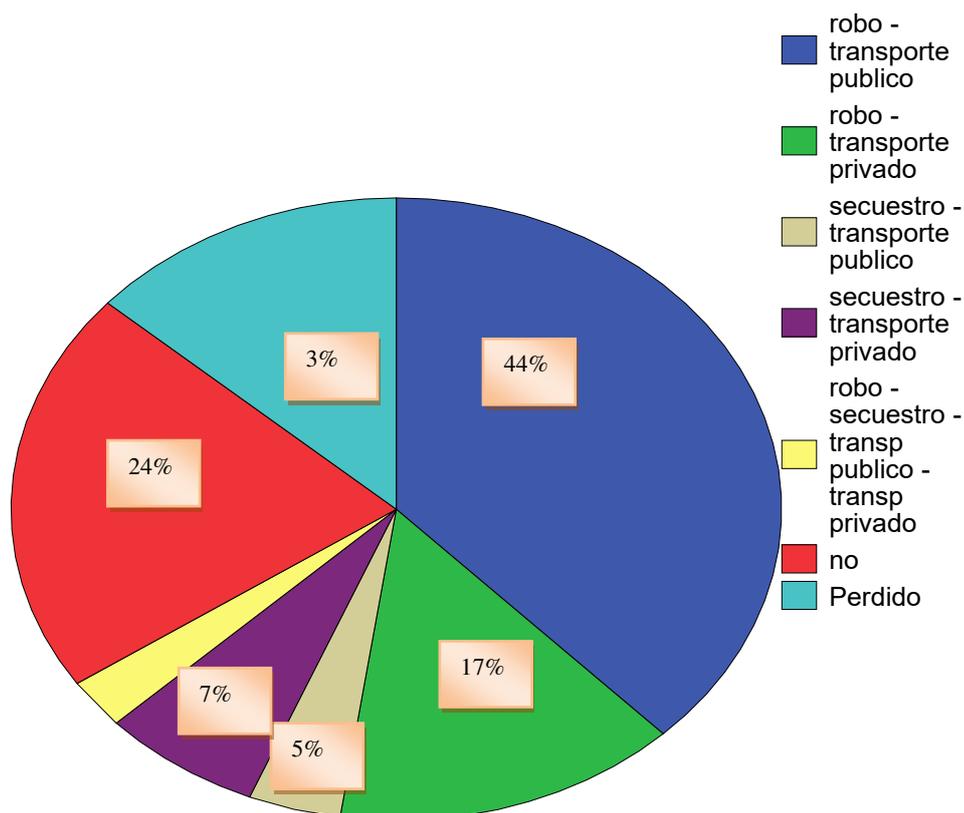
Tabla 12. SPSS: ¿ALGUNA VEZ A SUFRIDO DE ROBO O SECUESTRO?, FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	robo - transportes publicos	146	37,8	43,7	43,7
	robo - transporte privado	56	14,5	16,8	60,5
	secuestro - transporte publico	15	3,9	4,5	65,0
	secuestro - transporte privado	26	6,7	7,8	72,8
	robo - secuestro - transp publico - transp privado	10	2,6	3,0	75,7
	No	81	21,0	24,3	100,0
	Total	334	86,5	100,0	
	Perdidos	12	51	13,5	
	Total	385	100,0		

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Ilustración 38. SPSS ¿ALGUNA VEZ A SUFRIDO DE ROBO O SECUESTRO.

### Alguna\_vez\_a\_sufrido\_robo\_o\_secuestro



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Según las personas encuestadas afirman que existe mayor grado de delincuencia de robo y secuestro en el transporte público con un porcentaje del 43,7% dado que los medios de transporte públicos no ofrecen seguridad alguna y no mantienen una entrada restringida a sus clientes para evitar los robos a los demandantes de este servicio; el 16,8% de las mujeres

que fueron encuestadas han sufrido algún robo y secuestro en transporte privado ya que los medios que proporcionan este servicio no cuentan con un nivel de seguridad alto a sus clientes ni seriedad de su trabajo y por último las personas que han tenido tanto robo como secuestro en transporte público y transporte privado existe un 4,5% y 5,8%.

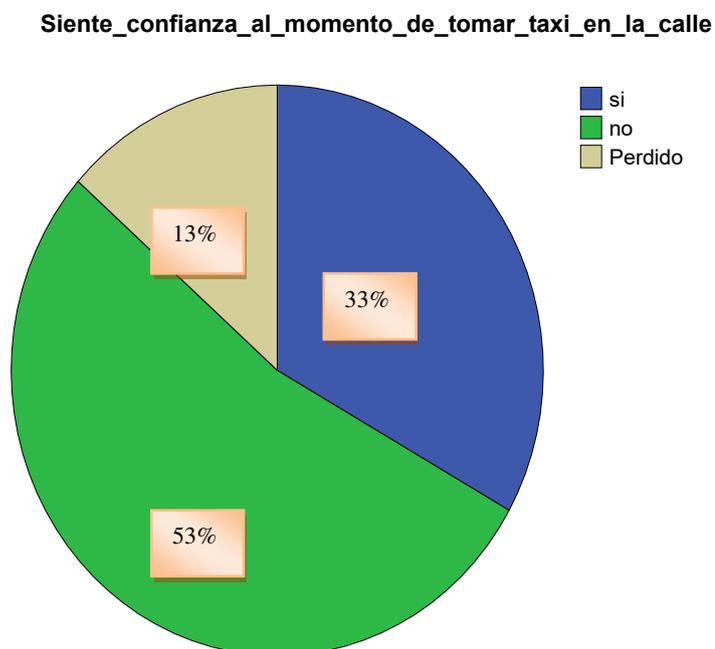
## 7. ¿Siente confianza al momento de tomar taxi en la calle?

**Tabla 13. SPSS: ¿SIENTE CONFIANZA AL MOMENTO DE TOMAR TAXI EN LA CALLE? FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Si	128	33,2	38,3	38,3
	No	206	53,4	61,7	100,0
	Total	334	86,5	100,0	
Perdidos	12	51	13,5		
Total		385	100,0		

Datos Elaborados por Autoras

**Ilustración 39 SPSS ¿ SIENTE CONFIANZA AL MOEMENTO DE TOMAR TAXI EN LA CALLE?.**



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

La confianza que adquieren las personas de tener una continuidad de utilizar el servicio de transporte de taxi según los datos adquiridos de las encuestas es de 33,2% ya que pocas mujeres les interesa mantener la seguridad y confianza del servicio que utilizan, ya sea que hagan uso diario o algunos días de la semana; el 53,4% indica el mayor grado de inseguridad que existe en la ciudad de Guayaquil por parte de las mujeres para hacer uso de un servicio de transporte de taxi por el nivel alto de delincuencia que existe y aumenta cada día.

8. ¿Se sentirá seguro coger un taxi exclusivo para mujeres?

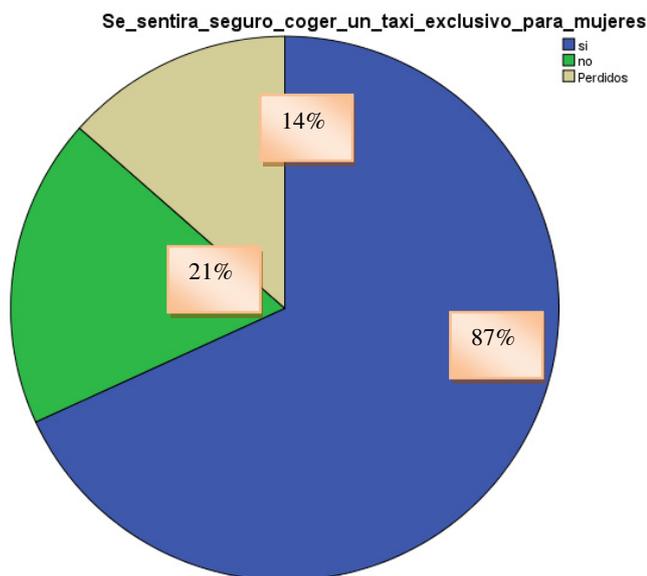
Tabla 14. SPSS: ¿SENTIRA SEGURO AL COGER UN TAXI SOLO PARA MUJERES? FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO

Se sentirá seguro coger un taxi exclusivo para mujeres

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	263	68,1	78,7	78,7
Válidos No	71	18,4	21,3	100,0
Total	334	86,5	100,0	
Perdidos 12	51	13,5		
Total	385	100,0		

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Ilustración 40. SPSS ¿ SE SENTIRA SEGURO AL COGER UN TAXI SOLO PARA MUJERES?



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Del total de mujeres que toman o hacen uso del servicio de taxis (334), el 78,7% están dispuestas a hacer uso de nuestro servicio de taxis dirigidos y

manejado exclusivamente por y para mujeres, ya que brindamos una seguridad y confianza de mujer a mujer en los recorridos. Por otra parte encontramos que un 21,3% del total de mujeres que hacen uso del servicio de taxis no estarían dispuestas a utilizar nuestro servicio, debido a que no encuentran suficiente confianza, seguridad sienten que el servicio sería igual en cuales quiera taxis que ellas tomen.

**9. ¿Qué color de vehículo le gustaría para diferenciar nuestro servicio de taxi?**

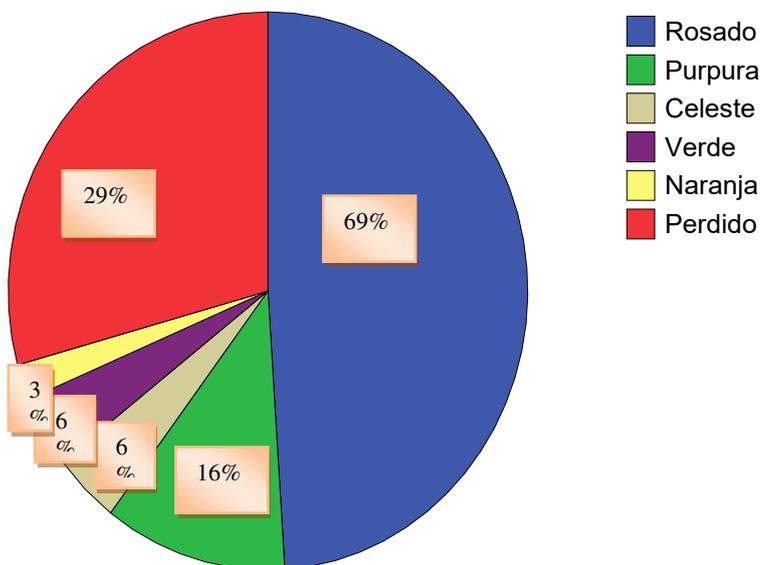
**Tabla 15. SPSS: ¿QUÉ COLOR DE VEHÍCULO LE GUSTARÍA PARA DIFERENCIAR NUESTRO SERVICIO DE TAXI? FRECUENCIA, PORCENTAJE, PORCENTAJE VÁLIDO Y PORCENTAJE ACUMULADO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Rosado	189	49,0	69,2	69,2
	Purpura	44	11,4	16,1	85,3
	Celeste	16	4,1	5,9	91,2
	Verde	16	4,1	5,9	97,1
	Naranja	8	2,1	2,9	100,0
	Total	273	70,7	100,0	
Perdidos	12	112	29,3		
Total		385	100,0		

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Ilustración 41. SPSS ¿ QUÉ COLOR DE VEHÍCULO LE GUSTARÍA PARA DIFERENCIAR NUESTRO SERVICIO DE TAXI?.

### Que color de vehiculo le gustaria para diferenciar nuestro servicio de taxi?



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Según los datos mostrados en la tabla podemos decir que, de las 273 mujeres que estarían dispuestas a hacer uso de nuestro servicio de transporte privado para mujeres un total de 189 mujeres (69,2%) han optado para que el color de nuestro vehículo sea Rosado, puesto que se identifica mejor a la mujer de hoy; la segunda preferencia fue el color Purpura con un porcentaje de 16,1% del total de mujeres que estarían dispuestas a hacer uso de nuestro servicio; el color Celeste y Verde tienen un porcentaje de preferencia del 5,9% del total de mujeres que estarían dispuestas a hacer uso de nuestro servicio; tan solo un 2,9% de mujeres prefirieron el color Naranja para el vehículo de transporte a utilizar.

### **2.5.8.8 Conclusiones de las encuestas**

Para poder determinar la demanda potencial sobre TAXI DONZELLE, mediante análisis estadísticos decidimos entrevistar a un total de 385 mujeres, de las cuales, el 86,5% usan taxis, ellas están consientes del riesgo que hay hoy en día de tomar un taxi cuales quiera que sea, debido al alto grado de delincuencia que hay en la ciudad, de este total de mujeres entrevistadas, un 78,7% se sentiría más segura en tomar un taxi exclusivo para mujeres para así disminuir los riesgos, y además, para poder contar con varios servicios adicionales los cuales brindara nuestra firma, debido a que estamos conscientes de que no se trata de realizar una carrera y cobrar por ella, debemos de darle un valor agregado, brindar las comodidades necesarias, y hacer de ese momento una experiencia agradable para la usuaria.

Dado a el desconocimiento total de parte de la ciudadanía guayaquileña acerca de este servicio, observamos la necesidad de dar a conocer nuestro servicio mediante los diferentes medios de comunicaciones más conocidos, la publicidad lograra el reconocimiento formal de nuestra compañía de transporte privado para mujeres TAXI DONZELLE y podremos posicionarnos en la mente de las consumidoras.

El estudio también nos ayudo a determinar el color de diferenciación que tendrá nuestro vehículo en comparación a las demás compañías que ofrecen servicio de transporte privado, y este es el color rosado, el cual es para nuestra compañía es la mejor opción, ya que es reconocido por todas las personas como un color femenino, además, de que su significado expresa ternura y delicadeza, lo que realza mas a la mujer de hoy en día.

Para finalizar hemos concluido que nuestra compañía dará inicio posesionándose en la mente de los consumidores, con un servicio único y

de calidad, el cual sea optado en todo tiempo por ellas, esto lo haremos a través de las campañas publicitarias para así en sus inicios poder captar la atención del público y así ofrecer un servicio diferenciado.

## 2.5.9 HIPOTESIS ESTADISTICAS

### 2.5.9.1 PRIMERA HIPOTESIS

#### ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS

Tabla 16. SPCS: ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS

#### Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máxim o	Media	Desv. típ.	Varianz a	Curtosis	
	Estadís tico	Error típico						
Se sentirá seguro al coger un taxi exclusivo para mujeres N válido (según lista)	334 334	1	2	1,21	,410	,168	-,008	,266

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

En este cuadro podemos observar que con un, total de 334 encuestas validas del total de 385 encuestas realizadas a las mujeres tenemos un media estadística de 1,21 en la seguridad que tienen las mujeres en hacer uso de taxi exclusivo para ellas, este valor nos indica que más de la mitad de mujeres lo usarían. Por otro lado, tenemos una varianza 0,168 esto significa que los datos son dispersos, y una desviación estándar con un valor de

3434. En el caso de la curtosis tenemos un valor de -0,008, lo q significa que los datos son muy dispersos (curtosis menor a cero).

## TABLAS DE CONTIGENCIA

Tabla 17

Tabla de contingencia Siente\_confianza\_al\_momento\_de\_tomar\_taxi\_en\_la\_calle \*  
Se\_sentira\_seguro\_coger\_un\_taxi\_exclusivo\_para\_mujeres

Recuento		Se_sentira_seguro_coger_un_taxi_e xclusivo_para_mujeres		Total
		si	no	
Siente_confianza_al_momento	si	95	33	128
_de_tomar_taxi_en_la_calle	no	166	36	202
Total		261	69	330

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Este cuadro nos da información acerca de qué nivel de confianza sienten las mujeres al tomar un taxi en la calle y si se sentirían seguras al coger un taxi exclusivo para mujeres, es decir, si estarían dispuestas a usar el servicio de TAXI DONZELLE. Con una muestra total de 330 encuestas validas podemos observar que 128 mujeres que sienten confianza al momento de tomar un taxi en la calle 95 se sentirían seguras de coger un taxi exclusivo para mujeres pero 33 de estas no estarían dispuestas a hacer uso de este servicio. Alternativo a esto el numero restante de las 330 encuestas, es decir, 202 mujeres que no sienten confianza de tomar cualquier taxi en la calle, 166 se sentirían seguras de tomar un taxi exclusivo para mujeres, es decir, están dispuestas a probar este nuevo servicio y un total de 69 mujeres no están dispuestas a tomar este riesgo.

**Tabla 18. SPSS: PRUEBAS DE CHI CUADRADO**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,002 <sup>a</sup>	1	,083		
Corrección por continuidad <sup>b</sup>	2,540	1	,111		
Razón de verosimilitudes	2,954	1	,086		
Estadístico exacto de Fisher				,096	,056
N de casos válidos	330				

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

En este caso podemos observar una significancia de 0,056 ( $0.056 > 0,05$ ), la  $H_0$  no se rechaza, lo que nos quiere decir que encontramos variables independientes entre la seguridad de tomar un taxi en la calle y se sentiría seguro de tomar un taxi solo para mujeres, entonces, a continuación vamos a realizar la prueba ANOVA.

**Tabla 19**

**ANOVA de un factor**

Se\_sentira\_seguro\_coger\_un\_taxi\_exclusivo\_para\_mujeres

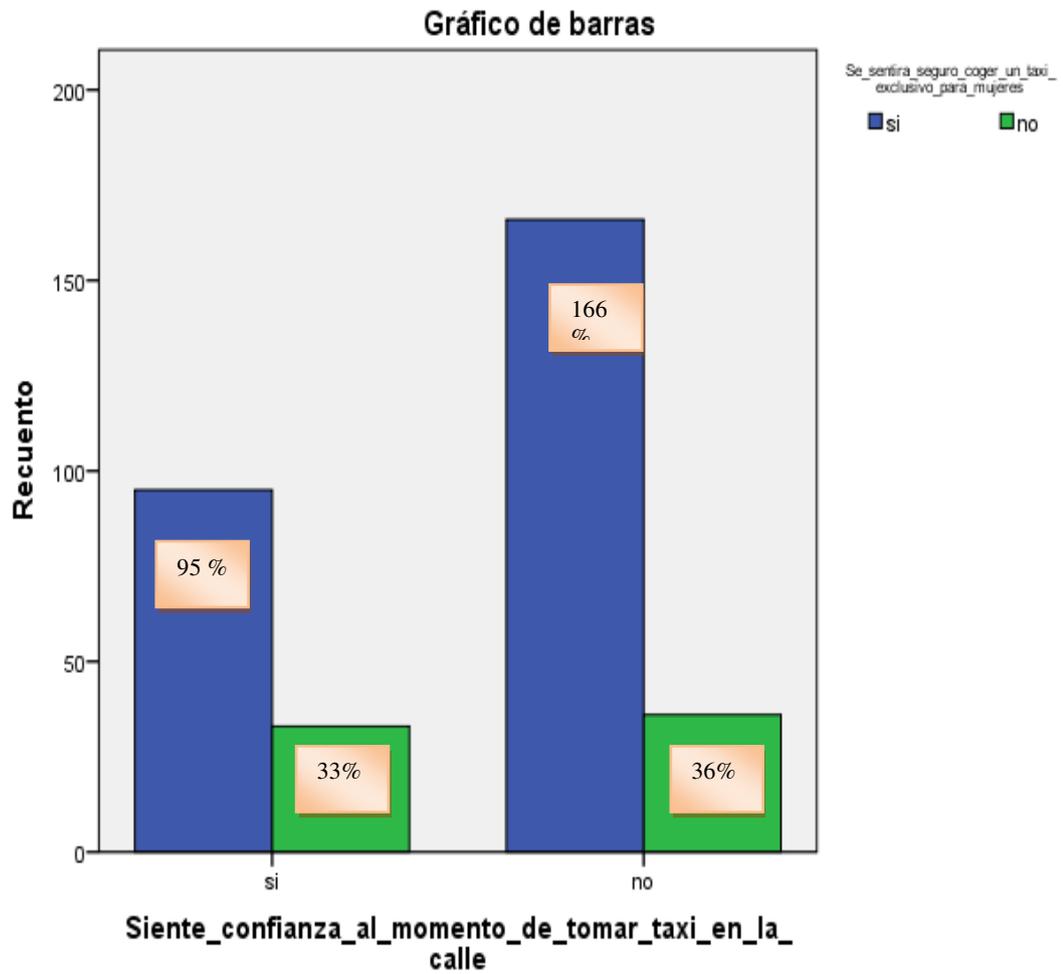
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter- grupos	,414	1	,414	2,469	,117
Intra- grupos	55,448	331	,168		
Total	55,862	332			

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Como se puede apreciar tenemos una significancia de 0,117, esto muestra que no hay diferencia significativa entre los grupos de la inseguridad de

tomar un taxi en la calle y la seguridad de coger un taxi exclusivo para mujeres.

