



Escuela Superior Politécnica del Litoral

Centro de Educación Continua

*Diplomado en Formulación y Gestión de Proyectos
Primera Promoción*

“Empresa de Transporte Privado Ejecutivo STARCAR”

Participante

Ec. Olga Mariela Córdova Durán

2004

INDICE

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	1
1.1 Título del proyecto	1
1.2 Autor del proyecto	1
1.3 Orientación del proyecto	1
1.4 Orientación al mercado	1
1.5 Localización del proyecto	1
1.6 Condiciones locales	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
2.1 Parámetros que fundamentan la idea del proyecto	2
2.2 Idea del proyecto	2
3. ANTECEDENTES	3
3.1 Historia del proyecto, origen e hitos principales en su desarrollo	3
3.2 Estudios e investigaciones realizadas	3
3.3 Análisis de Involucrados	4
3.4 Matriz de Relaciones	4
3.5 Expectativas y fuerzas de los involucrados	4
3.6 Matriz del Marco Lógico	4
4. TAMAÑO / DIMENSIÓN DEL PROYECTO	5
4.1 Producto	5
4.2 Segmentación del Mercado y Clientes	6
4.3 Competencia y Precios	6
4.4 Promoción y Publicidad	7
4.5 Mercado Actual	8
4.6 Participación de Mercado	8
4.7 Proyección de Ventas	9
4.7.1 Horizonte	9
4.7.2 Periodicidad	9

5. INGENIERÍA DEL PROYECTO	9
5.1 Distribución física del proyecto	9
5.2 Tecnología seleccionada	9
5.3 Equipos seleccionados	10
6. ORGANIZACIÓN	10
6.1 Tipo de organización que ejecuta el proyecto	10
6.2 Perfiles del personal en la fase de operación del proyecto	10
7. PROGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	11
7.1 Tiempo total de ejecución, fechas de inicio y término del proyecto	11
7.2 Fechas de inicio y término de cada etapa o componente	12
7.3 Fechas del periodo de pruebas e inicio de la producción	12
7.4 Cronograma de actividades	12
8. PRESUPUESTO	12
9. COSTOS DE OPERACIÓN	13
9.1 Costos Operacionales	13
9.2 Costos Directos	13
9.3 Ingresos por ventas	13
9.4 Punto de Equilibrio	14
10. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	14
10.1 Costos del financiamiento	14
10.2 Instituciones de financiamiento	14
11. PROYECCIONES FINANCIERAS	15
12. MONITOREO Y SEGUIMIENTO	15
12.1 Sistema de control	15
12.2 Comunicaciones del proyecto	16
13. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	16

13.1	Evaluación Financiera	16
13.1.1	Riesgos del proyecto	16
13.1.2	Costo de Oportunidad	17
13.1.3	Valor Actual Neto	17
13.1.4	Tasa Interna de Retorno	17
13.1.5	Relación Beneficio / Costo	17
13.2	Evaluación Económica y Social	18
13.3	Evaluación Ambiental	18
13.3.1	Estudio de Impacto Ambiental	18
13.3.2	Objetivos del Estudio	18
13.3.3	Línea Base Ambiental	19
13.3.4	Impactos Potenciales	20
13.3.5	Matriz de Análisis de Impactos	21
13.3.6	Valoración y Evaluación de Impactos Ambientales	22
13.3.7	Plan de Manejo Ambiental	22
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	23
14.1	Principales ventajas del proyecto	23
14.2	Principales desventajas del proyecto	24
14.3	Estrategias de ejecución del proyecto	24

ANEXOS

Anexo 1:	Mapa de Guayaquil
Anexo 2:	Árbol de Problemas, Árbol de Objetivos, Identificación de Involucrados, Matriz de Involucrados
Anexo 3:	Matriz de Relaciones, Mapa de Relaciones
Anexo 4:	Matriz del Marco Lógico
Anexo 5:	Investigación de Mercado
Anexo 6:	Empresas Competidoras
Anexo 7:	Imagen Corporativa y Publicidad de <i>STARCAR</i>
Anexo 8:	Mercado Potencial Actual, Participación de Mercado de <i>STARCAR</i> , Proyección de Ventas
Anexo 9:	Perfiles del Personal

- Anexo 10: Project
- Anexo 11: Activos Fijos, Gastos Preoperacionales, Gastos Operacionales, Costos Directos
- Anexo 12: Ingresos Operacionales, Punto de Equilibrio, Tabla de Amortización del Préstamo, Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento del 40%
- Anexo 13: Medios de Verificación
- Anexo 14: Matriz de distribución de documentos
- Anexo 15: Reportes diarios, Recaudación mensual, Control mensual del Cliente, Códigos y Claves
- Anexo 16: Evaluación del Riesgo de Mercado, Riesgo Económico, Riesgo Financiero, Determinación de la Prima por Riesgo
- Anexo 17: Beneficios Sociales
- Anexo 18: Medio Socio – Económico
- Anexo 19: Principales contaminantes asociados al transporte
- Anexo 20: Matriz de Análisis de Impactos, Matriz de Valoración y Evaluación de Impactos Ambientales, Plan de Manejo Ambiental

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Título del proyecto

Empresa de Transporte Privado Ejecutivo *STARCAR*.

1.2 Autor del proyecto

Este proyecto ha sido diseñado por la Ec. Olga Córdova, quien implementará un servicio de transporte privado para la sociedad.

1.3 Orientación del proyecto

Es un proyecto productivo, que consiste en brindar servicio de transporte seguro, y tendrá como mercado meta a personas de un nivel social medio bajo y medio alto.

1.4 Orientación al mercado

El mercado del proyecto es externo, los client@s potenciales serán personas ejecutivas, porque el principal interés de la empresa será realizar alianzas estratégicas con empresas públicas o privadas que deseen tercerizar este tipo de servicio. También se encargará de satisfacer la demanda de carreras que soliciten las personas particulares.

1.5 Localización del proyecto

La empresa de servicio de transporte *STARCAR*, tendrá como país sede al Ecuador, Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil. Su área de influencia será toda la ciudad de Guayaquil y las diferentes parroquias o sectores que se encuentren a 100 Km. alrededor de la ciudad. Ver **Anexo: Mapa de Guayaquil**.

1.6 Condiciones locales

La ciudad de Guayaquil tiene una temperatura que varía entre los 23°C y 27°C. La época de lluvias se sitúa entre los meses de enero hasta comienzos de mayo. La influencia

de las corrientes fría de Humboldt y cálida de El Niño, hacen que el clima sea de tipo cálido tropical o tropical húmedo, y se torna seco durante el verano de mayo a diciembre.

El Municipio de la ciudad de Guayaquil ha realizado la regeneración urbana, condicionando de una mejor manera las calles, creando pasos a desnivel, lo que beneficia el tránsito vehicular, evitando los congestionamientos dentro de la ciudad. Además se han construido carreteras y puentes aledaños con el mismo fin.

Se alquilará una oficina donde se manejará la parte administrativa y operativa de la empresa, así como las antenas de transmisión de frecuencia de radio. Se establecerán dos puntos bases, uno en el norte y otro en el sur de la ciudad, donde los carros podrán estar estacionados esperando la asignación de carreras.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Parámetros que fundamentan la idea del Proyecto

En la ciudad de Guayaquil el servicio de transporte de taxis no ha satisfecho completamente las aspiraciones de los usuarios en lo que se refiere a la puntualidad, tarifas y seguridad, esto me ha llevado a elaborar un proyecto de implementación de una empresa que preste el servicio de transporte privado ejecutivo que cumpla con las expectativas de la ciudadanía.

Por otra parte, este proyecto contribuirá y promoverá la igualdad de género entre mujeres y hombres, ya que los concesionarios y conductores serán mujeres y hombres. Las mujeres conductoras trabajarán en turnos que les permitan realizar sus actividades de familia.

2.2 Idea del proyecto

Se desea crear una compañía de transporte que brinde un servicio seguro, oportuno, de calidad y que brinde estatus. Dentro de las políticas está incentivar a los concesionarios brindando los equipos de radio y beeper sin costo.

Como el principal objetivo del proyecto es servir al cliente y satisfacerlo, la empresa se compromete a devolver los valores o no cobrar una carrera si el servicio brindado ha sido de mala calidad.

3. ANTECEDENTES

3.1 Historia del proyecto, origen e hitos principales en su desarrollo

El sistema de transporte en la ciudad de Guayaquil, está formado por un gran número de cooperativas, busetas ejecutivas y taxis; sin embargo, se avizora un creciente desarrollo en la actividad de servicio de transporte privado ejecutivo.

En la actualidad, los transportistas públicos no brindan a sus client@s un excelente servicio y sus vehículos no disponen de las comodidades necesarias para satisfacer las necesidades de los mismos. Otro problema muy importante que está afectando a los usuari@s de la transportación, es el alto índice de asaltos a los que están expuestos diariamente.

Estas son las razones que me han llevado a formar una empresa que cumpla con las expectativas de los client@s en lo que respecta a un buen servicio, calidad, comodidad, status, seguridad y puntualidad, permitiendo que los usuari@s satisfagan sus necesidades de transporte y se logre la fidelización de los mismos.

3.2 Estudios e investigaciones realizadas

Para el desarrollo de este proyecto realicé los siguientes estudios:

- Análisis de Involucrados
- Marco Lógico
- Análisis de Género
- Análisis Institucional Organizacional
- Estudio de Mercado
- Análisis Ambiental
- Análisis Financiero

3.3 Análisis de Involucrados

Para realizar este análisis elaboré una lista de las personas naturales o jurídicas que tienen interés en el problema existente. Luego creé el *Árbol de Problemas* para determinar la relación causa – efecto entre los problemas y finalmente elaboré el *Árbol de Objetivos* que muestra las soluciones de los problemas.

La *Matriz de Involucrados* sintetiza los intereses que cada uno de los involucrados tiene en el desarrollo del proyecto, así como sus recursos y mandatos, y sus problemas percibidos. En el proyecto *STARCAR* hay que poner mucha atención a los intereses de los clientes y concesionarios. Par mayor ilustración ver **Anexos: Árbol de Problemas, Árbol de Objetivos, Identificación de Involucrados y Matriz de Involucrados.**

3.4 Matriz de Relaciones

En el **Anexo: Matriz de Relaciones** se sintetiza la función de cada uno de los actores del proyecto, así como su forma de relación, qué es lo que cada uno de los actores entrega y recibe, su dependencia y estabilidad.

3.5 Expectativas y fuerzas de los involucrados

En el *Mapa de Relaciones* se le da valor a cada uno de los intereses de los involucrados en el proyecto, en lo que respecta a sus expectativas y su fuerza de influencia en el proyecto. Del producto de ambas calificaciones se obtiene un índice que puede ser positivo o negativo. Ver **Anexo: Mapa de Relaciones.**

3.6 Matriz del Marco Lógico

En la *Matriz del Marco Lógico* se indica tanto para el Fin, Propósito, Componentes y Actividades, los indicadores de resultado, los medios de verificación de dichos indicadores y sus supuestos. Esta matriz se la elabora de abajo hacia arriba, es decir, se inicia detallando las actividades y se culmina con el Fin. Esta matriz se la puede apreciar en el **Anexo: Matriz del Marco Lógico.**

4. TAMAÑO / DIMENSIÓN DEL PROYECTO

En base al *Estudio de Investigación de Mercado* que se realizó para el proyecto *STARCAR*, se ha definido su participación en el mercado así como su producción. A continuación se describe el estudio de mercado realizado. Ver **Anexo: Investigación de Mercado**.

4.1 Producto

El proyecto *STARCAR* ofrecerá a sus clientes potenciales un servicio de transporte privado ejecutivo que cubra sus expectativas en lo que respecta a la calidad en el servicio, seguridad, puntualidad, comodidad y status, que les permita satisfacer sus necesidades de transporte y contribuya además a la fidelización de los mismos.

STARCAR ofrecerá movilización puerta a puerta dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil, alquiler de vehículos con chofer y la capacidad de personas que los clientes deseen.

Atributos del Producto

- ✓ Unidades nuevas
- ✓ Alta tecnología
- ✓ Calidad en el servicio
- ✓ Servicios ejecutivos
- ✓ Conductores calificados
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Excelente ambiente stereo
- ✓ Vidrios polarizados

Beneficios del Producto

- ✓ Seguridad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Intimidad
- ✓ Discreción
- ✓ Comodidad
- ✓ Exclusividad

- ✓ Status
- ✓ Servicio las 24 horas

Servicios de apoyo

- ✓ Atención personalizada
- ✓ El conductor le abre y cierra la puerta del vehículo
- ✓ Seguro de accidentes y muerte
- ✓ Servicio post venta

4.2 Segmentación del Mercado y Clientes

El servicio de transporte privado que ofrece *STARCAR* está dirigido a las personas naturales de nivel medio bajo y medio alto. Este servicio lo pueden solicitar personas de toda edad y género, pero se enfocará principalmente a los adolescentes y personas entre los 20 y 35 años de edad, porque en la investigación de mercado se determinó que ellos son los que mayor demandan este servicio con fines de diversión y status.

Otro grupo objetivo de *STARCAR* son las personas jurídicas, es decir, las empresas que deseen tercerizar su servicio de transporte porque éste implicaría una gran inversión para la empresa, sea ésta una empresa pública o privada.

4.3 Competencia y Precios

En estudio de mercado se determinó que actualmente existen en el mercado 24 empresas que ofrecen el servicio de transporte privado ejecutivo. La primera empresa que apareció en el mercado fue Fastcar hace 4 años, desde entonces se iniciaron empresas con similar servicio.

Cada empresa opera de diferente manera en lo que respecta a la tarifa de arranque, valor del kilómetro, tarifa mínima de la carrera y la forma de calcular el valor de la carrera, puesto que unas empresas utilizan el taxímetro, otras por kilometraje y otras indican el valor de la carrera antes de efectuarla.

En el **Anexo: Empresas Competidoras** se detallan las mismas con sus respectivos datos: arranque de carrera, valor del kilómetro y número de vehículos. La carrera mínima que cobran los competidores es de \$2,00.

Luego de analizar los datos obtenidos del estudio del mercado, se determinó que *STARCAR* para poder captar mercado y posicionarse en el mismo, se manejará de la siguiente manera:

EMPRESA	ARRANQUE (\$)	\$/Km.	# VEHÍCULOS	TAXÍMETRO Ó KILOMETRAJE
Starcar	0	0.40	20	kilometraje

4.4 Promoción y Publicidad

Se describe a continuación las promociones para los clientes que llevará a cabo *STARCAR* para incentivar al consumidor a comprar y la publicidad a utilizar para llegar a los clientes potenciales.

Promoción de Ventas

Se ha desarrollado una promoción tanto para las personas naturales, personas jurídicas y alquiler de vehículo.

- ✓ **Promoción personas naturales.-** Consiste en disminuir el costo del kilometraje los días martes, jueves y domingos de 09h00 a 11h00 y de 20h00 a 22h00.
- ✓ **Promoción personas jurídicas.-** Se le obsequiará 30 tickets al Gerente de la empresa al momento de firmar el contrato para la tercerizar el servicio de transporte, estos tickets pueden ser transferibles.
- ✓ **Promoción de viaje.-** Cuando se alquile un vehículo fuera de la ciudad, se le obsequiará 2 horas de recorrido gratis ó se hará descuento por número de horas.

Publicidad

Para poder llegar al cliente potencial se requerirá de la siguiente publicidad y medios:

- Propaganda en programas de la televisión, a cambio se dará 2 tickets gratis al presentador del programa por día de propaganda.
- Cuñas publicitarias en radios.
- Anuncios publicitarios en periódicos y revistas.
- Tarjetas de presentación de la empresa a clientes potenciales.
- Se enviará e-mail indicando los servicios de la empresa.

Al brindar un excelente servicio, los clientes harán propaganda a sus familiares, amigos y conocidos del buen servicio de *STARCAR*. Ver **Anexo: Imagen Corporativa y Publicidad de STARCAR**.

4.5 Mercado Actual

Para realizar el análisis del mercado actual, se identificó la cantidad de vehículos que posee cada empresa de transporte privado ejecutivo y el número de carreras semanales, puesto que el número de carreras diarias es diferente en toda la semana.

En el **Anexo: Mercado Potencial Actual** se observa que la empresa con mayor participación es Fastcar con el 28.47%, como se dijo anteriormente, fue la primera empresa que brindó el servicio.

4.6 Participación de Mercado

Para determinar la participación de mercado de *STARCAR*, primero se cuantificó el número de carreras semanales que realizará la empresa, este dato se obtuvo de la ponderación de las carreras semanales de todas las empresas.

STARCAR dispondrá de 20 vehículos al inicio de su operación, siendo su participación de mercado el 1.64%. Datos que se observan en el **Anexo: Participación de Mercado de *STARCAR***.

4.7 Proyección de Ventas

Para proyectar las ventas de *STARCAR*, que en este proyecto serían el número de carreras, se estimó un crecimiento de sus vehículos del 15% semestral para un escenario normal. También se realizaron proyecciones de ventas tanto optimistas como pesimistas, con una tasa de crecimiento semestral del 20% y 10% respectivamente. Ver **Anexos: Proyección de Ventas**.

4.7.1 Horizonte

El tiempo fijado para realizar el análisis financiero del proyecto *STARCAR* es de 3 años.

4.7.2 Periodicidad

El proyecto *STARCAR* tendrá una periodicidad semestral.

5. INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 Distribución física del Proyecto

La oficina de la empresa *STARCAR* estará ubicada en Vacas Galindo y José Mascote, zona sur de la ciudad de Guayaquil. Para este proyecto no se requiere de infraestructura grande, sino una oficina pequeña.

5.2 Tecnología seleccionada

Se utilizará una antena para transmitir la señal por radio que utilizará cada conductor de vehículo.

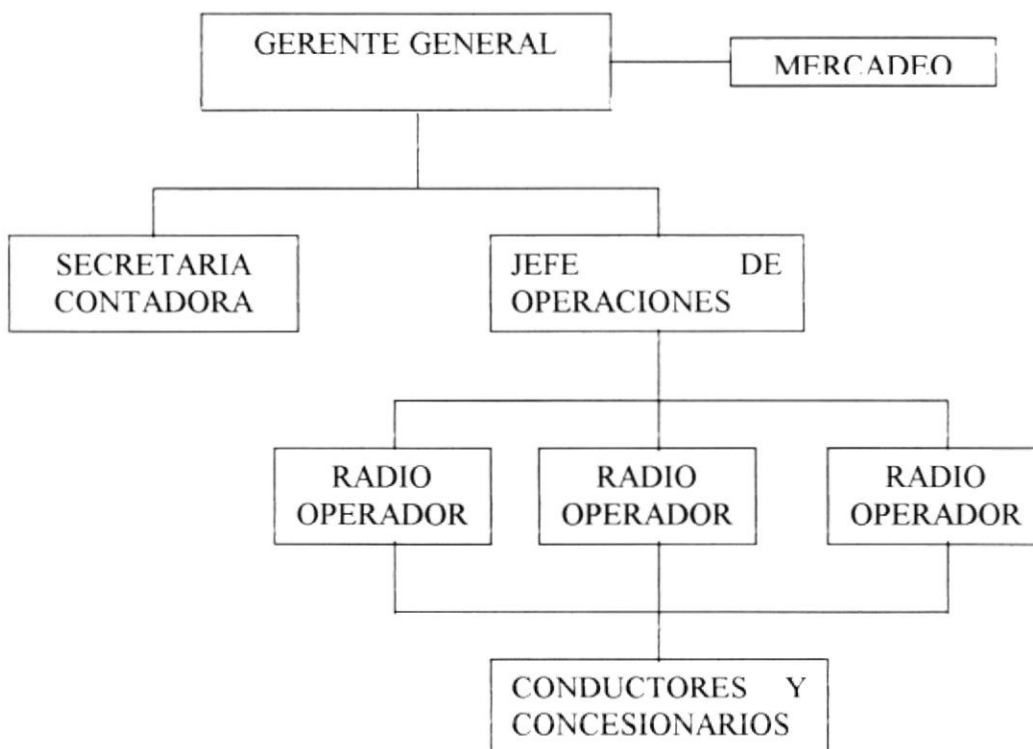
5.3 Equipos seleccionados

Los equipos necesarios para la comunicación con los conductores son las radios y beepers, a través de ellos se les informa los datos de la carrera solicitada. Otro equipo importante para el funcionamiento de la empresa es el equipo de computación de alta tecnología.

