

Ecuador – Junio 2017 - ISSN: 1696-8352

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

Dávila Naranjo Martha Carolina

Espinoza Gómez Jorge Luis

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Dávila Naranjo Martha Carolina y Espinoza Gómez Jorge Luis (2017): "Plan de negocios para una empresa de servicios de conducción eventual", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (junio 2017). En línea:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/conduccion-eventual-guayaquil.html>

Resumen

Este artículo presenta los factores claves para la prestación de un servicio de conducción eventual en la ciudad de Guayaquil con el fin de satisfacer la demanda existente en la población de estudio de acuerdo a sus necesidades, estableciendo los recursos organizacionales, operativos y financieros para el proyecto.

Palabras clave: plan de negocios, servicios, conducción eventual, empresa, planificación.

Clasificación JEL: M10, M13, M31, M54

Abstract

This article presents the key factors for the provision of an eventual driving service in the city of Guayaquil in order to satisfy the existing demand in the study population according to their needs, establishing the organizational, operational and financial resources for the project.

key words: Business plan, services, eventual driving, company, planning.

JEL classification: M10, M13, M31, M54

1. Introducción.

Los accidentes de tránsito en el Ecuador es un problema que se ha convertido en una de las principales causas de muerte de acuerdo a las estadísticas del INEC (2013), posicionándose a la par de enfermedades relacionadas con el sobrepeso, la hipertensión arterial y pulmonares;

- *Este trabajo se realizó bajo la tutoría del docente MSC. Roberto Flores Moncayo, para la obtención del título de Ingeniero comercial, en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.*

es importante que luego de identificar esta situación, se analicen posibles soluciones que permitan disminuir su incidencia en las defunciones de la población del país.

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

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

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

1.1. Factores físicos que afectan al conductor

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

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

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

La Fatiga: La fatiga posee una relación estrecha con el sueño y se considera que alrededor del 40% de los accidentes automovilísticos se relacionan de alguna u otra forma con la fatiga; la fatiga se puede originar por varios factores, como la realización de una intensa actividad física, producto de ejercicios y deportes, o mental a causa de trabajo intelectual intenso o por una tensión emocional considerable y en muchos casos por la combinación de estas.

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

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

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

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

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

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

Consumo de alcohol: Alrededor del 33% de los accidentes de tránsito se deben a que los conductores habían consumido bebidas alcohólicas en cantidades que imposibilitan su adecuada conducta frente al volante; regularmente el consumo de esta bebida se da por las noches y durante los fines de semana, por lo que las cifras de accidentes durante estos

periodos elevan considerablemente. El consumo de alcohol produce las siguientes alteraciones al momento de conducir un automotor:

1. Alteraciones psicomotoras: Alucinaciones y paranoia, modificación en el sentido de equilibrio, valoración errónea de la distancia y dificultad de coordinación.
2. Alteraciones cognitivas: Infravaloración de las alteraciones que se generan en el organismo, alteración de la memoria a corto plazo, cambios en la capacidad de juicio.
3. Alteraciones emocionales: Trastorno de personalidad, desinhibición, aumento de la agresividad, alteración de la autoestima y aumento de la agresividad.

Stress: El stress al volante se da principalmente por las condiciones que se presentan en la vía, como el alto nivel de tránsito, calles en mal estado, falta de señalización, conductores imprudentes, entre otros; además por las situaciones que vive el conductor a diario y que le provocan preocupaciones; finalmente, por haber presenciado, sufrido u ocasionado un accidente de tránsito, generando un trastorno de stress post traumático o por amaxofobia, lo que es el miedo repentino a conducir.

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

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

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

Si el conductor tiene en su mente situaciones relacionadas con su trabajo o vida diaria que le generen depresión o enojo podrían ocasionar que pierda su concentración, distrayendo así sus sentidos y disminuyendo su capacidad de conducir a la defensiva, aumentando por ende la probabilidad de un accidente de tránsito que ocasione consecuencias fatales (Dóriga, 2016).

Si previo a conducir un vehículo, la persona se encuentra atravesando una emoción fuerte, el sistema nervioso eleva la frecuencia cardiaca y la presión arterial, reduciendo la temperatura periférica y el volumen sanguíneo, lo que desencadena en conducir “prácticamente ciego”, ya que el conductor verá a los demás autos como enemigos y no controlará de forma adecuada sus acciones (SegurosSinBarreras, 2014).

