



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”**

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE
TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8,
GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TÉCNICO SUPERIOR EN VENTAS**

MARIUXI FERNANDA CEVALLOS TORRES

GUAYAQUIL - ECUADOR

2024-2025



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: "PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024"

AUTOR: MARIUXI FERNANDA CEVALLOS TORRES **TUTOR:** Lcdo. Giovanni Barchi Landívar

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios "HUMANE" **FACULTAD:** Administración

CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR EN VENTAS

FECHA DE PUBLICACIÓN: Julio de 2024 **Nº DE PÁG:** 102

ÁREA TEMÁTICA: Plan de ventas.

PALABRAS CLAVE: Transporte seguro, cooperativa de taxis, mujeres, rentabilidad financiera, plan de ventas.

RESUMEN: La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada a mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador durante el periodo enero-febrero 2024. Para ello, la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa se presenta como una oportunidad de negocio estratégica en la zona 8 de Guayaquil, Ecuador, enfocada en ofrecer un servicio exclusivamente para mujeres. El proyecto requirió una inversión inicial de \$135,420.0, financiada con un 75% de fondos propios y un 25% mediante un préstamo bancario a cinco años plazo con una tasa de interés del 16.77%. Este servicio beneficiará directamente a mujeres de todas las edades que residen, trabajan o estudian en la zona, proporcionándoles una opción de movilidad que prioriza su seguridad y comodidad. Además de contribuir al bienestar social, Metrópolis Rosa está comprometida con la sostenibilidad ambiental, mediante la utilización de vehículos equipados con tecnología eficiente y la implementación de prácticas de conducción que minimizan el impacto ambiental. La proyección financiera del proyecto revela una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 68.15%, considerablemente superior al costo promedio ponderado de capital (WACC) de 11.67%. El Valor Actual Neto (VAN) calculado es de \$302,477.39, indicando una recuperación de la inversión en dos años y cuatro meses, lo que demuestra la viabilidad y rentabilidad del negocio a corto y mediano plazo.

Nº DE REGISTRO: V-EC-14-10 **Nº DE CLASIFICACIÓN:** V-EC-14-10

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF: SI X NO

CONTACTO CON AUTOR/ES: Mariuxi Cevallos Torres **Teléfono:** +593 99 395 4028 **E-mail:** macevallos@es.humane.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN: **Nombre:** Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA **Teléfono:** (04) 288 2710 **Mail:** cpazmino@humane.edu.ec

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres, mi esposo y a mis profesores por todo el conocimiento impartido y la paciencia que han tenido conmigo valoro mucho su experiencia y me llevo cada aprendizaje que va a ser muy valioso para continuar desarrollándome en el mundo laboral.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi papito Efraín sé que al leer estas líneas estará muy orgulloso de mí, y lo tendrá como un recuerdo muy valioso, te quiero mucho papito Efraín.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, julio de 2024

Yo, **Mariuxi Fernanda Cevallos Torres** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Mariuxi Fernanda Cevallos Torres

C.I: 0916581127

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, abril de 2024

Certifico que el trabajo titulado “**Plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la zona 8, Guayaquil-Ecuador, 2024**” ha sido elaborado por **Mariuxi Fernanda Cevallos Torres** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

LCDO.GIOVANNI BARCHI LANDÍVAR

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada a mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador durante el periodo enero-febrero 2024. Para ello, la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa se presenta como una oportunidad de negocio estratégica en la zona 8 de Guayaquil, Ecuador, enfocada en ofrecer un servicio exclusivamente para mujeres. El proyecto requirió una inversión inicial de \$135,420.0, financiada con un 75% de fondos propios y un 25% mediante un préstamo bancario a cinco años plazo con una tasa de interés del 16.77%. Este servicio beneficiará directamente a mujeres de todas las edades que residen, trabajan o estudian en la zona, proporcionándoles una opción de movilidad que prioriza su seguridad y comodidad. Además de contribuir al bienestar social, Metrópolis Rosa está comprometida con la sostenibilidad ambiental, mediante la utilización de vehículos equipados con tecnología eficiente y la implementación de prácticas de conducción que minimizan el impacto ambiental. La proyección financiera del proyecto revela una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 68.15%, considerablemente superior al costo promedio ponderado de capital (WACC) de 11.67%. El Valor Actual Neto (VAN) calculado es de \$302,477.39, indicando una recuperación de la inversión en dos años y cuatro meses, lo que demuestra la viabilidad y rentabilidad del negocio a corto y mediano plazo.

