

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de
un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de
Manta**

AUTOR:

Delgado Vélez, Pamela Alexandra

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

TUTORA:

Lic. Beatriz Annabell Loor Ávila, MGS

Guayaquil, Ecuador

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Delgado Vélez, Pamela Alexandra** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

TUTOR (A)

f. _____
Lic. Beatriz Annabell Loor Ávila, MGS

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, Mgs

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Delgado Vélez, Pamela Alexandra**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del 2017

LA AUTORA

f. _____
Delgado Vélez, Pamela Alexandra



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Delgado Vélez, Pamela Alexandra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta, cuyo** contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del 2017

LA AUTORA:

f. _____
Delgado Vélez, Pamela Alexandra

Urkund Analysis Result

Analysed Document: PAMELA DELGADO.docx (D30297092)
Submitted: 2017-08-30 19:10:00
Submitted By: biachimsc70@gmail.com
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo de titulación principalmente a Dios

Agradezco inmensamente a mis padres Baudilio Delgado y Ana Vélez, por enseñarme a cumplir mis metas y que todo su sacrificio tiene recompensa.

A mis hermanas Carolina y Melanie, porque a pesar de todas las diferencias que tenemos familia es familia.

Agradezco a mis abuelos, a mis tíos, primos y demás familiares que han estado presentes en mi formación profesional.

A mis profesores: Raúl Santillán, Beatriz Loor, Ángeles Solís gracias por todo el apoyo que me han brindado a lo largo de los últimos años, especialmente en la UTE

Gracias infinitas a mis mejores amigas Cinthya Aray, Nicolle García y Andrea Vera por su apoyo siempre.

Gracias a mis amigos que han estado a lo largo de esta etapa, y que han ganado un gran lugar en mi corazón, especialmente: Lourdes, Andrea, Malena, Wilson, Jorge, Steven, Denisse y Cristhian.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación a Dios por bendecirme siempre y guiarme en todo lo que me he propuesto. A mi familia nada de esto hubiera sido posible sin su apoyo, gracias por todo el sacrificio que hacen por mí y por enseñarme a no desperdiciar las oportunidades de la vida.

Especialmente dedico este trabajo a mi tutora la Miss Beatriz Loor es un ángel caído del cielo, me ha sabido guiarme, entenderme y comprenderme en todo este proceso, nada de esto hubiera sido posible sin ella.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, Mgs
DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Lic. Beatriz Annabell Loor Ávila, MGS
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Ma. Ángeles Solís Tazan
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CALIFICACIÓN

f. _____
Lic. Beatriz Annabell Loor Ávila, MGS

ÍNDICE GENERAL

TEMA:.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
URKUND.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	viii
CALIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	20
CAPÍTULO 1.....	22
1. Descripción de la investigación.....	22
1.1. Título-Tema.....	22
1.2. Justificación.....	22
1.3. Planteamiento y delimitación del tema u objeto de estudio.....	23
1.4. Contextualización del tema u objeto de estudio.....	23
1.5. Objetivos de la Investigación.....	24
1.5.1. Objetivo General.....	24
1.5.2. Objetivo Especifico.....	24
1.6. Determinación del método de investigación y técnica de recogida y análisis de la información.....	24
1.7. Planteamiento del problema.....	25
1.8. Fundamentación teórica del proyecto.....	25
1.8.1. Marco Referencial.....	26
1.8.2. Marco Teórico.....	27
1.8.3. Marco Conceptual.....	29
1.8.4. Marco Legal.....	29
1.8.5. Marco Lógico.....	30
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos.....	32

1.10.	Cronograma.....	32
CAPITULO 2.....		35
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	35
2.1.	Análisis de la Oportunidad.....	35
2.2.	Misión, Visión y Valores de la empresa	36
2.3.	Objetivos de la empresa	37
2.3.1.	Objetivo General	37
2.3.2.	Objetivos específicos	37
CAPÍTULO 3.....		39
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	39
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa.....	39
3.1.1.	Generalidades.....	39
3.1.2.	Fundación de la empresa.....	39
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	41
3.2.	Políticas de buen gobierno corporativo.....	41
3.2.1.	Código de ética	41
3.3.	Propiedad Intelectual.....	42
3.3.1.	Registro de marca.....	42
3.3.2.	Derecho de Autor del Proyecto	42
3.3.3.	Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	42
3.4.	Presupuesto Constitución de la empresa	43
CAPITULO 4.....		46
4.	Auditoria de Mercado.....	46
4.1.	PEST	46
4.2.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.....	52
4.3.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	56
4.4.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones.....	57
4.5.	Análisis de la Oferta.....	59
4.5.1.	Tipo de Competencia	59
4.5.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	59
4.5.3.	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	60
4.5.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	61
4.6.	Análisis de la Demanda	62
4.6.1.	Segmentación de Mercado	62
4.6.2.	Criterio de Segmentación.....	62

4.6.3.	Selección de Segmentos	63
4.6.4.	Perfiles de los Segmentos	63
4.7.	Matriz Foda	65
4.8.	Investigación de mercado	66
4.8.1.	Método	66
4.8.2.	Diseño de la Investigación	66
4.8.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado	83
4.8.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	83
CAPÍTULO 5.....		85
5. PLAN DE MARKETING		85
5.1. Objetivos: General y Específicos		85
5.1.1.	Mercado Meta.....	85
5.2.	Posicionamiento	86
5.3.	Marketing Mix	86
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios	86
5.3.2.	Estrategia de Precios	89
5.3.3.	Estrategia de Plaza	90
5.3.4.	Estrategias de Promoción	95
5.4.	Presupuesto de Marketing.....	104
CAPÍTULO 6.....		106
6. PLAN OPERATIVO		106
6.1. Producción.....		106
6.1.1.	Proceso Productivo	106
6.1.2.	Flujogramas de procesos	107
6.1.3.	Infraestructura	109
6.1.5.	Capacidad Instalada.....	112
6.1.6.	Presupuesto	113
6.2. Gestión de Calidad		113
6.2.1.	Políticas de calidad	113
6.2.2.	Procesos de control de calidad	114
6.2.3.	Presupuesto	115
6.3. Gestión Ambiental		115
6.3.1.	Políticas de protección ambiental	115
6.3.2.	Procesos de control ambiental.....	115
6.3.3.	Presupuesto.....	115
6.4. Gestión de Responsabilidad Social		116
6.4.1.	Políticas de protección social	116

6.4.2.	Presupuesto.....	116
6.5.	Estructura Organizacional.....	116
6.5.1.	Organigrama	116
6.5.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	117
6.5.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.....	118
	CAPÍTULO 7	120
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	120
7.1.	Inversión Inicial	120
7.1.1.	Tipo de Inversión.....	120
7.1.2.	Financiamiento de la inversión	121
7.1.2.3.	Cronograma de Inversiones.....	122
7.2.	Análisis de Costos	123
7.2.1.	Costos Fijos	124
7.2.2.	Costos Variables	124
7.3.	Capital de Trabajo	124
7.3.1.	Gastos de Operación	125
7.3.2.	Gastos Administrativos.....	125
7.3.3.	Gastos de Ventas.....	126
7.3.4.	Gastos Financieros	126
7.4.	Análisis de Variables Críticas.....	127
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	127
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Venta	128
7.4.3.	Análisis de Punto de Equilibrio	130
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa.....	131
7.6.	Estados Financieros proyectados.....	131
7.6.1.	Balance General.....	131
7.6.2.	Estado de pérdidas y ganancias	133
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples .	135
7.8.	Razones Financieras	136
7.8.1.	Liquidez.....	136
7.8.2.	Gestión.....	136
7.8.3.	Endeudamiento	136
7.8.4.	Rentabilidad	137
7.9.	Conclusión del Estudio Financiero.....	138
	CAPÍTULO 8.....	140
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	140

8.1.	Principales riesgos.....	140
8.2.	Monitoreo y control del riesgo.....	140
8.3.	Acciones Correctivas	140
	CAPÍTULO 9.....	142
9.	CONCLUSIONES	142
	CAPÍTULO 10.....	144
10.	Recomendaciones	144
	CAPÍTULO 11.....	146
11.	FUENTES	146
	CAPÍTULO 12.....	151
12.	ANEXOS	151
	CAPÍTULO 13.....	158
13.	MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	158
	DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	160
	REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	161

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de marco lógico	31
Tabla 2 Capital Social, Acciones y participaciones	41
Tabla 3 Presupuesto de la constitución de la empresa	43
Tabla 4 Características de los Competidores	60
Tabla 5 Tabla de Segmentación Usuarios	62
Tabla 6 Tabla de segmentación Clientes	62
Tabla 7 Matriz FODA	65
Tabla 8 Tamaño de la muestra	67
Tabla 9 Descripción del servicio	88
Tabla 10 Competencia Indirecta	90
Tabla 11 Cronograma de pauta en Facebook e Instagram.....	96
Tabla 12 Pauta en Periódicos	98
Tabla 13 Cronograma de promoción	103
Tabla 14 Presupuesto de Activos Fijos	113
Tabla 15 Gestión Ambiental	115
Tabla 16 Manual de funciones	118
Tabla 17 Crecimiento de ventas en %	129
Tabla 18 Acciones correctivas	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Cronograma	33
Gráfico 2 Distribución de vehículos matriculados, según uso	49
Gráfico 3 Estratificación Social	50
Gráfico 4 Acceso de TIC a Nivel Nacional	51
Gráfico 5% de personas que tienen teléfono inteligente a nivel Nacional....	51
Gráfico 6 Líneas activos por tipo.....	52
Gráfico 7 Crecimiento de vehículos matriculados	53
Gráfico 8 Distribución de vehículos matriculados a nivel Nacional	54
Gráfico 9% de personas que han utilizado internet en los últimos años	55
Gráfico 10 Uso de dispositivos electrónicos a nivel Nacional	56
Gráfico 11 Ciclo de vida del producto	56
Gráfico 12 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	57
Gráfico 13 Cálculo de muestra.....	68
Gráfico 14 Género	75
Gráfico 15 Rango de edad	76
Gráfico 16 Uso de Smartphone.....	76
Gráfico 17 Sistema Operativo	77
Gráfico 18 Frecuencia de uso	77
Gráfico 19 Uso de servicios a través de una aplicación móvil	78
Gráfico 20 Razones para alquilar un vehículo	78
Gráfico 21 Factores de preferencia de vehículos.....	79
Gráfico 22 Uso de una app móvil para alquilar un vehículo	79
Gráfico 23 Lugar de entrega/devolución del vehículo	80
Gráfico 24 Devolución de vehículo	81
Gráfico 25 Recibir información sobre el aplicativo	81
Gráfico 26 Medio de información	82
Gráfico 27 Isotipo del servicio	89
Gráfico 28 Layout.....	92
Gráfico 29 Roll up	93
Gráfico 30 Stand del servicio	93
Gráfico 31 Estrategia de lanzamiento	96
Gráfico 32 Estrategias de lanzamiento	97
Gráfico 33 Estrategias de lanzamiento	97
Gráfico 34 Arte en el Diario Manabita	98
Gráfico 35 Influencer Jocelyn Mieles	99
Gráfico 36 Influencers Nicole Loor.....	99
Gráfico 37 Pagina web de Avis	101
Gráfico 38 Redes sociales de Avis	101
Gráfico 39 Redes Sociales	102
Gráfico 40 Presupuesto de Marketing.....	104
Gráfico 41 Flujograma de clientes	108
Gráfico 42 Flujograma de registro de usuarios	109
Gráfico 43 Flujo de proceso de la app	109
Gráfico 44 Mapa de ubicación de la empresa.....	110
Gráfico 45 Diseño de la oficina de Driving	111
Gráfico 46 Mano de obra Directa	112
Gráfico 47 Organigrama	116

Gráfico 48 Inversión Inicial.....	120
Gráfico 49 Tipo de Inversión.....	120
Gráfico 50 Inversión Diferida.....	121
Gráfico 51 Corriente.....	121
Gráfico 52 Financiamiento	122
Gráfico 53 Resumen de tabla de amortización	122
Gráfico 54 Cronograma de inversión	122
Gráfico 55 Costo de sueldo básico	123
Gráfico 56 Resumen de costos anuales	123
Gráfico 57 Costos fijos y variables.....	124
Gráfico 58 Costo total del servicio	124
Gráfico 59 Capital de trabajo	125
Gráfico 60 Gasto de operación	125
Gráfico 61 Gastos Administrativos.....	126
Gráfico 62 Gasto de venta	126
Gráfico 63 Gastos financieros.....	126
Gráfico 64 Mark up	128
Gráfico 65 Precio por suscripción mensual.....	128
Gráfico 66 Precio Anual.....	128
Gráfico 67 Crecimiento de la industria	129
Gráfico 68 Costo de servicios	129
Gráfico 69 Ventas por unidades.....	130
Gráfico 70 Ingreso por Ventas (suscripciones)	130
Gráfico 71 Punto de Equilibrio	131
Gráfico 72 EFS	131
Gráfico 73 Estado de pérdidas y ganancias	133
Gráfico 74 Flujo de caja	134
Gráfico 75 TMAR	135
Gráfico 76 Escenarios.....	136
Gráfico 77 Liquidez	136
Gráfico 78 Gestión	136
Gráfico 79 Endeudamiento	137
Gráfico 80 Rentabilidad	137

RESUMEN

En los últimos años el crecimiento de las aplicaciones móviles ha tenido un alto impacto en el mundo y en el país. La propuesta se encuentra en un sector que está en auge en el país como son las TICS. Driving es un aplicativo móvil que facilita el alquiler de vehículos en la ciudad de Manta.

Driving estará disponible en tiendas virtuales como IOS y Android, en donde se satisficían necesidades tanto de usuarios que descarguen la aplicación y podrá encontrar el vehículo que más se ajuste a sus necesidades y requerimientos, y para los clientes que podrán suscribir sus vehículos a la aplicación.

En el desarrollo de la propuesta, se analizó la viabilidad y rentabilidad del mismo través del desarrollo de un plan de negocios por medio de estudio de mercado, plan de marketing, plan operativo y la elaboración de un estudio financiero.

En el estudio de mercado se logró determinar que el 100% de los encuestados poseen un teléfono inteligente. La principal razón para alquilar un vehículo con un 30% es para uso personal. El factor de relevancia al momento de alquilar un vehículo es el precio con un 34%. El 88% de usuarios encuestados utilizaría el servicio propuesto a través de la aplicación y en el estudio financiero proyectado en cinco años arrojó resultados favorables, se determinó un VAN positivo de \$ \$23.155,52y una TIR de 26,75% lo que demuestra que la presente propuesta es atractiva para el mercado y para los accionistas

Palabras claves: aplicación móvil, alquiler de vehículos, Manta, teléfonos inteligentes

ABSTRACT

In recent years the growth of mobile applications has had a high impact on the world and the country. The proposal is in a sector that is booming in the country as are the TICS. Driving is a mobile application that facilitates the rental of vehicles in the city of Manta.

Driving will be available in virtual stores such as IOS and Android, where the needs of users who download the application are met and you can find the vehicle that best suits your needs and requirements, and for customers who can subscribe their vehicles to the application.

In developing the proposal, feasibility and profitability of the same through the development of a business plan through market research, marketing plan, operational plan and preparing a financial study it was analyzed.

In the market study it was determined that 100% of the respondents have a smartphone. The main reason to rent a vehicle with 30% is for personal use. The factor of relevance when renting a vehicle is the price with 34%. 88% of users surveyed would use the proposed service through the application and in the five-year financial study projected favorable results, a positive NPV of \$23.155,52 and an IRR of 26.75% was determined which shows that this proposal is attractive to the market and to shareholders

Keywords: mobile app, car rental, Manta, smartphones

INTRODUCCIÓN

La propuesta de investigación tiene como finalidad brindar el servicio de alquiler de vehículos por medio de una aplicación móvil que sea de fácil acceso para usuarios y clientes en la ciudad de Manta, al mismo tiempo contribuirá con la generación de empleo y cumplir con los objetivos estratégicos del plan nacional del Buen Vivir. En la actualidad en la ciudad de Manta no existe un aplicativo para la renta de vehículos ni aplicaciones similares que ofrezcan servicios de transporte, la propuesta busca posicionarse en la ciudad como una aplicación diferente y que permita relacionar los servicios de alquiler de vehículos con la aplicación móvil. El tema propuesto busca integrar a usuarios y clientes con el fin de brindar un servicio diferenciado en la ciudad.

La creación y el desarrollo del presente trabajo de titulación se lo realizara a través de un plan de negocios por medio de ocho capítulos en los cuales se determina y analiza la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. Descripción de la investigación

1.1. Título-Tema

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta”

1.2. Justificación

Por medio del trabajo de titulación se plantea poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los ocho ciclos de estudio en la carrera de Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La creación de empresas tecnológicas o de innovación ha repercutido en el mundo, cada día se descargan y aparecen nuevas aplicaciones con múltiples servicios. “Las aplicaciones móviles pueden ayudar a solventar los problemas de tipo particular o general de la sociedad, debido a sus características de movilidad y ubicuidad” (Gasca Mantilla, Camargo Ariza, & Medina Delgado, 2013). En Ecuador existen varias opciones al momento de alquilar un vehículo, los usuarios buscan comodidad y seguridad así optan por establecimientos reconocidos, otros prefieren economía baja y que cuenten con rapidez y escogen lugares “informales” para alquilar un vehículo.

La propuesta tiene como objetivo ofrecer un servicio de alquiler de vehículos a través del desarrollo de un aplicativo móvil. Este nuevo servicio será seguro, tecnológico, de alto impacto; ya que con eso se logrará mantener informados a los usuarios sobre datos relevantes ante la toma de decisión de viajar y escoger el vehículo más cómodo y que se adapte a las actividades a realizar. Esto permitirá el acceso rápido y eficaz al momento de búsqueda, contará con la opción reservas de un vehículo, así como variedad en opciones dentro del aplicativo móvil. “Una aplicación móvil consiste en un software que funciona en un dispositivo móvil teléfonos y tabletas y ejecuta ciertas tareas para el usuario” (Mobile Marketing Association, 2011).

Cada día son más las empresas que deciden tener presencia en el mundo móvil y deciden apostar por la creación de una app móvil que responda a sus necesidades y que se adapte a los nuevos hábitos de los consumidores.

Lo más importante al crear una app móvil es estudiar el mercado, tener claro a qué tipo de usuarios se quiere llegar y observar la competencia. Actualmente en Ecuador muchos usuarios descargan diferentes aplicaciones para móviles. Por eso es esencial desarrollar una aplicación que logre diferenciarse de otras. La aplicación para alquilar vehículos será muy útil y creativa, en cuanto a satisfacer necesidades para los usuarios y los beneficios que ofrecerá.

1.3. Planteamiento y delimitación del tema u objeto de estudio

Se plantea describir un marco teórico para poder así definir ciertos términos informáticos que serán usados a lo largo de la investigación, realizar una auditoría de mercado para profundizar en el mercado meta, desarrollar un plan de marketing que se adapte a las necesidades del segmento escogido, un marco legal y un estudio económico financiero con la finalidad de analizar la factibilidad de un aplicativo móvil, que ofrezca facilitar el alquiler de vehículos en la Ciudad de Manta. El tema será desarrollado desde diciembre 2016 hasta septiembre 2017. El trabajo de titulación cuenta con diez capítulos.

1.4. Contextualización del tema u objeto de estudio

La presente propuesta se encuentra alineada al objetivo número diez del Plan Nacional para el Buen Vivir “Impulsar la transformación de la matriz productiva, en donde se sostiene que, los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013). El desarrollo del aplicativo móvil contribuirá con nuevas formas de ingresos para las empresas de alquiler de vehículos y el alto impacto que se obtendrá a través de un nuevo recurso sostenible en el tiempo como lo es una aplicación móvil.

El tema a estudiar se enmarca en la línea de investigación número diez del Sistema de Investigación y Desarrollo de la UCSG, referente a “Electrónica y Automatización” (SINDE, 2015). La propuesta se refiere y dispondrá del uso de las nuevas tecnologías de la información, dispositivos y herramientas móviles. Los puntos mencionados engloban las metas a cumplirse dentro de la propuesta.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad y viabilidad de la propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta.

1.5.2. Objetivo Especifico

- Desarrollar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptabilidad de la propuesta en la ciudad de Manta
- Estimar la inversión inicial requerida para el desarrollo del aplicativo móvil
- Elaborar un plan de marketing para una buena gestión estratégica de la organización
- Realizar un estudio financiero para proyectar los índices de rentabilidad de la empresa en los próximos cinco años.

1.6. Determinación del método de investigación y técnica de recogida y análisis de la información

El método de investigación a utilizar será exploratorio mencionado estudio sirve para:

Aumentar el grado de familiaridad con fenómenos desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones, dicho estudio tiene por objeto esencial familiarizar con un tópico desconocido o poco estudiado o novedoso.
(Sampieri, Collado, & Lucio, 1991)

Por ello la presente investigación utilizará el alcance de tipo exploratorio puesto que se tratará de identificar la viabilidad de la propuesta. Para realizar el presente estudio la principal técnica de recolección de datos será a través de fuentes de información primaria: entrevista, focus group y

encuestas, debido a que se recolectará datos de un grupo específico. Luego de finalizar el recopilado de los datos, se los analizará a través de herramientas informáticas como: hojas de cálculo en Excel y formularios de google que estarán sujetadas a criterios de sostenibilidad teórica de la propuesta.

1.7. Planteamiento del problema

El servicio del sector de transporte en Ecuador es diverso en opciones y necesidades de los usuarios. En el país se puede utilizar el transporte público que son los buses y el privado que son automóviles. La necesidad de transporte y movilidad depende del sector y los ingresos percibidos por este. Según el análisis de Navia realizando en el año (2012) explica que: “A raíz de los constantes cambios en los reglamentos del SRI sobre la compra de vehículos para la producción y su monto máximo para deducir impuestos que no debe superar los 35.000 dólares, se creó un nuevo nicho de mercado en lo que alquiler de carros se refiere”, ya que el alquiler de un vehículo está entre los \$30 y \$100 diarios. El necesitar un vehículo para un fin específico se ha convertido en algo vital para todos los ecuatorianos y extranjeros.

Actualmente, en el país existen diversas empresas que ofrecen la renta de diferentes tipos de vehículos pero los usuarios buscan bienestar y precios bajos al mismo tiempo es por esto que la propuesta va a favorecer a todos aquellos propietarios que tienen un vehículo, pero no lo utilizan y a las empresas de renta de vehículos ya que estos podrán dar en alquiler los vehículos disponibles y así obtener un dinero extra para beneficiar a todos aquellos usuarios que generalmente se mueven en transporte público o bicicleta, pero que puntualmente pueden necesitar un vehículo cualquier día, sin importar la hora; podrán acceder a rentar un vehículo a través de una aplicación móvil factible y segura. Bajo estas premisas el plan de negocios está diseñado con el fin de ofrecer una solución que brinde seguridad y agilidad en la renta de un vehículo, generando el ahorro y la disminución de costos en relación a las empresas de renta de vehículos y que facilite la interacción entre los usuarios y clientes.

1.8. Fundamentación teórica del proyecto

1.8.1.Marco Referencial

El desarrollo del presente trabajo de titulación tendrá por marco referencial a las empresas: Uber (México) Drivy (Europa) y Avis (Ecuador)

UBER

Según (González, 2015):” Uber detectó una necesidad insatisfecha, y creó un modelo de negocio para atacarla, al hacerlo, identificó y redefinió un segmento de mercado, diseñando una forma de dar valor en una forma centrada en las necesidades del consumidor”. Uber es una empresa internacional que cambio el uso del transporte privado a través de una sencilla manera de pedir coche a través del Smartphone. El confort, la limpieza, puntualidad, la seguridad y las tarifas sencillas han hecho de Uber una empresa de éxito.

La multinacional ha logrado conectar a los conductores que son los dueños de vehículos con los usuarios que necesiten transporte por unas horas. El usuario debe descargar la aplicación y luego de registrarse se debe permitir encontrar ubicación a través del GPS. Uber encuentra al chofer más cercano a través de la geolocalización, los usuarios pueden reservar el auto en línea, observar por GPS por donde se encuentra el vehículo y cuanto tardara hasta llegar al usuario. Esta empresa multinacional ha hecho que el servicio de la tecnología móvil basada en internet conecte a través de la aplicación a pasajeros y conductores. El aplicativo aún no llega a Ecuador, pero está presente en países como Colombia, Argentina entre otros.

DRIVY

Drivy permite escoger entre cientos de coches y furgonetas disponibles para alquilar en una zona. Es rápido y barato. Si alguien tiene un vehículo, puedes ponerlo a alquilar. La empresa ofrece confianza, cobertura a todo riesgo y asistencia en carretera para todos los alquileres. (DRIVY, 2017)

Drivy es un servicio de alquiler de vehículos a través de una aplicación móvil, en tan solo cinco años, la empresa ha crecido más que el resto de sus competidores, para situarse en la actualidad como uno de los principales servicios europeos de alquiler de coches entre particulares, está presente en países como Francia, Alemania y España. Está disponible en aplicación móvil

y pagina web en donde pueden realizar múltiples opciones desde escoger entre cientos de coches disponibles para alquilar en una zona específica hasta alquilar un vehículo propio.

AVIS

Mareauto S.A es una empresa que posee más de 20 años de experiencia en el negocio de alquiler de vehículos a corto y largo plazo. En 2009 asume licencia de Avis para el país. Actualmente es la empresa de alquiler de vehículos número 1 en el país. Cuentan con una moderna flota de unidades de más de 2000 vehículos. vis está presente a nivel nacional con 10 agencias en 8 ciudades. (Avis, 2013)

Avis es una empresa internacional que está presente en Ecuador. Ofrece una gama de vehículos y cobertura a nivel nacional y también en Colombia y Perú, en el país es una de las empresas más requeridas y preferidas de los usuarios. En el sitio web de Avis se puede reservar el vehículo que más se ajuste a las necesidades, en otros países ofrece la opción de aplicativo móvil en donde se puede gestionar la reserva y otras múltiples ventajosas opciones.

1.8.2.Marco Teórico

El presente trabajo de titulación está enfocado en poder alquilar un vehículo en la Ciudad de Manta a través de un aplicativo móvil que sea de respuesta rápida y seguro.

El desarrollo de esta investigación se basa en teorías como:

Plan de Negocios

Para (Valencia & Paucara, 2013)“Un plan de negocios al igual que un proyecto de inversión surge debido a la existencia de oportunidades de negocios que pueden ser necesidades no satisfechas de los usuarios”. El plan de negocio es esencial en un proyecto ya que se determina una demanda insatisfecha y se cubre un nicho desatendido a través de los diferentes componentes del plan de negocios se puede determinar un objetivo. Es una oportunidad poder realizar el aplicativo móvil y ejecutarlo ya que en el mercado no existe una empresa que brinde un servicio parecido.