6. ORGANIZACIÓN

6.1 Tipo de organización que ejecuta el proyecto

El proyecto *STARCAR* tendrá una estructura organizacional híbrida, que es la siguiente:



6.2 Perfiles del personal en la fase de operación del proyecto

El personal que colaborará para el proyecto *STARCAR* es el siguiente:

1 Gerente General, quien se encargará de buscar y obtener los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa, será el responsable de la organización y realizará la planificación estratégica de mercadeo para la captación de clientes.

1 Secretaria Contable, quien realizará las funciones de secretaria y a su vez llevará la contabilidad de la empresa.

1 Jefe de Operaciones, quien se encargará de todo lo relacionado con la logística de la operación de la empresa, así como de la entrada y salida de los vehículos, su distribución zonal, el estado del vehículo, que se realicen todas las carreras solicitadas por el cliente, reportando directamente al Gerente General.

3 Radio-Operadores, quienes se encargarán de recibir las llamadas de los clientes y asignarán el vehículo correspondiente indicando sus características específicas hacia la dirección solicitada. Además guiará al conductor si en alguna ocasión desconoce la dirección o se encuentra perdido. Los radio-operadores laborarán en tres turnos que son:

Primer turno:	07h00 – 15h00
Segundo turno:	15h00 – 23h00
Tercer turno:	23h00 – 07h00

20 Conductores, quienes se encargarán de realizar las carreras de los clientes de manera eficiente y asegurarse que el cliente se encuentre satisfecho con el servicio, además brindará información adicional si el cliente fuese un turista.

Ver **Anexo: Perfiles del Personal**.

7. PROGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

7.1 Tiempo total de ejecución, fechas de inicio y término del proyecto

El proyecto tendrá una duración de tres años, pero anterior a su inicio existirá un periodo de tiempo de alrededor de 4 meses en los cuales se realizarán todos los pasos necesarios para que la empresa empiece a funcionar.

7.2 Fechas de inicio y término de cada etapa o componente

Los periodos de inicio y término de cada una de las actividades y componentes del proyecto, están detallados en el **Anexo del Project**.

7.3 Fechas del período de pruebas e inicio de la ejecución

Como se manifestó anteriormente existirá un periodo de 4 meses previo a que la empresa empiece a funcionar, en donde se realizarán todos los trámites legales, de capacitación e implementación de la central de operaciones que son necesarios para que la empresa pueda operar eficientemente.

7.4 Cronograma de actividades

En el **Anexo del Project** se puede apreciar cada una de las actividades a realizar para llevar a cabo el proyecto, el cual tendrá una duración de 861 días.

8. PRESUPUESTO

Las principales inversiones en las que incurre el proyecto *STARCAR* son: inversiones fijas, gastos preoperativos y capital de trabajo.

Las inversiones fijas dependen de la naturaleza del proyecto, de manera que este proyecto requiere básicamente muebles y enseres, equipos y computadoras. En el **Anexo: Activos Fijos** se detallan junto con su depreciación y valor en libros. El método de depreciación que se utilizó fue el de Línea Recta, los muebles y enseres, y equipos se deprecian 10% anual y los equipos de computación el 33.33% anual.

Los gastos preoperativos que son una inversión amortizable comprenden todo lo que se invierte previo a la producción del servicio y se muestran en el **Anexo: Gastos Preoperacionales**.

El capital de trabajo que requiere el proyecto *STARCAR* es de \$5,000.00 y la recuperación del capital al último periodo es de \$ 5,705.83

9. COSTOS DE OPERACIÓN

9.1 Costos Operacionales

Para poder operar, el proyecto incurre en Gastos de Ventas como son la publicidad y la capacitación. A través de la publicidad damos a conocer nuestro servicio y podemos llegar al cliente potencial. Se hará mediante propagandas en televisión, cuñas en radios, tarjetas de presentación y e-mails.

También se capacitará a los operadores de las radios y a los conductores para que den un buen servicio al cliente, lo que permite la fidelización de los mismos. Ver **Anexo: Gastos Operacionales**.

9.2 Costos Directos

Los costos de ventas o costos directos varían según el tipo de negocio, de manera que para el proyecto *STARCAR* los costos directos representan los sueldos de los operadores, el costo de la frecuencia de las radios y el servicio de beepers. Datos que se detallan en el **Anexo: Costos Directos**.

9.3 Ingresos por ventas

La proyección de los ingresos por ventas se basó en el estudio de mercado, que estableció que el 75% de las carreras pertenecen a las empresas que tercerilizan el transporte y el 25% restante pertenece a las personas particulares. El ingreso promedio de una carrera de una empresa es de \$15 y de una persona particular es de \$3,50.

El ingreso para la empresa *STARCAR* es el 10% del valor de las carreras totales. Otro ingreso para *STARCAR* es el costo de afiliación a la empresa que es de \$500 por

vehículo. Todos estos cálculos se los puede apreciar en el **Anexo: Ingresos Operacionales**.

9.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se determinó al dividir los costos fijos para el margen de contribución. Y el margen de contribución se obtiene al dividir la contribución total para el ingreso mensual.

Los cálculos arrojan que el punto de equilibrio es \$ 4,137.10, lo que significa que el proyecto *STRACAR* requiere mensualmente de esta cantidad para poder cubrir sus costos directos. Ver **Anexo: Punto de Equilibrio**.

10. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El proyecto *STARCAR* requiere de un financiamiento a mediano plazo (3 años) de US\$ 11,746.00 que representa el 40% de la inversión. A continuación se detalla el costo del financiamiento y las instituciones de financiamiento.

10.1 Costos del financiamiento

El proyecto tiene costos financieros porque su inversión es financiada en un 40%, valor que representa el préstamo. El costo financiero es el interés del préstamo, que se ha calculado con una tasa de interés del 19.90% anual por un periodo de 3 años y su valor es de US\$ 4,412.12.

Para la amortización del préstamo se utilizó el método de forma gradual y los pagos se hicieron semestralmente. Ver **Anexo: Tabla de Amortización del Préstamo**.

10.2 Instituciones de financiamiento

El financiamiento del proyecto puede realizarse a través de varias instituciones, entre las que se señalan:

- Servicios de bancos
- Corporaciones financieras
- Banco Mundial
- Banco Interamericano de Desarrollo
- Agencia Internacional para el Desarrollo
- Corporación Andina de Fomento

11. PROYECCIONES FINANCIERAS

Como se dijo anteriormente, el tiempo fijado para realizar el análisis financiero del proyecto es de 3 años y la periodicidad es semestralmente. El flujo de efectivo neto compara las entradas y salidas que se espera que ocurran en el proyecto.

En el Flujo de Caja proyectado de *STARCAR* se registra en el año cero un flujo de efectivo neto de \$ 17,619.00, para los años siguientes se proyectan los ingresos y egresos que tendrá durante su operación, sin olvidarnos del reparto de utilidades y pago de impuestos. Se readicionan la depreciación de los activos fijos y la amortización de los gastos preoperativos. En el último periodo se suma el valor de salvamento de los activos fijos y la recuperación del capital de trabajo.

Para mayor ilustración ver **Anexo: Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento del 40%**.

12. MONITOREO Y SEGUIMIENTO

12.1 Sistema de control

Una vez iniciado el proyecto es importante medir sus resultados y desempeño, para ello se debe elaborar un *Plan de Monitoreo & Evaluación*, el cual debe incluir varios puntos importantes como: quién produce la información, quién la usa, cuáles son los medios de recopilación de la información, con cuánta frecuencia se recopila la información, los medios de verificación, entre otros. Ver **Anexo: Medios de Verificación**.

12.2 Comunicaciones del proyecto

Otro punto muy importante en la gestión y control de un proyecto, es hacer una planificación de las comunicaciones, en donde se indica la persona que necesita la información y qué tipo de información requiere. En el **Anexo: Matriz de distribución de documentos**, podemos observar los documentos o información que requiere cada uno de los involucrados al proyecto.

En la fase de operación del proyecto *STARCAR*, se han elaborado varios formatos de informes de comunicación tanto con los concesionarios como con los clientes. Ver **Anexos: Reportes diarios, Recaudación mensual, Control mensual del Cliente, Códigos y claves.**

13. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

13.1 Evaluación Financiera

Para evaluar financieramente el proyecto fue necesario evaluar los Riesgos del proyecto, el Costo de Oportunidad, el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación beneficio / costo.

13.1.1 Riesgos del proyecto

El riesgo de un proyecto es la posibilidad de ocurrencia de lo que se espera que suceda. Para el proyecto *STARCAR* se evaluó tres tipos de riesgos: de Mercado, Económico y Financiero.

En la evaluación del **Riesgo del Mercado** los factores condicionantes que se tomaron en consideración fueron el mercado, las ventas y los suministros. Según éste análisis, el proyecto tiene un riesgo de mercado medio. Ver **Anexo: Evaluación del Riesgo de Mercado.**

Como el **Riesgo económico** mide la capacidad del proyecto para absorber los costos fijos, partimos de los supuestos de las ventas, margen de contribución, costos fijos y punto de equilibrio. En el **Anexo: Riesgo Económico** se puede observar que el proyecto *STARCAR* tiene un potencial de absorción del 2.12 lo que significa que puede soportar cualquier situación que se presente.

El proyecto *STARCAR* tiene **Riesgo Financiero** porque su inversión está financiada un 40%. Este riesgo mide la forma cómo el proyecto se apalanca y en el **Anexo: Riesgo Financiero** están los cálculos, los cuales nos indican que el potencial de absorción es de 2.00.

13.1.2 Costo de Oportunidad (r)

Para calcular el Costo de Oportunidad del proyecto se requiere determinar la Prima por Riesgo, para ello se hace un análisis en conjunto del riesgo de mercado, económico y financiero. Según el análisis del nivel de absorción del proyecto, *STARCAR* tiene un riesgo bajo, por lo tanto la prima por riesgo es del 25% y el costo de oportunidad calculado es del 24.88%. Ver **Anexo: Determinación de la Prima por Riesgo**.

13.1.3 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es el valor del proyecto en unidades monetarias de hoy. Para evaluar el proyecto mediante el método del VAN, es necesario descontar el flujo de fondos con una tasa de interés equivalente al costo de oportunidad del inversionista (24.88%). El Proyecto *STARCAR* se acepta porque el Valor Actual Neto es positivo y su valor es US\$ 62,778.39.

13.1.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa que hace que el valor presente de los ingresos sea igual que el valor presente de los egresos al descontarlos en el año cero. Al realizar los cálculos se obtuvo que la TIR del proyecto *STARCAR* es de 115.13%, lo que significa que el proyecto es rentable por cuanto la TIR es mayor al costo de oportunidad del inversionista.

13.1.5 Relación Beneficio/Costo

Para hallar la relación beneficio/costo, se calcula el índice de rentabilidad (IR) que se obtiene dividiendo el valor presente de los ingresos del proyecto para el valor presente de los egresos del mismo. Para el proyecto *STARCAR* el IR es de 4.56, esto significa que el proyecto es factible porque el IR es mayor a 1.

13.2 Evaluación Económica y Social

Como todo proyecto tiene costos de no operación y costos de operación, estos costos identificados en puntos anteriores generan transformaciones que acarrear externalidades positivas o negativas a la sociedad. En el **Anexo: Beneficios Sociales**, se detallan los beneficios que los costos generan a la sociedad.

El conglomerado humano que se vería afectado positivamente al poner en marcha el Proyecto *STARCAR*, sería la población de la Ciudad de Guayaquil, porque ahí se realizará el proyecto.

13.3 Evaluación ambiental

13.3.1 Estudio de Impacto Ambiental

Se realizó el Estudio de Impacto Ambiental (EIA) que cumple con los *Términos de Referencia para los Estudios Ambientales para el Proyecto STARCAR* y con el marco ambiental ecuatoriano.

El EIA se acoge a las leyes y normas del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (Nueva) del Ministerio del Medio Ambiente del Ecuador, a la Ley de Gestión Ambiental promulgada en 1999, a la Constitución Política del estado en lo que respecta a la normativa ambiental y a la ley de Tránsito y Transporte Terrestre.

13.3.2 Objetivos del Estudio

Los objetivos principales de los Estudios Ambientales para el Proyecto *STARCAR* son:

- ☉ Identificar y Evaluar los impactos ambientales de las fases del proyecto, mediante el empleo de normas y requerimientos ambientales ecuatorianas.
- ☉ Identificar los requerimientos reglamentarios ambientales que sean aplicables al proyecto, y las normas reglamentarias que deban ser cumplidas.
- ☉ Recomendar medidas orientadas a potencializar los impactos positivos y a mitigar los impactos ambientales adversos, y a identificar aquellos impactos para los cuales no se dispone de medidas de mitigación.
- ☉ Preparar un Plan de Manejo Ambiental orientado a facilitar el control y cumplimiento de las medidas de prevención, mitigación, contingencia y seguimiento, a ser implementadas durante la fase de operación del proyecto.

13.3.3 Línea Base Ambiental

Caracterización del Medio Físico

La ciudad de Guayaquil es uno de los puertos más importantes que se levanta en las riberas del Océano Pacífico. Está ubicada en la margen derecha del Río Guayas y limita al norte con el cantón Nobol, al este con los cantones Samborondón y Durán, al oeste con el estuario del Salado y los cerros Azul y Blanco, y por el sur con el estuario de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la Isla Puná.

El área correspondiente a la ciudad de Guayaquil es 32,440 hectáreas, pero solamente 18,000 de ellas están ocupadas por la ciudad y otros asentamientos. La ciudad de Guayaquil es la capital de la Provincia del Guayas, y está dividida en 16 parroquias.

Caracterización del Medio Biótico

La ciudad de Guayaquil cuenta con una gran variedad de flora y fauna. Se exportan flores y plantas tropicales del Río Guayas, además cuenta con el bosque seco tropical de Cerro Blanco, la presa de Chongón con su gran lago artificial y Puerto Hondo con los manglares y brazos de mar navegables.

Además, la industria pesquera y camaronera es muy desarrollada, y genera plazas de trabajo para un alto porcentaje de la población. En el área del Golfo existen yacimientos

de gas natural de gran potencial, por ello toda su plataforma continental es considerada como de prospección petrolera.

Caracterización del Medio Socio – Económico

De acuerdo al censo poblacional en el año 2001, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la ciudad de Guayaquil tiene 2.039.789 habitantes. En el **Anexo: Medio Socio – Económico** se presentan varias tablas con datos estadísticos referentes a: salud de la población, servicios básicos, educación, medio ambiente, población económicamente activa (PEA), desempleo y subempleo.

13.3.4 Impactos Potenciales

El sistema de transporte urbano genera una diversidad de impactos ambientales: en la calidad del aire a nivel local, global, de ruido, de uso de recursos y otros.

Contaminación Atmosférica

Los contaminantes atmosféricos urbanos son múltiples distinguiéndose entre los primarios, emitidos directamente hacia la atmósfera como material particulado de tamaño inferior a 10 micrones (PM-10), óxidos de azufre (SO₂), óxidos de nitrógeno (NO₂), monóxido de carbono (CO), compuestos orgánicos volátiles (COV) y plomo (Pb); y los secundarios formados en la troposfera como resultado de reacciones atmosféricas entre NO_x, COV y oxígeno (denominados precursores) en presencia de una fuerte radiación solar. Sustancias típicas son el ozono y otros oxidantes fotoquímicos. Otro Contaminante son los olores.

El principal problema de carácter global es el calentamiento global, asociado a las crecientes emisiones no naturales de dióxido de carbono (CO₂). En el **Anexo: Principales contaminantes atmosféricos asociados al transporte**, se presenta un resumen de los principales contaminantes atmosféricos de efecto local, sus principales fuentes emisoras y sus efectos sobre la salud humana.

Contaminación Acústica

El transporte ha sido identificado como la principal fuente de contaminación acústica. El ruido provocado por los vehículos se debe tanto al funcionamiento de los motores (especialmente los diesel, en particular durante los ciclos de aceleración) como por roce entre neumáticos y pavimento (principalmente a altas velocidades).

Uso de Recursos

Los sistemas de transporte actuales requieren una gran variedad de insumos - concreto, acero, plásticos, metales, etc.- pero el de mayor significación es el petróleo. El transporte es responsable del uso del 50% de los derivados del petróleo y es el sector de más rápido crecimiento en el uso de este combustible.

Uso de Suelos

El transporte terrestre basado en vehículos motorizados, y particularmente el automóvil privado, consume considerables extensiones de suelo. En las zonas urbanas se estima que entre 25-35% del suelo se utiliza para calles.

Imagen Urbana

Los impactos de proyectos de transporte sobre la imagen urbana incluye cambios percibidos por medio de los sentidos, como son la vista, el oído y el olfato. Los criterios de tolerancia de cambios en la imagen urbana están basados en criterios que pueden variar según las zonas y las ciudades consideradas. Los cambios visuales son probablemente los más familiares como los cambios estéticos y modificaciones de paisajes.

13.3.5 Matriz de Análisis de Impactos

Luego de una serie de estudios se elaboró la *Matriz de Análisis de Impactos* del proyecto *STARCAR*, en la cual se indican los impactos que generarán las actividades más significativas del proyecto en el área de influencia del mismo (ciudad de Guayaquil). Ver **Anexo: Matriz de Análisis de Impactos**.

La empresa *STARCAR* tendrá a su disposición 20 vehículos para satisfacer la demanda de transporte de su mercado meta. Según el Departamento de Ingeniería de la

Comisión de Tránsito del Guayas (CTG), el parque automotor de la Provincia del Guayas y de la ciudad de Guayaquil es el siguiente:

Año	Guayas	Guayaquil
2001	147.673	138.074
2002	163.873	153.221

Lo cual indica que la ciudad de Guayaquil representa el 93.5% del parque automotor de la Provincia del Guayas.

La CTG ha determinado según censo del 2003, que existen 8.500 unidades de taxis y 4.414 unidades de micros, siendo el parque automotor de alquiler de 12.914 unidades.

13.3.6 Valoración y Evaluación de Impactos Ambientales

Una vez identificados y analizados los impactos potenciales en la fase de operación del proyecto *STARCAR*, cabe recalcar que el proyecto tendrá bajo impacto ambiental, por cuanto el parque automotor de la empresa es de 20 vehículos, que comparado con el parque automotor de la ciudad de Guayaquil, representa tan solo el 0.013%, ocasionando impacto negativo mínimo en la calidad del aire, ruido, suelo, flora y fauna del área de influencia, pero tiene impacto positivo en el aspecto social, económico y cultural. Ver **Anexo: Matriz de Valoración y Evaluación de Impactos Ambientales**.

13.3.7 Plan de Manejo Ambiental

Después de valorar y evaluar los impactos que generará el proyecto en el área de influencia, se procedió a elaborar el Plan de Manejo Ambiental (PMA), el cual permitirá poner en práctica las medidas de corrección que fueran formuladas en los estudios de impacto ambiental. De esta manera, el PMA está orientado a cristalizar las acciones que permitan evitar, mitigar, corregir, restaurar y compensar los daños ocasionados por el proyecto en sus diferentes fases.

En el **Anexo: Plan de Manejo Ambiental** se describen las medidas necesarias para mitigar los impactos negativos que genere el proyecto y se indica lo siguiente:

- ☛ Componente ambiental que se verá afectado por la ejecución de la medida a implementarse.
- ☛ Los resultados que se esperan al ejecutar la medida propuesta.
- ☛ Los responsables de la ejecución y control de la medida propuesta.
- ☛ El momento en que la medida debe ejecutarse.
- ☛ La periodicidad con la que la medida propuesta debe implementarse.
- ☛ Otros aspectos que se consideren relevantes.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 Principales ventajas del Proyecto

Después de haber realizado los estudios del Marco Lógico, Involucrados, Análisis Institucional y Organizacional, Mercadeo, Financiero, Económico-Social, Ambiental, y Gestión y Control del proyecto *STARCAR*, llegué a las siguientes conclusiones:

- ☛ El proyecto *STARCAR* es factible financieramente, por cuanto la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que el costo de oportunidad del inversionista y el Valor Actual Neto (VAN) es positivo.
- ☛ A pesar de que el proyecto tiene impactos negativos no muy significativos, los impactos positivos son mayores, como promover la igualdad de género y oportunidades entre mujeres y hombres, lo cual no todos los proyectos generan.
- ☛ Otro impacto positivo e importante es la generación de fuentes de empleo, lo que contribuirá a la disminución del desempleo y compensa un poco el impacto negativo del proyecto.
- ☛ El proyecto tendrá impactos negativos bajos porque su parque automotor es poco significativo frente al número total de vehículos que tiene la ciudad de Guayaquil.