1.2. Los accidentes de tránsito en el Ecuador

Las estadísticas más recientes con datos detallados sobre la forma en que se presentan los accidentes de tránsito en el Ecuador muestran que los choques y los atropellos son los sucesos

que se presentan con mayor frecuencia en las calles y avenidas del país, tanto en la zona urbana como en la rural; a continuación, se muestra una figura en la que se observa la participación de cada una de las categorías que conforman el campo de los accidentes de tránsito en territorio ecuatoriano:

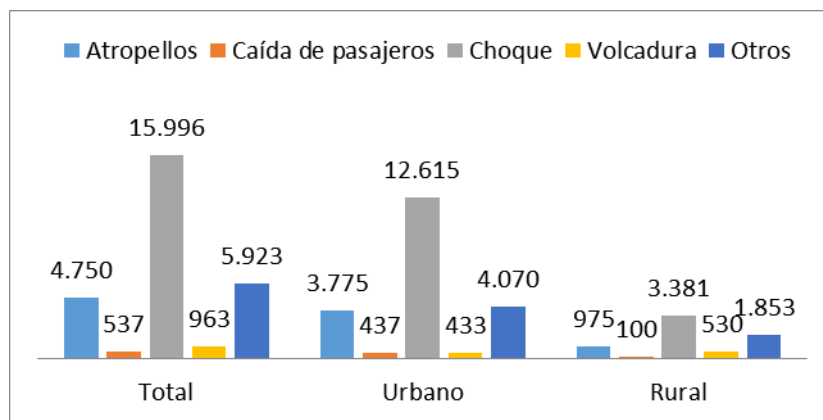


Figura 1. Accidentes de tránsito a nivel nacional 2014

Nota: (Comunidad Andina, 2014)

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

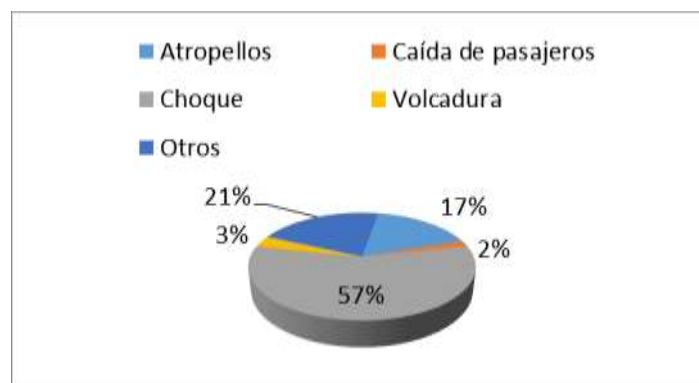


Figura 2. Porcentaje de accidentes de tránsito por clase en el Ecuador

Nota: (Comunidad Andina, 2014)

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

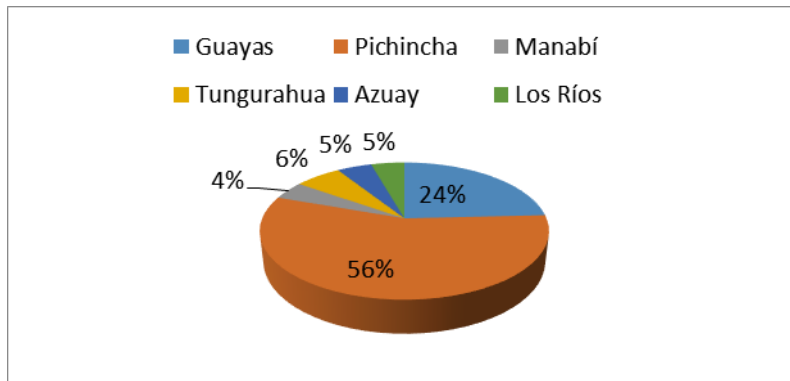


Figura 3. Siniestros de tránsito por provincias en el Ecuador año 2015

Nota: (ANT, 2016)

En el año 2015, de acuerdo a los datos provistos por la ANT (2016), se pudo determinar cuáles son los principales meses en los que se presentan los accidentes de tránsito en la provincia del Guayas, lo que quedó evidenciado que son los de agosto y diciembre, mientras que el promedio de accidentes fluctúa los 550 por año. Es importante resaltar que producto de estos acontecimientos se presentaron 6,799 perjudicados.