Modelo de negocio

De acuerdo a Sala, Vicente en su artículo modelo de negocios y economía industrial en el año (2009) menciona que: “El modelo de negocio es una unidad de análisis que da forma a una manera genuina e innovadora de conseguir atraer la confianza de los clientes, generar ingresos con los que cubrir los costes y mantenerse viables en el mercado” (pág. 2). Esta herramienta se refiere a la forma como la empresa va a lograr ganancias con los productos y/o servicios que ofrece, generando una experiencia de compra valiosa para el cliente a través de estrategias innovadoras en la cadena de valor. El éxito de un negocio depende de un buen modelo aplicado y la innovación constante del mismo, se requieren de mecanismos o elementos para lograr la innovación y éxito a través de los elementos del modelo de negocio. El modelo de negocio es una oportunidad para una empresa ya que genera dinero y entrega valor a los clientes.

Emprendimiento

Para (Toca Torres, 2010):” Los individuos se involucran en el emprendimiento movidos por tres razones fundamentales: por deseo, por necesidad o por oportunidad”. Las ideas nacen se desarrollan y diseñan por emprendedores, son capaces de detectar oportunidades hacerlas rentables y sostenibles en el tiempo. El emprendedor utiliza estrategias y busca un motivo para desarrollar su propuesta, satisface necesidades o deseos de un mercado y detenta oportunidades en donde nadie más las ve y las aprovecha para ejecutarlas. Los emprendedores realizan sus actividades de forma novedosa o innovadora. También se le atribuyen características como liderazgo, motivación y conocimientos que hacen que su equipo de trabajo obtenga resultados favorables.

Aplicaciones móviles

En el artículo de la página web de (TICbeat, 2011) refiere a las aplicaciones son las que provocan el impacto de los teléfonos móviles en las personas, ya que han adaptado los sitios de internet para que pueda accederse fácilmente a ellos desde dispositivos que se transportan en el bolsillo. Las aplicaciones móviles o “apps” son las que generan esa posibilidad de conexión, y a la vez

existe muchas que trabajan sin conexión a la red, por lo tanto, las aplicaciones son las que ahora mueven a los Smartphone.

Los dispositivos móviles han ganado una importante parte del mercado por lo que las comunicaciones han cambiado para adaptarse a las demandas del mismo, las aplicaciones son parte de los móviles ya que son programas que se ejecutan en un dispositivo por medio del sistema operativo que se tiene instalada. Como conclusión la aplicación móvil será ejecutada en estos dispositivos que permitirán la factibilidad a los usuarios y clientes al momento de alquilar un vehículo.

1.8.3.Marco Conceptual

Innovación: Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. (RAE, 2017)

Comercio Electrónico: La información es transmitida vía una red de comunicaciones digital, sistemas de computadoras u otros medios electrónicos, y gran parte de la transacción es automatizada. (Young, 2000, pág. 2)

Enlace: Unión, conexión de algo con otra cosa. (RAE, 2017)

GPS: Sistema que permite conocer la posición de un objeto o una persona gracias a la recepción de señales emitidas por una red de satélites. (RAE, 2017)

Comunidad: Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes. (RAE, 2017)

Base de Datos: Conjunto de datos organizado de tal modo que permita obtener con rapidez diversos tipos de información. (RAE, 2017)

1.8.4.Marco Legal

El presente trabajo de titulación está sujeto a todas las leyes y regulaciones del estado de Ecuador ordena respecto a la propuesta.

En el código de trabajo específicamente en el capítulo IV en su artículo 42 menciona en el punto 31 la obligatoriedad que tienen las empresas de inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labores, notificando la entrada y salida de la empresa, así también como el salario, enfermedades y accidentes que

tuviere el empleado y demás obligaciones que estén en las leyes de seguridad social. De no acatarse esta obligatoriedad la empresa está expuesta a sanciones por el IESS. (Codigo del Trabajo, 2012, págs. 8-10)

Es fundamental tener un logo, slogan y crear una marca propia, según consta en el registro oficial No 320 de la ley de propiedad intelectual en el capítulo VIII menciona que solo podrán registrarse como marcas los signos distintivos que no tengan alusiones a productos o marcas similares que puedan perjudicar a la competencia o una empresa en particular. (Ley de Propiedad Intelectual, 1998)

La Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos (SRI, 2002) estipula que: “Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, la prestación de servicio electrónicos a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas”. Por este motivo la investigación se ve enmarcada en esta ley, ya que uno de los principales recursos de la organización es tecnológico, brindando servicio a usuarios y creando valor para empresas por medio de espacios digitales.

1.8.5.Marco Lógico

Tabla 1 Matriz de marco lógico

Objetivos	Indicador	Fuentes de Verificación	Supuestos
Evaluar la factibilidad y viabilidad de la propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta	Indicadores Financieros: VAN TIR PAYBACK	Estados Financieros Proyectados	Se espera que los índices financieros cumplan con lo planeado
Desarrollar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptabilidad de la propuesta en la ciudad de Manta	Escenarios de suscripciones de vehículos	de Investigación de mercado	Se espera que el supuesto se cumpla de forma positiva según lo planteado
Estimar la inversión inicial requerida para el desarrollo del aplicativo móvil	Total de Inversión Fija	Balance de Situación Inicial	La inversión inicial será recuperada durante los primeros 5 años del negocio.
Elaborar un plan de marketing para una buena gestión estratégica de la organización	Focus groups, entrevistas a profundidad, encuestas	Plan de Marketing	Las estrategias de penetración, y Medios publicitarios serán altamente efectivos para la captación de clientes.
Realizar un estudio financiero para proyectar los índices de rentabilidad de la empresa en los próximos cinco años.	Índices de rentabilidad: ROE ROA	Estados Financieros Proyectados	Se espera que se cumpla el supuesto planteado

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigació

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos

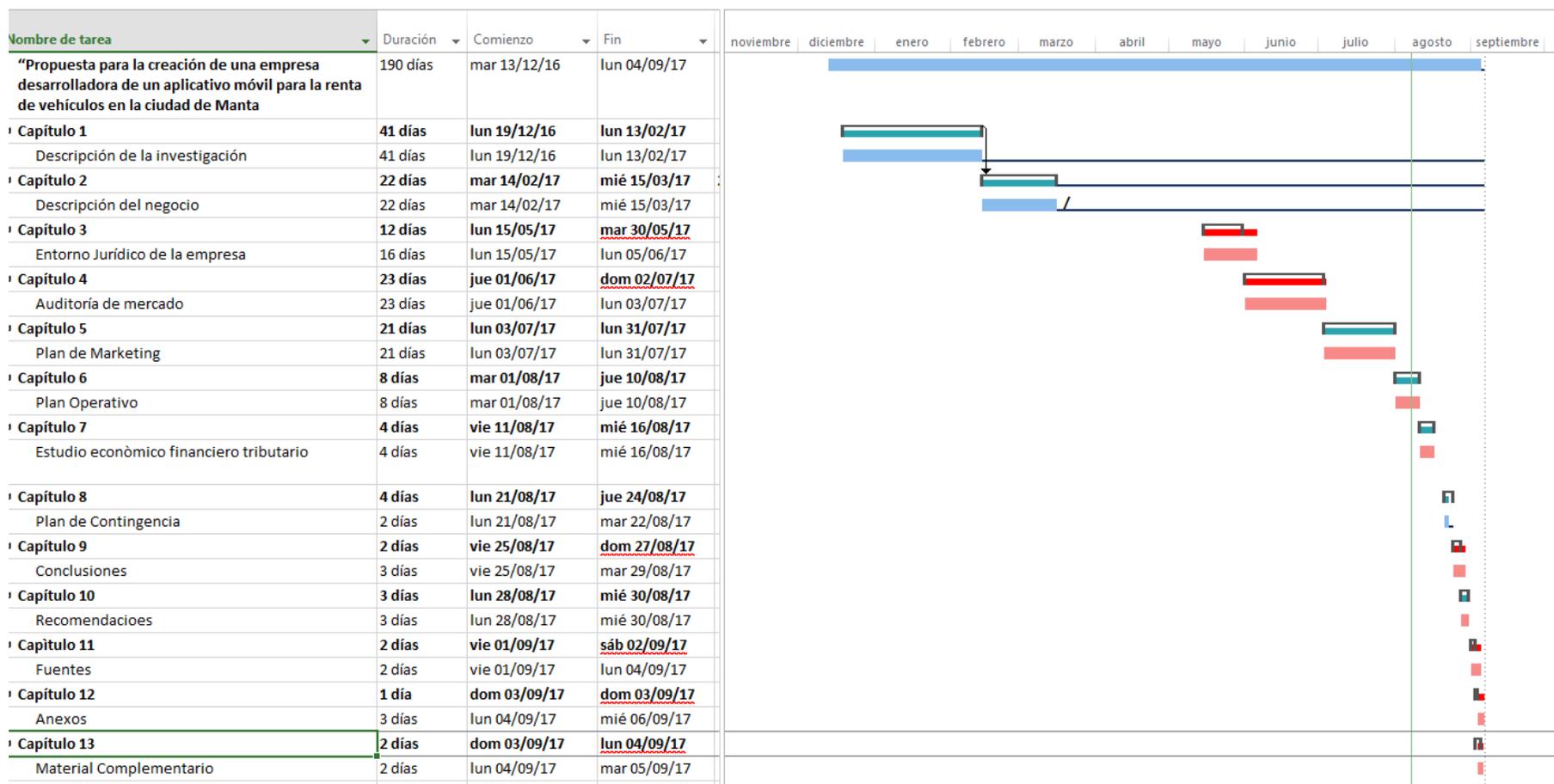
- Se plantea la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta
- Se presume su sostenibilidad en el tiempo de la empresa creada, en términos económicos, y fuentes de financiamiento.
- Se presume su viabilidad en el entorno legal para su constitución y normal funcionamiento, acorde a la propuesta.
- Se presume una demanda alta, justificada por la necesidad verdadera insatisfecha, que derive en una amplia aceptación de los usuarios y clientes a través del aplicativo móvil.

Preguntas de la investigación:

- ¿Es rentable la propuesta?
- ¿Cuáles son las principales funciones que desearían los potenciales usuarios?
- ¿Qué tipo de cláusulas de confidencialidad son las adecuadas en el sistema?
- ¿Los potenciales usuarios confiarán directamente en el sistema o necesitarán de algún aval empresarial?
- ¿Qué estrategias de marketing se implementarán para captar nuevos clientes y usuarios?

1.10. Cronograma

Gráfico 1 Cronograma



Elaborado por: La Autora
Fuente: La Investigación

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPITULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

El mercado de las aplicaciones móviles está en un acelerado crecimiento alrededor del mundo con tabletas y teléfonos móviles inteligentes. La venta de iPads ya ha superado las de una laptop y cada vez es posible hacer una mayor cantidad de actividades en un teléfono móvil. La revolución digital de la última década o más, ha desatado la creatividad y talento de la persona de una manera sin precedentes (David Dworsky, 2011)

“El sector automotriz tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra” (Pro Ecuador, 2017), en esta sección existen tres actividades: comercio, manufactura y servicios. Estudios del INEC demuestran que en el año (2015) fueron matriculados 1 .925.368 vehículos en Ecuador, el 5.8% de estos representa a los utilizados para el servicio de alquiler. En el país constan 118 establecimientos dedicados a prestar servicios de vehículos en todo el país. En el mercado actual las grandes empresas como: Avis, Budget, localiza, entre otras son las más posicionadas en el mercado de renta de vehículos, las páginas webs de estas empresas ofrecen el servicio solo de reserva mas no cuentan con una aplicación móvil para la renta de un vehículo,

La idea de desarrollar un aplicativo móvil en que los usuarios puedan alquilar un vehículo a cualquier día y sin importar la hora, cambia radicalmente el modo en que se realiza este servicio. Con accesibilidad gratuita para los usuarios, con el fin de obtener valor para captar el mercado de la ciudad de Manta. La presente propuesta es una oportunidad debido a que se beneficiarán ecuatorianos y extranjeros que visiten la ciudad y necesiten un vehículo lo podrán requerir por medio de su celular descargando la aplicación que estará disponible en tiendas virtuales como google play y play store.

La propuesta nace de una necesidad en el mercado, de una ausencia en automatización de captar nuevos usuarios y clientes por medio de la tecnología a utilizar. La idea de negocio consiste en ofrecer un aplicativo móvil que sea de rápido acceso, seguro y que facilite el alquiler de un vehículo. El objetivo es que los usuarios puedan escoger entre diversos autos y seleccionar el que más se ajuste a sus necesidades al momento del alquiler obtendrán: facilidad, seguridad, seguimiento GPS entre otros servicios que ofrecerá el aplicativo. La relación que tendrán los usuarios y clientes con el acceso de la aplicación que tendrá múltiples beneficios y lo más significativo es poder satisfacer las necesidades de los usuarios.

El principal medio a utilizar será el programador quien se encargará del desarrollo de la aplicación móvil y sus actualizaciones.

a) CLIENTE: Es una persona natural o compañía conformada según las leyes del país, que desee contratar el servicio de suscripción de sus vehículos por medio de la aplicación móvil. EL CLIENTE reconoce que LA COMPAÑIA no es una empresa de alquiler ni presta servicios directos relacionados con el mismo. EL CLIENTE reconoce y acepta que la función principal de LA COMPAÑIA en materia de servicio es ser el medio a través se puedan alquilar vehículos.

B) USUARIO: Son todos aquellos que particularmente necesiten un vehículo en la ciudad de Manta para cualquier fin y lo puedan obtener a través de la aplicación móvil para así encontrar un vehículo y obtener el contacto con el cliente.

EL USUARIO no podrá: su licenciar, revender, alquilar, arrendar, transferir, ceder o de otra forma explotar comercialmente a un tercero; utilizar el Servicio o el hardware de forma ilegal (incluyendo, sin limitación, en violación de cualquier ley de datos, privacidad o control) o de ninguna manera que interfiera o que interrumpa la integridad o la prestación del servicio, modificar, adaptar o hachear el Servicio o el hardware, o tratar de, obtener acceso no autorizado al servicio, el hardware o los sistemas relacionados o redes. (Carsync, Carsync.com, 2017)

2.2. Misión, Visión y Valores de la empresa

Misión

Brindar un servicio de calidad con seguridad a los usuarios que les permita una experiencia inolvidable con el fin de rentar un vehículo en la ciudad de Manta a través de un aplicativo móvil.

Visión

Ser pioneros a nivel nacional en el servicio de renta de carros a través un aplicativo móvil.

Valores

Relación y Conocimiento

El usuario y cliente deben ser considerados como los activos principales de la compañía.

Trabajo en equipo:

El personal de la empresa debe trabajar en unión con los usuarios y clientes con el fin cumplir con los objetivos planteados por la empresa.

Respeto

No debe existir en la empresa discriminación por diferentes culturas, orientación sexual o raza.

2.3. Objetivos de la empresa

2.3.1. Objetivo General

Desarrollar una aplicación móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta

2.3.2. Objetivos específicos

- Desarrollar los recursos del aplicativo móvil para el primer año con su beta y sus respectivas correcciones para el segundo año.
- Establecer alianzas estratégicas con los clientes
- Obtener al menos el 95% de satisfacción de uso, de los usuarios registrados
- Recuperar la inversión Inicial en los primeros 3 años.
- Auditar y evaluar los objetivos específicos cuando se consideren necesarios, y tomar los correctivos pertinentes, de modo que se garantice su propósito.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1.Generalidades

Driving es un aplicativo móvil de la empresa” MANTADRIVEC S.A”., ubicada en la ciudad de Manta, con el fin de que los usuarios puedan alquilar un vehículo a través de un celular inteligente. Su duración será de 15 años, contados a partir del momento en que sea inscrita en el Registro Mercantil

La compañía se rige según el código de trabajo, cuenta con seis colaboradores al inicio de las operaciones, cada uno con su respectivo contrato y una jornada laboral completa de ocho horas diarias ,40 semanales; cada uno de los trabajadores será afiliado al IESS y recibirá sus respectivos beneficios de ley mientras su contrato esté vigente.

3.1.2.Fundación de la empresa

La empresa será constituida bajo escritura pública según la Súper Intendencia de Compañías para ser inscrita en la Registro Mercantil. La compañía estará enfocada en el sector de servicio. Como ente regulador se necesita cumplir con ciertas leyes que están en el mercado de alquiler de vehículos.

Según la Resolución No.013-DIR-2017-ANT en el **REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE RENTA, ARRENDAMIENTO O ALQUILER DE VEHICULOS**, y en el artículo 16 La ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, determina como ente regulador a la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte, Tránsito y Seguridad Vial, y este a su vez posee requisitos previos a la constitución jurídica de una operadora para desempeñar la actividad. 1. Solicitud escrita (formulario) que se encuentra en la página web de la Agencia Nacional de Tránsito. 2.Declaración juramentada realizada por los ciudadanos que pretendan formar la operadora de transporte en el cual se deberá especificar: razón social, social, capital social, aportes, administración, objeto social exclusivo. 3. Reserva de denominación emitida por la entidad competente.4. Acta de nombramiento provisional del representante legal

(original).5. Archivo electrónico con la nómina de socios o accionistas en donde consten los nombres y apellidos completos, números de cédulas y correos.

En la Reforma al **REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE RENTA, ARRENDAMIENTO O ALQUILER DE VEHICULOS** contenido en la resolución NO.085-DIR-2013-ANT en el capítulo 1, título III y artículo 10 para la implantación de dicho aplicativo móvil se necesita cumplir con algunos requerimientos.

Requisitos: Para obtener la autorización de renta, arrendamiento o alquiler de vehículos, las compañías deberán haber presentado previamente a la ANT la solicitud en el formato que para el efecto determine la Dirección Ejecutiva, consignando los datos y requisitos de manera completa, a la cual adjuntarán la siguiente documentación:

1. Copia de la escritura de constitución jurídica de la compañía y último acto societario, debidamente inscritos en el Registro Mercantil del cantón correspondiente.

2. Copia certificada del nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil, el mismo que deberá encontrarse vigente.

3. Impresión del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado, obtenido de la página web del Servicio de Rentas Internas

4. Copia simple y legible de la Cédula de Identidad o Ciudadanía vigente o Pasaporte del Representante Legal

5. Copia simple legible de la Papeleta de Votación vigente.

6. Listado de la flota de vehículos, detallando el número de placa de cada uno, adjuntando la copia de la matrícula actualizada de los vehículos que vayan a ser rentados, arrendados o alquilados, los mismos que deberán encontrarse a nombre de la compañía solicitante. Entre otros

La ANT a través de su Unidad responsable, podrá solicitar los documentos e información, que dentro de los parámetros establecidos en el presente Reglamento, sean necesarios para la emisión de la autorización respectiva. (ANT, 2013)

Según la Ley Orgánica de Telecomunicaciones del país, al acceder a cualquier aplicación o servicio permitido disponible en la red de internet. Los prestadores no podrán limitar, bloquear, interferir, discriminar,

entorpecer ni restringir el derecho de sus usuarios o abonados a utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, desarrollo servicio legal a través de internet o en general de sus redes u otras tecnologías de la información y las comunicaciones, ni podrán limitar el derecho de un usuario o abonado a incorporar o utilizar cualquier clase de instrumentos, dispositivos o aparatos en la red, siempre que sean legales. (Ley Organica de Telecomunicaciones, 2015)

3.1.3.Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la empresa según lo indicado la Superintendencia de Compañías es la suma de las aportaciones de los socios, el cual no podrá ser menor a \$800.00, el mismo que debe ser detalla en la escritura pública de fundación de la compañía. La aportación de los socios de dividirá en dos partes, de la siguiente forma:

Tabla 2 Capital Social, Acciones y participaciones

DETALLE	% PESO	MONTO
PRÉSTAMO BANCARIO	50%	31.548,99
ACCIONISTA 1	30%	18.929,39
ACCIONISTA 2	20%	12.619,60
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	100%	63.097,98

Elaborado por: La autora

3.2. Políticas de buen gobierno corporativo

3.2.1.Código de ética

- Todo el personal debe conocer la misión visión y valores planteados por la empresa.
- Respeto entre todos los niveles de la organización
- Mantener un criterio responsable, ético y profesional en todas las actividades y funciones que realice.
- Mantener actitud proactiva, respetuosa y honesta con todos los compañeros de trabajo.
- Comunicar a los órganos correspondientes en el caso de cualquier hecho o situación que pudiera suponer u ocasionar un conflicto entre los intereses de la empresa.

- Mantener la confidencialidad de los antecedentes, documentos y datos a los que tengan acceso por motivo de sus funciones en la empresa.
- No discriminar a ningún compañero de trabajo por el tipo de raza, edad, nacionalidad, religión, sexo o cualquier otra condición personal.

3.3. Propiedad Intelectual.

3.3.1.Registro de marca

“Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos.” (IEPI, 2013)

La protección de marca tiene una duración de 10 años, la aplicación móvil como empresa se verá en la obligación de registrar su marca y la del servicio fonéticamente, con su isotopo único con colores y con su slogan en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto

El presente trabajo de titulación “Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta” se encuentra protegido por los derechos del autor y por haber sido publicado con fines académicos en la biblioteca de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

El aplicativo móvil patentara en el IEPI su logo, slogan. La patente tendrá un plazo de duración de 20 años contados a partir de la fecha de presentación de la respectiva solicitud. Todos los contenidos incluidos en la aplicación móvil que permitan el acceso a la misma como la información y en particular las marcas, nombres comerciales, diseños industriales, diseños, textos, fotografías, gráficos, logotipos, íconos, mapas, software o cualquiera otros signos, documentos, equipos, información sin importar la forma en que esta sea transmitida sea de forma escrita, oral o por medios electrónicos susceptibles de utilización industrial y comercial están protegidos por derechos de propiedad intelectual y son de exclusiva propiedad de los titulares o de terceros titulares de los mismos que han autorizado su inclusión. Por

tanto, el CLIENTE expresamente reconoce que está prohibida su utilización, comercialización o reproducción, por cualquier medio que ello ocurra, sin autorización escrita de LA COMPAÑÍA. (Carsync, 2017)

La aplicación móvil contendrá información propietaria y confidencial que está protegida por la propiedad intelectual y otras leyes. Sujeto a los términos y condiciones de este documento, LA COMPAÑÍA “MANTADRIVE” le otorga un derecho y licencia personal, no transferible, no sublicenciable y no exclusiva para usar el software únicamente en relación con el Servicio prestado, a condición de que no debe (y no permitirá que ningún tercero) copiar, modificar, crear un trabajo derivado de, realizar ingeniería inversa, desensamblar o de otra manera intentar descubrir cualquier código fuente, o vender, ceder, su licenciar o transferir cualquier derecho en el Software. (IEPI, 2013)

3.4. Presupuesto Constitución de la empresa

Tabla 3 Presupuesto de la constitución de la empresa

INVERSION FIJA	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS DEPRECIABLES	
EDIFICIOS	-
MAQUINARIA	-
EQUIPOS	6.885,00
MUEBLES Y ENSERES	11.070,00
VEHICULOS	-
EQUIPOS DE COMPUTO	14.800,00
TOTAL DEPRECIABLE	32.755,00
TOTAL INVERSION FIJA	32.755,00
ACTIVOS INTANGIBLES	
LICENCIAS & SOFTWARE	1.000,00
Licencia	250,00
REGISTRO DE MARCA - IEPI	250,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	1.500,00

PREOPERACIONALES - OTROS ACTIVOS CORRIENTES**BASICOS**

CREACION DE EMPRESA	500,00
CUERPO DE BOMBEROS	424,00
MUNICIPIO DE MAN	550,00

TOTAL BASICOS	1.474,00
----------------------	-----------------

ESPECIFICOS

BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA	-
ISO	6.800,00
NORMAS INEM	-

TOTAL ESPECIFICOS	6.800,00
--------------------------	-----------------

Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

CAPÍTULO 4

AUDÍTORIA DE MERCADO

CAPITULO 4

4. Auditoria de Mercado

4.1. PEST

- Uno de los aspectos a considerar en el aplicativo es la Ley Orgánica De Transporte Terrestre, Transito Y Seguridad Vial que tiene como finalidad la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos, En su art. 10 se refiere a que: “Los ciudadanos ecuatorianos residentes en el exterior, y extranjeros que condujeran vehículos, dentro del territorio nacional podrán conducir con licencias emitidas en su país de residencia”. (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2014).
- En el Capítulo I Del Ministerio Del Sector Del Tránsito Y Transporte Terrestre Sección 4 Del Director Ejecutivo De La Comisión Nacional Del Transporte Terrestre, Transito Y Seguridad Vial art. 29 Se refiere a que se deben :”Aprobar y homologar vehículos automotores, medios y sistemas tecnológicos de transporte terrestre, taxímetros y otros equipos destinados a la regulación del servicio de transporte terrestre”; (Ley orgánica de transporte terrestre, 2014)
- De acuerdo a (Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015) en su Título III Derechos Y Obligaciones capítulo I **Abonados, clientes y usuarios** y en el artículo 22.- **Derechos de los abonados, clientes y usuarios**, literal número 18 estipula que: “Al acceder a cualquier aplicación o servicio permitido disponible en la red de internet. Los prestadores no podrán limitar, bloquear, interferir, discriminar, entorpecer ni restringir el derecho de sus usuarios o abonados a utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, desarrollo o servicio legal a través de internet o en general de sus redes u otras tecnologías de la información y las comunicaciones, ni podrán limitar el derecho de un

usuario o abonado a incorporar o utilizar cualquier clase de instrumentos, dispositivos o aparatos en la red, siempre que sean legales”.

