



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

Carrera de Administración de Empresas

**Título: Modelo CANVAS para servicio de transporte en moto
conducido por mujeres para mujeres**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de tecnóloga en
Administración de Empresas**

Autor(s):

Moya Pantosin, Goldy Janette

Sabando Moreira, Ana Laura

Tutor:

Zambrano, Juan Carlos

Quito, 2020

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras, Moya Pantosin, Goldy Janethe con cédula de identidad 1708926603y Sabando Moreira, Ana Laura con cédula de identidad 1723732507en calidad de egresadas de la Carrera en Administración de empresas promoción 35AE10, declaramos que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración de Empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 10 de agosto de 2020

Atentamente,

Moya Pantosin, Goldy Janette

Sabando Moreira, Ana Laura

Cédula: 1708926603

Cédula 1723732507

Correo: gjm69@hotmail.es

Correo: [analusm30@gmail](mailto:analusm30@gmail.com)

Celular 0998034808

Celular 0962020199

DECLARACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el Trabajo de Investigación **MODELO CANVAS PARA SERVICIO DE TRANSPORTE EN MOTO CONDUCIDO POR MUJERES PARA MUJERES** presentado por las estudiantes Moya Pantosin, Goldy Janette y Sabando Moreira Ana Laura de la promoción 35AE10, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito, a los 10 días del mes de agosto 2020

Atentamente,

Dr. Juan Carlos Zambrano

Cédula: 1708904287

DEDICATORIA

Al culminar una fase más en mi vida, expreso mi gratitud a todas a aquellas personas que me apoyaron y acompañaron a vivir esta experiencia logrando cumplir una meta más, este trabajo de investigación lo dedico a mis dos grandes amores mi madre Luisa y mi hija Carolina por la tolerancia, paciencia, apoyo constante, motivación, empuje y amor brindado.

Moya Pantosin, Goldy Janette

Dedico este proyecto a mi amada hija Emilia Pazmiño fuiste mi mayor inspiración para poder concluir con este proyecto de tesis, la persona que me motivó y me sigue motivando a levantarme cada día para poder brindarte lo mejor.

Sabando Moreira, Ana Laura

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitir gozar de salud y vida. A él que me ha dado la fuerza para terminar esta etapa estudiantil, también con respeto y admiración a los docentes del Instituto Tecnológico Superior del Honorable Consejo Provincial de Pichincha por compartir sus experiencias, orientaciones y conocimientos impartidos.

Agradezco de forma especial al Dr. Juan Carlos Zambrano tutor del proyecto por su apoyo y conocimientos impartidos para poder culminar este proyecto.

Moya Pantosin, Goldy Janette

Quiero agradecer a mi familia por su gran apoyo y motivación que me brindaron para que yo continúe con mi estudios, agradezco también a Juan Bernardo que siempre estuvo brindándome su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, me enseñó que con esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue, y finalmente agradezco a mi tutor el Dr. Juan Carlos Zambrano sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto.

Sabando Moreira, Ana Laura

ÍNDICE

DERECHOS DE AUTOR	ii
DECLARACIÓN DE TUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE MAPAS	xi
ÍNDICE DE INFOGRAFÍAS	xi
ÍNDICE DE IMÁGENES	xi
RESUMEN	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 Antecedentes	6
1.2 ¿Qué es la empresa?	9
1.2.1 Tipos de empresas	9
1.3 ¿Por qué se va a crear una empresa de servicios de transporte en moto?	10
1.4 ¿Por qué crear un servicio de transporte de mujeres?	10
1.5 Propuesta sobre la empresa de transporte “Casco Rosa”	11
1.6 Modelo de negocios CANVAS	11
1.6.1 Elección del modelo CANVAS	11
1.6.2 Importancia del modelo de negocio CANVAS	12
1.6.3 Características de modelo CANVAS	12
1.6.4 Experiencia de alguien que ha trabajado con el modelo de negocio CANVAS	13
1.6.5 ¿Qué es el lienzo del modelo de negocio CANVAS?	14
1.6.6 Bloques de análisis	15
MARCO LEGAL	18
MARCO CONCEPTUAL	21
CAPÍTULO II	24
MARCO METODOLÓGICO	24

2.1 Diseño de investigación	24
2.1.1 Enfoque Cuantitativo	24
2.1.2 Método Hipotético Deductivo	24
2.1.3 Investigación de campo	25
2.1.4 Nivel de investigación	25
2.2 Unidad de análisis	26
2.3 Población y/o muestra	27
2.3.1 Población	27
2.3.2 Muestreo	27
2.3.3 Muestra	27
2.4 Técnicas de investigación	30
2.4.1 Instrumento de recolección	30
2.4.2 Instrumento de medición	30
2.5 Estadística descriptiva	30
2.6 Encuesta	31
2.6.1 Análisis de resultados	31
2.6.2 Relevancia	41
CAPÍTULO III	43
3. Elaboración de un modelo CANVAS para servicio de transporte en moto para mujeres conducido por mujeres, que facilite el transporte desde el Valle de los Chillos a Quito	43
3.1 Modelo de negocio CANVAS para servicio de transporte en moto para mujeres conducido por mujeres, que facilite el transporte desde el Valle de los Chillos a Quito	45
3.1.1 Segmento de clientes	45
3.1.2 Propuesta de valor	45
3.1.3 Canales	48
3.1.4 Relación con clientes	49
3.1.5 Fuentes de ingresos	50
3.1.6 Recursos clave	52

3.1.7 Actividades clave	53
3.1.8 Socios clave	54
3.1.9 Estructura de costos	54
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Resultados pregunta Nro. 1 encuesta aplicada</i>	31
Tabla 2 <i>Resultados pregunta Nro. 2 encuesta aplicada</i>	33
Tabla 3 <i>Resultados pregunta Nro. 3 encuesta aplicada</i>	34
Tabla 4 <i>Resultados pregunta Nro. 4 encuesta aplicada</i>	35
Tabla 5 <i>Resultados pregunta Nro. 5 encuesta aplicada</i>	36
Tabla 6 <i>Resultados pregunta Nro. 6 encuesta aplicada</i>	38
Tabla 7 <i>Resultados pregunta Nro. 7 encuesta aplicada</i>	39
Tabla 8 <i>Resultados pregunta Nro. 8 encuesta aplicada</i>	40
Tabla 9 <i>Estimación de ingresos</i>	51
Tabla 10 <i>Activos fijos</i>	55
Tabla 11 <i>Capital de trabajo</i>	55
Tabla 12 <i>Inversión del proyecto</i>	56
Tabla 13 <i>Presupuesto de egresos proyectados</i>	57
Tabla 14 <i>Cálculo sueldos personal central telefónica</i>	59
Tabla 15 <i>Costos de publicidad</i>	60
Tabla 16 <i>Prendas de protección</i>	60
Tabla 17 <i>Servicios básicos</i>	61
Tabla 18 <i>Suministros de oficina</i>	61
Tabla 19 <i>Gasto arriendo</i>	61
Tabla 20 <i>Depreciaciones</i>	62
Tabla 21 <i>Amortizaciones</i>	62
Tabla 22 <i>Intangibles</i>	63
Tabla 23 <i>Proyección de ingresos</i>	64
Tabla 24 <i>Estado de resultados</i>	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas	3
Gráfico 2. Tipos de empresas	10
Gráfico 3. Población y muestra	28
Gráfico 4. Respuestas pregunta Nro. 1.....	32
Gráfico 5. Respuestas pregunta Nro. 2.....	33
Gráfico 6. Respuestas pregunta Nro. 3.....	34
Gráfico 7 Respuestas pregunta Nro. 4.....	35
Gráfico 8 Respuestas pregunta Nro. 5.....	37
Gráfico 9 Respuestas pregunta Nro. 6.....	38
Gráfico 10 Respuestas pregunta Nro. 7.....	39
Gráfico 11 Respuestas pregunta Nro. 8.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo empresa Cascos Rosa	46
Figura 2. Modelo CANVAS del servicio de transporte en moto “Cascos Rosa”	67

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Ubicación parroquia Sangolquí.....	27
-------------------------------------------	----

ÍNDICE DE INFOGRAFÍAS

Infografía 1 Encuesta aplicada	44
--------------------------------------	----

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Lienzo de modelo de negocio.....	15
Imagen 2.....	44
Imagen 3.....	44
Imagen 4.....	44
Imagen 5.....	44
Imagen 6.....	44
Imagen 7.....	44
Imagen 8.....	44
Imagen 9.....	44
Imagen 10.....	44

RESUMEN

En el presente proyecto se aplicará la metodología del modelo de negocios CANVAS, para colocar en el mercado una empresa de nombre Cascos Rosa, que preste el servicio de transporte de mujeres en moto conducido por mujeres, acortando el tiempo de recorrido de las usuarias de la Parroquia de Sangolquí, perteneciente a la provincia de Pichincha, según la problemática planteada.

Capítulo I Contiene la fundamentación teórica necesaria para el desarrollo de este proyecto, además la identificación de términos y normativas relevantes en el servicio de transporte en moto.

Capítulo II Contiene la metodología de la investigación, mediante la cual se desarrolla la recolección de información y aplicación de la encuesta como método de investigación de campo, en donde obtuvimos las fuentes primarias.

Capítulo III La implementación del modelo de negocio CANVAS es la premisa en este proyecto, a sabiendas que todos los elementos o bloques son importantes, para que la empresa que se desea colocar cuente con una herramienta de gestión para su desarrollo.

Palabras claves: modelo CANVAS, empresa, transporte, mujeres

ABSTRACT

In the present project, the methodology of the CANVAS business model will be applied. We will create a company in the market a company called “Casco Rosa” (Pink helmets), which provides the service of transporting women on motorcycles where drivers will be people of the same gender, shortening the travel time of users living around the Sangolquí area, and monitoring the problem of harassment that some women experience while getting to their jobs on public transportation.

From the perspective of the CANVAS business model, all of the elements are important for the company, so it will be placed correctly having a management tool for its development.

Chapter I Contains the necessary theoretical foundation for the development of this project, as well as the identification of relevant terms and regulations in the motorcycle transport service.

Chapter II Contains the methodology of the investigation, where the information is collected in order to develop and apply ideally the CANVAS method using surveys as the main source of the investigation method, where we obtained the primary sources.

Chapter III the implementation of the CANVAS business model is the premise in this project, knowing that all the elements or blocks are important, so that the company to be placed has a management tool for its development.

INTRODUCCIÓN

Tema

Modelo CANVAS para servicio de transporte en moto conducido por mujeres para mujeres.

Problema

Uno de los problemas principales en las capitales mundiales es el tráfico vehicular, hoy en día hay más de un billón de automóviles en las calles y se estima que se duplicará en los años posteriores.

Según (IBM, 2011), “el tráfico vehicular aumentó a un 236% cuando la población aumentó cerca del 20% entre 1982 y 2001 en Estados Unidos”.

La mala planeación, el diseño de las calles y avenidas, los aspectos culturales, políticos y económicos de cada país, han generado problemas de tráfico en el mundo

En América Latina el congestionamiento vial aumenta año a año, perjudicando la calidad de vida de las personas, especialmente aquellas que se encuentran en las grandes ciudades.

La congestión vehicular es uno de los mayores problemas que afecta la movilidad de las personas y mercancías de las ciudades que poseen concentración de personas por kilómetro cuadrado.

Esta situación no es ajena a la Provincia de Pichincha, específicamente en el Cantón Rumiñahui, Parroquia Sangolquí. La movilidad es un problema diario al que deben enfrentarse los ciudadanos que deben trasladarse a diferentes lugares de trabajo, unos

dentro de la misma parroquia de Sangolquí, otros inclusive necesitando trasladarse hacia Quito.

Esto ha provocado que exista un alto nivel de aglomeración de las personas, que demandan el uso de transporte público para su traslado, provocando demoras en el mismo, debido a la situación del tráfico vehicular.

El problema radica en el uso generalizado y desmesurado de vehículos que provocan congestión y la ineficiencia de todo tipo de transporte y la infraestructura vial existente.

En base a lo anteriormente mencionado se ha formulado la siguiente pregunta:

¿Qué incidencia tendría en la movilidad y disminución de tiempo de recorridos de las usuarias del servicio de transporte público del sector del Valle de los Chillos, la implementación de un modelo de negocio para el servicio de transporte público en moto?