- ☛ Para que *STARCAR* puede captar clientes y lograr la fidelización de los mismos, brindará un excelente servicio a un precio asequible a los clientes, sus vehículos y pasajeros gozarán de seguros contra accidentes y muertes, y realizará promociones que motiven la demanda de sus servicio.

14.2 Principales desventajas del Proyecto

Las principales desventajas que el proyecto podría tener son:

- ☛ Que el proyecto *STARCAR* no logre adjudicar los 20 puestos de los concesionarios propuestos.
- ☛ Que no logre captar los clientes suficientes para alcanzar las ventas propuestas y obtener los flujos de efectivos proyectados.
- ☛ Un gran riesgo que tendría el proyecto es que el mercado se sature.

14.3 Estrategias de ejecución del proyecto

Para poner en marcha nuestro proyecto, es necesario que existan estrategias que nos servirán como checklist cuando iniciemos el proceso de formación de la empresa.

En primer lugar, cumpliremos con todos los requisitos y trámites para constituir legalmente una empresa. Seleccionaremos en la ciudad de Guayaquil un lugar estratégico donde se pueda recibir sin ninguna interferencia la señal de radio y equiparlo con muebles y equipos para su funcionamiento.

Se elaborará el Plan Estratégico para *STARCAR* para el primer año de su funcionamiento. Seleccionaremos y contrataremos al personal técnico y administrativo de la empresa constituida. Contrataremos a un instituto de capacitación para brindar capacitación y formación profesional al 100% del personal.

Como la empresa proporcionará la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, adjudicaremos puestos a 10 mujeres concesionarias y 10 hombres concesionarios, para ello convocaremos a los posibles interesados en participar, para exponerles las

ventajas del negocio. También se seleccionará a 10 mujeres conductoras y 10 hombres conductores, a quienes se capacitará en lo referente a políticas empresariales, estándares de cumplimiento, conocimiento de los procesos y servicio al cliente.

Las mujeres al trabajar como conductoras se enfrentarán a problemas en el hogar, por ello le daremos capacitación especial que les enseñe a manejar de forma exitosa la situación a la cual van a hacer frente. Además se les ofrecerá un curso que les facilitará las herramientas necesarias que les permita tener una visión de éxito a largo plazo.

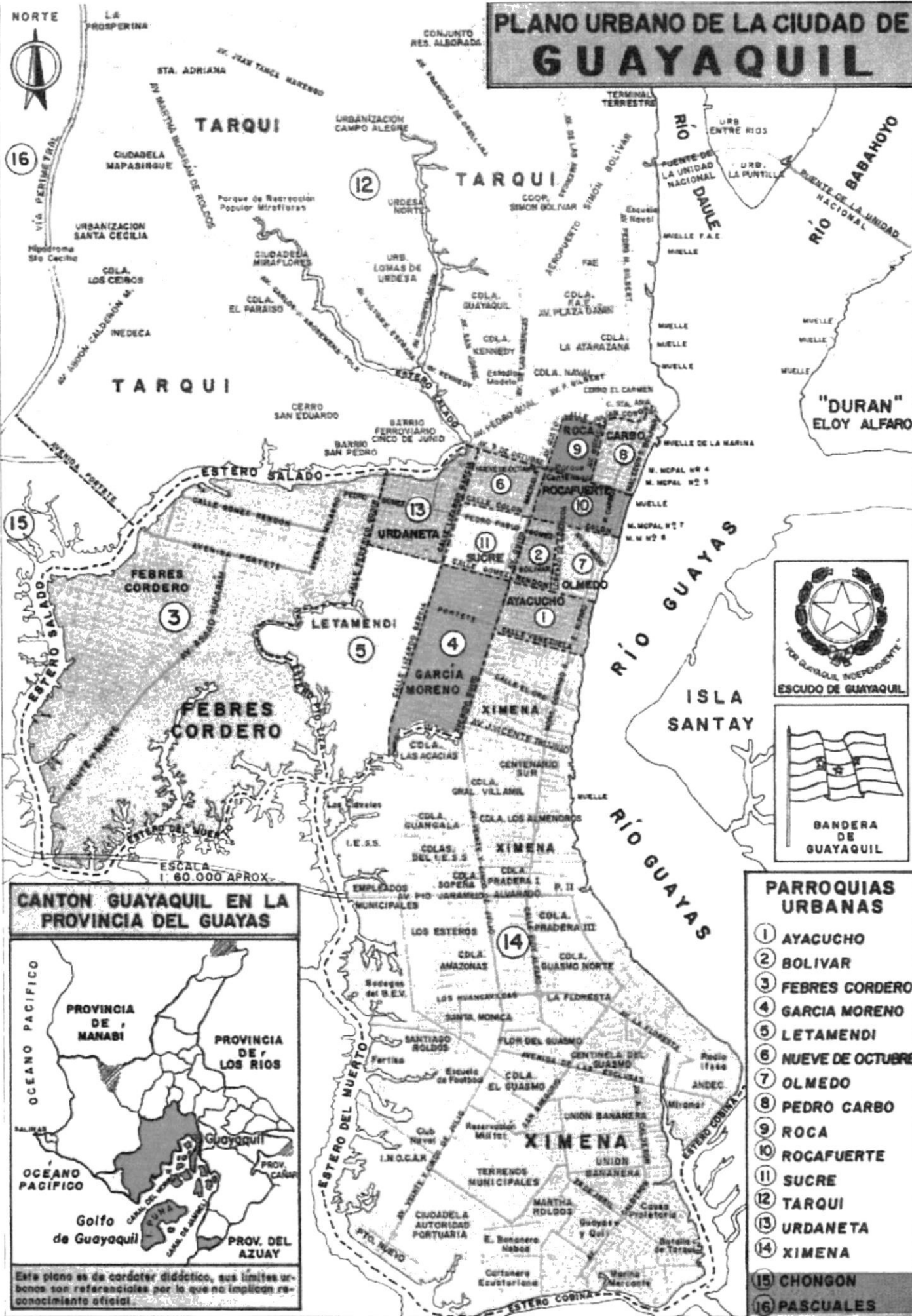
Con la capacitación que recibirán las mujeres conductoras, nosotros pretendemos que ellas puedan manejar de mejor manera sus ingresos, así puedan ahorrar y en un futuro no muy lejano, ellas pasen del acceso al control de los recursos; es decir, pasen a ser concesionarias.

Se elaborará un programa de publicidad y marketing para dar a conocer nuestro servicio al mercado meta, y así captar mercado y realizar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas.

ANEXO 1:

Mapa de Guayaquil

PLANO URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL



CANTON GUAYAQUIL EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS



Este plano es de carácter didáctico, sus límites urbanos son referenciales por lo que no implican reconocimiento oficial.

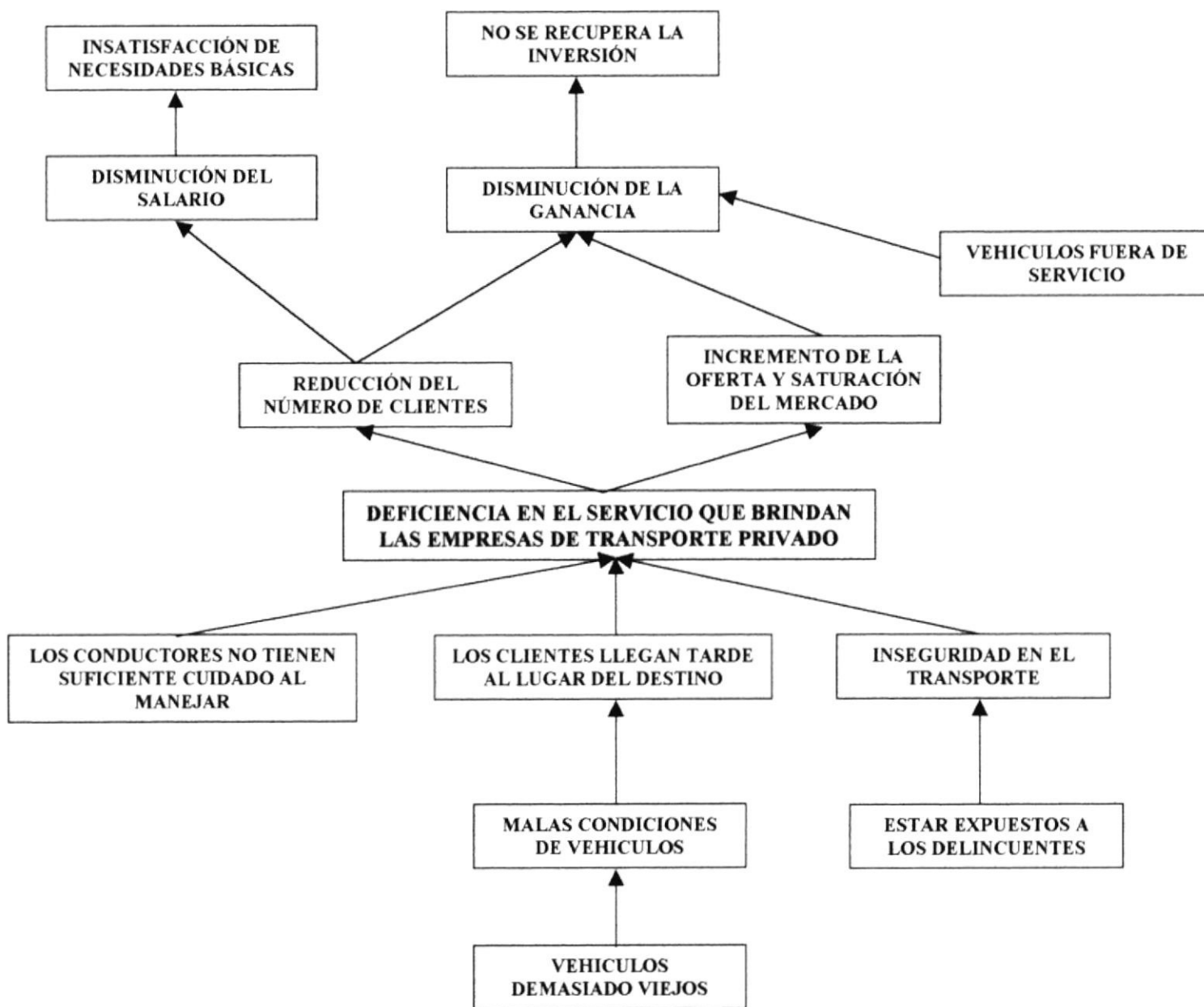


- ### PARROQUIAS URBANAS
- 1 AYACUCHO
 - 2 BOLIVAR
 - 3 FEBRES CORDERO
 - 4 GARCIA MORENO
 - 5 LETAMENDI
 - 6 NUEVE DE OCTUBRE
 - 7 OLMEDO
 - 8 PEDRO CARBO
 - 9 ROCA
 - 10 ROCAFUERTE
 - 11 SUCRE
 - 12 TARQUI
 - 13 URDANETA
 - 14 XIMENA
 - 15 CHONGON
 - 16 PASCUALES

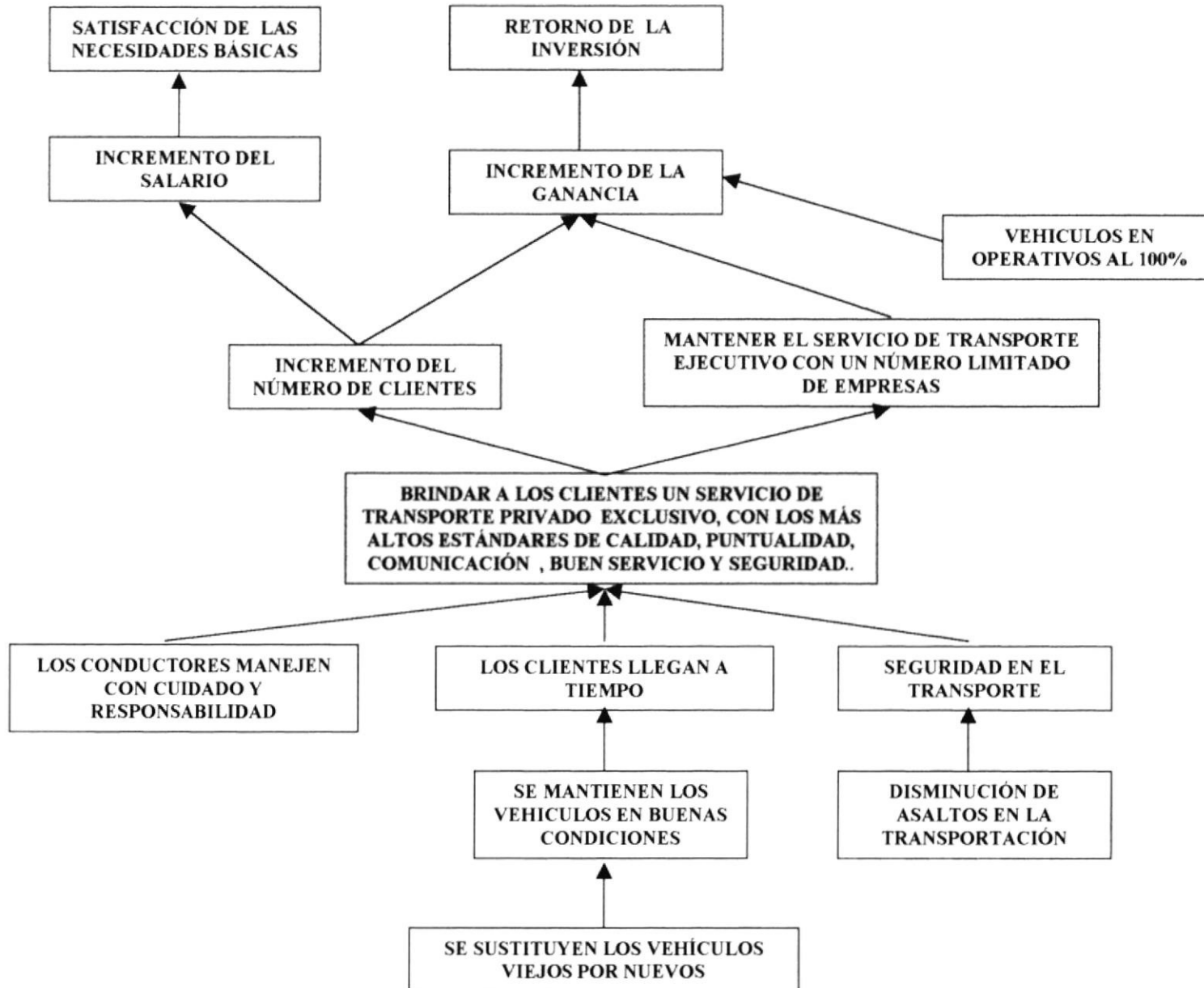
ANEXO 2:

Árbol de Problemas
Árbol de Objetivos
Identificación de Involucrados
Matriz de Involucrados

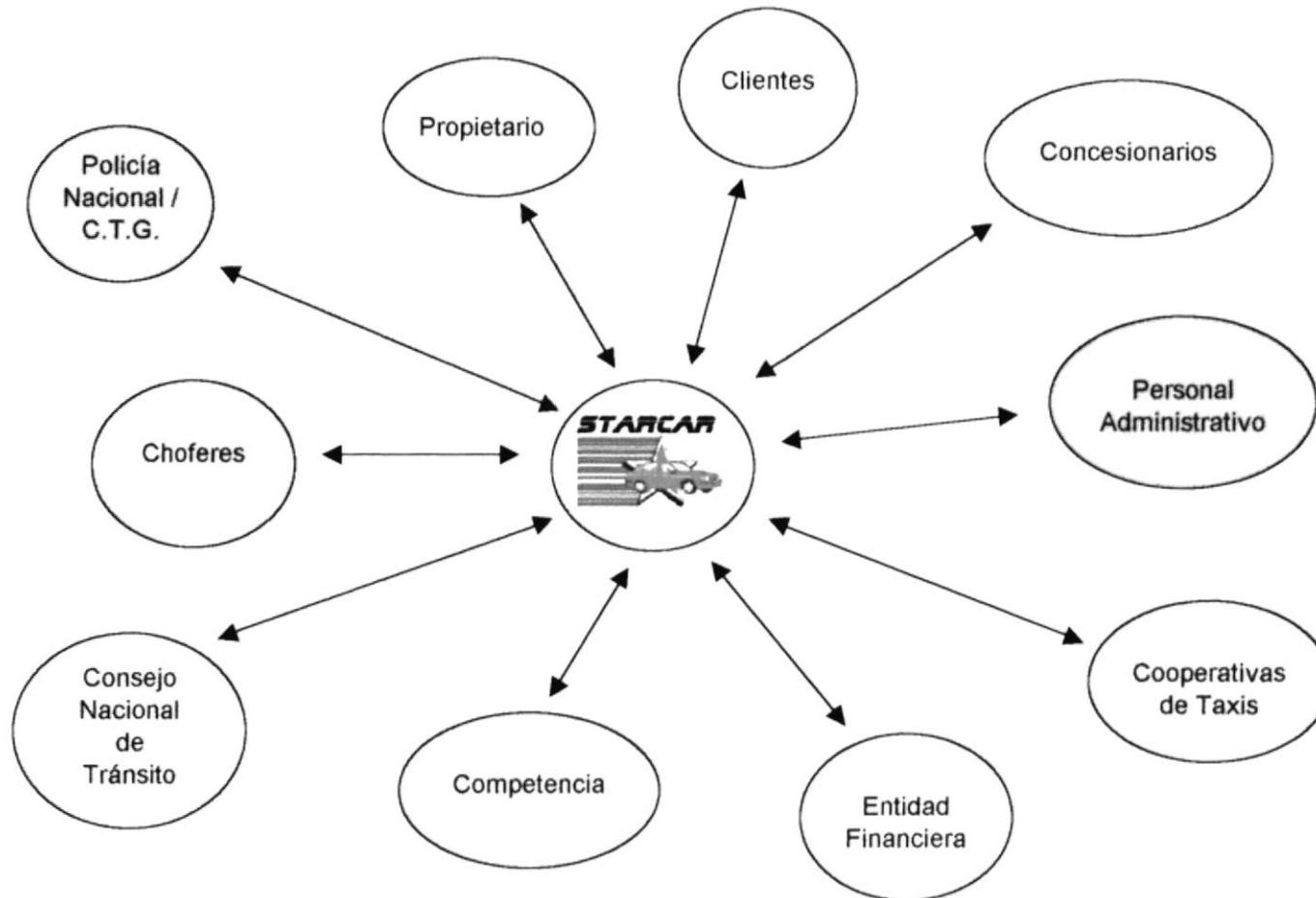
ARBOL DE PROBLEMAS



ARBOL DE OBJETIVOS



IDENTIFICACIÓN DE INVOLUCRADOS



MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INVOLUCRADOS	INTERESES	RECURSOS Y MANDATOS	PROBLEMAS PERCIBIDOS
Propietario	<ul style="list-style-type: none"> -Recuperar la inversión. -Obtener utilidad del negocio. -Satisfacer las expectativas de la calidad del servicio de transporte privado y ejecutivo de sus clientes. -Mayor cobertura del mercado obteniendo fidelidad de sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Influencia económica (Inversión). -Poder de decisión, capacidad de operación y gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> -Perdidas económicas causadas por número reducido de clientes. -Incremento de la oferta y saturación del mercado.
Clientes (Personas naturales, empresas públicas o privadas)	<ul style="list-style-type: none"> -Recibir un servicio de transporte privado exclusivo con los más altos estándares de calidad, puntualidad, buen servicio y seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poder económico. -Poder de elección. 	<ul style="list-style-type: none"> -Inseguridad en el transporte público. -Deficiencia en el servicio que brindan las empresas de transporte privado. -Malas condiciones de vehículos. -Vehículos demasiado viejos. -Llegar tarde al lugar del destino. -Los conductores no tienen suficiente cuidado al manejar.
Cooperativas de Taxis	<ul style="list-style-type: none"> -Evitar la pérdida de clientes a fin de no disminuir sus utilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Asociaciones de taxis. 	<ul style="list-style-type: none"> -Disminución del trabajo por falta de demanda. -Disminución de las ganancias.
Policía Nacional / C.T.G.	<ul style="list-style-type: none"> - Disminución de las sanciones por infracciones de tránsito para evitar el caos vehicular. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo a nivel Nacional de las Leyes y Normas de tránsito. 	<ul style="list-style-type: none"> - Excesiva cantidad de vehículos que prestan servicio de transporte público y privado. - Caos vehicular. - Reducido número de personal par el control de tránsito.