Ilustración 42



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 2.5.9.2 SEGUNDA HIPOTESIS

### ESTADISTICOS DESCRIPTIVOS

Tabla 20

**Tabla de contingencia**  
**Con qué frecuencia usted usa taxi a la semana?**  
**Siente confianza al momento de tomar taxi en la calle**

Recuento

		Siente confianza al momento de tomar taxi en la calle		Total
		Si	no	
Con que frecuencia usted usa taxi a la semana?	Diario	52	66	118
	1 a 2 días	29	85	114
	3 a 5 días	47	55	102
	Total	128	206	334

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Esta tabla nos muestra la relación que existe entre las dos variables, pues podemos observar que la proporción de las personas que no tienen confianza al momento de tomar un taxi en la calle es mayor a las personas que si estarían dispuestas a tomarlo con una muestra total de 206 y 128 mujeres respectivamente, ya sea diario como de manera constante. También observamos que la proporción de mujeres que utilizan taxi ya sea Diaria como varios días a la semana es casi igual.

Tabla 21

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,250 <sup>a</sup>	2	,002
Razón de verosimilitudes	12,646	2	,002
N de casos válidos	334		

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 39,09.

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Podemos observar un grado de significancia de 0,002 ( $0.002 > 0,05$ ), por lo que la hipótesis cero ( $H_0$ ) se rechaza, lo que nos quiere decir que encontramos que las variables son dependientes entre sí. A continuación vamos a realizar la prueba T para ayudarnos a conocer la probabilidad de que dos promedios sean de una misma población.

Tabla 22.

**PRUEBA T**

**Correlaciones de muestras relacionadas**

	N	Correlación	Sig.
Par 1 Con que frecuencia usted usa taxi a la semana? y Siente_confianza_al_moment o_de_tomar_taxi_en_la_calle	334	-,009	,876

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Tabla 23

Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Con que frecuencia usted usa taxi a la semana? Par - 1 Siente_confianza_al_momento_de_tomar_taxi_en_la_calle	,335	,950	,052	,233	,438	6,452	333	,000

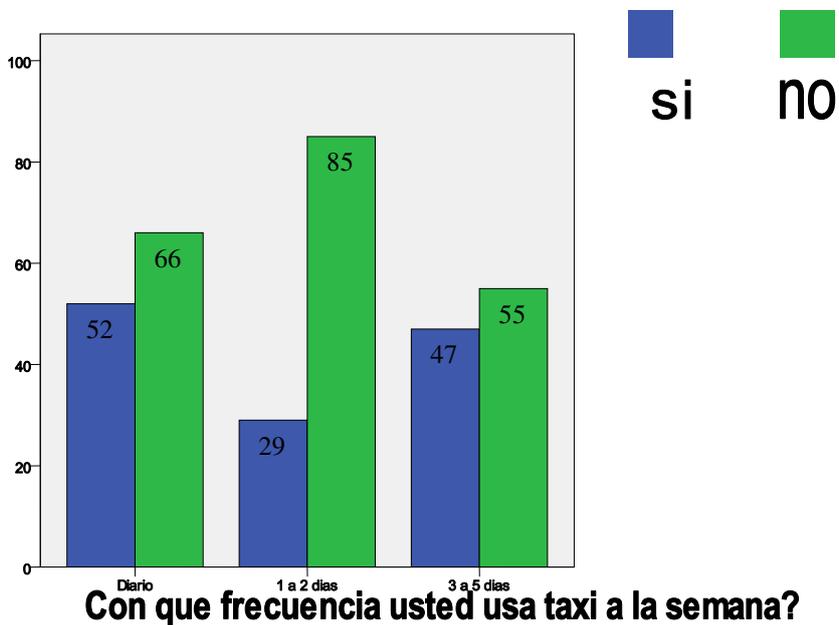
Fuente: Datos Elaborados por Autoras

El primer cuadro nos indica que con un alpha de 0,05 (nos ofrece el nivel de significación  $1 - 0,05 = 0,95 = 95\%$ ), existe una media de 0,052 y que el intervalo de confianza para la diferencia se encuentra entre 0,233 y 0,438, esto quiere decir que la media no se encuentra dentro de nuestro intervalo entonces comprobamos que no existe igualdad de medias.

El segundo cuadro muestra que si el valor significación estadística es mayor que 0,05 ( $0,876 > 0,05$ ) esto quiere decir que rechazamos la correlación de las muestras, esto significa que no existe relación entre las variables.

**Ilustración 43. : SPSS GRÁFICO DE BARRAS PRUEBA T**

¿SIENTE CONFIANZA AL MOMENTO DE TOMAR UN TAXI EN LA CALLE?

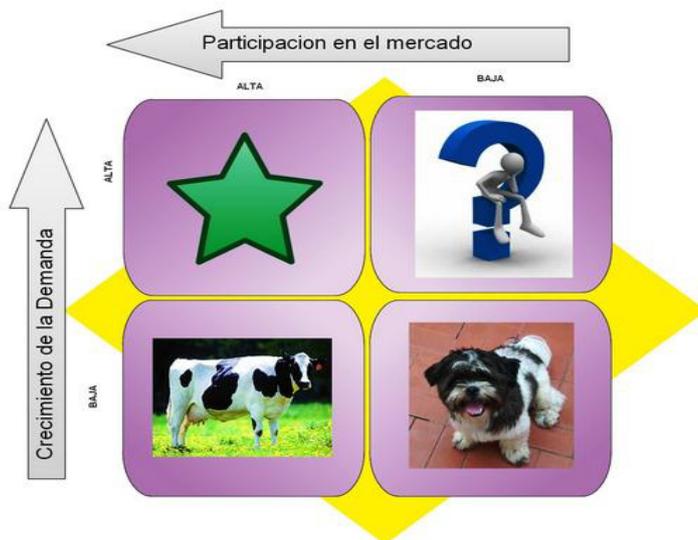


Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**2.6 MATRIZ BCG (Boston Consulting Group)**

Ilustración 44. Matriz BCG

**MATRIZ B.C.G.**



Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz\\_BCG](http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG)

Esta matriz es importante para identificar la cartera de mercado y el crecimiento económico que nuestra firma tendrá, y esto se realiza en base al análisis de las industrias en la cual se encuentra situado el servicio que vamos a ofrecer. Además nos ayuda a priorizar y administrar los recursos entre las distintas áreas de este servicio.

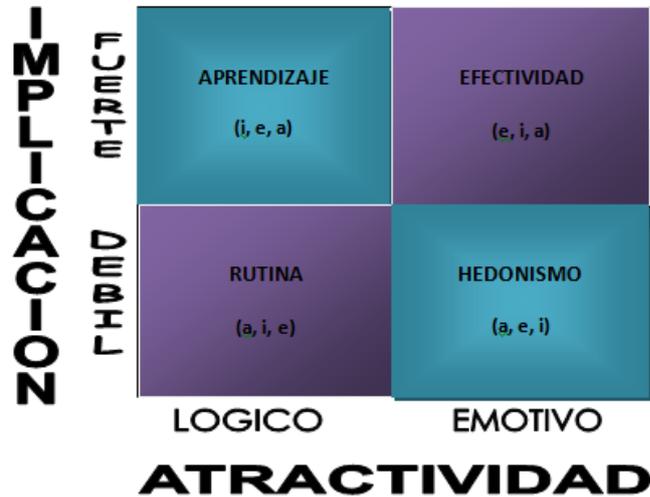
Cada imagen muestra la representación y el impacto que causa en el mercado. Por ejemplo:

- ✓ La estrella muestra una gran economía de escala y gran participación en el mercado.
- ✓ La vaca indica poco crecimiento pero alta participación en el mercado.
- ✓ El perro indica tanto poco crecimiento económico como poca participación.
- ✓ La incógnita muestra gran crecimiento y poca participación.

Entonces, podemos ubicar a nuestra empresa de servicio de transporte en la imagen de la "incógnita", dado a que el servicio que ofrecemos a nuestro mercado potencial es nuevo, en un inicio tendrá poca participación en el mercado, pero, como sabemos el servicio de transporte es primordial en todo país, y en base a este planteamiento podemos decir que las posibilidades de crecimiento de nuestra compañía son en gran manera asertivas. Pero, no descartamos la posibilidad de que poco a poco este servicio exclusivo vaya ganando mercado y cambie nuestra posición en la matriz.

## 2.7 MATRIZ IMPLICACION - FCB (Foote, Cone y Belding)

Ilustración 45. Matriz Implicación



Fuente: <http://es.scribd.com/doc/79059998/52/TABLA-NO-11-MATRIZ-DE-IMPLICACION-FCB>

a = actúa    e = evalúa    i = investiga

Cada cuadrante tiene un impacto dirigido a las consumidoras y se refleja en el mercado.

Por ejemplo:

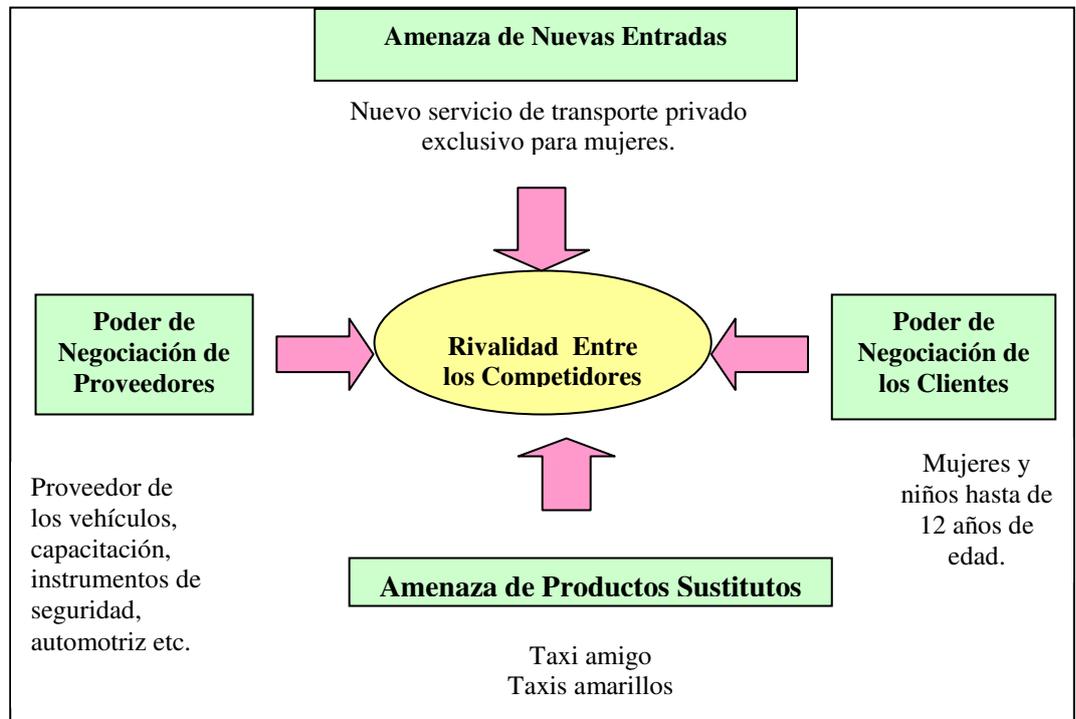
- ✓ **Modo Intelectual:** En esta parte de la matriz las consumidoras se basan en la razón, la lógica y los hechos.
- ✓ **Modo Emocional:** Las consumidoras se basan en las emociones, sus afectos y los sentidos.
- ✓ **Implicación Débil:** Representa una decisión fácil de compra a las consumidoras.

- ✓ **Implicación Fuerte:** Representa una decisión complicada de compra a las consumidoras.

Con la matriz FCB analizaremos como las mujeres consumidoras del servicio reaccionan al elegir entre nosotros o nuestros competidores, pues podemos relacionar la motivación que tienen las consumidoras de utilizar nuestro servicio de transporte privado exclusivo para mujeres y manejado por mujeres y el poder de implicación de las consumidoras respecto al servicio. Por lo tanto, podemos determinar que la utilización de este servicio se encuentra en el cuadrante de “Rutina”, ya que al momento de hacer uso de este servicio hay una escasa implicación y de atractividad lógica, esto quiere decir que, para las consumidoras se le es fácil decidirse a pagar por este servicio puesto a que aprenden, hacen y desean mas de esta ocupación (servicio)

## 2.8 LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Ilustración 46. 5 fuerzas de Porter



Fuente: [http://img.elblogsalmon.com/2009/03/800px-porters\\_five\\_forces\\_500.jpg](http://img.elblogsalmon.com/2009/03/800px-porters_five_forces_500.jpg)

Las cinco Fuerzas de Porter, es un instrumento que nuestra firma de servicios de taxi utiliza para determinar su estrategia en el mercado. Pues tenemos varios puntos como:

- ✓ Rivalidad de los competidores
- ✓ Amenaza de nuevos competidores.
- ✓ Amenaza de aparición de productos sustitutos.
- ✓ Poder de negociación de los clientes.
- ✓ Poder de negociación de los proveedores.

### **2.8.1 Primer factor: Rivalidad entre competidores**

Para nuestra empresa el grado de rivalidad puede ser mínimo ya que contamos con un poder de diferenciación, un servicio exclusivo para mujeres.

### **2.8.2 Segundo factor: Amenaza de entrada de nuevos Competidores**

Dependiendo al alto nivel de aceptación que obtenga nuestro servicio de taxis privados exclusivos para mujeres, nuestra firma se verá amenazada con la entrada de nuevos competidores que pretenderán rivalizar con nuestra firma, pero, antes de esto cuales quiera firmas no ingresaran en el mercado si las barreras de ingreso son altas y si hay una fuerte reacción competitiva entre las empresas existentes.

Una fuerte firma que ingrese a la ciudad de Guayaquil con mayor capital contable y con mayor imagen comercial de su servicio, podrá imponer su servicio ya que cuenta con un alto grado de inversión con lo cual podría mejorar el servicio y brindar instrumentos innovadores.

### **2.8.3 Tercer Factor: Amenaza de aparición de Productos Sustitutos**

La aparición de nuevos productos sustitutos con mayor tecnología puede reemplazar a las demás firmas ya existentes, así también cambiarían el costo del servicio ya que dichas empresas deben competir entre sí por la atracción de las consumidoras.

Uno de los competidores directos que tenemos ya existentes en el mercado Guayaquileño son los taxis amigos y los taxis amarillos que satisfacen con las mismas necesidades de los ciudadanos.

### **2.8.4 Cuarto Factor: El poder de negociación de los Clientes**

En nuestro servicio el poder de negociación de los clientes es menor que la negociación de los vendedores, pues brindamos seguridad y mas servicios que satisficieran a las consumidoras.

### **2.8.5 Quinto Factor: El poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores va a ser mayor al de los integrantes de la firma que ofrece el servicio, ya que si desean imponer

alguna condición o elevar los precios de sus productos que nos ofrecen, nuestra compañía tendrá que buscar otros proveedores, los cuales ofrezcan lo que deseemos y a un precio más atractivo, esta acción no se podrá realizar en el caso de que no haya otro proveedor el cual ofrezca el mismo producto o servicio, para lo cual tendremos que ajustarnos a las condiciones o llegar a un acuerdo mutuo, ya que si los productos son claves y nadie más los provee, esto se agravaría mucho más ya que tendrán mayor poder de negociación y estrategias hacia nosotros.

Algunos proveedores que nuestra firma podrá contar para nuestro funcionamiento pueden ser:

- ✓ Vendedores de autos.
- ✓ Capacitación del personal.
- ✓ Automotriz.
- ✓ Vendedores de equipos de seguridad.
- ✓ Seguros respectivos.

## **2.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Como hemos dado a conocer nuestra firma es la primera compañía de taxis que ofrece un servicio de transporte privado exclusivo para mujeres en la ciudad de Guayaquil, esto nos da a notar que tendrá un gran crecimiento a medida que pase el tiempo, y a la vez se verá amenazada por un sin número de competidores con más poder adquisitivo, y nuevas ideas que pondrán a prueba nuestro espíritu emprendedor.

Por otro lado, tenemos la ventaja de ser los primeros en proponer este negocio, así que, tendremos la ventaja de estar posesionados en las mentes

de nuestros consumidores, esto creara un nivel de preferencia hacia nuestra compañía.

## **2.10 RECOMENDACIONES**

Estar en constante estudio y análisis del mercado cada cierto tiempo, de esta manera llegar a conocer mejor al consumidor y a sus necesidades, que cada día van a ir presentándose, el mercado cambia debido a muchos factores, ya sean estos económicos, sociales y políticos en especial en nuestro país.

Siempre darle al cliente un trato especial, y exclusivo, cuidar de estas relaciones, pues de esta manera se tiene referencia por nuestra marca, y sobre su buena reputación en el mercado.

Ofrecer constantemente capacitación a los empleados, acerca de nuevos equipos, de tecnología, de trato con el cliente.

Ofrecer capacitaciones de seguridad a las diferentes conductoras que se encontraran en los vehículos. Este servicio lo ofrece gratuitamente la Policía Nacional, esto es importante ya que sabrán cómo reaccionar en cualquier circunstancia, aun siendo tomadas por sorpresa.

Siempre tener buenas relaciones con los proveedores, ya que son una parte fundamental en nuestra empresa.

**CAPITULO III**  
**ESTUDIO TÉCNICO O**  
**DE INGENIERIA**

## CAPITULO III.

### ESTUDIO TECNICO O DE INGENIERIA

#### 3.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico lo estudiaremos a través de los respectivos balances que haremos, el cual nos mostrará la cantidad en términos monetarios que se necesita para llevar a cabo el proyecto, además, en esta parte del proyecto analizaremos en donde ubicaremos la sede y la instalación con la que se iniciara el proyecto.

##### 3.1.1 BALANCE DE MAQUINARIA Y EQUIPOS DE OFICINA

Tabla 24 BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFICINA

BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFICINA			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Autos	15	12000	180000
Mampara de Seguridad	15	1184,88	17773,2
GPS	15	500	7500
Taximetro	15	150	2250
radios y boton de seguridad	15	533,33	8000
central de radio	2	700	1400
kits de belleza	15	30	450
Split	2	500	1000
Escritorios de Secretaria	5	150	750
sillas de escritorio	5	60	300
cajoneras	3	109	327
Muebles	2	300	600
		<b>TOTAL</b>	<b>220350,2</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

- Los autos que utilizaremos son los LIFAN 320 ELITE dado a que es un auto con una apariencia femenina, además, estos autos tienen todos los

implementos necesarios que se requieren para transportarse de una manera segura en el interior del vehículo.

- Las Mampara de Seguridad irán ubicada en la parte interior de cada vehículo, y estas nos sirven para protección de las conductoras de cualquier intento de robo con armas de fuego, corta punzantes o físicamente, ya que evita el contacto con la parte trasera de los asientos.
- GPS será usado para que la conductora de cada vehículo pueda saber la posición en la que se encuentra y además, poder ubicar el sitio al cual se dirige a hacer la carrera.

### 3.1.2 BALANCES DE EQUIPOS DE CÓMPUTO

Tabla 25. EQUIPOS DE CÓMPUTO

EQUIPOS DE COMPUTO			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	5	700	3500
Impresoras	2	110	220
		<b>TOTAL</b>	<b>3720</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

- Las computadoras por las que optamos, fueron escogidas por su capacidad para efectuar el proyecto, son computadoras que se adaptan al ritmo de trabajo que vamos a emplear desde las oficinas.
- Escogimos impresoras HP multifuncional para así de este modo poder imprimir, sacar copias y escanear los diferentes tipos de documentos que se realicen en las oficinas principales.