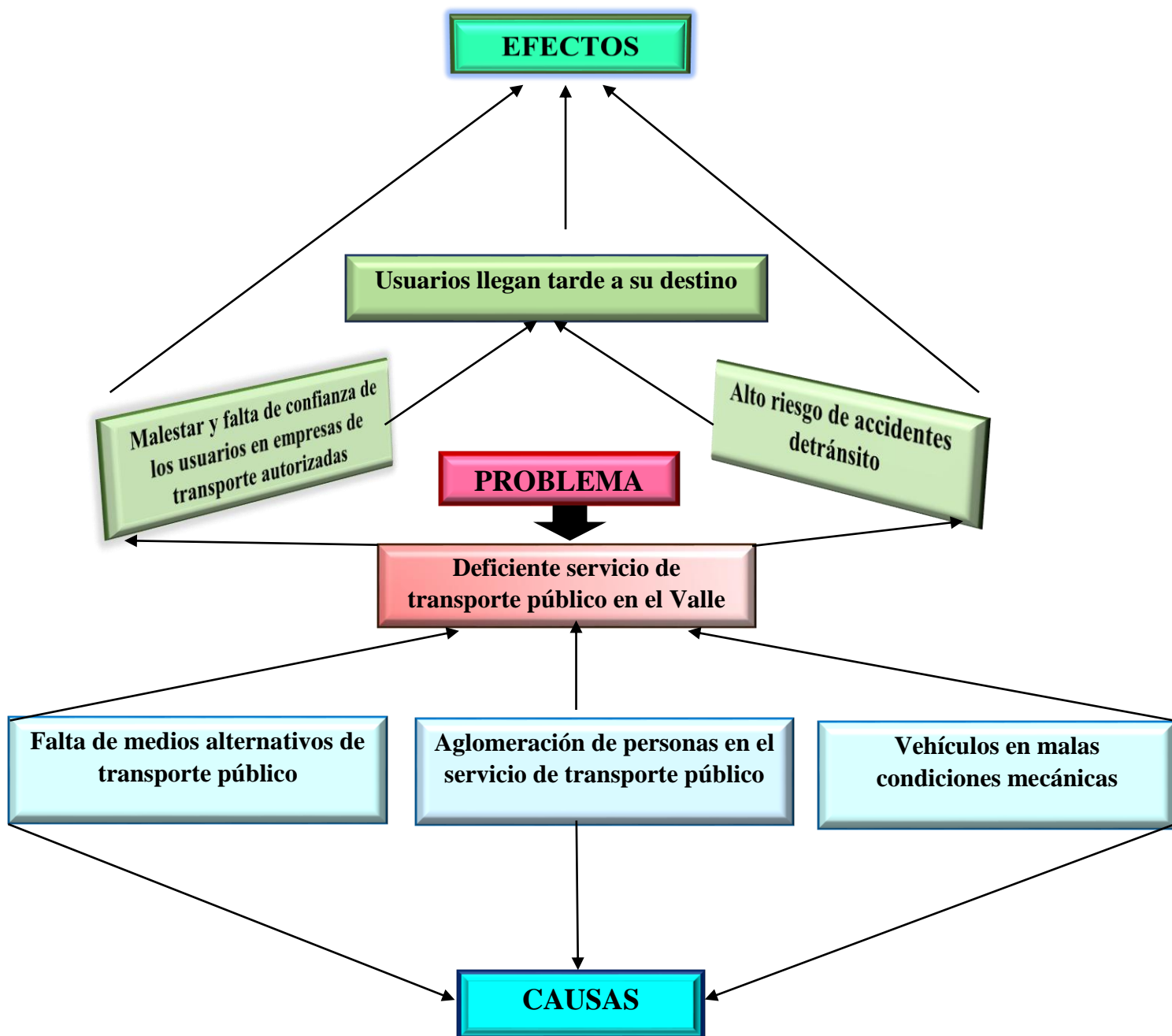


Gráfico 1. Árbol de problemas

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

- **Justificación**

Con el propósito de contribuir al mejoramiento de la movilidad de las usuarias de transporte público entre el Valle de los Chillos y Quito, esta investigación está enfocada en la elaboración de un modelo de negocio de servicio de transporte liviano y rápido, mediante el uso de motos, como medio alternativo al taxi, facilitando el rápido acceso hacia lugares del destino de las usuarias del sector.

El uso de motos como taxis en un proyecto alternativo y dinámico, que aparte de dar una solución al tema del tráfico en la ciudad, contribuye al beneficio económico de las personas y sus familias que son parte de este proyecto, así como velar por la integridad física y sicológica de las usuarias, ya que está dirigido exclusivamente para el género femenino, quienes alguna vez en su vida han sido víctimas de acoso en el servicio de transporte público.

Debido a su enfoque de género, constituye un reto personal y profesional, para profundizar en diversos ámbitos los conocimientos administrativos y financieros adquiridos en la carrera estudiantil, combinada con la experiencia profesional que se ha desarrollado a lo largo de los años, lo cual nos permitirá formular estrategias que capturen la esencia de la empresa, en miras de garantizar su desempeño favorable.

- **Objetivos**

- **Objetivo general**

Implementar el modelo CANVAS para la creación del proyecto del servicio de transporte en moto para mujeres, conducido por mujeres, que facilite la movilidad desde el Valle de los Chillos a Quito.

- **Objetivos específicos**

- Recopilar bases teóricas para la creación del proyecto del servicio de transporte en moto para mujeres, conducido por mujeres, que facilite la movilidad desde el Valle de los Chillos a Quito.
- Realizar un análisis situacional para la creación del proyecto del servicio de transporte en moto para mujeres, conducido por mujeres, que facilite la movilidad desde el Valle de los Chillos a Quito.
- Diseñar una propuesta para la creación del proyecto del servicio de transporte en moto para mujeres, conducido por mujeres, que facilite la movilidad desde el Valle de los Chillos a Quito.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

Con el paso del tiempo el crecimiento del parque automotor del país ha ido en aumento y produciendo una desorganización vehicular, y una de las provincias más afectadas es la de Pichincha.

El congestionamiento debido a que es una problemática actual ha sido fundamental para la elaboración de trabajos de titulación que se presentan a continuación:

Jorge Salgado(2017), presenta una propuesta acerca de “Aproximaciones desde la teoría del consumidor a la utilización de vehículos en la provincia de Pichincha para el periodo 1980 -2014”. En la cual analiza:

Las referencias de los consumidores por el uso de transporte y su efecto en la congestión vehicular. Teóricamente las ciudades tienden a formar uno o varios centros que son polos de atracción económica, comercial, y social. Por lo mismo existe gran concentración de población lo cual provoca que el sistema de movilidad colapse y el congestionamiento vehicular aumente(pág. 2).

Karina Elizabeth GuamaníClavijo(2017), realizó una investigación acerca de la “Estimación de costos de la congestión vehicular en Quito en el años 2016” donde analizó “el costo de la congestión vehicular desde el punto de vista del exceso del tiempo que los usuarios intervienen en los desplazamientos”(pág. 7).

Saraguay, Eusebio Romero Paredes, Bismark Gabriel(2015), realizaron una tesis acerca “Análisis del congestionamiento vehicular en el Casco urbano de la ciudad de Machala periodo 2013” en la cual mencionan:

Considerando debido al crecimiento poblacional de la ciudad de Machala se ha dado un aumento del congestionamiento vehicular, que va hacer analizado por el municipio con el fin de realizar una propuesta que ayude a solucionar el problema existente en la ciudad.

Por medio del análisis de los estudios antes mencionados se determina que el problema de congestionamiento vehicular es complejo y durante varios años ha sido analizado con el fin de dar soluciones efectivas al inconveniente, por lo cual inclusive se han implementado una serie de normativas que restringen la circulación diaria de los vehículos, conforme el número de la placa, situación que de acuerdo a la Alcaldía de Quito, no ha resultado efectiva por la cantidad de vehículos existentes.

En cuanto al servicio de transporte público del Cantón Rumiñahui y su conexión con la ciudad de Quito, prestan su servicio 13 operadoras: 8 compañías y 5 cooperativas, y 39 rutas asignadas, de las cuales, cubren rutas desde La Marín, Girón, Universidad Central hacia al Cantón Rumiñahui, así como la ruta de origen y destino el Cantón Rumiñahui.

El transporte público es un eje de desarrollo de la parroquia de Sangolquí, ya que significa para sus habitantes acceso a empleo, educación y servicios públicos, especialmente cuando estos servicios están más allá de la distancia viable de realizarlas a pie o en bicicleta. Desafortunadamente, el estado ineficiente de servicios de transporte público en la ciudad que está en vía de desarrollo causa más problemas a sus usuarios por servicios que están afuera de las tendencias actuales provocando congestión,

contaminación y peligro, teniendo un servicio no confiable en el sistema de transporte público.

La congestión generada por la concentración de viajes en el centro de la parroquia de Sangolquí principalmente por las avenidas Gral. Rumiñahui, Av. Cordero y Av. Calderón, la causa de estos desplazamientos a gran escala es la alta concentración de actividades, equipamientos urbanos (salud, educación, comercio, cultura, recreación y deporte; administración y servicios públicos) y los centros que generan fuentes de trabajos, adicional a que los comerciantes se han apoderado del centro de la parroquia de Sangolquí y se ha expandido el área de comercialización.

Respecto al servicio de transporte público en motos, se conoce que estas circulan en ocho provincias del Ecuador, conforme lo siguiente:

En el país circulan 8 764 unidades autorizadas por los municipios, a través de un proceso de regularización que comenzó en el 2015 por parte de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT). Los vehículos están homologados, según las normas INEN. También circulan las tricimotos, que deben ser reemplazadas por mototaxis.

El servicio se concentra en Esmeraldas con el 39%, seguido de Guayas con el 36%. Este medio de transporte nació en Atacames en el 2000 y era una adaptación de una carretilla con una moto. Ese modelo de tricimoto evolucionó a una carrocería que se traía de Perú y luego de India. (Diario El Comercio, 2018)

En la provincia de Pichincha, así como la parroquia Sangolquí, no existe un antecedente de creación o autorización de compañías o cooperativas de servicio de transporte público en moto.

1.2 ¿Qué es la empresa?

Según (Ebe, 2018), “es la entidad que integra un conjunto de elementos organizados y dirigidos para alcanzar una serie de objetivos mediante la realización de una determinada actividad económica”.

Dentro de una empresa existen varios elementos los cuales deben estar organizados. La empresa tiene la figura de empresario, ya que esta no es solo un conjunto de máquinas, mobiliario, dinero, trabajadores, etc.

Las empresas tienen muchos tipos estos dependen de su tamaño, ya que hay pequeñas, medianas y grandes, y también depende de su ámbito de actuación, ya que pueden ser locales, nacionales, multinacionales, etc., o según la actividad económica que desarrollen hay empresas del sector primario, secundario o terciario. La modalidad más sencilla es el empresario individual, que es simplemente una persona que realiza una actividad empresarial por su cuenta, por ejemplo el propietario de una tienda, o un profesional autónomo, como un electricista. Cuando la actividad empresarial es más compleja lo normal es constituir sociedades, mediante las cuales varias personas se unen para formar la empresa. El siguiente esquema recoge las diferentes modalidades de empresa Para (Ebe, 2018).

1.2.1 Tipos de empresas

Según (Ebe, 2018), el siguiente esquema recoge las diferentes modalidades de empresa.

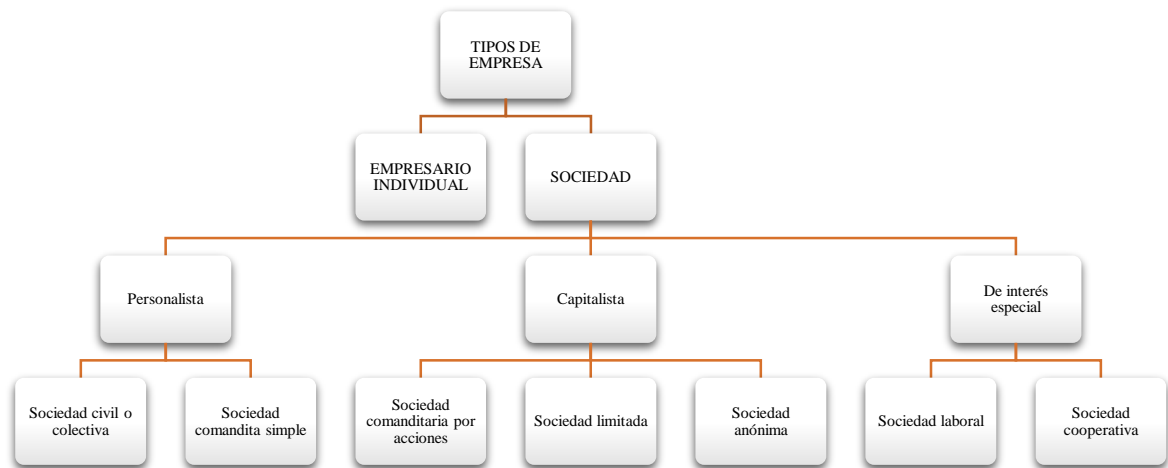


Gráfico 2. Tipos de empresas

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Fuente: (Ebe, 2018)

1.3 ¿Por qué se va a crear una empresa de servicios de transporte en moto?

Se ha pensado en una empresa de servicio de transporte en moto, porque permite satisfacer las necesidades de los clientes de una manera más rápida y efectiva, ya que este medio de transporte se brinda una circulación casi inmediata hacia el cliente.

También brinda seguridad ya que las personas en el volante son expertas en conducción de motocicletas y tienen conocimiento de las normas de tránsito.

1.4 ¿Por qué crear un servicio de transporte de mujeres?

En la actualidad no hay un servicio de transporte exclusivo para mujeres, debido a eso se pretende crear Cascos Rosa, por ser innovador.

Asimismo se ha pensado mucho en el tema de la inseguridad en la actualidad especialmente de las mujeres en las calles de la ciudad, debido a eso se ha considerado brindar un servicio a las mujeres que sean atendido por mujeres, con el fin de atenderlas y satisfacer las necesidades de las mismas.

El enfoque del proyecto es de género femenino, por lo que promoverá la participación de la mujer en el rol económico familiar y social, a través de su trabajo.