Competencia (Empresas de servicio de transporte Ejecutivo)	-Evitar la pérdida de cobertura del mercado. -Aumentar las utilidades de su empresa. -Brindar un buen servicio a sus clientes.	-Tener clientes apóstoles. -Poder de la experiencia en el negocio.	-Perdidas económicas causadas por número reducido de clientes. -Incremento de la oferta y saturación del mercado.
Concesionarios (Dueños de vehículos que forman parte de nuestra Empresa)	-Obtener ganancia. -Recuperar su inversión. -Mantener la operatividad de su vehículo.	-Fuerza operativa de la empresa (vehículos del año).	-Pérdidas económicas causadas por vehículos fuera de servicio. -Que no se recupere la inversión.
Chóferes de los vehículos de la Empresa.	-Mantener su trabajo. -Obtener un salario justo.	-Fuerza laboral. -Código de Trabajo.	-Incremento de las multas por infracciones de tránsito. -Disminución del salario por falta de clientes. -Estar sujeto a accidentes de tránsito constantemente. -Que no tienen horario de trabajo fijos. -Estar expuesto a los delincuentes.
Personal Administrativo de la Empresa	-Mantener su trabajo. -Obtener un salario justo.	-Fuerza laboral. -Código de Trabajo.	-Que no tienen horarios fijos de trabajo. -Que el salario no cubra sus necesidades básicas.
Consejo Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre	- Mejoramiento del servicio de transporte terrestre.	- Poder de funcionamiento u operatividad de la empresa.	- Presiones de las otras organizaciones para no permitir el funcionamiento de STARCAR.
Entidad Financiera	- Obtener rentabilidad.	- Poder económico.	- Que no se pague el crédito.

ANEXO 3:

Matriz de Relaciones
Mapa de Relaciones

MATRIZ DE RELACIONES

ACTORES	PROPIETARIO	CLIENTES	CONCESIONARIOS	CHOFERES	PERSONAL ADMINISTRATIVO	POLICIA NACIONAL C.T.G.	CONSEJO NACIONAL DE TRÁNSITO	COMPETENCIA	COOPERATIVAS DE TAXIS	ENTIDAD FINANCIERA
FUNCIÓN	Representante legal de la compañía y administrador	Demandantes deservicios	Facilitadores del medio de transporte	Mano de Obra	Trabajo administrativo y operativo de la CIA	Control de circulación	Cogajar permisos de circulación	Oferta del mismo servicio	Oferta de servicio tradicional	Financiamiento del Proyecto
FORMA DE RELACIÓN	Cooperativa	Cooperativa	Dependiente	Cooperativa	Cooperativa	Cooperativa	Cooperativa	Competitiva	Competitiva	Dependiente
DEPENDENCIA (PODER)	Domino	Interdependiente	Domino	Domino	Domino	Independiente	Independiente	Independiente	Independiente	Independiente
EL ACTOR ENTREGA	Razon Social	Dinero	Vehículo	Mano de Obra	Mano de Obra	Control	Permiso de circulación	Amenaza	Amenaza	Fondos
EL ACTOR RECIBE	Dinero	Servicio	Dinero	Empleo	Empleo	Más carga de trabajo	Más carga de trabajo	Pérdida	Pérdida	Rentabilidad
ESTABILIDAD RELACIÓN	Permanente	Puntual	Permanente	Permanente	Permanente	Mediana	Mediana	Permanente	Permanente	Mediana
TIEMPO PARA LA ESTABILIDAD	3 años	N A	3 años	3 años	3 años	3 años	3 años	N A	N A	3 años
FUNCIÓN CLAVE PARA EL NEGOCIO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI
FUNCIÓN CONTINUA (SE MANTIENE A TRAVES DEL TIEMPO)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
SUSTITUTOS	NO	NO	Como individuo si, no su vehículo	Como individuo si, no su trabajo	Como individuo si, no su trabajo	NO	NO	SI	SI	SI

MAPA DE RELACIONES

Valoración de expectativas, fuerzas y resultantes

INVOLUCRADOS	INTERÉS	EXPECTATIVA	FUERZA	ÍNDICE	OBSERVACIONES
PROPIETARIO	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	4	5	20	Alto interés y apoyo a este objetivo
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	5	2	10	Medio interés
	DESARROLLO DEL PAÍS	3	2	6	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	5	4	20	Alto interés y apoyo a este objetivo
CLIENTES	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	1	1	1	Bajo interés
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	5	5	25	Alto interés y apoyo a este objetivo
	DESARROLLO DEL PAÍS	2	2	4	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	5	4	20	Alto interés y apoyo a este objetivo
CONCESIONARIOS	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	5	5	25	Alto interés y apoyo a este objetivo
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	5	2	10	Medio interés
	DESARROLLO DEL PAÍS	3	2	6	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	5	3	15	Medio interés
CHOFERES	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	5	2	10	Medio interés
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	5	4	20	Alto interés y apoyo a este objetivo
	DESARROLLO DEL PAÍS	3	3	9	Medio interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	5	5	25	Alto interés y apoyo a este objetivo
PERSONAL ADMINISTRATIVO	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	5	2	10	Medio interés
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	5	4	20	Alto interés y apoyo a este objetivo
	DESARROLLO DEL PAÍS	3	3	9	Medio interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	5	5	25	Alto interés y apoyo a este objetivo
POLICÍA NACIONAL / C.T.G.	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	1	1	1	Bajo interés
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	2	1	2	Bajo interés
	DESARROLLO DEL PAÍS	2	2	4	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	1	1	Bajo interés
COMPETENCIA	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	-5	2	-10	Medio oposición
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	-5	4	-20	Alta oposición
	DESARROLLO DEL PAÍS	2	3	6	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	-5	5	-25	Alta oposición
CONSEJO NACIONAL DE TRANSITO	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	2	5	10	Medio interés
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	2	2	4	Bajo interés
	DESARROLLO DEL PAÍS	4	2	8	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	1	1	Bajo interés
ENTIDAD FINANCIERA	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	2	1	2	Bajo interés
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	5	4	20	Alto interés y apoyo a este objetivo
	DESARROLLO DEL PAÍS	2	2	4	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	1	1	1	Bajo interés
COOPERATIVAS DE TAXIS	CREACIÓN DE FUENTE DE TRABAJO	-5	2	-10	Medio oposición
	BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	-5	4	-20	Alta oposición
	DESARROLLO DEL PAÍS	2	3	6	Bajo interés
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	-5	5	-25	Alta oposición

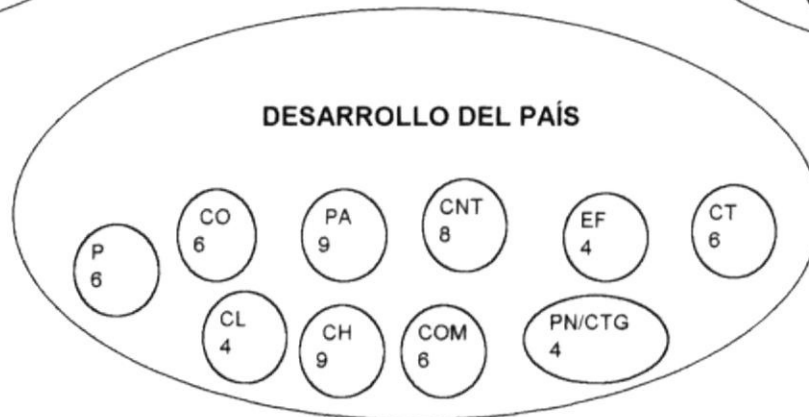
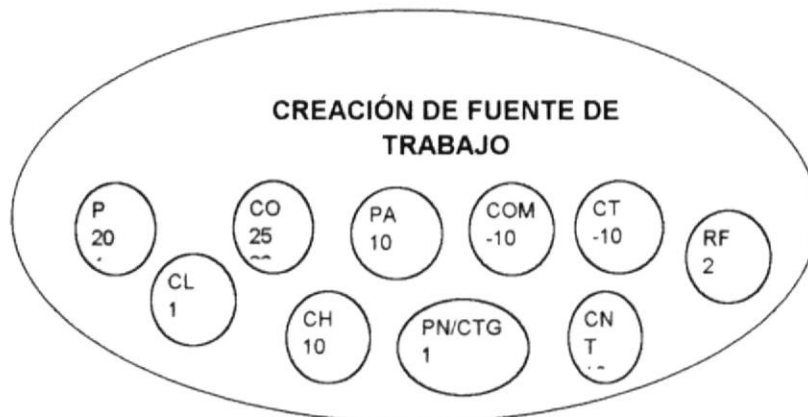
EXPECTATIVA x FUERZA = ÍNDICE

EXPECTATIVA	
+	APOYO
-	OPOSICIÓN

ÍNDICE	
1 - 8	BAJO
9 - 16	MEDIO
17 - 25	ALTO

PROPIETARIO	CLIENTES	CONCESIONARIOS	CHOFERES	PERSONAL ADMINISTRATIVO	POLICÍA NACIONAL / C.T.G.	CONSEJO NACIONAL DE TRANSITO	COMPETENCIA	COOPERATIVAS DE TAXIS	ENTIDAD FINANCIERA
P	CL	CO	CH	PA	PN/CTG	CNT	COM	CT	EF

BAJO
MEDIO
ALTO



ANEXO 4:

Matriz del Marco Lógico

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

OBJETIVOS	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN Contribuir a la satisfacción de las necesidades de transporte de nuestros clientes, brindando un servicio de transporte privado exclusivo.</p>	Satisfacción de las necesidades de nuestros clientes en un 80% en el primer año de constituida la empresa.	Estadísticas del número de clientes que se encuentran satisfechos con nuestro servicio.	*Que los clientes se encuentren satisfechos con el eficiente servicio de la empresa. *Demanda creciente de nuestros servicios.
<p>PROPÓSITO Servicio de transporte privado exclusivo funcionando de manera óptima con los más altos estándares de calidad, puntualidad, comunicación y buen servicio.</p>	Satisfacer el 100% de la demanda de nuestros clientes, cubriendo en un 95% sus expectativas de calidad, puntualidad, comunicación y buen servicio durante el presente año.	Encuestas que cuantifiquen el nivel de satisfacción de los clientes.	Que la empresa cumpla las expectativas de sus clientes.
<p>COMPONENTES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa constituida. 2. Infraestructura de oficinas en funcionamiento. 3. Personal técnico y administrativo capacitado. 	<p>Una empresa constituida legalmente durante el primer mes de iniciado el proyecto.</p> <p>Equipar una oficina con muebles y equipos para su funcionamiento, durante un mes una vez constituida la empresa.</p> <p>Capacitación profesional durante un mes al 100% del personal técnico y administrativo de la empresa constituida.</p>	<p>Constar en la base de datos de la Superintendencia de Compañías.</p> <p>Informes de cumplimiento.</p> <p>Informe de los cursos y certificados de aprobación de los participantes.</p>	<p>Sustentabilidad a largo plazo.</p> <p>Que la empresa contratada cumpla con el plazo y costos establecidos.</p> <p>Personal tenga tiempo y voluntad de aprender.</p>

4.	Adjudicación de puestos a los concesionarios.	10 concesionarias y 10 concesionarios incluidos al parque automotor de la Empresa durante el primer trimestre de constituida la empresa.	Certificados de formar parte del parque automotor de la empresa.	Hay suficientes concesionarios interesados en participar.
5.	Publicidad de nuestros servicios.	Diseño y distribución de 10000 volantes durante el primer mes de funcionamiento de la compañía.	Encuestas del conocimiento de la existencia de la empresa.	Que la publicidad divulgada sea asimilada por el mercado.
6.	Alianzas Estratégicas con Empresas.	Acuerdo en 3 meses con veinte empresas privadas y públicas para brindar nuestros servicios.	Convenios firmados.	Creciente demanda de empresas interesadas en nuestros servicios.
ACTIVIDADES				
1.1.	Cumplimiento de los tramites legales para la constitución de la empresa.	Registro en la Superintendencia de Compañías.	Constar en la base de datos de la Superintendencia de Compañías como una empresa legalmente constituida.	Que la Superintendencia de Compañías nos registre como empresa constituida.
1.2.	Elaboración del Plan Estratégico de la empresa.	Documento del Plan Estratégico elaborado.	Informe de gestión del Plan Estratégico de la Empresa.	Que el Plan Estratégico de la empresa sea entregado en el plazo establecido.
2.1.	Selección de la ubicación de la empresa.	Presupuesto de Gastos por arrendamiento.	Contrato de alquiler.	Disponibilidad de recursos.
2.2.	Adquisición de muebles, equipos y materiales.	Presupuesto de adquisiciones de muebles, equipos y materiales.	Facturas legalizadas con conformidad de recepción de muebles, equipos y materiales.	Disponibilidad de recursos.
2.3.	Adecuación de interiores.	Presupuesto de Mantenimiento de instalaciones.	Acta de entrega de la Adecuación de interiores.	Disponibilidad de recursos.

3.1.	Planificación programas capacitación.	de de	Presupuesto capacitación.	de	Documento del Programa de capacitación anual.	Disponibilidad de recursos.
3.2.	Contratación instituciones capacitación.	de de	Presupuesto capacitación.	de	Contratos firmados.	Las instituciones de capacitación cumplen con la programación y costos.
3.3.	Implementación.		Presupuesto capacitación.	de	Registro de participantes.	Disponibilidad de recursos.
4.1.	Exposición de las ventajas del negocio a los concesionarios interesados.		Presupuesto del desarrollo del evento.	de	Presentación audiovisual de los beneficios.	Disponibilidad de recursos.
4.2.	Entrega de puestos a los concesionarios.		20 certificados de ser miembro de la Empresa entregados.		Certificado legalizado por el Gerente.	Capacidad económica de los concesionarios para adquirir el puesto y vehículo.
5.1.	Diseño del material publicitario.		Presupuesto publicidad marketing.	de y	Entrega del arte del diseño.	Disponibilidad de recursos.
5.2.	Impresión y distribución del material publicitario.		10000 volantes de publicidad distribuidos.	de	Facturas de impresión y distribución de los volantes.	La imprenta y distribuidores cumplan los plazos y costos establecidos.
6.1.	Selección de empresas atractivas a nuestro mercado.	de	Presupuesto estudio del mercado.	del	Informe del estudio de mercado.	Disponibilidad de recursos.
6.2.	Preparación convenios estratégicos.	de	Elaboración convenios.	de	Convenios firmados.	Que se despierte el interés de las empresas en realizar Alianzas Estratégicas con nuestra empresa.

ANEXO 5:

Investigación de Mercado

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. TEMA

Se realizó este estudio de Investigación de Mercado para el proyecto de crear una Empresa que brinde el servicio de Transporte Privado Ejecutivo – **STARCAR**.

2. OBJETIVO GENERAL

Determinar el grado de aceptación que tendrá un servicio de transporte privado ejecutivo dentro y fuera de la Ciudad de Guayaquil, dirigido a las personas jurídicas (empresas públicas y privadas) y personas naturales de nivel medio bajo y medio alto, las preferencias y expectativas de los demandantes, y los elementos de marketing necesarios para llegar a los clientes potenciales.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar quiénes son los competidores, en dónde están y qué ofrecen con aspecto diferenciador.
2. Identificar para qué tipo de movilización utilizan las personas naturales y/o personas jurídicas un servicio de transporte privado.
3. Establecer quiénes están dispuestos a utilizar un nuevo servicio de transporte privado.
4. Determinar qué espera el cliente del servicio de transporte privado.
5. Conocer las estrategias de marketing adecuadas para llegar al cliente y captarlo.

4. MUESTREO. MÉTODO – TÉCNICA DE RECOLECCIÓN

Fuente.- La fuente que se utilizó para recopilar la información de cada uno de los objetivos específicos fue primaria y secundaria.

Método.- El método que se utilizó fue la entrevista personal.

Técnica.- Se utilizó un cuestionario que tiene 7 preguntas.

Muestra.- La encuesta se realizó al grupo objetivo más grande y la muestra fue de 30.

5. TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas no se realizaron al grupo objetivo más grande del proyecto por falta de tiempo. Se encuestaron a personas naturales que viven en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil. Adjunto modelo de encuesta.

ENCUESTA PARA CLIENTES QUE UTILIZAN EL SERVICIO DE TRANSPORTE PRIVADO

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE POR OBJETO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO DE LAS EMPRESAS QUE BRINDAN EL SERVICIO DE TRANSPORTE PRIVADO EN GUAYAQUIL

No. ENCUESTA:.....

NOMBRE:.....

EMPRESA:.....

GÉNERO: M F

CARGO:.....

RESPONDA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

1. En alguna ocasión ha utilizado el servicio de transporte privado?

SI NO

- 2.Cuál es el nombre de la empresa de transporte privado que utiliza usualmente?

3. Para qué utiliza este tipo de transporte?

() Movilización dentro de la ciudad
() Farras
() Viajes

4. Califique el servicio que le brinda su actual empresa de transporte privado, siendo:

Regular 1
Bueno 2
Muy Bueno 3
Excelente 4

TIPO DE SERVICIO	PUNTACIÓN
Atención	
Presentación	
Comodidad	
Puntualidad	
Seguridad	
Veracidad de datos	

5. Usted está dispuesto(a) a utilizar el servicio de una NUEVA empresa de transporte privado?

SI NO

6. Qué lo motivaría a cambiarse? (Anote las 3 respuestas más importantes en el orden en que sean nombradas)

() Servicio De alta calidad
() Seguro contra accidentes y muerte
() Mejor precio (más asequible)
() Mayor cobertura
() Promociones
() Otra. Cuál?.....

7. En qué sector de la ciudad de Guayaquil usted vive?

() Norte () Sur
() Centro () Este
() Oeste

ANEXO 6:

Empresas Competidoras

EMPRESAS COMPETIDORAS

No.	EMPRESA	ARRANQUE (\$)	\$ / Km.	# VEHÍCULOS	TAXÍMETRO Ó KILOMETRAJE
1	Fastcar	1.00	0.35	200	Taxímetro
2	Vipcar	0.50	0.4	150	Taxímetro
3	Ruedacar	0.50	0.4	50	Taxímetro
4	Telcar	0.00	0.45	37	Taxímetro
5	Easycar	0.50	0.5	18	Taxímetro
6	Flashcar	0.50	0.35	12	Kilometraje
7	Unisercar	0.35	0.4	20	Kilometraje
8	Rumbacar	0.50	0.5	25	Kilometraje
9	Newcar	0.50	0.4	25	Taxímetro
10	Maxcar	0.00	0.5	38	Kilometraje
11	Servicar	0.00	0.4	30	Kilometraje
12	Tangocar	0.00	0.5	20	Kilometraje
13	Speedcar	0.00	0	22	Valores establecidos
14	Movilcar	0.40	0.35	30	Taxímetro
15	Servitransport	0.45	0.38	25	Taxímetro
16	Autolisto	0.50	0.45	30	Kilometraje
17	Ejecutivos car	0.50	0.5	25	Ambos
18	Vincar	0.00	0.5	30	Kilometraje
19	Galanrent	0.50	0.4	40	Kilometraje
20	Goldencar	0.50	0.45	50	Taxímetro
21	Su auto express	0.00	0	20	Valores establecidos
22	Freddycar	0.00	0.45	47	Kilometraje
23	Goldservice	0.50	0.4	45	Taxímetro
24	Kilcar	0.00	0.4	50	Kilometraje

ANEXO 7:

Imagen Corporativa y Publicidad de *STARCAR*

Logotipo:



Slogan:

" Te servimos como una estrella "

Publicidad de Prensa:

STARCAR
La estrella eres tú.

TE SERVIMOS COMO UNA ESTRELLA

**llama ahora!
y pregunta por
la promoción**

Nosotros lo llevamos a cualquier parte del país, ofreciéndole la seguridad y el confort que gozan las estrellas durante las 24 horas del día.

Solo llame y elija el vehículo o transporte que desee :
Familiar - Ejecutivo - Empresarial o cualquier evento social.
Además le ofrecemos alquiler de vehículo con chofer.