### 3.1.3 BALANCE DE PERSONAL TÉCNICO

Tabla 26. BALANCE DE PERSONAL TÉCNICO

CARGO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION TOTAL
Conductoras de los vehículos	30	500	15000
Secretaria en las sedes	4	350	1400
Guardias de Seguridad	2	350	700
Gerente	1	600	600
Empleados de Limpieza	1	292	292
TOTAL			17992

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

- Necesitaremos una cantidad de 30 conductoras para poder rotarlas durante las 24 horas del día, ya que nuestra compañía ofrecerá este servicio y por ende necesitamos conductoras disponibles a toda hora del día.
- Secretarias en las sede, las cuales se encargaran de receptar las llamadas a las clientas, y además de encargarse del monitoreo constante de cada uno de los vehículos.
- Dos guardias de seguridad los cuales se encargaran de la vigilancia del local y los vehículos, rotándose sus turnos.
- En nuestra compañía contaremos con 1 jefe, el cual se encargaran de vigilar que todo marche en orden, de las irregularidades que se presenten y de todo cuanto trate a la firma.
- Contaremos únicamente con un empleado de limpieza, el cual se encargara del que sitio de encuentre limpio, ya que el lugar en el cual nos ubicaremos será un sitio pequeño donde solo realizaran un total de 2 o 3 limpiezas al día.

### 3.1.4 BALANCE DE EQUIPO Y MUEBLE DE OFICINA

Tabla 27. BALANCE DE EQUIPO Y MUEBLE DE OFICINA

SUMINISTROS DE OFICINA			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
telefono convencional	4	30	120
Perforadora	5	2	10
Grapadora	5	2	10
Saca grapa	5	1	5
Percha para archivar	1	228	228
Uniformes	37	8	296
		<b>TOTAL</b>	<b>669</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

- Todos estos equipos servirán para que las secretarias tengan donde sentirse cómodas trabajando con los implementos necesarios que se requieren en una oficina, de esta forma podrán trabajar de una manera más eficiente.

### 3.1.5 BALANCE DE OBRAS FÍSICAS

No encontramos balances de obras físicas por cuanto no tendremos local propio, ni tampoco iniciaremos una construcción, nuestra firma contara con un local, el cual arrendaremos.

## **3.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO**

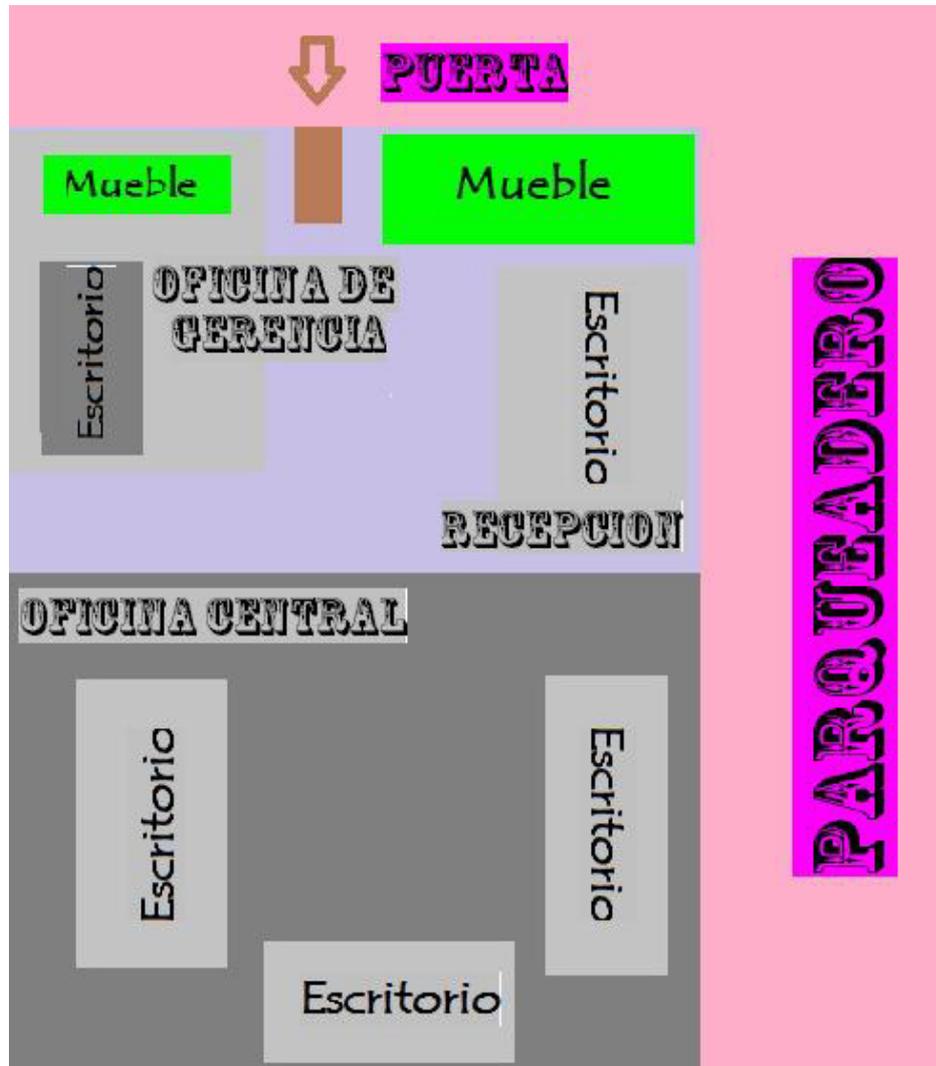
### **3.2.1 TAMAÑO DE LAS INSTALACIONES**

Para que la firma pueda realizar sus diferentes funciones debe de contar con espacio físico para poder hacerlo. Nuestra compañía contara con un sitio no muy amplio ya que no es necesario, porque si bien conocemos, lo que haremos es brindar un servicio, mas no brindar un producto, lo que hace que no sea necesario que tengamos un lugar físico grande.

Necesitamos un lugar en el cual se puedan crear tres ambientes:

- El primer ambiente será el de entrada donde ubicaremos los muebles, para las diferentes personas que concurran a nuestra firma.
- El segundo ambiente será una oficina tamaño medio donde las secretarias estén recibiendo las diferentes llamadas de las clientas, el aviso y monitoreo por radio.
- El tercer ambiente, este será una oficina para el jefe del sitio.

Ilustración 47. Instalaciones.



Fuente: Elaborado por autoras

### 3.2.2 CAPACIDAD DE DISEÑO Y MÁXIMA

Como sabemos la capacidad de Diseño es la planeada para el abastecimiento del proyecto, es decir, la tasa de producción ideal a la cual nos vamos a ajustar, o con la cual vamos a abastecer el proyecto, ya que como somos una nueva firma en el mercado debemos iniciar moderadamente porque pese a los estudios que realicemos no podemos predestinar fácilmente la reacción de las clientas hacia nuestro servicio y además, la inversión juega un papel muy importante en este selectivo y

debemos por ende ajustarnos a la liquidez con la cual cuenta la empresa, para su inicio.

Dada las razones antes mencionadas, nuestra compañía dará inicio con un total de 15 autos totalmente equipados, lo que significa que solo podremos realizar un total de 15 carreras a la vez, y estas irán creciendo acorde a la demanda de las mujeres hacia nuestro servicio.

### **3.3 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN**

En nuestro estudio de localización analizaremos la manera en que influye el lugar en donde ubiquemos nuestro servicio de transporte privado, encontrando la facilidad para que nuestros vehículos puedan trasladarse hacia sus diferentes rutas, evitando así costos innecesarios para la compañía. En base a nuestro mercado potencial realizaremos un estudio el cual nos permita encontrar un lugar estratégico para la factibilidad de traslado a las clientas. Por ende los principales sectores que analizaremos son:

- Norte:
  - Urdesa
  - La Alborada
  - Sauces
  
- Centro

Como conocemos estos sectores son los lugares más transcurridos, por ende mediante los diferentes métodos existentes escogeremos la mejor opción para localizar nuestra firma.

### 3.3.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Tenemos en cuenta varios factores que son determinantes para nuestra empresa, en donde mediremos los pesos de las variables más importantes en nuestro estudio de los cuatro sectores en donde brindaremos nuestro servicio.

Los factores de localización que hemos escogido son:

- Materia Prima Disponible, pues necesitaremos estar cerca de gasolineras, y talleres de reparación de los vehículos.
- Cercanía de mercado, en donde tendremos la facilidad de llegar en corto tiempo hasta nuestros clientes.
- Costos de Insumos, como documentación legal, costos de repuestos y maquinarias necesarias en los vehículos.
- Clima, hay épocas muy fuertes de lluvia en donde ciertas calles llegan a inundarse evitando así el fácil acceso de los autos, hacia su destino.
- Mano de Obra disponible, pues nuestros servicios, requieren 100% del personal que esté capacitado y trabajando dentro del respectivo horario, para la movilización de los taxis hacia su destino.

### 3.3.2 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Tabla 28. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Factor	Peso	Urdesa		Alborada		Sauces		Centro	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia Prima Disponible	0,15	4	0,6	5	0,75	5	0,75	4	0,6
Cercanía Mercado	0,25	5	1,25	6	1,5	5	1,25	4	1
Costo Insumos	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Clima	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6	2	0,4
Mano de obra disponible	0,25	5	1,25	5	1,25	4	1	3	0,75
Total	100%	Fuente: Datos Elaborados por Autoras				4,05		3,20	

### 3.4 CONCLUSIONES

Analizando nuestra tabla de método cualitativo por puntos, hemos llegado a la conclusión que la localización más factible es en La Alborada, teniendo el puntaje de 4.75, siendo la mayor entre los sectores de Urdesa, Sauces y el Centro de la ciudad.

Esto se debe a que la ciudadela la Alborada se encuentra ubicada en un punto estratégico, quiere decir que queda en el centro de todas las ciudadelas del norte. Además, contaremos con espacio físico amplio para nuestra cooperativa, el mismo que estará bien distribuido, para atender a nuestros clientes en un área adecuada y confortable.

**CAPITULO IV**  
**ESTUDIO**  
**ORGANIZACIONAL**

## **CAPITULO IV.**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **4.1 Misión**

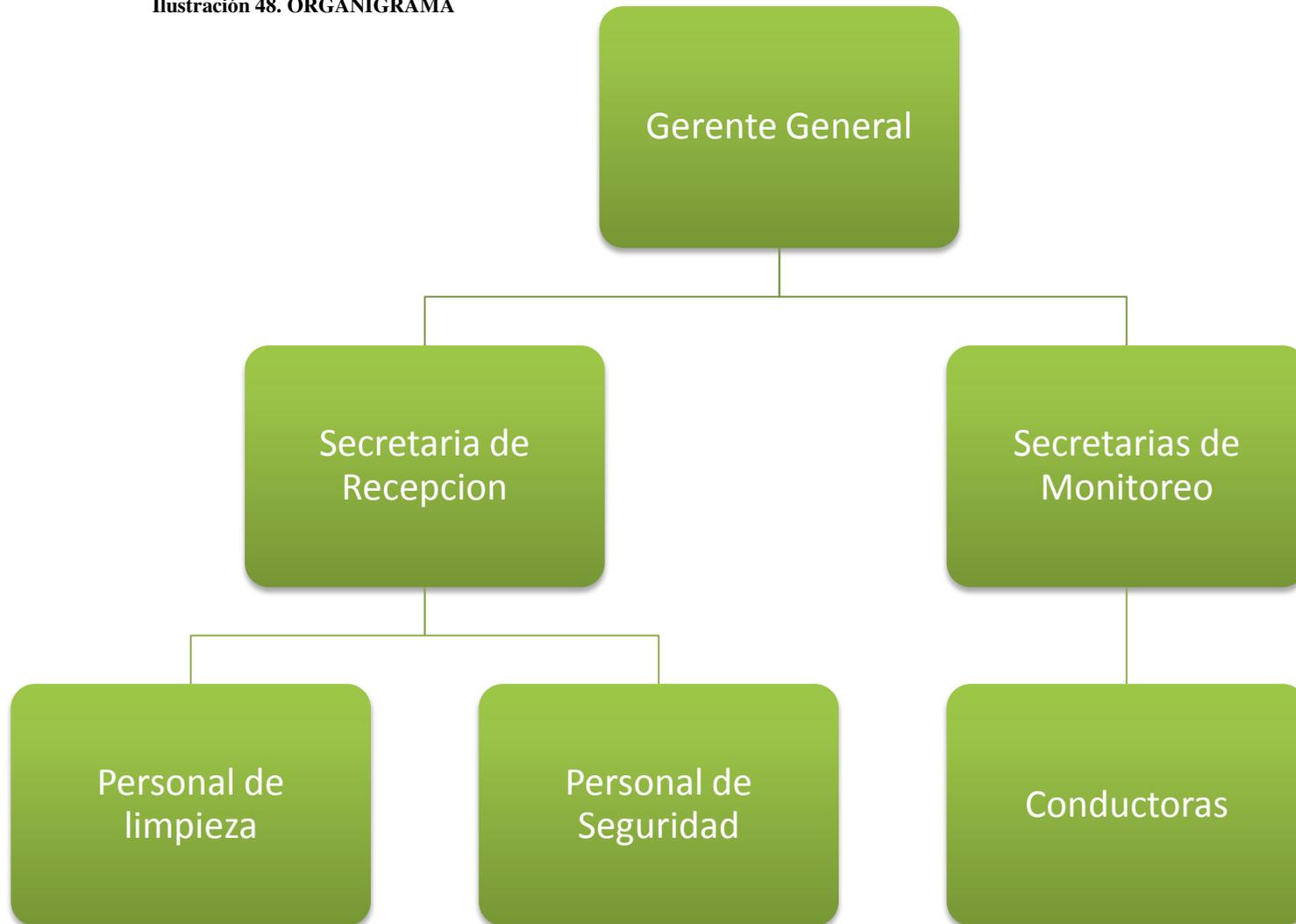
La misión de nuestra firma es ofrecer un servicio eficiente y eficaz que llame la atención de nuestro mercado potencial, como lo son las mujeres, satisfaciendo sus necesidades.

#### **4.2 Visión**

Ofrecer un servicio de transporte privado de excelencia y calidad, contando con un personal capacitado, equipamiento seguro y además, en una proyección de 7 años ampliarnos a otros sectores de la ciudad, habiendo ya recuperado el capital invertido, y creando una imagen innovadora de nuestra empresa la cual nos haya permitido ganar posicionamiento en el mercado guayaquileño.

### 4.3 ORGANIGRAMA

Ilustración 48. ORGANIGRAMA



## 4.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

### GERENTE GENERAL

Es la persona que se encuentra en el lugar más importante y con mayor autoridad y capacitación y por lo mismo recaen obligaciones y funciones las cuales debe ejercer y así poder brindar un servicio de calidad a nuestros usuarios, como:

- Dirigir, Administrar y evaluar los programas que se presenten en la empresa.
- Constatar que todos los planes sean llevados a cabo de una forma Efectiva, eficiente y racional para alcanzar nuestro nicho de mercado.
- tomador de decisiones de propuestas o ideas planteadas.
- Dirigir al equipo de trabajo hacia los objetivos y metas de la empresa.
- Elaborar balances contables, operacionales y flujos de caja
- Los registros de inventarios que se realiza, para determinar los activos de la empresa.
- El control se enfoca en evaluar y corregir el desempeño de las actividades de los subordinados para asegurar que los objetivos y planes de la organización se están llevando a cabo.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, las políticas y normas pertinentes.
- Dar capacitaciones a todas las conductoras.

#### **Perfil:**

- ✓ Ing. en Administración de empresas, Economista o Financiero.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ conocimientos en computadoras y destrezas en los programas.
- ✓ sexo indistinto.

## CONDUCTORAS

Serán las encargadas hacer que se cumplan correctamente los servicios a los clientes, y que deberán tener un alto grado de responsabilidad y seriedad al momento de conducir el vehículo y cumplir funciones como:

- Dormir Bien, y todo lo Posible.
- No Ingerir Bebidas Alcohólicas durante el trabajo
- Tener en cuenta el Estado de las Vías, (Lluvia, Nieve, Hielo, Niebla, Viento, etc.) y conducir con precaución.
- Tener el vehículo en buenas condiciones.
- Ser una persona puntual en sus recorridos.
- Dar un buen servicio a las clientas.

Perfil:

- ✓ Tener licencia profesional
- ✓ Tener una buena visión
- ✓ Conocer las rutas de la ciudad de Guayaquil
- ✓ Ser mayor de 23 años de edad.

## SECRETARIAS DE MONITOREO

Las secretarias de monitoreo son las encargadas de dar la información de las clientes que deseen nuestro servicio a las conductoras, así también monitorear varias veces y controlar que las conductoras están cumpliendo con sus obligaciones y vigilar los procesos seguir dentro de la empresa.

Perfil:

- ✓ Ser pacientes

- ✓ Ser amables.
- ✓ Conocer la ciudad de Guayaquil
- ✓ Ser mayor de 25 años de edad.
- ✓ Facilidad de expresión verbal.
- ✓ Capacidad para trabajar bajo presión.
- ✓ Ser una persona cortés y seria.

### **SECRETARIAS DE RECEPCION**

A diferencia de las secretarias de monitoreo, ellas se encargan de organizar al personal de limpieza y personal de seguridad, brindando un buen servicio a la empresa, obedeciendo las instrucciones y obligaciones que el gerente asigne.

Perfil:

- ✓ Ser mayor de 25 años de edad.
- ✓ Capacidad de trabajar en grupo.
- ✓ Tener buena imagen personal.
- ✓ Ser una persona motivadora y responsable.

### **4.5 ESTRATEGIA**

Nuestra estrategia es la inversión y comercialización de un servicio de transporte privado exclusivo para mujeres con diferentes medidas de seguridad, sean estas a través de pedidos telefónicos ó también en las diferentes avenidas o calles de la ciudad por las cuales se encuentren circulando los vehículos de nuestra firma, una de las particularidades de nuestra compañía son los diversos tipos de seguridad que ofrece, además de esto, también nos hemos preocupado por la belleza de la mujer, por lo cual hemos implementado un kit de belleza, el cual le permita a la mujer

hacerse retoques en el vehículo hasta que llegue a su lugar de destino, dado a estos principales servicios que ofrecemos además de un traslado, nos caracteriza por brindar un servicio en el cual las mujeres sientan seguridad y confort a diferencia de los demás servicios de transportes privados o públicos.