1.5 Propuesta sobre la empresa de transporte “Casos Rosa”

La presente investigación pretende la implementación de un modelo de negocios para la creación de un servicio identificado como “Casos Rosa”, que exclusivamente se basa en el servicio de destino del usuario puerta a puerta, de una forma segura, rápida y de calidad, utilizando como vehículo de transporte motocicletas, ya que se considera que es un medio de transporte liviano, rápido, que permite satisfacer las necesidades de los clientes casi de una manera inmediata.

1.6 Modelo de negocios CANVAS

El llamado Modelo CANVAS (...) analiza los diferentes tipos de modelos y cuál es mejor a utilizar en cada caso. Cabe destacar que el libro hace referencia a una nueva economía donde el sistema productivo ha cambiado, y por lo tanto es necesario cambiar también la mentalidad: lo más importante ahora es crear valor para los clientes (More, 2017).

El Modelo CANVAS es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones.

1.6.1 Elección del modelo CANVAS

Se elige el modelo CANVAS, ya que es una herramienta ideal para comprender un modelo de negocio de una manera más directa y estructurada, que se ajusta a las necesidades específicas de cada caso. Utilizar este modelo ayuda a visualizar la información de los clientes, muestra la propuesta de valor que ofrece a través de

diferentes canales y muestra como la empresa gana dinero. Este modelo también hace entender el modelo comercial de la empresa y también de los competidores.

1.6.2 Importancia del modelo de negocio CANVAS

El modelo CANVAS es una herramienta muy importante, ya que permite tener una visión global del negocio e incluso reconoce que este pueda adaptarse a los cambios del mercado.

Para (Broitman, 2019), “... El modelo Canvas es muy útil como apoyo para la gestión, para pensar en el futuro y proyectarse a corto y mediano plazo”.

El modelo CANVAS es visual, es colaborativo y tiene bajo costo. También tiene un lenguaje sencillo para visualizar y describir. Es un instrumento cualitativo que maneja datos y números, herramientas financieras, contables, de marketing, entre otras. En la actualidad hay empresas que incorporan esta herramienta con el fin de alcanzar un óptimo desarrollo de la organización.

1.6.3 Características de modelo CANVAS

Una de las características principales del modelo CANVAS, es que no se aleja de la realidad, desde su etapa inicial, hasta el crecimiento y su desarrollo dentro de un negocio que recién es creado. Los procesos económicos han cambiado, ya que en la actualidad se habla de proyectos visionarios y revolucionarios, debido a esto es importante adaptarnos a estos tiempos.

La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta,

infraestructuras y viabilidad económica”, según palabras del propio Osterwalder(Cabrera, 2019).

El modelo CANVAS se basa en acciones de nueve módulos que implican mucho estudio, dedicación y conocimiento del entorno y del mercado.

1.6.4 Experiencia de alguien que ha trabajado con el modelo de negocio CANVAS

En el año 2017 se realizó un estudio acerca de la “Utilización del modelo de diagnóstico Canvas en el análisis de un caso de la industria farmacéutica en México”

El objetivo de este estudio fue el análisis y la descripción del modelo de negocio de la empresa farmacéutica Farmacias Similares y su forma de crear y capturar valor. Se trata de una investigación de tipo documental, basado en un estudio de caso único realizado a través del análisis de revisión literaria. El estudio permitió examinar el diseño del modelo de negocio actual de la empresa, en función de su proceso de servicios de valor, además de inferir sobre su participación en el sector farmacéutico y describir las nueve dimensiones de acuerdo con el Modelo de Negocio Canvas de Alexander Osterwalder. Además se hace una contribución teórica al modelo de negocios CANVAS con referencia a las contribuciones de los autores Penrose y Chandler con la finalidad de aportar dinamismo a la herramienta para favorecer el proceso de crecimiento de la organización(Marisol Sánchez Guerrero & Alejandro Arellano González, 2017).

El modelo CANVAS dentro de esta investigación permitió incluir una estructura y crecimiento organizacional, con un enfoque más dinámico y temporal en el proceso evolutivo organizacional.

También permitió la expansión de Farmacias Similares con un sentido social, cuyo objetivo principal es la venta de medicamentos a bajos precios, ofreciendo servicios médicos con precios accesibles para sus pacientes.

Asimismo ayudó a la diversificación de productos y servicios del mercado, caracterizado también por la presencia de nuevas áreas de laboratorio de productos fármacos, transformación para su propia distribución, ofrecimiento de franquicias, laboratorios de servicios médicos.

El modelo de negocio identifica los puntos de la compañía como un integrador en la cadena de valor en el segmento de la salud (farmacéutica), Ciencias Administrativas, 2017, núm. 9, ISSN: 2314-3738 PDF generado por Redalyc a partir de XML-JATS4R Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto que comienza el negocio en un segmento exclusivo como lo es la población de bajos recursos, con la aplicación estratégica de ventas cruzadas, y que su proceso evolutivo mantiene un fuerte ritmo de mercado, incluyendo nuevos productos de su cartera y migrando cada vez más a diversos segmentos de la población y expansión en otros países (...).En este contexto, el sentido de servicios de la salud que la industria farmacéutica desempeña es un factor necesario en la vida de las personas(Marisol Sánchez Guerrero & Alejandro Arellano González, 2017).

1.6.5 ¿Qué es el lienzo del modelo de negocio CANVAS?

El lienzo del modelo CANVAS, es la representación de nueve bloques que tienen una estructura dinámica, que ira evolucionando según varíe la estrategia competitiva de la entidad fruto de ciertos cambios que vayan ocurriendo en el mercado.

Este lienzo ayuda a transformar los contenidos acerca de un plan de negocios, generando un proyecto innovador y competitivo. El lienzo permite que una organización cree, presente y capture el valor(Extremadura , 2017).



Imagen 1. Lienzo de modelo de negocio

Nota. Fuente: (OLISTIKOS, 2015) Recuperado de: <https://seoymedia.com/proyectos-canvas>

1.6.6 Bloques de análisis

- **Segmentos del mercado**

Dependiendo de la empresa que tengas en mente los clientes pueden ser de tipos diferentes. Por eso es tan importante definir tus clientes, porque tu modelo de negocio e incluso tu producto pueden variar en función de éstos (More, 2017).

En base a lo antes mencionado se pretende definir a los clientes que la empresa quiere atraer, tomando como referente algunos criterios como la edad, su capacidad adquisitiva, que compran y cuando lo hacen y su lugar de residencia.

- **Propuesta de valor**

Según (Cabrera, 2019), “¿Por qué los clientes van a elegir ese producto o servicio? ¿Qué necesidades se están satisfaciendo?”.

Es lo que diferencia a la empresa de las demás, ya que se tiene una ventaja competitiva que son: los costos, diferentes productos y la ventaja de transacción, es decir, que los clientes tengan acceso a comprar el producto.

- **Segmentos de clientes**

Define a los clientes que la empresa quiere atraer, según criterios como su edad, su capacidad adquisitiva, ¿qué compra? y ¿cuándo? y su lugar de residencia.

- **Canales**

Para (More, 2017), “¿Cómo podrán comprar tu producto? Tienes que tener en cuenta cómo vas a distribuirlo, sobre todo si en tu modelo de negocio te comprometes a ser rápido”.

Es una de las decisiones más importantes, ya que determina el beneficio. Es una estrategia de la entidad ya que su propuesta llega al mercado en base a la experiencia del cliente que pretende lograr.

- **Relación con el cliente**

Los clientes se merecen un trato personalizado y exclusivo, ya que existe una relación personal con ellos, según (Tiempo de Negocios, 2018)

Cuando se trata de aumentar las ganancias, es tentador concentrarse en realizar nuevas ventas o buscar cuentas más grandes. Pero la atención a tus clientes actuales, sin importar cuán pequeños sean, es esencial para mantener tu negocio próspero. El secreto para repetir un negocio es hacer un seguimiento de una manera que tenga un efecto positivo en el comprador. Así pues, la **relación con los clientes** va a ser clave dentro de una estrategia dentro de cualquier empresa.

- **Fuentes de ingresos**

Según (Asesores de Pymes, 2018) “es el elemento fundamental para asegurar la viabilidad económica del negocio ya que trata sobre cómo la empresa pretende cobrar por sus servicios, por ejemplo, a través de las formas de pago”.

En base a lo antes mencionado se determina que es la fuente de ingreso permite a la empresa que sea rentable y siempre tiene que tener presente lo que pide el consumidor.

- **Recursos clave**

Según (More, 2017), “para que funcione el modelo de negocio hacen falta una serie de recursos físicos e intelectuales (como patentes o derechos de autor), humanos y financieros que seguro vas a necesitar”.

Es decir, es la puesta en el mercado de los productos, la generación de ingresos o la relación que mantiene con stakeholders y clientes.

- **Actividades clave**

Para (Asesores de Pymes, 2018), “son todas las acciones, tareas y procesos necesarios para proporcionar valor sobre el resto de la oferta existente en el mercado. Entre ellas, destacan la asistencia post venta, el marketing, el transporte o la distribución”. Son las acciones necesarias para llevar a cabo la propuesta de valor, es la producción, la solución a los problemas, la plataforma, etc.

- **Socios clave**

Analiza los proveedores y agentes idóneos y necesarios para poder realizar con éxito todos los procesos. Con ellos, se pueden establecer distintas clases de acuerdos y alianzas

para asegurar el mantenimiento de la actividad de la compañía en el largo plazo. Es decir, es saber cuáles son las alianzas estratégicas para poder conseguir más recursos según (Asesores de Pymes, 2018).

- **Estructuras de costos**

Según (More, 2017), “es el principal objetivo de cualquier entidad es garantizar su sostenibilidad. Por ello, resulta crítico evaluar todos los costes fijos del negocio, optando por los más adecuados en términos de eficacia y rentabilidad”.

Se refiere a la decisión de cómo enfocar los costos entre dos tipos: bajando el costo del producto o la creación de valor para el consumidor.

MARCO LEGAL

La presente investigación tendrá el respaldo legal de:

La (Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, 2008),

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto 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.

Asimismo tendrá el apoyo del El Reglamento General para la aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, del cual el (Portal unico de tramites ciudadanos, 2019) menciona:

El presente Reglamento establece las normas de aplicación a las que están sujetos los conductores, peatones, pasajeros y operadoras de transporte, así como las regulaciones para los automotores y vehículos de tracción humana y mecánica que circulen, transiten o utilicen las carreteras y vías públicas o aquellas privadas abiertas al tránsito y transporte terrestre en el país.

Además tendrá el apoyo de la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y su artículo 16 que menciona:

Art. 16.- La Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial es el ente encargado de la regulación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial en el país, con sujeción a las políticas emanadas del Ministerio del sector. Tendrá su domicilio en el Distrito Metropolitano de Quito.

La Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial es una entidad autónoma de derecho público, con personería jurídica, jurisdicción nacional, presupuesto, patrimonio y régimen administrativo y financiero propios.

Conforme lo dispone la Ley Orgánica De Transporte Terrestre, Tránsito Y Seguridad Vial, consta público en el portal institucional de la Agencia Nacional de Tránsito, la Resolución Nro. 044-DIR-2014-ANT, sobre el reglamento de servicio de transporte terrestre comercial alternativo excepcional de tricimotos, y el Instructivo para el proceso de concesión del permiso de operación para la modalidad de transporte comercial en tricimotos, mototaxis, o similares, con requisitos y observaciones pertinentes, entre los cuales se destacan:

- a) Formulario de solicitud de concesión de permiso de operación: CPO-TM-

- b) Expediente de acuerdo a requisitos de formulario CPO-TM-V1.2013
- c) Presentación de expediente conforme requisitos de formulario CPO-TM-V1.2013
- d) Cancelación de especie valorada
- e) Ingreso a trámite de aprobación, negación o devolución del solicitante

Es menester aclarar que, conforme los requisitos solicitados en el formulario CPO-TM-V1.2013, para obtener el permiso es necesario crear una compañía o cooperativa, lo cual se basará en la normativa para creación de compañías o cooperativas, conforme corresponda.

En el presente caso se creará en calidad de Compañía, por lo que se aplicará la (Ley de Compañías , 1999)

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

De igual forma, para identificar la compañía es necesario se realice el trámite de obtención del Registro Único de Contribuyentes, conforme lo dispone la (Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004)

Art. 1.- CONCEPTO DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 3.- DE LA INSCRIPCION OBLIGATORIA.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Se debe considerar también la (Resolución Nro. 324-DE-ANT-2015, 2015), mediante la cual, la Agencia Nacional de Tránsito, concede al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Rumiñahui la facultad de aprobar títulos habilitantes, para la modalidad excepcional de tricimotos.

MARCO CONCEPTUAL

- **Negocio**

El concepto de negocio es aquello que se hace por dinero. Es una ocupación lucrativa que cuando tiene un cierto volumen, estabilidad u organización se denomina empresa. También es la correcta administración de los recursos con un resultado económicamente positivo para las partes, es importante que no solo puede ser dinero sino relaciones de poder (Fundacion para el desarrollo potencial Sonrisa. com , 2017),

- **Modelo de negocio**

Un Modelo de Negocio ayuda a describir cómo una organización crea valor y lo vende. Es importante que entendamos que, si la empresa no consigue vender, el modelo de negocio no está bien construido (puede haber fallado en la selección de los

socios estratégicos, del tipo de cliente, incluso la propia idea de negocio puede no contener ningún valor diferencial en realidad...)(Extremadura , 2017, pág. 18).