- (Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015) menciona también en el Capítulo III De Los Derechos De Los Usuarios O Consumidores De Servicios Electrónicos Art. 48.- Consentimiento para aceptar mensajes de datos. - Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes. El usuario o consumidor, al otorgar o confirmar electrónicamente su consentimiento, debe demostrar razonablemente que puede acceder a la información objeto de su consentimiento. Cualquier tipo, incluidos cambios en equipos, programas o procedimientos, necesarios para mantener o acceder a registros o mensajes electrónicos, de forma que exista el riesgo de que el consumidor o usuario no sea capaz de acceder o retener un registro electrónico o mensaje de datos sobre los que hubiera otorgado su consentimiento, se le deberá proporcionar de forma clara, precisa y satisfactoria la información necesaria para realizar estos cambios, y se le informará sobre su derecho a retirar el consentimiento previamente otorgado sin la imposición de ninguna condición, costo alguno o consecuencias. En el caso de que estas modificaciones afecten los derechos del consumidor o usuario, se le deberán proporcionar los medios necesarios para evitarle perjuicios, hasta la terminación del contrato o acuerdo que motivó su consentimiento previo.
- En la Ley Orgánica De La Corporación Financiera Nacional en su **art. 3.-** Los objetivos de la Corporación Financiera Nacional son estimular la inversión e impulsar el crecimiento económico sustentable y la competitividad de los sectores productivos y de servicios del país; y en su literal **i)** Promover el desarrollo de los sectores: agropecuario, industrial manufacturero, artesanal, agroindustrial, pesquero, de la acuicultura, investigación científica y tecnológica, de la construcción, turístico, de la reforestación y todas las demás actividades productivas

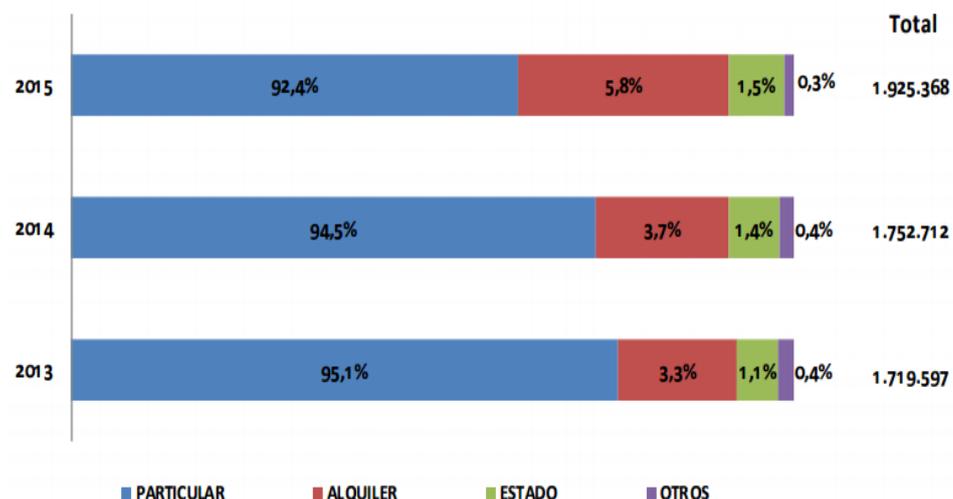
a través de la micro, pequeña, mediana y gran empresa. La Corporación Financiera Nacional como Banca Pública de Desarrollo, financia actividades productivas que generen un valor agregado a través de la transformación y/o producción de bienes y servicios que se encuentren dentro de los 14 sectores priorizados. El aplicativo móvil se encuentra en el sector 10: tecnología, hardware y software. (Ley Orgánica de la Corporación Financiera Nacional, 2006)

- De acuerdo a esas políticas para utilizar el aplicativo se necesita por ley cumplir con ciertos requisitos para la constitución de la empresa, los puntos antes mencionados son de vital importancia ya que la aceptabilidad de la ciudad depende de con los requisitos, la CFN otorga préstamos por sector priorizado ya que por ser un medio tecnológico para facilitar la renta de vehículos.

ECONÓMICO

- En los últimos nueve años, el país ha recibido más de siete mil millones de dólares en inversión en el sector de las telecomunicaciones. De ellos, aproximadamente tres millones de dólares corresponden a inversiones del sector público y casi cinco millones de dólares son inversiones de las empresas privadas. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2015)
- De acuerdo al informe del anuario de transporte del (INEC) en el año 2015 señalan que aproximadamente un millón novecientos vehículos fueron matriculados en Ecuador, y que de estos vehículos el 5.8% pertenecen o se utilizan para el servicio de alquiler de los mismos. Como se puede observar en el gráfico el sector de alquiler de vehículos en el país ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años generando un nuevo mercado.

Gráfico 2 Distribución de vehículos matriculados, según uso

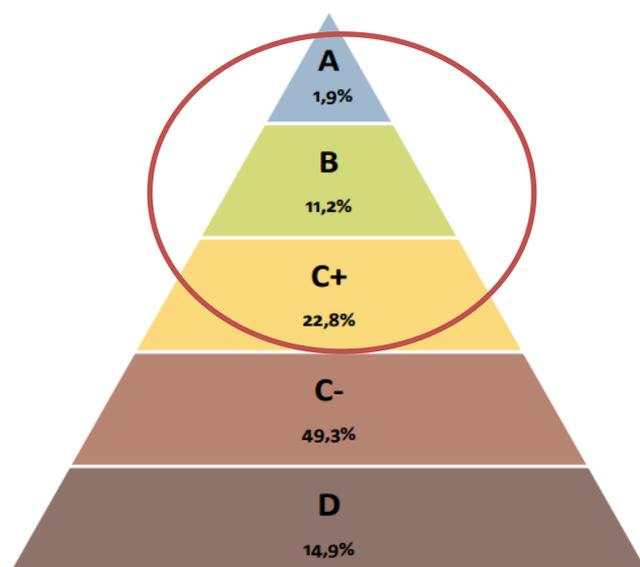


Elaborado por: La Autora
Fuente: (INEC, 2015)

SOCIAL

- De acuerdo a la (Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, 2017) en sus estadísticas de telecomunicaciones indicador líneas activas por tecnología, en abril del 2017 determino que existen un total de 15´104.467 abonados activos y de estos el 48.4% representa a la provincia de Manabí.
- Según los resultados del último censo en Ecuador determino que en la provincia de Manabí la tecnología de la información y la comunicación más utilizada por la población, es el teléfono celular (INEC, 2010)
- El 48.9% de la provincia de Manabí posee un Smartphone (MINTEL, Ministerio de telecomunicaciones, 2016)
- Según la encuesta de estratificación social del (INEC, 2011) indica que los estratos A, B y C+ poseen servicio de internet y en promedio dos teléfonos celulares, entre estos tres estratos ascienden al 35,9% del total de la población de Ecuador, Por esto el target de la propuesta serán los Clientes: A y B; Usuarios B y C+.

Gráfico 3 Estratificación Social



Elaborado por: La autora

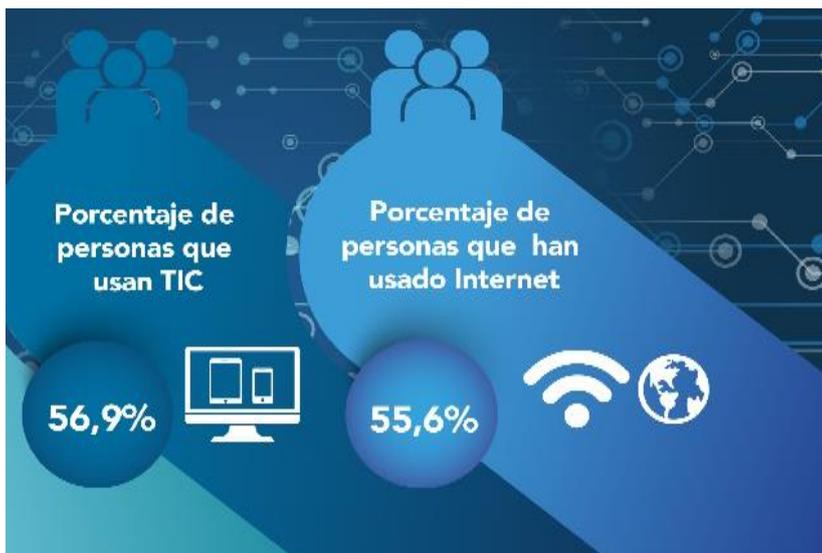
Fuente: Nivel Socioeconómico agregado (INEC, 2011)

- Lo antes mencionado afecta de forma positiva a la propuesta ya que esta se encuentra en un sector de la tecnología y que cada día se vuelve una necesidad el acceso a internet y el desarrollo de aplicaciones sea de productos o servicios, debido a su de fácil acceso en todos los dispositivos inteligentes, la población de Manabí específicamente Manta al target B y C+ poseen un celular inteligente este es una oportunidad ya que se tiene una de las características para enganchar a este target.

TECNOLÓGICO

- El avance y despliegue de los servicios de telecomunicaciones en el país posibilitan que cientos de actividades se desarrollen de manera ágil y segura, a través de la red. (MINTEL, 2016)
- El Servicio de Acceso a Internet en Ecuador, representa uno de los servicios con mayor demanda y crecimiento debido fundamentalmente a la cantidad de contenido generado y compartido a través de la red, el desarrollo de aplicaciones y el acceso a redes sociales. (ARCOTEL, 2016)

Gráfico 4 Acceso de TIC a Nivel Nacional



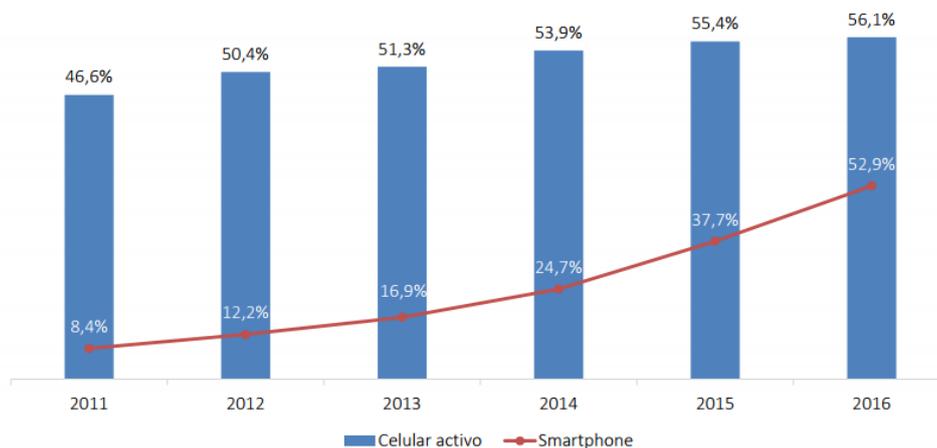
Elaborado por: (MINTEL, 2016)

Fuente: Ministerio de Telecomunicaciones

- Según los datos del informe en la TIC de diciembre de 2016 del INEC, la tenencia de teléfonos inteligente (SMARTPHONE) creció 15,2 puntos del 2015 al 2016 al pasar del 37,7% al 52,9% de la población que tienen un celular activado. (INEC, 2016)

Gráfico 5% de personas que tienen teléfono inteligente a nivel Nacional

Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (SMARTPHONE) a nivel nacional



Elaborado por: INEC

Fuente: (INEC, 2016)

- Desde el año 2014 la cantidad de líneas por tipo de servicio han evolucionado, previamente la mayor cantidad de líneas correspondía a líneas exclusivamente para servicio de voz, sin embargo, en enero del 2017 la mayor cantidad de líneas del Servicio Móvil Avanzado

corresponden a líneas de voz y datos, cambio que se encuentra influenciado por el uso de teléfonos inteligentes conectados a la red. (ARCOTEL, 2017)

Gráfico 6 Líneas activos por tipo



Elaborado por: Arcotel
Fuente: (Arcotel, 2016)

- Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información indica que en el país el 56,9% de la población utilizan las TIC, esto es beneficioso ya que más de la mitad de los ecuatorianos han usado o conocen sobre las tecnologías de información y comunicación, la tendencia por los celulares inteligentes y la conexión a internet, cada día aumenta en nuestro país. Dependiente de realizar cualquier tipo de transacción o servicio por medio de un Smartphone, razón por la cual se facilitará la renta de un vehículo a través de un aplicativo móvil.

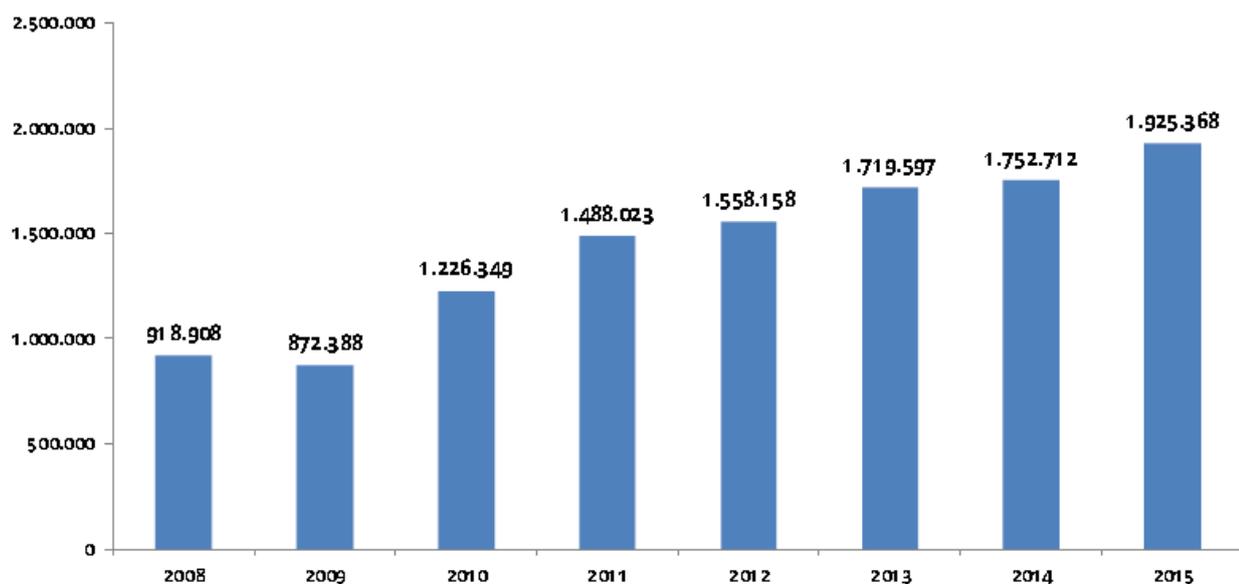
4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.

El sector automotriz tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra. La industria automotriz ha generado gran desarrollo tecnológico en los últimos 30 años, dado que contribuye al desarrollo nacional con inversiones, capacitación, tecnología y generación de divisas. (PROECUADOR, 2016)

Las actividades relacionadas al sector automotriz generan un importante número de plazas de empleo. De acuerdo a información del Censo Económico 2010 se tienen 90,012 personas ocupadas, de las cuales el 83% son hombres y el 17% mujeres. En los establecimientos de comercio se encuentran ocupadas 84,155 personas, en manufactura 5,194 y en servicios 663 (Pro Ecuador, 2017)

Es importante conocer el total de vehículos matriculados, para así poder obtener datos relevantes sobre la propuesta a realizar. En el año 2015 1'925.368 vehículos fueron matriculados a nivel Nacional, el crecimiento y la necesidad de tener un vehículo ha aumentado satisfactoriamente a lo largo de los años. El crecimiento de vehículos en Ecuador creció en un 9.8% en el año 2015 frente al año 2014

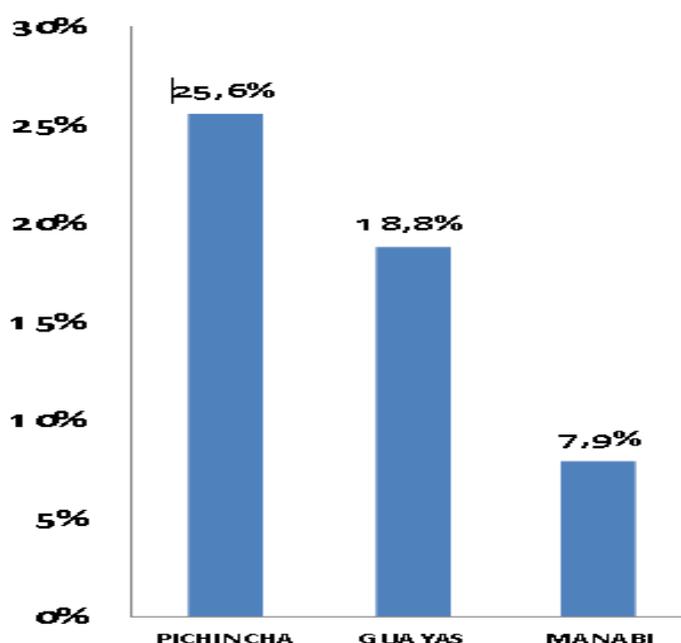
Gráfico 7 Crecimiento de vehículos matriculados



Elaborado por: INEC
Fuente: (INEC, 2015)

En Manabí pertenece el 7.9% de vehículos matriculados que representa alrededor de 152.000 vehículos, Según él (INEC, 2010) del total de la población de Manabí representa el 16,5% a la ciudad de Manta. En conclusión, del total de habitantes de la ciudad ese porcentaje cuenta con un vehículo matriculado.

Gráfico 8 Distribución de vehículos matriculados a nivel Nacional



Elaborado por: INEC
Fuente: (INEC, 2015)

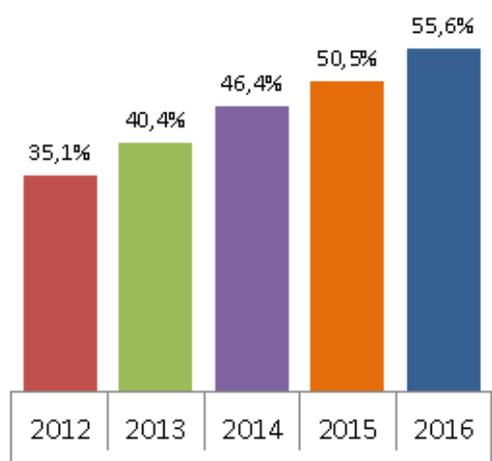
Según la estratificación social A que representa el 1,9%, la mayoría de los hogares cuenta con internet y poseen en promedio cuatro celulares; el estrato B representa el 11,2% de estos el 81% cuenta con internet en su casa y disponen en promedio tres celulares y el estrato C+ es el 22,8% en donde el 39% cuenta con acceso a internet y disponen de dos celulares por hogar.

Según los estratos sociales A B y C+ los del A más del 80% de estos hogares tiene hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar, esto se considera una oportunidad ya que ellos pueden poner en alquiler uno y suscribirlo a través de la aplicación y así obtener un ingreso extra, los del estrato B en promedio los hogares tienen un vehículo de uso exclusivo para el hogar, y en el C+ no posee vehículo, con esto la familia o la persona que necesite un vehículo puede rentar un a través de la aplicación móvil. (INEC, 2015)

La industria del alquiler de vehículos es un establecimiento que se encuentra en el país y que cada día se va aumentando debido a la demanda de personas por alquilar un vehículo en vez de comprarlo o por empresas que prefieren alquilar en vez de tenerlos como activos fijos. El gobierno de Ecuador ofrece incentivos para sectores priorizados, uno de los beneficios es que las

empresas cuya actividad económica se relacione con el desarrollo de proyectos software o tecnología y cuya etapa de desarrollo sea superior a un año están exentas del pago del impuesto a la renta. Mediante un estudio realizado por el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la información del (INEC, 2016) determinó que el uso de internet ha crecido significativamente durante los últimos años, en el año pasado esto significó el 55,6% de total de la población de Ecuador el 55,6% de estos ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. En el área urbana el 63,8% de la población ha utilizado internet

Gráfico 9% de personas que han utilizado internet en los últimos años



Fuente: INEC
Elaborado por: (INEC, 2016)

La tendencia de la tecnología de comunicación ha tenido una evolución significativa, cada vida crece este sector de tecnologías de información, Según un informe del (El comercio, 2017) sobre el uso de Smartphone este ha aumentado en relación al 2015 que existieron 38 de registrados, y en el 2016 53 de cada 100 ecuatorianos poseían un celular Smartphone activado, que desde niños hasta adultos mayores poseen celular inteligente.

En el siguiente gráfico se puede observar el porcentaje que representó la tecnología de comunicación elaborado por el (MINTEL, 2016)

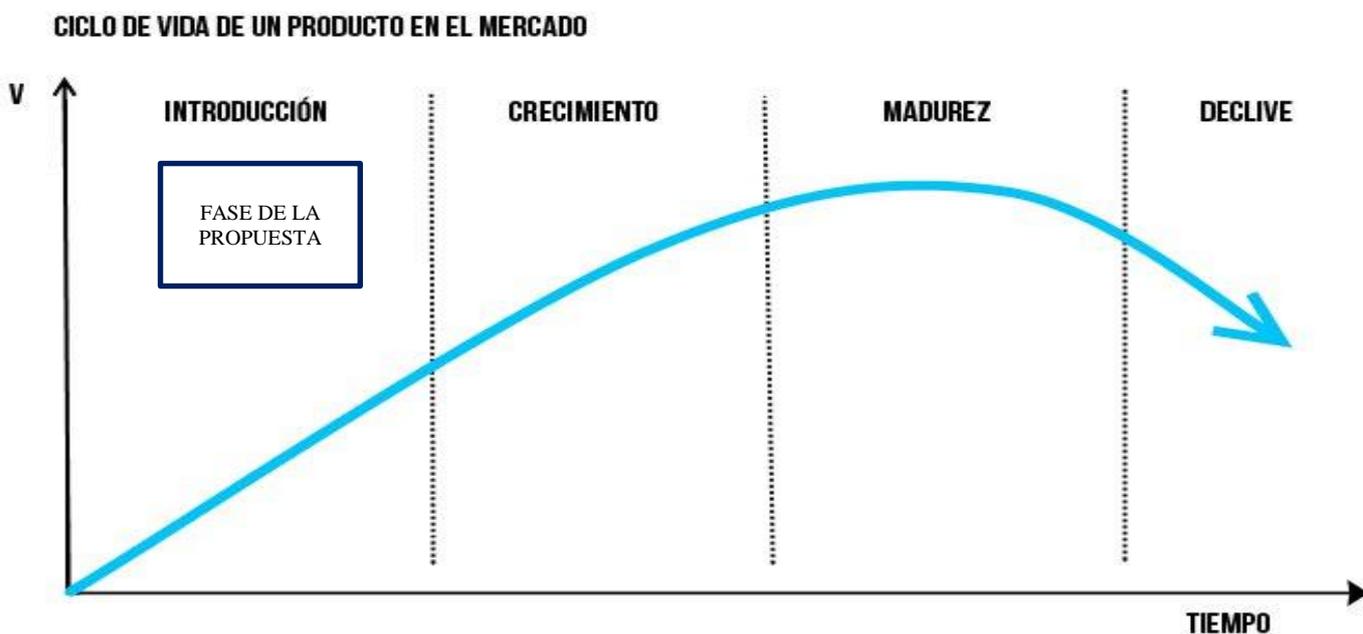
Gráfico 10 Uso de dispositivos electrónicos a nivel Nacional



Fuente: Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la información
Elaborado por: (MINTEL, 2016)

4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Gráfico 11 Ciclo de vida del producto



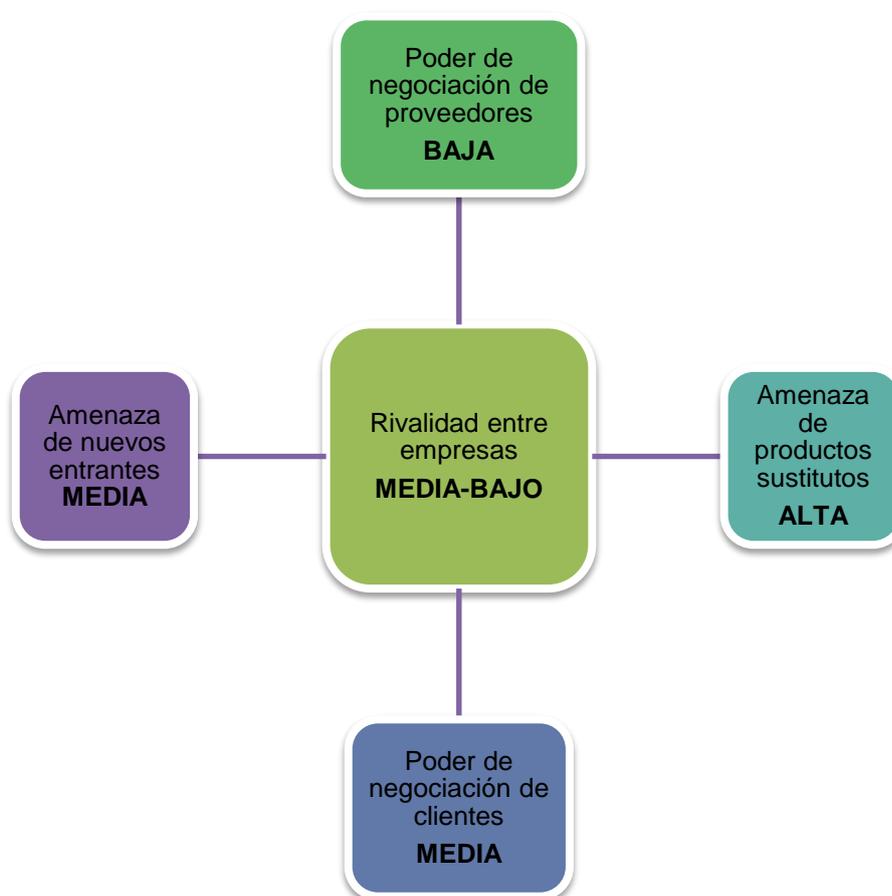
Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

El proyecto presentado es una combinación de las empresas de renta de vehículos de la ciudad de Manta, personas particulares y el respectivo desarrollo del aplicativo para la fusión de la propuesta y así poder satisfacer las necesidades de los usuarios. Por esto, se considera que el presente trabajo es un servicio innovador y se encuentra en su etapa de introducción y

desarrollo, se aplicarán las respectivas estrategias de penetración para obtener un alto crecimiento en el mercado no solo de la ciudad si no Nacional. En manta no existe un servicio de alquiler por medio de un aplicativo móvil. Por ello serán gastos altos para estudios de aplicaciones y necesidades ya que es nuevo en el mercado y no hay referentes del mismo.

4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones.

Gráfico 12 Análisis de las cinco fuerzas de Porter



Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación con los clientes se considera como media, debido a que en el mercado ya existen servicios de alquiler de vehículos de servicio de forma tradicional, es decir; el usuario va a una empresa físicamente y solicita la renta de un vehículo. El presente trabajo ofrecerá dentro de la

industria, una opción diferente a través de un aplicativo móvil para que por los clientes utilicen el respectivo servicio por medio de su teléfono inteligente ya la aplicación móvil será de descarga gratuita y acceso para el usuario en donde estos podrán calificar el servicio ofrecido y recomendar a otros la app.