QUITO: 094-758592 / 099-946923
GUAYAQUIL: (04) 2465284 / (04) 2465933

Calle: Esmeraldas 1706 y Av. 8 de Octubre Guayaquil - Ecuador

Tarjeta de Presentación de la Empresa:

Anverso:



Reverso:



Tarjeta de Presentación del Gerente:



ANEXO 8:

Mercado Potencial Actual
Participación de Mercado de *STARCAR*
Proyección de Ventas

MERCADO POTENCIAL ACTUAL

No.	EMPRESA	# VEHÍCULOS	# CARRERAS SEMANALES	TOTAL CARRERAS SEMANALES	PARTICIPACIÓN MERCADO
1	Fastcar	200	135	27000	28.47%
2	Vipcar	150	120	18000	18.98%
3	Ruedacar	50	75	3750	3.95%
4	Telcar	37	60	2220	2.34%
5	Easycar	18	50	900	0.95%
6	Flashcar	12	45	540	0.57%
7	Unisercar	20	50	1000	1.05%
8	Rumbacar	25	60	1500	1.58%
9	Newcar	25	65	1625	1.71%
10	Maxcar	38	80	3040	3.21%
11	Servicar	30	75	2250	2.37%
12	Tangocar	20	55	1100	1.16%
13	Speedcar	22	60	1320	1.39%
14	Movilcar	30	80	2400	2.53%
15	Servitransport	25	65	1625	1.71%
16	Autolisto	30	80	2400	2.53%
17	Ejecutivos car	25	75	1875	1.98%
18	Vincar	30	75	2250	2.37%
19	Galanrent	40	80	3200	3.37%
20	Goldencar	50	85	4250	4.48%
21	Su auto express	20	60	1200	1.27%
22	Freddycar	47	80	3760	3.96%
23	Goldservice	45	75	3375	3.56%
24	Kilcar	50	85	4250	4.48%
	TOTAL	1039	1770	94830	100.00%

CARRERAS SEMANALES DE STARCAR

No.	EMPRESA	# CARRERAS SEMANALES	PARTICIPACIÓN	PONDERACIÓN
1	Fastcar	135	7.63%	10
2	Vipcar	120	6.78%	8
3	Ruedacar	75	4.24%	3
4	Telcar	60	3.39%	2
5	Easycar	50	2.82%	1
6	Flashcar	45	2.54%	1
7	Unisercar	50	2.82%	1
8	Rumbacar	60	3.39%	2
9	Newcar	65	3.67%	2
10	Maxcar	80	4.52%	4
11	Servicar	75	4.24%	3
12	Tangocar	55	3.11%	2
13	Speedcar	60	3.39%	2
14	Movilcar	80	4.52%	4
15	Servitransport	65	3.67%	2
16	Autolisto	80	4.52%	4
17	Ejecutivos car	75	4.24%	3
18	Vincar	75	4.24%	3
19	Galanrent	80	4.52%	4
20	Goldencar	85	4.80%	4
21	Su auto express	60	3.39%	2
22	Freddycar	80	4.52%	4
23	Goldservice	75	4.24%	3
24	Kilcar	85	4.80%	4
	TOTAL	1770	100.00%	79

↓
carreras semanales
STARCAR

PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE STARCAR

No.	EMPRESA	# VEHÍCULOS	# CARRERAS SEMANALES	TOTAL CARRERAS SEMANALES	PARTICIPACIÓN MERCADO
1	Fastcar	200	135	27000	28.01%
2	Vipcar	150	120	18000	18.67%
3	Ruedacar	50	75	3750	3.89%
4	Telcar	37	60	2220	2.30%
5	Easycar	18	50	900	0.93%
6	Flashcar	12	45	540	0.56%
7	Unisercar	20	50	1000	1.04%
8	Rumbacar	25	60	1500	1.56%
9	Newcar	25	65	1625	1.69%
10	Maxcar	38	80	3040	3.15%
11	Servicar	30	75	2250	2.33%
12	Tangocar	20	55	1100	1.14%
13	Speedcar	22	60	1320	1.37%
14	Movilcar	30	80	2400	2.49%
15	Servitransport	25	65	1625	1.69%
16	Autolisto	30	80	2400	2.49%
17	Ejecutivos car	25	75	1875	1.94%
18	Vincar	30	75	2250	2.33%
19	Galanrent	40	80	3200	3.32%
20	Goldencar	50	85	4250	4.41%
21	Su auto express	20	60	1200	1.24%
22	Freddycar	47	80	3760	3.90%
23	Goldservice	45	75	3375	3.50%
24	Kilcar	50	85	4250	4.41%
25	Stracar	20	79	1580	1.64%
	TOTAL	1059	1849	96410	100.00%

→ Participación STRACAR

**PROYECCIÓN DE VENTAS - STARCAR
ESCENARIO NORMAL**

AÑOS	SEMESTRES	# VEHÍCULOS	# CARRERAS SEMANAL	TOTAL CARRERAS SEMANALES	TOTAL CARRERAS MENSUALES	TOTAL CARRERAS SEMESTRALES
2005	Primero	20	79	1580	6320	37920
	Segundo	23	79	1817	7268	43608
2006	Primero	26	79	2054	8216	49296
	Segundo	30	79	2370	9480	56880
2007	Primero	35	79	2765	11060	66360
	Segundo	40	79	3160	12640	75840

Tasa de crecimiento semestral (vehiculos) 15%
 # semanas mensuales: 4
 # meses por semestre: 6

**PROYECCIÓN DE VENTAS - STARCAR
ESCENARIO OPTIMISTA**

AÑOS	SEMESTRES	# VEHÍCULOS	# CARRERAS SEMANAL	TOTAL CARRERAS SEMANALES	TOTAL CARRERAS MENSUALES	TOTAL CARRERAS SEMESTRALES
2005	Primero	20	79	1580	6320	37920
	Segundo	24	79	1896	7584	45504
2006	Primero	29	79	2291	9164	54984
	Segundo	35	79	2765	11060	66360
2007	Primero	41	79	3239	12956	77736
	Segundo	50	79	3950	15800	94800

Tasa de crecimiento semestral (vehiculos) 20%
 # semanas mensuales: 4
 # meses por semestre: 6

**PROYECCIÓN DE VENTAS - STARCAR
ESCENARIO PESIMISTA**

AÑOS	SEMESTRES	# VEHÍCULOS	# CARRERAS SEMANAL	TOTAL CARRERAS SEMANALES	TOTAL CARRERAS MENSUALES	TOTAL CARRERAS SEMESTRALES
2005	Primero	20	79	1580	6320	37920
	Segundo	22	79	1738	6952	41712
2006	Primero	24	79	1896	7584	45504
	Segundo	27	79	2133	8532	51192
2007	Primero	29	79	2291	9164	54984
	Segundo	32	79	2528	10112	60672

Tasa de crecimiento semestral (vehiculos) 10%
 # semanas mensuales: 4
 # meses por semestre: 6

ANEXO 9:

Perfiles del Personal

PERFILES DEL PERSONAL

GERENTE GENERAL

Es quien se encargará de buscar y obtener los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa, será el responsable de la organización y realizará la planificación estratégica de mercadeo para la captación de clientes.

COMPETENCIA	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS GENERICAS					
Pro actividad				X	
Analítica				X	
Comunicación					X
Creatividad					X
Procesamiento de la información				X	
Matemática			X		
Orientación a la calidad				X	
Orientación a lo minucioso				X	
Coaching					X
Análisis Costo Beneficio				X	
Relaciones humanas					X
Visión de negocio					X
Modelización					X
Visión global					X
Gestión de Cambio					X
COMPETENCIAS DE MERCADO					
Comprensión de mercado					X
Conocimiento del clientes					X
COMPETENCIAS ARTISTICAS					
Juicio estético		X			
Lenguajes foráneos		X			
Diseño artístico	X				
COMPETENCIAS TECNOLOGICAS					
Conocimientos de los materiales				X	
Conocimientos de computación				X	
Mecánica		X			
Formulaciones	X				
Electrónica		X			
Estructuras					
Estadísticas				X	
COMPETENCIAS DE NEGOCIOS					
Planeamiento					X
Administración					X
Control					X
Negocios Internacionales					X
Negociaciones					X
Regulaciones					X

CONTADORA - SECRETARIA

Es quien realizará las funciones de secretaria y a su vez llevará la contabilidad de la empresa.

COMPETENCIA	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS GENERICAS					
Pro actividad					X
Análítica				X	
Comunicación					X
Creatividad					X
Procesamiento de la información					X
Matemática				X	
Orientación a la calidad			X		
Orientación a lo minucioso				X	
Coaching			X		
Análisis Costo Beneficio					X
Relaciones humanas					X
Visión de negocio				X	
Modelización				X	
Visión global			X		
Gestión de Cambio			X		
COMPETENCIAS DE MERCADO					
Comprensión de mercado					X
Conocimiento del clientes					X
COMPETENCIAS ARTISTICAS					
Juicio estético				X	
Lenguajes foráneos				X	
Diseño artístico				X	
COMPETENCIAS TECNOLOGICAS					
Conocimientos de los materiales				X	
Conocimientos de computación				X	
Conocimientos de Contabilidad					X
Estadísticas					X
COMPETENCIAS DE NEGOCIOS					
Planeamiento		X			
Administración				X	
Control			X		
Negocios Internacionales	X				
Negociaciones			X		
Regulaciones			X		

JEFE DE OPERACIONES

Es quien se encargará de todo lo relacionado con la logística de la operación de la empresa, así como de la entrada y salida de los vehículos, su distribución zonal, el estado del vehículo, , que se realicen todas las carreras solicitadas por el cliente, reportando directamente al Gerente General.

COMPETENCIA	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS GENERICAS					
Pro actividad				X	
Analítica				X	
Comunicación					X
Creatividad				X	
Procesamiento de la información				X	
Matemática	X				
Orientación a la calidad			X		
Orientación a lo minucioso				X	
Coaching				X	
Análisis Costo Beneficio				X	
Relaciones humanas					X
Visión de negocio			X		
Modelización	X				
Visión global		X			
Gestión de Cambio			X		
COMPETENCIAS DE MERCADO					
Comprensión de mercado			X		
Conocimiento del clientes			X		
COMPETENCIAS ARTISTICAS					
Juicio estético	X				
Lenguajes foráneos	X				
Diseño artístico	X				
COMPETENCIAS TECNOLOGICAS					
Conocimientos de los materiales				X	
Conocimientos de computación				X	
Mecánica			X		
Formulaciones		X			
Electrónica			X		
Estructuras	X				
Estadísticas			X		
COMPETENCIAS DE NEGOCIOS					
Planeamiento			X		
Administración			X		
Control					
Negocios Internacionales	X				
Negociaciones	X				
Regulaciones				X	

RADIO - OPERADORES

Quienes se encargarán de recibir las llamadas de los clientes y asignarán el vehículo correspondiente indicando sus características específicas hacia la dirección solicitada. Además guiará al conductor si en alguna ocasión desconoce la dirección o se encuentra perdido. Los radio-operadores laborarán en tres turnos.

COMPETENCIA	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS GENERICAS					
Pro actividad				X	
Análítica				X	
Comunicación					X
Creatividad				X	
Procesamiento de la información				X	
Matemática		X			
Orientación a la calidad				X	
Orientación a lo minucioso	X				
Coaching	X				
Análisis Costo Beneficio			X		
Relaciones humanas				X	
Visión de negocio			X		
Modelización	X				
Visión global			X		
Gestión de Cambio	X				
COMPETENCIAS DE MERCADO					
Comprensión de mercado				X	
Conocimiento del clientes				X	
COMPETENCIAS ARTISTICAS					
Juicio estético	X				
Lenguajes foráneos		X			
Diseño artístico					
COMPETENCIAS TECNOLOGICAS					
Conocimientos de los materiales		X			
Conocimientos de computación				X	
Mecánica			X		
Formulaciones			X		
Electrónica			X		
Estrucuras		X			
Estadísticas			X		
COMPETENCIAS DE NEGOCIOS					
Planeamiento		X			
Administración		X			
Control				X	
Negocios Internacionales	X				
Negociaciones	X				
Regulaciones	X				

CONDUCTORES

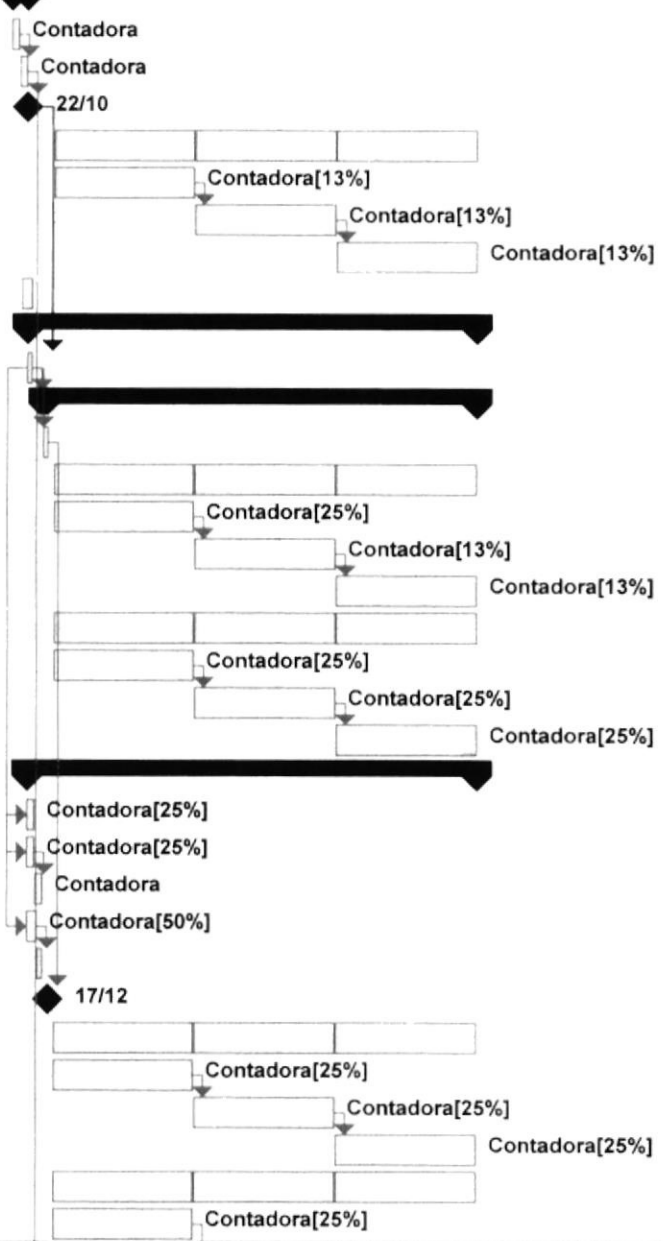
Son quienes se encargarán de realizar las carreras de los clientes de manera eficiente y asegurarse que el cliente se encuentre satisfecho con el servicio, además brindará información adicional si el cliente fuese un turista.

COMPETENCIA	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS GENERICAS					
Pro actividad				X	
Analítica			X		
Comunicación				X	
Creatividad			X		
Procesamiento de la información				X	
Matemática		X			
Orientación a la calidad				X	
Orientación a lo minucioso			X		
Coaching	X				
Análisis Costo Beneficio	X				
Relaciones humanas					X
Visión de negocio	X				
Modelización	X				
Visión global	X				
Gestión de Cambio	X				
COMPETENCIAS DE MERCADO					
Comprensión de mercado			X		
Conocimiento del clientes					X
COMPETENCIAS ARTISTICAS					
Juicio estético	X				
Lenguajes foráneos		X			
Diseño artístico	X				
COMPETENCIAS TECNOLOGICAS					
Conocimientos de los materiales				X	
Conocimientos de computación	X				
Mecánica					X
Formulaciones	X				
Electricidad					X
Estructuras	X				
Estadísticas	X				
COMPETENCIAS DE NEGOCIOS					
Planeamiento	X				
Administración	X				
Control	X				
Negocios Internacionales	X				
Negociaciones			X		
Regulaciones	X				

ANEXO 10:

Project

Id	Nombre de tarea	Duración	2004				2005				2006				2007				2008				2009				2010			
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	
1	PROYECTO STARCAR	861 días	[Barra de progreso]																											
2	Empresa	860 días	[Barra de progreso]																											
3	Trámites legales	30 días	[Barra de progreso]																											
4	Gastos de Constitución legal	15 días	[Barra de progreso]																											
5	Permiso de circulación	15 días	[Barra de progreso]																											
6	Oficina legalmente constituida	0 días	[Barra de progreso]																											
7	Pago de Frecuencias de radio y Beeper	780 días	[Barra de progreso]																											
8	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 1	260 días	[Barra de progreso]																											
9	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 2	260 días	[Barra de progreso]																											
10	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 3	260 días	[Barra de progreso]																											
11	Elaboración de Plan Estratégico de la Empresa	20 días	[Barra de progreso]																											
12	Infraestructura de oficina	830 días	[Barra de progreso]																											
13	Ubicación	10 días	[Barra de progreso]																											
14	Oficina	800 días	[Barra de progreso]																											
15	Adecuación de interiores	10 días	[Barra de progreso]																											
16	Alquiler	780 días	[Barra de progreso]																											
17	Alquiler 1	260 días	[Barra de progreso]																											
18	Alquiler 2	260 días	[Barra de progreso]																											
19	Alquiler 3	260 días	[Barra de progreso]																											
20	Servicios básicos	780 días	[Barra de progreso]																											
21	Servicios básicos 1	260 días	[Barra de progreso]																											
22	Servicios básicos 2	260 días	[Barra de progreso]																											
23	Servicios básicos 3	260 días	[Barra de progreso]																											
24	Mobiliario - Equipo - Materiales	830 días	[Barra de progreso]																											
25	Muebles	15 días	[Barra de progreso]																											
26	Telefono	15 días	[Barra de progreso]																											
27	Radios y Beepers	15 días	[Barra de progreso]																											
28	Equipos de Computación	20 días	[Barra de progreso]																											
29	Adquisición de dos líneas telefónicas	10 días	[Barra de progreso]																											
30	Oficina de la empresa lista para operar	0 días	[Barra de progreso]																											
31	Internet	780 días	[Barra de progreso]																											
32	Internet 1	260 días	[Barra de progreso]																											
33	Internet 2	260 días	[Barra de progreso]																											
34	Internet 3	259 días	[Barra de progreso]																											
35	Suministros de oficina	780 días	[Barra de progreso]																											
36	Suministros de oficina 1	260 días	[Barra de progreso]																											



Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos
1	PROYECTO STARCAR	861 días	lun 13/09/04	lun 31/12/07		Gerente General
2	Empresa	860 días	lun 13/09/04	vie 28/12/07		
3	Trámites legales	30 días	lun 13/09/04	vie 22/10/04		
4	Gastos de Constitución legal	15 días	lun 13/09/04	vie 01/10/04		Contadora
5	Permiso de circulación	15 días	lun 04/10/04	vie 22/10/04	4	Contadora
6	Oficina legalmente constituida	0 días	vie 22/10/04	vie 22/10/04	5	
7	Pago de Frecuencias de radio y Beeper	780 días	lun 03/01/05	vie 28/12/07		
8	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 1	260 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05		Contadora[13%]
9	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 2	260 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06	8	Contadora[13%]
10	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 3	260 días	lun 01/01/07	vie 28/12/07	9	Contadora[13%]
11	Elaboración de Plan Estratégico de la Empresa	20 días	lun 11/10/04	vie 05/11/04		
12	Infraestructura de oficina	830 días	lun 25/10/04	vie 28/12/07		
13	Ubicación	10 días	lun 25/10/04	vie 05/11/04	6	
14	Oficina	800 días	lun 06/12/04	vie 28/12/07	13	
15	Adecuación de interiores	10 días	lun 06/12/04	vie 17/12/04	13	
16	Alquiler	780 días	lun 03/01/05	vie 28/12/07	15	
17	Alquiler 1	260 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05		Contadora[25%]
18	Alquiler 2	260 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06	17	Contadora[13%]
19	Alquiler 3	260 días	lun 01/01/07	vie 28/12/07	18	Contadora[13%]
20	Servicios básicos	780 días	lun 03/01/05	vie 28/12/07	16CC	
21	Servicios básicos 1	260 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05		Contadora[25%]
22	Servicios básicos 2	260 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06	21	Contadora[25%]
23	Servicios básicos 3	260 días	lun 01/01/07	vie 28/12/07	22	Contadora[25%]
24	Mobiliario - Equipo - Materiales	830 días	lun 25/10/04	vie 28/12/07		
25	Muebles	15 días	lun 25/10/04	vie 12/11/04	13CC	Contadora[25%]
26	Telefono	15 días	lun 25/10/04	vie 12/11/04	25CC	Contadora[25%]
27	Radios y Beepers	15 días	lun 15/11/04	vie 03/12/04	26	Contadora
28	Equipos de Computación	20 días	lun 25/10/04	vie 19/11/04	25CC	Contadora[50%]
29	Adquisición de dos líneas telefónicas	10 días	lun 22/11/04	vie 03/12/04	28	
30	Oficina de la empresa lista para operar	0 días	vie 17/12/04	vie 17/12/04	15	
31	Internet	780 días	lun 03/01/05	vie 28/12/07		
32	Internet 1	260 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05		Contadora[25%]
33	Internet 2	260 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06	32	Contadora[25%]
34	Internet 3	259 días	mar 02/01/07	vie 28/12/07	33	Contadora[25%]
35	Suministros de oficina	780 días	lun 03/01/05	vie 28/12/07		
36	Suministros de oficina 1	260 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05		Contadora[25%]