- **Plan de negocio**

Se trata de un documento que, una vez definido el modelo de negocio, se redacta con el fin de describir, de forma detallada en qué va a consistir el negocio, cuáles son sus objetivos, las estrategias comerciales y de marketing que se van a poner en marcha para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida, la rentabilidad esperada. Según (Extremadura , 2017, pág. 18).

- **Clientes**

El cliente es una persona física o jurídica que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de un dinero u otro tipo de retribución...El cliente es, una persona física (particular o autónomo) o persona jurídica que adquiere dicho bien o servicio a cambio de una transacción monetaria o artículo de valor(Debitor, 2018),

- **Servicio**

“un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado”(Economipedia, 2020).

- **Mujer emprendedora**

La mujer emprendedora, caracterizada por un espíritu activo y positivo, que la lleva a asumir riesgos y compromisos, desafía al mercado y al sistema, se levanta y vuelve a empezar asumiendo los inconvenientes y fracasos como aprendizajes. Es esta mujer

la que con valentía ha sabido enfrentar la crisis terrible que vivimos hacen tan pocos años(Serrani, 2018).

.Medios de transporte urbano

Los medios de transporte urbano de pasajeros pueden ser definidos de varias formas, siendo éstos interdependientes entre sí. Por ejemplo, un medio puede ser clasificado en función de la tecnología utilizada – únicamente – aun cuando también se tomen en cuenta las características del derecho de vía y su tipo de operación(Universidad Nacional de Cuyo , 2018, pág. 1).

- **Moto**

Es un vehículo de 2 ruedas, con motor a combustión y chasis, en el cual se pueden transportar 2 personas, en la versión estándar, sin embargo, su desarrollo ha ido enfocado a que se puedan trasladar inclusive hasta 3 personas y carga, con una adaptación de caja o equipo especializado para colocar la carga.

- **Vías urbana**

“la vía es el espacio donde se desarrolla el tránsito. Se denomina vía a toda calle, carretera o camino abierto al uso público, así como al camino privado utilizado por una colectividad indeterminada de usuarios”(San Martín , 2018).

- **Autopista**

“La autopista es una carretera señalizada como tal, especialmente proyectada y construida para la exclusiva circulación de automóviles que superan en llano 60 Km/h. También pueden estar dentro de la zona urbana”(San Martín , 2018).

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Diseño de investigación

Para realizar cualquier investigación se debe considerar la metodología a implementarse, la cual se desarrollará en el presente capítulo.

2.1.1 Enfoque Cuantitativo

Con el fin de obtener resultados óptimos y efectivos en el desarrollo del proyecto en la aplicación del modelo CANVAS para servicio de transporte en moto conducido por mujeres para mujeres, se empleará predominantemente la metodología cuantitativa

Este enfoque permitirá resolver la pregunta formulada al problema, los objetivos definidos, mediante la aplicación de una encuesta, que permitirá obtener datos que posteriormente serán tabulados estadísticamente.

2.1.2 Método Hipotético Deductivo

El método hipotético deductivo, conocido como método científico es el camino o vía que se utiliza para llegar a un fin o lograr un objetivo. Según (Arias F. , 2006) “es el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas de investigación”.

En la presente investigación la deducción se realiza sobre la información de las observaciones bibliográficas, de las encuestas realizadas y datos procesados de éstas, y la elaboración del modelo de negocio CANVAS para el servicio de transporte en moto

conducido por mujeres para mujeres, con los cuales se llegarán a las conclusiones y recomendaciones.

2.1.3 Investigación de campo

Se ha considerado necesario aplicar la investigación de campo, que permitirá obtener datos de fuentes primarias como vienen a ser los usuarios y clientes. Porque se va a realizar un estudio sistemático de algunos hechos en la población objeto del estudio, según se menciona en el libro Tutoría de la Investigación Científica(Herrera, Medina, & Naranjo, 2014). “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto”.

Esta modalidad de investigación se ejecutará considerando que se realiza un acercamiento a las usuarias del servicio de transporte público del Valle de los Chillos, sector Sangolquí, para determinar los problemas del servicio y las necesidades de los clientes.

2.1.4 Nivel de investigación

2.1.4.1 Exploratorio

Se realizará investigación de tipo exploratoria dado que se considera como la primera aproximación que realiza un investigador sobre su objeto de estudio. Como primera instancia, se llevará a cabo un estudio exploratorio bibliográfico utilizando como base las ideas de Osterwalder, sobre el modelo de negocio CANVAS.

Con base al estudio exploratorio, se hace referencia al mercado potencial para los consumidores dentro del marco de necesidades de movilización ágil y oportuna,

comprender el comportamiento de las potenciales clientes, tanto de sus deseos como de sus necesidades.

2.1.4.2 Descriptiva

La investigación descriptiva nos permite contar con una visión general de las características que tiene la población involucrada en la investigación como es el caso de la parroquia Sangolquí del Cantón Rumiñahui, teniendo en cuenta que existen datos primarios obtenidos en base a la aplicación de encuestas, así como datos secundarios que es necesario describirlos y analizarlos para poder llegar a soluciones claves para la aplicación del modelo CANVAS para el servicio de transporte en moto en la parroquia de Sangolquí, teniendo como evidencia la interpretación de resultados y la discusión de los mismos con conclusiones y recomendaciones basados en descripciones del comportamiento del fenómeno.

2.2 Unidad de análisis

Para la presente investigación, la unidad de análisis es la población del cantón Rumiñahui, de la provincia de Pichincha, el cual se encuentra distribuido en cinco parroquias, las urbanas Sangolquí, San Rafael, San Pedro de Taboada, y las rurales Cotogchoa y Rumipamba. Considerando como énfasis la parroquia de Sangolquí, la población de mujeres de edades comprendidas entre los 18 y 65 años.



Mapa 1 Ubicación parroquia Sangolquí

Nota. Fuente: (Gobierno Autónomo Desconcentrado de Rumiñahui, 2020)

2.3 Población y/o muestra

2.3.1 Población

La población es el total de un grupo de elementos u objetos que se desea investigar, el cual dispone de ciertas características.

En el presente caso, constituye la población del Cantón Rumiñahui que de acuerdo a datos del INEC asciende a 85.852 personas.

2.3.2 Muestreo

La presente investigación se llevará a cabo mediante el muestreo aleatorio simple ya que todos los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra, y es finita ya que conocemos el total de la población, es decir es contable.

2.3.3 Muestra

La muestra es una parte de la población que posee similares características.

Para estimar el tamaño de la muestra, se identifican algunos criterios, que pueden aplicarse, vinculados a estadísticas, capacidad del investigador y literatura especializada, siendo el presente caso, la aplicación de fórmula.

Al ser una población muy extensa se ha definido y se ha delimitado a la muestra en la población solo de mujeres de las edades de 18 a 65 años de la Parroquia de Sangolquí de las zonas urbana 26.769 y rural 3.017, siendo la muestra de 29.786 habitantes según el siguiente detalle:

PARROQUIAS/CANTON	POBLACION		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Parroquia Sangolquí Area Rural	3043	3017	6060
Parroquia Sangolquí Area Urbana	25425	26769	52194
PARROQUIA SANGOLQUI CENTRO TOTAL	28468	29786	58254
Parroquia Urbana San Rafael	3186	3513	6699
Parroquia Urbana San Pedro de Taboada	7915	8272	16187
SANGOLQUI URBANO TOTAL	36526	38554	75080
SANGOLQUI RURAL TOTAL	3043	3017	6060
TOTAL PARROQUIAS URBANAS	39569	41571	81140
COTOGCHOA	1949	1988	3937
RUMIPAMBA	399	376	775
TOTAL PARROQUIAS RURALES	2348	2364	4712
CANTON TOTAL	41917	43935	85852

Gráfico 3. Población y muestra

Nota. Fuente:(Censo de Población y vivencia INEC, 2010)

2.3.3.1 Fórmula de la muestra

En la presente investigación se aplica la presente fórmula, para poblaciones finitas

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

Dónde:

Datos:
Z= Nivel de confianza (1.96)
N= Población total (29786)
e= margen de error (8%)
p= probabilidad de éxito (0.5)
q= probabilidad de fracaso (0.5)
Muestra =?

Margen de error= 8%

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * pq}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * PQ}$$

$$n = \frac{29786 * (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{(8\%)^2 * (29786 - 1) + (1.96)^2 * 0.25}$$

$$n = \frac{29786 * 3.8416 * 0.25}{(0.08)^2 * 29785 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{29786 * 3.8416 * 0.25}{0.0064 * 29785 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{28606.472}{190.624 + 0.9604}$$

$$n = \frac{28606.472}{191.588}$$

$$n = 149.31244$$

De acuerdo al resultado obtenido, se aplicará la encuesta a 150 mujeres, de las edades comprendidas entre 18 a 65 años, del Cantón Rumiñahui, Parroquia Sangolquí.

2.4 Técnicas de investigación

Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información (Arias, 2006)

Las técnicas de investigación están en función del objeto de investigación.

2.4.1 Instrumento de recolección

El instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato, sea este físico o digital, que se utiliza para almacenar información dentro de una investigación, y el instrumento a utilizar será la encuesta.

2.4.2 Instrumento de medición

Son los recursos que permiten registrar la información o datos sobre las variables investigadas. Deben cumplir con característica de confiabilidad y validez

Para la presente investigación se ha considerado la encuesta digital, debido a la facilidad y cobertura que representa en un momento donde la ejecución física es imposible, por motivo de la emergencia sanitaria por COVID-19 que es de dominio público.

El manejo de instrumentos digitales permitirá desarrollar esta técnica de investigación y la cual se está canalizando a través redes sociales y base de correos electrónicos de contactos de las investigadoras.

2.5 Estadística descriptiva

En la presente investigación se empleó la estadística descriptiva con el objetivo de describir, las características y comportamientos del conjunto analizado, mediante gráficos que se presentan en el numeral 2.3 de análisis de resultados del presente trabajo.

2.6 Encuesta

Es una técnica para obtener información tomando una muestra de la población objetivo, que permite un análisis posterior.

Las encuestas aplicadas para la presente investigación, se componen de 8 preguntas, las cuales fueron desarrolladas en la plataforma Google Drive, mismas que se encuentran en el internet en el link <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSenwp8ePnFfvxsq8pVSWWY704z7ls3RD28twRKMnzVX7DrGYw/viewform>

La encuesta se encuentra en sección anexos

2.6.1 Análisis de resultados

Los análisis de resultados parten de la tabulación de las encuestas, la selección de los indicadores que mayor aporte representen a la investigación y con cuyos parámetros servirán comparativamente a la propuesta de investigación.

1.- ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte público?

Tabla 1

Resultados pregunta Nro. 1 encuesta aplicada

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Siempre	84	56%
A veces	58	39%
Nunca	8	5%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

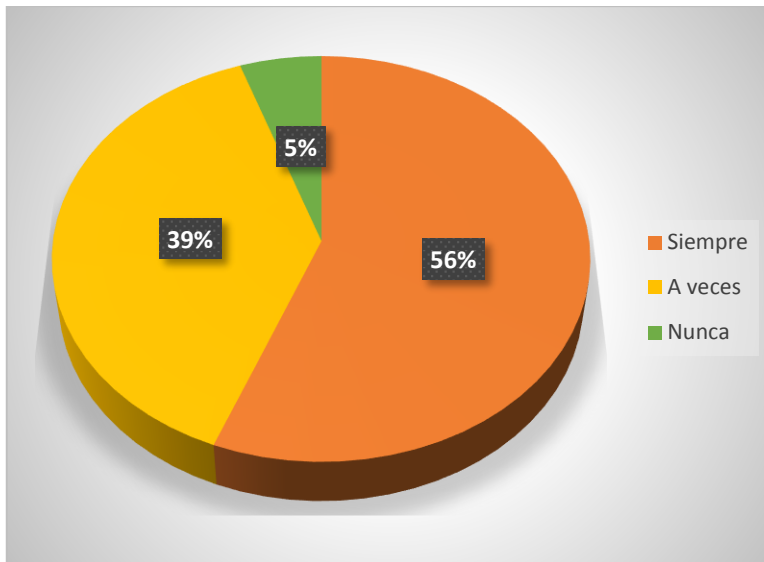


Gráfico 4. Respuestas pregunta Nro. 1

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del total de las encuestadas, que corresponden al 100%, al menos el 95% utiliza el servicio de transporte público, de las cuales el 56% lo emplea de manera frecuente y el 39% ocasionalmente.

Interpretación:

Lo analizado permite evidenciar la necesidad de la población de la parroquia de Sangolquí en el uso del algún medio de servicio de transporte público, para trasladarse a diferentes lugares.

