



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA  
DEDICADA AL TRANSPORTE URBANO DE PERSONAS EN  
MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD DE QUITO, MEDIANTE EL USO  
DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA SOLICITAR EL SERVICIO

AUTOR

Christopher Joel Montenegro Solórzano

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA DEDICADA  
AL TRANSPORTE URBANO DE PERSONAS EN MOTOCICLETAS EN LA  
CIUDAD DE QUITO, MEDIANTE EL USO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA  
SOLICITAR EL SERVICIO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de Ingeniero en Marketing

Profesor Guía

Mgr. Marcela Pérez Pazmiño

Autor

Christopher Joel Montenegro Solórzano

Año

2020

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo Plan de Negocios para la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio, a través de reuniones periódicas con el estudiante Christopher Joel Montenegro Solórzano, en el semestre 2020-20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

A handwritten signature in blue ink, reading "Marcela Pérez Pazmiño", is centered on a light blue rectangular background. The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath.

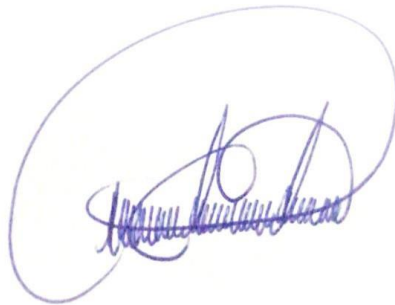
---

Marcela Pérez Pazmiño

C.C.: 1707284426

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Plan de Negocios para la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio, de Christopher Joel Montenegro Solórzano, en el semestre 2020-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



---

Karina del Rocío Falconí Ausay

C.C.: 0502395288

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.



---

Christopher Joel Montenegro Solórzano

C.C.: 1720070109

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento es para mi familia por apoyarme en todo, sé que todos los conocimientos adquiridos durante toda mi carrera los voy a poner en práctica durante toda mi vida profesional.

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la viabilidad de la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio. Para ello, se realizó el análisis del entorno externo, donde se identificaron como principales oportunidades la autorización de la operación de plataformas digitales para brindar el servicio de taxi por parte del DMQ, así como la preferencia de los quiteños por este tipo de medios para solicitar el servicio de taxi. Luego, por medio del estudio de mercado se identificó un 100% de intereses en el servicio ofertado, por parte del público objetivo del negocio, que son hombres y mujeres de 18 a 35 años. Fijándose una tarifa un 25% menor a la del servicio en automóvil y un 80% de ganancia para los conductores, quienes deben usar y entregar a los usuarios el equipo de protección personal definido. Después, se define la estructura de la empresa, eligiéndose constituir a TRAVERSE como una sociedad anónima conformada por dos socios y contando con la colaboración de 11 trabajadores. Finalmente, al realizar la evaluación financiera del negocio se estableció que este es viable y rentable de ponerse en marcha con un VAN de \$15.479,04 y una TIR de 26,04%. Y con un periodo de recuperación de la inversión de los \$38.316,40 en aproximadamente 3 años.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the feasibility of creating a company dedicated to the urban transport of people on motorcycles in the city of Quito, with a mobile application to request the service. For this, the analysis of the external environment was carried out, where the authorization of the operation of digital platforms to provide the taxi service by the DMQ were identified as the main opportunities, as well as the preference of quiteños for this type of means to request taxi service. Then, through the market study, 100% of interests in the service offered identified by the business's target audience, which are men and women between 18 and 25 years old. Setting a rate 25% lower than that of the car service and 80% profit for drivers, who must use and provide users with the defined personal protective equipment. Then, the structure of the company defined, choosing to constitute TRAVERSE as a limited company made up of two partners and with the collaboration of 11 workers. Finally, when carrying out the financial evaluation of the business, it established that it is viable and profitable to start up with a NPV of \$ 15,479.04 and an IRR of 26.04%. In addition, with a payback period of \$ 38,316.40 in approximately 3 years.



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Justificación del trabajo .....	1
1.1.1 Objetivo General del trabajo .....	2
1.1.2 Objetivos Específicos del trabajo .....	2
2. ANÁLISIS ENTORNOS .....	3
2.1 Análisis del entorno externo .....	3
2.1.1 Entorno externo .....	3
2.1.2 Análisis de la industria (Porter) .....	9
2.2 Matriz EFE .....	13
2.3 Conclusiones .....	14
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE .....	15
3.1 Planteamiento del problema .....	15
3.2 Hipótesis .....	15
3.3 Objetivos .....	15
3.3.1 General .....	15
3.3.2 Específicos .....	15
3.4 Investigación cualitativa .....	16
3.4.1 Entrevista a expertos .....	16
3.4.2 Grupo focal .....	17
3.5 Investigación cuantitativa .....	18
3.5.1 Resultados encuesta .....	19
3.5.2 Análisis inferencial .....	19

3.6 Conclusiones.....	21
<b>4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO .....</b>	<b>22</b>
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada .....	22
<b>5. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>26</b>
5.1 Estrategia general de marketing.....	26
5.1.1 Mercado objetivo .....	26
5.1.2 Propuesta de valor.....	27
5.2 Mezcla de Marketing .....	28
5.2.1 Servicio.....	28
5.2.2 Precio .....	30
5.2.3 Plaza.....	32
5.2.4 Procedimiento.....	33
5.2.5 Promoción .....	33
5.2.6 Physical (entorno).....	34
5.2.7 Personal .....	36
5.2.8 Productividad.....	37
<b>6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>38</b>
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización .....	38
6.1.1 Misión .....	38
6.1.2 Visión.....	38
6.1.3 Objetivos empresariales .....	38
6.2 Plan de operaciones.....	39
6.2.1 Proceso de operación.....	39
6.2.2 Requerimiento de personal.....	43

6.2.3	Requerimiento de equipo.....	44
6.2.4	Instalaciones.....	45
6.3	Estructura organizacional .....	45
6.3.1	Organigrama.....	45
7.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	47
7.1	Proyección de ingresos y gastos .....	47
7.2	Inversión Inicial.....	48
7.3	Proyección de Estados Financieros .....	49
7.4	Criterios de Valoración .....	52
7.5	Índices Financieros .....	53
8.	CONCLUSIONES.....	54
	REFERENCIAS .....	56
	ANEXOS .....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1:	Clasificación CIIU .....	3
Tabla No 2:	Comparativo de competidores.....	12
Tabla No 3:	Matriz EFE.....	13
Tabla No 4:	Mercado Objetivo .....	27
Tabla No 5:	Tarifa del servicio .....	30
Tabla No 6:	Carreras promedio por conductor.....	31
Tabla No 7:	Ingreso por carrera promedio .....	31
Tabla No 8:	Ingresos totales .....	31
Tabla No 9:	Gastos del Conductor.....	32
Tabla No 10:	Ganancia del conductor .....	32
Tabla No 11:	Gasto en Publicidad .....	34
Tabla No 12:	Gasto equipo protección .....	36
Tabla No 13:	Objetivos empresariales.....	38
Tabla No 14:	Personal requerido.....	43
Tabla No 15:	Equipo requerido.....	44
Tabla No 16:	Requerimiento de software .....	44
Tabla No 17:	Proyección ingresos.....	47
Tabla No 18:	Proyección Gastos .....	48
Tabla No 19:	Estructura de capital .....	48
Tabla No 20:	Amortización de la deuda.....	49
Tabla No 21:	Estado de Resultados .....	49
Tabla No 22:	Estado de Situación Financiera.....	50
Tabla No 23:	Flujo de Caja del Proyecto .....	51
Tabla No 24:	Flujo de Caja del Inversionista .....	51

Tabla No 25:	Flujo del Efectivo.....	51
Tabla No 26:	Tasa de Descuento .....	52
Tabla No 27:	Criterios de Valoración.....	52
Tabla No 28:	Índices Financieros .....	53

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 1:	Análisis cualitativo.....	18
Figura No 2:	Infografía .....	20
Figura No 3:	Estrategia de marketing .....	26
Figura No 4:	Modelo CANVAS.....	27
Figura No 5:	Logotipo .....	30
Figura No 6:	Canal de distribución.....	32
Figura No 7:	Cinturón de seguridad.....	35
Figura No 8:	Casco con componentes internos extraíbles.....	35
Figura No 9:	Poncho impermeable .....	35
Figura No 10:	Chaleco reflectivos conductor .....	36
Figura No 11:	Flujograma operación-conductor.....	40
Figura No 12:	Flujograma de operación-cliente .....	41
Figura No 13:	Cadena de valor.....	42
Figura No 14:	Mapa de procesos.....	42
Figura No 15:	Local .....	45
Figura No 16:	Organigrama TRAVERSE .....	46

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación del trabajo

Durante los últimos años el parque automotor en la ciudad de Quito ha ido incrementando, así como el uso de motocicletas (Municipio de Quito, 2018). Cuyo aumento se explica, entre otras cosas, por su bajo costo de adquisición, la baja calidad del servicio de transporte público, el uso de la motocicleta como fuente de trabajo y de movilidad confiable (Corporación Andina de Fomento, 2015).

La motocicleta es una de las alternativas que tienen las personas frente a la congestión vehicular, causada por las filas de automóviles en zonas de alta circulación. Siendo una opción de movilidad en las ciudades, que permite la reducción en el tiempo de viaje; y que ha dejado de ser un transporte privado únicamente, pasando a usarse también como transporte público, como taxi (Corporación Andina de Fomento, 2015).

Adicional a lo indicado anteriormente, la Corporación Andina de Fomento (CAF) (2015), en su estudio sostiene que:

Además de ser un modo de transporte privado, la motocicleta se ha convertido también en un modo de transporte público, como un taxi. Con frecuencia se usa el término “mototaxi” para describir servicio de transporte público en motocicleta. Al igual que la motocicleta privada, el servicio de mototaxi tiene características positivas para usuarios. Un estudio realizado en 17 ciudades colombianas afirma que el servicio de mototaxi ofrece un ahorro de tiempo en promedio de 18 minutos con respecto a un viaje a pie, 15 minutos en comparación con el transporte público urbano (bus), 5 minutos con la bicicleta y carro particular, y 4 minutos con el taxi (p. 7).

Por otro lado, el mototaxismo es para las personas o familias una oportunidad de incrementar sus ingresos, al ser un servicio de transporte urbano más barato y rápido que el resto de medios de transporte disponibles; ya que los

motociclistas tienen la posibilidad de moverse entre los automóviles (Corporación Andina de Fomento, 2015).

### **1.1.1 Objetivo General del trabajo**

Determinar la viabilidad de la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio.

### **1.1.2 Objetivos Específicos del trabajo**

- Realizar un análisis del entorno externo para identificar las oportunidades y amenazas a las que se encuentra expuesta la compañía.
- Desarrollar un estudio de mercado para identificar los gustos y preferencias de los clientes y el perfil de los mismos.
- Definir estrategias de marketing para atraer al segmento de mercado objetivo.
- Establecer la estructura organizacional de la empresa y los procesos de operación para su correcto funcionamiento.
- Evaluar económica y financieramente el plan de negocio que permite identificar si es o no viable.

## 2. ANÁLISIS ENTORNOS

### 2.1 Análisis del entorno externo

Para realizar el análisis del entorno externo, se parte por establecer la actividad económica a la que pertenece el proyecto, de acuerdo con la CIIU 4.0:

Tabla No 1: Clasificación CIIU

J	Información y comunicación
J63	Actividades de servicios de información
J639	Otras actividades de servicios de información
J6399.00	Otras actividades de servicios de información n.c.p.: servicios de información telefónica, búsqueda de información a cambio de una retribución o por contrato, selección de noticias, de recortes de prensa, etcétera.

H	Transporte y almacenamiento
H49	Transporte por vía terrestre y por tuberías.
H492	Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre
H4922.01	Actividades de transporte de pasajeros por carretera: servicios regulares de autobuses de larga distancia servicios de viajes contratados, excursiones y otros servicios ocasionales de transporte en autobús, tricimotos, servicios de enlace con aeropuertos.

Adaptado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Se han considerado dos actividades porque el funcionamiento de la aplicación móvil implica también el servicio de transporte de pasajeros en motocicletas, aunque este es brindado por un tercero.

#### 2.1.1 Entorno externo

##### 2.1.1.1 Entorno político y legal

De acuerdo con el Art. 300 de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2015) se expresa el equipo de protección que deben usar el conductor y pasajeros de motocicletas, motonetas, bicimotos, tricimotos, tricicar, cuádrimotos. En el Art. 284 se establecen las obligaciones y prohibiciones de los conductores de motocicletas. En el Art. 285 se indica sobre las condiciones técnicas que deben cumplir las motocicletas y similares. Esta es una **oportunidad** para el presente proyecto, debido a que establece el equipo de



protección que deben usar los motociclistas para transitar por las calles del país de manera segura, tanto ellos como su acompañante.

En Quito, la Secretaría de Movilidad se encuentra trabajando en la ordenanza Metropolitana de “Regulación de las normas básicas de seguridad para los conductores de motocicletas, motonetas, bicimotos, tricimotos, tricar, cuatrimotos y similares”, que circulen en el DMQ, (Municipio de Quito, 2018, p. 6). Esto se produce debido al alto número siniestros de tránsito a nivel nacional, mismos que en enero de 2020 ascendieron a 1903, de éstos, el 20,86% correspondiente a 397 corresponden a los siniestros de motocicletas. Los fallecidos a nivel nacional en enero 2020 son un total de 173 personas por accidentes de tránsito, de éstos el 26,01% corresponde a los fallecidos por accidentes en motocicletas siendo en total 45 (Agencia Nacional de Tránsito, 2020).

Por otro lado, a nivel de la Provincia de Pichincha, se reporta que en enero 2020 existieron 32 fallecidos por accidentes de tránsito, de éstos el 75% fueron producidos en la ciudad de Quito siendo un total de 24 fallecidos por accidentes de tránsito y de éstos el 26,01% correspondiente a 6,24, son los fallecidos por accidentes de tránsito en motocicleta (Agencia Nacional de Tránsito, 2020). Es por lo indicado anteriormente que, la aprobación de este proyecto de ordenanza, se considera una **oportunidad** para la empresa a crearse, debido a que consta mecanismos para disminuir las lesiones graves de los ocupantes de motocicletas en la ciudad de Quito, en caso de producirse un siniestro.

En el Ecuador, a pesar de la petición de las compañías de taxis de bloquear el espectro radioeléctrico de las plataformas digitales para servicio de transporte público de taxis, la misma fue denegada; ya que, a consideración del Ministerio de Telecomunicaciones, estas brindan a la ciudadanía un servicio, aunque este debe ser formalizado (Metro Ecuador, 2019). Función que, de acuerdo con la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial le corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados

Metropolitanos y Municipales. En este sentido, el DMQ, a través del Consejo Consultivo Ciudadano de Movilidad estableció la conveniencia de legalizar las plataformas para taxis Uber y Cabify (Carvajal, 2019). Lo expuesto anteriormente, se convierte en una **oportunidad** para la empresa a crearse, debido a que, en la ciudad de Quito las aplicaciones móviles que ofertan el servicio de taxis son aceptadas.

Además, a causa de la pandemia del COVID-19 en Quito, a la fecha de término de esta investigación (junio 2020) la ciudad se encuentra en semáforo amarillo, que implica reanudar las actividades económicas, pero en base a la toma de medidas de bioseguridad, como son el uso de mascarilla al salir de los hogares, el lavado frecuente de las manos, la desinfección de los espacios, el uso de alcohol, entre otras medidas que deben tomar tanto los negocios como las personas (El Comercio, 2020).

#### **2.1.1.2 Entorno económico**

En el tercer trimestre del 2019, el PIB ecuatoriano presentó un decrecimiento del -0,1% con respecto al mismo periodo del año 2018, aunque tuvo una variación positiva del 0,1% en relación al trimestre anterior. En tanto, que el VAB de la industria de Correo y Comunicación, registro un crecimiento del 0,6% en 2019 en comparación al año 2018; y la de Transporte del 1,0% en el mismo periodo (BCE, 2019). Esto representa una **oportunidad** para el negocio.

Con respecto a los ingresos, de acuerdo con datos del SRI (2019), en 2018 la actividad H4922.01 presentó un crecimiento del 27% con respecto al año 2017, mientras que en el mismo periodo el incremento de los ingresos de la actividad J6399.00 fueron del 207% por casi \$4,1 millones (Anexo 1). Siendo esta una **oportunidad** para el proyecto, considerando que ambos sectores muestran variaciones positivas y altamente significativas.