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos
37	Suministros de oficina 2	260 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06	36	Contadora[25%]
38	Suministros de oficina 3	259 días	mar 02/01/07	vie 28/12/07	37	Contadora[25%]
39	Personal Administrativo	45 días	lun 01/11/04	vie 31/12/04		
40	Selección personal	15 días	lun 01/11/04	vie 19/11/04		
41	Evaluación curriculum	10 días	lun 01/11/04	vie 12/11/04	5	
42	Entrev. Sel. y Contr.	5 días	lun 15/11/04	vie 19/11/04	41	
43	Fin proceso selecc.	0 días	vie 19/11/04	vie 19/11/04	42	
44	Capacitación	15 días	lun 13/12/04	vie 31/12/04		Jefe de Operaciones
45	Planificación de programas de capacitación	5 días	lun 13/12/04	vie 17/12/04	42	Jefe de Operaciones
46	Contratación de institución de capacitación	5 días	lun 20/12/04	vie 24/12/04	45	Contadora
47	Talleres	5 días	lun 27/12/04	vie 31/12/04	46	Contadora
48	Incorporación a la empresa de personal capacitado	0 días	vie 31/12/04	vie 31/12/04	47	
49	Pago a Personal Administrativo	781 días	lun 03/01/05	lun 31/12/07	47	Servicios Generales;Jefe de
50	Concesionarios	24 días	lun 01/11/04	jue 02/12/04		
51	Presentación Producto	15 días	lun 01/11/04	vie 19/11/04		
52	Calificación	9 días	lun 22/11/04	jue 02/12/04	51	
53	Entrega de puestos	0 días	jue 02/12/04	jue 02/12/04	52	
54	Conductor@s	18 días	vie 03/12/04	mar 28/12/04		
55	Presentación de papeles	3 días	vie 03/12/04	mar 07/12/04	53	
56	Calificación Conductor@s	5 días	mié 08/12/04	mar 14/12/04	55	
57	Capacitación de conductores	5 días	mié 15/12/04	mar 21/12/04	56	
58	Capacitación de conductoras	5 días	mié 22/12/04	mar 28/12/04	57	
59	Conductores listos para operar	0 días	mar 28/12/04	mar 28/12/04	58	
60	Publicidad	821 días	lun 08/11/04	lun 31/12/07		
61	Estudio de Mercado	15 días	lun 08/11/04	vie 26/11/04		Empresa de estudio de Merc
62	Diseño de Campaña	532 días	lun 03/01/05	mar 16/01/07		
63	Diseño de Campaña 1	10 días	lun 03/01/05	vie 14/01/05		Empresa de estudio de Merc
64	Diseño de Campaña 2	10 días	mar 03/01/06	lun 16/01/06		Empresa de estudio de Merc
65	Diseño de Campaña 3	10 días	mié 03/01/07	mar 16/01/07		Empresa de estudio de Merc
66	Ejecución del programa	781 días	lun 03/01/05	lun 31/12/07		Empresa de estudio de Mei
67	Evaluación de medios	532 días	lun 17/01/05	mar 30/01/07		
68	Evaluación de medios 1	10 días	lun 17/01/05	vie 28/01/05	63	
69	Evaluación de medios 2	10 días	mar 17/01/06	lun 30/01/06	64	
70	Evaluación de medios 3	10 días	mié 17/01/07	mar 30/01/07	65	
71	Contratación	532 días	lun 31/01/05	mar 13/02/07		
72	Contratación 1	10 días	lun 31/01/05	vie 11/02/05	68	

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos
73	Contratación 2	10 días	mar 31/01/06	lun 13/02/06	69	
74	Contratación 3	10 días	mié 31/01/07	mar 13/02/07	70	
75	Ejecución	781 días	lun 03/01/05	lun 31/12/07		
76	Ejecución 1	260 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05		Empresa de estudio de Merc
77	Ejecución 2	260 días	mar 03/01/06	lun 01/01/07	76	Empresa de estudio de Merc
78	Ejecución 3	259 días	mié 03/01/07	lun 31/12/07	77	Empresa de estudio de Merc
79	Allanzas Estratégicas	30 días	lun 15/11/04	vie 24/12/04		
80	Selección de empresas	15 días	lun 15/11/04	vie 03/12/04		
81	Convenios	15 días	lun 06/12/04	vie 24/12/04	80CC+15 días	

Flujo de caja STARCAR

	2004	2005	2006	2007	Total
PROYECTO STARCAR	\$320.000,00	\$1.040.000,00	\$1.040.000,00	\$1.044.000,00	\$3.444.000,00
Empresa					
Trámites legales					
Gastos de Constitución legal	\$725,00				\$725,00
Permiso de circulación	\$4.225,00				\$4.225,00
Oficina legalmente constituida					
Pago de Frecuencias de radio y Beeper					
Pago de Frecuencias de radio y Beeper 1		\$11.271,90			\$11.271,90
Pago de Frecuencias de radio y Beeper 2			\$11.757,20		\$11.757,20
Pago de Frecuencias de radio y Beeper 3				\$12.264,33	\$12.264,33
Elaboración de Plan Estratégico de la Empresa					
Infraestructura de oficina					
Ubicación					
Oficina					
Adecuación de interiores					
Alquiler					
Alquiler 1		\$4.258,88			\$4.258,88
Alquiler 2			\$4.418,79		\$4.418,79
Alquiler 3				\$4.595,70	\$4.595,70
Servicios básicos					
Servicios básicos 1		\$5.354,63			\$5.354,63
Servicios básicos 2			\$5.542,75		\$5.542,75
Servicios básicos 3				\$5.751,03	\$5.751,03
Mobiliario - Equipo - Materiales					
Muebles	\$636,25				\$636,25
Telefono	\$161,25				\$161,25
Radios y Beepers	\$12.667,50				\$12.667,50
Equipos de Computación	\$2.150,00				\$2.150,00
Adquisición de dos líneas telefónicas	\$200,00				\$200,00
Oficina de la empresa lista para operar					
Internet					
Internet 1		\$1.351,20			\$1.351,20
Internet 2			\$1.368,13		\$1.368,13
Internet 3				\$1.382,07	\$1.382,07
Suministros de oficina					
Suministros de oficina 1		\$1.602,00			\$1.602,00
Suministros de oficina 2			\$1.630,22		\$1.630,22
Suministros de oficina 3				\$1.655,95	\$1.655,95
Personal Administrativo					

Flujo de caja STARCAR

	2004	2005	2006	2007	Total
Selección personal					
Evaluación curriculum					
Entrev. Sel. y Contr.					
Fin proceso selecc.					
Capacitación	\$175,00				\$175,00
Planificación de programas de capacitación	\$287,50				\$287,50
Contratación de institución de capacitación	\$275,00				\$275,00
Talleres	\$71,25				\$71,25
Incorporación a la empresa de personal capacitado					
Pago a Personal Administrativo		\$2.045.760,00	\$416.000,00	\$417.600,00	\$2.879.360,00
Concesionarios					
Presentación Producto					
Calificación					
Entrega de puestos					
Conductor@s					
Presentación de papeles					
Calificación Conductor@s					
Capacitación de conductores	\$300,00				\$300,00
Capacitación de conductoras	\$300,00				\$300,00
Conductores listos para operar					
Publicidad					
Estudio de Mercado	\$400,00				\$400,00
Diseño de Campaña					
Diseño de Campaña 1		\$3.762,00			\$3.762,00
Diseño de Campaña 2			\$3.931,29		\$3.931,29
Diseño de Campaña 3				\$4.108,20	\$4.108,20
Ejecución del programa					
Evaluación de medios					
Evaluación de medios 1		\$1.254,00			\$1.254,00
Evaluación de medios 2			\$1.310,43		\$1.310,43
Evaluación de medios 3				\$1.369,40	\$1.369,40
Contratación					
Contratación 1		\$1.254,00			\$1.254,00
Contratación 2			\$1.310,43		\$1.310,43
Contratación 3				\$1.369,40	\$1.369,40
Ejecución					
Ejecución 1		\$6.270,00			\$6.270,00
Ejecución 2			\$6.526,95	\$25,20	\$6.552,15
Ejecución 3				\$6.847,00	\$6.847,00

Flujo de caja STARCAR

	2004	2005	2006	2007	Total
Alianzas Estratégicas					
Selección de empresas					
Convenios					
Total	\$342.573,75	\$3.122.138,61	\$1.493.796,19	\$1.500.968,28	\$6.459.476,83

Tareas y recursos humanos STARCAR

Id Nombre del recurso Trabajo

Id	Nombre del recurso	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin	
1	Operadores	6.240 hrs				
Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
49	Pago a Personal Administrativo	300%	6.240 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05
2	Gerente General	6.888 hrs				
Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
1	PROYECTO STARCAR	100%	6.888 hrs	0 días	lun 13/09/04	lun 31/12/07
3	Jefe de Operaciones	632 hrs				
Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
49	Pago a Personal Administrativo	100%	512 hrs	0 días	lun 03/01/05	lun 31/12/07
44	Capacitación	100%	80 hrs	5 días	lun 20/12/04	vie 31/12/04
45	Planificación de programas de capacitación	100%	40 hrs	0 días	lun 13/12/04	vie 17/12/04
4	Servicios Generales	6.248 hrs				
Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
49	Pago a Personal Administrativo	100%	6.248 hrs	0 días	lun 03/01/05	lun 31/12/07
5	Contadora	6.775 hrs				
Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
17	Alquiler 1	25%	265 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05
18	Alquiler 2	13%	260 hrs	0 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06
19	Alquiler 3	13%	260 hrs	0 días	lun 01/01/07	vie 28/12/07
21	Servicios básicos 1	25%	515 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05
22	Servicios básicos 2	25%	510 hrs	0 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06
23	Servicios básicos 3	25%	511 hrs	0 días	lun 01/01/07	vie 28/12/07
32	Internet 1	25%	520 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05
33	Internet 2	25%	520 hrs	0 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06
34	Internet 3	25%	518 hrs	0 días	mar 02/01/07	vie 28/12/07
36	Suministros de oficina 1	25%	520 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05
37	Suministros de oficina 2	25%	520 hrs	0 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06
38	Suministros de oficina 3	25%	518 hrs	0 días	mar 02/01/07	vie 28/12/07
46	Contratación de institución de capacitación	100%	40 hrs	0 días	lun 20/12/04	vie 24/12/04
47	Talleres	100%	38 hrs	0 días	lun 27/12/04	vie 31/12/04
8	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 1	13%	260 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05
9	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 2	13%	260 hrs	0 días	lun 02/01/06	vie 29/12/06
10	Pago de Frecuencias de radio y Beeper 3	13%	260 hrs	0 días	lun 01/01/07	vie 28/12/07
4	Gastos de Constitución legal	100%	120 hrs	0 días	lun 13/09/04	vie 01/10/04
5	Permiso de circulación	100%	120 hrs	0 días	lun 04/10/04	vie 22/10/04
25	Muebles	25%	30 hrs	0 días	lun 25/10/04	vie 12/11/04
26	Telefono	25%	30 hrs	0 días	lun 25/10/04	vie 12/11/04
27	Radios y Beepers	100%	100 hrs	0 días	lun 15/11/04	vie 03/12/04
28	Equipos de Computación	50%	80 hrs	0 días	lun 25/10/04	vie 19/11/04
6	Empresa de estudio de Mercado	12.840 hrs				
Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
61	Estudio de Mercado	100%	120 hrs	0 días	lun 08/11/04	vie 26/11/04
63	Diseño de Campaña 1	100%	80 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 14/01/05
64	Diseño de Campaña 2	100%	80 hrs	0 días	mar 03/01/06	lun 16/01/06
65	Diseño de Campaña 3	100%	80 hrs	0 días	mié 03/01/07	mar 16/01/07
66	Ejecución del programa	100%	6.248 hrs	0 días	lun 03/01/05	lun 31/12/07
76	Ejecución 1	100%	2.080 hrs	0 días	lun 03/01/05	vie 30/12/05

Tareas y recursos humanos STARCAR

Id  Nombre del recurso

Trabajo

"Empresa de estudio de Mercado" (continuación)

Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
77	Ejecución 2	100%	2.080 hrs	0 días	mar 03/01/06	lun 01/01/07
78	Ejecución 3	100%	2.072 hrs	0 días	mié 03/01/07	lun 31/12/07

Uso de tareas STARCAR

	2004	2005	2006	2007	Total
PROYECTO STARCAR	640 hrs	2.080 hrs	2.080 hrs	2.088 hrs	6.888 hrs
Gerente General	640 hrs	2.080 hrs	2.080 hrs	2.088 hrs	6.888 hrs
Empresa					
Trámites legales					
Gastos de Constitución legal	120 hrs				120 hrs
Contadora	120 hrs				120 hrs
Permiso de circulación	120 hrs				120 hrs
Contadora	120 hrs				120 hrs
Oficina legalmente constituida					
Pago de Frecuencias de radio y Beeper					
Pago de Frecuencias de radio y Beeper 1		260 hrs			260 hrs
Contadora		260 hrs			260 hrs
Pago de Frecuencias de radio y Beeper 2			260 hrs		260 hrs
Contadora			260 hrs		260 hrs
Pago de Frecuencias de radio y Beeper 3				260 hrs	260 hrs
Contadora				260 hrs	260 hrs
Elaboración de Plan Estratégico de la Empresa					
Infraestructura de oficina					
Ubicación					
Oficina					
Adecuación de interiores					
Alquiler					
Alquiler 1		265 hrs			265 hrs
Contadora		265 hrs			265 hrs
Alquiler 2			260 hrs		260 hrs
Contadora			260 hrs		260 hrs
Alquiler 3				260 hrs	260 hrs
Contadora				260 hrs	260 hrs
Servicios básicos					
Servicios básicos 1		515 hrs			515 hrs
Contadora		515 hrs			515 hrs
Servicios básicos 2			510 hrs		510 hrs
Contadora			510 hrs		510 hrs
Servicios básicos 3				511 hrs	511 hrs
Contadora				511 hrs	511 hrs
Mobiliario - Equipo - Materiales					
Muebles	30 hrs				30 hrs
Contadora	30 hrs				30 hrs
Telefono	30 hrs				30 hrs
Contadora	30 hrs				30 hrs

Uso de tareas STARCAR

	2004	2005	2006	2007	Total
Radios y Beepers	100 hrs				100 hrs
Contadora	100 hrs				100 hrs
Equipos de Computación	80 hrs				80 hrs
Contadora	80 hrs				80 hrs
Adquisición de dos líneas telefónicas					
Oficina de la empresa lista para operar					
Internet					
Internet 1		520 hrs			520 hrs
Contadora		520 hrs			520 hrs
Internet 2			520 hrs		520 hrs
Contadora			520 hrs		520 hrs
Internet 3				518 hrs	518 hrs
Contadora				518 hrs	518 hrs
Suministros de oficina					
Suministros de oficina 1		520 hrs			520 hrs
Contadora		520 hrs			520 hrs
Suministros de oficina 2			520 hrs		520 hrs
Contadora			520 hrs		520 hrs
Suministros de oficina 3				518 hrs	518 hrs
Contadora				518 hrs	518 hrs
Personal Administrativo					
Selección personal					
Evaluación curriculum					
Entrev. Sel. y Contr.					
Fin proceso selecc.					
Capacitación	80 hrs				80 hrs
Jefe de Operaciones	80 hrs				80 hrs
Planificación de programas de capacitación	40 hrs				40 hrs
Jefe de Operaciones	40 hrs				40 hrs
Contratación de institución de capacitación	40 hrs				40 hrs
Contadora	40 hrs				40 hrs
Talleres	38 hrs				38 hrs
Contadora	38 hrs				38 hrs
Incorporación a la empresa de personal capacitado					
Pago a Personal Administrativo		8.832 hrs	2.080 hrs	2.088 hrs	13.000 hrs
Operadores		6.240 hrs			6.240 hrs
Jefe de Operaciones		512 hrs			512 hrs
Servicios Generales		2.080 hrs	2.080 hrs	2.088 hrs	6.248 hrs
Concesionarios					
Presentación Producto					

Uso de tareas STARCAR

	2004	2005	2006	2007	Total
Calificación					
Entrega de puestos					
Conductor@s					
Presentación de papeles					
Calificación Conductor@s					
Capacitación de conductores					
Capacitación de conductoras					
Conductores listos para operar					
Publicidad					
Estudio de Mercado	120 hrs				120 hrs
Empresa de estudio de Mercado	120 hrs				120 hrs
Diseño de Campaña					
Diseño de Campaña 1		80 hrs			80 hrs
Empresa de estudio de Mercado		80 hrs			80 hrs
Diseño de Campaña 2			80 hrs		80 hrs
Empresa de estudio de Mercado			80 hrs		80 hrs
Diseño de Campaña 3				80 hrs	80 hrs
Empresa de estudio de Mercado				80 hrs	80 hrs
Ejecución del programa		2.080 hrs	2.080 hrs	2.088 hrs	6.248 hrs
Empresa de estudio de Mercado		2.080 hrs	2.080 hrs	2.088 hrs	6.248 hrs
Evaluación de medios					
Evaluación de medios 1					
Evaluación de medios 2					
Evaluación de medios 3					
Contratación					
Contratación 1					
Contratación 2					
Contratación 3					
Ejecución					
Ejecución 1		2.080 hrs			2.080 hrs
Empresa de estudio de Mercado		2.080 hrs			2.080 hrs
Ejecución 2			2.072 hrs	8 hrs	2.080 hrs
Empresa de estudio de Mercado			2.072 hrs	8 hrs	2.080 hrs
Ejecución 3				2.072 hrs	2.072 hrs
Empresa de estudio de Mercado				2.072 hrs	2.072 hrs
Alianzas Estratégicas					
Selección de empresas					
Convenios					
Total	1.438 hrs	17.232 hrs	10.462 hrs	10.491 hrs	39.623 hrs

ANEXO 11:

Activos Fijos
Gastos Preoperacionales
Gastos Operacionales
Costos Directos

ACTIVOS FIJOS - ESCENARIO NORMAL

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total Activo Fijo	Depreciación			Valor en libros Activos Fijos		
				%	Anual	Semestral	Año 1	Año 2	Año 3
Muebles y enseres			\$ 685.00	10.00%	\$ 68.50	\$ 34.25	\$ 616.50	\$ 548.00	\$ 479.50
Teléfono	3	\$ 35.00	\$ 105.00						
Escritorio	4	\$ 100.00	\$ 400.00						
Silla	4	\$ 35.00	\$ 140.00						
Archivador	1	\$ 40.00	\$ 40.00						
Equipos			\$ 12,380.00	10.00%	\$ 1,238.00	\$ 619.00	\$ 11,142.00	\$ 9,904.00	\$ 8,666.00
Radio	22	\$ 540.00	\$ 11,880.00						
Beeper	20	\$ 25.00	\$ 500.00						
Equipos de computación			\$ 2,000.00	33.33%	\$ 666.60	\$ 333.30	\$ 1,333.40	\$ 666.80	\$ 0.20
Computadoras	3	\$ 600.00	\$ 1,800.00						
Impresora	1	\$ 200.00	\$ 200.00						
Totla Activos Fijos			\$ 15,065.00		\$ 1,973.10	\$ 986.55	\$ 13,091.90	\$ 11,118.80	\$ 9,145.70

↓
Valor de salvamento

GASTOS PREOPERACIONALES - ESCENARIO NORMAL

Descripción	Total Gastos	Amortización		
		año 1	año 2	año 3
Gastos de Constitución y legales	\$ 500.00	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67
Estudio de mercado	\$ 400.00	\$ 133.33	\$ 133.33	\$ 133.33
Capacitación y entrenamiento	\$ 1,000.00	\$ 333.33	\$ 333.33	\$ 333.33
Gastos por adquisición de 2 líneas telefónicas	\$ 200.00	\$ 66.67	\$ 66.67	\$ 66.67
Permiso de circulación	\$ 4,000.00	\$ 1,333.33	\$ 1,333.33	\$ 1,333.33
Sueldos Gerente General y Contadora (4 meses)	\$ 3,200.00	\$ 1,066.67	\$ 1,066.67	\$ 1,066.67
TOTAL	\$ 9,300.00	\$ 3,100.00	\$ 3,100.00	\$ 3,100.00

GASTOS OPERACIONALES - ESCENARIO NORMAL

PERIODOS	0		1		2		3	
	2004		2005		2006		2007	
	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic
Gastos Administrativos			\$ 13,041.60	\$ 13,041.60	\$ 13,628.47	\$ 13,628.47	\$ 14,241.75	\$ 14,241.75
Gastos de Venta			\$ 6,792.50	\$ 6,792.50	\$ 7,098.16	\$ 7,098.16	\$ 7,417.58	\$ 7,417.58
TOTAL			\$ 19,834.10	\$ 19,834.10	\$ 20,726.63	\$ 20,726.63	\$ 21,659.33	\$ 21,659.33

Detalle de Gastos Operacionales	Año 2004	
	Mensual	Semestral
Gastos de Ventas		\$ 6,500.00
Publicidad	\$ 1,000.00	\$ 6,000.00
Capacitación		\$ 500.00
Gastos Administrativos		\$ 12,480.00
Sueldos y Salarios	\$ 1,350.00	\$ 8,100.00
Suministros de oficina	\$ 50.00	\$ 300.00
Arriendo	\$ 300.00	\$ 1,800.00
Servicios básicos (agua, luz y teléfono)	\$ 350.00	\$ 2,100.00
Internet	\$ 30.00	\$ 180.00
Total Gastos Operacionales		\$ 18,980.00

Desglose de Sueldos y Salarios			
Cargo	Cantidad	Valor	Mensual
Servicio General	1.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Contadora	1.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Jefe de Operaciones	1.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Gerente General	1.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Total			\$ 1,350.00

Proyeccion Tasa de Inflación	2004
	4.50%

Escenario conservador: se mantiene el índice de inflación para todo el horizonte del proyecto.