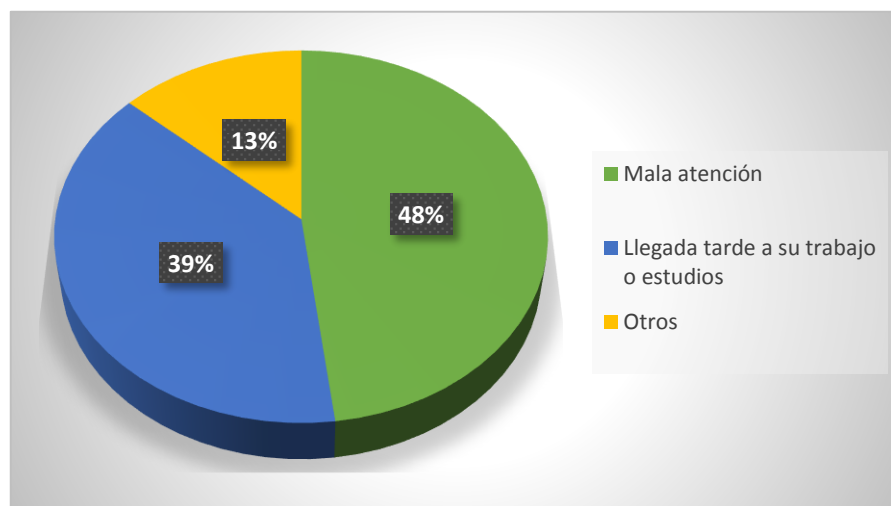
2.- ¿Qué dificultad tiene en el uso del servicio de transporte público?

Tabla 2**Resultados pregunta Nro. 2 encuesta aplicada**

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Mala atención	72	48%
Llegada tarde a su trabajo o estudios	58	39%
Otros	20	13%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

**Gráfico 5.** Respuestas pregunta Nro. 2

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del gráfico anterior se puede evidenciar que, el 48% tiene como dificultad en uso del transporte público la mala atención, el 39% manifestó como dificultad llegar tarde a su lugar de trabajo o estudio, y 13% otros factores.

Interpretación:

Como se puede observar la principal dificultad que existe en el uso de transporte público en la parroquia de Sangolquí, es la mala atención que reciben las usuarias, seguido del tiempo de retraso en el recorrido para llegar a sus lugares de destino.

3.- ¿Usted como pasajera ha sentido acoso en el medio de transporte en el que se traslada?

Tabla 3

Resultados pregunta Nro. 3 encuesta aplicada

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Siempre	46	31%
A veces	78	52%
Nunca	26	17%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

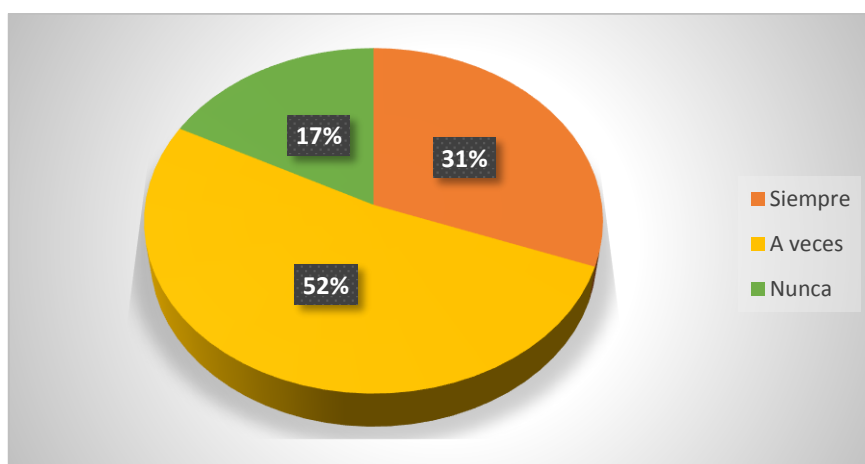


Gráfico 6. Respuestas pregunta Nro. 3

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

El 83% de encuestadas indican que han sentido acoso en el servicio de transporte público, de las cuales el 52% manifiesta que ha sido siempre y el 31% como frecuente.

Interpretación:

Se puede resaltar que adicional a la incomodidad del servicio evidenciado en la pregunta dos de la presente encuesta, se suma otro factor que las usuarias en su mayor porcentaje, han sido víctimas de acoso al usar transporte público.

4.- ¿Le gustaría a usted ser trasladada a su lugar de trabajo o universidad de manera rápida y segura en moto?

Tabla 4

Resultados pregunta Nro. 4 encuesta aplicada

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Si	122	81%
No	28	19%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

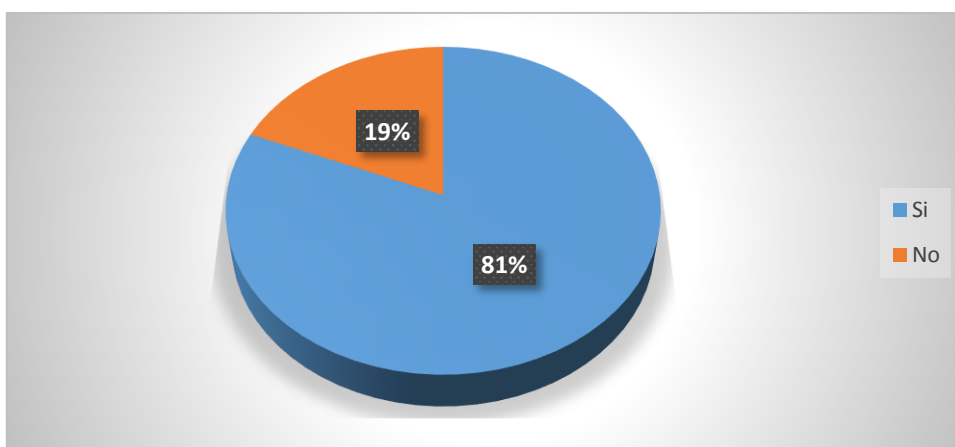


Gráfico 7 Respuestas pregunta Nro. 4

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del gráfico anterior se determina que el 81% de las encuestadas estaría gustosa de ser trasladada en moto, mientras que el 19% no le gustaría ser trasladada en moto.

Interpretación:

El 81% considera que si le gustaría ser trasladada en moto, como alternativa de transporte público, lo cual nos da la pauta que es un servicio que podría ser implementado a este grupo objetivo.

5.- ¿Se sentiría usted segura al transportarse en moto conducida por una mujer?**Tabla 5***Resultados pregunta Nro. 5 encuesta aplicada*

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Si	118	79%
No	32	21%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

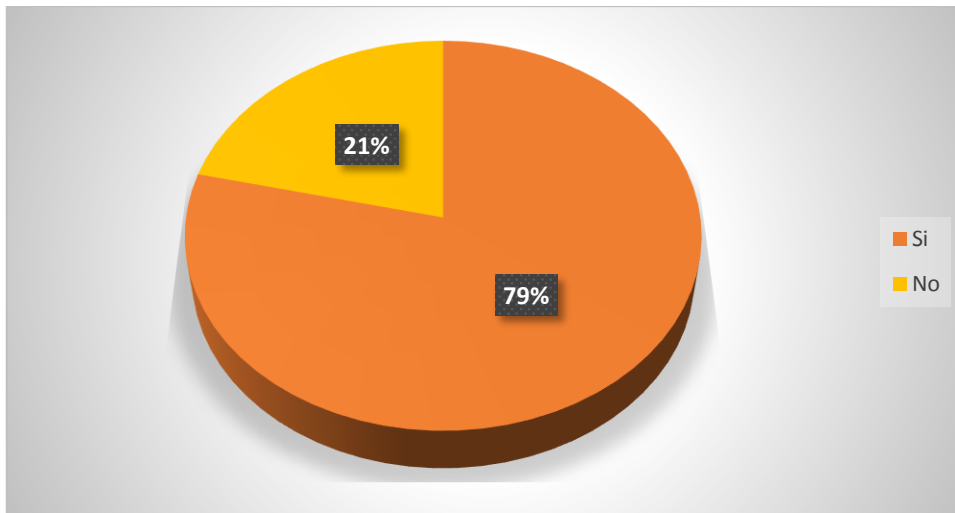


Gráfico 8 Respuestas pregunta Nro. 5

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del total de 150 mujeres encuestadas, 118 afirmaron que se sentirían seguras de transportarse en una moto conducida por una mujer, que corresponden al 79% que emiten una respuesta afirmativa a esta propuesta.

Interpretación:

Esta respuesta afirma lo manifestado en la pregunta anterior de la encuesta, ya que la aceptación por el servicio de transporte corresponde al 79%, como propuesta innovadora de servicio prestado por mujeres para mujeres.

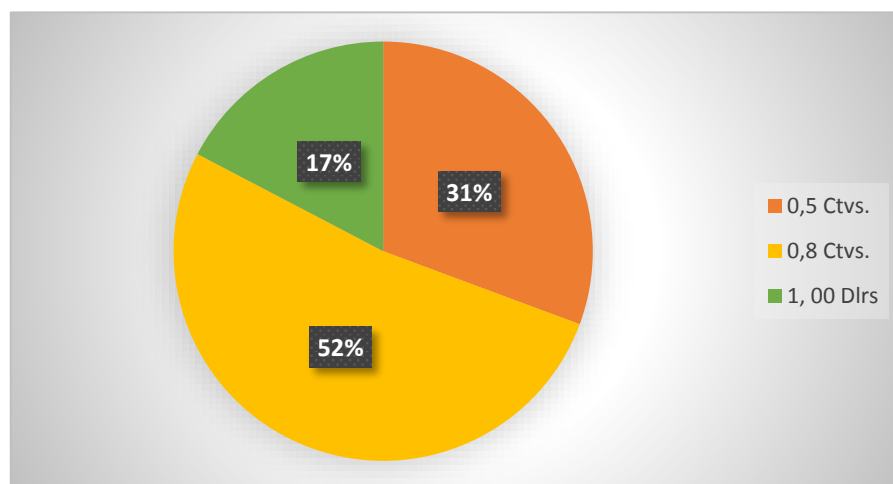
6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio?

Tabla 6**Resultados pregunta Nro. 6 encuesta aplicada**

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
0,50 Ctvs.	46	31%
0,80 Ctvs.	78	52%
1,00 Dlr.	26	17%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

**Gráfico 9** Respuestas pregunta Nro. 6

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del total de las encuestadas, el 17% afirman que el valor para cancelar por el servicio de transporte sería de un \$1, el 31% acogieron el valor de \$ 0,50, y el 52% el valor de \$ 0,80.

Interpretación:

El valor para el servicio de transporte en moto que mayor aceptación, conforme la encuesta tuvo es de \$0,80, por lo que deberá ser considerado como referencial al

momento de establecer la fijación de la tarifa mínima por el servicio de transportación; sin embargo se debe contrastar con los costos de producción del servicio, para los diferentes destinos que se implementen en la propuesta.

7.- ¿Qué modalidad de pago prefiere?

Tabla 7

Resultados pregunta Nro. 7 encuesta aplicada

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Efectivo	121	81%
Prepago con tarjeta de recarga	10	7%
Débito automático	19	12%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

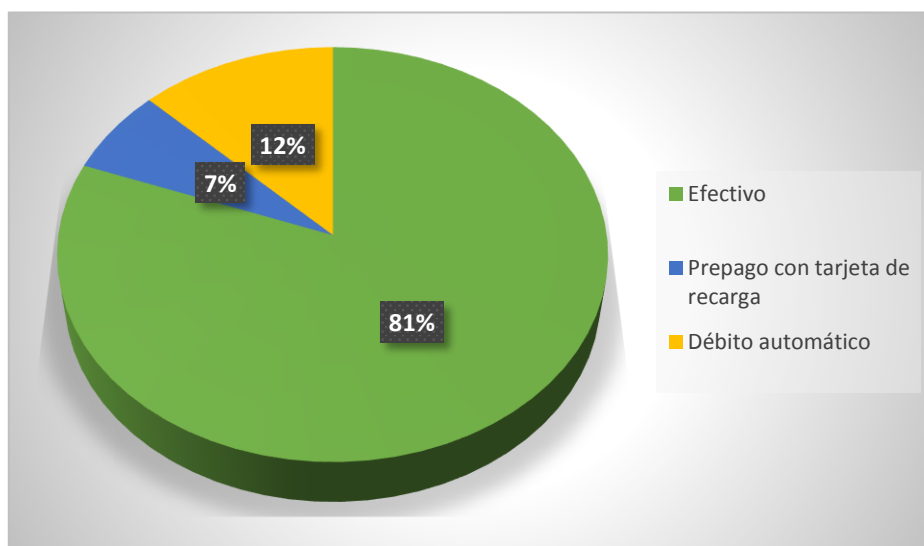


Gráfico 10 Respuestas pregunta Nro. 7

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del total de encuestadas y como se puede observar del gráfico anterior, el 81% estaría dispuesta a pagar por el servicio de transportación en efectivo, el 12% prefiere la modalidad de débito automático y el 7% optaría por tarjeta prepago con recarga.

Interpretación:

El percibir los ingresos en efectivo representaría una oportunidad para la propuesta, pues brindaría liquidez al negocio. Así mismo, no se descartan las otras posibilidades de implementar modalidades distintas de pago, que permitan la comodidad de los usuarios.