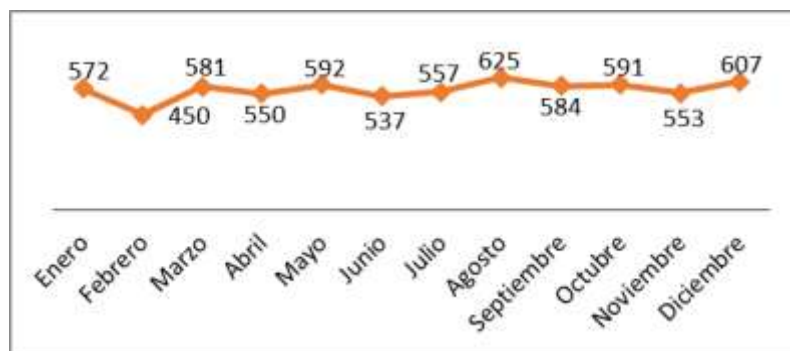


Figura 4. Accidentes de Tránsito en la provincia del Guayas en el año 2015

Nota: (ANT, 2016)

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

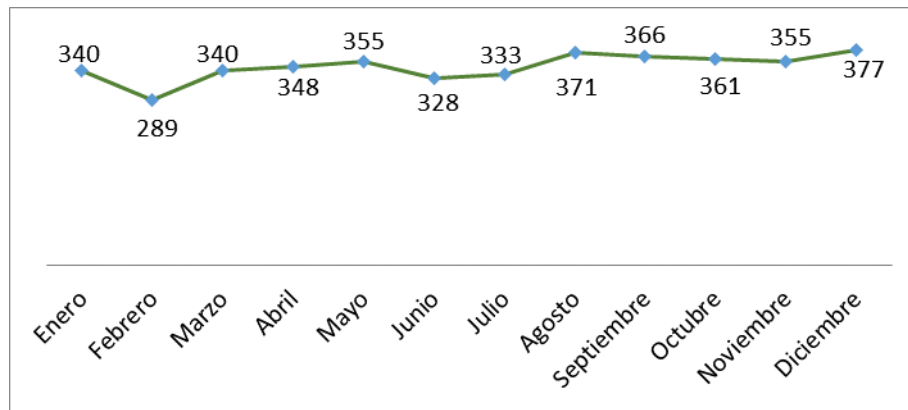


Figura 5. Accidentes de Tránsito en Guayaquil durante el año 2015

Nota: (ANT, 2016)

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

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



Figura 6. Muertes por accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil año 2015

Nota: (ANT, 2016)

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

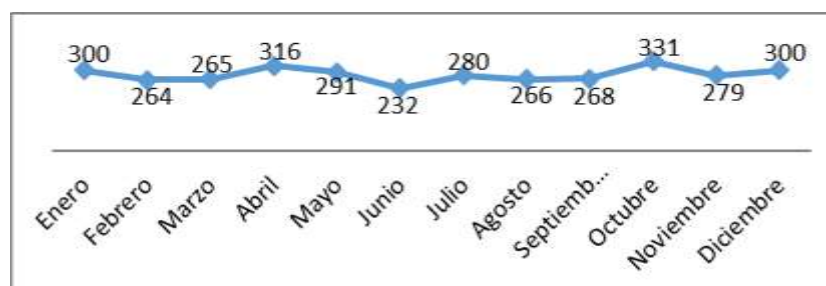


Figura 7. Heridos a causa de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil año 2015

Nota: (ANT, 2016)

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



Figura 8. Causas de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil 2015

Nota: (ANT, 2016).

2. Fundamentos teóricos y prácticos del modelo propuesto.

Plan de Negocios

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

Es así, que se puede indicar que esta herramienta de planificación permite que se facilite la aplicación de acciones para que la empresa se desarrolle apropiadamente en el mercado, lo que es posible por medio de la consecución de los objetivos más viables para la entidad.

Los planes de negocios resultan de gran importancia previos a la creación de una empresa, ya que se requiere contar con la información interna y externa que le permita al empresario definir sus acciones para conseguir que su negocio se pueda desenvolver en su entorno de la manera más productiva; para esto deben establecerse los siguientes aspectos dentro del mismo:

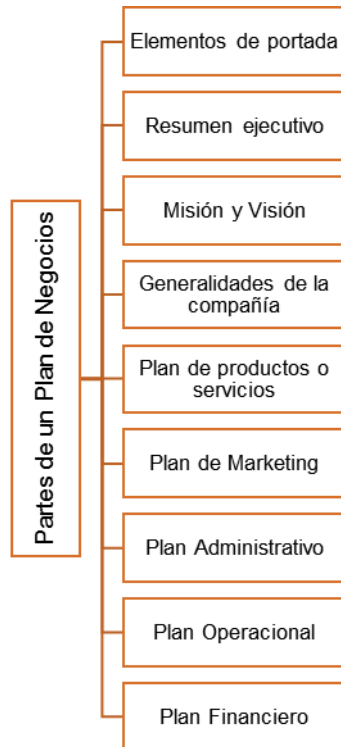


Figura 9. Modelo de Plan de Negocios

Nota: (Weinberger, 2009)

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

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

Análisis PEST

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

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

Análisis de la Cinco Fuerzas de Porter

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

El Estudio de Mercado

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

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

- Necesidad de un bien o servicio.
- Precio
- Nivel de ingreso de la población.