Rivalidad entre empresas:

Al momento la rivalidad entre empresas se considera medio-bajo, ya que existen competidores de grandes empresas que ofrecen el servicio de reservar un vehículo, pero a través de una página web. Actualmente en la ciudad de Manta no existe un aplicativo móvil para alquilar vehículos, este nuevo servicio será de innovación y atractividad para aquellas empresas de renta de vehículos que deseen incursionar en este aplicativo.

Amenaza de nuevos entrantes

La inversión para introducir esta propuesta al mercado es medianamente alta, debido a que las empresas de alquiler con el tiempo pueden desarrollar su propio aplicativo móvil. Por esto se deberá contar con estrategias apropiadas para mantener a las empresas de alquiler de vehículos y personas particulares como alianzas estratégicas en el aplicativo móvil, y a través de buenas campañas de marketing se puede lograr el objetivo de captar nuevos clientes y suscripciones en la aplicación.

Poder de negociación de proveedores

El poder de negociación de proveedores se considera Baja, ya que en cuanto al servicio de aplicativos y o servicios web son variables en precios y opciones, además existen diferentes empresas que desarrollan estos servicios. Por ello se debe escoger al que tenga posicionamiento y experiencia en el mercado de las aplicaciones.

Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos se considera Alta, ya que ciertos usuarios preferirían alquilar un vehículo a una empresa de alquiler tradicional y no confiarían en empresas que brinde el servicio a través de una aplicación móvil. Por esto se deberá realizar y promover un plan de marketing en toda la ciudad de Manta.

La presente propuesta está dirigida a un nuevo nicho de mercado, donde se cambiará el método tradicional de alquilar un vehículo, de este modo el enfoque de la aplicación es diferenciado y segmentado, tanto para clientes

que deseen suscribir los vehículos a la aplicación y pagar un valor mensual como a los usuarios particulares que son los que necesitan de un vehículo y pueden encontrar uno de acuerdo a sus necesidades y requerimientos en la aplicación. Como conclusión se indica que la industria de servicios es atractiva en el mercado de Manta. De otro modo beneficiará tanto a los usuarios como clientes, para lo cual se requerirá desarrollar un aplicativo móvil eficaz.

4.5. Análisis de la Oferta

4.5.1. Tipo de Competencia

Existen dos tipos de competencia, directa e indirecta:

La competencia directa no existe ya que en la ciudad de Manta no existe una aplicación que realice el servicio de renta a través del aplicativo como lo realizará el presente proyecto.

Sin embargo, existe la competencia indirecta están las empresas de alquiler ya existentes en el mercado que no poseen una aplicación, móvil, pero algunas como Budget, Avis y Manta Car ofrecen poder reservar un vehículo a través de su página web.

4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.

Los usuarios y clientes del aplicativo que estarán conectados a través del desarrollo del software son parte del mercado segmentado en la ciudad de Manta con el fin de interactuar usuarios con clientes.

- **Mercado Real**

Usuarios:

Personas que necesiten particularmente de un vehículo por uno o varios días.

Clientes:

Empresas de alquiler de vehículos ubicadas en la ciudad de Manta

- **Mercado Potencial**

Clientes:

- Personas del estrato A y B que posean más de dos vehículos y deseen suscribir uno en la aplicación móvil

- Empresas de alquiler de vehículos constituidas legalmente
- Los vehículos que estén dispuestos a suscribirse en la aplicación deben estar asegurados

Usuarios:

- Hombres y mujeres entre 21 a 55 años que posean un celular inteligente de poder adquisitivo medio alto y que necesiten alquilar un vehículo para un fin.

4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 4 Características de los Competidores

Empresa	Tipo de Competencia	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Servicios principales	Precio
Avis	Indirecta	Alto	10 años	Aeropuerto Eloy Alfaro de Manabí	Reserva de vehículos a través de su página web Vehículos disponibles en su local	Depende del modelo del vehículo Desde \$50 hasta \$200 por vehículos
Manta Car	Indirecta	Alto	7 años	Calle 19 entre Av. 12 y Flavio Reyes	Reserva de vehículos a través de página web Vehículos disponibles en su local	Desde \$35 a \$80 depende del modelo
Heracar	Indirecta	Medio	6 años	Vía Puerto Aeropuerto	Alquiler de vehículos disponibles	Desde \$30 a \$80 diarios depende del vehículos

Baudi S.A	Indirecta	Bajo	8 años	Vía Manta Montecristi	Alquiler de vehículos disponible s con conductor	Desde \$30 a \$80 depende del vehículo
------------------	-----------	------	--------	--------------------------	--	--

Elaborado por: La autora

4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

La estrategia de las empresas de renta de vehículos ha sido por años a través de periódicos, flyers, marketing boca a boca y en los últimos años a través de las redes sociales.

Las empresas más reconocidas de alquiler de vehículos en la ciudad de Manta son Manta Car y Avis están posicionadas no solo en la ciudad sino también en turistas que visitan la misma y eligen estas empresas debido a que crean y entregan fidelidad en servicio de contacto con sus usuarios, por esto ofrecen altos costos en el servicio de alquiler debido a las diferentes opciones de vehículos y precios ya que poseen un segmento diferenciado.

Por otra parte, las empresas como Baudi S.A y HeraCar utiliza la estrategia de servicio de enfoque ya que están tienen sus usuarios claramente definidos y casi siempre alquilan su flota de vehículos a sus mismos clientes.

Una vez estudiadas las estrategias de los competidores se crean las contra estrategias que sirven para una buena penetración de mercado y evitar errores comunes en su crecimiento.

La empresa “Driving” utilizará estrategias de visitas a futuros suscriptores de la aplicación, sean empresas de renta de vehículos o particulares para llegar a estos se utilizará: publicidad en redes sociales e email; para que los usuarios puedan conocer y descargar la aplicación se utilizará el marketing a través de redes sociales y una valla publicitaria ubicada en la Vía Puerto Aeropuerto.

Los precios de los vehículos los ponen las empresas o personas que proporcionen el mismo, “Driving” es un intermediario a través de la aplicación y evaluará todos los requerimientos de los vehículos como fotos, modelos, precios con el fin de suscribirlos en la aplicación.

4.6. Análisis de la Demanda

4.6.1. Segmentación de Mercado

Los segmentos de la propuesta son los usuarios y clientes que obtendrán beneficios y usos del aplicativo móvil. En el aplicativo intervendrán usuarios como clientes.

4.6.2. Criterio de Segmentación

Usuarios. -

Tabla 5 Tabla de Segmentación Usuarios

Variables	Criterios
Geografía	Personas que vivan en la ciudad de Manta y que no posean vehículo o necesiten uno con particulares características Ecuatorianos y Extranjeros que visiten la ciudad Empresas de Manta que requieran un vehículo
Demográfica	Hombres y Mujeres entre 21 y 55 años
Socioeconómica	Personas de estrato B,y C+ Acceso a teléfono inteligente y conexión a internet

Elaborado por: La Autora

Clientes. -

Tabla 6 Tabla de segmentación Clientes

Variables	Criterios
Geografía	Empresas de alquiler de la ciudad de Manta que estén dispuestos a suscribir su flota de vehículos en el aplicativo Personas particulares de la ciudad de Manta o Manabí que no utilicen su vehículo y deseen suscribirlo a la aplicación
Demográfica	Empresas de renta que posean más de 3 vehículos Hombres y Mujeres entre 25 y 70 años que posean un vehículo y no lo utilicen
Socioeconómica	Estrato A y B

Elaborado por: La Autora

4.6.3. Selección de Segmentos

Según la segmentación preparada y los criterios elegidos, los segmentos seleccionados son los siguientes:

Usuarios

El mercado se ha segmentado para jóvenes y adultos entre 21 y 55 años que visiten o viven en la ciudad de Manta que necesiten de un vehículo por uno o varios días y que tengan un poder adquisitivo medio alto o medio bajo y además que posean un Smartphone con conexión a internet o redes wifi.

Empresas de la ciudad de Manta que requiera un vehículo

Clientes

Las empresas de alquiler de vehículos en Manta para que suscriban la flota de vehículos que poseen en la aplicación.

Las personas de clase social A y B+ que posean más de dos vehículos y no utilicen uno y deseen ponerlo en alquiler.

4.6.4. Perfiles de los Segmentos

Usuarios

- Personas de la ciudad de Manta, ecuatorianos o extranjeros que necesiten un vehículo para cualquier fin.
- Joven-adulto de 21 a 55 años
- Empresas de la ciudad de Manta que necesiten un vehículo para diferentes propósitos
- Estrato Social B y C+
- Uso de un Smartphone conectado a redes de internet
- Uso de redes sociales o acceso a correo electrónico
- Necesidad de alquilar un vehículo por un tiempo determinado, sin tantos requisitos de forma segura, rápida y cómoda

Usuarios Extranjeros

- Pasaporte Vigente
- Licencia de Conducir

- Smartphone
- Conexión a Wifi o datos móviles

Clientes

Empresas de la ciudad de Manta que posean más de 5 años en el mercado de renta de vehículos, que cuenten con una flota de más de 3 vehículos, que estén asegurados y deseen suscribir los mismos en la aplicación.

Personas particulares entre los 25 y 70 años que posean más de un vehículo y que no utilicen uno y tengan la necesidad de ponerlos en renta a través de la aplicación para la búsqueda y uso de terceros, estos vehículos deben estar asegurados.

4.7. Matriz Foda

Tabla 7 Matriz FODA

<h1>FODA</h1>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Primer aplicativo móvil para la renta de un vehículo en la ciudad de Manta • Características especiales en el servicio que se oferta • Rápido y fácil acceso al servicio • Servicio 24/7 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de posicionamiento en el mercado • Cobertura local(Manta) • Falta de confianza y credibilidad por parte de usuarios y clientes • No se posee base de datos • Constantes actualizaciones de la aplicación • Altos costos de inversión en cuanto a programación
OPORTUNIDADES	F+ O	D+O
<ul style="list-style-type: none"> • Alto desarrollo de la industria de software y tecnología en el país • Generar plazas de trabajo • Uso de las redes sociales • Servicio diferenciador 	<ul style="list-style-type: none"> -Alianzas estratégicas entre empresas de renta de vehículos de la ciudad de Manta con el fin de suscribir los vehículos al aplicativo móvil. -Capacitación al personal y clientes como base para generar un servicio de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Crear cartera de clientes por medios de visitas y redes sociales. -Expansión a nivel nacional a partir del tercer año de operaciones
AMENAZAS	F+A	D+A
<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas de renta de vehículos desarrollen su propio aplicativo • No Disponibilidad de vehículos por parte de los clientes (personas particulares) • Inexistencia de competencia directa • No alcanzar las suscripciones deseadas y fracasar 	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar estrategias de marketing y actualizaciones de la aplicación con el fin de innovar el aplicativo -Implementar nuevas tendencias de marketing con objetivo de fidelizar usuarios y clientes. -Facilidad de búsqueda de vehículos para los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> -No contar con una inversión suficiente para el desarrollar del aplicativo. -Aumento de la base de datos de clientes con el fin de obtener más suscripciones de vehículos

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Personal

4.8. Investigación de mercado

4.8.1. Método

En la investigación se utilizará el método cuantitativo por medio de encuestas a los usuarios. Con el fin de evaluar y analizar sus preferencias en cuanto a la aplicación móvil.

Para los clientes se desarrollarán entrevistas con el fin de obtener futuras suscripciones en la aplicación.

4.8.2. Diseño de la Investigación

4.8.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo general

- Determinar la aceptación del servicio de renta de vehículos a través de la aplicación móvil.

Objetivos específicos

- Conocer las expectativas de los usuarios, referente a la aplicación móvil.
- Analizar la demanda de la suscripción de vehículo por medio de entrevistas.
- Conocer las preferencias de usuarios sobre lugar de recogida del vehículo.
- Estimar un precio de suscripción por vehículos.
- Determinar cuál es el perfil de los usuarios que rentan vehículos
-

4.8.2.2. Tamaño de la Muestra

Para definir el tamaño de la muestra se procederá a la investigación cuantitativa mediante el uso de datos socioeconómicos proporcionados por el Instituto de Estadísticas y Censos.

Tabla 8 Tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra		
Descripción	Porcentaje	Total
Población de la ciudad de Manta (INEC 2017)		256.293
Población que usa Smartphone	48.9%	125.327
Población que utiliza internet	47.2%	59.530
Estrato B Y C+	34%	20.240
		378

Elaborado por: La autora

Fuente: INEC

Para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

N = 20240 Población o universo

σ = 50% Desviación estándar

Z = 90% Nivel de confianza

e = 5% Margen de error

n = 378 Tamaño de muestra

La muestra resultante del cálculo, corresponde a 378 encuestas a realizarse en la ciudad de Manta, para la confirmación de datos se utilizó una página web.

Gráfico 13 Cálculo de muestra

¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	20240	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	50 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	378	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación

Elaborado por: La Autora

Fuente: (Red de Biblioteca UNNE, 2017)

4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.8.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

La investigación exploratoria será de naturaleza cualitativa, conformada por el desarrollo de entrevistas realizadas a empresas de alquiler de vehículos en la ciudad de Manta, grupo focal con personas que posean más de un vehículo por familia, además se hará una entrevista a un experto en temas de Desarrollo de aplicaciones y Seguridad Informática.

Entrevistas a posibles clientes

Se realizó un primer momento en la investigación exploratoria, en el cual se hizo un acercamiento a los posibles clientes, se visitaron a diferentes empresas de alquiler de vehículos de la ciudad de Manta.

ENTREVISTA #1 Empresa MantaCar

Nombre y apellidos: Estefanía Cedeño

Edad: 27

No. Celular: 0998921578

Correo: ecedeño@mantacar.com.ec

No Cédula: 1310262413

Cargo: Asistente de Gerencia

¿En su mayoría cual sería el perfil de las personas que rentan un vehículo?

El perfil de la compañía son los turistas nacionales y las personas que viven en Manta, ya que los extranjeros son en un tiempo limitado que comprenden las vacaciones de mayo hasta agosto.

¿Cuáles serían las estrategias para garantizar la fidelidad de sus clientes?

Una de las estrategias que utiliza la empresa es construir relaciones con los clientes al momento de ofrecer el servicio, poder ir más allá de la necesidad de alquilar un vehículo. Muchas empresas de la competencia solo piensan en precio alto a pagar que tienen que realizar los clientes por servicio. MantaCar se garantiza por la atención personalizada por medio de un feedback que se realiza a los clientes al finalizar el servicio de alquiler

¿Qué estrategias utilizan para captar nuevos clientes?

Precios especiales o promociones por varios días por alquiler, si alquila un vehículo por varios días y el precio por día es de \$30 se puede rebajar hasta \$5 por día.

A parte de los requisitos básicos como la cedula, certificado de votación, licencia de conducir o pasaporte para extranjeros ¿cuáles serían otros requisitos primordiales?

A parte los requisitos establecidos, se pide la firma de un contrato y un voucher abierto en caso de una eventualidad esto es una opción ya que si deja el voucher abierto la empresa cubre el 30% de los daños, pero si no deja el voucher el usuario se hará responsable de todo el daño en caso de un accidente.

¿Ha pautado alguna vez su servicio en algún medio publicitario? ¿En dónde pautan? (Revistas, Vallas, Televisión, Radio, otros)

Hace algunos años se pautaba en el diario el mercurio

Ahora por la ubicación de la empresa y por estar posicionada en la ciudad solo se tienen diferentes carteles alrededor de la ciudad.

¿Usted cuenta con un patio de vehículos?

Aproximadamente más de 15 vehículos

¿Usted cuenta con alianzas estratégicas?

No cuenta con alianzas estrategias

¿Estaría dispuesto a suscribir sus vehículos en una aplicación móvil?

Si, tendría que ser un valor menor a lo que se gana por alquilar un vehículo los precios entre \$30 y \$85 dólares diarios dependiendo del modelo y las necesidades escogidas por los usuarios.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la suscripción?

\$15	
\$20	
\$25	
\$30	X
\$35	

¿Ubicación de la empresa? ¿Existen sucursales? ¿Años en el mercado?

Calle 19 avenida 12 y Flavio reyes alado de comercial Velboni

ENTREVISTA #2 Empresa Baudi S.A

Nombre y apellidos: Baudilio Delgado

Edad: 55

No. Celular: 0982902507

Correo: baudilio_delgado@hotmail.com

No Cédula: 1302369085

Cargo: Gerente General

¿En su mayoría cual sería el perfil de las personas que rentan un vehículo?

Las preferencias de las personas que necesitan un vehículo son las camionetas para diferentes fines, por ejemplo: algunas empresas de Manta las utilizan para custodia o para viajes diarios.

Aproximadamente todos los fines de semana se alquilan uno o dos vehículos a particulares con fines de viajes a la playa o viajes a otra ciudad.

¿Cuáles serían las estrategias para garantizar la fidelidad de sus clientes?

Una de las estrategias es el crédito que existe para las empresas ya que tienen un plazo de pagar por medio de efectivo, depósitos o cheques al terminar el mes o al principio de cada mes.

Para las personas particulares es si alquila el vehículo por más de dos semanas el cambio de aceite corre por parte de la empresa, otra estrategia es que si alquila un vehículo por más de una semana o por mes se realiza un descuento al precio total a pagar.

¿Qué estrategias utilizan para captar nuevos clientes?

No se utilizan estrategias para captar clientes, solo las personas que ya han utilizado nuestro servicio recomiendan el mismos amigos o familiares.

A parte de los requisitos básicos como la cedula, certificado de votación, licencia de conducir o pasaporte para extranjeros ¿cuáles serían otros requisitos primordiales?

La firma de un contrato adjuntando la copia de cedula y licencia.

En caso de eventualidad el usuario tendrá que pagar el costo de la grúa por traslado a taller dependiendo del vehículo en que compañía ha sido asegurado.

¿Ha pautado alguna vez su servicio en algún medio publicitario?

No

¿Usted cuenta con un patio de vehículos?

Si, 10 vehículo, 3 autos y 7 camionetas

¿Usted cuenta con alianzas estratégicas?

No

¿Estaría dispuesto a suscribir sus vehículos en una aplicación móvil?

Si

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la suscripción?

\$15	
\$20	X
\$25	
\$30	
\$35	

¿Ubicación de la empresa? ¿Existen sucursales? ¿Años en el mercado?

Entrada al arroyo azul y calle transmarina, 7 años.

ENTREVISTA #3 Empresa HeraCar

Nombre y apellidos: Ronald Baque Guevara

Edad: 44

No. Celular: 09836313396

No Cédula: 1302854792

Cargo: Gerente General

¿En su mayoría cual sería el perfil de las personas que rentan un vehículo?

Turistas Nacionales y aproximadamente 5 turistas extranjeros al mes se le alquilan los vehículos.

¿Cuáles serían las estrategias para garantizar la fidelidad de sus clientes?

La opción de vehículos para escoger que tiene la empresa, la ubicación del sector y el trato a los usuarios.

¿Qué estrategias utilizan para captar nuevos clientes?

Si alquilan vehículos por más de tres días se realiza el 5% de descuento al total de la factura con eso se fidelidad a los clientes.

Para captar nuevos se utiliza los flyers que se reparten en toda la ciudad

A parte de los requisitos básicos como la cedula, certificado de votación, licencia de conducir o pasaporte para extranjeros ¿cuáles serían otros requisitos primordiales?

La firma de un contrato y dejar un cheque en blanco o un voucher que se devuelve al finalizar el alquiler.

¿Ha pautado alguna vez su servicio en algún medio publicitario?

Hace algunos años se pautaba en el Diario Manabita y el mercurio

¿Usted cuenta con un patio de vehículos?

Si con más de 5 vehículos

¿Usted cuenta con alianzas estratégicas?

No.

¿Estaría dispuesto a suscribir sus vehículos en una aplicación móvil?

Si

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la suscripción?

\$15	
\$20	
\$25	X
\$30	
\$35	

¿Ubicación de la empresa? ¿Existen sucursales? ¿Años en el mercado?

Vía puerto aeropuerto, al frente de redondel de la fae

Entrevista a Desarrollador

Ing. Segundo Menoscal

Ing. Informático

Desde su experiencia, ¿qué sistema operativo es el más rentable para el desarrollo de aplicaciones? ¿Y cuál el que más fuerza e importancia tiene? ¿Son el mismo?

Sin lugar a dudas, el más rentable es iOS y es por donde debería empezar cualquier desarrollador o startup que cree en las apps.

Si el premio a la rentabilidad se lo lleva iOS, la fuerza bruta la tiene Android. Sin embargo, la imagen habitual de cuota de mercado enorme pero sin valor para los que se dedican a programar apps empieza a cambiar. Hoy por hoy, creo que es vital empezar con iOS y si la App tiene éxito, portarla a Android.

Con respecto a ser desarrollador independiente (ya sea freelance o emprendedor), ¿cuáles son las ventajas e inconvenientes de no contar con el respaldo de una gran empresa?

Depende de tu objetivo. Si quieres hacer Apps por hobby, el ser freelance es lo mejor. Ahora bien, si quieres competir en serio en la App Store, creo que es vital contar con un equipo. El mercado del desarrollo de aplicaciones es extraordinariamente competitivo y estar en la brecha requiere mucho trabajo además de escribir código. No importa lo buena que sea tu App si no es preciosa. No importa lo bonita que sea tu App si nadie la conoce. No importa cuántos usen tu App si no tienes un buen modelo de negocio.

Grupo Focal

- El grupo focal estuvo constituido por 10 personas, 5 hombres y 5 mujeres que poseen más de dos vehículos por familia en la ciudad de Manta.
- Les pareció interesante de la idea de poder suscribir un vehículo que no utilicen en la aplicación.
- La aplicación móvil es un recurso de que ellos gane un dinero extra por alquilar su vehículo por días.
- Están dispuestos a pagar por suscripción en promedio \$35 por cada mes para que sus vehículos estén disponibles en el aplicativo
- Opción nueva para un ingreso extra
- Dispuestos a pagar por comisión si su vehículo es alquilado más de 5 veces al mes por medio del aplicativo
- Los clientes particulares desean que en altas horas de la noche si un usuario requiere un vehículo, la empresa Driving asume parqueo y entrega de vehículo.

4.8.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Para la investigación cuantitativa se diseñó una encuesta tomando como muestra calculada a partir del universo de personas viven en la ciudad de Manta y que poseen un Smartphone. Se realizaron 190 encuestas a través de un formulario online en google, así mismo el restante de personas se realizó la encuesta presencial.

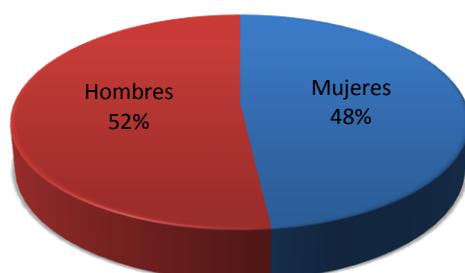
A lo largo de la encuesta existieron filtros de acuerdo a gustos y preferencias de usuarios con el final de determinar un mercado más segmentado al cual será dirigida la propuesta.

4.8.2.4. Análisis de Datos

A continuación, se mostrarán los resultados que se obtuvieron por cada pregunta de la encuesta. Los datos encuestados representan a las 378 personas encuestadas

➤ Género

Gráfico 14 Género



Género de los encuestados

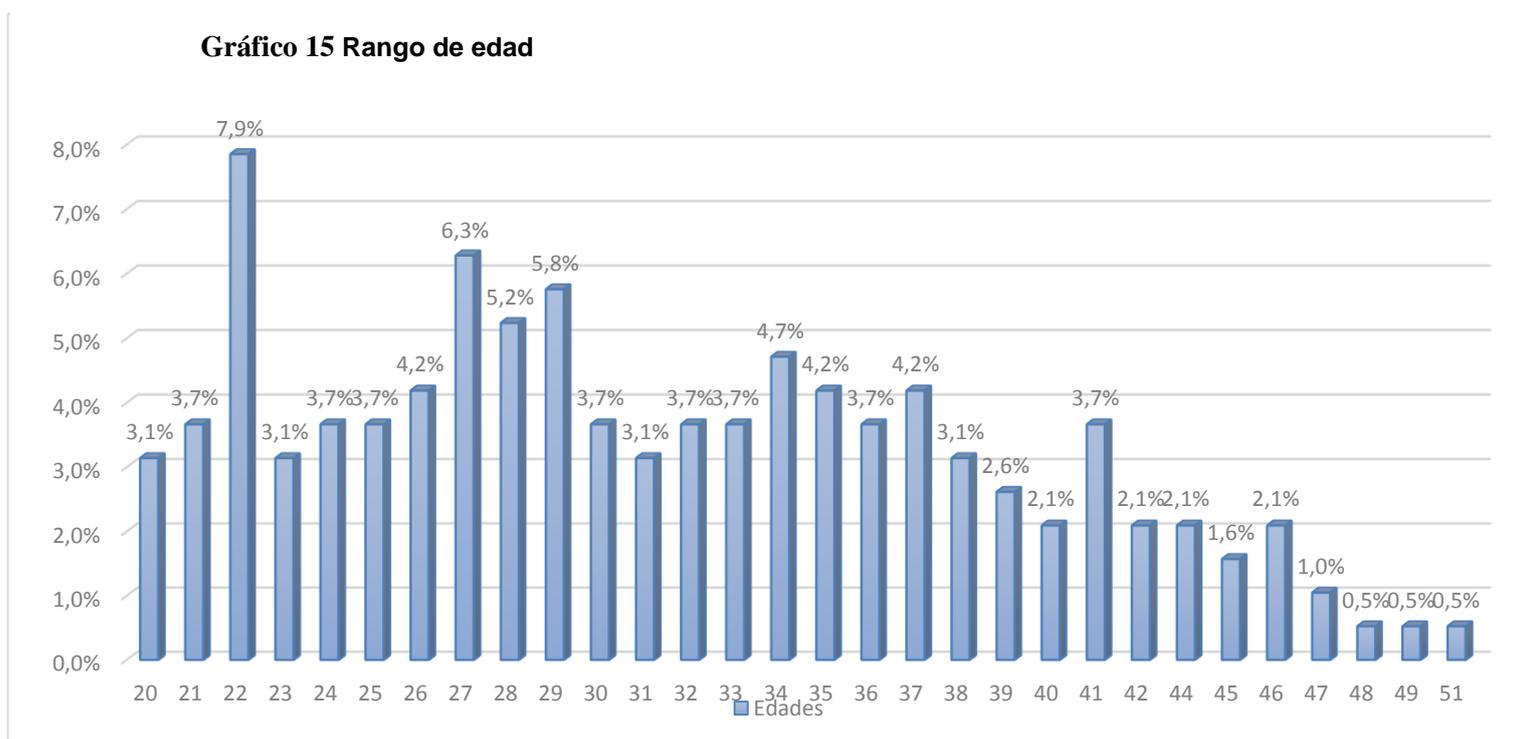
■ Mujeres ■ Hombres

Elaborado por: La autora
Fuente: Investigación Personal

Del total de la muestra de 378 personas, los hombres representan el 52% con 196 encuestados y las mujeres el 48% con 182 encuestas.