8.- ¿A través de que medio le gustaría acceder a este servicio?**Tabla 8***Resultados pregunta Nro. 8 encuesta aplicada*

Respuesta	Nro. personas	Frecuencia relativa
Aplicación para IOS Android	91	61%
Llamada a central telefónica local	39	26%
Mensaje de texto SMS	20	13%
Total	150	100%

Nota. Fuente: Encuesta

Elaboración: Moya , Goldy - Sabando, Ana

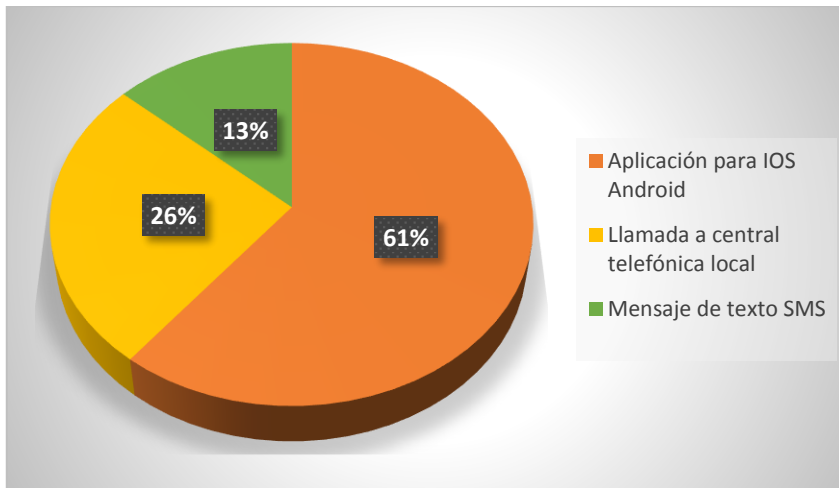


Gráfico 11 Respuestas pregunta Nro. 8

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Análisis:

Del total de mujeres encuestadas el 61% prefieren acceder al servicio de transporte a través del uso de aplicaciones digitales como la IOS o Android, el 26% a través de llamada a central telefónica local y el 13% mediante mensaje de texto SMS.

Interpretación:

Conforme las respuestas obtenidas, se determina que en la propuesta debe ser considerada como parte de la innovación, y en el rubro de inversión para la operatividad de la empresa la implementación de medios digitales para la contratación del servicio por parte de los clientes.

2.6.2 Relevancia

De los datos obtenidos en las encuestas, se puede manifestar que existe la intencionalidad de las usuarias del servicio de transporte público, optar por el servicio de transporte en moto como alternativa de movilidad y sobre todo seguridad y agilidad en el recorrido, al ser un servicio innovador para el sector, prestado por mujeres para

mujeres. Así también se sintieron atraídas del costo, relativamente bajo el promedio del servicio prestado por un taxi, cuyo valor referencial es de \$1,50, y de las modalidades de pago, apoyándose en las tecnologías de la información y comunicación, que permitan aún más la agilidad del servicio, desde su contratación.

CAPÍTULO III

3. Elaboración de un modelo CANVAS para servicio de transporte en moto para mujeres conducido por mujeres, que facilite el transporte desde el Valle de los Chillos a Quito

Esta propuesta está basada en la necesidad de implementar un modelo de negocio que proporcione alternativas de transporte público en moto conducido por mujeres para usuarias mujeres, desde el Valle de los Chillos a Quito, cuyo fin es contribuir a la reducción del impacto del tráfico vehicular en el tiempo de recorrido, así como la seguridad e integridad física y psicológica de las usuarias de este servicio.

Para ello se ha elegido al modelo CANVAS como una herramienta de gestión empresarial donde se utilizarán sus diferentes elementos, que nos permitan tener una visión sistemática de la empresa.

Es satisfactorio inferir que luego del análisis de los resultados de la encuesta aplicada al grupo de mujeres de las edades comprendidas entre 18 a 65 años, pertenecientes a la parroquia Sangolquí, se ha identificado la necesidad de contar con una alternativa de transporte público, que brinde las características de agilidad, oportunidad y seguridad.

Por ello, a continuación se presenta una infografía con el diagnóstico producto del resultado de la encuesta, que nos permite estructurar el lienzo del modelo CANVAS para la propuesta.

Imagen 2

https://es.pngtree.com/freepng/gift-vector-icon_3729982.html



Pregunta Nro. 1 Propuesta de valor: El 96% de encuestadas requiere utilizar medios de transporte público, por lo que aporta a la identificación de la propuesta de valor



Imagen 10

https://www.goonqr.com/es/p/6955216?canonical=true&frame=true&no_cache=true

Pregunta Nro. 2 Satisfacción del cliente: El 87% de encuestadas manifestó inconvenientes con el servicio de transporte, por lo que aporta a la relación que debemos establecer con los clientes y la propuesta de valor del servicio

Imagen 9

<https://www.freejpg.com.ar/istocksim/037030603-1>



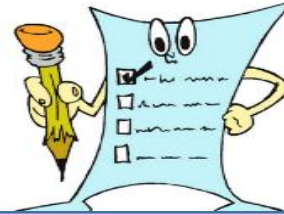
Pregunta Nro. 3 Propuesta de valor.- El 83% de encuestadas refieren a tener inconvenientes de acoso en el transporte, lo que nos permite identificar la propuesta de valor para el proyecto

Imagen 8

https://www.freepik.es/vector-gratis/vector-motocicleta-antigua_714960.htm



Pregunta Nro. 4 Propuesta de valor.- El 81,9% de encuestadas refieren estar gustosas de ser transportadas en moto, lo que nos permite reforzar la propuesta de valor y relación con el cliente



INFOGRAFÍA ENCUESTA "CASCOS ROSA"

Imagen 4

<http://multiempresaria.blogspot.com/2009/05/metodos-comunes-para-la-encuesta-lac.html>

Imagen 3

https://es.pngtree.com/freepng/smartphone-tablet-app-show_1091701.html



Pregunta Nro. 8 Canales- actividades clave.- El 61% de encuestadas prefieren acceder al servicio mediante el uso de aplicación, lo cual nos permite identificar cuáles son los canales a utilizar para ofertar el servicio y las actividades clave para la empresa.

Imagen 6

<https://www.alamy.es/concepto-de-ingreso-creciente-simbolo-isometrico-plano-iconeo-logotipo-pictograma-de-estilo-3d-para-el-diseno-web-interfaz-de-usuario-mobile-app-infografico-ilustracion-vectorial-en-whi-image207974223.html>



Pregunta Nro. 7 Fuentes de ingresos y recursos clave.- El 81% de encuestadas prefieren cancelar en efectivo, lo que nos permite conocer cómo serían las fuente de ingresos; además nos permite conocer que recursos utilizar para facilitar su modalidad de pago por el servicio.

Imagen 5

https://es.123rf.com/photo_38364474_vector-s%C3%ADmbolo-de-la-banca-iconeo-de-ingreso-monetario-ilustraci%C3%B3n-abstracta-de-las-fuentes-de-ingresos-pe.html



Imagen 7

<https://www.canstockphoto.es/rosa-aislado-alto-zapato-tac%C3%B3n-46807485.html>



Pregunta Nro. 5 Propuesta de valor.- El 79% de encuestadas se sentirían seguras de ser transportadas por mujeres, lo que nos permite establecer la propuesta de valor

Pregunta Nro. 6 Fuentes de ingreso- estructura de costos.- El 53% de encuestadas refirieron que cancelarían \$0,80 por ser transportadas en moto, lo que nos permite tener un promedio de precio aceptable por el servicio que sería la fuente de ingreso; así como los costos necesarios en la ejecución del servicio

3.1 Modelo de negocio CANVAS para servicio de transporte en moto para mujeres conducido por mujeres, que facilite el transporte desde el Valle de los Chillos a Quito

Como resultado de lo teorizado, conceptualizado, observado en las encuestas realizadas y diagnóstico situacional, se procedió a la elaboración y construcción del modelo CANVAS, a partir de los componentes del mismo, desarrollados secuencialmente como lo propone el modelo. Al plantearlo de esta manera tendremos una clara idea de lo que nuestro modelo representa y lo que nos ayudará a llevar a cabo para el servicio de transporte en moto para mujeres conducido por mujeres, conforme se presenta a continuación con base a una secuencia lógica:

3.1.1 Segmento de clientes

Los clientes de la empresa de servicio de transporte en moto “Casos Rosa”, son mujeres de la parroquia de Sangolquí de las edades comprendidas entre 18 a 65 años, de un nivel social medio, a quienes se realizó un estudio de mercado.

Una de las características que se ha identificado en este segmento de clientes es que no poseen un medio de transporte propio, por lo que recurren al uso del servicio del transporte público que se ofrece en la parroquia de Sangolquí para trasladarse a diferentes lugares, acorde a sus necesidades de movilidad, sean estas de estudio, trabajo, ocio, entre otras.

Así mismo no se descarta la posibilidad de brindar el servicio de transporte en moto, para las empleadas de empresas o instituciones ubicadas en la parroquia de Sangolquí.

3.1.2 Propuesta de valor

3.1.2.1 Definición del negocio

El negocio está definido a prestar los servicios lícitos de transportar en motos color rosa, a mujeres desde los 18 años en adelante de la parroquia de Sangolquí urbana y rural, conducidos por mujeres, al cual se lo ha denominado “Cascos Rosa”. Estos servicios se pretenden ofertar mediante el uso de una aplicación móvil. Una alternativa de transporte al taxi común, orientado a satisfacer las necesidades de movilidad de las usuarias en espacios reducidos, considerando especialmente el sector de la parroquia de Sangolquí que posee problemas de tráfico, o donde el servicio público de transporte es deficiente.

3.1.2.2 Características de la empresa

La empresa funcionará con una oficina ubicada en la parroquia de Sangolquí, conformada como compañía, para prestar el servicio de transporte en moto conducidas por mujeres para mujeres. Las motos que se utilizarán deben cumplir la norma de homologación emitida por la Agencia Nacional de Tránsito.

3.1.2.3 Presentación de la imagen empresarial

Nombre: Cascos Rosa

Logotipo:



Figura 1. Logotipo empresa Cascos Rosa

Nota. Elaborado por: Moya Goldy – Sabando Laura

Eslogan: Acortamos distancias y acercamos personas

Los pilares de la propuesta de valor de la empresa “Cascos Rosa”, para la prestación del servicio de transporte en moto que se han identificado son:

Brindar atención personalizada: entregar un servicio de exclusividad, seguridad, puntualidad, y calidad cada vez que sea requerido.

El tiempo de espera del cliente, para la entrega del servicio es 0 cero, es decir nos basaremos en la puntualidad.

La propuesta de que el servicio de transporte en moto sea prestado por mujeres conductoras para mujeres usuarias, es la base, ya que con ello se busca brindar confort, seguridad y sobre todo cuidar de su integridad, evitando que las usuarias sean víctimas de acoso.

Accesibilidad al servicio de transporte en moto, a través del desarrollo de una aplicación móvil, que permita solicitar el servicio y acceder a la información de la conductora a cargo de prestarlo, moto asignada, tiempo de llegada y tiempo estimado del recorrido.

Las mujeres a cargo del servicio de transporte en moto, conocen la ciudad, sus rutas y vías alternas, para brindar el servicio conforme el tiempo y agilidad requeridas, evitando contratiempos, asegurando rapidez en el desplazamiento, considerando que la moto ocupa menos espacio en las vías públicas, lo que permite su desplazamiento rápido en caso de congestión vehicular.

La flexibilidad de horarios de disponibilidad del servicio de transporte en moto es necesaria para garantizar la calidad y efectividad del mismo, brindando de esta manera a las usuarias la seguridad de contar con un aliado en su transporte en horas en las que se dificulta tomar un servicio seguro.

Precios accesibles, relativamente menores a los que se podrían cancelar por un servicio de transporte en taxi común.

3.1.3 Canales

La empresa Cascos Rosa, conforme el desarrollo tecnológico, utilizará una aplicación móvil disponible para celulares o dispositivos móviles, para facilitar el acceso a las usuarias que requieran el servicio. En esta aplicación se detallarán datos de la moto, conductora asignada, tiempo estimado de viaje, tiempo estimado para embarque con notificación de llegada, condiciones de pago en base a la tarifa calculada para el servicio, es decir un sistema tipo UBER.

Cascos Rosa, utilizará las redes sociales como Facebook, Instagram como principales canales de conexión y medios de compartir información con su mercado objetivo. Estos canales permiten afrontar costos mínimos, sin dejar de ser poderosas herramientas para llegar al mercado objetivo.

Facebook: Se creará una página oficial de Cascos Rosa, en donde su uso permitirá a la empresa llevar un registro de visitas, publicidad compartida y comentarios dejados por los clientes, lo que facilitará a la administración de la empresa a realizar un seguimiento de su mercado. Publicar contenido atractivo, actualizado y permanente del servicio ofertado y prestado, registrando fotos y videos diariamente, lo que permite a los clientes realizar comentarios o contactarse vía privado para realizar consultas, sugerencias, reservaciones.

Instagram: Se creará una página oficial de Cascos Rosa, en donde permite publicar novedades, fotos y videos, para interactuar con los usuarios y visitantes de la página oficial de la empresa.

Permitirá establecer concursos para premios o descuentos que serán parte de la estrategia de captación de nuevos clientes, con la cantidad de “me gusta” o “likes” otorgados a las publicaciones, así como las veces que se haya compartido alguna publicación de referencia, objeto de premiación.

La empresa planea realizar publicidad agresiva en sitios web, a fin de dar a conocer el servicio que presta, y captar la atención de posibles usuarias.

3.1.4 Relación con clientes

Cascos Rosa se centra en la construcción de relación con sus clientes basadas en la cordialidad, buen trato y atención personalizada. El vínculo es íntimo e informal apoyado en los canales de acceso (redes sociales, aplicación móvil, página web, whatsapp, correo electrónico), es decir en línea, que permite un beneficio mutuo.