Palabras clave: Transporte seguro, cooperativa de taxis, mujeres, rentabilidad financiera, plan de ventas.

ABSTRACT

The objective of this research was to develop a sales plan for a taxi cooperative focused on women in Zone 8 of Guayaquil, Ecuador during the period January-February 2024. To this end, the Metrópolis Rosa taxi cooperative is presented as an opportunity to strategic business in zone 8 of Guayaquil, Ecuador, focused on offering a service exclusively for women. The project required an initial investment of \$135,420.0, financed with 75% of own funds and 25% through a five-year bank loan with an interest rate of 16.77%. This service will directly benefit women of all ages who reside, work or study in the area, providing them with a mobility option that prioritizes their safety and comfort. In addition to contributing to social well-being, Metrópolis Rosa is committed to environmental sustainability, through the use of vehicles equipped with efficient technology and the implementation of driving practices that minimize environmental impact. The financial projection of the project reveals an Internal Rate of Return (IRR) of 68.15%, considerably higher than the weighted average cost of capital (WACC) of 11.67%. The calculated Net Present Value (NPV) is \$302,477.39, indicating a recovery of the investment in two years and four months, which demonstrates the viability and profitability of the business in the short and medium term.

Keywords: Safe transportation, taxi cooperative, women, financial profitability, sales plan.

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo 1: Diseño de la investigación	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4 OBJETIVOS	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.5 JUSTIFICACIÓN	5
1.5.1 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	5
1.5.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	7
1.5.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	8
1.6 MARCO TEÓRICO	8
1.6.1 PLAN DE VENTAS	8
1.6.2 PARTICIPACIÓN DE LAS TAXISTAS MUJERES EN LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES.....	9
1.6.3 TECNOLOGÍA PARA MEJORAR LA SEGURIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE	11
1.6.4 MARCO CONCEPTUAL	16
1.7 MARCO REFERENCIAL	18
Capítulo 2: Propuesta Comercial.....	20
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, ACTIVIDAD	21
2.2 VISIÓN, MISIÓN, VALORES, OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS. MODELO DE NEGOCIOS (CANVAS).....	22
2.2.1 MISIÓN	22
2.2.2 VISIÓN.....	22
2.2.3 VALORES.....	23
2.2.4 OBJETIVO GENERAL	23
2.2.5 OBJETIVOS SMART	23
2.2.6 MODELO CANVAS.....	24
2.2.7 ANÁLISIS PESTEL.....	26
2.2.8 ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER	29
2.2.9 ANÁLISIS FODA.....	32
2.2.10 ESTRATEGIAS FOFA DODA	33
2.3 ESTRATEGIA GENÉRICA, VENTAJAS COMPETITIVAS.....	34
2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA	37
2.5 PLAN DE MARKETING.....	39
2.5.1 CONTEXTO GENERAL DEL MERCADO: FACTORES CLAVE Y TAMAÑO ..	39
2.5.2 PERFIL DEL CLIENTE: QUIÉN ES, DÓNDE ESTÁ, CÓMO CONSUME	40
2.5.3 ESTRATEGIA DE PRODUCTO	41
2.5.4 ESTRATEGIA DE PRECIO	43
2.5.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	44
2.5.6 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	45
2.5.7 ESTRATEGIA DE PERSONAS.....	46
2.5.8 PROCESOS	47
2.5.9 ESTRATEGIA DE EVIDENCIA FÍSICA.....	50