Durante el último año, las tasas de interés activas efectivas referenciales en los diferentes segmentos generalmente se han mantenido estables, no presentando

variaciones significativas de un mes a otro. Aunque en el caso de la de tasa para el segmento Productivo PYMES, esta registra una variación significativa, pasando de 9,45% en febrero de 2019 a 11,49% para febrero del 2020 (BCE, 2020). Siendo una **amenaza** para el proyecto.

Por otro lado, la inflación anual en enero del 2020 fue de -0,30% mientras que en el mismo periodo del 2019 fue de 0,54% (INEC, 2020). Para febrero del 2020 se registró una variación anual de -0,15%, siendo la de Comunicación del 2,58% y la de Transporte de -0,13%. La inflación mensual general de febrero fue de -0,23%; la de Comunicación de 2,51% y la de Transporte de 0,20% es decir, han sido mayores a la inflación general (BCE, 2020). Se convierte en una **amenaza** para la nueva empresa considerando que los precios de estos servicios tienden al alza.

Adicional a los factores antes mencionados es preciso indicar que a causa de la pandemia del COVID-19 organismos internacionales estiman una contracción de la economía ecuatoriana entre el 3% y 7%, pero según las proyecciones del Fondo Monetario Internacional para 2021 habría una recuperación que alcanzaría un crecimiento del 5,8%. En tanto que el Banco Mundial considera que la recuperación para el 2021 sería del 3,1%.

### **2.1.1.3 Entorno social**

A septiembre de 2019, el 38,5% de los ecuatorianos contaban con empleo adecuado, donde el 92,2% son empleados privados, y la tasa de empleo global de los hombres del 96% y de las mujeres del 94%. Por rama de actividad, en el sector del correo y comunicaciones se concentra el 0,9% de los trabajadores, cifra que descendió en 0,1% con respecto al mismo periodo del 2018; y en el de Transporte 5,4% (Anexo 2), mostrando también un crecimiento del 0,1% (INEC, 2019). Este factor se considera una **oportunidad**.

Según datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (2012) los ecuatorianos destinan el 14,6% de sus ingresos al transporte, es decir,

gastan alrededor de \$ 349.497.442 siendo el segundo rubro más representativo del presupuesto de los hogares ecuatorianos. Esta se considera una **oportunidad** para la empresa a crearse, debido a que las personas destinan un alto valor de sus ingresos para cubrir este rubro.

En el periodo comprendido entre 2006-2016 el número motocicletas matriculadas aumentó de 85.918 a 477.918, es decir, seis veces más, mientras los automóviles se incrementaron dos veces más. El promedio anual de crecimiento de motos es del 30% y el de los autos del 8,88% (Medina, 2018). En el año 2017, a nivel nacional se registraron un total de 2.237.264 vehículos matriculados, de los cuales el 23,7% fueron motocicletas, es decir, 529.888 unidades (INEC, 2018). Esta se considera una **oportunidad** para el proyecto, debido a la alta disponibilidad de vehículos para prestar el servicio.

El incremento de motocicletas en Quito responde a la facilidad para movilizarse en la ciudad en este tipo de vehículo, ya que su precio es menor a la de un vehículo usado y los gastos de movilización también son más bajos. A esto se le suma el ahorro de tiempo, al trasladarse de un punto de la ciudad a otro (Medina, 2018). Esta es una **oportunidad** para el negocio propuesto, debido a que existen para los proveedores y clientes varios beneficios para usar una motocicleta sobre otro medio de transporte terrestre.

De acuerdo con una encuesta de sondeo realizada por El Comercio el 27 de marzo del 2018, 3.252 personas indicaron que su servicio de taxi preferido es Uber, 1.336 votos fueron para Cabify, 178 indicaron optar por los taxis formales, 93 eligen a Easy Taxi y 88 los taxis informales. Quienes prefieren el servicio de taxi por plataformas digitales, indicaron que se debe a que los conductores los llevan a los destinos solicitados, se puede pagar también con tarjetas, tienen más disponibilidad de vehículos, pueden seguir el recorrido y son más económicos (El Comercio, 2018). Esta es una **oportunidad** para el negocio propuesto, debido a la existencia de una marcada preferencia por parte de los quiteños de los aplicativos que ofrecen servicio de taxi.

#### **2.1.1.4 Entorno Ecológico**

Los vehículos de dos ruedas son cada vez más solicitados, siendo una alternativa de movilidad en la actualidad, debido a sus bajas emisiones de CO<sub>2</sub> al medio ambiente. Las motocicletas emiten un 50% menos de dióxido de carbono a diferencia de otros vehículos motorizados, al año la emisión de CO<sub>2</sub> de estos vehículos representa entre el 0,51% y el 1,85% de estas emisiones (ABC Motor, 2018). Esta es una **oportunidad** para el desarrollo del negocio, en vista de que el uso de motocicletas no solamente reduce el tiempo de traslado de un lugar a otro en comparación a los automóviles, sino también su contaminación al medio ambiente es mucho menor.

#### **2.1.1.5 Entorno Tecnológico**

De acuerdo con el ARCOTEL, por cada 100 habitantes en Quito, el 63% tiene acceso al servicio de internet, de los cuales el 10,61% es internet fijo y el 52,50% internet móvil. Además, este acceso ha presentado un crecimiento altamente significativo, pasando de 2,35% en el año 2010, al 52,50% para el año 2017. De modo que el acceso de los conductores a la tecnología móvil ha dejado de ser una opción y se ha convertido en una necesidad para mejorar la calidad del servicio, así como un mecanismo para atraer más clientes y disminuir el tiempo en que está disponible su vehículo (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2018). Lo manifestado se considera una **oportunidad** para la empresa a crearse, debido a que las personas en la ciudad de Quito, hacen uso del internet para pedir un servicio de taxi a través de una plataforma.

En el caso de las motocicletas la incorporación de la tecnología no es ajena, por ejemplo, se tiene el desarrollo de neumáticos para motos. Bridgestone, usa la tecnología especializada de Polímeros RC, para optimizar la distribución de sílice y caucho en la banda de rodadura, que mejora la flexibilidad y permite mayor contacto con superficies frías y calientes, así como la reducción de la fricción, mejorar la resistencia a la rodadura, que favorece al ahorro de combustible (Bridgestone, 2019). Bosch ha lanzado al mercado el ABS 10 para motos, que se ajusta al ángulo de inclinación de la motocicleta. Además, esta empresa oferta

dos soluciones de conectividad para estos vehículos: 1) el Clúster de Conectividad Integrado (ICC) un sistema de información para conectar la moto con el teléfono inteligente, facilitando el uso de aplicaciones; y, 2) la Unidad de Control de Conectividad (CCU) que conecta la moto a la “nube”, haciendo posible las llamadas de emergencia, así como suministrar al conductor información sobre puntos peligrosos en la carretera y ayuda para localizar la moto si esta es robada (CESVIMAP, 2016). Estos factores se convierten en **oportunidades** para el negocio, considerando la existe de tecnología que puede facilitar el uso de la aplicación por parte de los conductores, así como mayor seguridad al utilizar este vehículo tanto para él como para el acompañante.

### 2.1.2 Análisis de la industria (Porter)

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter se realizará al sector de la actividad J6399.00 tomando en cuenta que se creará una aplicación móvil para la brindar el servicio de mototaxi, siendo terceros quienes realizarán el servicio.

La calificación de los factores de cada una de las fuerzas se realiza tomando en cuenta lo siguiente:

- Impacto: 5 “Alta”, 3 “Media”, 1 “Baja”.
- Calificación promedio: 1 Baja; 2-3 Media; 4-5 Alta.

#### 2.1.2.1 Amenazas de nuevos competidores (Media)

**-Valor de la marca:** En Quito, la plataforma Uber, es la que tiene mayor preferencia por parte de los usuarios, seguida de Cabify: mismas que gozan de prestigio por la calidad de su servicio (El Comercio, 2018). **Oportunidad**

**-Requisitos de capital:** Para brindar el servicio se requiere del desarrollo de una plataforma, siendo esta la principal inversión que deben hacer las nuevas empresas para ofertar su servicio, cuyo costo oscila entre los \$10.000 a \$19.000 en el caso de una app de nivel medio (Ideas Creativas, 2019). Valor que no todos los competidores podrán asumir. **Amenaza.**

**-Política gubernamental:** La operación de plataformas para el servicio de taxis en la ciudad de Quito, no se encuentra prohibida, aunque su legalidad se

encuentra en proceso de aprobación en cuanto al pago de impuestos tanto por parte de las empresas como de los conductores (Carvajal, 2019). **Oportunidad.**

La amenaza de nuevos competidores es **media**, que se convierte en una oportunidad para el negocio, ya que son pocos quienes pueden ingresar al negocio.

### **2.1.2.2 Poder de negociación de los clientes (Alto)**

**-Costo de cambio de empresa:** El cambio de una empresa a otra, considerando a UBER y Cabify, presentan diferencias en relación al precio, siendo la tarifa establecida por UBER más barata que la de Cabify (Tabla 2). Ambas brindan tanto a usuarios como conductores las mismas opciones como, y tienen un diseño “amigable” (UBER, 2020; Cabify, 2020). **Oportunidad.**

**-Existencia de sustitutos:** Son los servicios de taxi que se pueden contratar al llamar a una central telefónica, encontrándose registradas en Quito 42 Cooperativas de Taxi que brindan esta posibilidad (Páginas Amarillas, 2020). Por la pandemia del COVID-19 estos vehículos cuentan con separadores plásticos entre pasajero y conductor, permitiendo mantener la distancia entre ambos para reducir las probabilidades de contagio. **Amenaza.**

**-Concentración de los compradores:** En Quito, los usuarios de plataformas prefieren los servicios de Uber, la cual ganó espacio en el mercado al mantener tarifas más bajas que las de otras compañías como Cabify (Tabla 2), al igual que mayor cantidad de unidades disponibles (El Comercio, 2018). **Oportunidad.**

El poder de negociación de los clientes se considera **medio**, ya que se presenta preferencia hacia una de las plataformas de servicios de taxi, que es, además, la que tiene menor tarifa, frente a un diseño similar de las aplicaciones.

### **2.1.2.3 Poder de negociación de los proveedores (Baja)**

Los proveedores del sector, se convierten en los desarrolladores de aplicaciones, así como de motocicletas, siendo a través de este tipo de vehículo que se brindará el servicio.

**-Costos de cambio de proveedor:** En el mercado existen proveedores nacionales e internacionales, que se encargan del desarrollo de aplicaciones en base a los requerimientos de sus clientes, cuyo costo oscila entre los \$10.000 a \$19.000, para una aplicación de mediana complejidad. En Mercado Libre, se pueden encontrar 11 empresas que ofertan sus servicios para desarrollo de *apps*, y se ubican en diferentes partes del país, especialmente en la provincia de Pichincha (Mercado Libre, 2020); y manejan precios similares. Igual situación se presenta con los proveedores de motocicletas, por ejemplo, el precio de una moto nueva de menor cilindraje va desde los \$1.200,00 que puede diferirse hasta 24 meses. El precio de las motocicletas deportivas va desde los \$4.000 hasta los \$13.000. También se pueden encontrar motos usadas y en buen estado desde \$1.000. El valor de las motocicletas depende del año, marca y cilindraje. Se registran 684 empresas ofertantes (Mercado Libre, 2020). **Oportunidad.**

**-Diferencias de calidad:** No existen diferentes calidades en el producto entregado, ya que el desarrollo de la aplicación depende de las características establecidas por el comprador, y por ende su precio (Mercado Libre, 2020). En el caso de las motocicletas, la calidad depende de la marca y cilindraje de la misma, aunque para circular por la ciudad las motos que se venden en mayor medida son las que tienen un cilindraje mínimo de 125 y las semi automáticas (Mercado Libre, 2020). **Oportunidad.**

El poder de negociación de los proveedores se considera **bajo**, porque los mismos ofertan servicios, productos y precios similares, además, que existen varios, y en caso de no llegar a acuerdo con uno, se puede buscar a otro.

#### **2.1.2.4 Amenaza de sustitutos (Media)**

Los sustitutos del servicio ofertado son los buses de transporte urbano y los taxis.

**-Disponibilidad de sustitutos:** Los clientes pueden acceder con facilidad a los sustitutos existentes, estando entre ellos los buses de transporte urbano y los taxis formales e informales que se piden por medio de central telefónica o en la calle. En el caso del servicio de taxi este puede solicitarse por teléfono, con 42 cooperativas que cuentan con central telefónica (Páginas Amarillas, 2020). Otra



opción que se tiene es pedirlos en la calle, situación que no es posible en el caso de los taxis que trabajan por plataforma. A esto se le suma que con la situación actual causada por la pandemia del COVID-19 y al encontrarse Quito en semáforo amarillo, el bus de transporte urbano puede usarse únicamente al 50% de su capacidad. Y en el caso de ambos medios de transporte se deben tomar las medidas de bioseguridad. **Amenaza.**

**-Diferencia de precio:** En el caso de los buses la tarifa, es de \$0,25 para público en general, de \$0,12 para menores de edad y personas de la tercera edad, y de \$0,10 para personas con discapacidad. En los taxis formarles la tarifa de arranque del taxímetro es de \$0,50, la tarifa mínima en el día de \$1,45 y en la noche de \$1,75 (Municipio de Quito, 2015). **Amenaza.**

**-Diferencia de calidad:** La diferencia entre el servicio de taxi por plataforma y el formal en cuanto a la calidad es alta, porque los taxistas formales presentan críticas de la ciudadanía respecto a la alteración o no uso del taxímetro y la no disponibilidad del servicio para ciertos sectores (Bolaños, 2019). En el caso de las plataformas el costo de la carrera se conoce por anticipado al marcar el trayecto (UBER, 2020; Cabify, 2020). Situación similar sucede con los buses de transporte urbano, ya que la ciudadanía denuncia el mal estado de las unidades, y el no respeto de las paradas ni señales de tránsito, y la inseguridad (Quito Informa, 2020). **Oportunidad.**

### 2.1.2.5 Rivalidad entre competidores (Alta)

Entre los competidores se encuentran Uber y Cabify (que incluye Easy Taxi), presentándose en la tabla siguiente un cuadro comparativo, que permita identificar las diferentes entre ellas:

Tabla No 2: Comparativo de competidores

ÍTEMS	UBER	CABIFY
Forma de pago	Efectivo y Tarjeta	Efectivo y Tarjeta
Tarifa base	\$0,60	\$0,55
Costo por km	\$0,25	\$0,22
Tarifa mínima	\$1,50	\$1,53
Mascotas	Si	Si
Pasajeros	Max. 4	Max. 4

Adaptado de: Uber, Cabify.

Los datos presentados en la tabla anterior evidencian que Cabify mantiene una tarifa mínima más alta, aunque se debe considerar que los vehículos que se aceptan en esta aplicación son modelos más recientes de automóviles, pudiendo tener una antigüedad máxima de 5 años (Cabify, 2020).

Esta es una **amenaza** de **alto** impacto para el proyecto debido a que las plataformas brindan servicios y tarifas similares, siendo mínimas las diferencias existentes entre ambas.

## 2.2 Matriz EFE

A continuación, se presenta la Matriz de Evaluación de los Factores Externos, elaborada en base al análisis PEST y de las Cinco Fuerzas de Porter desarrollado anteriormente.

Tabla No 3: Matriz EFE

OPORTUNIDADES			
Reglamento para motociclistas	0,04	3	0,12
Legalidad de plataformas digitales de servicio de taxi	0,06	4	0,24
Crecimiento del PIB y VAB de la industria	0,03	3	0,09
Crecimiento de los ingresos de la industria	0,03	3	0,09
Incremento del número de motocicletas	0,06	4	0,24
En Quito, los beneficios de usar moto son varios	0,06	4	0,24
Crecimiento del número de empleados	0,03	3	0,09
Gasto de los hogares en transporte	0,04	3	0,12
Las personas prefieren usar taxis que ofertan servicio por plataformas digitales	0,06	4	0,24
Incremento del acceso a internet de los quiteños	0,04	3	0,12
Tecnología para motocicletas	0,04	3	0,12
Valor de marca	0,04	3	0,12
Costo cambio de empresa clientes	0,04	3	0,12
Concentración de los compradores	0,06	4	0,24
Costo cambio de proveedores	0,06	4	0,24
Diferencias calidad proveedores	0,06	4	0,24
Diferencia calidad sustitutos	0,06	4	0,24
AMENAZAS			
Incremento de las tasas de interés para créditos PYMES	0,03	2	0,06
Requisitos de capital	0,04	1	0,04
Inflación en la industria es mayor al promedio	0,03	2	0,06
Existencia de sustitutos	0,03	1	0,03
Diferencia de precio sustitutos	0,03	1	0,03
Rivalidad entre competidores	0,03	1	0,03
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,16</b>

Con una puntuación de 3,16 en la matriz EFE, valor mayor al promedio (2,5) se puede indicar que el proyecto está en capacidad de responder adecuadamente a las oportunidades y defenderse de las amenazas.