Cascos Rosa considera muy importante la rapidez de respuesta al requerimiento de las clientes, ya que se convierte en una buena experiencia, por lo que es flexible en la disponibilidad de horarios para requerir el servicio de transporte en moto.

Asistencia personalizada al cliente en las dudas y necesidades que puedan presentarse antes y después de requerir el servicio, permite que la experiencia del cliente con el servicio sea un distintivo empresarial, que hará que el cliente recuerde y tenga presente a la empresa para satisfacer sus necesidades de transportación.

Cascos Rosa implementará el manejo de quejas y comentarios negativos sobre el servicio, como una oportunidad para conocer las reales necesidades de los clientes, convirtiéndolos en estrategias para mejoramiento continuo y fidelización de los clientes.

Los servicios prestados serán lícitos, cumpliendo la normativa legal, referente a permiso de operaciones, seguros por accidentes, así como conocimiento y aplicación de leyes de tránsito, consolidando de esta manera la confianza del cliente en el servicio.

Garantizar la seguridad de las usuarias es uno de los principales objetivos de la empresa, por lo que propende a garantizar la seguridad en todas las unidades que disponga para brindar el servicio.

3.1.5 Fuentes de ingresos

Los ingresos para Cascos Rosa constituyen el cobro de comisiones por la prestación de servicio de transporte en moto, que se establecen en **35%** del valor calculado por servicio, cuyo sistema es de cobro inmediato una vez haya concluido con el servicio, de acuerdo a las modalidades de pago establecidas.

De igual forma, se estiman ingresos por la afiliación de accionistas fundadoras por el valor de \$100, y la afiliación de nuevas accionistas a la empresa, cuyo valor se estima en \$150,00. Este valor corresponde a los derechos de afiliación a la empresa y asignación de usuarios para acceder a brindar el servicio de transporte en moto. A continuación se presenta una estimación de ingresos:

Tabla 9*Estimación de ingresos*

Descripción	Precio+Afiliación	Clientes+accionistas	Subtotal ingresos	Días mes	Subtotal ingresos	Nro.	Subtotal ingresos anuales
	(a)	estimadas (b)	35% comisión (c)	(d)	mensuales (c*d)=e	Meses	por servicio (e*f)
Rutas internas	1	100	35	30	1050	12	12.600
Rutas externas	4	22	30,80	30	924	12	11.088
Afiliación fundadoras	100	10					1.000
Afiliación nuevas accionistas	150	24					3.600
TOTAL INGRESOS ANUALES							28.288

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

- Se prevé implementar la empresa con 10 motos, calculando un promedio de 8 horas de trabajo por moto, incrementándose su cantidad en forma mensual, conforme afiliación de nuevas accionistas.

Los ingresos se han calculado de la siguiente manera:

- El precio fijado para el servicio de transporte en moto es de \$1,00 para rutas internas de la parroquia de Sangolquí y \$4,00 para rutas externas hacia la ciudad de Quito, a estos valores se aplica el **35%** como porcentaje de comisión, cuyo valor sería el ingreso para la empresa. En cada ítem de la descripción se ha identificado con letras, para mejor comprensión de las operaciones.
- La muestra analizada es de 150 mujeres, de las cuales 81,9% (122 mujeres) le gustaría ser trasladada en moto, que se convierten en potenciales clientes, por lo tanto se consideran como clientes estimados para el respectivo cálculo.
- El valor establecido por afiliación de accionistas fundadoras es de \$100, considerando el ingreso de 10 para el primer mes. Además se estima captar 24 nuevas accionistas en el año, cuyo valor es de \$150 por accionista; por lo cual se multiplica el valor establecido por el número de accionistas para obtener el ingreso anual.

3.1.6 Recursos clave

Para la empresa Cascos Rosa, los recursos clave con los que cuenta son:

- Recursos financieros: como accionistas fundadoras están Goldy Moya y Ana Laura Sabando, quienes aportarán con el 50% del monto de inversión del proyecto, cada una, conforme lo explicado en la tabla Nro. 12 de la sección estructura de costos numeral 3.1.9 del presente documento.
- Infraestructura: para las operaciones de la empresa se alquilará un local en el sector de la Parroquia de Sangolquí, que funcionará como oficina sede.

- Tecnológicos: la empresa Cascos Rosa desarrollará un aplicativo móvil para la oferta del servicio y tendrá su sustento en un software operado en una central; además se soportará en redes sociales para la promoción del servicio.
- Intelectuales: el sistema de captación de clientes por medio de una aplicación móvil es el recurso intelectual de la empresa, y su administración a través de procesos propios empresariales de manejo de bases de datos.
- Humanos: el principal recurso clave en Cascos Rosa es el talento humano, tanto el personal administrativo que se encarga de la organización de actividades, así como el personal operativo, que son las mujeres que prestarán el servicio, a pesar de ser un servicio de tipo comisionista. Se explicará de manera estratégica el valor que tienen las conductoras que posean experiencia en conducción de motos y aptitudes de atención al cliente, ya que serán las encargadas de atender de forma personalizada a los clientes, asesorándolos permanentemente y asegurando que el servicio se brinde con la calidad esperada.

3.1.7 Actividades clave

Cascos Rosa resalta la importancia de las actividades a realizar para satisfacer a sus clientes:

- Proceso de venta: promoción del servicio de transporte en moto, captación de clientes y ofrecer servicio post venta de asistencia al cliente, entendiéndose que este es un servicio prestado por mujeres para mujeres.
- Convenios con empresas o instituciones que requieran el servicio de transporte en moto, para sus servidoras, de forma segura y ágil.

- Capacitaciones, orientadas a mejorar el servicio, desarrollando habilidades y actitudes del personal de la empresa, en beneficio del ambiente laboral y de relación con los clientes.
- Marketing publicitario, que garantiza el conocimiento de la empresa al mercado que requiere el servicio de transporte en moto de la parroquia de Sangolquí, así como el interés de nuevos inversionistas al proyecto.

3.1.8 Socios clave

Cascos Rosa, considera que generar alianzas tanto con proveedores de servicios requeridos por la empresa como con posibles clientes, es indispensable en la gestión empresarial, que hacen que las operaciones se realicen de la mejor manera, por ello se han identificado los siguientes socios clave:

- Captación de inversionistas mujeres, con sus motos y requisitos legales (licencia tipo a), cuya alianza es clave para el funcionamiento de la empresa, ya que será una empresa comisionista.
- Empresas o instituciones que requieran que sus empleadas se trasladen de manera frecuente a distintos lugares.

3.1.9 Estructura de costos

En el último bloque debemos considerar aquellos costos y gastos necesarios para la operación de las actividades empresariales.

Por tal motivo se presentan los siguientes cálculos necesarios para las operaciones de la empresa Cascos Rosa:

- Rubros que componen la inversión inicial
- Proyección de costos y gastos

- Proyección de ingresos
- Comprobación de la rentabilidad económica del proyecto.

3.1.9.1 Rubros que componen la inversión inicial

3.1.9.1.1 Activos fijos

Corresponden a los recursos materiales que requiere la empresa para realizar las operaciones administrativas de la misma

Tabla 10

Activos fijos

Descripción	Total
Equipos de cómputo	800,00
Muebles y enseres	550,00
Central telefónica	120,00
Software de aplicativo del servicio	500,00
Total activos fijos	1.970,00

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

3.1.9.1.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo requerido para el proyecto se describe a continuación:

Tabla 11

Capital de trabajo

Descripción	Total
Costos del servicio	8.935,20
Gastos administrativos	3.393,89
Gastos de constitución	1524,00
Total capital de trabajo	13.853,09

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

3.1.9.1.3 Monto de inversión del proyecto

El monto de inversión para la puesta en funcionamiento de la empresa de servicio de transporte en moto “Cascos Rosa” se da en base a los activos fijos y capital de trabajo estimados, cuyo valor asciende a \$15.823,89. Este monto se financiará de manera integral por las dos accionistas fundadoras, Goldy Moya y Ana Laura Sabando, es decir con un aporte del 50% del valor por cada una, sin necesidad de recurrir a financiamientos externos.

Tabla 12

Inversión del proyecto

Descripción	Total
Activos fijos	1.970,00
Capital de trabajo	13.853,89
Total Inversión del proyecto	15.823,89

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

3.1.9.2 Proyección de costos y gastos

Tabla 13

Presupuesto de egresos proyectados

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Costos del servicio	8.935,20	9.113,90	9.296,18	9.482,11	9.671,75
Sueldos operadora central telefónica	6.335,20	6.461,90	6.591,14	6.722,96	6.857,42
Publicidad	2.000,00	2.040,00	2.080,80	2.122,42	2.164,86
Prendas de protección	600,00	6.12,00	624,24	636,72	649,46
Gastos administrativos	3.393,89	3.451,76	3.510,79	3.137,71	3.199,13
Servicios básicos	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43	1.104,08
Suministros de oficina	73,60	75,07	76,57	78,10	79,67
Gasto arriendo	1.800,00	1836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38
Depreciaciones	333,64	333,64	333,64	67,00	67,00
Amortizaciones	166,65	166,65	166,65	0	0
Gastos de constitución	1.524,00	0	0	0	0
Gastos de constitución	1.524,00	0	0	0	0
Total Egresos	13.853,09	12.565,67	12.806,97	12.619,82	12.870,87

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Los márgenes de proyección de incremento de gastos son del 2% conforme datos referenciales del Banco del Pacífico para junio del 2020

Los datos de la tabla anterior se desglosan de la siguiente manera:

- **Costos del servicio**

El recurso humano es clave para el funcionamiento de la empresa, por ello es que se considera importante contratar una persona responsable de la operación de la central telefónica de la empresa.

Los cálculos de los sueldos se presentan a continuación:

Tabla 14*Cálculo sueldos personal central telefónica*

Descripción	Sueldo	Sueldo	13er. S.	14to. S.	Total	Patronal	Vacaciones	Total Adicional	Costo total
	Mensual	Anual	Anual	Anual	Ingresos	IESS			
Operadora CT	400,00	4800,00	400,00	400,00	5600,00	535,20	200,00	735,20	6335,20
Total		4800,00	400,00	400,00	5600,00	535,20	200,00	735,20	6335,20

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

- Los cálculos se han realizado conforme normativa laboral ecuatoriana vigente.

Tabla 15***Costos de publicidad***

Descripción	Valor Anual
Diseño página web y aplicativo	1.500,00
Manejo de redes sociales	200,00
Gorras y afiches empresariales	300,00
Total costos de publicidad	2.000,00

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Los costos estimados en marketing corresponden a servicios de diseño de página web empresarial y desarrollo de aplicativo para el servicio, que es la razón de ser de la empresa, para la prestación del servicio de transporte en moto. Se considera también importante la promoción del servicio a través de un adecuado manejo de redes sociales, así como publicidad impresa.

Tabla 16***Prendas de protección***

Descripción	cantidad	Valor un.	Valor total
Chompas	20	10	200
Cascos	20	20	400
Total prendas de protección			600

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Los costos estimados en prendas de protección se dan en razón de proporcionar identidad empresarial, con diseño y logotipo, para uso de las conductoras y usuarias del servicio de transporte.

- **Gastos Administrativos**

Tabla 17***Servicios básicos***

Descripción	Valor estimado mensual	Nro. Meses	Valor Total
Luz	25	12	300,00
Agua	20	12	240,00
Internet	40	12	480,00
TOTAL			1.020,00

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

- Los servicios básicos establecidos para el proyecto constituyen un estimado.

Los suministros de oficina estimados para el funcionamiento de Cascos Rosa son:

Tabla 18***Suministros de oficina***

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Papel bond	3	4,00	12,00
Esferos	6	0,35	2,10
Sello logo empresa	2	20,00	40,00
Perforadora	1	3,50	3,50
Grapadora	1	3,00	3,00
Clips	5	1,00	5,00
Carpetas	10	0,8	8,00
	Total		73,60

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Tabla 19***Gasto arriendo***

Descripción	Valor estimado mensual	Nro. Meses	Valor Total
Arriendo local	150	12	1.800,00
TOTAL			1.800,00

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

- El valor estimado de canon de arrendamiento de local para oficinas de la empresa Cascos Rosa es de \$150,00 mensuales.

A continuación se estiman los gastos de depreciación y amortización:

Tabla 20***Depreciaciones***

Detalle	Valor	Cantidad	%	Valor depreciación
Equipos de computo	800	1	33,33%	266,64
Muebles y enseres	550	1	10%	55,00
Central telefónica	120	1	10%	12,00
Total depreciación				333,64

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Se considera la depreciación anual conforme la Ley de Régimen Tributario Interno, aplicando el porcentaje anual establecido para cada bien.

Tabla 21***Amortizaciones***

Detalle	Cantidad	Valor	%	Valor amortización
Software aplicativo del servicio	1	500	33,33%	166,65
Total depreciación				166,65

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Se considera la amortización del 33,33% para el caso del software del aplicativo, por ser un producto tecnológico.