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

2.6	PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS	52
Capítulo 3: Análisis financiero.....		62
3.1	SUPUESTOS FINANCIEROS.....	63
3.2	INVERSIÓN	64
3.3	SUELDOS.....	66
3.4	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	67
3.5	INGRESOS.....	68
3.6	COSTOS	69
3.7	GASTOS	70
3.8	PRÉSTAMO	71
3.9	PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	71
3.10	FACTIBILIDAD FINANCIERA	74
3.11	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	75
3.12	RATIOS FINANCIEROS	76
Capítulo 4: Conclusiones y Recomendaciones		79
4.1	CONCLUSIONES	80
4.2	RECOMENDACIONES	81
5	Bibliografía	83
6	Anexos.....	88
6.1	ANEXO 1 PRÉSTAMO BANCARIO	88
6.2	ANEXO 2 <i>DETALLE SUELDOS ADMINISTRATIVOS</i>	90
6.3	ANEXO 3 <i>DETALLE SUELDOS OPERATIVOS</i>	92
6.4	ANEXO 4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA MENSUALIZADA.....	93
6.5	ANEXO 5 <i>PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUALIZADAS</i>	94
6.6	ANEXO 6 <i>PROYECCIÓN DE COSTOS MENSUALES</i>	95
6.7	ANEXO 7 <i>PROYECCIÓN DE GASTOS MENSUALES</i>	97
6.8	ANEXO 8 PROYECCIÓN DE GASTOS FINANCIEROS MENSUALES.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - <i>Planteamiento del Problema</i>	3
Tabla 2 - <i>Estrategias FOFA DODA</i>	33
Tabla 3 – <i>Tarifas de carreras de acuerdo a turno</i>	44
Tabla 4 <i>Plan de acción de objetivo SMART 1</i>	52
Tabla 5 <i>Plan de acción de objetivo SMART 2</i>	54
Tabla 6 <i>Plan de acción de objetivo SMART 3</i>	56
Tabla 7 <i>Plan de acción de objetivo SMART 4</i>	58
Tabla 8 <i>Plan de acción de objetivo SMART 5</i>	60
Tabla 9 <i>Supuestos financieros</i>	64
Tabla 10 <i>Inversión inicial</i>	65
Tabla 11 <i>Financiamiento de la inversión</i>	66
Tabla 12 <i>Sueldos administrativos</i>	66
Tabla 13 <i>Sueldos operativos</i>	67
Tabla 14 <i>Proyección de la demanda</i>	67
Tabla 15 <i>Proyección de ingresos</i>	69
Tabla 16 <i>Proyección de costos</i>	69
Tabla 17 <i>Proyección de gastos operativos</i>	70
Tabla 18 <i>Proyección gastos financieros</i>	71
Tabla 19 <i>Proyección estado de resultado</i>	72
Tabla 20 <i>Proyección balance general</i>	73
Tabla 21 <i>Proyección factibilidad financiera</i>	75
Tabla 22 <i>Proyección punto de equilibrio</i>	76
Tabla 23 <i>Proyección ratios financieros</i>	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Taxi exclusivo para mujeres</i>	10
Figura 2 - <i>Acoso sexual en transporte público</i>	13
Figura 3 - <i>Botón de pánico</i>	14
Figura 4 - <i>Calificación y comentarios en servicios de taxi</i>	15
Figura 5 - <i>Logo</i>	22
Figura 6 - <i>Modelo de negocio de la cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la zona 8</i>	25
Figura 7 - <i>Análisis FODA de la Cooperativa de taxis para mujeres</i>	32
Figura 8 - <i>Organigrama de la Cooperativa de taxis para mujeres</i>	39
Figura 9 - <i>Perfil de la cliente</i>	41
Figura 10 – <i>Auto de la cooperativa metrópolis Rosa</i>	42

Introducción

En la dinámica urbana de la Zona 8 de Guayaquil, surge con urgencia la necesidad de promover la equidad de género en el transporte público, lo que motiva la propuesta de crear una cooperativa de taxis exclusivamente dirigida a mujeres. La elección de este enfoque no solo responde a la demanda de un servicio de transporte seguro y accesible, sino que también se alinea con la promoción del empoderamiento económico y social de las mujeres, contribuyendo así a la construcción de una sociedad más inclusiva.