➤ **Rango de edad**

Gráfico 15 Rango de edad



Elaborado por: La Autora
Fuente: La investigación

La encuesta se realizó a personas entre 20 y 51 años de edad, en donde los que más resaltan son personas entre 22 y 38 años.

Pregunta 1: ¿Posee usted un celular inteligente?

Gráfico 16 Uso de Smartphone

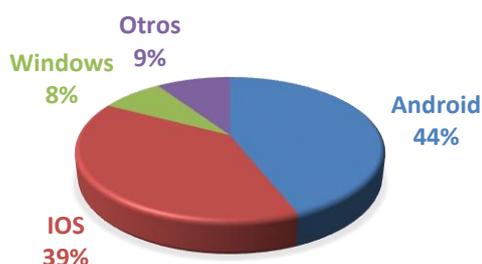


Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

Del total de encuestas 378 personas, el 100% de estas cuentan con un celular inteligente.

Pregunta 2: ¿Cuál es su sistema operativo?

Gráfico 17 Sistema Operativo



SISTEMA OPERATIVO

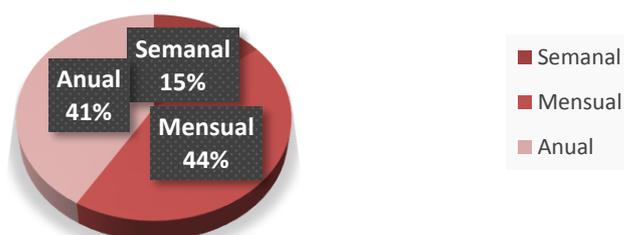
Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

Del 100% de encuestados que poseen un celular inteligente, el mayor porcentaje lo representa Android con 44% seguido de IOS el 39%, Windows el 8% y Otros como (BlackBerry) el 9 %.

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia descarga una aplicación en su celular?

Gráfico 18 Frecuencia de uso

Frecuencia de descargas app móviles



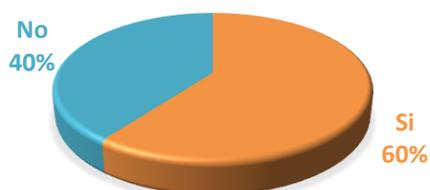
Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

Según la respuesta de los usuarios encuestados el 44% descarga una aplicación móvil mensual, el 41% anual y el 15% semanal.

Pregunta 4: ¿Ha solicitado algún servicio a través de una aplicación móvil?

Gráfico 19 Uso de servicios a través de una aplicación móvil

UNA APLICACIÓN MÓVIL



Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

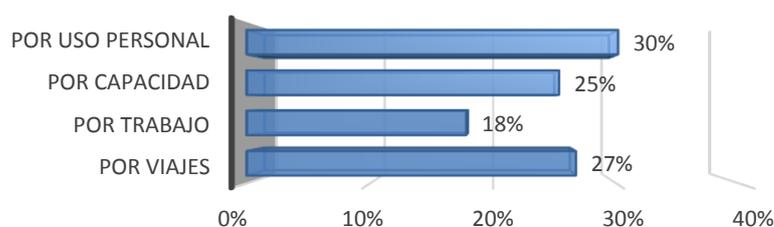
El 60% de los encuestados que representa a 227 personas si han solicitado alguna vez un servicio a través de una aplicación móvil, el 40% de los encuestados no ha utilizado ningún servicio.

De las 378 personas encuestadas, 151 personas no continúan la encuesta.

Pregunta 5: ¿Cuál o cuáles son las razones para alquilar un vehículo?

Gráfico 20 Razones para alquilar un vehículo

Razones para alquilar un vehículo



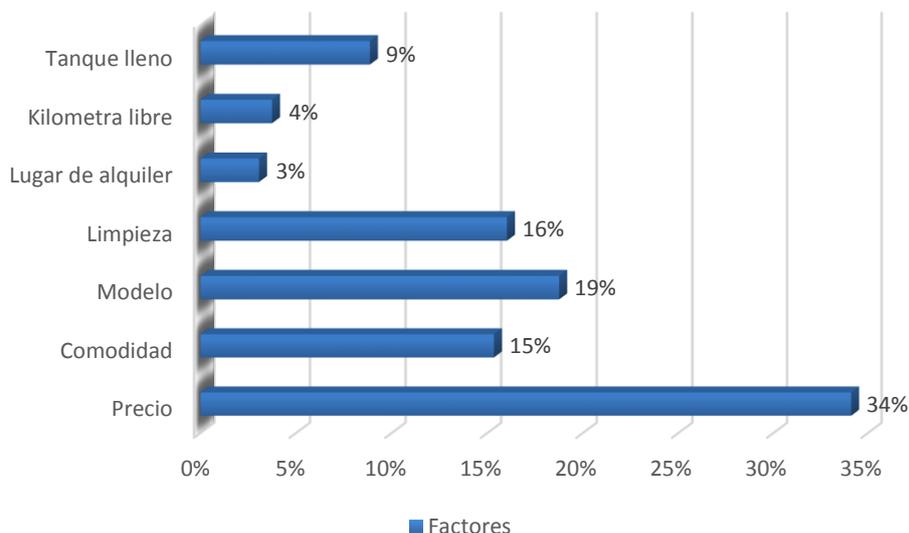
Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

De las 227 personas que continuaron con la encuesta y respondieron a la pregunta de razones el 30% lo alquilan un vehículo para uso personal, 25% por capacidad de pasajeros, el 18% por motivos de trabajos y el 27% por motivos de viajes.

Pregunta 6: ¿Cuál o cuáles son los factores de preferencia al momento de alquilar un vehículo?

Gráfico 21 Factores de preferencia de vehículos



Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

En esta pregunta los usuarios encuestados escogieron más de una opción en las respuestas planteadas, por tanto, el factor precio fue el más relevante con 34% de respuestas, seguido de modelo 19%, limpieza 16%, comodidad 15%, tanque lleno 9%, kilometraje libre 4% y lugar de alquiler con el 3%.

Pregunta 7: ¿Le gustaría alquilar un vehículo a través de una aplicación móvil con el fin de ahorrar tiempo?

Gráfico 22 Uso de una app móvil para alquilar un vehículo

Uso de una app móvil para alquilar un vehículo



Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

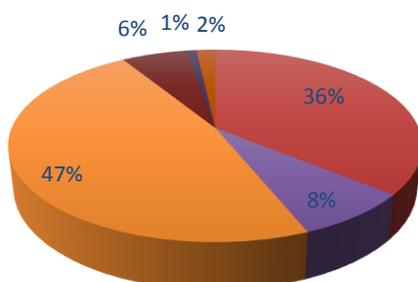
Del total de 227 personas encuestadas el 88% si utilizaría una aplicación móvil que ofrezca el servicio de alquilar un vehículo, el 9% tal vez y el 3% No las personas que su respuesta fue NO, terminan con la encuesta con la encuesta.

Pregunta 9: ¿Cuál es su preferencia de lugar y entrega de devolución del vehículo?

Gráfico 23 Lugar de entrega/devolución del vehículo

Lugar de entrega/devolución del vehículo

■ Lugar de partida ■ Oficina de driving ■ Oficina de alquiler ■ Aeropuerto ■ Domicilio ■ Otro lugar



Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

En relación a la pregunta anterior que 7 personas no continúan con la encuesta, 220 personas responden esta pregunta en donde el 47% prefiere recoger y devolver el vehículo en el lugar de alquiler, 36% en el lugar de partida, el 8% en la oficina de DRIVING, el 8% en el aeropuerto, el 6% en otro lugar y el 2% en otro lugar.

Pregunta 10: En caso de alquilar un vehículo a través del aplicativo ¿Le gustaría devolver el vehículo usted u otra persona?

Considerando que si fuese otra persona el recargo sería de \$5

Gráfico 24 Devolución de vehículo

Devolución del vehículo



Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

Del total de 220 que continúan la encuesta el 75% prefiere devolver el vehículo ellos mismos y el 25% prefiere que recoja el vehículo una tercera persona.

Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto a recibir información sobre la aplicación móvil?

Gráfico 25 Recibir información sobre el aplicativo

Recibir información sobre la aplicación móvil



Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

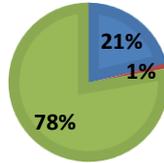
De las 220 personas encuestadas el 95% le gustaría recibir información sobre el aplicativo, el 5% (11 personas) no les gustaría recibir información sobre el aplicativo.

Pregunta 11: ¿Por qué medio le gustaría recibir información?

Gráfico 26 Medio de información

MEDIOS DE INFORMACIÓN

■ Periodicos ■ Emails ■ Redes sociales



Elaborado por: La autora

Fuente: La investigación

En esta última pregunta 209 personas respondieron en donde el 78% de estas prefiere recibir información a través de redes sociales el 21% a través de periódicos y el 1% a través de emails o correos electrónicos.

4.8.2.5. Resumen e interpretación de resultados

A través de la investigación cuantitativa se pudo determinar que los usuarios que solicitarían el servicio, en su mayoría son hombres en un 52% y mujeres en un 48% que son personas que viven en la ciudad de Manta. El 100% de los encuestados poseen un Smartphone. Los usuarios en promedio el 44% descargan una aplicación mensual, el 41% anual y el 15% semanal. El 40% de encuestados no ha solicitado un servicio a través de una aplicación que no han solicitado servicios a domicilio por esto no continúan con la encuesta. La principal razón para alquilar un vehículo con un 30% es para uso personal. El factor de relevancia al momento de alquilar un vehículo es el precio con un 34%. El 88% de usuarios encuestados utilizaría el servicio propuesto a través de la aplicación el 3% del total de encuestados no continua con la encuesta. Entre el servicio de recogida y devolución del vehículo el 47% de usuarios prefiere hacerlo a través del enlace con la empresa de alquiler de vehículo. El 75% de usuarios prefieren recoger y devolver el vehículo en el lugar de preferencia. El 95% de usuarios encuestados desean recibir información a través de redes sociales, emails y periódicos.

4.8.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

- Las entrevistas a las empresas de alquiler de vehículos si estarían dispuestas a suscribir sus vehículos en la aplicación.
- Se realizarán alianzas estratégicas con empresas de alquiler de vehículos y personas particulares
- Para suscribir vehículos a la aplicación se pagará un valor mensual de \$25
- Para el desarrollo y prototipo del aplicativo móvil se realizará un bosquejo y pruebas con un desarrollador para así mejorar la aplicación.
- Los clientes particulares que desean suscribir sus vehículos disponibles al aplicativo están dispuestos a pagar un precio de \$35 al mes.
- Los clientes consideran la opción de pagar comisiones extras por cierto números de alquileres al mes por vehículo.
- Se fue segmentando a los usuarios de acuerdo a las preferencias de poder alquilar un vehículo a través de un aplicativo móvil.
- Del total de 378 encuestados el 100% posee un celular inteligente y de estos el 44% su sistema operativo es Android
- El principal factor para alquilar un vehículo es el precio
- Los usuarios prefieren recibir información del aplicativo a través de redes sociales

4.8.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

- Se recomienda destacar los atributos del producto por el lado de la seguridad en los servicios y hacer énfasis en los vehículos proporcionados por las empresas de alquiler de vehículos que se suscriban a la aplicación donde deberán ser evaluados, puesto que el factor más influyente para los usuarios es la confianza, al momento de solicitar el servicio de alquiler de vehículos a través de una aplicación móvil.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

- Desarrollar un plan de marketing que permita posicionar a “Driving” como primera opción fácil y rápida al momento de requerir un vehículo.

Objetivos Específicos

- Aumentar la suscripción de vehículos en un 2% mensual.
- Conseguir un crecimiento sostenido del 5% mensual de seguidores en las redes sociales de la marca. (Fan page, Instagram)
- Expandirse en el mercado nacional después del quinto año de funcionamiento.
- Obtener el 60% de aceptación de los usuarios durante el primer año de operaciones

5.1.1. Mercado Meta

El mercado meta del aplicativo está clasificado en dos segmentos:

Usuarios:

Hombres y Mujeres, Turistas Nacionales o Extranjeros que visiten o vivan en la ciudad de Manta y empresas requieran de un automóvil por varios días.

Personas entre 21 y 55 años de edad de estratificación B Y C+ que posean un celular inteligente con conexión a internet o acceso a wifi con el fin de poder encontrar un vehículo que se adate a las necesidades del usuario, con el fin de ahorrar tiempo y recursos.

Clientes:

Empresas que proporcionarán y suscribirán los vehículos disponibles en la aplicación móvil

Personas entre 25 y 60 años de estratificación A y B, que posean más de dos vehículos, no utilicen uno y deseen suscribir a la aplicación sus vehículos.

Los vehículos a suscribirse en el aplicativo deberán cumplir con ciertas especificaciones y reglas sujetas al aplicativo. Todos los vehículos suscritos deberán poseer un seguro a todo riesgo

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La estrategia de penetración que la empresa “MANTADRIVEC S.A” es de segmentación y diferenciación, la cual está enfocada en ofrecer un servicio diferente de alquiler de vehículos por medio de ser intermediario con las empresas de renta de vehículos ya posicionadas en el mercado para que los usuarios puedan alquilar uno a través de una aplicación móvil.

La estrategia es realizar alianzas estratégicas con las empresas de renta de vehículos en la ciudad de Manta, para así poder determinar precios, lugar de entrega y recogida, plus sobre kilometraje o gasolina que se le ofrecerían a los usuarios.

5.1.1.2. Cobertura

La empresa como aplicativo móvil arrancara sus operaciones en la ciudad de Manta, abarcando todas las zonas de la misma.

5.2. Posicionamiento

“Driving” se ubicará en su fase de inducción en la ciudad de Manta, se posicionará en el mercado de la misma ciudad a través de estrategias de marketing las cuales serán percibidas en los dos segmentos que el aplicativo está dirigido.

Basado en la estrategia de segmentación y diferenciación el aplicativo ofrece un servicio único en el mercado ya que agrega valor a las empresas de alquiler de vehículos y personas particulares con el fin de que los usuarios ahorren tiempo, y encuentren este servicio a través de su celular inteligente.

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

El posicionamiento de la marca en la mente del consumidor pasa a ser de vital importancia en proyectos de índole tecnología móvil, ya que es una

industria que se encuentra en auge y los productos o servicios sustitutos aparecerán de forma rápida.

Definición: La propuesta está dirigida al sector de servicios móviles y se ofrecerá en las tiendas virtuales de IOS Y ANDROID, donde se podrá descargar el aplicativo móvil gratis.

Color: Driving posee interfaces y códigos de la paleta principal como son el azul oscuro, blanco, verde y negro.

Azul oscuro: representa: fuerza, autoridad y profesionalismo

Verde: representa esperanza

Negro: representa poder, elegancia y sobriedad.

Blanco: simboliza simplicidad, transparencia, confianza e higiene.

Tamaño: Depende del sistema operativo del celular inteligente (cambian tamaños de letras e incluso imágenes)

Imagen:

Gráfico 27 Imagen del Servicio



Elaborado por: La autora

Slogan: “Encuentra el vehículo que más se ajuste a tus necesidades”

Atributos:

Atributos de la marca:

- Rapidez
- Ahorro de tiempo
- Facilidad
- Confianza
- Adaptabilidad

Producto Esencial, Producto real y aumentado:

Tabla 9 Descripción del servicio

	USUARIOS	CLIENTES
Producto o Servicio esencial	Servicio de alquiler de un vehículo a través de una aplicación móvil	Las empresas de alquiler de vehículos o personas que deseen suscribir sus carros en el aplicativo móvil
Producto o servicio real	Encontrar un vehículo que más se ajuste a necesidades en el aplicativo móvil	Suscripción de vehículos en el aplicativo
Producto o servicio aumentado	Aplicación móvil para conectar a la persona o empresa que le proporcionara el vehículo a cualquier hora. El aplicativo será de acceso fácil rápido y seguro, opción a escoger un chofer si es requerido.	Aplicación móvil para suscribir lo vehículos de alquiler, que estén disponibles a los usuarios.

Elaborado por: La autora

5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

“Driving” es un aplicativo móvil, solo presta diferentes servicios para los usuarios y clientes, es un intangible, por esto, no aplica para empaque u otro tipo de cualidades de un producto clásico.

5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea

Durante los primeros cinco años de trabajo de la empresa “MANTADRIVEC S.A” no planea ampliar la línea de servicios. La aplicación se desarrollará y estará presente en tiendas como IOS y Android.

Luego de los cinco años se considera tener disponible la aplicación para todo el país de Ecuador.

5.3.1.3. Marcas y Submarcas

“Driving” es la única marca de la empresa “MANTADRIVEC S.A”.

Gráfico 28 Isotipo del servicio



Elaborado por: La autora

5.3.2. Estrategia de Precios

Los servicios ofrecidos a través de la aplicación serán: encontrar un vehículo que más se ajuste a las necesidades, opción de reserva de día y hora, escoger lugar de entrega y devolución, opción a chofer, opción de devolución a medio tanque de gasolina y kilometraje libre.

Los precios de alquiler por día son puestos por los dueños de vehículos. Opciones extras son ganancias para la empresa.

5.3.2.1. Precios de la Competencia

La aplicación Driving no posee competencia directa, los precios varían depende de las necesidades y opciones del usuario.

Se tomó en cuenta a Avis que posee la opción de reserva a través de su página web.

Tabla 10 Competencia Indirecta

AVIS	PRECIO
Alquiler diario	\$58
Otros Servicios (varias dependiendo del requerimiento)	\$0,00
Obligatorio Protección parcial	\$15
Reserva en internet	\$7,83
TOTAL	\$80,83

Elaborado por: La Autora

Fuente: (AVIS, 2017)

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo de los usuarios de estrato B y C+ es gratuito, sólo deben disponer de un celular inteligente con conexión a wifi o a internet.

Referente a los clientes no existe un poder adquisitivo determinado, según resultados de encuestas los clientes estarían dispuestos a pagar un valor mensual promedio de \$25.

5.3.2.3. Políticas de Precio

El poder adquisitivo de los usuarios de estrato B y C+ es gratuito, sólo deben disponer de un celular inteligente con conexión a wifi o a internet.

Referente a los clientes no existe un poder adquisitivo determinado, según resultados de encuestas los clientes estarían dispuestos a pagar un valor mensual promedio de \$25

5.3.3. Estrategia de Plaza

Los precios del servicio de alquiler de vehículos por medio de un aplicativo móvil serán fijados por la empresa o persona que proporciona el vehículo.

Driving es un intermediario que evaluará los precios de cada modelo de vehículo y cobrará por opciones extras a los usuarios y por suscripción de vehículos.

5.3.3.1. Localización de Puntos de Venta

La empresa lanzará su aplicativo móvil en la ciudad de Manta, perteneciente a la provincia de Manabí.

Para los usuarios, la forma de acceder al servicio será a través de la descarga gratuita de la aplicación en las tiendas del sistema operativos IOS y Android. Una de las estrategias con las cuales se motivará a la descarga, es a través de la implementación de códigos QR en la publicidad impresa que direcciona al usuario hacia la aplicación, esta será a través del Diario Manabita y flyers.

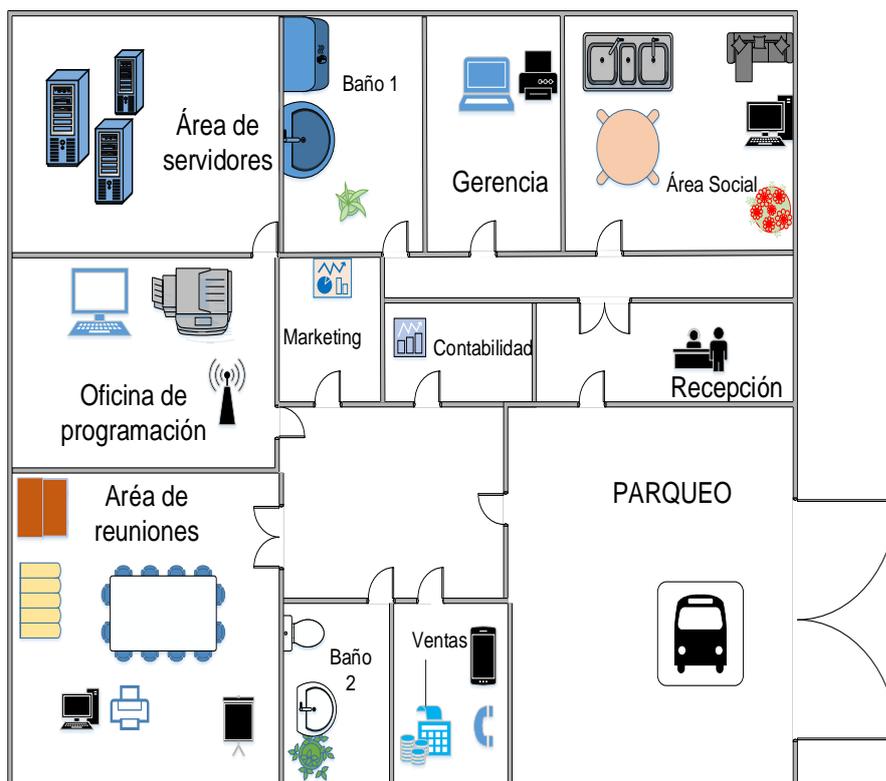
La empresa "MANTADRIVEC S.A" realizará visitas a clientes y ubicará un stand en el parque de la madre por ciertos meses con el fin de captar clientes y usuarios.

5.3.1.1. Distribución del Espacio

La empresa "MANTADRIVEC S.A" alquilará una oficina de 450 m2 contando con área de parqueo para aproximadamente 5 vehículos.

La oficina está distribuida en departamentos de programación, marketing, ventas, contabilidad y gerencia.

Gráfico 29 Layout



Elaborado por: La Autora

5.3.1.2. Merchandising

La empresa “MANTADRIVEC S.A” con su aplicativo móvil Driving hará uso de las siguientes estrategias:

- Se impondrá un stand en meses claves ubicado en el parque de la madre con su respectivo vendedor y un roll up
- Durante el primer año de operaciones se entregarán 1000 flyers mensuales alrededor de toda la ciudad.
- Adicionalmente en meses claves se pautará en el Diario Manabita en la provincia.
- Durante el primer año se pautará todos los meses en redes sociales como Facebook e Instagram.

Gráfico 30 Roll up



Elaborado por: La Autora

Gráfico 31 Stand del servicio



Elaborado por: La Autora

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

La aplicación móvil “Driving” estará disponible en Apple Store y Google Play, que son las principales tiendas virtuales de aplicaciones para iPhone y Android; siendo gratuita su descarga para los usuarios.

Los clientes deberán pasar por el proceso de suscripción, para formar parte de la base de datos y poder estar en la aplicación móvil. Para efectuar dicha suscripción, se contarán con vendedores que visitaran a los clientes y evaluarán los requisitos para la suscripción y así la firma de un contrato, también personas particulares que vean la publicidad por cualquier medio y estén interesadas en suscribir sus vehículos podrán llenar formularios a través de Facebook o Google y así ser contactados vía telefónica.

5.3.3.2.2. Logística

La empresa no requiere realizar ninguna actividad logística puesto que los servicios que presta son intangibles.

5.3.3.2.3. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Pre-venta El vendedor llevara a cabo un plan de venta 3 meses antes del lanzamiento de la aplicación, visitarán a las empresas de alquiler de vehículos, dando a conocer el servicio, el beneficio y la suscripción del mismo, de esta manera se logrará construir la base de datos de empresas de alquiler de vehículos interesados en suscribir vehículos en la aplicación. La información requerida por redes a través de la solicitud de suscripción de personas particulares, será gestionada y atendida en la empresa del aplicativo por el departamento de ventas.

Respecto a los usuarios, se realizará una campaña de expectativa por redes sociales meses antes del lanzamiento, también se ubicará un stand en el parque de la madre ubicado en el centro de la ciudad para que futuros usuarios y clientes conozcan la aplicación.

Post-venta El servicio post venta se realizará vía online, a través de un canal de comunicación interno que tendrá la app para los usuarios mediante

el cual puedan calificar el servicio al finalizar el alquiler de vehículos, los clientes podrán comunicarse de manera directa con el departamento de ventas y los usuarios. Además de la atención en oficina de la sede de la empresa, se contará con un departamento de asistencia vial 24/7 en caso de eventualidad que tenga el usuario con respecto al vehículo por accidente o robo. Dudas, quejas, reclamos se realizarán en el departamento de ventas conjunto con el departamento de marketing y asistencia 24/7 con el fin de dar una atención personalizada y brindar solución a los usuarios y clientes.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Promoción de Ventas

5.3.4.2. Venta Personal

Los clientes de la empresa que serán las empresas de alquiler de vehículos y personas particulares, podrán comunicarse con el departamento de ventas por llamadas telefónicas, redes sociales o formularios de registro y así acordar una visita para la explicación del servicio, y como paso final la firma del contrato.

5.3.4.3. Publicidad

Como estrategias de se utilizarán campañas en Facebook, Instagram, a través de periódicos, flyers y un stand ubicado en un sector estratégicos de la ciudad de Manta.

5.3.4.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

“MANTADRIVEC S.A” con su aplicativo móvil Driving resaltando sus características:

Encontrar el vehículo que más se ajuste a las necesidades del usuario, a cualquier día y hora.

Opcional: Reserva, Lugar de entrega y devolución.

5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL

Como estrategia ATL se considera pautar cuatro veces al mes en el periódico: Diario Manabita, además como Through the line: redes sociales como Facebook e Instagram, influencers.

Se utilizará también técnicas BTL (Below the line) estrategia de medios no tradicionales como un stand ubicado en el parque de la madre

5.3.4.3.3. Estrategia de Lanzamiento

Se realizarán campañas de expectativa a través de Facebook e Instagram por 5 días consecutivos con un precio de \$3 diarios.

Miércoles y viernes en Facebook

Lunes, jueves y sábado Instagram

Tabla 11 Cronograma de pauta en Facebook e Instagram

LUNES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
X	X	X	X	X
7:00 PM	8:00 PM	10:00 AM	7:00 PM	5:30 PM

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Personal

Gráfico 32 Estrategia de lanzamiento



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Personal
Tamaño: 940 px x 788 px

Se pautará en las publicaciones de Facebook por publicidad.