#### **4.6 FODA**

##### **FORTALEZAS:**

- Personal calificado para cada puesto de trabajo.
- Capacitación al personal
- Servicio con alto grado de seguridad.
- Servicio exclusivo para mujeres e innovador
- Mercado no explotado para nuestro nicho de mercado
- Contamos con autos en buen estado y nuevos
- Gran nivel de Publicidad
- Buen servicio de las conductoras

##### **DEBILIDADES**

- Préstamo bancario
- Cobertura limitado en la ciudad de Guayaquil
- Limite de unidades disponibles
- Firma nueva en el mercado
- Mercado restringido para los hombres
- Discriminación hacia las conductoras por ser sexo femenino
- Precio tendría un aumento del 12% más de su valor real (precio que marcaría ya incluido el taxímetro)

## **OPORTUNIDADES**

- Aperturas de nuevas sucursales de nuestro servicio
- Introducción al mercado de una nueva línea de servicio de transporte reconocido
- Crecimiento de empleo a la mujer
- Expansión en Guayaquil para empezar
- No existe este tipo de servicio exclusivo para mujeres en la ciudad

## **AMENAZAS**

- Creación de nuevos competidores con mayor potencial económico, el cual copie nuestra idea y lo mejore.
- Bajo rendimiento y aceptación de nuestro servicio en el mercado
- Prácticas desleales de la competencia

## 4.8 FODA CRUZADO

Tabla 29. Foda Cruzado



<p><b>FORTALEZAS:</b></p> <p>Personal calificado para cada puesto de trabajo.</p> <p>Capacitación al personal</p> <p>Servicio con alto grado de seguridad.</p> <p>Servicio exclusivo para mujeres e innovador</p> <p>Mercado no explotado</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Préstamo bancario</p> <p>Cobertura limitado en la ciudad de Guayaquil</p> <p>Limite de unidades disponibles</p> <p>Firma nueva en el mercado</p> <p>Mercado restringido</p>	
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Aperturas de nuevas sucursales de nuestro servicio</p> <p>Introducción al mercado de una nueva línea de servicio de transporte reconocido</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirigiremos un servicio completamente nuevo y dirigido exclusivamente a un nicho de mercado.</li> <li>- Se brinda fuentes de trabajo exclusivamente para mujeres.</li> <li>- Se brinda capacitaciones</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>-Una vez saldado nuestro prestamo con la CFN, comenzaremos a tener un plan de expansión hacia otras ciudades, haciendo los debidos estudios de mercado, y</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>Creación de nuevos competidores con mayor potencial económico, el cual copie nuestra idea y lo mejore.</p> <p>Bajo</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacer estudios sobre nuevas tendencias en el mercado</li> <li>- Analizar nuevas estrategias de competidores cercanos, y de posibles imitadores de nuestro nuevo</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>- Nuestro servicio debe estar en constante analisis del mercado, ya que se ve influenciado por los cambios politicos, economicos, y sociales, cada dia la mente de los</p>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

#### **4.9 MARCO LEGAL**

Respecto al marco legal de este proyecto, encontramos ciertas barreras legales que nos impiden llevarlo a cabo se ha planteado.

Actualmente en la provincia del Guayas la ANT (Agencia Nacional de Tránsito) no tiene orden de que se pueda abrir una sola cooperativa o compañía de taxis más, debido a que el número total de placas de alquiler están abastecidos en el mercado en su totalidad, pero, al buscar diferentes medios para lograr que esta firma ingrese al mercado, se tuvo la asesoría de una Abogada quien trabaja para la ANT, quien supo manifestar que existen dos maneras para que el proyecto se ponga en marcha, y estas son:

1.- Comprar una compañía que ya este en el mercado, y a través de ello hacer el respectivo cambio legal en la CTG (Comisión de Tránsito del Guayas), para que TAXI DONZELLE comience a funcionar.

Al realizar esta opción que nos fue dada, ella supo manifestar que si adquirimos una compañía o cooperativa de taxis, tendríamos dos desventajas: el color del vehículo debe ser como las demás cooperativas o compañías que prestan este servicio, es decir, deben ser color AMARILLOS y el modelo del auto debe ser tipo SEDAN. Lo cual es factible de realizar para nuestra compañía, ya que nuestro objetivo es crear una compañía de transporte privado (taxis) que dé un servicio exclusivo solo a mujeres y además, manejado por ellas, lo cual también es posible, ya que el único reglamento que existe es que el conductor debe portar licencia profesional, es decir, no hace diferencia de sexo.

Al adquirir una compañía de “taxi amigo” el color del vehículo si puede ser el previsto, puesto a que aún no han reformado el reglamento para estas compañías en unificar el color o el tipo de vehículo.

2.- Realizar un análisis de factibilidad acerca de la necesidad que hay de crear este servicio de transporte privado exclusivo para mujeres, presentárselo a la ANT y ellos realicen la respectiva evaluación del caso, para así ellos poder realizar también un estudio propio para optar por rechazar o aceptar la propuesta del nuevo proyecto que se quiere emprender (VER ANEXO 5 Y 6).

#### **4.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional de la empresa es sencilla, puesto a que nuestro personal será muy limitado, y pues por ser un servicio el que ofreceremos no necesitaremos personal en el área de producción.

Tenemos la ventaja de ser la primera empresa en proponer este tipo interesante de servicio para las mujeres, y por ende aprovecharemos en ser los primeros, por medio de estrategias publicitarias, dirigidas hacia nuestros clientes, y capacitación especial hacia nuestros empleados, pues cada uno de los puestos debe cumplir con un perfil que nos caracterizará, y así lograremos posicionarnos en la mente del consumidor.

Aprovecharemos nuestras oportunidades así como las fortalezas que nos caracterizan, haciendo de nuestra empresa potencialmente fuerte, y tendremos en cuenta nuestras debilidades y amenazas, encontrando soluciones, y estrategias, así detectamos y evitamos a tiempo, posibles futuros contratiempos.

En cuanto al trámite legal, incurrimos en problemas con la creación de la compañía puesto que ya no está permitida la creación de más compañías debido a que el número máximo de placas de alquiler ya está abastecido, por ende, a través de las dos opciones planteadas ingresaremos al mercado, aunque con esta situación nos toque incurrir en mas costos, pero, al ser un proyecto de viabilidad, vale la pena invertir para llevarlo a cabo.

# **CAPITULO V**

## **ESTUDIO**

### **FINANCIERO**

## **CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO**

### **5.1 INTRODUCCION**

El Análisis financiero de TAXI DONZELLE fue realizado en base a un ingreso mínimo diario por cada unidad de nuestra firma (15 unidades en total); cada unidad realizara dos turnos (diario y nocturno) para los cuales hemos impuesto un ingreso total diario de \$105 (dólares americanos) por unidad, dinero que se incrementara año a año debido a la inflación que se genera por la inyección de dinero en la economía. Esta decisión se da debido a que como es una nueva firma en el mercado, la capacidad máxima de abastecimiento no podrá cubrir la demanda en su totalidad por lo cual trabajaremos con lo que como nueva firma podemos ofrecer a las clientas. Para comenzar se escogió el valor diario de \$105 por vehículo ya que dicho valor debe cubrir los egresos mensuales o anuales que genere la compañía en un inicio. Este valor fue escogido de los ingresos diarios mínimos que hacen los diferentes taxistas ya sea de día o de noche, se realizo un promedio de los dos (diurno y nocturno) se hizo el cálculo del valor antes mencionado (\$105).

### **5.2 ESTIMACIÓN DE COSTOS**

#### **5.2.1 COSTOS OPERATIVOS**

Estos gastos hacen referencia al dinero que va a desembolsar TAXI DONZELLE para el desarrollo de sus actividades para poder ofrecer su servicio de transporte privado exclusivo para mujeres. La compañía dará inicio con dos tipos de gastos operativos: Gastos de Venta de Servicio y, Gastos Administrativos, A continuación detallamos cada uno de ellos:

### 5.2.1.1 GASTOS DE VENTA DE SERVICIO

Tabla 30. GASTOS DE VENTA DE SERVICIO

Gastos de Venta Servicio											
CARGO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION MENSUAL TOTAL	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte IESS	Aporte Patronal	Sueldo + Beneficio (1er año)	Fondo de Reserva (2do año)	Sueldo + Beneficio (2do año)
Conductoras de los vehiculos	30	\$ 500,00	\$ 15.000,00	\$ 1.250,00	\$ 730,00	\$ 625,00	\$ 1.402,50	\$ 1.725,00	\$ 17.927,50	\$ 1.250,00	\$ 19.177,50
Guardias de Seguridad	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 48,67	\$ 29,17	\$ 65,45	\$ 80,50	\$ 851,22	\$ 58,33	\$ 909,55
Empleados de limpieza	1	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 27,30	\$ 33,58	\$ 359,11	\$ 24,33	\$ 383,44
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.992,00</b>						<b>\$ 19.137,83</b>		<b>\$ 20.470,49</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

TAXI DONZELLE en base organigrama se distribuyo al personal de trabajo en el área de ventas de servicio y administrativo; tendremos 30 conductoras (para los dos turnos impuestos); 2 guardias de seguridad, los cuales cuidaran la sede de la compañía; y 1 empleado de limpieza puesto que el local es de tamaño medio. Todo el personal que trabajara en la compañía contara con sus respectivos sueldos y remuneraciones correspondientes (decimotercer, decimocuarto sueldo, vacaciones y aporte patronal).

Tabla 31. REMUNERACIONES VENTA DE SERVICIO

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Remuneraciones área venta del servicio	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83	\$ 19.137,83
Promoción y publicidad	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>Total</b>	<b>\$ 21.387,83</b>	<b>\$ 21.387,83</b>	<b>\$ 21.387,83</b>	<b>\$ 20.037,83</b>								
												<b>\$ 244.503,94</b>

En este cuadro se muestra el desglose mensual del primer año, donde la remuneración del primer mes es el sueldo mas beneficio, además, también podemos observar que en este contexto se incluye el gasto de marketing por publicidad y promoción, el cual se explica a continuación:

- Los tres primeros meses tendrán el valor del 5% de los ingresos totales mensuales, es decir, \$2250.
- Los meses restantes tendrán el valor del 2% de los ingresos totales mensuales, es decir, esta cifra desciende a \$900.

**Tabla 32. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN**

### 5.2.1.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos de Administrativos											
CARGO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION MENSUAL TOTAL	Décimo tercer	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte al IESS	Aporte Patronal	Sueldo + Beneficio	Fondo de Reserva	Sueldo + Beneficio
Secretarias en las sedes	4	\$ 350,00	\$ 1.400,00	\$ 116,67	\$ 24,33	\$ 58,33	\$ 130,90	\$ 161,00	\$ 579,43	\$ 116,67	\$ 696,10
Gerente general	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 24,33	\$ 25,00	\$ 56,10	\$ 69,00	\$ 712,23	\$ 50,00	\$ 762,23
		<b>Total</b>	<b>\$ 2.000,00</b>						<b>\$ 1.291,67</b>		<b>\$ 1.458,33</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Entre los gastos administrativos tenemos los sueldos del personal de administración, es decir, de todos aquellos que se encuentran operando dentro de esta parte de la compañía. Al igual que en los gastos de venta del servicio este personal también cuenta con todos los beneficios y remuneraciones correspondientes en su sueldo.

**Tabla 33. TOTAL REMUNERACIONES, ALQUILER, SERVICIOS BASICOS, UTILES DE OFICINA. ELABORADO POR LAS AUTORAS**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Remuneracion area administrativa	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67	\$ 1.291,67
Alquiler del local	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Servicios básicos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Utiles de oficina	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95	\$ 188,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.130,62</b>											
												<b>\$ 25.567,40</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Como se puede visualizar en el primer cuadro se encuentra ubicado el total del sueldo mensual más los diferentes beneficios que tiene el personal administrativo de la compañía; alquiler del local ubicado en el sector norte de la Ciudad; un promedio de los servicios básicos que utilizaremos en la sede de la firma; y por último los útiles de oficina necesarios dentro de las oficinas, todo esto contiene un valor mensual de \$2130,62, y un valor anual de \$ 25567,40. A continuación mostramos el desglose respectivo de los útiles de oficina:

**Tabla 34. Desglose de los útiles de oficina**

<b>Materiales y/o Suministros de Oficina</b>			
Detalles	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Carpetas Manila tamaño oficina	17	\$ 0,22	\$ 3,74
Calculadoras	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Caja de Rexma de hojas tamaño A4	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Cartuchos de impresora de color	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Cartuchos de impresora color negra	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Cajas de Plumas Bic (negras y rojas)	2	\$ 1,85	\$ 3,70
Folder Carpetas	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Cajas Lápices Bic	1	\$ 1,85	\$ 1,85
Caja de Saca punta	1	\$ 1,74	\$ 1,74
Caja de Borrador	1	\$ 0,90	\$ 0,90
Caja de marcadores	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Cajas de grapa	3	\$ 0,54	\$ 1,62
Caja de vinchas para carpetas	1	\$ 1,20	\$ 1,20
caja de tijeras	1	\$ 2,20	\$ 2,20
		<b>total</b>	<b>\$ 146,95</b>
<b>Suministros de Limpieza y/o Mantenimiento</b>			
Detalles	Cantidad	Precio	Precio Total
Recogedor	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Escoba	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Desinfectante	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Detergente	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Destapador	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Jabon	2	\$ 1,53	\$ 3,06
Cloro	3	\$ 0,98	\$ 2,94
Cubo	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Lejia	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Paquete Papel Higienico	2	\$ 4,75	\$ 9,50
		<b>total</b>	<b>\$ 42,00</b>
<b>Otros Gastos útiles de oficina</b>		<b>\$ 188,95</b>	

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.2.2 ACTIVOS DIFERIDOS

TAXI DONZELLE al ser una nueva compañía prestadora de servicios, deberá incurrir en gastos de constitución para el inicio de sus actividades, las cuales se muestran detalladamente a continuación:

## 5.2.3 GASTOS DE CONSTITUCION

Son todos los gastos que la empresa de transporte de privado para mujeres tendrá que incurrir para su correcto funcionamiento dentro de los requisitos legales previstos por el país. Los gastos de constitución de TAXI DONZELLE son los siguientes:

- Registro sanitario.
- Patente
- Permiso de funcionamiento en el mercado.
- Honorarios de abogados.

Tabla 35. GASTOS DE CONSTITUCION.

Gastos Constitución	Valor
Registro sanitario	480,00
Patente	700,00
Permiso de funcionamiento	600,00
Honorarios de abogados	2.000,00
<b>Total</b>	<b>3.780,00</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Los Gastos de Constitución ascienden a \$3780 los cuales deben ser amortizados a cinco (5) años como escudo fiscal dentro del flujo de caja proyectado.

**Tabla 36 GASTOS DE CONSTITUCIÓN ANUAL Y MENSUAL**

Gastos Constitución	Valor	Amortización Anual	Amortización Mensual
Registro sanitario	480,00	96,00	8,00
Patente	700,00	140,00	11,67
Permiso de funcionamiento	600,00	120,00	10,00
Honorarios de abogados	2.000,00	400,00	33,33
<b>Total</b>	<b>3.780,00</b>	<b>756,00</b>	<b>63,00</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

### 5.2.4 Costos Fijos

Como nueva firma en el mercado de transporte privado, TAXI DONZELLE debe adquirir los diferentes equipos y maquinarias que la compañía necesita. Por lo cual debe considerar la compra de maquinarias y equipos de oficina, muebles de oficina, equipo de computación y suministros de oficina; Taxi Donzelle deberá invertir también en arreglos para la adecuación del local y procesos legales para la constitución para el debido funcionamiento de la empresa.

A continuación, se encuentran descritos los valores necesarios para poder cubrir tales inversiones:

**Tabla 37. INVERSIONES EN LA ADECUACIÓN DEL LOCAL**

<b>Inversiones en la adecuación del Local</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo en</b>
Adecuacion del local	1.500,00
<b>Total</b>	<b>1.500,00</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 38. BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFINICA**

<b>BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFICINA</b>			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Autos	15	12000	180000
Mampara de Seguridad	15	1184,88	17773,2
GPS	15	500	7500
Taximetro	15	150	2250
radios y boton de seguridad	15	533,33	8000
central de radio	2	700	1400
kits de belleza	15	30	450
Split	2	500	1000
Escritorios de Secretaria	5	150	750
sillas de escritorio	5	60	300
cajoneras	3	109	327
Muebles	2	300	600
		<b>TOTAL</b>	<b>220350,2</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 39. EQUIPOS DE CÓMPUTO**

<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	5	700	3500
Impresoras	2	110	220
		<b>TOTAL</b>	<b>3720</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 40. SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
telefono convencional	4	30	120
Perforadora	5	2	10
Grapadora	5	2	10
Saca grapa	5	1	5
Percha para archivar	1	228	228
Uniformes	37	8	296
		<b>TOTAL</b>	<b>669</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Tabla 41. INVERSIÓN FIJA.

<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>Rubro</b>	<b>Valor en USD</b>
Inversión en Adecuación del Local	1.500,00
Inversión en Maquinarias y Equipos de Oficina	220.350,20
Inversión Equipos de Computo	3.720,00
Inversión Suministros de Oficina	669,00
<b>TOTAL EN INVERSIÓN FIJA</b>	<b>226.239,20</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

- Inversión en Adecuación de Local es importante debido a que se debe arreglar el local acorde al servicio que se vaya a ofrecer. Entre estos denotan: reparación la fachada, adecuación y mejoramiento de las oficinas.
- Inversión en Maquinarias y Equipos de Oficina que servirán para poder brindar el servicio de transporte privado exclusivo para mujeres.
- Inversión en equipo de cómputo para el trabajo del área administrativa.
- Inversión Suministros de Oficina para el trabajo del área administrativa.

### **5.2.5 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS**

Para la depreciación de los diferentes activos fijos con los que cuenta la compañía se utilizo el método de línea recta a un periodo de 5 años (periodo de evaluación de factibilidad de nuestro proyecto).

Tabla 42. . DESCRIPCION DE BIENES

Descripción de los Bienes	Valor Total de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
Escritorios	750,00	10	75,00
GPS	7.500,00	10	750,00
Taxímetro	2.250,00	10	225,00
Radios y botón de seguridad	8.000,00	10	800,00
Central de radio	1.400,00	10	140,00
Sillas de oficina	300,00	10	30,00
Teléfono	120,00	10	12,00
Cajoneras	327,00	10	32,70
Muebles	600,00	10	60,00
Split	1.000,00	10	100,00
<b>VEHICULO</b>			
Autos	180.000,00	5	36.000,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>			
Computadoras	3.500,00	3	1.166,67
Impresora	220,00	3	73,33
<b>Depreciación Anual</b>			<b>\$ 39.464,70</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Este cuadro muestra el valor que tiene cada activo en el mercado, el cual se va a cubrir con capital propio (35%) y un financiamiento de 5 años a la CFN (65%). Acorde a la vida contable que tiene cada maquinaria y equipo ocurre su depreciación independiente de los demás activos, es decir, cada activo cuenta con una depreciación propia (vida contable) que se debe tomar en cuenta para poder conocer el valor en libros ( precio depreciado ) de los activos. A continuación podemos observar la depreciación mensual de los activos de la firma:

**Tabla 43. Depreciación mensual de los diferentes activos**

Descripción de los Bienes	Valor Total de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Años depreciables	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>							
Escritorios	750,00	10	75,00	6,25	5	375,00	375,00
GPS	7.500,00	10	750,00	62,50	5	3.750,00	3.750,00
Taxímetro	2.250,00	10	225,00	18,75	5	1.125,00	1.125,00
Radios y botón de seguridad	8.000,00	10	800,00	66,67	5	4.000,00	4.000,00
Central de radio	1.400,00	10	140,00	11,67	5	700,00	700,00
Sillas de oficina	300,00	10	30,00	2,50	5	150,00	150,00
Teléfono	120,00	10	12,00	1,00	5	60,00	60,00
Cajoneras	327,00	10	32,70	2,73	5	163,50	163,50
Muebles	600,00	10	60,00	5,00	5	300,00	300,00
Split	1.000,00	10	100,00	8,33	5	500,00	500,00
<b>VEHICULO</b>							
Autos	180.000,00	5	36.000,00	3.000,00	5	180.000,00	0,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>							
Computadoras	3.500,00	3	1.166,67	97,22	2	2.333,33	1.166,67
Impresora	220,00	3	73,33	6,11	2	146,67	73,33
<b>Depreciación Anual</b>			<b>\$ 39.464,70</b>	<b>\$ 3.288,73</b>	<b>Valor de Desecho</b>		<b>\$ 12.363,50</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 44. Datos del SRI del Ecuador**

**COSTOS O GASTOS DE DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>% ANUAL</b>
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5 %
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 %
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20 %
Equipos de cómputo y software	33 %

Fuente: SRI (Servicio de Rentas Internas)

## 5.2.6 COSTOS DE VENTA

Tabla 45. COSTOS DE SERVICIO

COSTOS DE SERVICIO		
<b>MATERIA PRIMA</b>	Precio Mensual	
<b>Materiales Directos</b>		<b>\$ 1.116,50</b>
Mantenimiento	\$ 200,00	
Seguro de Soat Panamericano Mensual	\$ 3,17	
Seguro del Auto Mensual	\$ 16,67	
Combustible	\$ 880,00	
Matriculacion mensual	\$ 16,67	
<b>MANO DE OBRA</b>		
<b>Mano de Obra Directa</b>		<b>\$ -</b>
Conductoras	\$ -	
<b>GI</b>		
<b>Materiales Indirectos</b>		<b>\$ 266,00</b>
Peajes	\$ 16,00	
Repuestos y Choques	\$ 250,00	
<b>(=) TOTAL COSTO DE SERVICIO</b>		<b>\$ 1.382,50</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

En cuanto a costos de servicio que genera TAXI DONZELLE, “los materiales directos” son los principales, ya que en estos se involucra todo cuanto respecta al mantenimiento y conservación de los vehículos obligatoriamente, tales como:

- Mantenimiento cada 5000km.
- Seguro del Soat Panamericano, este valor se realiza cada año con un valor de aproximadamente \$38, pero como nuestra compañía trabaja con un desglose financiero mensual, se ha optado por la respectiva distribución del valor para cada mes, quiere decir que, el valor de \$38 será dividido para los 12 meses, por lo que obtenemos un valor de \$3,17 mensuales.