Entre los antecedentes que respaldan la viabilidad y relevancia de esta iniciativa, Castro y Floril (2022) destacan que la elección de taxis se fundamenta en la confiabilidad y prontitud del servicio brindado a los usuarios, así como en la habilidad del conductor para ofrecer una atención empática a las necesidades individuales. A pesar de la predominancia masculina en la profesión, un 87% de las conductoras perciben que son aceptadas por sus colegas y han experimentado oportunidades económicas significativas (Navarro, 2022).

A través de este trabajo, se propone profundizar en la conceptualización y desarrollo de un plan de negocios sólido para la creación y gestión eficiente de una cooperativa de taxis, también se pretende evaluar su impacto social y contribución al bienestar de la comunidad. En última instancia, se aspira a que esta investigación no solo funcione como una guía estratégica para la implementación de la asociación de conductores, sino que también allane el camino para futuros estudios e iniciativas que destaquen la equidad de género en el ámbito empresarial y de transporte en la región.

Capítulo 1: Diseño de la investigación

1.1 Planteamiento del problema

Tabla 1

Planteamiento del Problema

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control del pronóstico
Escasez de opciones seguras para mujeres en el transporte público	Insuficiente presencia de conductoras femeninas en el servicio de taxis convencionales	Se espera que persista un ambiente hostil y peligroso para las mujeres, lo que podría llevar a un aumento en la desigualdad de género en el acceso a los servicios de transporte público.	Para asegurar la sostenibilidad de la cooperativa de taxis, resulta pertinente desarrollar un plan de ventas que incorpore medidas de control, tales como protocolos de seguridad, políticas internas inclusivas y ajustes tarifarios sensibles a las condiciones económicas locales.
Experiencias de acoso y violencia de género en el transporte público	Ausencia de protocolos y medidas específicas para abordar y prevenir el acoso y la violencia de género en los servicios de transporte existentes.		
Desigualdad en la representación de género en el sector del transporte público	Carencia de iniciativas específicas para favorecer la participación activa y equitativa de mujeres		
Barreras económicas	Limitada capacidad de pago y escasa		

para el acceso a servicios de transporte privado disponibilidad de opciones de transporte privado de asequibles.

Baja percepción de profesionalism o conductoras femeninas. Estereotipos de género y prejuicios culturales que en subestiman las habilidades de conducción y gestión de las mujeres.

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál sería el impacto de implementar un plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada a mujeres que comprenda la Zona 8 de Guayaquil durante el período enero-marzo 2024?

1.3 Sistematización del problema

- a) ¿Cuál sería el nivel actual de participación de conductoras femeninas en el servicio de taxis?
- b) ¿Cuáles serían las medidas de seguridad efectivas para prevenir el acoso y la violencia de género en los servicios de transporte?
- c) ¿Cuáles serían las iniciativas para promover la participación activa y equitativa de mujeres en roles de conducción y gestión del transporte público?
- d) ¿Cuál es la viabilidad económica y la aceptación por parte de las usuarias de fijar tarifas flexibles y programas de descuentos en horarios nocturnos?

- e) ¿Qué estereotipos de género y prejuicios culturales afectan la percepción del profesionalismo de las conductoras femeninas en el servicio de taxis?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Elaborar un plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada a mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador durante el periodo enero-febrero 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Determinar la participación de conductoras femeninas en el servicio de taxis en la Zona 8 de Guayaquil.
- ✓ Proponer medidas de seguridad para prevenir el acoso y la violencia de género en los servicios de transporte.
- ✓ Establecer iniciativas para favorecer la participación activa y equitativa de mujeres en roles de conducción y gestión en el transporte público.
- ✓ Evaluar la viabilidad de fijar tarifas flexibles y programas de descuentos en horarios nocturnos.
- ✓ Identificar los estereotipos de género y los prejuicios culturales que afectan la percepción del profesionalismo de las conductoras femeninas en el servicio de taxis.