### 2.3 Conclusiones

Una oportunidad identificada es la aprobación del Municipio de Quito para el funcionamiento legal de las plataformas de servicio de taxis en la ciudad, facilitando la operación de los trabajadores suscritos a las mismas. De modo que se facilita su competencia frente a los sustitutos, principalmente frente a las cooperativas de taxi, quienes son los mayores competidores frente al servicio de transporte de pasajeros en automóviles.

Otra oportunidad es la preferencia de los quiteños por estas plataformas, al identificar múltiples ventajas y un servicio superior al de las cooperativas de taxis y los taxis informales quienes, a decir de los clientes, no siempre aceptan las rutas de las carreras, mantienen unidades en mal estado y sus precios son elevados, pese a la existencia de una regulación de sus tarifas. En este sentido para el proyecto una de las principales amenazas son las expectativas sobre el servicio de taxi que tienen los clientes, quienes buscan una relación precio/servicio justa, siendo las características que ofrece Uber, empresa que abarca la mayor parte del mercado en la ciudad de Quito, y en tanto, se vuelve el más fuerte rival a vencer.

El poder de negociación de los clientes no tiende a ser tan alto, considerando que son pocas las plataformas que operan en el país, limitando su capacidad de influir sustancialmente en las tarifas, sino lo que se genera es un incremento de la rivalidad entre las compañías participantes para abarcar una mayor cuota de mercado. Igual situación se presenta con los proveedores, ya que son muchos los oferentes de los servicios y productos requeridos para poder brindar el servicio, limitando su capacidad de influir en los precios de venta. A esto se le suma que no existen diferencias en cuanto a la calidad de los servicios que comercializan en el mercado, razón por la que la diferenciación depende de las características que se le dé a la aplicación, y la “amigabilidad” de la misma con el usuario, es decir, la facilidad de manejo y uso.

### **3. ANÁLISIS DEL CLIENTE**

#### **3.1 Planteamiento del problema**

Debido al crecimiento del parque automotor en la ciudad de Quito, la congestión vehicular en ciertas zonas y horas del día es muy alta, razón por la que las motocicletas se han convertido en el medio de transporte que permite a sus usuarios poder reducir el tiempo que se encuentran “atrapados” en el tráfico, y poder llegar prontamente a su destino. Así mismo, las aplicaciones digitales que ofertan el servicio de taxi se han vuelto las preferidas de los quiteños, debido a la calidad del servicio que entregan y por mantener tarifas más bajas que las cooperativas de taxi formales. De ahí que a través de este estudio se busca identificar las necesidades de los consumidores respecto a un servicio de mototaxi en la zona urbana de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio.

#### **3.2 Hipótesis**

- H0: Al menos el 70% del público objetivo se encuentra interesado en el servicio de mototaxi contratado a través de una aplicación móvil.
- H1: Menos del 70% del público objetivo se encuentra interesado en el servicio de mototaxi contratado a través de una aplicación móvil.

#### **3.3 Objetivos**

##### **3.3.1 General**

Identificar las necesidades de los consumidores respecto a un servicio de mototaxi en la zona urbana de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio.

##### **3.3.2 Específicos**

- Establecer el perfil del cliente interesado en el servicio ofertado.

- Identificar los atributos que busca el consumidor en un servicio de mototaxi ofertado por una aplicación móvil.
- Determinar la disposición a pagar de los consumidores por el servicio ofertado.
- Seleccionar el canal de distribución adecuada para la venta del servicio.
- Definir los medios de comunicación apropiados para la difusión del servicio.

### **3.4 Investigación cualitativa**

La investigación cualitativa se llevó a cabo a través de la ejecución de 2 entrevistas a expertos y de un grupo focal, cuyos cuestionarios se presentan en el Anexo 4 y Anexo 5, respectivamente.

#### **3.4.1 Entrevista a expertos**

**Entrevista 1:** Jonathan Solorzano, conductor UBER.

- Considera entre las ventajas de la misma que es un servicio seguro, los conductores son confiables y la disponibilidad de vehículos es alta.
- Trabaja entre 3 a 4 horas a la semana, con ganancias netas de \$120,00. Los gastos que asume son combustible, limpieza y mantenimiento del vehículo, y plan de datos.
- La comisión de la aplicación es entre el 30 al 35%, porcentaje que lo considera elevado, ya que antes era del 20%, que le parece justo para la empresa como para el conductor.
- Respecto a la motocicleta considera que esta es mucha más rápida y económica en cuanto a combustible y mantenimientos.
- Si trabajaría para este tipo de plataforma le gustaría que se le entregue el equipamiento de seguridad, un seguro por accidentes. Así también que el método de cobro a clientes sea por tarjeta, ya que en motocicleta es difícil manera efectivo.

- Considera que una mototaxi el costo de la tarifa debería ser menor a la de un automóvil, y que los clientes los preferirían por la rapidez, pero que el clima y la inseguridad serían factores en contra.

**Entrevista 2:** Mario Benavides repartidor de *Ubereats* y *Rappi*

- Se dedica diariamente entre 8 a 10 horas y obtiene a la semana ingresos netos por \$120,00.
- La aplicación le cobra una comisión del 20 al 35% por cada entrega que realiza, aunque considera que una adecuada debería ser del 15 al 20%.
- Los pagos son por medio de transferencia bancaria cada martes, y la aplicación le descuenta los pagos que recibió en efectivo.
- Si le gustaría brindar el servicio de mototaxi porque considera que es más rentable que dejar pedidos de comida, ya que no debe esperar la comida en el restaurante y luego entregarla, es decir ahorra tiempo.

**3.4.2 Grupo focal**

El grupo focal contó con la colaboración de 9 participantes con edades comprendidas entre los 23 a los 28 años, entre ellos 3 hombres y 6 mujeres, de quienes se obtuvo la siguiente información:

- En el caso de las *apps* de servicio de taxi consideran que son más seguras, les permiten ahorrar tiempo y les brindan más facilidades, porque saben cuánto deben esperar al conductor, cuánto va a durar su trayecto, quien es su conductor, y no tienen que pagarle en efectivo y esperar que cuente con lo suficiente el conductor para entregarles su cambio.
- A la mayoría de participantes les gusta ir en moto porque consideran que es más práctico, ya que ayuda a evitar el tráfico permitiéndoles dejar de lado la sensación de estar atrapados, y ahorrar tiempo.
- El servicio de mototaxi sería ideal en las horas pico: mañana y tarde, cuando esta soleado, cuando la distancia a recorrer no es muy larga y en situaciones de emergencias, donde 1 minuto puede cambiarlo todo.

- Creen que la tarifa de la mototaxi debería ser menor al de un auto, porque el auto brinda mayor comodidad, en él se encuentran más seguros, pueden viajar más pasajeros. Además, los gastos para una mototaxi son menores que los de un vehículo, un 30% menos del valor de las tarifas de los autos sería adecuado.
- La motocicleta debe tener un asiento para el conductor y otro para el cliente, y no tener que abrazar al conductor para sujetarse; algún tipo de arnés o cinturón para ir seguros. El casco es un implemento básico, pero este debería desinfectarse o limpiarse antes que lo use otro pasajero. Un traje para la lluvia sería idóneo en caso de que empiece a llover.
- Respecto a los conductores estos deben tener licencia para manejar motocicleta, y que sean personas responsables y con experiencia, y además que respete las señales de tránsito
- 



Figura No 1: Análisis cualitativo

### 3.5 Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa se realizó a través de la aplicación de una encuesta conformada por 18 preguntas cerradas, mismas que por motivos académicos se aplicó a una muestra de 89 personas. El cuestionario de la misma se encuentra en el Anexo 5.

### 3.5.1 Resultados encuesta

La encuesta fue aplicada a un total de 89 personas, a quienes se les aplicó una pregunta de filtro, quedando 65 individuos indicaron que lo pasaron, y de quienes se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 55% de los participantes son hombres y el 45% mujeres. El 46% tienen de 26 a 35 años, el 37% de 18 a 25 años, el 11% de 26 a 45 años y el 6% más de 45 años
- El 88% de encuestados se encontraría interesado en usar la motocicleta como taxi. El 93% pediría una mototaxi por aplicación
- Respecto a la frecuencia semanal de uso de una mototaxi, el 28% la usaría 2 veces, el 25% 1 vez, el 23% 3 veces, el 12% todos los días, y en igual medida los encuestados la usarían 4 veces a la semana.
- El 54% de personas están totalmente de acuerdo que el servicio de taxi por aplicación es de mejor calidad, y 40% están de acuerdo con esta afirmación.
- El 100% se encuentra interesado en un servicio de mototaxi contratado por medio de una aplicación móvil
- El 49% espera que el servicio sea seguro y el 44% que sea rápido.
- El 81% considera que la tarifa de mototaxi debería ser menor a la de automóviles, el 18% cree que debe ser igual.
- El 54% prefieren pagar con tarjeta de crédito y el 46% en efectivo.
- Las personas esperan conocer sobre este servicio especialmente en las redes sociales (52 de 57 personas).
- Al 48% le parece una promoción atractiva los viajes gratis, al 40% los descuentos y al 12% la entrega de crédito para viajes.

### 3.5.2 Análisis inferencial

Después de realizar el análisis correlacional de las variables (Anexo 6) se identificaron cinco variables con mayor correlación, a partir de las cuales se elaboraron tablas de contingencia (Anexo 7) de donde se obtuvieron los siguientes resultados:



- El 100% de personas que consideran que el servicio de taxi por medio de una aplicación es más seguro, se encuentran interesadas en un servicio de mototaxi contratado por medio de una aplicación móvil.
- De quienes consideran que el servicio de taxi por medio de una aplicación es más seguro, el 80,70% creen que la tarifa de un servicio de mototaxi debe ser menor a la de los automóviles, el 15,79% dice que debe ser igual y el 3,51% que tiene que ser mayor.
- Entre quienes consideran que el servicio de taxi por aplicación son seguros, el 92,98% pediría mototaxi por una aplicación, el 5,26% en la calle y el 1,75% por llamada telefónica.
- Entre quienes se encuentran interesados en el servicio de mototaxi por aplicación, el 92,98% pediría mototaxi por una aplicación, el 5,26% en la calle y el 1,75% por llamada telefónica.

## RESULTADOS ENCUESTA



Figura No 2: Infografía

### 3.6 Conclusiones

- Los interesados en el servicio son principalmente personas jóvenes-adultas de 18 a 35 años, tanto hombres como mujeres.
- La frecuencia de uso del servicio de mototaxi a través de la plataforma es de 1 a 3 veces por semana.
- Los clientes prefieren un servicio de mototaxi que acepte pagos en tarjeta de crédito, que ofrezca asiento separado para el usuario y el chofer, y de donde el cliente pueda sujetarse sin necesidad de acercarse al conductor. Además, que tenga casco el cual se limpie después de cada uso, y ropa de protección contra lluvia.
- Los clientes se encuentran dispuestos a pagar una tarifa menor a la de un automóvil, debido a que el mototaxi no les brinda las mismas comodidades, ni capacidad de pasajeros. Pudiendo ser un 30% menos, ya que también los gastos de los conductores son menores.
- Las personas prefieren recibir información por medio de las diferentes redes sociales y medios digitales, esto tomando en cuenta que en su mayoría son personas jóvenes adultas las interesadas en el servicio. Mientras que las promociones que prefieren son los descuentos y viajes gratis.
- Respecto a la hipótesis planteada al menos el 70% del público objetivo se encuentra interesado en el servicio de mototaxi contratado a través de una aplicación móvil, la misma ha sido comprobada, ya que los resultados de la encuesta indican que, el 100% del público se encuentra interesado en este servicio a contratarse por una app.

## **4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

### **4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada**

Por medio del análisis del entorno externo se evidenciaron varias oportunidades para el desarrollo positivo del negocio. Una de las más importantes y que permitirá que los conductores se movilicen sin inconvenientes por la ciudad es la legalidad del uso de plataformas digitales para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Quito.

A esto se le suma el desarrollo de una normativa enfocada en incrementar la seguridad de motociclistas y sus pasajeros, de modo que se reduzcan las lesiones que pudieran causarse en caso de accidentes, así como evitar la generación de los mismos. Esto se convierte en un factor importante, ya que para los clientes potenciales el tema de la seguridad es una de sus principales preocupaciones.

Otro factor positivo para el proyecto es el alto crecimiento del número de motocicletas en la ciudad de Quito, el cual se encuentra relacionado con los beneficios que brinda a sus propietarios en relación a los automóviles. Por un lado, su precio es mucho más bajo que comprar un carro, al igual que los costos para su mantenimiento y gasto en gasolina. Y por otro, el tema de la velocidad, que les permite reducir el tiempo de traslado de un lugar a otro, así como quedar atrapados en el tráfico durante las “horas pico” en la capital, que son las mañanas de 6am a 9 am, y en la tarde-noche de 5pm-8pm.

De modo que la motocicleta se convierte en un medio más económico para el transporte en la ciudad de Quito, así como mucho más barato en comparación al uso de automóvil. Por lo que los participantes del estudio de mercado no dudarían en usarlo para trasladarse hacia su destino, sobre todo en situaciones que impliquen una emergencia, cuando tengan poco tiempo para llegar o en las “horas pico”.

Así también otra oportunidad identificada en el estudio del entorno externo y en el del mercado se encuentra relacionada con el uso de *app* por parte de los quiteños, quienes hacen uso de estas herramientas digitales para varias actividades, principalmente para el transporte y pedido de comida.

En el caso del servicio de transporte, en específico de taxis, la eligen porque los precios que manejan las *apps* son más bajos que los de una cooperativa, brindan un mejor servicio y experiencia, les ofrecen diferentes métodos de pago, conocen comentarios o calificaciones dadas anteriormente por otros usuarios y conocen con anticipación cuanto deben pagar y en qué tiempo llegará su vehículo, de modo que no pierden tiempo. A esto se le suman las garantías en cuanto a seguridad que ofrecen, lo que los hace sentirse más seguros y cómodos para usar sus servicios.

Al hablar en específico del servicio de mototaxi brindado a través de una aplicación, los participantes del estudio de mercado tanto al desarrollar las encuestas como el grupo focal, y las entrevistas, para conocer el interés de los conductores, mostraron un amplio interés en el mismo, ya que además de los beneficios que ofrecen actualmente los taxis por *app*, se oferta un factor extra que es mayor velocidad sin que suponga dejar de lado la seguridad.

Si bien el servicio les ofrece mayor velocidad, también se dejan de lado otros factores como poder llevar más pasajeros, en comparación a los vehículos, por lo que, al plantear una tarifa más baja, en alrededor del 30%, los clientes potenciales consideran que se compensa este factor.

Como se indicó anteriormente para los clientes potenciales el tema de la seguridad y la comodidad es muy importante, razón por la que solicitan, para mejorar su experiencia al usar el servicio, que la aplicación les asegure medidas básicas de seguridad como un casco para el usuario, el cual deberá ser desinfectado previo al uso de un nuevo cliente; un cinturón de seguridad, de modo que no deban sujetarse del conductor; y, trajes impermeables en caso de

lluvia. Además, que a causa de la pandemia del COVID-19 también se implementarán como medidas de seguridad adicionales, el uso de mascarilla por parte del conductor y ocupante, la desinfección del casco del pasajero y únicamente los pagos con tarjetas, a fin de evitar el contacto entre ambos.

Al cumplirse todas estas condiciones, los clientes se encontrarían más cómodos y gustosos de hacer uso de la aplicación para el servicio de mototaxi, ya que se cubrirían nuevas necesidades que los servicios de taxi en automóviles no pueden ofrecerles, especialmente en el caso de velocidad y evitar el tráfico para llegar rápidamente a su destino, sin sacrificar su seguridad.

Por eso los usuarios hacen énfasis en que el servicio debe ser brindado por personas que cuenten con licencia de conducir tipo A, ya que existen muchos conductores de motocicletas que lo hacen de manera empírica, de modo que desconocen las leyes de tránsito y esto podría ocasionar un accidente para los ocupantes.

Respecto a los conductores, quienes se convierten en los proveedores para el negocio, estos también se encuentran interesados en inscribirse en la aplicación, ya que para ellos poder brindar el servicio de transporte les sería más lucrativo, puesto que, en esperar las órdenes para entregar a los clientes pierden tiempo que, en un servicio de mototaxi podría traducirse en una carrera más a realizar.