- Seguro del auto Alianza, este seguro se realiza cada año con un valor de \$200. Por lo tanto, dicho valor se distribuye un valor mensual de \$16,67.
- Combustible para cada vehículo \$880 mensual, es decir \$29,30 diarios.
- Matricula, este trámite se realiza cada año donde, el último dígito de la placa es el mes en el que se debe efectuar la respectiva matriculación del vehículo; el valor aproximado es de \$200 incluido cualquier suministro necesario.

TAXI DONZELLE, podrá realizar carreras dentro de provincia de Guayas (Nobol, Naranjal, Milagro, etc. ), por lo cual para poder ofrecer este servicio de traslado la compañía se somete a gastos adicionales tal como el peaje que se paga para el mejoramiento de las vías, dichos gastos se reflejan en “Los materiales indirectos” del servicio.

Otro material indirecto que TAXI DONZELLE como firma debe de estar consciente que se puede incurrir, es la posibilidad de que cuales quiera de las unidades que ofrecerán el servicio de transporte privado exclusivo para mujeres puede sufrir algún tipo de choque (ya sea chocar otro vehículo, o ser chocado por algún otro), lo cual incurre a costos adicionales como la prima que se paga al seguro del vehículo, es decir, el 10% de la colisión provocada, este valor que se paga es aproximadamente de \$250 que dividido mensualmente para un año genera un pago mensual de \$16.

**Tabla 46. Costo de Venta Mensual del Servicio de Taxi Donzelle**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Materia prima	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50	\$ 1.116,50
GIF	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00	\$ 266,00
Costo de Venta del servicio por vehículo	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50
Costo de Venta Total (15 veh.)	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50	\$ 20.737,50
												\$248.850,00

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Este cuadro muestra el costo de venta del servicio de transporte privado exclusivo para mujeres mensual con el que incurrirá nuestra compañía. Este costo es de \$1.382,50 por vehículo mensualmente, esto quiere decir un total de por las 15 unidades que ofrecerán este servicio que anualmente se refleja en un costo de \$20.737,50 por mes.

### 5.2.7 EGRESOS TOTALES

A continuación se visualiza el total de egresos mensuales (salidas o partidas de descargo) con los cuales incurrirá la compañía TAXI DONZELLE en su primer año de funcionamiento.

Tabla 47. EGRESO MENSUAL.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Costo de Venta del Servicio	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50
Gastos de Venta Servicio	21387,83	21387,83	21387,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83
Gastos Administrativos	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62
Depreciación de Activos	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73
Amortización Gastos de Constitución	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
<b>Egreso Mensual</b>	<b>\$ 47.607,67</b>	<b>\$ 47.607,67</b>	<b>\$ 47.607,67</b>	<b>\$ 46.257,67</b>								

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

### 5.3 INGRESOS DEL PROYECTO

Ingresos por Venta de Productos o Servicios

Tabla 48. INGRESOS MENSUALES TAXI DONZELLE.

INGRESOS MENSUALES TAXI DONZELLE	
Total diario por vehiculo(\$)	105
numero de vehiculos (q)	15,00
Total efectivo diario	\$ 1.575,00
numero de dias del mes	30
total efectivo mensual	47250

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Nuestro nuevo servicio de transporte Taxi Donzelle espera tener ingresos mensuales totales aproximados a \$47250, esto se debe ya que cada taxi generara \$105 mínimos en los dos turnos (diurno y nocturno).

Tabla 49 CARRERAS MINIMA, PROMEDIO Y MAXIMA

		Ingreso esperado mensual		1	2	3	4	5	6
Carrera minima 25%	11812,5	Precio		1	1	1	1	1	1
		Ventas (q)		11813	11813	11813	11813	11813	11813
		Ventas (\$)		\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50
Carrera promedio 60%	\$ 28.350,00	Precio		3	3	3	3	3	3
		Ventas (q)		9450	9450	9450	9450	9450	9450
		Ventas (\$)		\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00
Carrera maxima 15%	7087,5	Precio		6	6	6	6	6	6
		Ventas (q)		1181	1181	1181	1181	1181	1181
		Ventas (\$)		\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50
Total dólares				\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00

	Ingreso esperado mensual		7	8	9	10	11	12
Carrera minima 25%	11812,5	Precio	1	1	1	1	1	1
		Ventas (q)	11813	11813	11813	11813	11813	11813
		Ventas (\$)	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50	\$ 11.812,50
Carrera promedio 60%	\$ 28.350,00	Precio	3	3	3	3	3	3
		Ventas (q)	9450	9450	9450	9450	9450	9450
		Ventas (\$)	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00	\$ 28.350,00
Carrera maxima 15%	7087,5	Precio	6	6	6	6	6	6
		Ventas (q)	1181	1181	1181	1181	1181	1181
		Ventas (\$)	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50	\$ 7.087,50
Total dólares			\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00	\$ 47.250,00

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

TAXI DONZELLE ha realizado la respectiva distribución de las carreras ya sean diurnas o nocturnas en 3 categorías:

- Carrera mínima:

Se ha asignado el precio de \$1 como carrera mínima, dado a que no hay compañía de taxis que cobre un valor por debajo del mencionado, se asigno un porcentaje del 25% (\$ 11812,5) del total de ingresos que se pretende recibir, es decir, una cantidad de 11813 carreras mensuales para el total de vehículos (15) a un precio de \$1.

- Carrera Promedio:

La demanda de carreras de taxis más frecuentes tienen un precio promedio de \$3, la compañía opto por asignar el 60% (\$28.350,00) del total de los

ingresos que se pretende recibir a este promedio de carreras que realizan las diferentes compañías que ofrecen servicio de transporte privado, es decir, una cantidad de 9450 carreras mensuales para el total de vehículos (15) a un precio de \$3.

- Carreras máximas:

Son las carreras realizadas por un precio aproximado de \$6, carreras no tan frecuentes en el servicio de transporte debido a que pocas personas acceden a pagar este precio, por lo cual, asignamos un 15% (\$7.087,50), del total de los ingresos que se pretende recibir mensualmente, es decir, una cantidad de 1181 carreras mensuales para el total de vehículos (15) a un precio de \$6.

**Tabla 50. Presupuesto de cobro mensual**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Pago 100%</b>	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00
<b>Ingreso mensual</b>	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00	\$47.250,00
												<b>\$567.000,00</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Este cuadro muestra un desglose mensual durante el primer año de los ingresos totales obtenidos por la venta de nuestro servicio de transporte privado para mujeres. Para el primer año hemos destinado ingresos mensuales de \$47,250 por lo cual obtendremos un total en el mes 12 de \$567000 de ingresos para la compañía.

Los ingresos obtenidos por cada carrera que se realice serán pago al contado, esto quiere decir que la taxista está obligada a recibir el cobro de nuestros servicios el cual marque el taxímetro en un 100% en efectivo para evitar futuros reclamos o problemas tanto para la empresa como para cualquier clienta que haga uso de nuestro servicio.

### 5.3.1 VALOR DE DESECHO DEL PROYECTO

El valor de desecho que se utiliza para el proyecto es el valor de adquisición de cada activo con el que cuente la compañía menos la depreciación que se haya acumulado hasta el año en que se ha estado realizando el cálculo, para este proyecto son 5 años.

Tabla 51 . DESCRIPCION DE LOS BIENES

Descripción de los Bienes	Valor Total de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Años depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>							
Escritorios	750,00	10	75,00	6,25	5	375,00	375,00
GPS	7.500,00	10	750,00	62,50	5	3.750,00	3.750,00
Taxímetro	2.250,00	10	225,00	18,75	5	1.125,00	1.125,00
Radios	8.000,00	10	800,00	66,67	5	4.000,00	4.000,00
Central de radio	1.400,00	10	140,00	11,67	5	700,00	700,00
Sillas de oficina	300,00	10	30,00	2,50	5	150,00	150,00
Teléfono	120,00	10	12,00	1,00	5	60,00	60,00
Cajoneras	327,00	10	32,70	2,73	5	163,50	163,50
Muebles	600,00	10	60,00	5,00	5	300,00	300,00
Split	1.000,00	10	100,00	8,33	5	500,00	500,00
<b>VEHICULO</b>							
Autos	180.000,00	5	36.000,00	3.000,00	5	180.000,00	0,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>							
Computadoras	3.500,00	3	1.166,67	97,22	2	2.333,33	1.166,67
Impresora	220,00	3	73,33	6,11	2	146,67	73,33
<b>Depreciación Anual</b>			<b>\$ 39.464,70</b>	<b>\$ 3.288,73</b>	<b>Valor de Desecho</b>		<b>\$ 12.363,50</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**El valor de desecho al final del quinto año es de \$12.363,50**

### 5.3.2 Capital de Trabajo:

Método del déficit acumulado máximo.

Una de las inversiones que debemos de tomar en cuenta es el capital de trabajo de nuestro proyecto, dado a que este calcula el excedente de los

activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo. El capital de trabajo es una medida que emplea una empresa para poder llevar a cabo el desarrollo de sus funciones normales a corto plazo, es decir, este recurso nos ayudara a cubrir diferencias económicas que se puedan presentar en el proceso de inicio de nuestra compañía.

Se utilizará el método del déficit acumulado máximo, ya que este método es el más exacto de los tres existentes (el contable y el del periodo de desfase métodos restantes existentes) para calcular la inversión en Capital de trabajo, este método por lo general se lo realiza para periodos de tiempo mensuales durante el tiempo de recuperación del proyecto, los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar su cuantía.

## CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 52. Capital de Trabajo

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00	47.250,00
(-) Ctos Operacionales	47.607,67	47.607,67	47.607,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67	46.257,67
Utilidad/pérdidas	-357,67	-357,67	-357,67	992,33	992,33	992,33	992,33	992,33	992,33	992,33	992,33	992,33
Utilidad/pérdidas acumuladas	-357,67	-715,34	-1.073,01	-80,68	911,65	1.903,98	2.896,31	3.888,64	4.880,97	5.873,30	6.865,63	7.857,96

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

El mayor déficit acumulado total de los 12 meses corresponde al capital de trabajo

<b>Capital de trabajo por medio del déficit acumulado máximo</b>	
	<b>-1.073,01</b>

### 5.3.3 INVERSIÓN INICIAL TOTAL

La compañía transporte privado exclusivo para mujeres TAXI DONZELLE para poder funcionar con sus diferentes activos y requisitos legales,

necesitara un total de inversión de \$ 231.092,21 de los cuales el 35% del total de la inversión serán financiados por los tres accionistas de la empresa y el 65% restante será financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

A continuación se muestran los diferentes rubros que se requieren para dar inicio el proyecto.

**Tabla 53 Total en Inversión Inicial**

<b>TOTAL EN INVERSION INICIAL</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR US\$</b>
Inversión fija	226.239,20
Capital de Trabajo	1.073,01
Gastos de Constitución	3.780,00
<b>TOTAL</b>	<b>231.092,21</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.4 FINANCIAMIENTO

TAXI DONZELLE necesita financiar un monto total de 231.092,21 monto el cual no es posible cubrir en su totalidad con capital propio, razón por la cual se solicitará un crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN) de \$150.209,94. Esta Corporación cuenta con una tasa activa del 10,85% (tasa PYME, ver anexo 1), dicha deuda se amortizará a 5 años. Se eligió ésta entidad porque es una institución financiera la cual nos ofrece una tasa asequible para este nuevo proyecto que esta por emprender.

### OPCIONES DE CRÉDITO: PRÉSTAMO BANCARIO (EN USD)

**Tabla 54. . MONTO A FINANCIAR**

<b>Monto a financiar</b>	150.209,94
Tasa (%)	10,85%
# de periodos	5
Anualidad-Pagos	\$ 40.489,10

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

A continuación mostramos el pago de capital e intereses anuales:

**Tabla 55. PAGO DE CAPITAL E INTERESES ANUALES**

<b>Periodo</b>	<b>Cuota</b>	<b>Intereses anual</b>	<b>Amortización</b>	<b>Capital vivo</b>
0				\$ 150.209,94
1	\$ 40.489,10	\$ 15.131,19	\$ 23.925,24	\$ 126.284,70
2	\$ 40.489,10	\$ 12.402,24	\$ 26.654,19	\$ 99.630,51
3	\$ 40.489,10	\$ 9.362,03	\$ 29.694,41	\$ 69.936,11
4	\$ 40.489,10	\$ 5.975,03	\$ 33.081,40	\$ 36.854,71
5	\$ 40.489,10	\$ 2.201,72	\$ 36.854,71	<b>(\$ 0,00)</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 56. Amortización mensual**

<b>AMORTIZACION MENSUAL</b>	
Tasa mensual	<b>0,90%</b>
# de periodos	60
Pago Mensual	\$ 3.254,70

Periodo	Cuota	Intereses anual	Amortización	Capital vivo
0				\$ 150.209,94
1	\$ 3.254,70	1358,15	\$ 1.896,55	\$ 148.313,38
2	\$ 3.254,70	1341,00	\$ 1.913,70	\$ 146.399,68
3	\$ 3.254,70	1323,70	\$ 1.931,01	\$ 144.468,67
4	\$ 3.254,70	1306,24	\$ 1.948,46	\$ 142.520,21
5	\$ 3.254,70	1288,62	\$ 1.966,08	\$ 140.554,13
6	\$ 3.254,70	1270,84	\$ 1.983,86	\$ 138.570,27
7	\$ 3.254,70	1252,91	\$ 2.001,80	\$ 136.568,47
8	\$ 3.254,70	1234,81	\$ 2.019,90	\$ 134.548,57
9	\$ 3.254,70	1216,54	\$ 2.038,16	\$ 132.510,42
10	\$ 3.254,70	1198,12	\$ 2.056,59	\$ 130.453,83
11	\$ 3.254,70	1179,52	\$ 2.075,18	\$ 128.378,65
12	\$ 3.254,70	1160,76	\$ 2.093,95	\$ 126.284,70
13	\$ 3.254,70	1141,82	\$ 2.112,88	\$ 124.171,82
14	\$ 3.254,70	1122,72	\$ 2.131,98	\$ 122.039,84
15	\$ 3.254,70	1103,44	\$ 2.151,26	\$ 119.888,58
16	\$ 3.254,70	1083,99	\$ 2.170,71	\$ 117.717,87
17	\$ 3.254,70	1064,37	\$ 2.190,34	\$ 115.527,53
18	\$ 3.254,70	1044,56	\$ 2.210,14	\$ 113.317,39
19	\$ 3.254,70	1024,58	\$ 2.230,12	\$ 111.087,27
20	\$ 3.254,70	1004,41	\$ 2.250,29	\$ 108.836,98
21	\$ 3.254,70	984,07	\$ 2.270,63	\$ 106.566,34
22	\$ 3.254,70	963,54	\$ 2.291,17	\$ 104.275,18
23	\$ 3.254,70	942,82	\$ 2.311,88	\$ 101.963,30
24	\$ 3.254,70	921,92	\$ 2.332,78	\$ 99.630,51
25	\$ 3.254,70	900,83	\$ 2.353,88	\$ 97.276,64
26	\$ 3.254,70	879,54	\$ 2.375,16	\$ 94.901,48
27	\$ 3.254,70	858,07	\$ 2.396,64	\$ 92.504,84
28	\$ 3.254,70	836,40	\$ 2.418,30	\$ 90.086,54
29	\$ 3.254,70	814,53	\$ 2.440,17	\$ 87.646,37
30	\$ 3.254,70	792,47	\$ 2.462,23	\$ 85.184,13

31	\$ 3.254,70	770,21	\$ 2.484,50	\$ 82.699,64
32	\$ 3.254,70	747,74	\$ 2.506,96	\$ 80.192,68
33	\$ 3.254,70	725,08	\$ 2.529,63	\$ 77.663,05
34	\$ 3.254,70	702,20	\$ 2.552,50	\$ 75.110,55
35	\$ 3.254,70	679,12	\$ 2.575,58	\$ 72.534,97
36	\$ 3.254,70	655,84	\$ 2.598,87	\$ 69.936,11
37	\$ 3.254,70	632,34	\$ 2.622,36	\$ 67.313,75
38	\$ 3.254,70	608,63	\$ 2.646,07	\$ 64.667,67
39	\$ 3.254,70	584,70	\$ 2.670,00	\$ 61.997,67
40	\$ 3.254,70	560,56	\$ 2.694,14	\$ 59.303,53
41	\$ 3.254,70	536,20	\$ 2.718,50	\$ 56.585,03
42	\$ 3.254,70	511,62	\$ 2.743,08	\$ 53.841,95
43	\$ 3.254,70	486,82	\$ 2.767,88	\$ 51.074,07
44	\$ 3.254,70	461,79	\$ 2.792,91	\$ 48.281,16
45	\$ 3.254,70	436,54	\$ 2.818,16	\$ 45.463,00
46	\$ 3.254,70	411,06	\$ 2.843,64	\$ 42.619,36
47	\$ 3.254,70	385,35	\$ 2.869,35	\$ 39.750,01
48	\$ 3.254,70	359,41	\$ 2.895,30	\$ 36.854,71
49	\$ 3.254,70	333,23	\$ 2.921,47	\$ 33.933,24
50	\$ 3.254,70	306,81	\$ 2.947,89	\$ 30.985,35
51	\$ 3.254,70	280,16	\$ 2.974,54	\$ 28.010,81
52	\$ 3.254,70	253,26	\$ 3.001,44	\$ 25.009,37
53	\$ 3.254,70	226,13	\$ 3.028,58	\$ 21.980,79
54	\$ 3.254,70	198,74	\$ 3.055,96	\$ 18.924,83
55	\$ 3.254,70	171,11	\$ 3.083,59	\$ 15.841,24
56	\$ 3.254,70	143,23	\$ 3.111,47	\$ 12.729,77
57	\$ 3.254,70	115,10	\$ 3.139,60	\$ 9.590,17
58	\$ 3.254,70	86,71	\$ 3.167,99	\$ 6.422,17
59	\$ 3.254,70	58,07	\$ 3.196,64	\$ 3.225,54
60	\$ 3.254,70	29,16	\$ 3.225,54	(\$ 0,00)

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.5 CAPITAL PROPIO

Los Accionistas aportarán con el 35% del total de la inversión que se requiere para llevar en marcha el proyecto, esto le permitirá tener a cada uno de los accionistas (3 accionistas en total) derecho a los dividendos de la compañía y ser partícipe de las diferentes decisiones que se tomen.

La inversión del capital propio (35%) total es de \$80.882,27 y la cantidad que corresponde a cada accionista será repartida equitativamente entre los 3 accionistas que llevaran a cabo el proyecto, es decir, \$26.960,76 para cada uno. A continuación podremos observar el detalle de la participación de cada accionista.

### CAPITAL PROPIO DE LOS ACCIONISTAS

Tabla 57. INVERSIONISTAS

Inversionistas	Monto	%
Primer Accionista	\$ 26.960,76	20%
Segundo Accionista	\$ 26.960,76	20%
Tercer Accionista	\$ 26.960,76	20%
<b>Total</b>	<b>\$ 80.882,27</b>	<b>60%</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.6 Estado de Resultado

Una vez considerados los diferentes ingresos y egreso a los cuales incurre TAXI DONZELLE, se puede proceder a realizar el respectivo estado de resultado para este nuevo proyecto, el cual está estimado a 5 años.