Asimismo, en relación a la oportunidad la demanda puede ser: satisfecha, cuando lo producido es exactamente lo que el mercado necesita; o insatisfecha, cuando lo producido no alcanza para satisfacer al mercado. (Mercado & Palmerin, 2010). **Análisis de la Oferta:** El estudio de la oferta, se fundamenta en el conocimiento de los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, con el propósito de establecer las características de las empresas que los generan. Bajo este contexto, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen o están disponibles a distintos precios en un momento determinado. Entre los factores que ayudan a determinar la oferta de un bien o servicio, se pueden mencionar los siguientes:

El precio del bien, el cual se fija en función a los costos de producción y su variación se da en la medida que crece o baja la demanda, a mayor demanda los precios son más altos, mientras que a menor demanda los precios bajan. De ahí que existe una relación directamente proporcional.

La tecnología, es otro de los factores que determinan la demanda, si esta es perfeccionada, la producción aumenta; es decir, hay más unidades disponibles u ofrecidas en un mercado.

La oferta de los insumos, puesto que la abundancia o escasez de un insumo limita las cantidades ofrecidas a los consumidores.

Finalmente, como ocurre con la demanda, la estructura del mercado se da en función al número de clientes. (Merino, 2010). De esta forma, el estudio de mercado se completa con una investigación que ayuda a establecer el perfil del consumidor, el cual sirve para determinar grupos con características similares que consumen determinado producto o servicio, así es posible establecer ciertas características en función a su estilo de vida, nivel de compra, preferencias, gustos, presupuesto, tendencia al consumo, entre otros aspectos favorables para el desarrollo de un plan de negocio. (Master Research, s.f.).

Estudio de Factibilidad

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

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

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

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

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

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

Cadena de Valor

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

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

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

3. Metodología

3.1. Diseño de la Investigación

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

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

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

3.2. Instrumentos y Técnicas de investigación.

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

3.3. Desarrollo metodológico

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

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

Así también, los motivos casuales por los que el servicio sería utilizado son para acudir y retirarse de un evento social y para realizar viajes; además, desearían conocer sobre el servicio mediante las redes sociales, debido a que es un medio más ágil.

4. Discusión

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

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

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

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

La presente propuesta servirá para crear una empresa que sirva como una alternativa para el mercado guayaquileño en lo que se refiere a transporte, brindando una solución a situaciones en las cuales el propietario de un vehículo desea movilizarse en este, pero no se encuentra capacitado para hacerlo.

La empresa se convertiría en un participante activo en cuanto a la reducción de accidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil, así como en un nuevo negocio que genere ingresos para sus inversores, además de volverse una fuente de trabajo principalmente para conductores profesionales y para todo el personal operativo necesario para desarrollar las actividades propias de la organización.

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

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

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

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

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

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

- Diseñar el sitio web de la empresa, el cual debe tener una interfaz dinámica y que proporcione información de los servicios y canales para la contratación de los choferes.
- Contratar un stand para la promoción del servicio en centros nocturnos o centros comerciales por un periodo de tiempo de 2 meses al inicio del negocio.

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

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

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

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

Las estrategias de posicionamiento de la empresa serán las siguientes:

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

Las estrategias competitivas estarán enfocadas en los siguientes aspectos:

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

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

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

Con el fin de ajustarse a las necesidades del mercado y al brindar un servicio innovador que busca beneficiar a sus clientes, la tarifa que se empleará para el mismo será similar a la tarifa nocturna que aplican los taxímetros, partiendo de una carrera básica de \$ 1.70 que incluye el recorrido hasta 2.5 km. De esta manera, el cliente no sentirá la diferencia del precio entre un servicio u otro, pero si se marcará la diferencia centrada en la calidad de la atención y en los beneficios. En caso de que el servicio sea contratado por horas o días, esto se reajustará dependiendo de las necesidades de cada contrato. A continuación, se presenta un resumen de las tarifas según las distancias recorridas:

Tabla 1 Precio del servicio ofertado

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

La plaza en donde se ofrecerá el servicio inicialmente será dentro de la ciudad de Guayaquil, además se cubrirán sectores aledaños como Samborondón, Durán y Daule (La Joya, Villa Club, Matices, etc.). Con el fin de lograr una ubicación estratégica en la cual los conductores tengan vías de fácil y rápido acceso a cualquier parte de la ciudad se establece como matriz de la empresa a las oficinas ubicadas en Pedro Carbo y 10 de agosto, lo cual se constituye en un lugar de gran afluencia de clientes que acuden a eventos sociales, bares y discotecas.