Si bien los conductores mostraron interés, estos también indicaron que para decidir dejar el servicio de entregas a domicilio y usar su motocicleta para el transporte de pasajeros, se les deberían brindar mejores condiciones respecto a las que tienen actualmente, especialmente en el porcentaje de comisión que se queda la aplicación de cada carrera, el cual en la actualidad llega hasta el 35% cuando inicialmente era de 20%, el cual para ellos era justo. Así mismo requieren medidas de seguridad para brindar el servicio, sobre todo en cuanto a protección en caso de accidente.

En esta medida la empresa les ofrecerá un porcentaje de ganancia más alto, a cambio de que estos adopten las medidas de seguridad y bioseguridad solicitadas por los usuarios (casco, cinturón, traje anti lluvia, y desinfección de los mismos), de modo que se convierta en una relación de ganar-ganar para todas las partes involucradas.

## 5. PLAN DE MARKETING

### 5.1 Estrategia general de marketing



Figura No 3: Estrategia de marketing  
Tomado de: (Economipedia, 2020)

La estrategia general de marketing a emplearse será la de segmentación enfocada a diferenciación, ya que la empresa se dedicará a la oferta del servicio de taxi, pero en motocicleta a través de una aplicación móvil. Además, se enfoca a quienes gustan de ir en motocicleta y tienen de 18 a 35 años. De modo que los usuarios pueden gozar de los beneficios que ofrece este tipo de transporte en cuanto a velocidad y rapidez, el cual puede ser mayormente apreciado en las “horas pico” en el DM de Quito, cuando hay más congestión vehicular, ocasionado pérdida de tiempo.

#### 5.1.1 Mercado objetivo

En la siguiente tabla se presenta el segmento de mercado al que apunta el presente negocio, el cual ha sido definido tomando en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta respecto al perfil del cliente, así como del interés de los usuarios en el servicio.

Tabla No 4: Mercado Objetivo

SEGMENTACIÓN	%	Población
Segmentación Geográfica		
Habitantes de la Ciudad de Quito	100%	2.781.641
Segmentación Demográfica		
Hombres y Mujeres de Quito	100%	2.781.641
De 18 A 35 Años	27,70%	770.592
Segmentación Psicográfica		
Usaría Motocicleta como taxi	88%	678.121
Pediría Mototaxi por aplicación	93%	630.653
Interesados en el servicio	100%	630.653
Total Segmento		630.653

Adaptado de: Municipio de Quito; Encuesta

### 5.1.2 Propuesta de valor

Para establecer la propuesta de valor del negocio, se hace uso de la herramienta CANVAS, la cual se muestra en la siguiente figura:

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones Cliente	Segmentos Clientes
Conductores	Publicidad agresiva en redes sociales Seguimiento del cumplimiento de las medidas de higiene Control de calidad del servicio brindado por el conductor	Servicio de mototaxi brindado a través de una aplicación móvil en la ciudad de Quito, que garantiza seguridad, rapidez y comodidad y adoptando las medidas de bioseguridad pertinentes	Comunicación permanente con el cliente desde la solicitud del servicio hasta el final del trayecto.	Hombres y mujeres de la ciudad de Quito, de 18 a 35 años que usan <i>app</i> para pedir taxi y les gusta viajar en motocicleta
Proveedor de cinturón de seguridad	<b>Recursos Clave</b> Personal con experiencia en desarrollo de aplicaciones Personal con experiencia en marketing digital		<b>Canales</b> El canal de comercialización del servicio es indirecto, ya que serán los conductores quienes transporten a los pasajeros	
Proveedor de ropa y accesorios conductores y pasajeros				
<b>Estructura de costes</b>		<b>Fuente de ingresos</b>		
*Inversión inicial para desarrollo de la aplicación y publicidad *Gastos fijos: sueldos y salarios, pago servicios básicos, arrendamiento, financiamiento *Gastos variables: equipo, ropa y accesorios para conductores		Comisión por servicio de mototaxi solicitado por el cliente a través de la aplicación		

Figura No 4: Modelo CANVAS

La propuesta de valor de la empresa se enfoca en brindar el servicio de mototaxi a través de una aplicación móvil, el cual estará disponible en la ciudad de Quito, y garantizará a sus usuarios seguridad, rapidez y comodidad. Para ello contará como socios claves a los conductores, quienes serán los encargados de brindar el servicio, así como a sus proveedores del equipo de protección personal para



los motociclistas y pasajeros. En este sentido, el canal de distribución será indirecto.

Tomando en cuenta que el servicio será brindado por medio de una aplicación y que el segmento de mercado de la empresa son las personas de 18 a 35 años que gustan ir en motocicleta, una de las actividades clave es la publicidad la cual se realizará por medios digitales principalmente. Otro factor clave es la limpieza de los vehículos, así como de los equipos de protección de modo que los clientes se sientan cómodos.

Los ingresos de la empresa provendrán del porcentaje de comisión que se retendrá a los conductores por cada viaje realizado haciendo uso de la aplicación, la cual será menor en alrededor del 15% a la que cobran las *apps* de automóviles, así como también será más bajo el precio de las tarifas del servicio, en alrededor del 30%, tomando en cuenta que los gastos de los conductores serán menores.

La **estrategia de posicionamiento** a emplearse será la de enfoque en los beneficios del servicio, ya que se les ofrecerá un servicio de taxi en motocicleta que les permitirá trasladarse más rápido de un lugar a otro, evitando la congestión vehicular en las horas pico, que además será seguro contando con implementos para su protección personal, así como de bioseguridad. Y esto a un precio competitivo en relación a los rivales actuales, específicamente de los ofertados por aplicación móvil.

## **5.2 Mezcla de Marketing**

### **5.2.1 Servicio**

#### **5.2.1.1 Atributos**

Los atributos del servicio de taxi en motocicleta por medio del uso de una aplicación móvil serán los siguientes:

- Reducción del tiempo de traslado de un destino a otro

- Seguridad durante el viaje
- Comodidad de los pasajeros
- Servicio brindado por conductores profesionales
- Modalidad de pago en tarjeta
- Equipo de protección contra accidentes y lluvia
- Limpieza de la unidad y del equipo de protección
- Manillas de agarre en la motocicleta

### **5.2.1.2 Normas del servicio**

Los conductores deberán cumplir con las siguientes normas:

- Tratar con respeto a los pasajeros en todo momento
- Respetar las leyes de tránsito
- Llegar puntualmente al sitio de recogida
- Seguir el trayecto marcado por la aplicación o la sugerencia del usuario
- No se acepta ningún tipo de comportamiento ni comentario que pueda incomodar a los demás
- No discriminación
- No contacto no deseado
- Usar equipo de protección y entregarlo al usuario
- Devolver objetos olvidados en el vehículo
- Mantener el vehículo y equipo de protección siempre limpios

### **5.2.1.3 Branding**

**Marca:** El nombre elegido para empresa es *Traverse* cuya traducción al español es atravesar, siendo la idea que busca transmitirse al usuario, que pueda cruzar toda la ciudad sin preocuparse del tráfico.

**Logotipo:** Se compone de una imagen y letras. La imagen simula una rueda y alas, y debajo se encuentra el nombre de la empresa. Los colores seleccionados fueron negro y rojo. El negro simboliza elegancia y el rojo energía.



Figura No 5: Logotipo

**Slogan:** “*Muévete sin límites*”

### 5.2.2 Precio

La **estrategia de entrada** del servicio será la de descremado, que implica establecer una tarifa más alta por el servicio de mototaxi, considerando que este ofrece más beneficios en comparación al transporte público y a los taxis, como es el caso de reducción de tiempo. Además, que se encuentra dirigido a quienes gustan ir en motocicleta.

La **estrategia de ajustes de precios** de *Traverse* será la del ajuste psicológico, específicamente del valor percibido, es decir, se irá modificando de acuerdo a la percepción que tenga el cliente del servicio, de modo que podrá subir, bajar o mantenerse. En los primeros cinco años, se va a mantener, mientras la empresa logra posicionarse.

Tabla No 5: Tarifa del servicio

RUBRO	PROMEDIO OTRAS APP	PRECIO TRAVERSE (25% MENOS)
Forma de pago	Efectivo y Tarjeta	Efectivo y Tarjeta
Tarifa base	\$0,58	\$0,43
Costo por km	\$0,24	\$0,18
Minuto	\$0,05	\$0,05
Tarifa mínima	\$1,52	\$1,14
Trayecto mínimo hasta 2 kilómetros	\$1,93	\$1,45

A continuación, se presenta el promedio de ingreso diario y por carrera tanto para el conductor como para la *Traverse*, tomando en cuenta el promedio de carreras diarias que hace un taxista y que se cobrará una comisión del 20% por

cada carrera realizada por los conductores haciendo uso de la aplicación.

Tabla No 6: Carreras promedio por conductor

RUBRO	DETALLE	UNIDAD
Horas de trabajo	6	Diaria
Recorrido diario promedio	75	Km
Trayecto promedio	5	km
Duración	9	minutos
Número trayectos	15	Diarios

Adaptado de: El Tiempo; Madero

Tabla No 7: Ingreso por carrera promedio

RUBRO	PRECIO	INGRESO TOTAL	INGRESO CONDUCTOR	INGRESO TRAVERSE
Tarifa base	\$0.43	\$6,47	\$4,85	\$1,29
Tiempo	\$0.05	\$6,75	\$5,06	\$1,35
Costo por km	\$0.18	\$13,22	\$9,91	\$2,64
Tarifa mínima	\$1.14	\$17,04	\$12,78	\$3,41
Ingreso diario		\$43.48	\$32,61	\$8,70
Ingreso promedio por carrera		\$2.90	\$2.17	\$0.58

Tomando como referencia el número de conductores actuales de UBER, que suman alrededor de 22 mil personas, se plantea que inicialmente se inscriban en la plataforma 115 conductores, quienes se estima trabajarán 5 días a la semana, en la siguiente tabla se presentan los ingresos estimados para *TRAVERSE* y sus conductores

Tabla No 8: Ingresos totales

FRECUENCIA	INGRESO TOTAL	INGRESO CONDUCTOR	INGRESO TRAVERSE
Diaria	\$5.000,34	\$4.000,28	\$1.000,07
Semanal	\$25.001,72	\$20.001,38	\$5.000,34
Mensual	\$100.006,88	\$80.005,50	\$20.001,38
Anual	\$1.200.082,50	\$960.066,00	\$240.016,50

Tabla No 9: Gastos del Conductor

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL
Gastos mensuales				\$ 71,92
Gasolina	0,6	galones	\$ 1,85	\$ 25,87
Mantenimiento	1	servicio	\$ 20,00	\$ 20,00
Limpieza	4	servicio	\$ 2,00	\$ 8,00
Mascarillas	1	Caja	\$ 9,50	\$ 9,50
Alcohol	3	Litro	\$ 2,85	\$ 8,55
Gastos anuales				\$ 94,00
Matricula	1	anual	\$ 34,00	\$ 34,00
Licencia	1	Pago ANT	\$ 60,00	\$ 60,00
Total gasto conductor				\$ 165,92

Tabla No 10: Ganancia del conductor

RUBRO	VALOR
Ingreso mensual	\$ 695,70
Gasto mensual	\$ 165,92
Ganancia mensual	\$ 529,78
Ingreso anual	\$ 8.348,40
Gasto anual	\$ 957,08
Ganancia anual	\$ 7.391,32

### 5.2.3 Plaza

#### 5.2.3.1 Tipo de canal de distribución

El canal de distribución del servicio será indirecto, ya que serán los conductores que se inscriban en la plataforma quienes brindarán el servicio de mototaxi a los usuarios que lo soliciten por medio de la aplicación. Mientras que la estrategia de distribución será exclusiva, ya que para que una persona pueda convertirse en conductor deberá cumplir con los requisitos solicitados, y las normas establecidas, sino será retirado de la plataforma.



Figura No 6: Canal de distribución

### 5.2.4 Procedimiento

Para recibir el servicio los usuarios deben seguir el siguiente procedimiento:

- Registrarse en la aplicación colocando nombre y teléfono
- Registrar su método de pago
- Seleccionar la ruta del trayecto
- Confirmar la ruta
- Aceptar el costo del trayecto
- Esperar al conductor

Los procesos de la empresa se detallan con mayor exactitud en el Capítulo 6.

#### 5.2.4.1 Soporte

En el caso de tener algún inconveniente al solicitar el servicio o durante su trayecto el usuario tendrá a su disposición una opción para reporte de inconvenientes:

- Los usuarios reportarán su caso, exponiendo sus motivos y evidencias, la empresa les responderá en un plazo máximo de 1 día en atención a su pedido.
- Así también podrán calificar su experiencia y brindar comentarios y logros al conductor, según corresponda. Esto servirá como mecanismo para medir la satisfacción del cliente, y evaluar a los conductores, aplicando sanciones en caso de infringirse las normas establecidas.

### 5.2.5 Promoción

La estrategia de promoción elegida para la empresa será la *Push*, considerando que el mercado donde se va a desenvolver la empresa es altamente competitivo, de modo que se requiere dar a conocer a *TRAVERSE* rápidamente ante el público, para ello se realizarán las siguientes acciones:

- **Publicidad:** se llevará a cabo a través de campañas de publicidad por medio de Facebook e Instagram, las cuales se segmentarán al Distrito Metropolitano de Quito.
- **Relaciones Públicas:** se contratarán a *influencers* para que estos promocionen en sus redes sociales Facebook e Instagram la aplicación.

- **Promociones:** se asignarán códigos de descuento para los usuarios que se registren en la aplicación por contenido compartido por los *influencers* contratados. Se brindarán créditos de 3 dólares para dos carreras a las personas que se registren en la plataforma. Se entregarán créditos de 2 dólares para tres viajes a las personas que recomienden a un amigo y que este se inscriba a la plataforma, y realice su primer viaje, igual monto se entregará a este.

Tabla No 11: Gasto en Publicidad

RUBRO	DETALLE	FRECUENCIA	UNIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL ANUAL
Redes sociales	Pago de publicidad en Facebook e Instagram	12	Mensual	\$200,00	\$2.400,00
<i>Influencer</i>	Pago por publicidad en redes sociales personales	5	Personas/ bimensual	\$200,00	\$6.000,00
Descuentos	Código de promoción <i>influencers</i> 100% primera carrera	12	Mensual	\$3.826,35	\$45.916,20
Crédito	Dos carreras de tres dólares	12	Mensual	\$3.826,35	\$45.916,20
Referidos	Tres carreras de 2 dólares para referido y cliente que refiere	12	Mensual	\$3.826,35	\$45.916,20
Total					\$146.148,60

### 5.2.6 Physical (entorno)

Para brindar una excelente experiencia a los clientes inicialmente se diseñará una aplicación que sea interactiva con el usuario, es decir de fácil manejo y entendimiento. Al brindar el servicio, los conductores deberán vestir chaleco reflectivo y casco; así como entregar al usuario un casco que será limpiado después de cada uso, y un cinturón de seguridad para que pueda viajar cómodo y seguro. Además, en caso de lluvia también se contará con un poncho impermeable. Adicionalmente, considerando la situación actual de la pandemia del COVID-19 se obligará el uso de mascarilla para ambos ocupantes, así como la desinfección de los cascos y la entrega de alcohol a los pasajeros.



Figura No 7: Cinturón de seguridad



Figura No 8: Casco con componentes internos extraíbles



Figura No 9: Poncho impermeable





Figura No 10: Chaleco reflectivos conductor

Tabla No 12: Gasto equipo protección

ÍTEM	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cinturón de seguridad	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Casco pasajero	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Poncho Impermeable	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Chaleco reflectivo	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Total gasto EP			\$ 167,00

### 5.2.7 Personal

Dado que serán los conductores y sus vehículos quienes interactuarán con los clientes como representantes de la empresa, estos deberán cumplir los siguientes requisitos:

#### Requisitos del vehículo:

- Modelos de motocicletas de 2015 en adelante
- Motocicleta amplia y cómoda para dos pasajeros (incluido el conductor)
- Debe tener maletero
- Contar con gancho para sujetarse
- Excelentes condiciones estéticas y mecánicas

#### Requisitos del conductor:

- Licencia tipo A vigente
- Foto de la matrícula del último año
- Contar con al menos 15 puntos en la licencia de conducir

- Cédula de Ciudadanía, la empresa serializará una revisión de los antecedentes.