A continuación se detalla el estado de resultado mensual del primer año y los anuales (5 años) respectivamente:

**TAXI DONZELLE**  
**Estado de Resultados mensual del primer año**

**Tabla 58. Estado de Pérdidas y Ganancias**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ventas	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	47250,00	567000,00
Costo de Ventas	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	20737,50	248850,00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>26512,50</b>	<b>318150,00</b>											
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>25520,17</b>	<b>306242,04</b>											
Gastos de Venta	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	20037,83	240453,94
Gastos Administrativos	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	2130,62	25567,40
Depreciación de Activos Fijos	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	3288,73	39464,70
Amortización de Gastos de Constitución	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	756,00
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>992,33</b>	<b>11907,96</b>											
<b>Gastos No Operacionales</b>	<b>1358,15</b>	<b>1341,00</b>	<b>1323,70</b>	<b>1306,24</b>	<b>1288,62</b>	<b>1270,84</b>	<b>1252,91</b>	<b>1234,81</b>	<b>1216,54</b>	<b>1198,12</b>	<b>1179,52</b>	<b>1160,76</b>	<b>15131,19</b>
Gastos Financieros (intereses)	1358,15	1341,00	1323,70	1306,24	1288,62	1270,84	1252,91	1234,81	1216,54	1198,12	1179,52	1160,76	15131,19
<b>Utilidad antes de Obligaciones</b>	<b>-365,82</b>	<b>-348,67</b>	<b>-331,37</b>	<b>-313,91</b>	<b>-296,29</b>	<b>-278,51</b>	<b>-260,58</b>	<b>-242,48</b>	<b>-224,21</b>	<b>-205,78</b>	<b>-187,19</b>	<b>-168,43</b>	<b>-3223,23</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 59. UTILIDAD NETA**

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>	567.000,00	648.000,00	740.571,43	846.367,35	967.276,97
(-) Costo de Ventas	248.850,00	284.400,00	325.028,57	371.461,22	424.527,11
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>318.150,00</b>	<b>363.600,00</b>	<b>415.542,86</b>	<b>474.906,12</b>	<b>542.749,85</b>
<b><u>(-) Gastos Operacionales</u></b>	<b>306.242,04</b>	<b>324.234,04</b>	<b>343.446,07</b>	<b>363.961,12</b>	<b>385.867,82</b>
Gastos de Venta	240.453,94	256.445,94	273.501,52	291.691,44	311.091,12
Gastos Administrativos	25.567,40	27.567,40	29.723,85	32.048,99	34.556,01
Depreciación Activos Fijos	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
Amortización de Gastos de Constitución	756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>11.907,96</b>	<b>39.365,96</b>	<b>72.096,78</b>	<b>110.945,00</b>	<b>156.882,03</b>
<b><u>(-) Gastos No Operacionales</u></b>	<b>15.131,19</b>	<b>12.402,24</b>	<b>9.362,03</b>	<b>5.975,03</b>	<b>2.201,72</b>
Gastos Financieros (intereses)	15.131,19	12.402,24	9.362,03	5.975,03	2.201,72
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>-3.223,23</b>	<b>26.963,72</b>	<b>62.734,76</b>	<b>104.969,96</b>	<b>154.680,31</b>
<b><u>(-) 15% Participación de Trabajadores</u></b>	<b>-483,48</b>	<b>4.044,56</b>	<b>9.410,21</b>	<b>15.745,49</b>	<b>23.202,05</b>
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>-2.739,75</b>	<b>22.919,16</b>	<b>53.324,54</b>	<b>89.224,47</b>	<b>131.478,27</b>
<b><u>(-) 23% Impuesto a la Renta</u></b>	<b>-630,14</b>	<b>5.042,22</b>	<b>11.731,40</b>	<b>19.629,38</b>	<b>28.925,22</b>
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>(2.109,60)</b>	<b>17.876,95</b>	<b>41.593,14</b>	<b>69.595,09</b>	<b>102.553,05</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.7 TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento se utiliza para poder traer al valor presente los flujos de caja, esta tasa nos muestra la rentabilidad mínima que el nuestro proyecto debe obtener para su viabilidad. Para el cálculo de la tasa de descuento debemos tomar en cuenta los riesgos que atravesamos y la rentabilidad que obtendremos (a mayor riesgo, mayor rentabilidad).

Una metodología sofisticada para poder hallar esta tasa es través de la aplicación de los métodos de valoración de activos financieros, los cuales definirán la relación entre rentabilidad y riesgo de nuestro proyecto.

Las metodologías son:

- CCPP (Costo de Capital Promedio Ponderado) y,
- CAPM

A continuación se procederá a realizar el cálculo respectivo de estos dos métodos de tasas de descuentos.

### 5.7.1 Costo Promedio Ponderado de Capital

Esta tasa se considera para descontar el flujo de fondos del activo o proyecto con financiamiento. El CCPP representa el costo promedio de todas las fuentes de fondos (acciones y deudas) ponderado por el peso relativo de las mismas variables en la estructura del proyecto.

Calculo del CPPC:

Tabla 60. CALCULO DEL CPPC

Deuda a largo plazo	\$ 150.210
Acciones preferentes	\$ 80.882
Acciones ordinarias	\$ 0
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 231.092</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Si analizamos la estructura de financiación en términos porcentuales se podrá notar la combinación de las diferentes fuentes de financiación de la siguiente manera:

Tabla 61. FUENTE ABSOLUTO Y RELATIVO

<b>FUENTE</b>	<b>ABSOLUTO</b>	<b>RELATIVO</b>
Deuda a corto y largo plazo	0,65	65%
Acciones preferentes	0,35	35%
Acciones ordinarias	0,00	0%
Total financiación		100%

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## ANÁLISIS

La estructura de capital de TAXI DONZELLE está conformada por:

- 65% de deuda
- 35% de acciones preferentes
- No contamos con acciones ordinarias.

TAXI DONZELLE considera que esta combinación logrará maximizar la inversión de los 3 accionistas preferentes y que todos los nuevos proyectos de inversión deberán mantenerla.

**Tabla 62. TASA PRESTAMO CFN.**

Tasa prestamo (CFN)	10,85%
Impuesto	23%

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 63. COSTO DEUDA**

COSTO DEUDA	
FORMULA	$KD(1-T)$
TOTAL	0,083545
PORCENTAJE	8,355%

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

**Tabla 64. COSTOS DE ACCIONES PREFERENTES**

Costo de Acciones preferentes

\*De acuerdo a promedios sectoriales la mayoría de inversionistas están Alrededor del 27% y 35% efectivo anual como tasa de interés de oportunidad.

TAXI DONCELLE UTILIZARA UN COSTO DE ACCIONES PROMEDIO

COSTO ACCIONES	31%
----------------	-----

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Tabla 65. .TOTAL PROMEDIO PONDERADO

FUENTE	% RELATIVO (1)	COSTO (2)	(1 * 2 )
Deuda a corto y largo plazo	65%	8,355%	5,43%
Acciones preferentes	35%	31%	10,85%
Acciones ordinarias	0%	0	
<b>Total PROMEDIO PONDERADO</b>			<b>16,28%</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

EL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE TAXI DONCELLE ES 16,28%

### 5.7.2 CAPM (Modelo de Fijación de precios de activos de capital)

Es un método de valoración de activos financieros que se basa en una relación lineal entre el rendimiento esperado y el riesgo.

El modelo de valoración de activos o CAPM, parte de las siguientes bases que se muestran a continuación:

- **Rf:** la tasa libre de riesgo, esta tiene un valor del 0,89%. Esta tasa proviene del Tesoro de Estados Unidos a 5 años. (Ver anexo 3)
- **Prima de riesgo:** Corresponde a la prima de riesgo del mercado, información que la obtuvimos de Ibbotson y esta es del 5.9%
- **$\beta$ (beta):** Coeficiente de riesgo, donde la industria más similar que encontramos en la del sector de arrendamiento de vehículo, estos datos fueron obtenidos en Damodaran, donde la beta obtenida es 0,47.
- **Riesgo país:** Es la prima por riesgo que constituye el país (Ecuador) la cual se implementará en el proyecto. En la actualidad esta tasa es de 8,04%, datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (ver anexo 2).
- **Re: Costo del Capital propio**

<b><math>R_m = r_f + \beta (\text{Prima de Riesgo}) + R_p(\text{ECU})</math></b>	
<b><math>R_e = R_f + b(\text{Prima de Riesgo})</math></b>	
Beta Promedio del Sector (EUA)	0,47
<b>Prima de Riesgo = <math>R_m - R_f</math></b>	
Ibbotson histórico señala prima de riesgo	5,9
$R_f$ bonos del tesoro EU =	0,89
Re calculado	3,663
<b>Riesgo País Asociado al Mercado Ecuatoriano</b>	<b>8,04</b>
<b><math>R_e \text{ ECU} = R_e \text{ calculado} + \text{Riesgo Mercado Ecuatoriano}</math></b>	<b>11,703%</b>

$$\underline{R_e = r_f + b ( r_m - r_f ) + \text{Riesgo País}}$$

$$R_e = 0,89\% + 0,47(5,9) + 8,04$$

$$\underline{R_e = 11,703\%}$$

Como se puede observar el modelo de esta tasa de descuento tiene un resultado del 11,703%.

TAXI DONZELLE, se financiara a través de una deuda a la CFN por lo cual la TMAR de nuestro proyecto se medirá a través de la tasa de descuento CAMP. En base a lo dicho observemos que:

$$\text{CAPM} = \text{TMAR}$$

$$\text{TMAR} = 11,703\%$$

Esta tasa obtenida nos permitirá hacer la respectiva comparación con la TIR (tasa interna de retorno), procedimiento el cual determinara la factibilidad de llevar a cabo nuestro proyecto.

## 5.8 FLUJO DE CAJA

A partir de la realización del Estado de Resultados se puede proceder a realizar el respectivo flujo de caja, en el cual añadiremos las depreciaciones

y las amortizaciones respectivas del proyecto, se realiza la sumatoria de dicho valores debido a que estos no representan una salida de dinero para la compañía sino representa un registro de valores en libros contables.

El flujo de caja es importante porque muestra el comportamiento de la caja de la compañía, ya sean estos de entrada o salida, a un periodo determinado, es decir 5 años para el que estamos llevando a cabo y que se muestra a continuación:

**Tabla 66. FLUJO NETO EFECTIVO.**

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		567.000,00	648.000,00	740.571,43	846.367,35	967.276,97
(-) Costo de Ventas		248.850,00	284.400,00	325.028,57	371.461,22	424.527,11
(=) Utilidad Bruta		<b>318.150,00</b>	<b>363.600,00</b>	<b>415.542,86</b>	<b>474.906,12</b>	<b>542.749,85</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>		<b>306.242,04</b>	<b>324.234,04</b>	<b>343.446,07</b>	<b>363.961,12</b>	<b>385.867,82</b>
Gastos de Venta		240.453,94	256.445,94	273.501,52	291.691,44	311.091,12
Gastos Administrativos		25.567,40	27.567,40	29.723,85	32.048,99	34.556,01
Depreciación Activos Fijos		39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
Amortización de Gastos de Constitución		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(=) Utilidad Operacional		<b>11.907,96</b>	<b>39.365,96</b>	<b>72.096,78</b>	<b>110.945,00</b>	<b>156.882,03</b>
<b>(-) Gastos No Operacionales</b>		<b>15.131,19</b>	<b>12.402,24</b>	<b>9.362,03</b>	<b>5.975,03</b>	<b>2.201,72</b>
Gastos Financieros (intereses)		15.131,19	12.402,24	9.362,03	5.975,03	2.201,72
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>-3.223,23</b>	<b>26.963,72</b>	<b>62.734,76</b>	<b>104.969,96</b>	<b>154.680,31</b>
<b>(-) 15% Participación de Trabajadores</b>		-483,48	4.044,56	9.410,21	15.745,49	23.202,05
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>-2.739,75</b>	<b>22.919,16</b>	<b>53.324,54</b>	<b>89.224,47</b>	<b>131.478,27</b>
<b>(-) 23% Impuesto a la Renta</b>		-630,14	5.042,22	11.731,40	19.629,38	28.925,22
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>(2.109,60)</b>	<b>17.876,95</b>	<b>41.593,14</b>	<b>69.595,09</b>	<b>102.553,05</b>
(+) Amortización (gtos de constitución)		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(+) Depreciación (de activos fijos)		39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
(-) Activos Fijos	-226.239,20			-3.280,00		
(-) Capital de Trabajo	-1.073,01					
(-) Inversión en Gtos de Constitución	-3.780,00					
(+) Préstamo	150.209,94					
(-) Amortización Capital del Préstamo		-23925,24	-26654,19	-29694,41	-33081,40	-36854,71
(+) Recuperación Capital de Trbj.						1.073,01
(+) Valor de Desecho						12.363,50
(=) Flujo Neto Efectivo	<b>(80.882,27)</b>	<b>14.185,86</b>	<b>31.443,46</b>	<b>48.839,44</b>	<b>76.734,39</b>	<b>119.355,54</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Este flujo visualiza el crecimiento anual que tiene nuestra compañía, es decir, es un indicador importante para medir el grado de liquidez que lleva la empresa, y esta ayuda a analizar si el proyecto es rentable y sostenible en función de las expectativas de la empresa.

Se puede visualizar que el flujo caja mostrado de nuestro proyecto refleja valores positivos a partir del primer año, y además demuestra un crecimiento continuo de un año a otro.

**Tabla 67. Tasa de Crecimiento**

1,143	648.000,00	<b>TASA DE CRECIMIENTO EN VENTAS</b>
	567.000,00	
	81.000,00	
	0,142857143	

1,142857143	248.850,00	<b>TASA DE CRECIMIENTO EN COSTO DE VENTA</b>
	284.400,00	
	35.550,00	
	0,14285714	

1,06650754	256.445,94	<b>TASA DE CRECIMIENTO EN GASTO VENTAS</b>
	240.453,94	
	15.992,00	
	0,066507541	

1,07822461	27.567,40	<b>TASA DE CRECIMIENTO EN GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>
	25.567,40	
	2.000,00	
	0,078224614	

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

En base a la información obtenida en el flujo de caja podremos obtener los siguientes valores:

- VAN
- TIR
- PAYBACK DESCONTADO

A continuación detallaremos cada uno de ellos, con sus respectivos valores:

### 5.8.1 VAN

Con la TMAR obtenida a partir del modelo de la tasa de descuento CAPM, podemos visualizar un VAN positivo ( $VAN > 0$ ), esto demuestra que el proyecto TAXI DONCELLE si es rentable bajo las condiciones planteadas.

<b>VAN</b>	<b>109.975,83</b>
------------	-------------------

### 5.8.2 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

La Tasa Interna de Retorno obtenida de acuerdo al flujo de caja elaborado va a ser del 42,69%, ésta medirá la rentabilidad de la empresa en términos porcentuales, y además la comparamos con la TMAR para medir la rentabilidad mínima que tiene nuestro proyecto.

De acuerdo al criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Si,

$$\begin{aligned} TIR > TMAR &= \text{Se acepta el proyecto} \\ 42,69\% > 11.70\% \end{aligned}$$

Dado a que nuestra TIR es mayor a la TMAR el proyecto de factibilidad de nuestra compañía de transporte privado exclusivo para mujeres debe ser puesto en marcha. El proyecto recibiría una TIR del 42,69%, la cual es mayor a la tasa de descuento obtenida que es de 11,70%. Nuestro proyecto recibiría una rentabilidad mucho mayor a la tasa que se exigía de retorno al proyecto, después de recuperar la inversión.

<b>TIR</b>	<b>42,69%</b>
------------	---------------

### 5.8.3 Payback Descontado

El Payback es otro de los criterios de evaluación de proyectos, el cual nos ayuda a calcular en cuanto tiempo se recuperaría la inversión, incluyendo la tasa de retorno exigida, aplicando este cálculo se muestra que la inversión se recupera en el cuarto año, se puede observar que en el cuarto año la recuperación de la inversión es igual a \$75.438,99 superando el saldo de inversión del mismo año, es decir, de \$11.068,95.

Tabla 68. Payback

<b>Payback</b>				
<b>Periodo (años)</b>	<b>Saldo inversión</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Rentabilidad exigida</b>	<b>Recuperación inversión</b>
1	\$ 80.882,27	\$ 14.185,86	\$ 9.465,65	\$ 4.720,21
2	\$ 76.162,07	\$ 31.443,46	\$ 8.913,25	\$ 22.530,21
3	\$ 53.631,85	\$ 48.839,44	\$ 6.276,54	\$ 42.562,90
4	\$ 11.068,95	\$ 76.734,39	\$ 1.295,40	\$ 75.438,99
5	(\$ 64.370,04)	\$ 119.355,54	(\$ 7.533,23)	<b>\$ 126.888,77</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNI-VARIABLE

### 5.9.1 Análisis de sensibilidad uni- variable (1)

Para determinar el análisis de sensibilidad podemos basarnos ya sea en la variable de costos como de los ingresos, pero en la empresa TAXI DONZELLE la variable que más influye es de los ingresos, por lo tanto si existe una pequeña variación en las ventas, para la empresa, esto afectaría mucho en su funcionamiento para seguir en el mercado compitiendo. Para ello hemos optado por incrementar las ventas de \$47250 a \$51750 con una tasa de crecimiento del 13% de los ingresos, para conocer qué cambios se efectúan y la viabilidad del proyecto.

**Tabla 69. Análisis de Sensibilidad Uni- Variable (1)**

	Ingreso esperado mensual		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Carrera mínima 25%	\$12.937,50	Precio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Ventas (q)	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938	12938
		Ventas (\$)	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50	\$12.937,50
Carrera promedio 60%	\$31.050,00	Precio	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		Ventas (q)	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350	10350
		Ventas (\$)	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00	\$31.050,00
Carrera máxima 15%	7762,5	Precio	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
		Ventas (q)	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294	1294
		Ventas (\$)	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50	\$7.762,50
Total dólares			\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pago 100% contado	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00
Ingreso mensual	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00	\$51.750,00
												\$621.000,00

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		621.000,00	702.000,00	793.565,22	897.073,72	1.014.083,34
(-) Costo de Ventas		248.850,00	284.400,00	325.028,57	371.461,22	424.527,11
(=) Utilidad Bruta		<b>372.150,00</b>	<b>417.600,00</b>	<b>468.536,65</b>	<b>525.612,50</b>	<b>589.556,23</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>		<b>306.242,04</b>	<b>324.234,04</b>	<b>343.446,07</b>	<b>363.961,12</b>	<b>385.867,82</b>
Gastos de Venta		240.453,94	256.445,94	273.501,52	291.691,44	311.091,12
Gastos Administrativos		25.567,40	27.567,40	29.723,85	32.048,99	34.556,01
Depreciación Activos Fijos		39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
Amortización de Gastos de Constitución		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(=) Utilidad Operacional		<b>65.907,96</b>	<b>93.365,96</b>	<b>125.090,57</b>	<b>161.651,38</b>	<b>203.688,40</b>
<b>(-) Gastos No Operacionales</b>		<b>15.131,19</b>	<b>12.402,24</b>	<b>9.362,03</b>	<b>5.975,03</b>	<b>2.201,72</b>
Gastos Financieros (intereses)		15.131,19	12.402,24	9.362,03	5.975,03	2.201,72
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>50.776,77</b>	<b>80.963,72</b>	<b>115.728,55</b>	<b>155.676,34</b>	<b>201.486,68</b>
<b>(-) 15% Participación de Trabajadores</b>		7.616,52	12.144,56	17.359,28	23.351,45	30.223,00
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>43.160,25</b>	<b>68.819,16</b>	<b>98.369,26</b>	<b>132.324,89</b>	<b>171.263,68</b>
<b>(-) 23% Impuesto a la Renta</b>		9.926,86	15.140,22	21.641,24	29.111,48	37.678,01
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>33.233,40</b>	<b>53.678,95</b>	<b>76.728,03</b>	<b>103.213,41</b>	<b>133.585,67</b>
(+) Amortización (gts de constitución)		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(+) Depreciación (de activos fijos)		39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
(-) Activos Fijos	-226.239,20			-3.280,00		
(-) Capital de Trabajo	-1.073,01					
(-) Inversión en Gtos de Constitución	-3.780,00					
(+) Préstamo	150.209,94					
(-) Amortización Capital del Préstamo		-23925,24	-26654,19	-29694,41	-33081,40	-36854,71
(+) Recuperación Capital de Trabj.						1073,01
(+) Valor de Desecho						12363,50
(=) Flujo Neto Efectivo	<b>(80.882,27)</b>	<b>49.528,86</b>	<b>67.245,46</b>	<b>83.974,32</b>	110.352,72	150.388,17

<b>13</b>		
58500	12	702000

INGRESOS MENSUALES TAXI DONZELLE		INGRESOS MENSUALES TAXI DONZELLE	
Total diario por vehiculo(	115	Total diario por vehiculo(\$)	130
numero de vehiculos (q)	\$ 15,00	numero de vehiculos (q)	\$ 15,00
Total efectivo diario	\$ 1.725,00	Total efectivo diario	\$ 1.950,00
numero de dias del mes	30	numero de dias del mes	30
total efectivo mensual	51750	total efectivo mensual	58500

<b>1,1304</b>	702.000,00	<b>Tasa de crecimiento de las ventas del Servicio anual</b>
	621.000,00	
	81.000,00	
	0,13	

**Tabla 70. Análisis de sensibilidad uni- variable (1)**

		AÑOS				
	0	1	2	3	4	5
Ventas		621.000,00	702.000,00	793.565,22	897.073,72	1.014.083,34
(-) Costo de Ventas		248.850,00	284.400,00	325.028,57	371.461,22	424.527,11
(=) Utilidad Bruta		<b>372.150,00</b>	<b>417.600,00</b>	<b>468.536,65</b>	<b>525.612,50</b>	<b>589.556,23</b>

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

<b>TMAR</b>	<b>11,70%</b>
<b>VAN</b>	<b>234.954,70</b>
<b>TIR</b>	<b>80,24%</b>

El análisis de sensibilidad, podemos notar nuestro proyecto de transporte privado será rentable, analizando los siguientes puntos:

- 80,24% > 11,70%, TIR > TMAR, por lo tanto hay viabilidad financiera.
- \$234.954,70 (VAN) es mayor a 0, por lo tanto el rendimiento mínimo requerido (TMAR) será satisfactorio.