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

La promoción del servicio inicialmente será en medios digitales como Facebook, Instagram y WhatsApp para poder proporcionar a los clientes, números de contactos de la compañía, así como información de lo que hace la empresa. Este tipo de promoción se considera la adecuada debido a su bajo costo y amplio alcance sobre todo hacia el mercado que se desea captar.

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

La compañía estará conformada como sociedad anónima. Esta empresa estará formada por cinco accionistas, quienes representarán un porcentaje de 20% cada uno por igual, teniendo un capital inicial de 25 mil dólares. Esta propiedad tendrá derecho a la participación en voz y voto en la junta de accionistas en los informes respectivos solicitados por dicha reunión.

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

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



Figura 10. Estructura organizacional propuesta

Elaboración: Autores

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

Tabla 2. Presupuesto de muebles de oficina

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

Elaboración: Autores

Con respecto al presupuesto para equipos de computación, se estima la misma cantidad de muebles de oficina para las computadoras. Adicional a esto, se deben comprar 2 impresoras y un juego de router, switch y servidores para el internet, lo cual se estima en un presupuesto de \$4.900,00 dólares respectivamente.

Tabla 3. Presupuesto de equipos de computación

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

Elaboración: Autores

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

Tabla 4. Presupuesto de equipos de computación

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

Elaboración: Autores

Como medida de seguridad se establece la necesidad de contratar un servicio de rastreo satelital para lo cual se ha cotizado a tres empresas líderes del sector de la seguridad. Según el análisis realizado, se considera como la mejor opción para la empresa los servicios de CGB Satelital, puesto que ofrece servicios necesarios para hallar al vehículo en caso de alguna pérdida o robo, y a un precio razonable y más económico en función de los otros proveedores. Analizando el estudio de mercado realizado, se estima que la propuesta tiene una aceptación del 70.31% entre los encuestados sin embargo, se estima que la empresa tendrá una capacidad de cobertura de la demanda de un 63,90%, lo que equivale a 14.649 personas interesadas en contratar el servicio.

Tabla 5. Mercado Objetivo

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

Elaboración: Autores

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

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

Tabla 6. Capacidad instalada por conductor

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

Elaboración: Autores

La inversión total sería de \$65.612,68 dólares, los cuales están divididos entre los 3 tipos de inversión de la siguiente manera:

Tabla 7. Inversión inicial del proyecto

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

Elaboración: Autores

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

Tabla 8. Fuentes de financiamiento del proyecto

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

Elaboración: Autores

Flujo de caja proyectado a cinco años

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

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

Tabla 9. Flujos netos de caja y Payback

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

Elaboración: Autores

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

Tabla 10. Método Capital Asset Pricing Model (CAPM)

$Kr = Krf + \beta (Km - Krf) + \text{riesgo país}$	
Krf (tasa libre de riesgo) =	2,00%
Km (rendimiento de mercado) =	5,91%
β (beta del mercado) =	0,6
Riesgo país =	8,82%
Kr (tasa esperada de retorno) =	13,18%

Elaboración: Autores

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

Tabla 11. Weighted Average Cost of Capital (WACC)

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

Elaboración: Autores

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

Tabla 12. Análisis de la TIR y el VAN

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

Elaboración: Autores

5. Conclusiones

El estudio realizado permite establecer las siguientes conclusiones:

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

6. Referencias Bibliográficas

- ✓ Aguilar, E. (2013). *Guía práctica para la elaboración de proyecto de investigación*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- ✓ American Marketing Association. (2014). *The American Marketing Association*. Obtenido de <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>
- ✓ ANT. (2015). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Ley-Org%C3%A1nica-de-Transporte-Terrestre-Tr%C3%A1nsito-y-Seguridad-Vial-y-Reglamento..pdf>