### **5.2.8 Productividad**

*Traverse* ofrecerá un servicio de mototaxi, a través de una aplicación que será de calidad, el cual garantiza a los usuarios mayor rapidez para llegar a su destino, viajando cómoda y seguramente en el vehículo. Además, que el precio del servicio será menor en comparación con los brindados por automóviles. En tanto que los conductores, podrán obtener más ganancias y en menor tiempo en comparación a si trabajaran entregando pedidos a domicilio o en automóvil.

## 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

#### 6.1.1 Misión

*Traverse* conecta a los pasajeros con conductores que brindan el servicio de taxi en motocicleta por medio de una plataforma digital que funciona en la ciudad de Quito. Garantizando un servicio de calidad, con estilo, rápido y seguro, en cumplimiento de la normativa de tránsito vigente. Además de ayudar a los socios conductores a incrementar sus ingresos.

#### 6.1.2 Visión

En el lapso de cinco años, ser una plataforma de servicio de transporte de pasajeros eficiente y reconocida a nivel nacional, que ayude a más personas a incrementar sus ingresos, a cambio de la entrega de un servicio de taxi de excelencia a los usuarios.

#### 6.1.3 Objetivos empresariales

En la siguiente tabla se presentan los objetivos empresariales de *Traverse* a mediano y largo plazo, haciendo uso de las cuatro perspectivas del Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton:

Tabla No 13: Objetivos empresariales

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	META	PLAZO
Financiera	Incrementar los ingresos netos en al menos un 3% para el cuarto año.	% incremento ingresos netos	3%	Mediano
	Incrementar en 10% las ganancias netas de la empresa para el sexto año	% incremento ganancias netas	10%	Largo
Clientes	Obtener una calificación de 4/5 puntos en Play Store e iOS en el tercer año	Calificación de la aplicación	4	Mediano

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	META	PLAZO
	de operaciones de la empresa			
	Incrementar en 2 el número de ciudades donde opera la empresa en el sexto año	Número de ciudades donde se brinda el servicio	2	Largo
Procesos Internos	Reducir el tiempo de respuesta a las quejas o reclamos de los clientes a 12 horas para el tercer año de operaciones de la empresa	Tiempo de respuesta a clientes	12	Mediano
	Reducir el tiempo de validación de las cuentas de los conductores de 1 día a 5 horas para el sexto año de operaciones de la empresa	Tiempo de validación de cuentas conductores	5	Largo
Formación y crecimiento	Contar con el 80% de los conductores con calificación de al menos 4/5 en la aplicación para el tercer año de operaciones de la empresa	Calificación de los conductores	80%	Mediano
	Contar con al menos el 5% de conductores con calificación de 5/5 para el sexto año de operaciones	Calificación de los conductores	5%	Largo

## 6.2 Plan de operaciones

### 6.2.1 Proceso de operación

En las siguientes figuras se presentan el flujo de operaciones de *Traverse*, desde la perspectiva del cliente y del conductor:

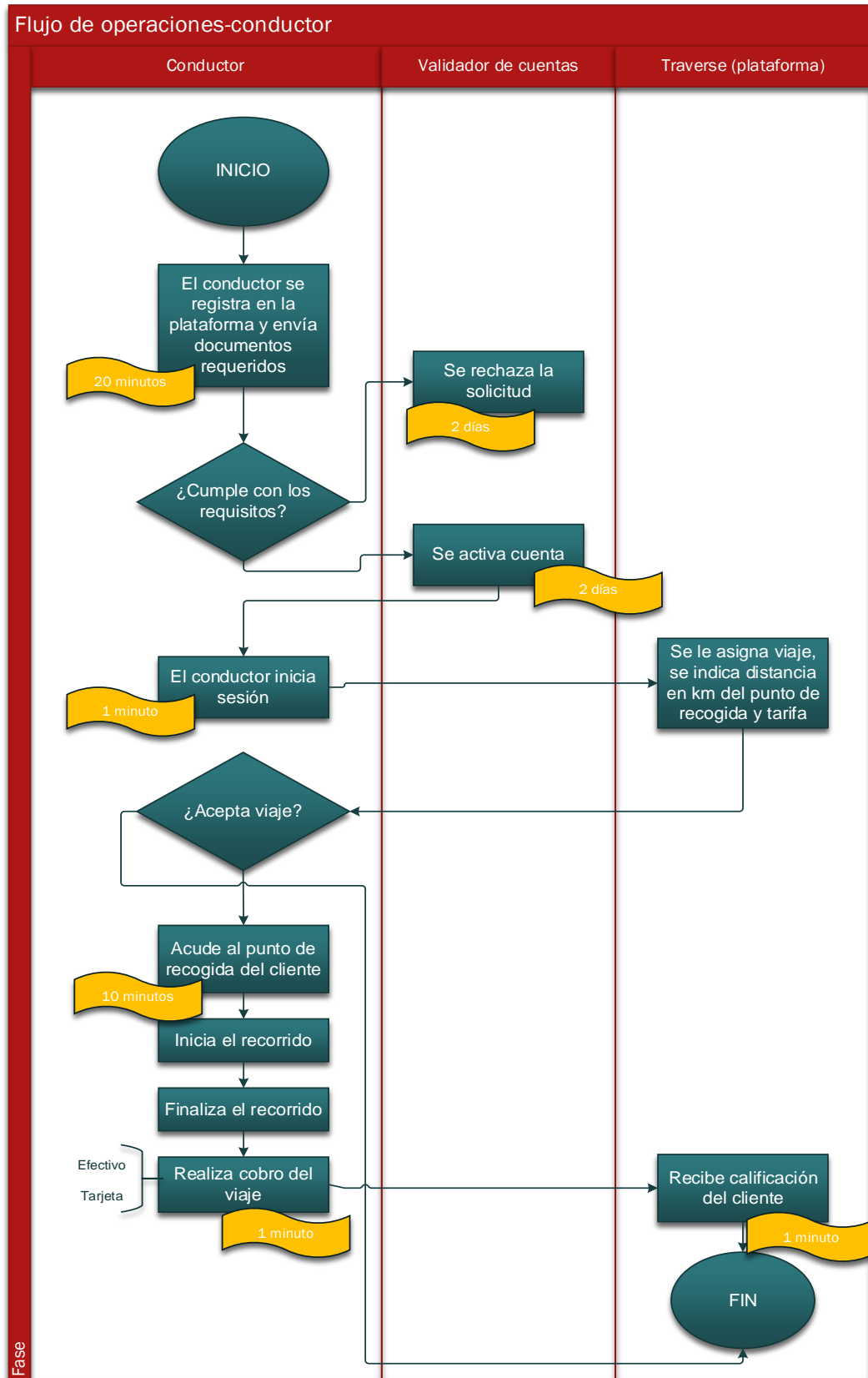


Figura No 11: Flujograma operación-conductor

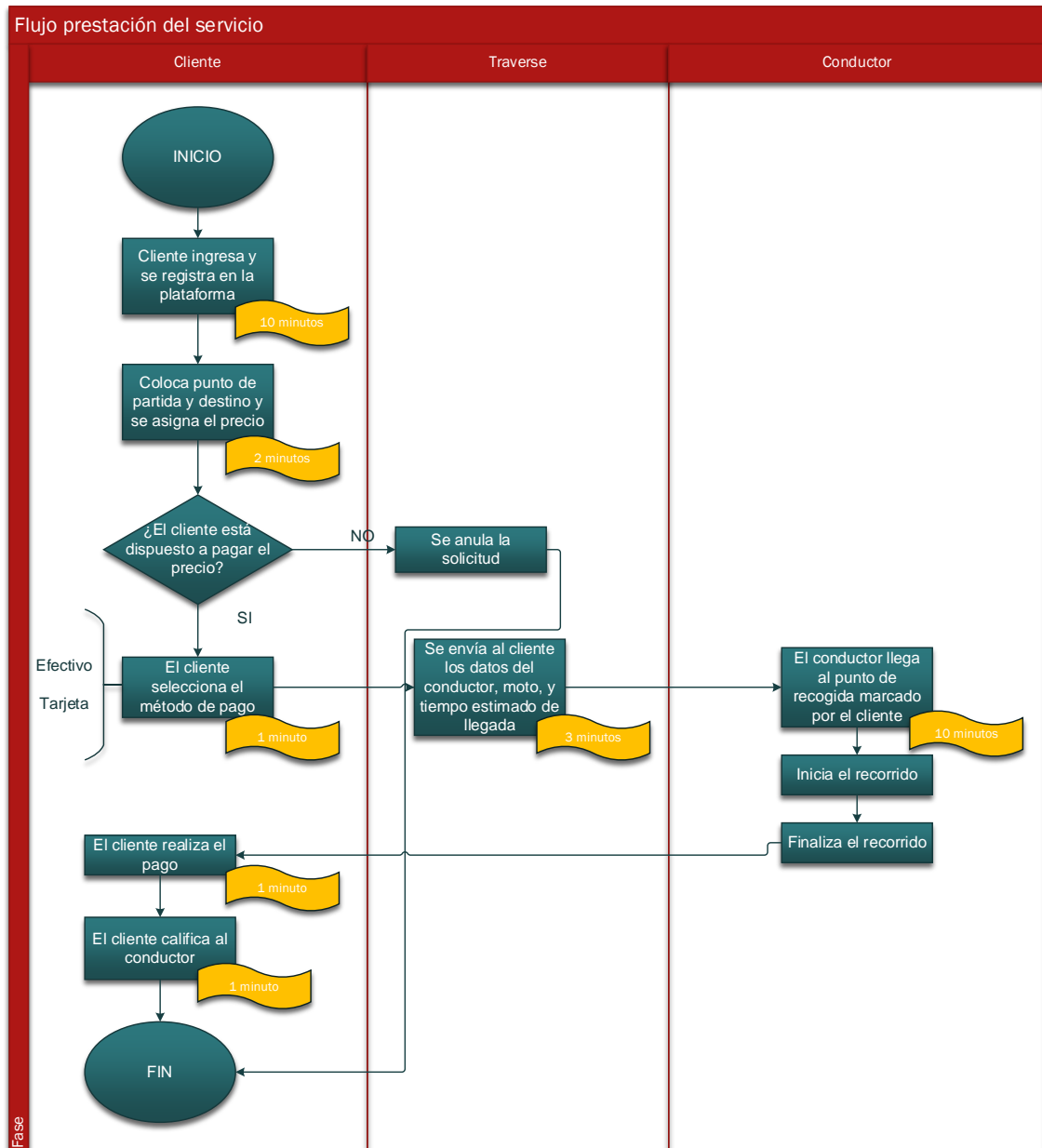


Figura No 12: Flujograma de operación-cliente

Con base en la información presentada anteriormente, en la figura 13 se presenta la cadena de valor de la empresa y en la figura 14 el mapa de procesos:



Figura No 13: Cadena de valor

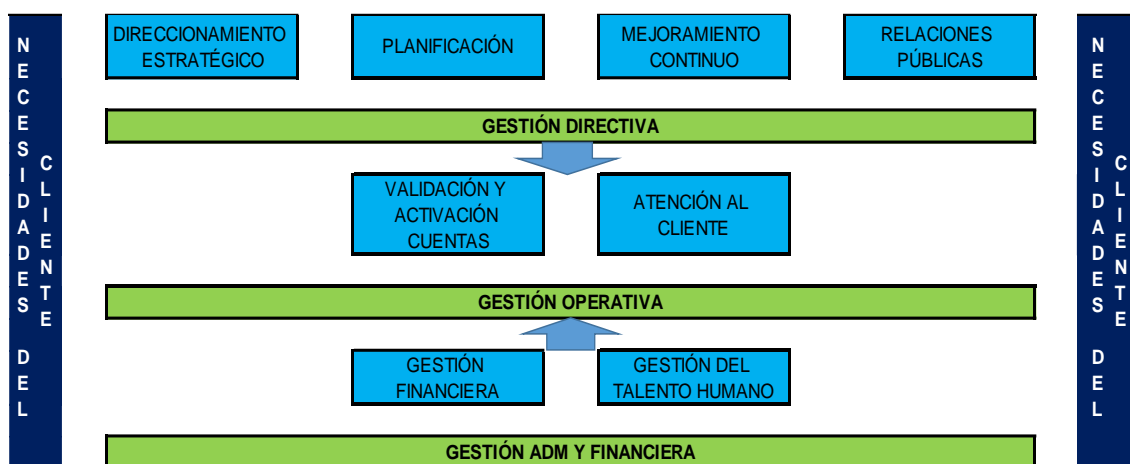


Figura No 14: Mapa de procesos

Las actividades de soporte de TRVERSE consiste en contar con una infraestructura definida que incluye contar con procesos establecidos, de modo que los colaboradores de la empresa sepan cuáles son los pasos a seguir para el cumplimiento de sus actividades. Así mismo, ellos son parte importante del proceso por ello se requiere de trabajadores profesionales, con experiencia en su área de trabajo y sobre todo comprometidos con los objetivos de la organización.

Además, la empresa para brindar un servicio de excelencia a sus clientes cuenta con tecnología de punta realizando la inversión necesaria en la creación de la plataforma móvil tanto para usuarios como conductores, así como contratar los servicios tecnológicos que permitan su eficiente funcionamiento, de modo que

funcione de manera intermitente y sin importar el número de usuarios que la usen al unísono.

Las actividades primarias serán el ingreso de la solicitud del servicio por parte del usuario a través de la aplicación y perfil creado previamente en la misma, luego su pedido es entregado al conductor que se encuentra más cercano y que acepte primero el viaje, quien deberá brindar un servicio seguro, rápido y de calidad, teniendo para ello que cumplir con todas las medidas de seguridad y en cumplimiento de las normas internas de *TRAVERSE*, para que la experiencia del cliente sea excelente.

Para atraer a los clientes se hará uso de las redes sociales, siendo los principales medios de comunicación que emplea el segmento de mercado del negocio, que son en esencia personas jóvenes-adultas. Así mismo, para lograr atraer a nuevos clientes por medio de los actuales se les entregará incentivos para el uso de la plataforma como la entrega de créditos para próximos viajes por amigo que se inscriba.

Además, tomando en cuenta que la atención al cliente es clave para los clientes, se contará con personal que se encargue de responder a las quejas o inconvenientes que pudieran prestar los clientes, así como los conductores en el desarrollo de la carrera, de modo que ambos se encuentren respaldados por la empresa.

### 6.2.2 Requerimiento de personal

A continuación, se presenta una tabla con el personal requerido para la adecuada operación de la empresa *TRAVERSE*:

Tabla No 14: Personal requerido

N°	CARGO	N° DE PUESTOS	SUELDO	TOTAL SUELDOS	TIPO DE CONTRATO
1	Gerente General	1	\$1.600,00	\$ 1.600,00	Relación dependencia
2	Asistente de Gerencia	1	\$ 600,00	\$ 600,00	Relación dependencia
3	Programador Senior	1	\$1.200,00	\$ 1.200,00	Relación dependencia



4	Validador de cuentas	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Relación dependencia
5	Atención al cliente	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00	Relación dependencia
6	Jefe de Marketing	1	\$1.200,00	\$ 1.200,00	Relación dependencia
7	Contador	1	\$1.000,00	\$ 1.000,00	Relación dependencia
Total				\$ 8.100,00	

### 6.2.3 Requerimiento de equipo

Para la operación del negocio serán necesarios los siguientes equipos:

Tabla No 15: Equipo requerido

ACTIVO	DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Muebles y enseres				\$ 1.655,00
Estación de trabajo	Incluye: silla giratoria, escritorio en L, 2 sillas	7	\$ 200,00	\$ 1.400,00
Mesa de reuniones	Incluye: 1 mesa y 6 sillas	1	\$ 205,00	\$ 205,00
Sillas	Sillas metal	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Equipo de computación				\$ 6.794,48
Computador	All In One, Lenovo I5, 24GB, 1TB	7	\$ 880,00	\$ 6.160,00
Impresora	Epson Wf2750, multifunción, tinta continua	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Sistema de seguridad	Sistema Cctv. Cámara Kit Dvr 4 Canales	1	\$ 79,48	\$ 79,48
Red Interna	Conmutador compacto de 8 puertos RJ45 10/100MBPS	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Total				\$ 8.449,48

Tabla No 16: Requerimiento de software

SOFTWARE	DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Aplicación	Aplicación nivel pro	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Servidores	Intel Xeon E5-2690v4 30 tb 100 Mbps/ mensual	1	\$ 1.829,00	\$ 1.829,00
Licencia Windows	Windows 10 Pro/ anual	1	\$ 199,00	\$ 199,00
Google maps	Api Google Maps/ mensual	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total				\$ 22.228,00

Los servidores permiten un tráfico de 30TB a una velocidad de 100Mbps, siendo una capacidad suficiente de almacenamiento de información para los usuarios de la aplicación, de modo que esta no se “caiga”.