### 5.9.2 Análisis de sensibilidad uni- variable (2)

La compañía TAXI DONZELLE en el segundo análisis de sensibilidad en la variable de los ingresos ha optado por incrementar las ventas de \$47250 a \$47750 con una tasa de crecimiento del 16% de los ingresos, para conocer que cambios se efectúan y la viabilidad del proyecto.

**Tabla 71. Análisis de Sensibilidad Uni-variable (2)**

	Ingreso esperado mensual		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Carrera mínima 25%	10687,5	Precio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		Ventas (q)	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688	10688
		Ventas (\$)	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50	\$ 10.687,50
Carrera promedio 60%	25650	Precio	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
		Ventas (q)	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550	8550
		Ventas (\$)	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00	\$ 25.650,00
Carrera máxima 15%	6412,5	Precio	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
		Ventas (q)	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069	1069
		Ventas (\$)	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50	\$ 6.412,50
Total dólares			\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pago 100% contado		\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00
Ingreso mensual		\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00	\$ 42.750,00
													\$ 513.000,00

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		513.000,00	594.000,00	687.789,47	796.387,81	922.133,26
(-) Costo de Ventas		248.850,00	284.400,00	325.028,57	371.461,22	424.527,11
(=) Utilidad Bruta		<b>264.150,00</b>	<b>309.600,00</b>	<b>362.760,90</b>	<b>424.926,59</b>	<b>497.606,14</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>		<b>306.242,04</b>	<b>324.234,04</b>	<b>343.446,07</b>	<b>363.961,12</b>	<b>385.867,82</b>
Gastos de Venta		240.453,94	256.445,94	273.501,52	291.691,44	311.091,12
Gastos Administrativos		25.567,40	27.567,40	29.723,85	32.048,99	34.556,01
Depreciación Activos Fijos		39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
Amortización de Gastos de Constitución		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(=) Utilidad Operacional		<b>-42.092,04</b>	<b>-14.634,04</b>	<b>19.314,83</b>	<b>60.965,46</b>	<b>111.738,32</b>
<b>(-) Gastos No Operacionales</b>		<b>15.131,19</b>	<b>12.402,24</b>	<b>9.362,03</b>	<b>5.975,03</b>	<b>2.201,72</b>
Gastos Financieros (intereses)		15.131,19	12.402,24	9.362,03	5.975,03	2.201,72
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>-57.223,23</b>	<b>-27.036,28</b>	<b>9.952,80</b>	<b>54.990,43</b>	<b>109.536,60</b>
<b>(-) 15% Participación de Trabajadores</b>		<b>-8.583,48</b>	<b>-4.055,44</b>	<b>1.492,92</b>	<b>8.248,56</b>	<b>16.430,49</b>
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>-48.639,75</b>	<b>-22.980,84</b>	<b>8.459,88</b>	<b>46.741,86</b>	<b>93.106,11</b>
<b>(-) 23% Impuesto a la Renta</b>		<b>-11.187,14</b>	<b>-5.055,78</b>	<b>1.861,17</b>	<b>10.283,21</b>	<b>20.483,34</b>
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>(37.452,60)</b>	<b>(17.925,05)</b>	<b>6.598,71</b>	<b>36.458,65</b>	<b>72.622,77</b>
(+) Amortización (gros de constitución)		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(+) Depreciación (de activos fijos)		39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70	39.464,70
(-) Activos Fijos	-226.239,20			-3.280,00		
(-) Capital de Trabajo	-1.073,01					
(-) Inversión en Gtos de Constitución	-3.780,00					
(+) Préstamo	150.209,94					
(-) Amortización Capital del Préstamo		-23925,24	-26654,19	-29694,41	-33081,40	-36854,71
(+) Recuperación Capital de Trabj.						1.073,01
(+) Valor de Desecho						12.363,50
(=) Flujo Neto Efectivo	<b>(80.882,27)</b>	<b>(21.157,14)</b>	<b>(4.358,54)</b>	<b>13.845,00</b>	43.597,96	89.425,26

<b>13</b>		
49500	12	594000

INGRESOS MENSUALES TAXI DONZELLE	
Total diario por vehiculo(\$)	95
numero de vehiculos (q)	\$ 15,00
Total efectivo diario	\$ 1.425,00
numero de dias del mes	30
total efectivo mensual	42750

INGRESOS MENSUALES TAXI DONZELLE	
Total diario por vehiculo(\$)	110
numero de vehiculos (q)	\$ 15,00
Total efectivo diario	\$ 1.650,00
numero de dias del mes	30
total efectivo mensual	49500

<b>1,16</b>	594.000,00	<b>Tasa de crecimiento de las ventas anual</b>
	513.000,00	
	81.000,00	
	0,16	

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		564.000,00	702.000,00	873.765,96	1.087.559,76	1.353.664,80
(-) Costo de Ventas		225.513,00	239.832,39	255.061,02	271.256,62	288.480,59
(=) Utilidad Bruta		<b>338.487,00</b>	<b>462.167,61</b>	<b>618.704,94</b>	<b>816.303,14</b>	<b>1.065.184,21</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>		<b>306.781,76</b>	<b>260.760,43</b>	<b>248.829,09</b>	<b>237.604,44</b>	<b>227.044,49</b>
Gastos de Venta		240.453,94	200.000,00	188.112,21	176.931,02	166.414,43
Gastos Administrativos		25.567,40	20.000,00	19.956,45	19.912,99	19.869,63
Depreciación Activos Fijos		40.004,43	40.004,43	40.004,43	40.004,43	40.004,43
Amortización de Gastos de Constitución		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(=) Utilidad Operacional		<b>31.705,24</b>	<b>201.407,18</b>	<b>369.875,85</b>	<b>578.698,70</b>	<b>838.139,73</b>
<b>(-) Gastos No Operacionales</b>		<b>15.199,99</b>	<b>12.458,63</b>	<b>9.404,59</b>	<b>6.002,20</b>	<b>2.211,73</b>
Gastos Financieros (intereses)		15.199,99	12.458,63	9.404,59	6.002,20	2.211,73
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>16.505,25</b>	<b>188.948,55</b>	<b>360.471,26</b>	<b>572.696,50</b>	<b>835.928,00</b>
<b>(-) 15% Participación de Trabajadores</b>		2.475,79	28.342,28	54.070,69	85.904,47	125.389,20
(=) Utilidad antes de Impuestos		<b>14.029,46</b>	<b>160.606,27</b>	<b>306.400,57</b>	<b>486.792,02</b>	<b>710.538,80</b>
<b>(-) 23% Impuesto a la Renta</b>		<b>3.226,78</b>	<b>36.939,44</b>	<b>70.472,13</b>	<b>111.962,17</b>	<b>163.423,92</b>
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>10.802,68</b>	<b>123.666,83</b>	<b>235.928,44</b>	<b>374.829,86</b>	<b>547.114,88</b>
(+) Amortización (gtos de constitución)		756,00	756,00	756,00	756,00	756,00
(+) Depreciación (de activos fijos)		40.004,43	40.004,43	40.004,43	40.004,43	40.004,43
(-) Activos Fijos	-226.239,20			-3.280,00		
(-) Capital de Trabajo	-2.123,69					
(-) Inversión en Gtos de Constitución	-3.780,00					
(+) Préstamo	150.892,88					
(-) Amortización Capital del Préstamo		-24034,01	-26775,37	-29829,41	-33231,80	-37022,28
(+) Recuperación Capital de Trabj.						2.123,69
(+) Valor de Desecho						9.664,86
(=) Flujo Neto Efectivo	<b>(81.250,01)</b>	<b>27.529,10</b>	<b>137.651,88</b>	<b>243.579,46</b>	382.358,48	562.641,58

<b>13</b>			<b>\$130 diarios en turnos diurno y nocturnos</b>			
58500	12	702000	<b>\$130*15 vehículos = \$1950</b>			
			<b>\$1950*30 días = \$58500 mensual</b>			
<b>Tasa de crecimiento de las ventas anual</b>						
124,47%		702.000,00				
		564.000,00				
		138.000,00				
		24%				

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Tabla 72. Análisis de sensibilidad uni-variable (2)

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ventas		513.000,00	594.000,00	687.789,47	796.387,81	922.133,26
(-) Costo de Ventas		248.850,00	284.400,00	325.028,57	371.461,22	424.527,11
(=) Utilidad Bruta		264.150,00	309.600,00	362.760,90	424.926,59	497.606,14

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

<b>TMAR</b>	<b>11,70%</b>
<b>VAN</b>	<b>(13.958,88)</b>
<b>TIR</b>	<b>7,92%</b>

El análisis de sensibilidad, podemos notar nuestro proyecto de transporte privado será rentable, analizando los siguientes puntos:

- 7,92% > 11,70%, TIR > TMAR, por lo tanto hay viabilidad financiera.
- \$13.958,88 (VAN) es menor a 0, por lo tanto el rendimiento mínimo requerido (TMAR) no será satisfactorio.

Las variables más importantes que podrían afectar en la decisión de inversión del servicio de transporte privado (taxis) exclusivo para mujeres y conducidos por ellas sería el VAN y costos de venta.

Con estos análisis buscamos escenarios en los cuales resulte factible realizar el proyecto.

Este análisis fue realizado en Excel con sus respectivas gráficas de los escenarios VAN y TIR.

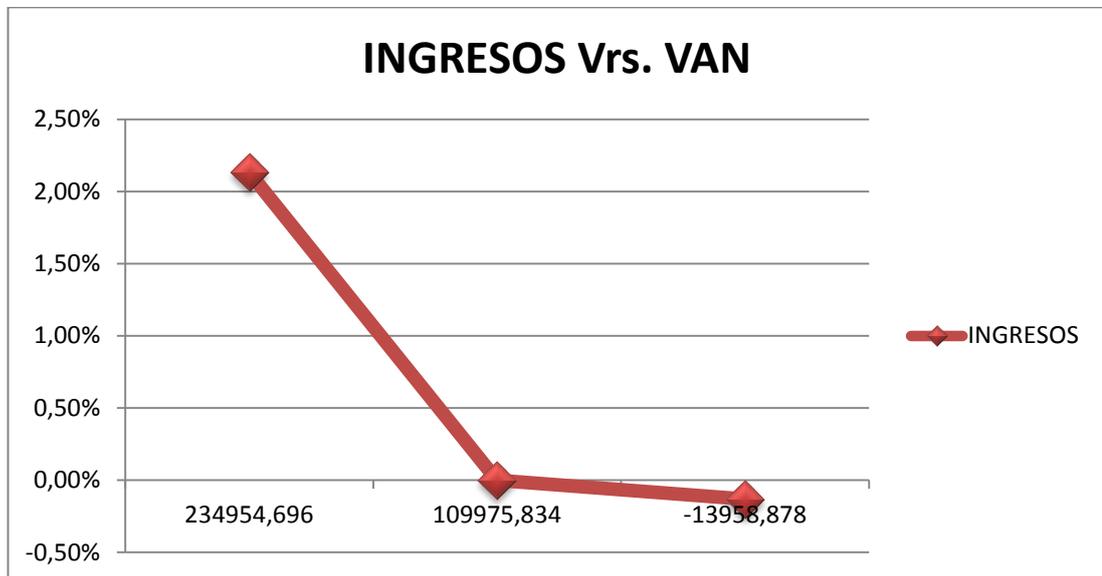
Tabla 73. Analisis de Sensibilidad Respecto a Ingresos

INGRESOS	VAN	TIR	RESULTADOS
2,13%	234954,7	0,8024	FACTIBLE
0	109975,83	0,4269	FACTIBLE
-0,13%	-13958,88	0,0792	NO FACTIBLE

Fuente: Datos Elaborados por Autoras

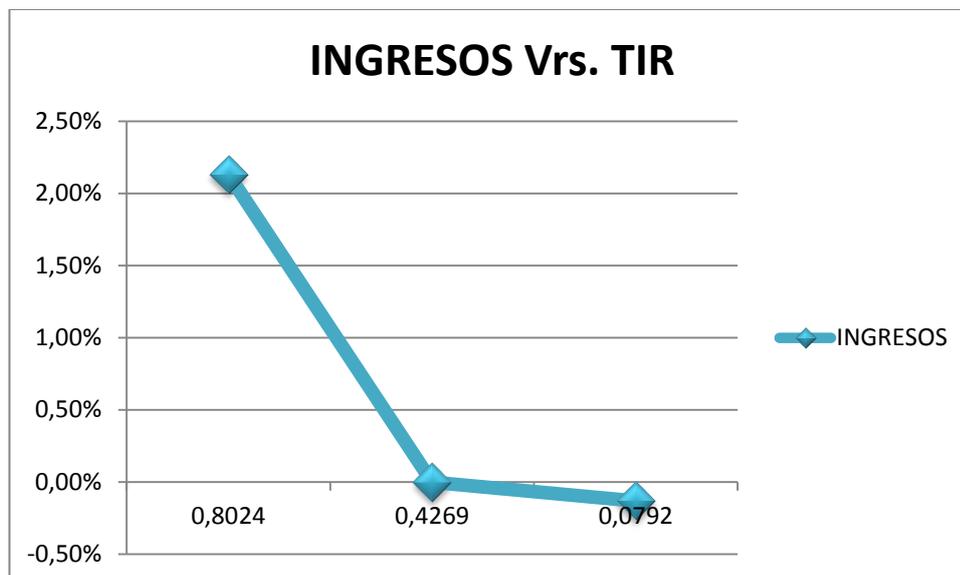
Hemos escogido una variación de los ingresos, y podemos observar que es factible, cada vez que los ingresos van aumentando en porcentaje, la TIR y el VAN también aumentan, esto será saludable para la empresa, pero también debemos tener en cuenta que si nuestros ingresos comienzan a bajar en un 0,13% esto no será un buen escenario, esto nos indica el porcentaje a disminuir como máximo en los ingresos para ser indiferente entre realizar el proyecto o no (VAN=0).

Ilustración 49. VAN VRS INGRESOS



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

Ilustración 50. TIR VRS. INGRESOS



Fuente: Datos Elaborados por Autoras

## 5.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Nuestro proyecto será financieramente viable.
- El  $VAN > 0$  nos muestra que los flujos de caja a cinco años transformados a dólares de hoy reflejarán ganancias, es decir, los ingresos serán mayores que los egresos. La tasa de descuento  $TMAR$  abastecerá la tasa de interés cobrada por la CFN.
- La  $TIR > TMAR$  expresa que la tasa de interés que los inversionistas ganarán será mayor que el requerimiento que arroje la tasa mínima aceptable de rendimiento.
- El análisis financiero demostró que la  $VAN > 0$  (**\$109.975,83**), lo que implica que el rendimiento mínimo requerido ( **$TMAR = 11,703\%$** ) sí será satisfecho. Por lo tanto, la **TIR de 42,69%** podrá satisfacer y superar la tasa

mínima requerida por el proyecto, es decir la **TIR > TMAR** establece que el proyecto es viable.

- Dado a que nuestra TIR es mayor a la TMAR el proyecto de factibilidad de nuestra compañía de transporte privado exclusivo para mujeres debe ser puesto en marcha.
- El Payback se recuperará en el cuarto año de operación de TAXI DONZELLE porque la recuperación de la inversión será mayor que el saldo de inversión (**\$75.438,99 > 11.068,95**).
- Con el análisis de escenarios incrementando en 10% los ingresos el proyecto sería factible, pero si se varía los ingresos normales en -0,13% el proyecto no sería factible para los inversionistas.
- La inversión en capital de trabajo requerido es muy alto puesto que se incurriría en gastos operacionales mucho mayores que la generación de ingresos.

## 6 CONCLUSIONES

El presente proyecto a lo largo de su contenido explica la factibilidad de este nuevo servicio de Taxis conducido por mujeres, dirigido exclusivamente para mujeres, TAXI DONZELLE

Como objetivo general se tenía desarrollar un plan de negocios para analizar la factibilidad económica y financiera de un servicio exclusivo de transporte privado dirigido solo para mujeres en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Se puede observar que para nuestro servicio existen algunas barreras por parte de la CTG (Comisión de tránsito del Guayas) ya que el límite de placas que deben circular no debe sobrepasarse, y con esto, no se permite la circulación de más taxis en esta ciudad.

Por otro lado, la población guayaquileña en los últimos años ha tomado más conciencia, y ha optado por empezar a cuidar más su integridad, prefiriendo así servicios que brinden seguridad para lo cual nuestro servicio encajaría perfectamente, y no tendremos problemas, debido a que el debido a que resultará muy atractivo el uso de estos servicios porque generaría mayores beneficios para los clientes.

La estructura organizacional es simple y dividida por funciones, controlando y guiando todos los aspectos laborales y administrativos que intervienen en el proyecto.

Uno de los puntos más importante de este proyecto es la parte financiera, y luego de haber realizado un análisis financiero profundo con respecto a nuestro proyecto, llegamos a determinar que nuestro proyecto ES RENTABLE.

Por lo que tenemos que la TIR obtenida sería de un 42,69% con un VAN de \$109.975,83 y una tasa descuento del 11,703%.

Para que nuestro proyecto sea puesto en marcha es necesario realizar una Inversión Inicial de \$231.092,21 el proyecto se presenta como un negocio de mediano riesgo teniendo un período de recuperación de 4 años aproximadamente.

Así mismo se demuestra con costos reales como se llevaría a cabo nuestro proyecto, ofreciendo nuevas ideas de emprendimiento, con lo cual observamos que este tipo de negocios es una gran oportunidad para invertir, alcanzando una tasa atractiva de retorno durante su período de análisis y logrando generar un incentivo para el desarrollo de este servicio en nuestro país.

## **7 RECOMENDACIONES**

El estudio de este proyecto nos ha permitido profundizar de manera más detallada los conocimientos adquiridos durante nuestro ciclo universitario y también a analizar un servicio diferente de los que en Ecuador se ofrecen.