Gráfico 33 Estrategias de lanzamiento



Tamaño 828x x 315 px

Se publicará como cover de Facebook

Gráfico 34 Estrategias de lanzamiento

**Alquila tu vehículo
cuando no lo utilices**

SUSCRIBETE A :



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Personal

Tamaño 940px x 788px

Se pautará en Instagram

5.3.4.3.4. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

La empresa utilizará un plan de medios a través de redes sociales y por medio del aplicativo en donde podrán interactuar usuarios con clientes. Se

realizará publicaciones por medio de influencers, también se publicará en el Diario Manabita, en los meses de enero, febrero y noviembre.

Tabla 12 Pauta en Periódicos

MESES	DÍAS	MEDIO	FORMATO	SECCIÓN	PRECIO
Enero	Viernes y Sábado	EL DIARIO MANABITA	4 COL X 6CM	Clasificados	\$150 XCADA PUBLICACIÓN
Febrero	Lunes y Sábado	EL DIARIO MANABITA	4 COL X 6CM	Clasificados	\$150 XCADA PUBLICACIÓN
Noviembre	Viernes y Sábado	EL DIARIO MANABITA	4 COL X 6CM	Clasificados	\$150 XCADA PUBLICACIÓN

Elaborado por: La Autora

Gráfico 35 Arte en el Diario Manabita



DISPONIBLE EN:  

**ALQUILAR UN VEHÍCULO
NUNCA FUE TAN FÁCIL**

DESCARGA LA APLICACIÓN MÓVIL
E INGRESA EL CÓDIGO QR Y OBTÉN UN
DESCUENTO EN EL PRIMER ALQUILER



Elaborado por: La Autora

Gráfico 36 Influencer Jocelyn Mieles



Elaborado por: La Autora

Cuenta Instagram: jocelynmieles

Seguidores: 104 mil

Se escoge a Jocelyn para que promocioe la nueva aplicaci3n m3vil para la renta de veh3culo.

Costo por cada post \$67

\$134 por dos post al mes

2 Post en enero

2 Post en el mes de marzo

2 Post en agosto

Gráfico 37 Influencers Nicole Loor



Elaborado por: La Autora

Cuenta Instagram: nicolelv12

Seguidores:12 k

Se escoge a Nicole para que promocioe la aplicaci3n ya que las personas que siguen esta cuenta son de Manab3 y est3n entre los 21 y 35 a3os.

Costo por cada post en red social \$30

2 ser3n publicados en Facebook y dos en Instagram

4 Post en el mes de abril

4 Post en el mes de junio

4 Post en septiembre

4 Post en diciembre

5.3.4.4. Relaciones P3blicas

La empresa se encarga de manejar las relaciones p3blicas del aplicativo m3vil.

5.3.4.5. Marketing Relacional

El marketing relacional ser3 por medio de redes sociales con el fin de tener un contacto directo con los usuarios y clientes poder conocer sus inquietudes, sugerencias y opiniones acerca del servicio. Tambi3n contaremos con la funci3n de env3os privados de comentarios en la aplicaci3n m3vil del servicio.

5.3.4.6. gesti3n de Promoci3n Electr3nica del Proyecto

5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce

La empresa no har3 uso de estrategias por medio de comercio electr3nico ya que la empresa no realizar3 ventas online sino solo usar3 el aplicativo m3vil. Se aplicaran estrategias de e-Business / e-Marketing por medio de la aplicaci3n m3vil y redes sociales decididas por la empresa.

5.3.4.6.2. An3lisis de la Promoci3n Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales

La empresa tiene competidores indirectos, especialmente a AVIS que se puede escoger un veh3culo a trav3s de la p3gina web del mismo.

Gráfico 38 Pagina web de Avis

www.avis.com.ec/?gclid=EAlaIqobChMluN2P6MLo1QIV2IzCh0PHgoBEAAYASAAEgJyBfD_BwE

Ingreso / Re

Empresas Avis Vehículos Venta Veh

Haz tu reserva Ver reserva Ver Transacciones

LOS CAMPOS CON * SON OBLIGATORIOS

LUGAR DE RETIRO * MANTA AEROPUERTO (MEC)

RETORNAR A UN LUGAR DISTINTO

DÍA Y HORA DE RETIRO: * 31-agosto-2017 09:00

DÍA Y HORA DE REGRESO: * 01-septiembre-2017 09:00

EDAD: * Seleccionar edad

Reservar



Elaborado por: La Autora

Fuente (AVIS, 2017)

- La empresa Avis se puede encontrar:
- Reservar un vehículo en línea
- Seleccionar la ciudad de entrega fecha y la hora
- Escoger el vehículo que más se ajuste a las necesidades
- Avis obligatoriamente exige una protección y cobertura, esto depende de la elección del usuario
- Ofrece también otros servicios
- Se confirman Datos personales
- Se procede a realizar el pago en línea o un abono

Gráfico 39 Redes sociales de Avis



Elaborado por: La Autora

5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales

La empresa establecerá estrategias informativas a través de Facebook, iniciando su publicación con una bienvenida hacia sus seguidores dando la apertura para que puedan realizar cualquier comentario o inquietud y se contacte con la empresa, manteniéndola a través de videos, fotos y estados informativos acerca de la empresa para tener una relación directa con los consumidores e incentivar el uso del aplicativo móvil. En cuanto a las publicaciones en Instagram es solamente fotos y videos informativos de los beneficios de descargar la aplicación móvil, tips de viajes, consejos de alquiler entre otras actividades que se realizarán.

Gráfico 40 Redes Sociales



Elaborado por: La Autora



5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción

Tabla 13 Cronograma de promoción

MEDIO		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
DIARIOS	EL DIARIO MANABITA												
PUNTOS DE VENTA	Parque la madre												
	Flyers												
	Roll up												
REDES SOCIALES COMMUNITY MANAGER	INSTAGRAM												
	FACEBOOK												
	influencers												
TOTAL PUBLICIDAD													

Elaborado por: La Autora

5.4. Presupuesto de Marketing

Gráfico 41 Presupuesto de Marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING

CANAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD								
DIARIOS	300,00	300,00	-	900,00	927,90	956,66	986,32	1.016,90
EL DIARIO MANABITA	300,00	300,00	-	900,00	927,90	956,66	986,32	1.016,90
DIARIO 2	-	-	-	-	-	-	-	-
DIARIO 3	-	-	-	-	-	-	-	-
PUNTOS DE VENTA	435,00	220,00	220,00	2.855,00	2.943,51	3.034,75	3.128,83	3.225,82
Parque la madre	300,00	150,00	150,00	1.950,00	2.010,45	2.072,77	2.137,03	2.203,28
Flyers	70,00	70,00	70,00	840,00	866,04	892,89	920,57	949,10
Roll up	65	-	-	65,00	67,02	69,09	71,23	73,44
REDES SOCIALES	254,00	120,00	254,00	2.322,00	2.393,98	2.468,20	2.544,71	2.623,60
INSTAGRAM	60,00	60,00	60,00	720,00	742,32	765,33	789,06	813,52
FACEBOOK	60,00	60,00	60,00	720,00	742,32	765,33	789,06	813,52
influencers	134,00	-	134,00	882,00	909,34	937,53	966,60	996,56
WEB	-	-	-	-	-	-	-	-
COMMUNITY MANAGER	350,00	350,00	350,00	4.200,00	4.330,20	4.464,44	4.602,83	4.745,52
TOTAL PUBLICIDAD	1.339,00	990,00	824,00	10.277,00	10.595,59	10.924,05	11.262,70	11.611,84

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

El modelo de negocios se basa en el uso de aplicaciones móviles, el proceso productivo es el siguiente: un proceso para el desarrollo de la App, un proceso para el registro y suscripción de los clientes y un proceso para el registro del usuario; que a su vez se integran y conectan entre sí.

Proceso de Registro de Clientes:

1. Los vendedores visitarán a las empresas de renta de vehículos o a particulares que deseen adquirir información sobre del servicio
2. Explicación a las empresas de renta de vehículos de Manta o personas particulares sobre el aplicativo móvil
3. Aceptación o Rechazo de suscribir los vehículos
4. Si rechaza se quedan datos para futuras visitas
5. Si acepta se cobra por suscripción de cada vehículo de acuerdo a las especificaciones dadas
6. Se acuerda un precio de renta de vehículo que estará disponible en la aplicación, se recepta información de especificaciones del vehículo, fotos, entre otros datos
7. Se procede a la firma de un contrato
8. Se ingresa la información recolectada a la aplicación móvil

Proceso de Registro de Usuario:

1. El usuario descarga de la App desde la tienda de aplicaciones de su Smartphone
2. Ingresa sus datos (nombre, correo electrónico, celular, contraseña) o ingresa directamente a través de una red social como (Fb-Ig o Google)
3. Acepta las políticas de privacidad, términos y condiciones
4. La cuenta ha sido registrada con éxito

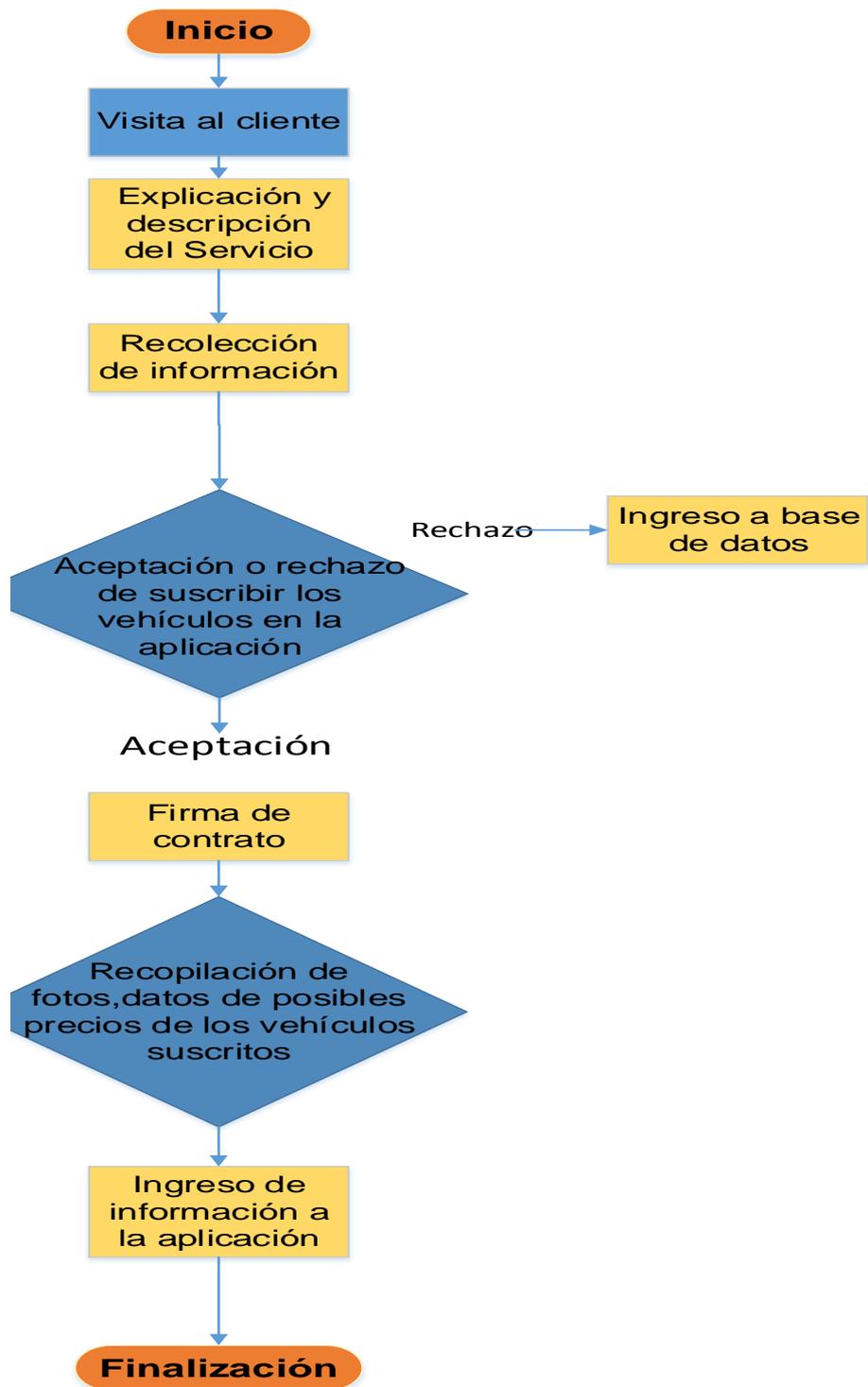
Proceso de la Aplicación:

1. Registro/Inicio de sesión
2. Envío de cuadro de diálogo solicitando permiso para acceder a la ubicación.

3. Localización
4. Generación de orden búsqueda de vehículos disponibles cerca del sector
5. Envío de varias opciones de vehículos con precios
6. El usuario escoge el vehículo que más se ajuste a sus necesidades
7. El usuario selecciona las fechas que desea ocupar un vehículo
8. Se geo-localiza al dueño de los vehículos y se le envía una alerta del servicio a través de la aplicación y les llegara un correo de notificación
9. Notificación de servicios extras: reserva, lugares de recogida de vehículo/lugar de entrega.
10. Envío de posibles precios finales por alquiler
11. Confirmación de alquiler de vehículo.
12. Validación de requisitos que deben cumplir para finalizar contrato de alquiler
13. El usuario está listo para recibir el carro de acuerdo a las especificaciones antes dadas.

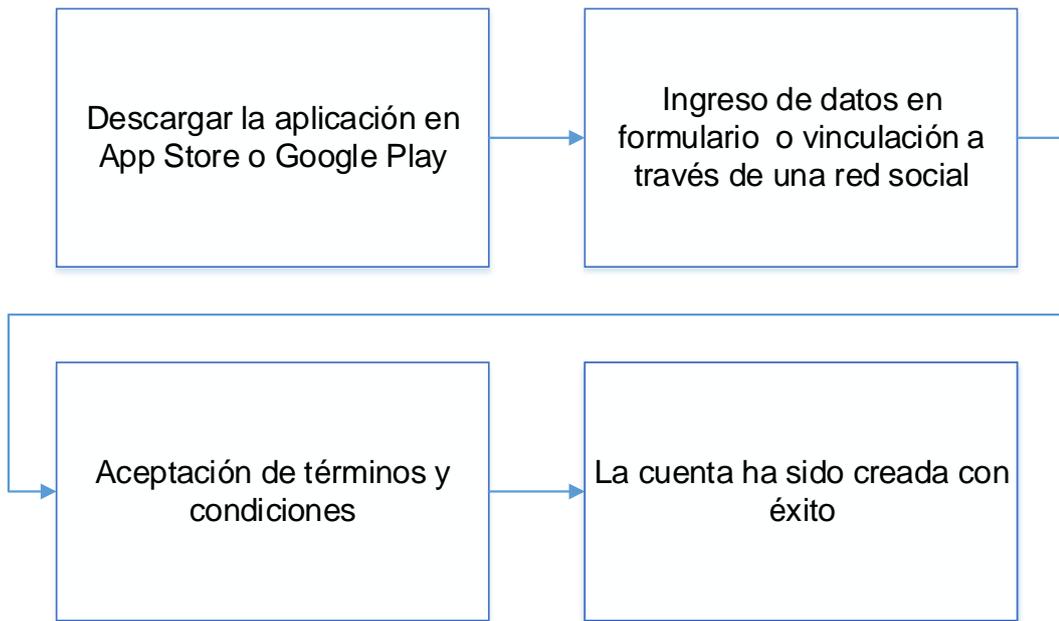
6.1.2. Flujogramas de procesos

Gráfico 42 Flujo de clientes



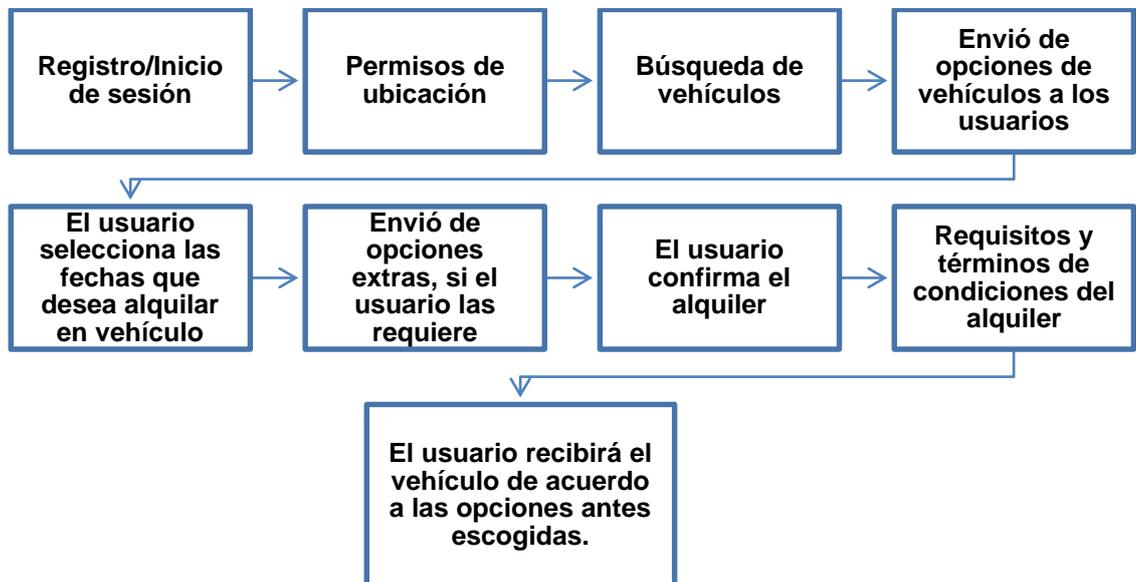
Elaborado por: La Autora

Gráfico 43 Flujograma de registro de usuarios



Elaborado por: La autora
Fuente: La investigación

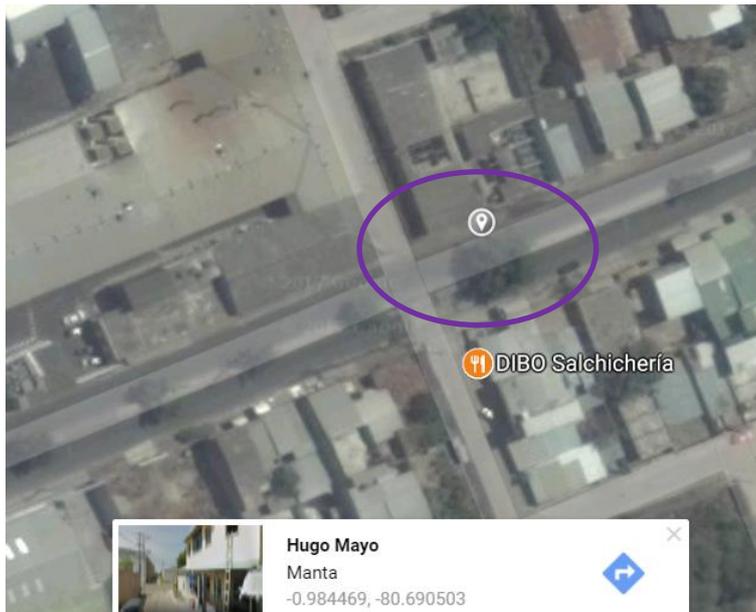
Gráfico 44 Flujo de proceso de la app



Elaborado por: La autora
Fuente: Investigación Personal

6.1.3. Infraestructura

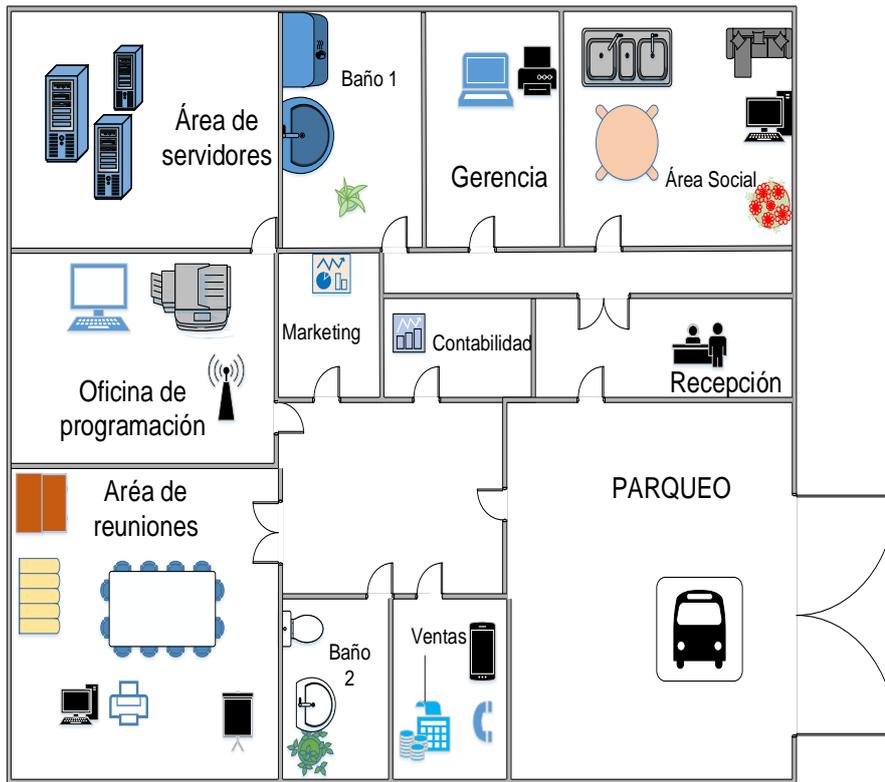
Gráfico 45 Mapa de ubicación de la empresa



Elaborado por: El Autor
Fuente: La investigación

“MANTADRIVEC S.A” contará con una sede en donde se llevará a cabo la atención al cliente y trabajos de oficina, se alquilará un espacio en la vía Manta-Montecristi, barrio Hugo Mayo, la oficina es de 450 m2 con área de parqueo para aproximadamente 5 carros.

Gráfico 46 Diseño de la oficina de Driving



Elaborado por: El Autor
Fuente: La investigación

6.1.4.Mano de Obra

El servicio que ofrece la empresa se gestiona fundamentalmente a través del mantenimiento y funcionamiento de la aplicación móvil, las actividades de marketing y ventas serán por dos vendedores y un asistente de ventas y marketing, en el departamento de contabilidad estará un contador, en el departamento de administración estará conformado por un gerente y por una recepcionista y el departamento de programación estará compuesto por un programador.

Gráfico 47 Mano de obra Directa

AREA	CANT.	CARGO	SUELDO INDIVIDUAL	SUELDOS TOTALES
ADM	1	Gerente General Administrativo	600,00	600,00
	1	Contador	400,00	400,00
	1	Asistente Administrativa	400,00	400,00
VENTAS	1	Asistente de ventas y marketing	400,00	400,00
	1	Vendedor	400,00	400,00
PLANTA	1	Programador	450,00	450,00
				-
				-
TOTAL				2.650,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: La investigación

6.1.5.Capacidad Instalada

No existe una capacidad límite para el servicio de conexión que se prestará a través de las aplicaciones móviles, puesto que el sistema y toda la información estará en los servidores, los cuales se compraran. Para el correcto funcionamiento de los aplicativos móviles se debe tener en cuenta el almacenamiento de información y la conectividad de cada usuario. Dentro de las redes sociales se realizan cargas de fotos y videos.

La capacidad de producción es poder realizar más de 15 suscripciones al mes e incrementar esto un 2% mensual, contando las empresas de alquiler y los vehículos de las personas particulares.

6.1.6. Presupuesto

Tabla 14 Presupuesto de Activos Fijos

INVERSION FIJA

PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS

CLASE	DETALLE DEL ACTIVO	AREA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
EQUIPOS					
	Aire Acondicionado	ADM	5	500	2.500
	Aire Acondicionado	VTAS	3	500	1.500
	Aire Acondicionado	PROD	3	500	1.500
	Celular	VTAS	3	300	900
	Telefono	ADM	3	45	135
	PROYECTOR	ADM	1	350	350
	Telefono	VTAS	2	45	90
TOTAL DE EQUIPOS					6.975
MUEBLES Y ENSERES					
	Escritorio	ADM	3	250	750
	Escritorio	VTAS	4	250	1.000
	Escritorio	PROD	1	250	250
	Sillas	ADM	9	180	1.620
	Sillas	VTAS	12	180	2.160
	Sillas	PROD	3	180	540
	Sillas para reunion	ADM	6	250	1.500
	Escritorio para reuniones	ADM	1	1.400	1.400
	Mesa Y sillas de area social	ADM	1	1.100	1.100
	Mueble	ADM	1	450	450
	Anaquele	ADM	1	300	300
	Anaquele	PROD	1	450	450
TOTAL MUEBLES Y ENSERES					11.070
EQUIPOS DE COMPUTO					
	COMPUTADORAS DELL	VTAS	5	500	2.500
	COMPUTADORAS DELL	ADM	3	500	1.500
	COMPUTADORAS MAC PRO 112 PL	ADM	1	1.500	1.500
	COMPUTADORAS MAC PRO 112 PL	PROD	1	1.500	1.500
	IMPRESORAS	ADM	1	600	600
	IMPRESORAS	VTAS	2	600	1.200
	SERVIDORES	PROD	3	2.000	6.000
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO					14.800
TOTALES					32.845

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación Personal

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Políticas de calidad

- Dentro de la organización debe existir una planeación de procesos de gestión de calidad, las cuales servirán para mejorar los recursos, interfaces, códigos y todo tipo de proceso que tenga que ver con la entrega del producto final al cliente y usuarios.

- Los temas de planeación de calidad son:
- En lenguaje de programación se debe trabajar de forma nativa, para una mejor experiencia del usuario.
- El diseño se debe ser acorde al logotipo e isotipo, tanto con los colores como la tipografía y las interfaces de fácil aplicación al lenguaje codificado.
- La facilidad de interacción se debe gestionar tanto diseño como programación.
- El registro de usuario y almacenamiento de datos es una función de los servidores o la nube informática adquirida conjunto con el código, pero se debe realizar un control permanente.
- Asegurar la contratación eficiente, los colaboradores serán personas con aptitudes, pero sobre todo actitudes que vayan en sintonía con los valores de la institución, autónomos, éticos, serviciales y comprometidos.
- Basar la gestión en la innovación y mejora continua para ser una organización de referencia en la prestación de servicios del campo al que se atiende.