#### 6.2.4 Instalaciones

Las oficinas de TRAVERSE se ubicarán en la Av. Antonio Ulloa, en el sector de la Mariana de Jesús, en un local de 70 metros cuadrados por el cual se pagarán \$716,80 por valor del arriendo incluido IVA.

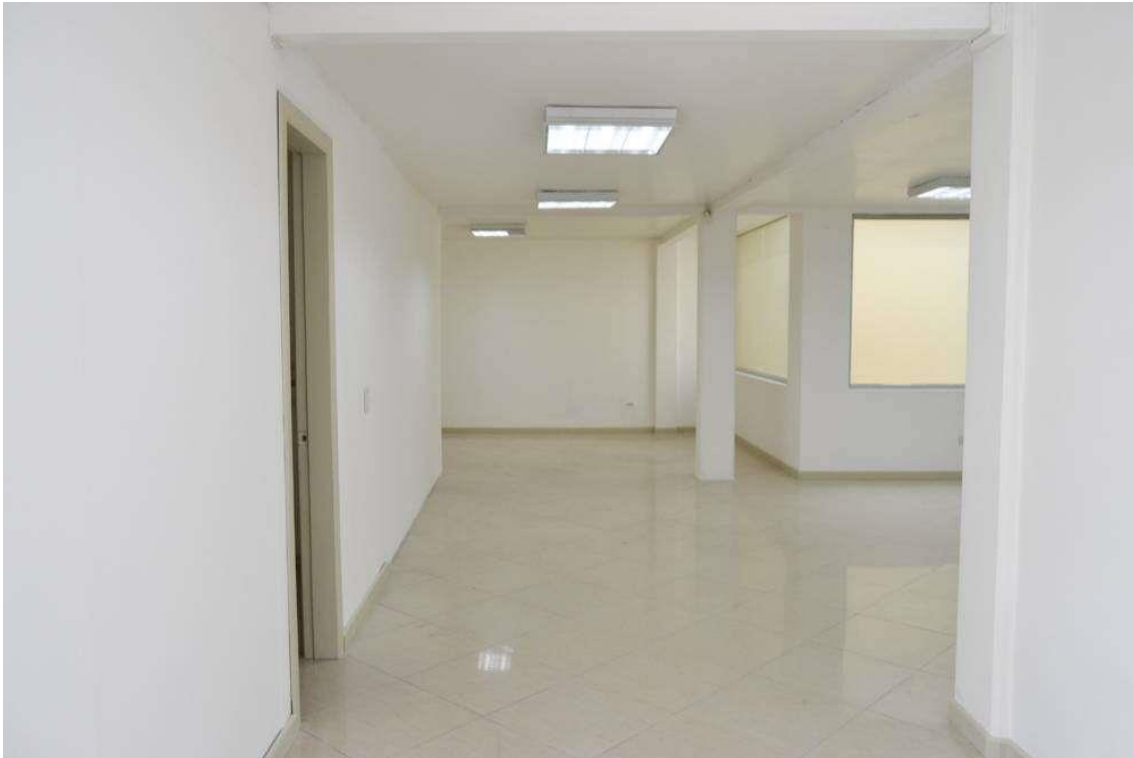


Figura No 15: Local  
Tomado de: OLX

### 6.3 Estructura organizacional

La empresa se constituirá con la participación de 2 socios accionistas, quienes conformarán una Sociedad Anónima con nombre comercial *TRAVERSE S.A.* Teniendo que pagar como capital social un mínimo de \$800,00 y realizar el trámite respectivo.

#### 6.3.1 Organigrama

En la siguiente figura, se presenta el organigrama estructural de TRAVERSE, el cual se encuentra basado en UBER, considerando que se tiene el mismo modelo

de negocio, siendo el diferenciador el tipo de vehículo que brinda el servicio por medio de la plataforma:

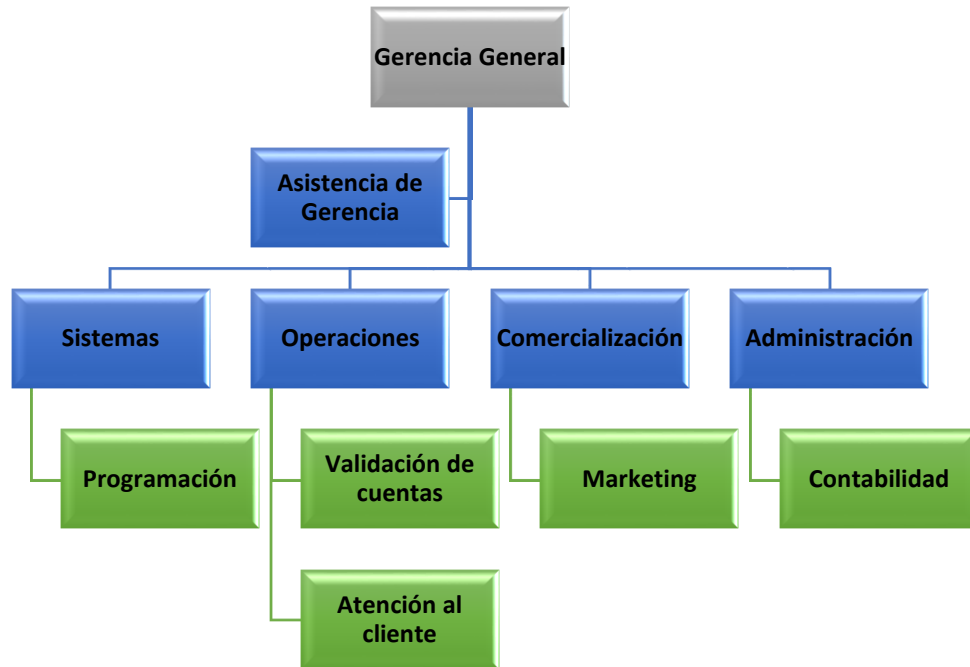


Figura No 16: Organigrama TRAVVERSE

## 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.1 Proyección de ingresos y gastos

La proyección de los ingresos de *TRVERSE* se basan en las condiciones actuales del mercado y la economía causadas por la pandemia del COVID-19, estableciendo un escenario conservador para el negocio. Por tanto, se tiene como supuesto el contar inicialmente con 115 conductores inscritos en la plataforma, quienes diariamente completarán 15 trayectos. De modo que el incremento del número de carreras realizadas dependerá del aumento de los choferes, que para ello se plantea un crecimiento del 0,7%, la proyección del BCE. En el caso del precio, este se establece considerando una comisión del 20% para TRVERSE por cada trayecto realizado por el conductor, teniendo como el precio de una carrera promedio de \$2,90. Por lo tanto, la empresa recibirá de ese valor \$0,58 por trayecto completado.

Como política de cuentas por cobrar se tendrá el pago a través de tarjetas de débito y crédito, en las cuales el descuento se realizará al corriente. Las políticas de cuentas por pagar a los proveedores, que son los conductores, se realizarán semanalmente, depositando sus ganancias en la cuenta que estos registren en la plataforma.

Tabla No 17: Proyección ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trayectos	414.000	414.000	414.000	414.000	414.000
Precio	\$0,58	\$0,58	\$0,58	\$0,58	\$0,58
<b>Ingreso</b>	<b>\$240.016,50</b>	<b>\$240.016,50</b>	<b>\$240.016,50</b>	<b>\$240.016,50</b>	<b>\$240.016,50</b>

Para la proyección de los gastos, el arriendo se firmará un contrato a 5 años, de modo que el valor del alquiler se mantenga; y, para el resto de costos y gastos se estima un incremento de los mismos, en un 0,28% considerando el promedio de la inflación de los últimos cuatro años. Mientas que los gastos de ventas, dependen de los ingresos de la empresa, destinándose en el caso de los descuentos, créditos y referidos, un 5% de este rubro.

Tabla No 18: Proyección Gastos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 137.162,80</b>	<b>\$ 145.344,51</b>	<b>\$ 145.430,60</b>	<b>\$ 145.519,74</b>	<b>\$ 145.610,10</b>
Sueldos y salarios	\$ 122.987,80	\$ 131.153,90	\$ 131.224,97	\$ 131.297,79	\$ 131.372,41
Arriendo	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60
Servicios básicos	\$ 2.634,00	\$ 2.641,38	\$ 2.648,15	\$ 2.656,19	\$ 2.663,62
<i>Otros gastos</i>					
Papelería	\$ 2.939,40	\$ 2.947,63	\$ 2.955,88	\$ 2.964,16	\$ 2.972,46
<b>Gastos Ventas</b>	<b>\$44.402,48</b>	<b>\$ 44.426,00</b>	<b>\$ 44.449,58</b>	<b>\$44.473,23</b>	<b>\$ 44.496,95</b>
Redes sociales	\$ 2.400,00	\$ 2.406,72	\$ 2.413,46	\$2.420,22	\$ 2.426,99
Influencer	\$6.000,00	\$ 6.016,80	\$ 6.033,65	\$6.050,54	\$ 6.067,48
Descuentos	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$12.000,83	\$ 12.000,83
Crédito	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$12.000,83	\$ 12.000,83
Referidos	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$12.000,83	\$ 12.000,83
<b>Costos operativos</b>	<b>\$ 24.547,00</b>	<b>\$ 24.615,73</b>	<b>\$ 24.684,66</b>	<b>\$24.753,77</b>	<b>\$ 24.621,85</b>
Licencia windows	\$ 199,00	\$ 199,56	\$200,12	\$200,68	\$ -
Servidores	\$ 21.948,00	\$ 22.009,45	\$ 22.071,08	\$22.132,88	\$ 22.194,85
Google Maps	\$ 2.400,00	\$ 2.406,72	\$ 2.413,46	\$2.420,22	\$ 2.426,99
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>\$ 206.112,28</b>	<b>\$ 189.770,51</b>	<b>\$ 189.880,19</b>	<b>\$ 189.992,97</b>	<b>\$ 190.107,05</b>

Respecto a los costos operativos es importante mencionar que los mismos no van a variar en relación a las ventas, ya que los servidores permiten un alto flujo de usuarios en la plataforma. Además, que son suficientes tomando en cuenta que solo se atenderá a la ciudad de Quito.

## 7.2 Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto será de \$38.316,40 los cuales contemplan la compra de la propiedad, planta y equipo por \$8.449,48; el desarrollo de la aplicación \$20.000,00 siendo este el rubro más representativo; los gastos de constitución de TRAVERSE \$1.372,60 y el Capital de Trabajo \$8.494,32.

El capital de trabajo se obtuvo a partir de la diferencia de los activos y pasivos corrientes del proyecto, tomando en cuenta la suma de tres primeros meses para su definición.

Tabla No 19: Estructura de capital

	Valor	%
Recursos propios	\$ 22.989,84	60%
Financiamiento	\$ 15.326,56	40%
<b>Total</b>	<b>\$ 38.316,40</b>	<b>100%</b>

Tabla No 20: Amortización de la deuda

<b>CUOTA MENSUAL</b>		<b>\$ 339,62</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
<b>Saldo inicial</b>	\$ 15.326,56	\$ 12.937,52	\$ 10.250,02	\$ 7.226,77	\$ 3.825,82	
<b>Pago mensual (cuota)</b>	\$ 4.075,39	\$ 4.075,39	\$ 4.075,39	\$ 4.075,39	\$ 4.075,39	
<b>Gasto Interés</b>	\$ 1.686,35	\$ 1.387,89	\$ 1.052,14	\$ 674,44	\$ 249,56	
<b>Amortización al capital</b>	\$ 2.389,04	\$ 2.687,50	\$ 3.023,25	\$ 3.400,94	\$ 3.825,82	
<b>Saldo final</b>	<b>\$ 12.937,52</b>	<b>\$ 10.250,02</b>	<b>\$ 7.226,77</b>	<b>\$ 3.825,82</b>	<b>\$ 0,00</b>	

El financiamiento de obtendrá de un préstamo con el Banco del Pacífico, a 5 años plazo, con una tasa de interés del 11,83%; pagando cuotas mensuales de \$339,62.

### 7.3 Proyección de Estados Financieros

Tabla No 21: Estado de Resultados

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50
(-) Costo operativo	\$ 24.547,00	\$ 24.615,73	\$ 24.684,66	\$ 24.753,77	\$ 24.621,85
<b>= (=)Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 215.469,50</b>	<b>\$ 215.400,77</b>	<b>\$ 215.331,84</b>	<b>\$ 215.262,73</b>	<b>\$ 215.394,65</b>
(-) Gastos Administrativos	\$ 137.162,80	\$ 145.344,51	\$ 145.430,60	\$ 145.519,74	\$ 145.610,10
Sueldos y salarios	\$ 122.987,80	\$ 131.153,90	\$ 131.224,97	\$ 131.297,79	\$ 131.372,41
Arriendo	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60	\$ 8.601,60
Servicios básicos	\$ 2.634,00	\$ 2.641,38	\$ 2.648,15	\$ 2.656,19	\$ 2.663,62
Papelería	\$ 2.939,40	\$ 2.947,63	\$ 2.955,88	\$ 2.964,16	\$ 2.972,46
(-) Gastos Ventas	\$ 44.402,48	\$ 44.426,00	\$ 44.449,58	\$ 44.473,23	\$ 44.496,95
Redes sociales	\$ 2.400,00	\$ 2.406,72	\$ 2.413,46	\$ 2.420,22	\$ 2.426,99
Influencer	\$ 6.000,00	\$ 6.016,80	\$ 6.033,65	\$ 6.050,54	\$ 6.067,48
Descuentos	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83
Crédito	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83
Referidos	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83	\$ 12.000,83
<b>= EBITDA</b>	<b>\$ 33.904,23</b>	<b>\$ 25.630,26</b>	<b>\$ 25.451,66</b>	<b>\$ 25.269,76</b>	<b>\$ 25.287,61</b>
(-) Amortización	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
(-) Depreciación	\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 165,50	\$ 165,50
<b>= EBIT</b>	<b>\$ 27.473,90</b>	<b>\$ 19.199,94</b>	<b>\$ 19.021,33</b>	<b>\$ 21.104,26</b>	<b>\$ 21.122,11</b>
(-) Intereses	\$ 1.686,35	\$ 1.387,89	\$ 1.052,14	\$ 674,44	\$ 249,56
<b>= Ganancias Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 25.787,55</b>	<b>\$ 17.812,05</b>	<b>\$ 17.969,19</b>	<b>\$ 20.429,82</b>	<b>\$ 20.872,54</b>
(-) 15% participación trabajadores	\$ 3.868,13	\$ 2.671,81	\$ 2.695,38	\$ 3.064,47	\$ 3.130,88
<b>= Ganancias Antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>\$ 21.919,42</b>	<b>\$ 15.140,24</b>	<b>\$ 15.273,82</b>	<b>\$ 17.365,34</b>	<b>\$ 17.741,66</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 5.479,85	\$ 3.785,06	\$ 3.818,45	\$ 4.341,34	\$ 4.435,42
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>\$ 16.439,56</b>	<b>\$ 11.355,18</b>	<b>\$ 11.455,36</b>	<b>\$ 13.024,01</b>	<b>\$ 13.306,25</b>

Como se muestra en la tabla anterior, durante los cinco años proyectados la empresa presentará ganancias, las cuales para el primer año serán de \$16.429,56 aunque estas se verán reducidas para los años 2 y 3, en tanto que en los años siguientes se tendrá un crecimiento promedio del 8%. Tomando en cuenta el planteamiento de un escenario conservador dadas las condiciones actuales del COVID-19.