Utilizar una fuerte publicidad para lograr tener posicionamiento en el mercado, y llevar ventaja a los competidores de nuestro servicio de transportes en general.

Brindar una buena imagen, y darse a conocer en el mercado, abriendo la oportunidad de que este servicio llegue expandirse hacia nuevos mercados, en otras ciudades del país.

## 8 BIBLIOGRAFIA

- ANDINOS, C. (s.f.). <http://www.consumidoresandinos.com/documentos/campanas/foda/fodaperu.pdf>.
- ANT. (s.f.). <http://www.ant.gob.ec/index.php/contactanos/contactanos>.
- Beat, L. (s.f.). <http://www.slideshare.net/lucasbeat/clase4-analisis-foda>.
- BULLETS, W. S. (s.f.). <http://www.websitebullets.com/>.
- english, S. (s.f.). <http://es.scribd.com/softenglish/d/44156946/9-Balance-de-maquinaria-y-equipos>.
- ESPOL. (s.f.). <http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/>.
- ESPOL. (s.f.). [http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/Archivos/reporte%20anual/Informe\\_ANUAL%202011.pdf](http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/Archivos/reporte%20anual/Informe_ANUAL%202011.pdf).
- ESPOL. (s.f.). [http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/Archivos/reporte%20anual/Informe\\_ANUAL%202011.pdf](http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/Archivos/reporte%20anual/Informe_ANUAL%202011.pdf).
- <http://comproventoautosperu.blogspot.com/2010/01/top-ten-autos-para-taxi.html>. Noticias.
- [http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news\\_user\\_view/ecuadorinmediato\\_noticias--16658](http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/ecuadorinmediato_noticias--16658), . Noticias.
- HUNTER. (s.f.). <http://www.hunter.com.ec/acerca-de-hunter.aspx>.
- informada, C. (s.f.). <http://www.ciudadaniainformada.com>.
- JFMayorga. (s.f.). <http://www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tnico>.
- LaHora. (s.f.). <http://www.iberamerica.net/ecuador/prensa-generalista/lahora.com.ec/20120215/noticia.html?id=4G5jeAz>.
- MERCURIO, E. (s.f.). [http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/Archivos/reporte%20anual/Informe\\_ANUAL%202011.pdf](http://www.icm.espol.edu.ec/delitos/Archivos/reporte%20anual/Informe_ANUAL%202011.pdf).
- Noticias. (s.f.). [http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news\\_user\\_view/ecuadorinmediato\\_noticias--34858](http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/ecuadorinmediato_noticias--34858).
- SEGURIDAD, T. (s.f.). <http://www.tuseguridad.ec/noticias/dos-mujeres-drogadas-y-violadas-tras-abordar-taxis-piratas/>.
- solidaria, L. d. (s.f.). [http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley\\_economia\\_popular\\_solidaria.pdf](http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_economia_popular_solidaria.pdf).
- UNIVERSO, E. (s.f.). <http://www.eluniverso.com/2010/08/02/1/1445/un-mes-regularizarse-taxis-ejecutivos-cumplen-reinspeccion.html>.
- WIKIPEDIA. (s.f.). <http://es.wikipedia.org/wiki/Tlalpan>.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### Tasas de interés PYMES

## Primer Piso

### Operaciones con Tasas Reajustables

Primer Piso CFN											
Plazo (años)	0-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tasa Efectiva Segmento Corporativo	8,00%	8,05%	8,05%	8,10%	8,10%	8,10%	8,15%	8,15%	8,15%	8,15%	8,15%
Tasa Efectiva Segmento Empresarial	9,00%	9,25%	9,25%	9,45%	9,45%	9,45%	9,50%	9,50%	9,50%	9,50%	9,50%
Tasa Efectiva Segmento PYMES	9,75%	10,50%	10,50%	10,85%	10,85%	10,85%	11,15%	11,15%	11,15%	11,15%	11,15%

La Tasa Base para reajuste es la TPR.  
En el mes de abril es de **4.53%**

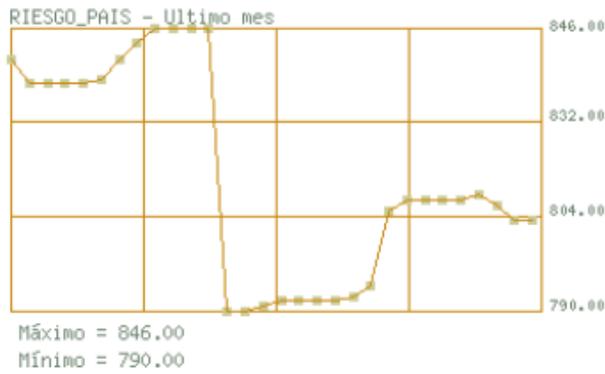
\* Para el sector corporativo la tasa  
máxima es de 9.33%

01 al 30 de Abril 2012



ANEXO 2

RIESGO PAIS



FECHA	VALOR
Enero-20-2012	808.00
Enero-19-2012	808.00
Enero-18-2012	811.00
Enero-17-2012	813.00
Enero-16-2012	812.00
Enero-15-2012	812.00
Enero-14-2012	812.00
Enero-13-2012	812.00
Enero-12-2012	810.00
Enero-11-2012	795.00
Enero-10-2012	793.00
Enero-09-2012	792.00
Enero-08-2012	792.00
Enero-07-2012	792.00
Enero-06-2012	792.00
Enero-05-2012	791.00
Enero-04-2012	790.00
Enero-03-2012	790.00
Enero-02-2012	846.00
Enero-01-2012	846.00
Diciembre-31-2011	846.00
Diciembre-30-2011	846.00
Diciembre-29-2011	843.00
Diciembre-28-2011	840.00
Diciembre-27-2011	836.00
Diciembre-26-2011	835.00
Diciembre-25-2011	835.00
Diciembre-24-2011	835.00
Diciembre-23-2011	835.00
Diciembre-22-2011	840.00

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

ANEXO 3

BONOS DEL TESORO

BONOS DEL TESORO DE ESTADOS UNIDOS - TNA (TASA NOMINAL ANUAL)							
	13/04/2012	31/03/2012	31/12/2011	30/09/2011	30/06/2011	31/03/2011	31/12/2010
3 meses	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61
6 meses	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79
2 años	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76
5 años	0,89	1,05	0,83	0,95	1,77	2,26	2,00
10 años	2,06	2,22	1,88	1,91	3,17	3,47	3,30
30 años	3,22	3,36	2,89	2,90	4,38	4,51	4,37

## ANEXO 4

<b>TABLA DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	
AÑO 2011	24%
AÑO 2012	23%
AÑO 2013 EN ADELANTE	22%

## ANEXO 5

### **LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO**

#### EL PLENO

Considerando:

Que, el artículo 283 de la Constitución de la República, establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios;

Que, el artículo. 309 de la Constitución de la República señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario;

Que, el artículo 311 de la misma Constitución señala que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria;

Que, el artículo 319 de la Constitución de la República establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas;

Que, el artículo 394 de la Constitución de la República garantiza la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional y la promoción del transporte público masivo y que, históricamente, la prestación de este tipo de servicio, se ha efectuado a través de cooperativas;

## **AMBITO, OBJETO Y PRINCIPIOS**

### **Art. 1.- Definición.-**

Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

### **Art. 2.- Ámbito.-**

Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento. Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.

### **CONCORDANCIAS:**

#### **Art. 3.- Objeto.-**

La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;

- d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

**Art. 4.- Principios.-**

Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

**Art. 5.- Acto Económico Solidario.-**

Los actos que efectúen con sus miembros las organizaciones a las que se refiere esta Ley, dentro del ejercicio de las actividades propias de su objeto social, no constituyen actos de comercio o civiles sino actos solidarios y se sujetarán a la presente Ley.

**Art. 6.- Registro.-**

Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley.

**Art. 9.-** Personalidad Jurídica.-

Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

Las organizaciones en el ejercicio de sus derechos y obligaciones actuarán a su nombre y no a nombre de sus socios. En el caso de las cooperativas, el procedimiento de constitución, los mínimos de socios y capital social, serán fijados en el Reglamento de esta Ley, tomando en cuenta la clase de cooperativa, el vínculo común de sus socios y el ámbito geográfico de sus operaciones.

**Art. 10.-** Capital de riesgo y organizaciones mixtas.-

El Estado Central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados participarán en la conformación de capitales de riesgo y de organizaciones mixtas de economía popular y solidaria a través de mecanismos legales y financieros idóneos. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente acordado, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en organizaciones donde es o será miembro, asociado o socio en forma parcial, a favor de la y las comunidades en cuyos territorios tales emprendimientos se desarrollen, dentro de las condiciones y plazos establecidas en cada proyecto.

**Art. 11.-** Competencia desleal.-

Los miembros, asociados y socios, bajo pena de exclusión, no podrán competir con la organización a que pertenezcan, realizando la misma actividad económica que ésta, ni por sí mismos, ni por intermedio de terceros.

## **De las Organizaciones del Sector Cooperativo**

### **Art. 21.- Sector Cooperativo.-**

Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

### **Art. 22.- Objeto.-**

El objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias ya sea de un grupo, sector o clase distinto, mientras sean directamente relacionadas con dicho objeto social.

### **Art. 23.- Grupos.-**

Las cooperativas, según la actividad principal que vayan a desarrollar, pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y servicios.

En cada uno de estos grupos se podrán organizar diferentes clases de cooperativas, de conformidad con la clasificación y disposiciones que se establezcan en el Reglamento de esta Ley.

### **Art. 29.- Socios.-**

Podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales legalmente capaces o las personas jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el reglamento de la presente Ley y en el estatuto

social de la organización. Se excepcional del requisito de capacidad legal las cooperativas estudiantiles. La calidad de socio nace con la aceptación por parte del Consejo de Administración y la suscripción de los certificados que correspondan, sin perjuicio de su posterior registro en la Superintendencia y no será susceptible de transferencia ni transmisión.

**Art. 38.- Consejo de Administración.-**

Es el órgano directivo y de fijación de políticas de la cooperativa, estará integrado por un mínimo de tres y máximo nueve vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en Asamblea General en votación secreta, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de esta Ley.

Los vocales durarán en sus funciones el tiempo fijado en el estatuto social, que no excederá de cuatro años y podrán ser reelegidos por una sola vez.

**Art. 41.- Reelección.-**

En las cooperativas cuyas asambleas son de representantes, para la reelección de los vocales de los consejos, los aspirantes, deberán participar en un proceso electoral previo y ser electos como representantes.

**Art. 42.- Período.-**

El período de duración para el ejercicio del cargo de los vocales de los consejos y auditores, regirá a partir del registro del nombramiento en la Superintendencia, hasta tanto continuarán en sus funciones los personeros cuyo período esté feneciendo.

**Art. 44.- Dietas a vocales.-**

Los vocales de los consejos de las cooperativas de los grupos y segmentos determinados por la Superintendencia, podrán percibir como dieta un valor mensual, de hasta cuatro salarios básicos unificados sin que exceda el diez por ciento (10%) de los gastos de administración y que, de ninguna manera

afecte su capacidad financiera, que lo recibirán íntegramente si participaren en todas las sesiones realizadas en el mes o el valor proporcional al número de sesiones asistidas en relación a las convocadas; su valor será determinado en el reglamento de dietas que deberá ser aprobado por la Asamblea General, conjuntamente con los gastos de representación del presidente, todo lo cual, deberá constar en el presupuesto anual de la cooperativa.

## **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

### **PRIMERA.-**

Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidaria, que actualmente se encuentran en funcionamiento y operación, adecuarán sus estatutos sociales a la presente Ley, de conformidad con las regulaciones que se dicten para el efecto.

Si las organizaciones no adecuren sus estatutos dentro de los plazos y regulaciones que se establezcan para el efecto, no podrán ejercer sus actividades y no accederán al fomento, promoción e incentivos que establece esta Ley. El plazo para estas adecuaciones no excederá de un año, contado a partir del nombramiento del Superintendente.

Una vez aprobado el nuevo Estatuto social de conformidad con la presente Ley, las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, procederán a elegir a las nuevas directivas, hasta tanto seguirá actuando, la última directiva elegida vigente.

## ANEXO 6

# REGLAMENTO DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

## Título II

### De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

#### Capítulo I

#### Normas Comunes a las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

#### Sección I

#### Constitución

**Artículo 2.- Asamblea Constitutiva.-** Para constituir una de las organizaciones sujetas a la Ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un directorio provisional integrado por un presidente, un secretario y un tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

**Artículo 3.- Acta constitutiva.-** El acta de la asamblea constitutiva a que se refiere el artículo anterior, contendrá lo siguiente:

1. Lugar y fecha de constitución;
2. Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;
3. Denominación, domicilio y duración;
4. Objeto social;
5. Monto del fondo o capital social inicial;
6. Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;
7. Nómina de la directiva provisional; y,
8. Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

**Artículo 4.- Reserva de denominación.-** Las asociaciones EPS y cooperativas en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

En el caso de las cooperativas de transporte, la reserva se mantendrá vigente por un año.

**Artículo 5.- Requisitos organizaciones comunitarias.-** Las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito

del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

**Artículo 6.- Requisitos asociaciones EPS.-** Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

1. Solicitud de constitución;
2. Reserva de denominación;
3. Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;
4. Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma;
5. Estatuto social, en dos ejemplares; y,
6. Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.

**Artículo 7.- Requisitos cooperativas.-** Las cooperativas a través de su presidente provisional, además de los requisitos exigidos a las asociaciones presentarán los siguientes documentos:

1. Estudio técnico, económico y financiero que demuestre la viabilidad de constitución de la cooperativa y plan de trabajo;
2. Declaración simple efectuada y firmada por los socios de no encontrarse incurso en impedimento para pertenecer a la cooperativa; y,
3. Informe favorable de autoridad competente, cuando de acuerdo con el objeto social, sea necesario. Para el caso de cooperativas de transporte se contará con el Informe Técnico favorable, emitido por la Agencia Nacional de Tránsito o la autoridad que corresponda.

Además deberán cumplir con los siguientes mínimos de socios y capital:

1. Cooperativas de transportes en cabeceras cantonales o parroquias con población de hasta 50.000 habitantes, veinte socios y un monto mínimo equivalente a cuarenta salarios básicos unificados de capital social inicial;
2. Cooperativas de transportes en cabeceras cantonales con población superior a 50.000 hasta 100.000 habitantes, cuarenta socios y un monto mínimo equivalente a ciento sesenta salarios básicos unificados de capital social inicial;
3. Cooperativas de transportes en cabeceras cantonales con población superior a 100.000 habitantes sesenta socios y un monto mínimo equivalente a doscientos cuarenta salarios básicos unificados de capital social inicial;
4. Para la constitución de cooperativas de ahorro y crédito, además de los requisitos

**RAFAEL CORREA DELGADO**

**PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA**

señalados en el presente Reglamento, se requerirá un mínimo de 50 socios y un capital social inicial, equivalente a doscientos salarios básicos unificados.

5. Las cooperativas de las restantes clases, se constituirán con un mínimo de veinte socios y un monto mínimo equivalente a cuatro salarios básicos unificados de capital social inicial.

**Artículo 8.- Trámite de aprobación.-** La Superintendencia si la documentación cumple con los requisitos exigidos en el presente Reglamento admitirá a trámite la solicitud de constitución. En el término de treinta días, la Superintendencia efectuará el análisis de la documentación y, en caso de ser necesario, realizará una verificación in situ, luego de lo cual elaborará la resolución que niegue o conceda la personalidad jurídica a la organización y, en este último caso, notificará al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social para su inscripción en el Registro Público.

Si la documentación no cumpliera con los requisitos, se concederá un término de treinta días adicionales para completarla; y, en caso de no hacerlo, dispondrá su devolución.

La Superintendencia mediante resolución, negará el otorgamiento de personalidad jurídica a una cooperativa, cuando determine que su constitución no es viable, por las causas establecidas en el informe técnico respectivo.

**Artículo 9.- Notificación para registro.-** La Superintendencia una vez emitida la resolución de concesión de personalidad jurídica de una organización, comunicará del particular al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, para el registro correspondiente.

**Artículo 10.- Registro Público.-** El Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, será el responsable del Registro Público de las personas y organizaciones, sujetas a la Ley, que se llevará en forma numérica y secuencial.

Los emprendimientos unipersonales, familiares o domésticos se registrarán presentando una declaración suscrita por el titular de la unidad, en la que conste el tipo de actividad, los nombres y apellidos de los integrantes y copia de la cédula.

Los emprendimientos unipersonales, familiares o domésticos, cuyos titulares sean ciudadanos en situación de movilidad, deberán presentar además, el pasaporte y el documento que acredite el estatus migratorio, cuando sea procedente.

Los comerciantes minoristas y artesanos se registrarán presentando el documento que acredite el cumplimiento de las condiciones previstas en la Ley.

**Artículo 11.- Personalidad jurídica.-** La personalidad jurídica otorgada a las organizaciones amparadas por la Ley, les confiere la capacidad legal para adquirir derechos, contraer obligaciones y acceder a los beneficios que la Ley les concede, en el ejercicio de las actividades de su objeto social.

**Artículo 12.- Autorización de funcionamiento.-** La Superintendencia, simultáneamente con el registro de directivos y representante legal, emitirá la autorización de funcionamiento que será exhibida en la oficina principal de la organización. En la misma forma se procederá con la autorización de funcionamiento de oficinas operativas.

**Artículo 13.- Transformación.-** Las organizaciones amparadas por la Ley, podrán transformarse en otra de las formas previstas en la misma, mediante la aprobación de, al menos, las dos terceras partes del máximo órgano de gobierno, en sesión convocada especialmente para el efecto.

## **Parágrafo II Cooperativas de transporte**

**Artículo 83.- Definición y clases.-** Son las constituidas para prestar el servicio de transporte de personas o bienes, por vía aérea, terrestre, fluvial o marítima y podrán ser de propietarios o de trabajadores.

**Artículo 84.- Cooperativas de propietarios.-** Son aquellas en las que sus socios, choferes profesionales, mantienen la propiedad de los vehículos destinados al servicio.

Las cooperativas de propietarios podrán ser de caja común o de caja individual.

**Artículo 85.- Cooperativas de caja común.-** Son aquellas en las que, la recaudación por concepto de la prestación del servicio, integra un fondo común repartible entre los socios, una vez deducidos los gastos generales y de conformidad con el mecanismo de devolución aprobado por la asamblea general.

En estas cooperativas ningún socio podrá tener más de un voto, ni más de dos unidades, ni por sí mismo, ni por interpuesta persona y deberá conducir personalmente uno de ellos.

**Artículo 86.- Cooperativas de caja individual.-** Son aquellas en las que sus socios, choferes profesionales, son propietarios individuales, de no más de un vehículo en la cooperativa y que los administran y conducen personalmente, salvo quienes no puedan hacerlo, por exceso de la jornada de trabajo diario, por razones de edad, incapacidad física o mental sobreviniente, enfermedad, impedimento legal o calamidad doméstica debidamente justificada, quienes podrán contratar choferes asalariados, previamente calificados por el consejo de administración y sujetos al Código de Trabajo y la Ley de Seguridad Social.

**Artículo 87.- Cooperativas de trabajadores.-** Son aquellas en las cuales la totalidad de vehículos y bienes muebles e inmuebles, son propiedad de la cooperativa y sus socios son todas las personas que trabajan en la organización, en cualquiera de sus áreas administrativas u operacionales. Estas cooperativas se regirán por las normas generales para las de trabajo asociado constantes en el presente Reglamento.

**Artículo 88.- Prohibición para ser socios.-** No podrán ingresar como socios de una cooperativa de transporte de ningún tipo, los servidores públicos, los miembros activos de la policía nacional, policía metropolitana, fuerzas armadas, ni servidores y agentes de los órganos de control y regulación de transporte y tránsito.

**Artículo 89.- Permisos de operación.-** Los permisos de operación, contratos, concesiones o autorizaciones para la prestación del servicio de transporte, se concederán a favor de las cooperativas y no individualmente a sus socios. Se prohíbe la transferencia de los derechos sobre permisos de operación o contratos de explotación de rutas, frecuencias, cupos, o similares, a cualquier título y bajo cualquier figura jurídica.