COSTOS DIRECTOS - ESCENARIO NORMAL

PERIODOS	0		1		2		3	
	2004		2005		2006		2007	
	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic
Costos Directos o de Ventas			\$ 9,655.80	\$ 9,655.80	\$ 10,090.31	\$ 10,090.31	\$ 10,544.37	\$ 10,544.37
TOTAL			\$ 9,655.80	\$ 9,655.80	\$ 10,090.31	\$ 10,090.31	\$ 10,544.37	\$ 10,544.37

Detalle de Costos Directos	Año 2004		
	Cantidad	Valor	Mensual
Sueldos y Salarios de Operadores	3.00	\$ 250.00	\$ 750.00
Frecuencia de radios	22.00	\$ 30.00	\$ 660.00
Servicio de beepers	20.00	\$ 6.50	\$ 130.00
Total Costos Directos			\$ 1,540.00

Proyección Tasa de Inflación	2004
	4.50%

Escenario conservador: se mantiene el índice de inflación para todo el horizonte del proyecto.

ANEXO 12:

Ingresos Operacionales

Punto de Equilibrio

Tabla de Amortización del Préstamo

Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento
del 40%

INGRESOS OPERACIONALES - ESCENARIO NORMAL

PERIODOS	0		1		2		3	
	2004		2005		2006		2007	
	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic
Total de carreras de STARCAR			37,920.00	43,608.00	49,296.00	56,880.00	66,360.00	75,840.00
Carreras - empresas			28,440.00	32,706.00	36,972.00	42,660.00	49,770.00	56,880.00
Carreas - particulares			9,480.00	10,902.00	12,324.00	14,220.00	16,590.00	18,960.00
Precio de carrera - empresas			15.68	15.68	16.38	16.38	17.12	17.12
Precio de carrera - particulares			3.66	3.66	3.82	3.82	3.99	3.99
Valor total carrera - empresas			\$ 445,797.00	\$ 512,666.55	\$ 605,615.22	\$ 698,786.80	\$ 851,937.57	\$ 973,642.94
Valor total carrera - particulares			\$ 34,673.10	\$ 39,874.07	\$ 47,103.41	\$ 54,350.08	\$ 66,261.81	\$ 75,727.78
Valor total carreras STARCAR			\$ 480,470.10	\$ 552,540.62	\$ 652,718.63	\$ 753,136.88	\$ 918,199.38	\$ 1,049,370.72
TOTAL INGRESOS POR VENTAS STARCAR			\$ 48,047.01	\$ 55,254.06	\$ 65,271.86	\$ 75,313.69	\$ 91,819.94	\$ 104,937.07
Otros ingresos								
Incremento de vehiculos			20	3	3	4	5	5
Total ingreso por afiliación			\$ 10,000.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00

Las carreras proyectadas con una tasa de crecimiento semestral del 15% de los vehiculos se las observan en la tabla de "Proyección de Ventas".

Según el estudio de mercado se estableció que el 75% de las carreras pertenecen a las empresas que tercerilizan el transporte y el 25% a particulares.

Además se determinó en promedio que la carrera de la empresa es de \$15 y de un particular es de \$3.5

El 10% del valor total de las carreras es el ingreso para STARCAR.

Se cobra \$500 por vehiculo por la afiliación a la empresa.

Clientes	Participación	Carrera (\$)
Empresas que tercerilizan el transporte	75.00%	\$ 15
Personas particulares	25.00%	\$ 3.50
Total de carreras	100.00%	

Participación de STARCAR del ingreso	10.00%
Costo de afiliación a STARCAR	\$ 500
Tasa de inflación anual	4.50%

Escenario conservador: se mantiene el índice de inflación para todo el horizonte del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO - ESCENARIO NORMAL

COSTOS DIRECTOS MENSUALES	Año 2004	Año 2005
Sueldo de Operadores	\$ 750.00	\$ 783.75
Frecuencias de radios	\$ 660.00	\$ 689.70
Servicio de beepers	\$ 130.00	\$ 135.85
Total Costos Directos	\$ 1,540.00	\$ 1,609.30

COSTOS FIJOS MENSUALES	Año 2004	Año 2005
Publicidad	\$ 1,000.00	\$ 1,045.00
Capacitación	\$ 83.33	\$ 87.08
Sueldos personal administrativo	\$ 1,350.00	\$ 1,410.75
Suministros de oficina	\$ 50.00	\$ 52.25
Arriendo	\$ 300.00	\$ 313.50
Servicios básicos	\$ 350.00	\$ 365.75
Internet	\$ 30.00	\$ 31.35
Total Costos Fijos	\$ 3,163.33	\$ 3,305.68

Proyección Tasa de Inflación	2004
	4.50%

Escenario conservador: se mantiene el índice de inflación para todo el horizonte del proyecto.

AÑO 2005

Ingreso 1er. semestre Starcar	\$ 48,047.01
Ingreso mensual Starcar	\$ 8,007.84
Ingreso mensual	\$ 8,007.84
(-) Costo Directo	<u>-\$ 1,609.30</u>
Contribución Total	\$ 6,398.54

Margen de Contribución (MC) = Contribución Total / Ingreso mensual

$$MC = 6,325.39 / 8,007.84$$

$$MC = 79.90\%$$

Punto de Equilibrio (\$) = Costos Fijos / MC

$$P.E. ($) = 3,305.68 / 0.799$$

$$P.E. ($) = \$ 4,137.10$$

El proyecto STARCAR requiere mensualmente \$ 4,137.10 para cubrir sus costos directos.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO
ESCENARIO NORMAL

Inversión	\$ 29,365.00
Financiamiento	40.00%
Préstamo	\$ 11,746.00
Plazo años	3
Tasa de interés anual	19.90%
Pagos	semestrales

Periodo	Pago	Intereses	Abono a capital	Saldo
0				\$ 11,746.00
1	\$ 2,693.02	\$ 1,168.73	\$ 1,524.29	\$ 10,221.71
2	\$ 2,693.02	\$ 1,017.06	\$ 1,675.96	\$ 8,545.75
3	\$ 2,693.02	\$ 850.30	\$ 1,842.72	\$ 6,703.03
4	\$ 2,693.02	\$ 666.95	\$ 2,026.07	\$ 4,676.96
5	\$ 2,693.02	\$ 465.36	\$ 2,227.66	\$ 2,449.30
6	\$ 2,693.02	\$ 243.72	\$ 2,449.30	\$ 0.00

FLUJO NETO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO DEL 40%
ESCENARIO NORMAL

RUBROS	0		1		2		3	
	2004		2005		2006		2007	
	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic	Ene-Jun	Jul-Dic
Inversion Fija	-15,065.00		48,047.01	55,254.06	65,271.86	75,313.69	91,819.94	104,937.07
Gastos Preoperativos	-9,300.00		-9,655.80	-9,655.80	-10,090.31	-10,090.31	-10,544.37	-10,544.37
Capital de Trabajo	-5,000.00		-19,834.10	-19,834.10	-20,726.63	-20,726.63	-21,659.33	-21,659.33
Valor del Préstamo	11,746.00		-986.55	-986.55	-986.55	-986.55	-986.55	-986.55
Ingresos por Venta			-1,550.00	-1,550.00	-1,550.00	-1,550.00	-1,550.00	-1,550.00
Costos Directos o de Ventas			10,000.00	1,500.00	1,500.00	2,000.00	2,500.00	2,500.00
Gastos Operacionales			-1,168.73	-1,017.06	-850.30	-666.95	-465.36	-243.72
Depreciación			24,851.83	23,710.55	32,568.07	43,293.24	59,114.32	72,453.09
Amortización de Gastos Preoperativos			3,727.77	3,556.58	4,885.21	6,493.99	8,867.15	10,867.96
Otros Ingresos			21,124.06	20,153.97	27,682.86	36,799.26	50,247.17	61,585.13
Gastos financieros (intereses por préstamo)			5,281.01	5,038.49	6,920.71	9,199.81	12,561.79	15,396.28
Ingresos antes de Beneficios a Trabajadores			15,843.04	15,115.48	20,762.14	27,599.44	37,685.38	46,188.85
Reparto utilidades a trabajadores (15%)			986.55	986.55	986.55	986.55	986.55	986.55
Ingresos antes de Impuestos			1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00
Impuesto a la Renta (25%)								
Ingresos después de Impuestos								
Rendición de Depreciación								
Rendición de Amortización de Gastos Preoperativos								
Valor de Salvamento								
Recuperación de Capital de Trabajo (último periodo)								
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 17,619.00		\$ 18,379.59	\$ 17,652.03	\$ 23,298.69	\$ 30,135.99	\$ 40,221.93	\$ 63,576.93
Tasa Interna de Retorno (TIR)	115.13%							
Valor Actual Neto	\$ 62,778.39							
Costo de oportunidad del inversionista (anual)	24.88%							

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Valor Actual Neto

Costo de oportunidad del inversionista (anual)

El proyecto STARCAR es factible porque el TIR es mayor que el costo de oportunidad del inversionista y el VAN es positivo.

El proyecto da un beneficio neto de \$62,778.39 de valor presente.

INDICE DE RENTABILIDAD (IR) = VA Ingresos / VA egresos

IR = 80,397.39 / 17,619

IR = 4.56

El proyecto es factible porque el IR es mayor a 1.

ANEXO 13:

Medios de Verificación

Objetivos		IDO's		Medios de Verificación (MDV)					
Jerarquía de objetivos	Indicadores	Fuentes de Información	Método de Recopilación de la Información	Agencias responsables de la recopilación, análisis y administración de la información	Métodos de Análisis de Información	Frecuencia	Aplicación (Resultados esperados)	Formato de diseminación de Información	Circulación (usuarios de la Información)
1. Empresa constituida.	Una empresa constituida legalmente durante el primer mes de iniciado el proyecto.	Constar como una empresa constituida en la base de datos de la Superintendencia de Compañías.	Se compilar	La Superintendencia de Compañías.		Anual	Con la empresa constituida legalmente podremos funcionar de forma legal e iniciar el proyecto.	La constitución de la CIA será publicada en el registro oficial.	Superintendencia La empresa
2. Infraestructura de oficinas en funcionamiento	Equipar una oficina con muebles y equipos necesarios para su funcionamiento, durante un mes una vez constituida la empresa.	Informes de cumplimiento.	Ingreso de los activos al sistema de registro de la CIA	La contadora de la CIA será la responsable del registro.	Revisión física de los activos.	Mensual	Equipamiento de la oficina para su funcionamiento.		La empresa
3. Personal técnico y administrativo capacitado.	Capacitación profesional durante un mes al 100% del personal técnico y administrativo de la empresa constituida.	Informe de los cursos y certificados de aprobación de los participantes.	Registro de carpetas seleccionadas. Registro de personal que ha cumplido satisfactoriamente el curso.	El gerente de STARCAR será el encargado de supervisar la contratación y la capacitación.	Se chequeará que los postulantes cumplan con un perfil mínimo. Revisión de la asistencia del personal a los talleres de capacitación.	Una sola vez antes de arrancar el proyecto.	Se contratará al personal seleccionado.	La nomina de trabajadores.	La empresa
4. Adjudicación de puestos a los concesionarios.	10 concesionarios y 10 concesionarias incluidos al parque automotor de STARCAR durante el primer trimestre de constituida la	Certificados de formar parte del parque automotor de la empresa.	La empresa recibirá las carpetas de los concesionarios.	El gerente de STARCAR será el encargado de supervisar las carpetas de los concesionarios.	Se chequeará que los vehículos ofertados cumplan con el estándar establecido para este servicio.	Al inicio del proyecto, al inicio de cada año y cada vez que un concesionario ingrese a la empresa.	Con el visto bueno del análisis se procederá a aceptar al concesionario a la CIA		Concesionarios

		empresa.				Chequeo que la información de los vehículos este completa.				
5.	Selección y capacitación de conductoras.	10 conductores y 10 conductoras seleccionad@s y capacidad@s en las políticas empresariales y visión de éxito a largo plazo, durante una semana después de la adjudicación de l@s concesionari@s.	Informe de los cursos y certificados de aprobación de los participantes.	Cada concesionario recopilará las carpetas de los posibles choferes.	El concesionario será el responsable de la contratación acorde con el perfil elegido por la empresa.	Verificación que los choferes cumplan con el perfil.	Al inicio de la empresa. Cada vez que un concesionario cambie de choferes.	Contratación de chofer	Se enviará una carta a la empresa informando que se ha contratado un chofer. La empresa informará por escrito su aceptación luego de revisar los papeles.	Conductores Concesionarios Empresa
6.	Publicidad de nuestros servicios.	Diseño y ejecución de un programa de publicidad y marketing, durante el primer semestre de funcionamiento de la empresa.	Documento del programa de publicidad y marketing. Encuestas del conocimiento de la existencia de la empresa.	Se recopilará la información a través de estudio de mercado.	Agencia publicitaria.	En cuenta.	Una vez cada año.	Ejecución de un plan de publicidad.	Por medio de tripticos, TV radio, etc.	Publico Empresa Concesionarios
7.	Alianzas Estratégicas con Empresas.	Acuerdo en 3 meses con veinte empresas privadas y públicas para brindar nuestros servicios.	Convenios firmados.	Registro de convenios.	Gerencia de la empresa.	Empresas que necesiten servicio de transporte para sus empleados.	Una vez antes del inicio del funcionamiento de la empresa.	Se tendrá un numero de clientes fijos con las empresas que se ha hecho convenios.	Memo informativo a los concesionarios indicando las empresas con las que se tiene convenios.	Concesionarios Choferes

ANEXO 14:

Matriz de distribución de documentos

MATRIZ DE DISTRIBUCIÓN DE DOCUMENTOS

DESTINATARIOS									
Documentos	Gerente	Jefe de Operaciones	Operadores	Per. Adm	Contadora	Choferes	Concesionario	Cliente	Empresas con convenio
Permiso de Circulación	1	1	1			1	1		
Carnet de Chofer calificado						1			
Listado de Concesionarios		1	1			1	1		
Tirilla de Taxímetros							1	1	
Listado de vehículos disponibles								1	1
Turnos semanales de vehículos		1	1			1	1		1
Reporte de carreras al mes					1		1		
Factura a empresas con convenio					1				1
Factura de concesionario por pago de carreras					1		1		
Informe mensual de perdidas y ganancias	1				1				
Informe sobre novedades en los turnos	1	1	1						
Historial de choferes		1				1			

ANEXO 15:

Reportes diarios
Recaudación mensual
Control mensual del Cliente
Códigos y Claves

REPORTES DIARIOS

UNIDAD #	TURNO:	FECHA:				
NOMBRE DEL CLIENTE	DIRECCIÓN DE ORIGEN	DIRECCIÓN DE DESTINO	EFFECTIVO	VOUCHER	PENDIENTE	TOTAL
		TOTAL	\$	\$	\$	\$

FIRMA DEL OPERADOR

FIRMA DEL CONDUCTOR

CÓDIGOS Y CLAVES		CÓDIGOS Y CLAVES	
CLAVE		CLAVE	
10 01	MALA SU SEÑAL	10 46	CERCA DE...
10 02	BUENA SU SEÑAL	10 47	NECESITO RESPALDO DE OTRA UNIDAD
10 04	MENSAJE RECIBIDO	10 48	AGLOMERACIÓN DE CARRERAS
10 05	RETRANSMITA EL MENSAJE	10 49	PROCURE PASAR POR
10 06	OCUPADO PERO ATENTO	10 50	HAY VIAJE FUERA DE LA CIUDAD
10 08	EN SERVICIO ATENTO	10 51	NO HAY TRAFICO
10 09	REPITA EL MENSAJE	10 52	HAGA SILENCIO
10 10	TRANSMISIÓN COMPLETA	10 53	DIRÍJASE EN ESTE MOMENTO
10 11	ESTA HABLANDO MUY RÁPIDO	10 54	ME PUEDE DAR REALIZANDO LA CARRERA
10 12	TENGO VISITAS	10 55	REPORTESE FRECUENTEMENTE
10 14	USAR MUCHO LA FRECUENCIA	10 56	HABILITADO S/N AL MOMENTO
10 15	TENGO RAZONES PERSONALES	10 57	INFORME SU 10-20, 10-58, 10-53
10 16	COLABORADOR	10 58	ESTOY LIBRE DE SERVICIO
10 17	NEGACIÓN URGENTE	10 59	OCUPADO CON CARRERA
10 18	TIENE ALGO PARA MI	10 60	TORMENTO ESTABLE EN PROGRESO
10 19	NO TENGO NADA PARA USTED	10 61	HAGA UN SEGUIMIENTO DE MI QSY
10 20	COORDENADAS EXACTAS	10 62	ESTA USANDO MUCHO LA FRECUENCIA
10 21	REALICE UNA LLAMADA TELEFÓNICA	10 63	TODO LO QUE DIGA ES MENTIRA
10 22	PRÉSENTESE EN PERSONA	10 64	HORA PICO PROHIBIDO TRANSMITIR
10 23	CAMBIO DE TURNO O COLABORADOR	10 65	PRECIO PACTADO POR CENTRAL
10 24	DIRÍJASE RÁPIDAMENTE	10 66	CONFIRME EL VALOR
10 25	PUEDE HACER CONTACTO CON.....	10 67	DISCULPE POR FAVOR
10 26	NO CAMBIE DE CANAL	10 68	NÚMERO DE PASAJEROS
10 28	LE VANTE LA VOZ	10 69	CLIENTE EXTRANJERO
10 31	CAMBIO DE CANAL	10 70	FUEGO EN
10 35	INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	10 71	ES UN BUEN CLIENTE
10 36	HORA ACTUAL	10 72	CLIENTE SATISFECHO
10 38	SE REQUIERE UNA AMBULANCIA	10 73	CLIENTE INCONFORME
10 40	SE REQUIERE UN MEDICO	10 77	LO SIENTO
10 42	ACCIDENTE DE TRANSITO	10 80	FASTIDIADO . MOLESTO
10 43	TRAFICO EXCEDENTE	10 81	INSULTO. MALAS PALABRAS
10 44	REALICE LA CARRERA	10 100	PODRÍA ESPERARME.... UNOS CICLOS
10 45	NO REALICE LA CARRERA	10 200	POLICÍA, GUARDIA, VIGILANTE
		10 300	CARRERAS PROGRAMADAS