6.2.2. Procesos de control de calidad

Usuario

- Desarrollo y mejora del aplicativo móvil, el cual inicia en el control del talento humano, equipos de oficina necesarios y completamente actualizados.
- Verificación de la facilidad de uso para el usuario con las respectivas pruebas antes de los lanzamientos de las mejoras.
- Cumplimiento de la función GPS para ubicación de vehículos.

Clientes

- Revisión y carga correcta y completa de la información otorgada del cliente y al momento otorgado.
- Monitoreo en la atención y resolución de problemas por parte del personal desde clientes y usuarios

- Verificación del diseño de las plataformas móviles para comprobar la facilidad de uso y armonía visual compatible con los colores corporativos.
- Monitoreo permanente de posibles errores o defectos en la interfaz de la plataforma móvil.

6.2.3. Presupuesto

El presupuesto estimado para las actualizaciones y mejoras de la aplicación y servidores se contratará a un programador dentro de la empresa para que se encargue de hacer estas modificaciones

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Políticas de protección ambiental

1. Reducir el consumo de suministros de oficina y papelería, con optimización hacia la modalidad digital.
2. Procurar el ahorro de energía a través de la implementación de equipos eléctricos que ayuden al cuidado del medio ambiente
4. Apoyar y promover iniciativas de protección ambiental en medios digitales.

6.3.2. Procesos de control ambiental

Se deberá tomar en cuenta las opiniones de los usuarios, clientes y personal de la empresa.

6.3.3. Presupuesto

Tabla 15 Gestión Ambiental

Descripción	Valor
Contenedor de Basura	\$100
Desechos electrónicos	\$40
TOTAL	\$140

Elaborado por: El Autor

Fuente: La investigación

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Políticas de protección social

- Incentivar la integración usuarios y clientes para intercambiar valor.
- Promover un ambiente y condiciones laborales satisfactorias.

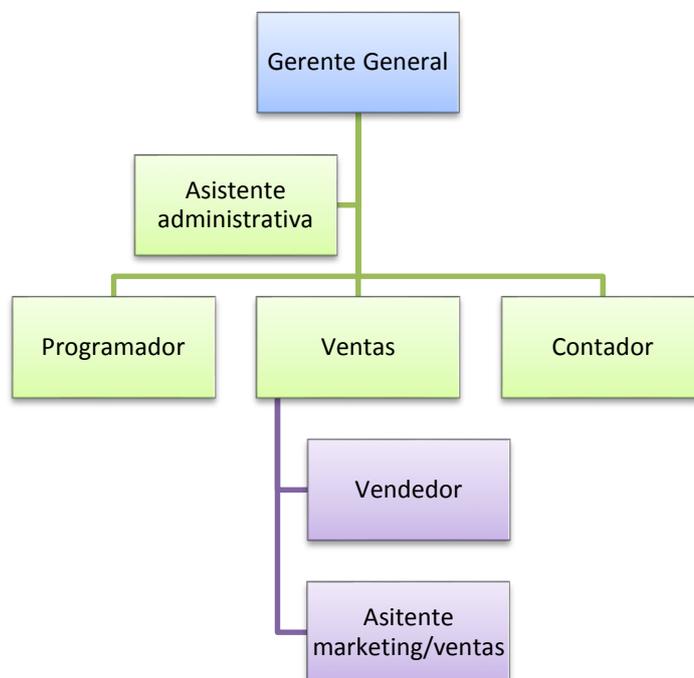
6.4.2. Presupuesto

Se considera que la propuesta de valor tiene un enfoque social que integra el conjunto de políticas de protección, beneficiando tanto a las empresas de alquiler de vehículos como a clientes particulares, por tanto, los costos incurridos han sido considerados dentro del presupuesto general, dedicando parte de los recursos, periódicamente, a actividades de responsabilidad social para el cumplimiento de las políticas.

6.5. Estructura Organizacional

6.5.1. Organigrama

Gráfico 48 Organigrama



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Personal

6.5.2.Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Gerente General

Graduado en carreras como desarrollo de negocios, comercial, gestión empresarial o afines.

Experiencia mínima de 2 años en el cargo.

Habilidades.

Liderazgo.

Gestión financiera.

Gestión de servicio al cliente.

Conocimientos en el tema

Asistente Administrativa

Bachiller de la Republica

Experiencia mínima de 1 año en el cargo.

Habilidades

Atención al cliente

Comunicación

Ventas.

Programador

Desarrollo web, C++, HTML.

Desarrollo en java script.

Desarrollo en swift, objective C.

Paciencia.

Trabajo bajo presión.

Trabajo en equipo.

Desarrollo de aplicación

Contador

Graduado en CPA

Mínima 3 años de experiencia en el cargo

Gestión financiera

Vendedor

Experiencia en ventas de servicios

Responsable

Paciente

Credibilidad

Asistente 24/7-administrativo y ventas

Asistencia de carretera de los vehículos,

Ventas

Ingreso de datos a la base

Responsable

Habilidades de comunicación

6.5.3.Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Tabla 16 Manual de funciones

CARGO	NIVEL	INTERACCIONES	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
Gerente General	1	Todos los departamentos	Responsable de la gestión y dirección administrativa y estratégica de la empresa. Guiar al equipo, remover obstáculos y proveer recursos.	Sueldo Fijo Beneficios de la ley
Asistente administrativa	1	Todos los departamentos	Llamadas a clientes Información entre departamentos	Sueldo Fijo Beneficios de ley
Programador	1	Departamento de programación	Actualizaciones constantes de la aplicación Manejo y revisión de los servidores Encargado del área de servidores	Sueldo Fijo Beneficios de la ley
Vendedores	1	Dep. Ventas Contador	Visita a clientes Suscripción de vehículos a la aplicación	Sueldo Fijo Beneficio de ley Comisiones
Asistente	1	Todos los departamentos	Asistencia de carretera de los vehículos, Convenios con grúas, ambulancias Base de datos Ventas	Sueldo Fijo Beneficio de ley
Contador	1	Todos los departamentos	Facturación Convenio de suscripciones	Sueldo Fijo Beneficio de ley

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Personal

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

MANTADRIVEC S.A; inicia sus actividades operativas con una inversión de \$63,097.98 que se detalla en los siguientes puntos.

Gráfico 49 Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	ADM	VTAS	PROD	TOTAL
INVERSION FIJA	13.705,00	9.350,00	10.240,00	33.295,00
ACTIVOS INTANGIBLES	250,00	1.250,00	-	1.500,00
PREOPERACIONALES	1.474,00	-	6.800,00	8.274,00
CAPITAL DE TRABAJO	20.028,98	-	-	20.028,98
TOTAL INVERSION INICIAL	35.457,98	10.600,00	17.040,00	63.097,98

Elaborado por: La Autora

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

Para la puesta en marcha de las actividades de la empresa, se requerirá de inversión en activos fijos, tales como mobiliarios y equipos de cómputo que se detallan a continuación:

Gráfico 50 Tipo de Inversión

INVERSION FIJA	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS DEPRECIABLES	
EDIFICIOS	-
MAQUINARIA	-
EQUIPOS	7.425,00
MUEBLES Y ENSERES	11.070,00
VEHICULOS	-
EQUIPOS DE COMPUTO	14.800,00
TOTAL DEPRECIABLE	33.295,00
TOTAL INVERSION FIJA	33.295,00

Elaborado por: La Autora

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida son aquellos egresos que tiene la empresa para poder iniciar su actividad comercial, los cuales están detallados en la siguiente ilustración:

Gráfico 51 Inversión Diferida

ACTIVOS INTANGIBLES	
LICENCIAS & SOFTWARE	1.000,00
Licencia	250,00
REGISTRO DE MARCA - IEPI	250,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	1.500,00
PREOPERACIONALES - OTROS ACTIVOS CORRIENTES	
BASICOS	
CREACION DE EMPRESA	500,00
CUERPO DE BOMBEROS	424,00
MUNICIPIO DE MAN	550,00
TOTAL BASICOS	1.474,00
ESPECIFICOS	
BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA	-
ISO	6.800,00
NORMAS INEM	-
TOTAL ESPECIFICOS	6.800,00

Elaborado por: La Autora

7.1.1.3. Corriente

Para estimar la inversión corriente se consideró el valor equivalente a tres meses de gastos de la organización, dado que, durante los tres primeros meses, el proyecto permanecerá en la fase de desarrollo en la que no generará ingresos para la empresa y requerirá de capital de trabajo para llevarse a cabo.

Gráfico 52 Corriente

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS FIJOS	15.975,98
COSTOS VARIABLES	4.053,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	20.028,98

Elaborado por: La Autora

7.1.2. Financiamiento de la inversión

7.1.2.1. Fuentes de financiamiento

Para el financiamiento de la inversión se establecieron tres fuentes; el 30% será cubierto por un aporte de capital social obtenido de un accionista, el

30% será por parte de otro accionista y el 50% restante se financiará a través de un crédito a la corporación financiera nacional.

Gráfico 53 Financiamiento

DETALLE	% PESO	MONTO
PRÉSTAMO BANCARIO	50%	31.548,99
ACCIONISTA 1	30%	18.929,39
ACCIONISTA 2	20%	12.619,60
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	100%	63.097,98

Elaborado por: La Autora

7.1.2.2. Tabla de amortización

El préstamo se realizará a un plazo de 5 años con una tasa de interés de 11,89% anual.

Gráfico 54 Resumen de tabla de amortización

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
PAGO DE CAPITAL	4.911,20	5.528,04	6.222,35	7.003,87	7.883,54	31.548,99
PAGO DE INTERES	3.489,25	2.872,41	2.178,10	1.396,58	516,91	10.453,25
TOTAL PAGOS	8.400,45	8.400,45	8.400,45	8.400,45	8.400,45	42.002,24

Elaborado por: La Autora

7.1.2.3. Cronograma de Inversiones

Gráfico 55 Cronograma de inversión

INVERSION INICIAL CALENDARIO DE INVERSIONES

CALENDARIO DE INVERSIONES	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
INVERSION FIJA	33.295,00				33.295,00
ACTIVOS INTANGIBLES	1.500,00				1.500,00
PREOPERACIONALES	8.274,00				8.274,00
CAPITAL DE TRABAJO		7101,51	6548,67	6378,79	20.028,98
TOTAL INVERSION INICIAL	43.069,00	8.011,59	6.008,69	6.008,69	63.097,98

Elaborado por: La Autora

7.2. Análisis de Costos

Los costos son todos los gastos de dinero que el negocio debe incurrir para la elaboración y comercialización del servicio.

Un factor es el salario mínimo vital del país, que en los últimos años 5 años ha tenido variaciones.

Gráfico 56 Costo de sueldo básico

SUELDO BASICO ECUADOR		
2013	318	
2014	340	6,92%
2015	354	4,12%
2016	366	3,39%
2017	375	2,46%
TOTAL		4,22%
EKOS		2,30%
PROMEDIO		3,58%

Elaborado por: La Autora

Según un informe de la revista (EKOS, 2017), determino que la proyección de sueldos para el año 2017 el crecimiento total por tipo de empresa es 2,80% y que para el sector de servicios es de 2,30%.

Driving tendrá un crecimiento de sueldos en administración del 4%, ventas 3% y producción 3%.

Para el crecimiento de gastos se consideró el 2,77% y para los gastos de publicidad según la encuesta a American Rent a Car se tomó el 3,10% de crecimiento.

En la siguiente imagen se detallan el costo por suscripción de vehículos anuales.

Gráfico 57 Resumen de costos anuales

SUSCRIPCIONES ANUALES (VENTAS)					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
4x4	80	98	119	145	1
vehiculos	134	163	199	242	2
total	215	261	318	388	4

COSTO DE SUSCRIPCIONES					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
MO	-	-	-	-	-
CIF	11.173,48	12.806,74	13.210,19	13.627,38	13.958,
TOTAL COSTO	11.173,48	12.806,74	13.210,19	13.627,38	13.958,
costo unitario	52,07	49,00	41,50	35,14	29,

Elaborado por: La Autora

7.2.1. Costos Fijos

Los Costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su operación, quiere decir, obtenga Driving suscripciones o no. Se considera el costo de depreciación de los equipos que será fijo, y el costo de nómina que es la mano de obra del programador de la aplicación móvil.

7.2.2. Costos Variables

Los costos variables unitarios dependen únicamente del volumen de suscripciones y ganancias de la empresa, dentro de estos costos se, se detalla los costos del año 1 y las proyecciones hasta el año 5:

Gráfico 58 Costos fijos y variables

COMPONENTES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	FIJO	72.012,20	68.452,42	69.800,37	71.073,05	72.235,34
COSTOS VARIABLES	VAR	14.157,00	14.583,31	15.032,25	15.484,22	15.949,60
TOTALES		86.169,20	83.035,73	84.832,63	86.557,27	88.184,94

Elaborado por: La Autora

Gráfico 59 Costo total del servicio

COSTO TOTAL DEL SERVICIO					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
MO	-	-	-	-	-
CIF	11.173,48	12.806,74	13.210,19	13.627,38	13.958,98
TOTAL COSTO	11.173,48	12.806,74	13.210,19	13.627,38	13.958,98
TOTAL VENTAS ANUALES	1.931	2.481	3.188	4.099	5.271
COSTO DEL SERVICIO	5,79	5,16	4,14	3,32	2,65

Elaborado por: La Autora

7.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo será distribuido para los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa "MANTADRIVE" S.A.

Gráfico 60 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
COSTO FIJO	5.462,51	5.258,67	5.254,79	15.975,98
COSTO VARIABLE	1.639,00	1.290,00	1.124,00	4.053,00
TOTAL DE CAP. TRABAJO	7.101,51	6.548,67	6.378,79	20.028,98

Elaborado por: La Autora

7.3.1. Gastos de Operación

Gráfico 61 Gasto de operación

GASTOS OPERACIONALES			
NOMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
MATERIA PRIMA	-	-	-
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	931,12	931,12	931,12
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	592,96	592,96	592,96
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS			
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	170,67	170,67	170,67
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	80,00	80,00	80,00
SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS			
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	20,83	20,83	20,83
OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	66,67	66,67	66,67
TOTAL	931,12	931,12	931,12

Elaborado por: La Autora

7.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos de la empresa se detallan a continuación de forma mensual y el costo por un año:

Gráfico 62 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	45.324,33	39.701,48	41.017,24	42.379,91	43.802,15

Elaborado por: La Autora

7.3.3. Gastos de Ventas

Los costos de ventas que tendrá la empresa son los gastos de marketing, del departamento de ventas

Gráfico 63 Gasto de venta

GASTOS DE VENTA	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	800,00	9.600,00	9.888,00	10.184,64	10.490,18	10.804,88
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	97,20	1.166,40	2.025,39	2.086,15	2.148,74	2.213,20
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	164,06	1.968,75	2.017,82	2.074,44	2.139,08	2.212,36
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	250,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	1.339,00	10.277,00	10.595,59	10.924,05	11.262,70	11.611,84
DEPRECIACIONES PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	155,83	1.870,00	1.870,00	1.870,00	1.870,00	1.870,00
TOTAL	2.806,10	26.182,15	27.696,80	28.439,29	29.210,69	30.012,28

Elaborado por: La Autora

7.3.4. Gastos Financieros

Los costos financieros se refieren a los costos de amortización de la deuda y el pago por intereses que debe de cubrir la empresa, a continuación, se detalla

Gráfico 64 Gastos financieros

	ENERO	FEB	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS	312,60	308,76	304,88	3.489,25	2.872,41	2.178,10	1.396,58	516,91
INTERESES	312,60	308,76	304,88	3.489,25	2.872,41	2.178,10	1.396,58	516,91

Elaborado por: La Autora

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Se pudo fijar un precio de venta para cada servicio, tomando como costo, el valor promedio de la investigación de mercado, también se determinó el valor a cobrar a usuarios por servicio extra que corresponde al servicio de entrega y devolución del vehículo.

Gráfico 65 Mark up

MARK UP POR CANAL

BASADO EN COSTOS Y PRECIOS PROMEDIOS

	COSTO	% MARGEN	PRECIO CANAL
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	52,07	86%	360,00
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	52,07	83%	300,00
Opción de entrega/devolución	-	100%	12,00

Elaborado por: La Autora

Gráfico 66 Precio por suscripción mensual

MARGENES POR CANAL	PVP
CANAL DIRECTO	
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	\$ 25,00
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	\$ 20,00
Opción de entrega/devolución	\$ 10,00

Elaborado por: La Autora

Gráfico 67 Precio Anual

	PRECIOS				
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	360,00	384,80	411,30	439,63	469,92
	300,00	329,52	361,95	397,56	436,68
8	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00

Elaborado por: La Autora

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Venta

Para el crecimiento de la industria se determinó el crecimiento de las aplicaciones móviles 38% y el sector de alquiler de vehículos en el país de 6,60%.

Gráfico 68 Crecimiento de la industria

CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA	
Servicio de alquiler	6,60%
crecimiento de app moviles	37%
Promedio anual	21,80%
Crecimiento mensual	2%
Crecimiento anual	11,81%

CRECIMIENTO ESTIMADO	
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	6,89%
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	9,84%
Opcion de entrega/devolución	2,44%

Elaborado por: La Autora

Las suscripciones mensuales crecerán en un 2%

El crecimiento anual de la industria en promedio es de 21,80% anual

El crecimiento estimado por año según vehículos 4x4 es de 6,89%, de autos es 9,84%.

El crecimiento anual de marketing es de 3,10%

Considerando las variables antes indicadas se muestran las ventas en unidades.

Gráfico 69 Costo de servicios

MARK UP POR CANAL

BASADO EN COSTOS Y PRECIOS PROMEDIOS

	COSTO	% MARGEN	PRECIO CANAL
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	49,01	86%	360,00
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	49,01	84%	300,00
Opcion de entrega/devolución	-	100%	10,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 17 Crecimiento de ventas en %

PRODUCTOS	PVP	CRECIMIENTO DE UNIDADES			
		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	A
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	30,00	6,89%	6,89%	6,89%	
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	25,00	9,84%	9,84%	9,84%	
Opcion de entrega/devolución	10,00	2,44%	2,44%	2,44%	

Elaborado por: La Autora

Gráfico 70 Ventas por unidades

CANAL DIRECTO					
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	94	100	107	115	123
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	134	147	162	178	195
Opcion de entrega/devolución	1.824	1.869	1.914	1.961	2.009
TOTAL UNIDADES FISICAS	2.052	2.116	2.183	2.253	2.327

Elaborado por: La Autora

Gráfico 71 Ingreso por Ventas (suscripciones)

CANAL DIRECTO					
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS 4x4	33.798	38.615	44.118	50.405	57.588
SUSCRIPCIÓN DE VEHÍCULOS (autos)	40.236	48.545	58.569	70.662	85.253
Opcion de entrega/devolución	18.240	18.686	19.142	19.609	20.088
TOTAL VENTAS EN US\$	92.275	105.845	121.829	140.677	162.930

Elaborado por: La Autora

7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio a través del análisis de ventas y costos determina que cantidad de empaques debe vender la empresa para estar en el punto de no tener ni utilidad ni pérdidas.

Se determinó el punto de equilibrio en unidades para cada servicio, siendo que cada uno representa una rotación distinta para lo cual se ponderó de acuerdo a la proyección de ventas buscando ajustar el punto de equilibrio a la realidad.

Gráfico 72 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO A	10	8	7	6	6
% PESO	4%	4%	4%	4%	4%
COSTOS FIJOS	3.000,51	2.852,18	2.908,35	2.961,38	3.009,81
PRECIO	360,00	402,51	450,04	503,18	562,60
COSTO VARIABLE	52,07	53,20	49,20	45,24	41,31
CONTRIBUCION MARGINAL	307,93	349,31	400,84	457,94	521,29
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO B	20	18	17	17	16
% PESO	7%	8%	8%	9%	9%
COSTOS FIJOS	5.000,85	5.136,11	5.654,05	6.209,94	6.801,64
PRECIO	300,00	335,43	375,03	419,32	468,83
COSTO VARIABLE	52,07	53,20	49,20	45,24	41,31
CONTRIBUCION MARGINAL	247,93	282,22	325,84	374,08	427,52
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO C	5.334	5.020	5.063	5.095	5.113
% PESO	89%	88%	87%	86%	85%
COSTOS FIJOS	64.010,85	60.234,65	60.753,90	61.137,14	61.352,71
PRECIO	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
COSTO VARIABLE	-	-	-	-	-
CONTRIBUCION MARGINAL	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00

Elaborado por: La Autora

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

Al constituirse como una empresa ecuatoriana, MANTADRIVEC S.A se ajustará a las normativas tributarias vigentes en el país, reguladas por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y demás instituciones establecidas por el Estado ecuatoriano.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General

Gráfico 73 EFS

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	20.028,98	36.431,76	58.589,73	88.610,47	130.192,59	185.749,62
CUENTAS POR COBRAR	-	-	-	-	-	-
INVENTARIOS	-	-	-	-	-	-
SEGUROS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	-	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	8.274,00	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	28.302,98	36.431,76	58.589,73	88.610,47	130.192,59	185.749,62
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	33.295,00	33.295,00	33.295,00	33.295,00	33.295,00	33.295,00
DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	-	6.659,00	13.318,00	19.977,00	26.636,00	33.295,00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO NETOS	33.295,00	26.636,00	19.977,00	13.318,00	6.659,00	-
ACTIVO INTANGIBLE						
PLUSVALIAS	-	-	-	-	-	-
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE, CUOTAS PATRIMONIALES	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES	-	275,00	550,00	825,00	1.100,00	1.375,00
ACTIVO INTANGIBLE NETO	1.500,00	1.225,00	950,00	675,00	400,00	125,00
TOTAL ACTIVOS	63.097,98	64.292,76	79.516,73	102.603,47	137.251,59	185.874,62
PASIVOS						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE OBLIGACIONES BANCARIAS	4.911,20	5.528,04	6.222,35	7.003,87	7.883,54	-
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	-	2.057,71	7.686,88	12.467,64	18.238,32	25.189,03
CON LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA	-	-	-	-	-	-
IMPUESTO A AL RENTA POR PAGAR	-	1.141,82	4.265,42	6.918,24	10.120,37	13.977,29
CON EL IESS	-	-	-	-	-	-
POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-
PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR	-	915,90	3.421,46	5.549,39	8.117,94	11.211,73
TOTAL PASIVO CORRIENTE	4.911,20	7.585,75	13.909,23	19.471,50	26.121,86	25.189,03
OBLIGACIONES BANCARIAS A LARGO PLAZO	26.637,79	21.109,76	14.887,41	7.883,54	-	-
TOTAL PASIVOS	31.548,99	28.695,51	28.796,63	27.355,04	26.121,86	25.189,03
PATRIMONIO						
Capital Social	31.548,99	31.548,99	31.548,99	31.548,99	31.548,99	31.548,99
Utilidad del Ejercicio	-	4.048,26	15.122,85	24.528,32	35.881,32	49.555,86
Utilidades Retenidas	-	-	4.048,26	19.171,11	43.699,43	79.580,75
Total de Patrimonio	31.548,99	35.597,25	50.720,10	75.248,42	111.129,74	160.685,59
Pasivo más Patrimonio	63.097,98	64.292,76	79.516,73	102.603,47	137.251,59	185.874,62

7.6.2. Estado de pérdidas y ganancias

Gráfico 74 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	92.275,18	105.845,45	121.828,58	140.676,90	162.929,83
COSTO DE VENTAS	11.173,48	12.765,03	13.198,00	13.570,08	13.853,61
UTILIDAD BRUTA	81.101,70	93.080,42	108.630,59	127.106,82	149.076,22
% Margen Bruto	88%	88%	89%	90%	91%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	45.324,33	39.701,48	41.017,24	42.379,91	43.802,15
GASTOS DE VENTAS	26.182,15	27.696,80	28.439,29	29.210,69	30.012,28
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	71.506,48	67.398,28	69.456,53	71.590,61	73.814,43
UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)	9.595,23	25.682,14	39.174,06	55.516,21	75.261,79
% Margen Operativo	10%	24%	32%	39%	46%
GASTOS FINANCIEROS	3.489,25	2.872,41	2.178,10	1.396,58	516,91
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	6.105,98	22.809,73	36.995,96	54.119,63	74.744,88
% Margen antes impuestos	7%	22%	30%	38%	46%
PARTICIPACION DE UTILIDADES	915,90	3.421,46	5.549,39	8.117,94	11.211,73
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	5.190,08	19.388,27	31.446,57	46.001,69	63.533,15
IMPUESTO A LA RENTA	1.141,82	4.265,42	6.918,24	10.120,37	13.977,29
UTILIDAD DISPONIBLE	4.048,26	15.122,85	24.528,32	35.881,32	49.555,86
% Margen Disponible	4%	14%	20%	26%	30%

Elaborado por: La Autora

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Gráfico 75 Flujo de caja

Flujo de Efectivo - EBITDA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes Imptos Renta	6.105,98	22.809,73	36.995,96	54.119,63	74.744,88
(+) Gastos de Depreciación/Amortizacion	6.934,00	6.934,00	2.766,00	2.766,00	2.766,00
(-) Inversiones en Activos	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de Deuda	4.911,20	5.528,04	6.222,35	7.003,87	7.883,54
(-) Aumento del capital del trabajo	-	-	-	-	-
(-) Pagos de Impuestos	-	2.057,71	7.686,88	12.467,64	18.238,32
Flujo Anual	8.128,78	22.157,98	25.852,73	37.414,13	51.389,03
Flujo Acumulado	8.128,78	30.286,75	56.139,49	93.553,61	144.942,64
Pay Back del flujo	(54.969,20)	(32.811,23)	(6.958,49)	30.455,63	81.844,66

Elaborado por: La Autora

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1.TMAR

Para el cálculo de TMAR primero se produjo al cálculo de la Tasa Mínima Aceptable según el modelo CAMP, para ello se consideró los siguientes datos: la tasa de riesgo de los bonos del tesoro americano a 5 años, beta de la industria proporcionado por Aswath Damodaran (Damodaran, 2017), tasa de riesgo país definida por el BCE y tasa del rendimiento del mercado.