Tabla No 22: Estado de Situación Financiera

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
<b>Activos Corrientes</b>					
Efectivo	\$ 46.347,77	\$ 57.445,77	\$ 68.308,21	\$ 78.096,77	\$ 87.742,70
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 46.347,77</b>	<b>\$ 57.445,77</b>	<b>\$ 68.308,21</b>	<b>\$ 78.096,77</b>	<b>\$ 87.742,70</b>
<b>Activos No Corrientes</b>					
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 8.449,48	\$ 8.449,48	\$ 8.449,48	\$ 8.449,48	\$ 8.449,48
(-)Depreciacion acumulada	\$ 2.430,33	\$ 4.860,65	\$ 7.290,98	\$ 7.456,48	\$ 7.621,98
<b>Total activo no corriente</b>	<b>\$ 6.019,15</b>	<b>\$ 3.588,83</b>	<b>\$ 1.158,50</b>	<b>\$ 993,00</b>	<b>\$ 827,50</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 52.366,92</b>	<b>\$ 61.034,60</b>	<b>\$ 69.466,71</b>	<b>\$ 79.089,77</b>	<b>\$ 88.570,20</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos No Corrientes</b>					
Préstamo Bancario	\$ 12.937,52	\$ 10.250,02	\$ 7.226,77	\$ 3.825,82	\$ 0,00
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>\$ 12.937,52</b>	<b>\$ 10.250,02</b>	<b>\$ 7.226,77</b>	<b>\$ 3.825,82</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 12.937,52</b>	<b>\$ 10.250,02</b>	<b>\$ 7.226,77</b>	<b>\$ 3.825,82</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	\$ 22.989,84	\$ 22.989,84	\$ 22.989,84	\$ 22.989,84	\$ 22.989,84
Reserva Legal	\$ 1.643,96	\$ 1.135,52	\$ 1.145,54	\$ 1.302,40	\$ 1.330,62
Reserva Legal acumulada	\$ 1.643,96	\$ 2.779,47	\$ 3.925,01	\$ 5.227,41	\$ 6.558,04
Utilidades del ejercicio	\$ 14.795,61	\$ 10.219,66	\$ 10.309,83	\$ 11.721,61	\$ 11.975,62
Utilidades acumuladas	\$ 14.795,61	\$ 25.015,27	\$ 35.325,10	\$ 47.046,70	\$ 59.022,32
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 39.429,40</b>	<b>\$ 50.784,58</b>	<b>\$ 62.239,94</b>	<b>\$ 75.263,95</b>	<b>\$ 88.570,20</b>
<b>Comprobación</b>	<b>\$ 52.366,92</b>	<b>\$ 61.034,60</b>	<b>\$ 69.466,71</b>	<b>\$ 79.089,77</b>	<b>\$ 88.570,20</b>

En la tabla anterior se puede apreciar que el único activo corriente de TRAVERSE será el efectivo, tomando en cuenta que, por el modelo de negocio de la empresa no se requiere de inventario, así como tampoco se mantienen cuentas por cobrar, ya que los pagos se realizan a través de tarjetas de débito y crédito con pagos corrientes.

Así mismo, no se cuenta con pasivos corrientes, ya que los pagos a los proveedores (conductores) se realiza semanalmente dentro del mismo mes, de modo que para el siguiente no se arrastran cuentas por pagar con los mismos. En el caso de los pasivos no corrientes que es el préstamo bancario, este desaparece al término del año 5, terminando de cancelarse la deuda adquirida con el Banco del Pacífico.

Tabla No 23: Flujo de Caja del Proyecto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50
(-) Costo operativo		\$ 24.547,00	\$ 24.615,73	\$ 24.684,66	\$ 24.753,77	\$ 24.621,85
= (-)Utilidad Bruta		\$ 215.469,50	\$ 215.400,77	\$ 215.331,84	\$ 215.262,73	\$ 215.394,65
= EBITDA		\$ 33.904,23	\$ 25.630,26	\$ 25.451,66	\$ 25.269,76	\$ 25.287,61
= EBIT		\$ 27.473,90	\$ 19.199,94	\$ 19.021,33	\$ 21.104,26	\$ 21.122,11
(-) 15% participación trabajadores		\$ 4.121,08	\$ 2.879,99	\$ 2.853,20	\$ 3.165,64	\$ 3.168,32
= Ganancias Antes de Impuesto a la Renta		\$ 23.352,81	\$ 16.319,95	\$ 16.168,13	\$ 17.938,62	\$ 17.953,79
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 5.838,20	\$ 4.079,99	\$ 4.042,03	\$ 4.484,65	\$ 4.488,45
= Utilidad Neta		\$ 17.514,61	\$ 12.239,96	\$ 12.126,10	\$ 13.453,96	\$ 13.465,34
(+) Depreciacion		\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 165,50	\$ 165,50
(+) Valor de rescate						\$ 1.203,83
(-) Capital de trabajo		\$ -8.494,32				
(+) Recuperacion de capital de trabajo						\$ 8.494,32
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
(-) Inversion inicial	\$ -38.316,40					
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA PROYECTO</b>	<b>\$ -38.316,40</b>	<b>\$ 11.450,62</b>	<b>\$ 14.670,29</b>	<b>\$ 14.556,43</b>	<b>\$ 13.619,46</b>	<b>\$ 23.328,99</b>

Tabla No 24: Flujo de Caja del Inversionista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50	\$240.016,50
(-) Costo operativo		\$ 24.547,00	\$ 24.615,73	\$ 24.684,66	\$ 24.753,77	\$ 24.621,85
= (-)Utilidad Bruta		\$ 215.469,50	\$ 215.400,77	\$ 215.331,84	\$ 215.262,73	\$ 215.394,65
= EBITDA		\$ 33.904,23	\$ 25.630,26	\$ 25.451,66	\$ 25.269,76	\$ 25.287,61
= EBIT		\$ 27.473,90	\$ 19.199,94	\$ 19.021,33	\$ 21.104,26	\$ 21.122,11
(-) Intereses		\$ 1.686,35	\$ 1.387,89	\$ 1.052,14	\$ 674,44	\$ 249,56
= Ganancias Antes de Impuestos		\$ 25.787,55	\$ 17.812,05	\$ 17.969,19	\$ 20.429,82	\$ 20.872,54
(-) 15% participación trabajadores		\$ 3.868,13	\$ 2.671,81	\$ 2.695,38	\$ 3.064,47	\$ 3.130,88
= Ganancias Antes de Impuesto a la Renta		\$ 21.919,42	\$ 15.140,24	\$ 15.273,82	\$ 17.365,34	\$ 17.741,66
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 5.479,85	\$ 3.785,06	\$ 3.818,45	\$ 4.341,34	\$ 4.435,42
= Utilidad Neta		\$ 16.439,56	\$ 11.355,18	\$ 11.455,36	\$ 13.024,01	\$ 13.306,25
(+) Depreciacion		\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 165,50	\$ 165,50
(+) Valor de rescate						\$ 1.203,83
(-) Capital de trabajo		\$ -8.494,32				
(+) Recuperacion de capital de trabajo						\$ 8.494,32
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
(-) Inversion inicial	\$ -38.316,40					
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
(+) Prestamo bancario	\$ 15.326,56					
(-) Amortizacion de capital		\$ 2.389,04	\$ 2.687,50	\$ 3.023,25	\$ 3.400,94	\$ 3.825,82
<b>TOTAL FLUJO CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ -22.989,84</b>	<b>\$ 7.986,53</b>	<b>\$ 11.098,01</b>	<b>\$ 10.862,44</b>	<b>\$ 9.788,56</b>	<b>\$ 19.344,07</b>

Tabla No 25: Flujo del Efectivo

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Actividades Operacionales</b>	\$ -	\$ 18.869,89	\$ 13.785,51	\$ 13.885,69	\$ 13.189,51	\$ 13.471,75
Utilidad Neta	\$ -	\$ 16.439,56	\$ 11.355,18	\$ 11.455,36	\$ 13.024,01	\$ 13.306,25
Depreciaciones y amortizacion						
+ Depreciación	\$ -	\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 2.430,33	\$ 165,50	\$ 165,50
<b>Actividades de Inversión</b>	\$ -8.449,48	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Adquisición PPE	\$ -8.449,48					
<b>Actividades de Financiamiento</b>	\$ 38.316,40	\$ -2.389,04	\$ -2.687,50	\$ -3.023,25	\$ -3.400,94	\$ -3.825,82
+ Δ Deuda Largo Plazo	\$ 15.326,56	\$ -2.389,04	\$ -2.687,50	\$ -3.023,25	\$ -3.400,94	\$ -3.825,82
+ Δ Capital	\$ 22.989,84					
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	\$ 29.866,92	\$ 16.480,85	\$ 11.098,01	\$ 10.862,44	\$ 9.788,56	\$ 9.645,92
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	\$ -	\$ 29.866,92	\$ 46.347,77	\$ 57.445,77	\$ 68.308,21	\$ 78.096,77
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERIODO</b>	<b>\$ 29.866,92</b>	<b>\$ 46.347,77</b>	<b>\$ 57.445,77</b>	<b>\$ 68.308,21</b>	<b>\$ 78.096,77</b>	<b>\$ 87.742,70</b>

En la Tabla 22 y 23 se presenta el Flujo de Caja del proyecto y del Inversionista respectivamente, donde se puede apreciar que durante los cinco años proyectados se disponen de los recursos suficientes para el pago de las obligaciones con terceros, así como un excedente que se puede invertir en otras



actividades. Como para ampliar el rango de prestación de servicio de TRAVERSE a otras ciudades del país en años subsecuentes. Situación que se corrobora con los resultados del Flujo de Efectivo (Tabla 24).

#### 7.4 Criterios de Valoración

Para evaluar financieramente al proyecto se procede a estimar las tasas de descuento de los flujos del proyecto y del inversionista, a través del cálculo del WACC y CAMP, mismos que se muestran en la Tabla 25.

Tabla No 26: Tasa de Descuento

Cálculo de la Tasa de Descuento	
D (% Apalancamiento)	40,00%
E (% Recursos Propios)	60,00%
D+E	100,00%
D/E	66,7%
Kd (Costo deuda)	11,83%
T (Tasa de Impuesto)	36,25%
rf (Tasa libre de riesgo)	0,45%
Rm - rf (Premio por el Riesgo)	4,81%
$\beta$ l (Beta apalancada o del patrimonio)	1,3680
$\beta$ u (Beta desapalancada o de los activos)	0,9600
EMBI (Riesgo País)	8,37%
<b>CAPM = [ rf + <math>\beta</math>l (Rm - rf) ] + EMBI</b>	<b>15,40%</b>
<b>WACC = [(D) (Kd) (1-t)] + [(E) (CAPM)]</b>	<b>12,26%</b>

Tabla No 27: Criterios de Valoración

EVALUACIÓN DEL PROYECTO		EVALUACIÓN DEL INVERSIONISTA	
<b>VAN</b>	\$15.479,04	<b>VAN</b>	\$14.304,00
<b>TIR</b>	26,04%	<b>TIR</b>	36,48%
<b>IR</b>	\$ 2,03	<b>IR</b>	\$ 2,57
<b>PRI</b>	3,72	<b>PRI</b>	3,07

Tomando en cuenta la tasa de descuento, se obtiene que el negocio es viable financieramente, tanto para el inversionista como en general, con un VAN positivo de \$15.479,04 y \$14.304,00 respectivamente. Así como una TIR de 26,04% y 36,48% que se ubican muy por encima de las tasas de descuento. En el caso del proyecto se tiene una ganancia de \$2,03 por cada dólar invertido y de \$2,57 para el inversionista. Finalmente, el periodo de recuperación de la inversión es de aproximadamente 3 años en cada caso.

## 7.5 Índices Financieros

Al realizar en análisis y comparación de los índices financieros de TRAVERSE con los de la industria del Transporte, se evidencia que estos se encuentran por encima del promedio, evidenciando un mejor desenvolvimiento de la empresa en relación a las otras compañías de la misma industria.

Es preciso mencionar que no se presentan razones de liquides, debido a que la compañía no cuenta con pasivos corrientes, ni inventarios, ya que lo que se brinda es un servicio y, además, los pagos a los proveedores del servicio (conductores) se realiza de manera semanal dentro del mes, de modo que no se arrastran pagos para los meses siguientes.

Tabla No 28: Índices Financieros

INDICES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Industria
<b>Razones de rentabilidad</b>							
Margen Bruto	%	89,77%	89,74%	89,72%	89,69%	89,74%	1,00%
Margen Neto	%	6,85%	4,73%	4,77%	5,43%	5,54%	0,01%
ROA	%	31,39%	18,60%	16,49%	16,47%	15,02%	0,02%
ROE	%	41,69%	22,36%	18,41%	17,30%	15,02%	0,02%
<b>Razones de apalancamiento</b>							
Endeudamiento Patrimonial	veces	0,33	0,20	0,12	0,05	0,00	0,1219
Endeudamiento del Activo	veces	0,25	0,17	0,10	0,05	0,00	0,1539
Apalancamiento	veces	16,73	14,59	19,39	30,54	84,30	1,1219

Para mejorar los índices financieros de la empresa y tomando en cuenta la información presentada anteriormente, una de las recomendaciones que surge es incrementar el margen de ganancia de TRAVERSE haciendo que el margen de comisión llegue a un máximo del 25%, de modo que se incrementen las utilidades de la empresa, pero no se afecte las de los conductores, esto se haría una vez que se haya ganado el reconocimiento en el mercado.

Tomando en cuenta el desenvolvimiento del negocio se podría considerar aumentar la presencia de la empresa en otras ciudades del país, como Guayaquil, para el cuarto año de funcionamiento del negocio, ya que en el tercer periodo se habría recuperado la inversión realizada por los socios de TRAVERSE.

## 8. CONCLUSIONES

A través del análisis del entorno externo se presentaron varias oportunidades para el desarrollo del negocio, entre ellas la autorización de la operación de plataformas digitales para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Quito, así como la preferencia de los quiteños por este tipo de medios para solicitar el servicio, al considerarlo más seguro y confiable que el brindado por las cooperativas de taxis y taxistas informales.

Al realizar el estudio de mercado, se identificó un interés del 100% por parte del público objetivo del negocio, que son principalmente hombres y mujeres de 18 a 25 años, quienes buscan un servicio de mototaxi seguro y rápido, que les permita llegar a tiempo a sus destinos, sin que implique poner en riesgo su seguridad. Además, se encuentran dispuestas a pagar por el servicio hasta un 30% menos que por el brindado por un automóvil.

Como estrategias de marketing se tiene brindar un servicio rápido y seguro, en cumplimiento de todas las normas de seguridad, brindando para ellos a los usuarios y conductores equipo de protección personal, así como para climas adversos como la lluvia. En cuanto al precio, se fija una tarifa un 25% menor a las de los servicios de taxi con automóvil. Así como una ganancia para los conductores del 80%. El servicio se brinda por medio de la plataforma, y la publicidad se realiza por medios digitales, en tanto que se entrega como promoción crédito para próximos viajes.

TRAVERSE nombre de la empresa, se constituye como una sociedad anónima fundada por dos socios quienes aportan el 60% de la inversión inicial del proyecto. Además, la compañía contará con la colaboración de 11 trabajadores, personal suficiente para brindar un servicio eficiente a los usuarios y conductores, así como procesos definidos para el adecuado funcionamiento del negocio y atención del cliente.

Al realizar la evaluación financiera del proyecto se identifica que el negocio propuesto es viable y rentable de ponerse en marcha con un VAN de \$15.479,04 y una TIR de 26,04% la cual se encuentra muy por encima de su tasa de descuento (12,16%). Siendo el periodo de recuperación de la inversión de los \$38.316,40 en aproximadamente 3 años.

Finalmente, si bien este proyecto es viable y rentable de ponerse en marcha, al momento debido a la pandemia del COVID-19 en la ciudad de Quito, el proyecto no podría implementarse, ya que en la actualidad las motocicletas solo pueden ser usadas para la entrega a domicilio de alimentos, comida preparada y medicinas; y, además, únicamente puede movilizarse el conductor (Rosero, 2020).