- ✓ ANT. (Diciembre de 2016). *Siniestros diciembre 2015*. Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/3368-siniestros-diciembre-2015>
- ✓ ATM. (2015). *Noticias*. Obtenido de <http://www.atm.gob.ec/Show/News/1>
- ✓ Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Conoce medidas de mejora de la Seguridad Vial Campaña "no más corazones perdidos en las vías" (Ecuador)*. Obtenido de <http://www.iadb.org/es/temas/transporte/guia-bid-de-seguridad-vial/campana-no-mas-corazones-perdidos-en-las-vias-ecuador,4794.html>
- ✓ Campos, J. (30 de Mayo de 2008). *Quitarse de encima el estrés a la hora de conducir*. Obtenido de <http://www.circulaseguro.com/el-estres-y-la-conduccion/>
- ✓ CEA Seguridad Vial. (2016). *Factores físicos que afectan al conductor*. Obtenido de <http://www.seguridad-vial.net/conduccion/seguridad-en-la-circulacion/39-factores-que-afectan-al-conductor>
- ✓ Choferes de Reemplazo. (2014). *Nuestros Servicios*. Obtenido de <http://www.choferesderemplazoperu.com/>
- ✓ COIP. (14 de Marzo de 2016). *Código Orgánico Integral Penal*. Obtenido de <file:///C:/Users/de/Downloads/coip.pdf>
- ✓ Comunidad Andina. (29 de Agosto de 2014). *ACCIDENTES DE TRÁNSITO EN LA COMUNIDAD ANDINA 2013*. Obtenido de http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/2437_8.pdf
- ✓ COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- ✓ Dóriga, L. (24 de Febrero de 2016). *Estudio señala que conducir enojado aumenta diez veces el riesgo de choque*. Obtenido de <http://lopezdoriga.com/vida-y-estilo/estudio-senala-que-conducir-enojado-aumenta-diez-veces-el-riesgo-de-choque/>
- ✓ Facultad de Psicología. (2013). *El efecto de las drogas en la conducción de Vehículos*. Obtenido de <http://www.psych.unc.edu.ar/?p=14768>
- ✓ INEC . (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011- 2012*. Quito.
- ✓ INEC. (2013). *Anuario de estadísticas vitales:Nacimientos y defunciones 2013*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Publicaciones/Anuario_Nacimientos_y_Defunciones_2013.pdf
- ✓ INEC. (2014). *Encuesta de Condiciones de Vida 2014*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-internet-smartphones-redes-sociales.html>
- ✓ Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- ✓ LOTTTSV. (2008). *Registro Oficial*. Quito.
- ✓ Ministerio de Obras Públicas y Transporte. (2012). *Campaña 'Párale el carro' busca reducir accidentes de tránsito y mortalidad en las vías*. Obtenido de <http://www.obraspublicas.gob.ec/campana-parale-el-carro-busca-reducir-accidentes-de-transito-y-mortalidad-en-las-vias/>

- ✓ Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores.
- ✓ Navarro, P. (2010). *Teoría e la Factibilidad*.
- ✓ Paz, C., Vázquez, R., & Santos, L. (2000). *Publicidad y eficacia publicitaria: influencia de la posición, repetición y estilos publicitarios en la eficacia de los anuncios televisivos entre los jóvenes*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- ✓ Philip Kotler; Gary Armstrong. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México: Prentice Hall.
- ✓ Piñero, E. (2015). *Estrategias y modelos de negocio: casos prácticos y una guía para emprendedores*. Madrid, España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- ✓ Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Nueva York, *The Free Press*, 24-27.
- ✓ Revista Zona Libre. (15 de Noviembre de 2013). *Campaña "MIRA AL FRENTE" ya tiene más simpatizantes colaborando para evitar muertes por culpa de celulares*. Obtenido de <http://revistazonalibre.blogspot.com/2013/11/campana-mira-al-frente-ya-tiene-mas.html>
- ✓ Rodriguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Universidad Autónoma de Tabasco.
- ✓ Sahlman, W. (1997). *How to write a great business plan*. Harvard Business Review Article.
- ✓ Security Driving. (2016). *SOMOS*. Obtenido de <http://www.choferesdereemplazo.com/>
- ✓ SegurosSinBarreras. (10 de Marzo de 2014). *Los grandes riesgos de conducir enojado*. Obtenido de <http://segurossinbarreras.com/blog/los-grandes-riesgos-de-conducir-enojado/>
- ✓ SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- ✓ Torres, B. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Segunda ed.). México: Pearson Education.
- ✓ Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Lima, Perú: Ministerio de la Producción de Perú, USAID.