Gráfico 76 TMAR

TASA DEL ACCIONISTA - MODELO MVAC		
VARIABLES	ABREVIATURA	TASAS
TASA LIBRE DE RIESGO	Rf	1,74%
BETA	β	1,13
RENDIMIENTO DEL MERCADO	Rm	14,71%
RIESGO PAIS	Rp	6,43%
TASA DEL ACCIONISTA		22,83%

Elaborado por: La Autora

7.6.2.1.1.2.VAN

El Van de la propuesta es de \$23.155,52

7.6.2.1.1.3.TIR

La TIR De la propuesta es 26,75%

7.6.2.1.1.4.PAYBACBK

El periodo de recuperación de la inversión se da a los 39 meses es decir a los 3 años y 3 meses.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Gráfico 77 Escenarios

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
		5%	-5%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	27%	56%	35%	27%
VAN	\$ 23.155,52	\$ 68.003,85	\$ 34.603,34	\$ 23.155,52

Elaborado por: La Autora

7.8. Razones Financieras

7.8.1. Liquidez

Gráfico 78 Liquidez

RATIOS FINANCIEROS

AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5

Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	4,8	4,2	4,6	5,0	7,4
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	4,8	4,2	4,6	5,0	7,4
Capital de Trabajo	en dinero	28.846	44.681	69.139	104.071	160.561
Riesgo de Iliquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	43%	26%	14%	5%	0%

Fuente: La investigación

7.8.2. Gestión

Gráfico 79 Gestión

RATIOS DE GESTION (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	1,4	1,3	1,2	1,0	0,9

Fuente: La investigación

7.8.3. Endeudamiento

La empresa a sus inicios es financiada por la Corporación Financiera Nacional y la ratio de endeudamiento permite medir la deuda en relación a los

fondos, como se puede observar en el siguiente cuadro en el transcurso de los 5 años:

Gráfico 80 Endeudamiento

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO					
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	79%	66%	42%	27%	19%
Pasivo Corriente / Pasivo	21%	37%	71%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	3,7	2,0	0,8	0,4	0,2
Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	-7,3	3,7	20,9	60,6	245,0
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda	-1,8	1,9	4,8	7,4	10,3

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	45%	36%	27%	19%	14%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	26%	48%	71%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	en veces	0,8	0,6	0,4	0,2	0,2
Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	2,7	8,9	18,0	39,8	145,6
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		2,0	3,6	4,1	5,5	7,1

Fuente: La investigación

7.8.4. Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad sirven para medir la utilidad obtenida por la empresa, que dependiendo del tipo de costo o gasto que se calculó se podrá obtener cual es el peso que mantiene dicha partida en el total de ventas.

Gráfico 81 Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	88%	88%	89%	90%	91%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	10%	24%	32%	39%	46%
Margen Neto = Utilidad Disponible / Ventas Netas	en porcentaje	4%	14%	20%	26%	30%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	6%	19%	24%	26%	27%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	11%	30%	33%	32%	31%

Fuente: La investigación

7.9. Conclusión del Estudio Financiero

En el análisis de inversión se logró determinar que la inversión inicial que se necesita es baja, en donde el mayor porcentaje se lo lleva el capital de trabajo seguido de los activos fijos, debido a ello se puede acceder a instituciones financieras que apoyan a proyectos de sectores priorizados. Una vez elaborado el análisis financiero MANTADRIVEC S.A. se puede concluir que el proyecto es rentable, puesto a que obtiene un valor actual neto de \$ 23.155,52 con un periodo de recuperación a 39 meses, una tasa interna de retorno 26,75% la cual es atractiva para invertir. La utilidad neta de la empresa incrementa con el transcurso de los años debido que se utiliza mayores suscripciones se incrementa el total de ventas anuales.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTIGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Principales riesgos

Los principales riesgos que se podrían presentar dentro de la empresa “MANTADRIVEC S.A.” son los siguientes:

- Clientes: Desarrollen su propio aplicativo móvil, Incumplimiento del contrato
- Software: Robo de información, Pérdida de información
- Usuarios: Insatisfacción de la aplicación, Divulgación de datos
- Colaboradores: Accidentes laborales, Acceso no autorizado a base de datos

8.2. Monitoreo y control del riesgo

Se evaluarán los riesgos y se elaborará un plan de prevención para minimizar los mismos con capacitaciones a clientes y colaboradores cada trimestre.

Se realizarán actualizaciones constantes en la aplicación móvil.

8.3. Acciones Correctivas

Tabla 18 Acciones correctivas

Riesgo	Medida de prevención	Acciones correctivas	Responsable
Nuevo competidor	Marketing Reuniones con clientes Actualizaciones constantes	Innovación tecnológica Contratos fijos Beneficios de estar en la aplicación	Community Manager Programador Recepcionista Vendedores
Robo de información	Seguridad encriptada Servidor de datos en la nube	Información en la nube Actualizaciones de la aplicación	Programador
Los usuarios no descarguen la aplicación	Marketing	Marketing en redes sociales	Community manager Gerente General Asistente administrativa
Riesgos laborales	Charlas capacitación	Simulacros	Gerente General

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

- “MANTADRIVEC S.A” ofrecerá por medio de su aplicativo móvil Driving el servicio de alquiler de vehículos. Con la ayuda del presente estudio de investigación se puede concluir que:
- El presente proyecto está dirigido a clientes: empresas de alquiler de vehículos o personas particulares que suscribirán los mismos en la aplicación móvil y usuarios que son los que encontraran un vehículo en la aplicación.
- Durante el desarrollo del proyecto se ha diseñado un plan de marketing, con el objetivo de dar a conocer el servicio a través de stand, publicaciones en Instagram y Facebook, formularios de registro para mantener contacto con usuarios y clientes.
- El principal competidor indirecto es Avis
- A través de la investigación cuantitativa se pudo determinar que los usuarios que solicitarían el servicio, en su mayoría son hombres en un 52% y mujeres en un 48% que son personas que viven en la ciudad de Manta. El 100% de los encuestados poseen un Smartphone.
- El canal de distribución será por medio de google play y app store.
- Cumpliendo con el objetivo general se indica que la propuesta para la creación de una empresa que brinde el servicio de renta de vehículos por medio de una aplicación móvil es factible y viable ya que posee un VAN positivo que asciende a \$ 23.155,52 con una TIR del 26,75% con un tiempo de recuperación de 3 años y 3 meses cumpliendo con lo planteado.
- Los indicadores de rentabilidad durante en el periodo proyectado son aceptables y razonables a pesar de que el primer año son negativos, al finalizar al quinto se mantiene un ROA del 27% y un ROE del 31%.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10. Recomendaciones

- Después de los cinco años de implementación, se recomienda su expansión Nacional.
- Capacitar a todo el personal
- Encriptar la información de la aplicación móvil
- Realizar constantes actualizaciones
- Ampliar las alianzas estratégicas con personas no solo de la ciudad de Manta si no del país.
- Mantener publicaciones en redes sociales
- Realizar encuestas de satisfacción a los usuarios de manera trimestral
- Reunirse con los clientes que proporcionan los vehículos de manera bimensual.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

- Ley Organica de Telecomunicaciones. (18 de 02 de 2015). *ARCOTEL*. Recuperado el 20 de 05 de 2017, de <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/ley-organica-de-telecomunicaciones.pdf>
- Agencia de Regulacion y Control de Telecomunicaciones. (Abril de 2017). *ARCOTEL*. Recuperado el 03 de Junio de 2017, de <http://www.arcotel.gob.ec/>
- ANT. (05 de 08 de 2013). *Ministerio del Turismo Ecuador*. Recuperado el 22 de 05 de 2018, de Agencia Nacional de transito: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/renta-de-vehiculos.pdf>
- Arcotel. (2016). *Agencia de Regulacion y Control de las telecounicaciones*. Recuperado el 27 de Junio de 2017, de <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BOLETIN-ESTADISTICO-4TO-TRIMESTRE-2016.pdf>
- ARCOTEL. (2016). *ARCOTEL*. Recuperado el 06 de 06 de 2017, de <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BOLETIN-ESTADISTICO-4TO-TRIMESTRE-2016.pdf>
- ARCOTEL. (2017). *ARCOTEL*. Recuperado el 11 de Junio de 2017, de <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BOLETIN-ESTADISTICO-4TO-TRIMESTRE-2016.pdf>
- Avis. (2013). *Avis*. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de <http://www.avis.com.ec/business/#formulario>
- AVIS. (2017). *AVIS*. Obtenido de <http://www.avis.com.ec/reservaciones>
- AVIS. (2017). *AVIS EC*. Obtenido de <http://www.avis.com.ec/reservaciones>
- Carlos Enrique León Navia. (Mayo de 2012). *Proyecto de negocio Transport Security*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de Repositorio USFQ: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1923/1/106615.pdf>
- Carsync. (2017). *Carsync*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de <http://carsync.com/terminosycondicionesappmobile.html>
- Carsync. (2017). *Carsync.com*. Recuperado el 27 de Junio de 2017, de <http://carsync.com/>
- Codigo del Trabajo. (26 de 09 de 2012). *Ministerio de Trabajo*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- David Dworsky, V. K. (Dirección). (2011). *Documental "PressPausePlay"* [Película].
- DRIVY. (2017). *DRIVY*. Recuperado el 11 de 05 de 2017, de Drivy España: <https://www.drivy.es/>

- EKOS. (17 de ENERO de 2017). *EKOSNEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8618>
- El comercio. (17 de 02 de 2017). *El comercio*. Recuperado el 12 de 06 de 2017, de El comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/smartphon-celular-mercado-ventas-crecimiento.html>
- Gasca Mantilla, M. C., Camargo Ariza, L. L., & Medina Delgado, B. (23 de 08 de 2013). *Metodología para el desarrollo*. (U. d. Madgdalena, Ed.) Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/tecn/v18n40/v18n40a03.pdf>
- González, F. (2015). *EL CASO UBER EN MÉXICO*. Recuperado el 10 de Mayo de 2017, de <http://www.gdca.com.mx/PDF/competencia/EL%20CASO%20UBER.pdf>
- IEPI. (29 de 09 de 2013). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 06 de 06 de 2017, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- INEC. (2010). *FASCÍCULO PROVINCIAL MANABI*. Recuperado el 05 de 06 de 2017, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- INEC. (12 de 2011). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 11 de 06 de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEC. (2015). *Anuario de transporte*. Recuperado el 03 de 06 de 2017, de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2015/2015_AnuarioTransportesMetodologia.pdf
- INEC. (2015). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 17 de 06 de 2017, de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2015/2015_AnuarioTransportesMetodologia.pdf
- INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2015/2015_AnuarioTransportesResultados.pdf
- INEC. (2016). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 06 de Junio de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- INEC. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación TICS*. Recuperado el 06 de Junio de 2017, de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

- Ley de Propiedad Intelectual. (27 de Marzo de 1998). Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/80.pdf>
- Ley Orgánica de la Corporación Financiera Nacional. (30 de Octubre de 2006). CFN. Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <http://www.cfn.fin.ec/ley-organica-contenido-completo/>
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones. (18 de Febrero de 2015). *telecomunicaciones.gob.ec*. Recuperado el 07 de Junio de 2017, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>
- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. (2010 de Julio de 2014). *Leyes Organicas Ecuador*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de <http://www.leopoldolarrea.org/biblioteca/category/3-leyes-organicas?download=55:ley-orgnica-de-transporte-terrestre-trnsito-y-seguridad-vial>.
- Ley orgánica de transporte terrestre. (31 de Diciembre de 2014). *LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE*. Recuperado el 08 de Junio de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (14 de Marzo de 2015). *Telecomunicacion Gob Ec*. Recuperado el Junio de 06 de 2017, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-pais-recibio-mas-de-7-mil-millones-de-inversion-en-telecomunicaciones/>
- MINTEL. (2016). *Ministerio de telecomunicaciones*. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>
- MINTEL. (2016). *Observatorio Intel*. Recuperado el 23 de Junio de 2017, de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/>
- MINTEL. (2016). *Observatorio Intel*. Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/>
- MINTEL. (2016). *Telecomunicaciones*. Recuperado el 04 de Junio de 2017, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-recibe-reconocimiento-en-el-wsis-prizes-2016/>
- Mobile Marketing Association. (2011). Libro Blanco de Apps. En M. M. Association, *Guía de Apps Móviles* (pág. 96). España, España.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado el 06 de Mayo de 2017, de Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs3>
- Pro Ecuador. (2017). *Pro Ecuador*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de Analisis Sectorial Automotriz: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2017/02/PROEC_AS2017_AUTOMOTRIZ.pdf
- PROECUADOR. (2016). *Pro Ecuador*. Recuperado el 27 de Junio de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/automotriz/>
- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=Lgx0cfV>
- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=FTVRKyj>

- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=JNqHTYE>
- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Recuperado el 19 de Mayo de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=A5NKSVv>
- RAE. (2017). *Real Academia Española*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=FTVRKyj>
- Red de Biblioteca UNNE. (20 de Julio de 2017). *UNNE*. Obtenido de <http://med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>
- Salas-Fumas Vicente. (2009). Modelos de Negocio y Nueva Economía Industrial. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 23(23), 122-143.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (1991). Metodología de la investigación. México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. Recuperado el 2014, de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf
- SINDE. (2015). *SINDE*. Recuperado el 29 de Abril de 2017, de UCSG: <http://www2.ucsg.edu.ec/sinde/acerca-de/lineas-de-investigacion.html>
- SRI. (2002). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 14 de febrero de 2017, de www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/.../LeyComercioElectronico.doc
- TECNISEGUROS S.A. (2016). *tecniseguros*. Recuperado el 01 de 06 de 2017, de <http://www.tecniseguros.com.ec/es/seguro-infraestructura>
- TICbeat. (3 de Junio de 2011). *TicBeat*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de El desarrollo de aplicaciones móviles: <http://www.ticbeat.com/innovacion/desarrollo-aplicaciones-moviles/>
- Toca Torres, C. (11 de 10 de 2010). Consideraciones para la formación de emprendimientos explorando nuevos ambitos y posibilidades. (Universidad Icesi, Ed.) *Universidad ICESI*, 26, 41-60. Recuperado el 05 de 11 de 2017, de Science direct: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592310701339>
- Valencia, W., & Paucara, E. (10 de 10 de 2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Revista de investigacion UNMSM* , 5. Recuperado el 03 de 05 de 2017, de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/6421/5643>
- Young, G. (2000). HAYEK Y EL COMERCIO ELECTRONICO: CONOCIMIENTO Y COMPLEJIDAD EN EL SIGLO XXI* . *Revista Libertas*, 2. Obtenido de http://www.esade.edu.ar/files/Libertas/12_2_Young.pdf

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS

Correo de Presupuesto

Archivar Correo no deseado | Limpiar Mover a | Deshacer

Desarrollo **App** de alquiler de vehículos

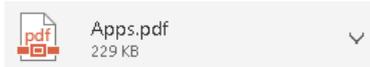


Info General <info@oncomunicacionvisual.com>

jue 15/06, 9:36

Usted

Responder



descargar Guardar en OneDrive - Personal

Buen día Pamela,

Atendiendo a tu solicitud te envío información detallada sobre el desarrollo de **apps**;

Características generales:

Es posible desarrollar una **App** tipo catálogo de actualización remota o periódica que sirva a sus clientes para conocer tu stock e incluso realizar reservas en línea.

Las **apps** suelen contar con tres (3) o más secciones:

Sección catálogo: Un catálogo del stock de vehículos en donde se muestran en detalle las características de cada uno.

La **actualización** de la **app** se realiza de forma remota (siempre actualizada en línea) o periódica (se envía una actualización del stock vigente).

App

Encuesta a los usuarios

PREGUNTAS RESPUESTAS 191

Encuesta

Encuesta a los usuarios para determinar la factibilidad de alquilar un vehículo a través de un aplicativo móvil en la ciudad de Manta

Correo electrónico

Texto de respuesta corta

Género *

Mujer

Hombre

Edad *

arrendare fuese una persona jurídica, los mismos requisitos deberán presentarse de quienes serán los responsables de conducir la unidad arrendada, que el arrendatario pudiere contratar bajo su responsabilidad.

4. Lugar y fecha de celebración del contrato;
5. Lugar, fecha y horario en que ha de iniciarse el servicio y lugar y fecha en que ha de concluir;
6. Características del vehículo a ser rentado (máximo de personas, capacidad de carga y características de tracción.);
7. Número de placa del vehículo rentado;
8. Condiciones del seguro obligatorio con que cuenta el vehículo, así como del contratado por el arrendatario;
9. Coparticipaciones a ser pagadas por el cliente o el conductor autorizado por la pérdida o daños al vehículo alquilado;
10. Costo diario/horario;
11. Opciones de servicio de atención de emergencia en carretera;
12. Opción de renta de navegador (GPS) para el servicio del arrendatario;
13. Obligación del arrendatario de respetar las normas vigentes de tránsito, y el compromiso asumido por arrendador y arrendatario de sujetarse a las disposiciones legales que en materia de tránsito se encuentren vigentes;
14. Responsabilidad del arrendatario por violación de normas de tránsito y demás normas vigentes al usar y gozar del vehículo arrendado, rentado o alquilado;
15. Obligación de la arrendadora de mantener el vehículo en buenas condiciones y declaración de la arrendadora de haber dado correcta y oportunamente mantenimiento preventivo y regular al vehículo.

Términos y Condiciones de la aplicación

Usuarios:

- Registro a través de formulario o sincronización con una red social que estará disponible en la app
- Descargar gratis la aplicación en IOS Y ANDROID
- Podrán alquilar un vehículo a través de la aplicación
- Opciones de reservas: lugar, hora y día
- El aplicativo será de respuesta rápida, proporcionará variedad de vehículos y seguridad a través de seguimiento GPS.

- Opción a escoger chofer capacitado, si se lo requiere.

Clientes:

- Cobro por suscripción de vehículos
- Descarga de aplicativo gratis
- Proceso de verificación de datos
- Los vehículos deben estar asegurados

La aplicación Driving ofrecerá el servicio a los usuarios tales como reserva de vehículo; opción a devolución en lugar especificado, opción a chofer, asistencia vial, y servicios relacionados, dichos en contenido como: los datos, informes, reportes, textos, imágenes, sonidos, vídeo y contenido disponibles en la aplicación móvil. Cualquier actualización o nuevas características añadidas a la aplicación están sujetas a los términos de uso.

La conexión de Internet móvil recomendada por LA COMPAÑIA para el adecuado funcionamiento de la aplicación es una conexión banda ancha móvil (GPRS, EDGE, 3G, 4G LTE o WI-FI), contratación que será de absoluta responsabilidad del Usuario y sin la cual, no será posible concretar la prestación el servicio convenido, situación que es absolutamente conocida y aceptada por el usuario.

LA COMPAÑIA ni los operadores de telefonía móvil pueden garantizar la seguridad de las transmisiones inalámbricas y el Usuario está de acuerdo en que no serán responsables de fallas de seguridad en relación con el uso de los Servicios. LA COMPAÑIA no garantiza que las Alertas y/o Avisos funcionarán y/o llegarán al correo electrónico el 100 % de las veces, porque la operación de cada alerta depende de la disponibilidad de cobertura y red GPRS o 3G, la disponibilidad de estas funciones en los dispositivos, así como de la configuración de la aplicación establecida por el Usuario y si los ordenadores, teléfonos móviles, y/o tabletas móviles usados por el Usuario para recibir mensajes electrónicos están en funcionamiento o no. El Usuario reconoce que los siguientes datos pero no limitados a: estado del vehículo, velocidad del vehículo, datos de situación de tránsito, nomenclatura vial, puntos de interés de dominio público, nivel de la batería, datos del nivel o consumo virtual de combustible puedan no contener información, presentar información inexacta o incompleta debido a las circunstancias cambiantes de

las fuentes utilizadas, accesorios y protocolos del fabricante del vehículos, datos de cartografía y a la naturaleza de la recopilación de estos datos, cualquiera de los cuales puede dar lugar a resultados incorrectos.

El Usuario acepta que la aplicación utiliza la tecnología GPS con el fin de establecer información de ubicación geográfica del vehículo a través de la captura de posiciones tridimensionales tomadas de los distintos satélites alrededor del mundo durante las 24 horas del día puede presentar limitaciones e imprecisiones inherentes a la tecnología GPS

LA COMPAÑIA dentro de la aplicación incluirá mapas digitales a nivel de: División provincial, carreteras principales y secundarias, cantones, parroquias y centros poblados, límites de ciudades principales, Islas principales; y en ciudades: Calles principales y secundarias, zonas de referencia como: parques, escuelas, aeropuertos entre otras zonas de interés, Intersecciones de vías, Ríos y lagos. (Carsync, 2017)

CONTRATO DE SUSCRIPCION

Entre, C.I. N° por una parte, como cliente, y, C.I. N°, por la otra parte como “MANTADRIVEC S.A”, se ha convenido el siguiente contrato de suscripción sobre vehículo: PRIMERO: es único y exclusivo propietario de,

. SEGUNDO: Por este acto, Viene en dar en suscripción el vehículo antes singularizado, a quien lo acepta y recibe para sí y para destinarlo a su uso como suscripción en la aplicación móvil. - La empresa declara recibirse del vehículo en buen estado mecánico y de carrocería. Funcionando. Con sus equipos y accesorios según detalle que se suscribe en anexo a este instrumento. Dejan las partes constancia que se ha verificado por el arrendatario el buen funcionamiento especialmente del sistema de frenos, luces de estacionamiento de freno, de tránsito y de viraje, así como el cinturón de seguridad. - TERCERO. - El presente contrato tendrá una duración de a partir del. Al termino de suscripción del cliente. - El valor del de suscripción será de \$25/\$30.

CUARTO: El cliente se hace responsable de todo daño, perjuicio, lesión o muerte causada a tercero, sus bienes o enseres con ocasión o por causa de conducción descuidada, culpable o dolosa. El usuario se obliga y compromete al fiel cumplimiento de las normas sobre regulación de transito debiendo

responder personalmente por el pago de las multas o indemnizaciones a que resultare obligado o condenado.

FIRMAS

MANTADRIVE S.A.

CLIENTE

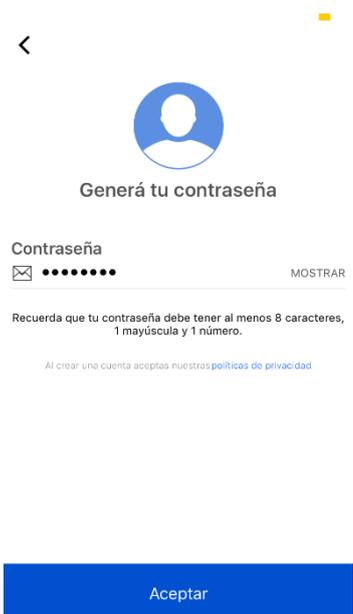
CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

Prototipo de la aplicación móvil



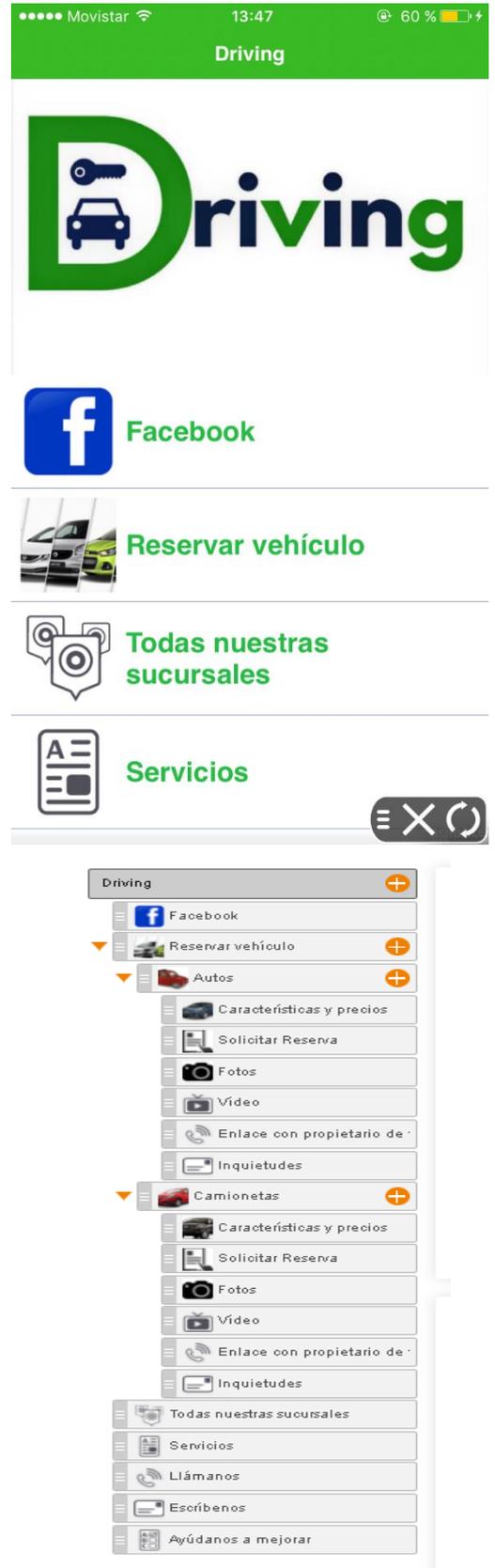
X



Perfecto

Te mandamos un email a pameladelgado23@hotmail.com para que puedas activar tu cuenta

Si no encuentras el mail, verifica en tu casilla de correo no deseado.





**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Delgado Vélez, Pamela Alexandra**, con C.C: # **1309789962** autora del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de septiembre del 2017

f. _____

Nombre: **Delgado Vélez, Pamela Alexandra**

C.C:**1309789962**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de un aplicativo móvil para la renta de vehículos en la ciudad de Manta		
AUTOR(ES)	Delgado Velez, Pamela Alexandra		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Loor Ávila, Beatriz Annabell, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Emprendimiento		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de septiembre del 2017	No. DE PÁGINAS:	161
ÁREAS TEMÁTICAS:	Aplicación móvil, alquiler de vehículos		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	aplicación móvil, alquiler de vehículos, Manta, teléfonos inteligentes		

RESUMEN/ABSTRACT:

En los últimos años el crecimiento de las aplicaciones móviles ha tenido un alto impacto en el mundo y en el país. La propuesta se encuentra en un sector que está en auge en el país como son las TICS. Driving es un aplicativo móvil que facilita el alquiler de vehículos en la ciudad de Manta. La aplicación móvil estará disponible en tiendas virtuales como IOS y Android, en donde se satisficían necesidades tanto de usuarios que descarguen la aplicación y podrá encontrar el vehículo que más se ajuste a sus necesidades y requerimientos, y para los clientes que podrán suscribir sus vehículos a la aplicación. El 88% de usuarios encuestados utilizaría el servicio propuesto a través de la aplicación y en el estudio financiero proyectado en cinco años arrojó resultados favorables, se determinó un VAN positivo de \$ \$23.155,52 y una TIR de 26,75% lo que demuestra que la presente propuesta es atractiva para el mercado y para los accionistas.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-983316595	E-mail: pameladelgado23@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Lcda. Loor Ávila, Beatriz Annabell, Mgs	
	Teléfono: +593 – 994135879	
	E-mail: beatriz.loor@cu.ucsq.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	