## REFERENCIAS

- ABC Motor. (2 de Enero de 2018). *La moto es el vehículo de menor impacto sobre el medio ambiente*. Obtenido de [https://www.abc.es/motor/reportajes/abci-moto-vehiculo-menor-impacto-sobre-medio-ambiente-201801021303\\_noticia.html](https://www.abc.es/motor/reportajes/abci-moto-vehiculo-menor-impacto-sobre-medio-ambiente-201801021303_noticia.html)
- Agencia Nacional de Tránsito. (2015). *LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL*. Retrieved from [https://www.etapa.net.ec/Portals/0/TRANSPARENCIA/Literal-a2/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE\\_-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf](https://www.etapa.net.ec/Portals/0/TRANSPARENCIA/Literal-a2/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE_-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf)
- Agencia Nacional de Tránsito. (2020, Enero). *Reporte Nacional de Siniestros de Tránsito Enero 2020*. Retrieved from ANT: <https://www.ant.gob.ec/index.php/ley-de-transparencia/ley-de-transparencia-2020/file/7081-reporte-nacional-de-siniestros-de-transito-2020>
- BCE. (2019, Diciembre). *Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador. Resultados de las variables macroeconómicas, 2019. III*. Retrieved from <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp>
- BCE. (2020, Febrero). *Ecuador: reporte mensual de inflación*. Retrieved from <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202002.pdf>
- BCE. (2020, Febrero). *Evolución de las operaciones activas y pasivas del Sistema Financiero Nacional*. Retrieved from <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/ect202002.pdf>
- Bolaños, C. (15 de Mayo de 2019). *Quito: ¿Cómo identificar un taxímetro adulterado?* Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2019/05/15/quito-como-identificar-un-taximetro-adulterado.html>

- Bridgestone. (2019, Febrero 21). *Tecnología a fondo en las motocicletas*. Retrieved from <https://www.bridgestone.com.mx/es/nosotros/noticias/tecnologia-en-las-motocicletas>
- Cabify. (Abril de 2020). *Conductores*. Obtenido de <https://cabify.com/es/conductores>
- Carvajal, A. (2019, Enero 30). *Consejo Consultivo del Municipio concluye que se deben legalizar Uber y Cabify en Quito*. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/actualidad/consejo-legalizar-uber-cabify-quito.html>
- CESVIMAP. (2016, Abril 14). *El negocio de tecnología para motocicletas, en auge*. Retrieved from <https://www.revistacesvimap.com/el-negocio-de-tecnologia-para-motocicletas-en-auge/>
- Corporación Andina de Fomento. (2015, Julio). *La motocicleta en América Latina. Caracterización de su uso e impactos en la movilidad en cinco ciudades de la Región*. Retrieved from SCIOTECA Espacio de Conocimiento Abierto: <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/754/CAF%20LIBRO%20motos%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Corporación Andina de Fomento. (2015). *La motocicleta en América Latina. Caracterización de su uso e impactos en la movilidad en cinco ciudades de la Región*. Bogotá: CAF.
- Corporación Andina de Fomento. (2015). *La motocicleta en América Latina. Caracterización de su uso e impactos en la movilidad en cinco ciudades de la Región*. Bogotá: CAF.
- Corporación Fondo de Prevención Vial. (2013). *Caracterización de la prestación del servicio de transporte en motocicleta (mototaxismo) en Colombia*. Colombia: Coportación Fondo de Prevención Vial.
- El Comercio. (2018, Marzo 27). *Uber y Cabify son los servicios de transporte preferidos frente a los taxis amarillos, según sondeo*. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/actualidad/uber-servicio-preferido-lectores-elcomercio.html>

- El Comercio. (3 de Junio de 2020). *Quito se reactiva parcialmente desde este 3 de junio del 2020 con el semáforo amarillo*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito-reactivacion-semaforo-amarillo-coronavirus.html>
- El Tiempo. (2 de Agosto de 2014). *Cada taxi hace 8.920 carreras al año*. Obtenido de [https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/cada-taxi-hace-8-920-carreras-al-ano?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=5fba7f8aa71e5c3cda33883c4c07ca491d44c9f9-1588006349-0-Aa-693K3SWOAL2YeSYpqmBFtclgjZRvdoakqxaqT5TT63uDNqKzndwbamrWVPnZLmd1BndyUOsA4mOvlZzb8LRplfdxqgik9xc](https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/cada-taxi-hace-8-920-carreras-al-ano?__cf_chl_jschl_tk__=5fba7f8aa71e5c3cda33883c4c07ca491d44c9f9-1588006349-0-Aa-693K3SWOAL2YeSYpqmBFtclgjZRvdoakqxaqT5TT63uDNqKzndwbamrWVPnZLmd1BndyUOsA4mOvlZzb8LRplfdxqgik9xc)
- Guarderas, S. (2019, Noviembre 20). Quito podría sumarse a resolución que limita el número de pasajeros en moto. (J. L. Teleamazonas, Interviewer)
- Ideas Creativas. (2019). *Cuanto cuesta una aplicación móvil (app)*. Retrieved from <https://ideascreativas.com.ec/blog/cuanto-cuesta-una-aplicacion-movil/>
- INEC. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Quito: INEC.
- INEC. (2018, Diciembre). *Anuario de Estadísticas de Transporte*. Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2017/2017\\_TRANSPORTE\\_PRESENTACION.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2017/2017_TRANSPORTE_PRESENTACION.pdf)
- INEC. (2019, Septiembre). *ENEMDU*. Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909_Mercado_Laboral.pdf)
- INEC. (2020, Enero). *Índice de Precios al Consumidor*. Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin\\_tecnico\\_01-2020-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf)
- Madero, F. (21 de Abril de 2014). *Taxis, tarifas, rendimiento, oferta y demanda*. Obtenido de <https://www.milenio.com/opinion/editoriales/lectores-torreon-escribanos-laguna/taxis-tarifas-rendimiento-oferta-y-demanda>

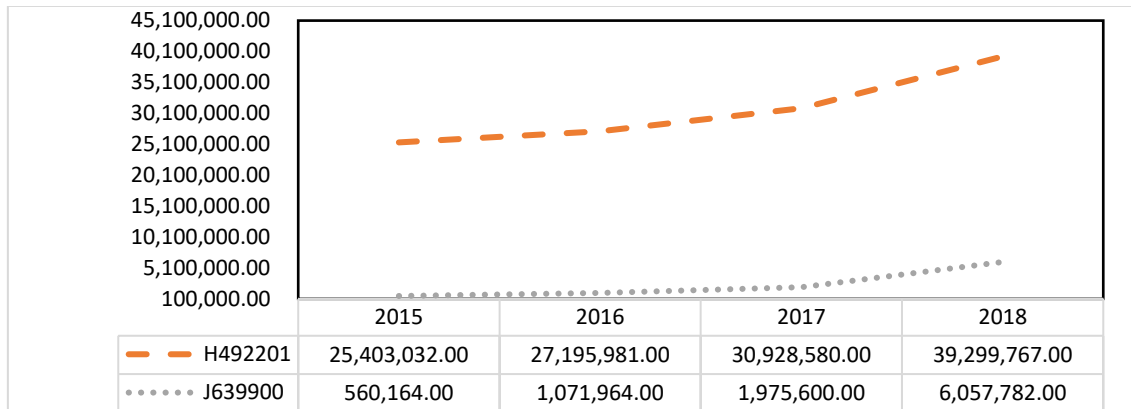
- Medina, A. (2018, Enero 3). *Consulte cuántos autos versus motos circulan en su provincia*. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/datos/motos-matriculadas-crecieron-ecuador-transporte.html>
- Mercado Libre. (6 de Abril de 2020). *Desarrollo de aplicaciones*. Obtenido de <https://computacion.mercadolibre.com.ec/software/desarrollo-aplicacion>
- Mercado Libre. (6 de Abril de 2020). *Motocicletas*. Obtenido de <https://motos.mercadolibre.com.ec/deportivas/nuevos/>
- Metro Ecuador. (2019, Julio 19). *Descartan bloqueo de Uber y Cabify*. Retrieved from <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2019/07/19/descartan-bloqueo-uber-cabify.html>
- Municipio de Quito. (7 de Abril de 2015). *Ordenanza N° 0056*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Proyectos%20Ordenanzas/56/Ordenanza%20No.%20056.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Proyectos%20Ordenanzas/56/Ordenanza%20No.%20056.pdf)
- Municipio de Quito. (2018, Junio 18). *Oficio N°: SG 1856*. Retrieved from [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Comisiones%20del%20Concejo/Movilidad/2018/2018-06-20/2.%20Ordenanza%20normas%20de%20seguridad%20para%20conductores/Oficio%20SG%201856.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Comisiones%20del%20Concejo/Movilidad/2018/2018-06-20/2.%20Ordenanza%20normas%20de%20seguridad%20para%20conductores/Oficio%20SG%201856.pdf)
- Páginas Amarillas. (6 de Abril de 2020). *Taxis en Quito*. Obtenido de <https://www.paginas-amarillas.com.ec/quito/servicios/taxis>
- Quito Informa. (6 de Abril de 2020). *Denuncias transporte público*. Obtenido de <http://www.quitoinforma.gob.ec/tag/denuncias-transporte-publico/>
- Rosero, A. (2020 de Mayo de 2020). *¿Para qué actividades está autorizado el uso de vehículos y motos en esta pandemia?* Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/circulacion-vehiculos-motos-protocolo-coronavirus.html>
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2018, Agosto 8). *Informe especial N° SCPM-IAC-DNEM-015-2017. Análisis de la normativa legal relacionada con el servicio de transporte comercial terrestre de personas a través de platanormas tecnológicas en el Distrito Metropolitano de Quito*



(DMQ). Retrieved from [https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/01/INFORME-DNITEE-015-2017-TAXIS\\_VP3.pdf](https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/01/INFORME-DNITEE-015-2017-TAXIS_VP3.pdf)

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Ingresos por actividades del proyecto



Adaptado de: Servicio de Rentas Internas

## Anexo 2. Empleados por rama de actividad

Rama de actividad	sep-14	sep-15	sep-16	sep-17	sep-18	sep-19
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	25,9%	25,1%	26,8%	26,8%	29,3%	29,7%
Comercio	18,6%	18,8%	18,7%	19,0%	18,0%	18,5%
Manufactura (incluida refinación de petróleo)	10,8%	11,0%	10,8%	11,0%	10,3%	10,0%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	7,4%	7,2%	7,2%	6,9%	6,8%	6,6%
Alojamiento y servicios de comida	5,8%	5,7%	6,4%	6,4%	6,5%	6,6%
Construcción	7,4%	7,6%	6,8%	6,4%	6,1%	5,8%
Transporte	5,4%	5,9%	5,7%	5,6%	5,3%	5,4%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,4%	4,2%	4,8%	4,3%	4,8%	5,0%
Otros Servicios	3,8%	3,9%	3,9%	4,0%	3,7%	3,8%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	4,2%	4,7%	3,7%	3,9%	3,7%	3,5%
Servicio doméstico	2,6%	2,5%	2,6%	2,7%	2,7%	2,6%
Correo y Comunicaciones	1,2%	1,1%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%
Actividades de servicios financieros	0,9%	1,0%	0,5%	0,7%	0,8%	0,7%
Suministro de electricidad y agua	0,8%	0,6%	0,6%	0,7%	0,5%	0,5%
Petróleo y minas	0,7%	0,6%	0,4%	0,6%	0,5%	0,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

## Anexo 3: Resumen Porter

NUEVOS COMPETIDORES	BAJA	MEDIA	ALTA
Valor de la marca			5
Requisito de capital	1		
Política gubernamental	1		
Promedio		2,33	

PODER DE CLIENTES	BAJA	MEDIA	ALTA
Costo de cambio de empresa		3	
Existencia de sustitutos			5
Concentración de compradores	1		
Promedio		3	

PODER DE PROVEEDORES	BAJA	MEDIA	ALTA
Costo de cambio proveedores	1		
Diferencias calidad	1		
Promedio	1		

SUSTITUTOS	BAJA	MEDIA	ALTA
Disponibilidad de sustitutos			5
Diferencia de precio			5
Diferencia de calidad	1		
Promedio		3,66	

#### Anexo 4: Cuestionario Entrevista a Expertos



Buenos días, soy estudiante de la Universidad de las Américas y me encuentro en fase de titulación, realizando un estudio denominado “Plan de Negocios para la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio”.

El objetivo de esta entrevista, es conocer el uso de la motocicleta para generar ingresos a través de aplicaciones.

Nombre del entrevistado: **Mario Benavides**  
 Cargo dentro de la empresa: **Repartidor**  
 Nombre de la empresa: **Uber Eat/Rappi**

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta aplicación?
2. ¿Por qué decidió trabajar por medio de una aplicación?
3. ¿Cuántas horas a la semana trabaja bajo la aplicación?
4. ¿Cuánto gana semanalmente al trabajar para esta aplicación?
5. ¿Cuál es la forma de pago, está de acuerdo con la misma, si o no, por qué?
6. ¿Se dedica a otra actividad económica adicional a la plataforma de entrega de comida a domicilio, si o no, por qué?
7. ¿Su experiencia trabajando bajo una aplicación ha sido positiva o negativa, por qué?

8. ¿Cómo atiende sus quejas/requerimientos la plataforma, diría que es efectivo, si o no, por qué?
9. ¿Le gustaría brindar el servicio de mototaxi bajo una aplicación, si o no, por qué?
10. ¿Qué beneficios debería ofrecerle una plataforma para que usted elija brindar el servicio de mototaxi, ante el de reparto de comida (*delivery*)?



Buenos días, soy estudiante de la Universidad de las Américas y me encuentro en fase de titulación, realizando un estudio denominado “Plan de Negocios para la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio”.

El objetivo de esta entrevista es conocer el funcionamiento del servicio de taxi mediante una aplicación móvil.

Nombre del entrevistado: **Jonathan Solorzano**  
Cargo dentro de la empresa: **Conductor/socio**  
Nombre de la empresa: **Uber**

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Uber?
2. ¿Cómo ha sido su experiencia al trabajar en Uber?
3. ¿Por qué considera que las personas prefieren usar Uber a otro medio de transporte?
4. ¿Cuánto tiempo destina a trabajar en Uber y cuál es su ganancia neta semanal?
5. ¿Cuáles son los gastos que debe asumir como conductor de Uber?
6. ¿Qué porcentaje recibe Uber por cada carrera que realiza, le parece justo, si o no, por qué?
7. ¿Ha tenido problemas con la policía de tránsito metropolitana por ser conductor de Uber?
8. ¿Considera la motocicleta un medio de transporte para brindar el servicio de taxi, si o no, por qué?
9. ¿Le gustaría ser conductor de mototaxi, si o no, por qué?
10. ¿Usted trabajaría como mototaxista para una plataforma digital?
11. ¿Qué le debería asegurar una plataforma de servicio de mototaxi, para que decida ser conductor?

12. ¿Si se ofertara el servicio en motocicleta, cual considera debería ser la ganancia del conductor, tomando en cuenta sus gastos?
13. En su opinión ¿Por qué si y por qué no, las personas usarían un servicio de mototaxi en la ciudad de Quito?

## Anexo 5. Cuestionario Grupo Focal



Buenos días, soy estudiante de la Universidad de las Américas y me encuentro en fase de titulación, realizando un estudio denominado “Plan de Negocios para la creación de una compañía dedicada al transporte urbano de personas en motocicletas en la ciudad de Quito, mediante el uso de una aplicación móvil para solicitar el servicio”.

El objetivo de este grupo focal, es conocer las características que debería tener un servicio de mototaxi solicitado mediante el uso de una aplicación móvil para que sea atractivo para los quiteños.

1. Presentación del Investigador
2. Descripción del servicio a ofertarse
3. Inicio de preguntas
  - a. ¿Le gusta usar aplicaciones móviles, por qué?
  - b. ¿Para qué tipo de actividades usa aplicaciones móviles?
  - c. ¿Cuál es la ventaja de usar una aplicación móvil en el caso de los servicios?
  - d. ¿Usa las aplicaciones móviles para solicitar servicio de taxi, por qué?
  - e. ¿Le gusta viajar en motocicleta, si o no, por qué?
  - f. ¿En qué situaciones considera la motocicleta es la mejor opción para movilizarse?
  - g. ¿Al pedir taxi lo hace por una aplicación móvil, lo toma en la calle o llama a una cooperativa?
  - h. ¿Solicitaría una motocicleta como taxi, por qué?
  - i. ¿Pagaría más, menos o igual tarifa por el servicio de una mototaxi, por qué?
  - j. ¿Qué condiciones debe tener una mototaxi para que se sienta seguro de viajar en ella?



Cuenta de ¿QUÉ TARIFA CONSIDERA ES		
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	SI	Total general
IGUAL A LA DE LOS AUTOMÓVILES	15,79%	15,79%
MAYOR A LA DE LOS AUTOMÓVILES	3,51%	3,51%
MENOR A LA DE LOS AUTOMÓVILES	80,70%	80,70%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Cuenta de ¿QUÉ TARIFA CONSIDERA		
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	SI	Total general
IGUAL A LA DE LOS AUTOMÓVILES	15,79%	15,79%
MAYOR A LA DE LOS AUTOMÓVILES	3,51%	3,51%
MENOR A LA DE LOS AUTOMÓVILES	80,70%	80,70%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Cuenta de ¿CONSI			
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna		
	APLICACIÓN MÓVIL	LLAMADA TELEFÓNICA	Total general
SI	92,98%	1,75%	100,00%
<b>Total general</b>	<b>92,98%</b>	<b>1,75%</b>	<b>100,00%</b>

Cuenta de ¿SE ENCC					
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna				
	APLICACIÓN MÓVIL	EN LA CALLE D	LLAMADA TELEFÓNICA (en blanco)		Total general
SI	92,98%	5,26%	1,75%	0,00%	100,00%
<b>Total general</b>	<b>92,98%</b>	<b>5,26%</b>	<b>1,75%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>