- **Gastos de constitución**

Para la creación y constitución de las empresas, es necesario incurrir en ciertos gastos que son denominados intangibles. Para Cascos Rosa se han considerado los siguientes gastos de constitución:

Tabla 22
Intangibles

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Registros y patentes	1	100	100,00
Gastos de constitución	1	800	800,00
Derechos de nombre, marca y eslogan	3	208	624,00
Total Gastos Intangibles			1524,00

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

3.1.9.3 Proyección de ingresos

De acuerdo al estudio de mercado efectuado, conforme consta en la pregunta Nro. 4 de la encuesta aplicada, se logró determinar que el 81% de encuestadas aceptaría ser trasladada en moto como alternativa de transporte en la Parroquia de Sangolquí, por lo cual partimos como dato con el nivel de aceptación del servicio, para calcular la proyección de la demanda, siendo 122 personas por día, de las cuales se ha estimado un total de 100 personas para rutas internas en la ciudad de Sangolquí, 22 rutas externas de la ciudad de Sangolquí.

Así mismo se ha estimado la venta de acciones para ingresos, estimados para accionistas fundadoras en un número de 10, por un valor de \$100,00 y 24 nuevas accionistas, cuyo valor de acción es de \$150,00

Tabla 23***Proyección de ingresos***

Descripción	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Clientes estimados rutas internas dentro de Sangolquí	100	105	110	116	122
Precio fijado por comisión 35%	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39
Subtotal ingreso servicio rutas internas	35,00	37,85	40,94	44,27	47,88
Días al año	360	360	360	360	360
Total ingreso rutas internas	12600	13627	14737	15939	17238
Clientes estimados rutas externas fuera de Sangolquí	22	23	24	25	27
Precio fijado por comisión 35%	1,4	1,44	1,49	1,53	1,58
Subtotal ingreso servicio rutas externas	30,8	33,31	36,02	38,96	42,14
Días al año	360	360	360	360	360
Total ingreso rutas externas	11088,00	11991,67	12968,99	14025,97	15169,08
Afiliaciones accionistas fundadoras	10	0	0	0	0
Valor estimado por accionista	100	0	0	0	0
Total ingreso accionistas fundadoras	1000	0	0	0	0
Afiliaciones nuevas accionistas	24	25	26	28	29
Valor estimado por accionista	150	157,50	165,38	173,64	182,33
Total ingreso accionistas nuevas	3600,00	3969,00	4375,82	4824,34	5318,84
Total ingresos	28288,00	29587,57	32082,31	34788,91	37725,52

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Se considera una tasa de crecimiento de la demanda del 5%. Los márgenes de proyección de crecimiento de ingresos son del 3% conforme datos referenciales del Banco del Pacífico para junio del 2020.

3.1.9.4 Comprobación de la rentabilidad económica del proyecto

De acuerdo con los datos obtenidos en las proyecciones de ingresos y egresos de la empresa Cascos Rosa, se presenta un estado de resultados proyectado, demostrando que existe utilidad a partir del primer año de operaciones de la empresa, con una utilidad de \$9815,75, considerando que no se han solicitado préstamos, ni intereses bancarios, cubriendo el primer año los gastos de constitución:

Tabla 24

Estado de resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	28.288,00	29.587,57	32.082,31	34.788,91	37.725,52
(Costos directos)	8.935,20	9.113,90	9.296,18	9.482,11	9.671,75
Utilidad bruta en ventas	19.352,80	20.473,67	22.786,13	25.306,80	28.053,77
(Costos indirectos)	2.893,60	2.951,47	3.010,50	3.070,71	3.132,13
Utilidad operativa	16.459,20	17.522,20	19.775,62	22.236,09	24.921,64
(Depreciación)	333,64	333,64	333,64	67,00	67,00
(Amortizaciones)	166,65	166,65	166,65	-	-
(Gastos de constitución)	1.524,00	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	14.434,91	17.021,91	19.275,33	22.169,09	24.854,64
Impuesto a la renta 22%	3.175,68	3.744,82	4.240,57	4.877,20	5.468,02
Utilidad a trabajadores 10%	1.443,49	1.702,19	1.927,53	2.216,91	2.485,46
Utilidad Neta	9.815,74	11.574,90	13.107,23	15.074,98	16.901,16

Nota. Elaboración: Moya, Goldy - Sabando, Ana

Luego de haber descrito el modelo CANVAS para el servicio de transporte en moto conducido por mujeres para mujeres, se presenta a continuación el modelo gráfico en el lienzo para la empresa Cascos Rosa:



Figura 2. Modelo CANVAS del servicio de transporte en moto “Cascos Rosa”

Nota. Elaboración: Moya Goldy – Sabando, Ana

CONCLUSIONES

- La propuesta de negocio del servicio de transporte en moto se presenta al mercado con algunas ventajas competitivas, ya que cubre las necesidades de los usuarios de la parroquia de Sangolquí de optar por una alternativa de movilidad, que brinde características de agilidad, seguridad y confort para usuarias mujeres.
- La metodología CANVAS permite a la empresa Cascos Rosa gestionar su modelo de negocio de manera ordenada y eficiente, creando, proporcionando y captando valor mediante la gestión articulada de cada bloque que compone el lienzo, con el que se realizó una visualización completa de la empresa y la formulación de estrategias para su desarrollo.
- El modelo de negocio CANVAS es ideal porque su enfoque es integral, ya que se analizan todos los recursos necesarios, incluyendo los financieros. Por lo que se concluye que el proyecto es viable económicamente, de acuerdo al análisis financiero de rentabilidad.

RECOMENDACIONES

- Aplicar el modelo de negocio CANVAS para la colocación en el mercado de la empresa Cascos Rosa, que brinde el servicio de transporte en moto conducido por mujeres para mujeres en la parroquia de Sangolquí, como herramienta de gestión para su desarrollo, basado en la presente investigación que demuestra su viabilidad.
- Traducir el modelo de negocio CANVAS en planes de acción específicos para cada área o actividad clave, por lo cual se ha identificado para la empresa Cascos Rosa: recursos humanos, marketing, proceso de ventas, finanzas, lo que garantizará su permanencia en el mercado.
- La implementación del proyecto de negocio de servicio de transporte en moto es beneficioso para sus accionistas de la parroquia de Sangolqui en donde operará la empresa Cascos Rosa, ya que generará fuentes de empleo, permitiendo el desarrollo económico del país.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación, 5ta edición*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Asesores de Pymes. (2018). *Asesores de Pymes. com*. Obtenido de Asesores de Pymes. com: <https://asesoresdepymes.com/sirve-modelo-canvas/>
- Broitman, P. (2019). *LA IMPORTANCIA DEL MODELO CANVAS PARA INNOVAR EN LOS NEGOCIOS*. Obtenido de Pontifica Univesidad Católica de Chile : <http://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/#:~:text=La%20importancia%20del%20modelo%20Canvas%20para%20innovar%20en%20los%20negocios,-Por%3A%20Paula%20Br>
- Cabrera, F. (2019). *The Canvas Model y sus características*. Obtenido de Emprededor Digital : <https://www.emprededor.digital/the-canvas-model-y-sus-caracteristicas/>
- Censo de Población y vivencia INEC. (2010). *Equipo Técnico PD y OD 2011*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Clavijo, K. E. (2017). *Escuela Politécnica Nacional* . Obtenido de Estimación de costos de la congestión vehicular en Quito en el años 2016: <file:///C:/Users/Andrea/Downloads/CD-8177.pdf>
- Debitor. (2018). *Debitor* . Obtenido de ¿Qué es un cliente?: <https://debitoor.es/glosario/cliente>
- Diario El Comercio. (2 de septiembre de 2018). *Las mototaxis prestan sus servicios en ocho provincias*. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/mototaxis-servicio-provincias-ecuador-regulacion.html>

Ebe. (2018). *La Empresa y su entorno* . Obtenido de Bloque 1 Empresa y Cultura
Emprendedora : https://www.edebe.com/educacion/documentos/830343-0-529-830343_LA_EIE_CAS.pdf

Economipedia. (2020). *Economipedia "Haciendo fácil la economía"*. Obtenido de
Servicio : <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Extremadura . (2017). *Extremadura (Región Emprendedora Europea)*. Obtenido de
Guia Didáctica Modelo CANVAS :
http://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas-1.pdf

Fundacion para el desarrollo potencial Sonrisa. com . (2017). *Fundacion para el desarrollo potencial Sonrisa. com* . Obtenido de Negocio :
<https://sonria.com/glossary/negocio/>

Gobierno Autónomo Desconcentrado de Rumiñahui. (2020). *Gobierno Autónomo Desconcentrado de Rumiñahui*. Obtenido de
http://catastro_online.ruminahui.gob.ec/mapserver2017/gadmur/

Herrera, Medina, & Naranjo. (2014). *Tutoría de la Investigación Científica*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/152789750/Libro-Final>

IBM. (2011). *Problemática de Trafico vehicular* . Obtenido de Weebly:
<http://trafico.weebly.com/traacutefico-en-el-mundo.html>

Ley de Compañías . (5 de noviembre de 1999). *Ecuador*. Registro Oficial 312.

Ley del Registro Único de Contribuyentes. (12 de agosto de 2004). Honorable Congreso Nacional. Ecuador: Registro Oficial Suplemento 398.

Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial. (7 de agosto de 2008).

Pleno de la Asamblea Constituyente. *Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial*. Ecuador: Registro Oficial Suplemento 398. Obtenido de Ley Organica De Transporte Terrestre:

http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/transparencia/leyes/a2_LOTTSV.pdf

Marisol Sánchez Guerrero & Alejandro Arellano González. (2017). *Instituto*

Tecnológico de Sonora. Obtenido de Utilización del modelo de diagnóstico Canvas en el análisis de un caso de la industria farmacéutica en México:

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/51116/5111653847003/5111653847003.pdf>

More, M. (2017). *Qué es el Modelo Canvas y cómo aplicarlo a tu negocio*. Obtenido de

IBES: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

OLISTIKOS. (16 de diciembre de 2015). *Proyectos CANVAS*. Obtenido de

<https://seoymedia.com/proyectos-canvas>

Portal unico de tramites ciudadanos. (2019). *Reglamento general para la aplicación de*

la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. Obtenido de

<https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-general-aplicacion-ley-organica-transporte-terrestre-transito-seguridad-vial#:~:text=El%20Registro%20Oficial%20publica%20el,de%20transporte%2C%20as%C3%AD%20como%20las>

Resolución Nro. 324-DE-ANT-2015. (26 de junio de 2015). Agencia Nacional de

Tránsito. *Certificación para la ejecución de la competencia en la modalidad*

excepcional de tricimotos para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Rumiñahui. Quito, Pichincha, Ecuador.

Salgado, J. (2017). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.*

Obtenido de Aproximaciones desde la teoría del consumidor a la utilización de vehículos en la provincia de Pichincha para el periodo 1980 -2014:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12999/DISERTACI%C3%8DON%20DE%20TESIS%20GABRIELA%20VELETANGA%20BURBAN%20O..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

San Martín . (2018). Obtenido de La Vía :

http://drctsanmartin.gob.pe/documentos/manual_conductor/Cap10_Utilizac_dela_Via.pdf

Saraguay, Eusebio Romero Paredes, Bismark Gabriel. (2015). *Análisis del*

congestionamiento vehicular en el Casco urbano de la ciudad de Machala

periodo 2013. Obtenido de Unidad Academica de Ingenieria Civil, Machala,

Ecuador: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/5923>

Serrani, E. G. (2018). *Gestiopolis.* Obtenido de La mujer emprendedora:

<https://www.gestiopolis.com/la-mujer-emprendedora/#:~:text=Los%20emprendedores%20y%20emprendedoras%20nac%20y%20se%20hacen.&text=La%20mujer%20emprendedora%2C%20carac%20terizada%20por,inconvenientes%20y%20fracasos%20como%20aprendizajes>.

<https://www.gestiopolis.com/la-mujer-emprendedora/#:~:text=Los%20emprendedores%20y%20emprendedoras%20nac%20y%20se%20hacen.&text=La%20mujer%20emprendedora%2C%20carac%20terizada%20por,inconvenientes%20y%20fracasos%20como%20aprendizajes>.

Tiempo de Negocios. (24 de mayo de 2018). *Tiempo de Negocios* . Obtenido de

<https://tiempodenegocios.com>

Universidad Nacional de Cuyo . (2018). *Transporte* . Obtenido de

<http://ingenieria.uncuyo.edu.ar/catedras/u1-medios-de-transporte-urbano.pdf>

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



SERVICIO DE TRANSPORTE CASCOS ROSA

ENCUESTA



1) ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de transporte público?

Siempre



A veces



Nunca



2) ¿Qué dificultad tiene en el uso del servicio de transporte público?

Mala Atención



Llega Tarde



Otros



3) ¿Usted como pasajera ha sentido acoso en el medio de transporte en el que se traslada?

Siempre



A veces



Nunca

4) ¿Le gustaría a usted ser trasladada a su lugar de trabajo o universidad de manera rápida y segura en moto

SI



NO



5) ¿Se sentiría usted segura al transportarse en moto conducido por una mujer?

SI



NO



6) ¿Cuánto estaría dispuesta a cancelar por el servicio?

0.60 \$.



0.80 \$.



1 \$.



7) ¿Qué modalidad de pago prefiere?

Efectivo



Prepago con tarjeta con recargo



A través de débito automático



8) ¿A través de que medio le gustaría acceder a este servicio?

Aplicación para IOS Android



Llamada a central telefónica local



Mensaje de texto SMS



Anexo 2. Resultado análisis anti plagio