CÓDIGOS (Q)			
CLAVE		CLAVE	
CQ	LLAMADA GENERAL A LAS UNIDADES	FL	EBRIO.TOMADO.BORRACHO
QAP	ATENTO A LA FRECUENCIA	S-N	SIN NOVEDAD
QPN	INTERFERENCIA DE OTRAS	73 CORDIALES	SALUDOS
QRA	NOMBRE DE.....	B a B	VERSE PERSONALMENTE
QRK	# DE COOP. Y # DE UNIDAD	88S, 99S	BESOS. ABRAZOS
QRN	INTERFERENCIA ATMOSFÉRICA	211m	CAMA
QRT	APAGAR EL EQUIPO	ZZZ	SUEÑO
QRV	A SUS ORDENES . A SU DISPOSICIÓN	CRISTALITO	NIÑO
QRX	SILENCIO. MOMENTO EN LA	CRISTALITA	NIÑA
QRZ	NÚMERO DE LA UNIDAD	C. DE BOMBER	BAÑO
QSA	SEÑAL CALIFICADA (1...10)	F.R.C.	FUERTE ROMPE COSTILLAS. ABRAZO
QSL	ACUSE DE RECIBO DE SEÑAL	FUTURISIMO-A	NOVIO - NOVIA
QSO	VIAJE FUERA DE LA CIUDAD	PRIMERISIMO	ESPOSO
QSP	RETRANSMITA EL MENSAJE	PRIMERÍSIMA	ESPOSA
QST	REPITA EL MENSAJE (10 09)	SÚPER PRIMERÍSIMO	PAPÁ
QSY	ME TRASLADO A.....	SÚPER PRIMERÍSIMA	MAMÁ
QTC	MENSAJE PARA USTED	VP	PASAJERO HOMBRE
QTH	CASA. BASE. HOGAR	MP	PASAJERO MUJER
QTR	LA HORA EXACTA	L DE 500	TELÉFONO
CPO	DUEÑO DEL VEHÍCULO	MARTILLO	TRABAJO
CDI	CONDUCTOR DE LA QRZ	C.D.B.	COMER
14.5	MOHEL	C.D.BOMBER	BAÑO
CICLOS	MINUTOS	B1	PASAJERO SOSPECHOSO
		C.D	CUERPO DIPLOMÁTICO
		TKS	GRACIAS

ANEXO 16:

Evaluación del Riesgo de Mercado
Riesgo Económico
Riesgo Financiero
Determinación de la Prima por Riesgo

EVALUACIÓN DEL RIESGO DE MERCADO
ESCENARIO NORMAL

FACTORES CONDICIONANTES	PESO ESPECÍFICO EN %	CALIFICACIÓN			PUNTOS DEL FACTOR
		BAJO RIESGO (entre 2 y 4)	RIESGO MEDIO (entre 5 y 7)	RIESGO ALTO (entre 8 y 10)	
MERCADO	65				
Potencial	10	3			30
Competencia	15			9	135
Cuota del mercado	10			9	90
Diferenciación del producto	15			8	120
Barreras de entrada	10			8	80
Condiciones	5	4			20
VENTAS	20				
Distribución	20	4			80
SUMINISTROS	15	3			45
SUMAN	100			TOTAL	600

Según este análisis el proyecto tiene un riesgo de mercado medio ya que se encuentra en el rango medio de 500 - 700.

EVALUACIÓN DEL RIESGO TOTAL
ESCENARIO NORMAL

RIESGO ECONÓMICO - AÑO 2005

1	Ventas anuales	\$ 103,301.07
2	Costos directos ó variables	\$ 19,311.60
3	Margen de Contribución (1-2)	\$ 83,989.47
4	% de margen (3/1)	81.31%
5	Gastos Fijos	\$ 39,668.20
6	% de gastos fijos (5/1)	38.40%
7	Punto de equilibrio dólares (5/4)	\$ 48,789.06
8	Punto de equilibrio meses (7/1)*12 meses	\$ 5.67
9	Potencial de absorción (4/6)	2.12

RIESGO FINANCIERO - AÑO 2005

10	Inversión en millones de \$	\$ 29,365.00
11	Financiamiento con deuda	40.00%
12	Tasa de interés anual	19.90%
13	Intereses anuales (10*11*12)	\$ 2,337.45
14	Punto de equilibrio dólares (5+13)/4	\$ 51,663.96
15	Punto de equilibrio meses (14/1)*12 meses	\$ 6.00
16	Potencial de absorción (9/(1+13/5))	2.00

DETERMINACIÓN DE LA PRIMA POR RIESGO ESCENARIO NORMAL

Riesgo Económico y Financiero Riesgos: Mercado, Ventas, Suministro, Producción	NIVEL DE ABSORCIÓN DEL PROYECTO		
	Bajo Coeficientes entre 1,20 - 1,33	Medio Coeficientes entre 1,33 - 1,50	Alto Coeficientes entre 1,50 ó más
ALTO Puntos entre 800 - 1000	Nivel de riesgo FUERTE	Nivel de riesgo FUERTE	Nivel de riesgo NORMAL
MEDIO Puntos entre 600 - 799 (Proyecto STARCAR 600 puntos)	Nivel de riesgo FUERTE	Nivel de riesgo NORMAL	Nivel de riesgo DÉBIL (Proyecto STARCAR)
BAJO Puntos entre 200 - 599	Nivel de riesgo NORMAL	Nivel de riesgo DÉBIL	Nivel de riesgo DÉBIL

DETERMINACIÓN DE LA PRIMA POR RIESGO

Hechos los análisis de Riesgos se determina que el Proyecto STARCAR tiene un Riesgo Bajo, por lo cual la prima por riesgo es del 25%.

COSTO DE OPORTUNIDAD (r)

Para calcular (r) tenemos una tasa activa referencial del 19.90%

TASA ACTIVA REFERENCIAL	+	PRIMA POR RIESGO
19.9%	+	25% (19.90)

Costo de oportunidad = 24.88%

ANEXO 17:
Beneficios Sociales

BENEFICIOS SOCIALES

COSTOS DE NO OPERACIÓN	BENEFICIOS DIRECTOS	BENEFICIOS INDIRECTOS
*Adquisición de Activos Fijos - Muebles y Enseres - Equipos - Equipos de Computación	* Incremento de los ingresos de las empresas donde adquiriré los Activos Fijos del proyecto, porque ellos van a tener un nuevo cliente que es STARCAR.	* Las empresas proveedoras al incrementar sus ingresos deberán pagar más impuestos, los cuales se redistribuirán a la sociedad en obras sociales.
* Activos Nominales - Permiso de Circulación - Gastos de Constitución y legales - Capacitación al Personal Técnico y Conductores	* Incremento del ingreso del Consejo Nacional de Tránsito, organismo que autoriza el Permiso de circulación de los vehículos.	* Obras sociales para la sociedad vía impuestos que pagará el Consejo nacional de Tránsito y la Superintendencia de Compañías..
	* Aumento del ingreso de la Superintendencia de Compañías.	
	* Aumento de los conocimientos del personal capacitado.	* Disminución de los accidentes de tránsito, porque los conductores estarán bien capacitados y respetarán las señales de tránsito.
	* Incremento del rendimiento del personal capacitado.	

COSTOS DE OPERACIÓN	BENEFICIOS DIRECTOS	BENEFICIOS INDIRECTOS
* Costos de Ventas - Publicidad	* Incremento del ingreso de la empresa que realizará la publicidad.	* Obras sociales para la sociedad vía impuestos de la empresa de publicidad.
* Costos Administrativos - Alquiler de Oficina - Pago de Servicios Básicos e internet - Pago al Personal Administrativo - Compra de suministros de oficina	* Incremento del ingreso del arrendador de la oficina.	* Aumento de las obras para la sociedad, gracias a los impuestos que pagarán el arrendador, la empresa de los servicios básicos y la empresa que da el servicio de internet.
	* Aumento de los ingresos de las empresas de los servicios básicos e internet.	
	* Generación de plazas de trabajo.	* Disminución del desempleo.
	* Incremento de ingresos de la empresa de suministros.	* Obras sociales para la sociedad vía impuestos de la empresa de suministros.

BENEFICIOS DE LOS CLIENTES

- * Los clientes de STARCAR tendrán seguridad en este medio de transporte.
- * Llegarán a tiempo a su lugar de destino gracias a la puntualidad del móvil.
- * Gozarán de alta comodidad durante su trayecto.

ANEXO 18:

Medio Socio – Económico

MEDIO SOCIO – ECONÓMICO

Salud de la población

Riesgos ambientales para la salud

Enfermedades ambientales	1998	1999
Anomalia congénita corazón	10.7	10.4
Bronquitis / Bronquiolitis	8.4	17.5
Espina bífida / Meningocele	3.7	1.1
Fisura paladar / Labio leporino	5.3	6.2
Laringitis	3.5	3.0
Paludismo	49.2	54.7
Tumor aparato respiratorio	6.8	7.9

Fuente: Estadísticas vitales – INEC

Población de referencia: País

Medida: Tasa por 100.000 habitantes

Educación

Índice multivariado de educación (IME)

Cantón	Índice	Población total
Guayaquil	72.6	2.039.789

Fuente: Censos de población y vivienda – INEC

Año: 2001

Elaboración: SIISE

Servicios básicos

Servicios básicos	%	Número	Total hogares
Sistema de eliminación de excretas	95.2	446.080	468.695
Servicio de recolección de basura	84.3	395.334	468.695
Agua entubada por red pública dentro de la vivienda	61.6	288.716	468.695
Red de alcantarillado	51.8	242.756	468.695
Servicio eléctrico	97.2	455.355	468.695
Servicio telefónico	41.2	193.146	468.695

Fuente: Censos de población y vivienda – INEC

Año: 2001

Elaboración: SIISE

Población de referencia: Guayaquil – área urbana

Medio ambiente

Emisiones	Medida	1995	1996
Dióxido de carbono por unidad de energía consumida	Kg/BEP	452.9	473.2
Monóxido de carbono per cápita	Kg per cápita	10.5	10.1
Hydrocarburos no combustionados per cápita	Kg per cápita	2.5	2.5
Dióxido de carbono per cápita	Ton per cápita	1.9	2.1
Óxidos de nitrógeno per cápita	Kg per cápita	6.6	7.2
Partículas sólidas per cápita	Kg per cápita	8.7	8.7
Óxidos de azufre per cápita	Kg per cápita	0.8	0.9

Fuente: Sistema de Información Económica-Energética (SIEE)

Población de referencia: País

Componente ambiental	Medida	1995	1996
Consumo de gases que afectan la capa de ozono	Toneladas	573.647	486.305

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Población de referencia: País

Componente ambiental	Kg/día persona	Kg/día	Población total
Desechos urbanos sólidos per cápita	0.6	905.066	1.508.444

Fuente: Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI)

Año: 1992

Elaboración: Natura – SIISE

	Población	PEA	Subempleados	Desempleados
Total	2.082.965	941.778	490.895	107.862
Hombre	1.034.103	563.103	297.607	56.787
Mujer	1.048.862	378.675	193.287	21.076

Fuente: INEC (ENEMDU-PROM-2003)

ANEXO 19:

Principales contaminantes asociados al
transporte

PRINCIPALES CONTAMINANTES ATMOSFÉRICOS ASOCIADOS AL TRANSPORTE

Contaminante	Composición	Fuentes (especificando tipo de vehículo responsable, cuando corresponda)	Daños en salud y otros	Normas recomendadas para salud (OMS) $\mu\text{g}/\text{m}^3$	Características
Oxidos de Azufre	SO_x	Combustión de carbón, aceite y otras gasolinas con sulfuro, refinamiento de petróleo, fundición de metal, fabricación de papel.	Agudiza problemas de enfermos bronquiales al ser inhalado con material particulado.	1 hora: 40-60 24 hrs: 100-150	Gas incoloro, pesado, soluble en agua con color fuerte e irritante
PM10	Heterogénea	Muchas fuentes: polvo de calles levantado por tráfico, procesos de combustión, procesos industriales, construcción, incendios forestales, incineración, emisiones vehiculares.	Irritación membranas mucosas. Aumento dificultades respiratorias, propiedades carcinógenas	PM10, 24 hrs: 100-150	Partículas sólidas o pequeñas gotas incluyendo humo, polvo y aerosoles
Oxidos de Nitrogeno	NO_x	Combinación de nitrógeno y oxígeno atmosférico a altas temperaturas de combustión (motores); subproducto de la fabricación de fertilizantes.	Irritación pulmonar. aumento susceptibilidad a virus	No ₂ : 24 hrs: 150	Gas café rojizo, relativamente soluble en agua
Hidrocarburos (y otros comp. org. Volátiles (COVs))	Variable	Vehículos motorizados - evaporación de tanques de gasolina, carburadores; procesos industriales que involucran solventes	Irritación ocular y nasal, intoxicación, y propiedades carcinógenas.		Muchos y variados compuestos de hidrógeno y carbón
Monóxido de Carbono	CO	Combustión de petróleo, por ejemplo, gasolina	En contacto con hemoglobina forma compuesto dañino para personas anémicas o con problemas cardiovasculares o pulmonares	1 hora: 30.000 8 hrs: 10.000	Gas tóxico incoloro e inodoro, ligeramente soluble en agua
Oxidantes Fotoquímicos (O_3)	Heterogénea	Producido por complejas reacciones fotoquímicas en la atmósfera, involucrando hidrocarburos, dióxido nítrico y luz solar	Irritación ocular y nasal y agravamiento de problemas respiratorios	1 hora: 150-200	Gas azul pálido, apenas soluble en agua, inestable, de olor dulzón
Plomo	PB	Combustión de gasolina con plomo, soldadura, pintura con plomo, operaciones de fundición de plomo	Tóxico para niños y personas mayores, afecta sistema circulatorio, reproductivo y nervioso		Metal existente en una variedad de compuestos con diferentes características

Fuente: Gilbert (1996), Kupchella y Hyland (1989), World Bank (1994)

ANEXO 20:

Matriz de Análisis de Impactos
Matriz de Valoración y Evaluación de
Impactos Ambientales
Plan de Manejo Ambiental

MATRIX DE ANÁLISIS DE IMPACTOS

Actividad	Sub-actividad	Impacto	Area de Impacto Area de Influencia (Directa o Indirecta)	Probabilidad de Ocurrencia	Duracion	Clase de Impacto	Magnitud	Mitigacion
Ejecución del Programa de Publicidad Marketing	Cuñas publicitarias: TV y radio	Ruido: alto nivel de sonido, sordera prematura	Guayaquileños - Directa	Baja	Durante la publicidad	Negativo	Baja	No
	Cuñas publicitarias: prensa escrita y material publicitario	Flora y fauna: Tala de árboles para elaborar material publicitario, destrucción ecosistema	Bosques - Directa Guayaquilenos Indirecta	Segura	Meses	Negativo	Baja	No
		Aire: Calidad del aire, disminución del oxígeno	Guayaquileños - Directa	Segura	Meses a permanente	Negativo	Baja	No
		Suelo: Contaminación del suelo por desechos sólidos	Guayaquil - Directa	Baja	Durante la publicidad	Negativo	Baja	No
Capacitación del personal administrativo, técnico y conductor@s	Cursos de capacitación	Ruido: alto nivel de sonido, sordera prematura	Personal capacitado - Directa Personas alrededor - Indirecta	Baja	Durante cursos	Negativo	Baja	Si
		Flora y fauna: Tala de árboles para elaborar material didáctico, destrucción ecosistema	Bosques - Directa Guayaquilenos Indirecta	Segura	Meses	Negativo	Baja	No
		Aire: Calidad del aire, disminución del oxígeno	Guayaquileños - Directa	Segura	Meses a permanente	Negativo	Baja	No
		Suelo: Contaminación del suelo por desechos sólidos	Guayaquil - Directa	Baja	Durante cursos	Negativo	Baja	Si
Satisfacción de la demanda	Movilización de vehículos	Ruido: alto nivel de sonido, sordera prematura, difícil comunicación	Guayaquileños - Directa	Baja	Durante movilización	Negativo	Baja	Si
		Flora y fauna: destrucción de ecosistemas	Ecosistema - Directa	Baja	Durante movilización	Negativo	Baja	Si
		Aire: Calidad del aire, enfermedades ambientales	Guayaquileños - Directa	Baja	Durante movilización	Negativo	Baja	Si
		Suelo: Destrucción de la capa asfáltica de las calles	Calles de Guayaquil - Directa	Baja	Durante movilización	Negativo	Baja	Si

MATRIX DE VALORACIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

	CALIDAD DEL AIRE			SUELOS			AGUA			RUIDO			FLORA Y FAUNA			ASPECTOS CULTURALES Y SOCIALES			ASPECTOS ECONOMICOS			RESUMEN DE IMPACTOS POR ACTIVIDAD		
	Clasificación	Intensidad	Duración	Clasificación	Intensidad	Duración	Clasificación	Intensidad	Duración	Clasificación	Intensidad	Duración	Clasificación	Intensidad	Duración	Clasificación	Intensidad	Duración	Clasificación	Intensidad	Duración	Intensidad	Duración	
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		EIA	EIA		EIA	EIA		EIA	EIA		EIA	EIA		EIA	EIA		EIA	EIA		EIA	EIA		EIA	EIA
EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE PUBLICIDAD Y MARKETING																								
Cuñas publicitarias: TV y radio	0			0			0			--	B	M	0			0			+	M	M	M/B	M	
Cuñas publicitarias: prensa escrita y material publicitario	--	B	L	--	B	M	0			0			--	B	M	0			+	M	M	M/B	M/L	
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIV@, TÉCNIC@ Y CONDUCTOR@S																								
Cursos de capacitación	--	B	L	--	M	C	0			--	B	C	--	B	M	+	M	L	+	M	M	M/B	M/L	
SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA DE TRANSPORTE																								
Movilización de vehículos	--	B	L	--	B	L	0			--	B	L	--	B	L	+	B	L	+	M	L	M/B	L	
RESUMEN DE IMPACTOS POR RECURSOS		B	L		M/B	M/L					B	M/L		B	M/L		M/B	L		M	M/L			

Clasificación:

0 = Neutral o efecto inmensurable

-- = Impacto negativo

+ = Impacto positivo

Intensidad

B = Baja = difícil medir el impacto

M = Mediana = fácil de medir

A = Alta = Impacto local o regional significativo

Duración

C = Corta = días a semanas

M = Media = semanas a meses

L = Larga = meses a años, o permanente

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

ACAPITE	MEDIDA PROPUESTA	EFECTO ESPERADO	RESPONSABLE		EJECUCIÓN		OBSERVACIONES
			EJECUCIÓN	CONTROL	MOMENTO	FRECUENCIA	
RUIDO	Capacitación en Educación Vial a los conductor@s.	No violación de las Leyes de Tránsito. Disminución del uso innecesario del pito.	Starcar S.A.	Operadores	Inmediatamente	Cada tres meses	Personal de Educación Vial de la CTG dará las charlas. Operadores llamarán a clientes para comprobar efecto esperado.
	Durante la capacitación, evitar uso de micrófono y alto parlante.	Evitar molestias a los oídos de los participantes y no causar ruido a ciudadanos que se encuentren en la periferia del sector.	Starcar S.A.	Personal Administrativo	Antes de iniciado el curso	Cuando se den los cursos	El instructor deberá tener voz gruesa para ser escuchado sin micrófono.
	Mantenimiento completo del parque automotor.	Reducción del ruido del tubo de escape de los vehículos, tendrán silenciador.	Starcar S.A.	Técnicos	Inmediatamente	Cada tres meses	Se realizará un contrato de mantenimiento por un año, con taller especializado.
AIRE	Medición de los niveles de emisión de los tubos de escape, en la estación móvil pertinente.	No violar los límites permisibles de la emisión de los gases de los vehículos.	Starcar S.A.	Técnicos	Inmediatamente	Cada tres meses	El Municipio, Petroecuador y la Universidad Central del Ecuador, realizan dicha medición.
	Mantenimiento completo del parque automotor.	Reducción y/o control de las emisiones contaminantes de los vehículos.	Starcar S.A.	Técnicos	Inmediatamente	Cada tres meses	Se realizará un contrato de mantenimiento por un año, con taller especializado.
SUELO	Evitar transitar por calles dañadas o que se perciba un futuro daño.	Disminuir la destrucción de la capa asfáltica de la calle dañada.	Conductores	Operadores	Cuando se presente el caso.	Siempre	Los operadores llamarán al cliente para asegurarse del buen servicio y/o anomalía.