1.5 Justificación

1.5.1 Justificación práctica

En el tejido urbano de Guayaquil, Ecuador, la movilidad emerge como un componente esencial para el desarrollo socioeconómico regional. A pesar de los progresos en varios ámbitos, subsisten desafíos notables en seguridad y accesibilidad, especialmente para las mujeres. La instauración de una cooperativa de taxis integrada exclusivamente por mujeres se presenta como una respuesta vital a este problema, proporcionando no solo

un servicio de transporte eficaz, sino también abordando la disparidad de género en el sector.

El enfoque específico en mujeres dentro de la cooperativa de taxis conlleva numerosas ventajas. En primer lugar, la presencia de conductoras femeninas abordará directamente la percepción de inseguridad que muchas mujeres experimentan al utilizar el transporte público convencional, creando un ambiente más seguro y cómodo. Además, la cooperativa ofrecerá oportunidades laborales para mujeres en un sector históricamente dominado por hombres, impulsando así la inclusión laboral y la igualdad de oportunidades. Este proyecto también beneficiará a los usuarios al proporcionarles un servicio de transporte personalizado.

Además, la justificación práctica se fundamenta en la creciente conciencia social sobre la importancia de la equidad de género y la necesidad de servicios que se adapten a las realidades y expectativas de las mujeres en el ámbito de la movilidad urbana. Este enfoque no solo responde a demandas de mercado, sino que también refleja el compromiso de la cooperativa con la responsabilidad social corporativa y la promoción de la inclusión de género en el sector del transporte. La implementación exitosa del plan de ventas no solo generará beneficios económicos para la cooperativa, sino que también contribuirá positivamente a la imagen de la empresa en la comunidad y fomentará un ambiente más seguro y acogedor para las mujeres en la Zona 8.

Los principales beneficiarios directos de esta iniciativa son las mujeres que se unirán como conductoras en la cooperativa, experimentando mejoras en sus condiciones laborales y contribuyendo a la diversificación de roles de género en el sector del transporte. Asimismo, las mujeres usuarias se verán directamente beneficiadas al contar con un servicio de taxis que atiende sus necesidades y les proporciona una opción confiable. De manera indirecta, la comunidad en general obtendrá beneficios al fortalecerse una

cultura de inclusión y equidad en el ámbito laboral y de transporte, contribuyendo a la construcción de una sociedad progresista.

1.5.2 Justificación teórica

La creación de una cooperativa de taxis exclusiva para mujeres en la Zona 8 de Guayaquil responde a la necesidad de abordar las preocupaciones de seguridad y comodidad de las usuarias, creando un espacio donde puedan sentirse protegidas y confiadas durante sus desplazamientos. La existencia de esta cooperativa no solo ofrece una solución práctica para las mujeres que buscan un transporte más seguro, sino que también presenta una oportunidad única para empoderar a mujeres conductoras en una industria tradicionalmente dominada por hombres. Al focalizarse en la equidad de género y la creación de empleo para mujeres, se espera que la cooperativa no solo sea un éxito comercial, sino también un catalizador para un cambio positivo en la percepción de las mujeres en roles de conducción y en el acceso equitativo al sector del transporte.

Desde una perspectiva teórica, se sustenta en la participación activa de taxistas mujeres en la fidelización de clientes y en la aplicación de tecnología para mejorar la seguridad en los servicios de transporte. Desde la perspectiva teórica, la inclusión de taxistas mujeres no solo se percibe como un acto de equidad de género, sino que también se alinea con la teoría de la identificación social, sugiriendo que las mujeres usuarias pueden sentir una mayor conexión y comodidad al utilizar servicios conducidos por taxistas del mismo género. Esta participación activa no solo contribuye a la construcción de una relación más sólida entre las taxistas y las clientas, sino que también puede influir positivamente en la percepción general de seguridad y confianza en el servicio.

1.5.3 Justificación metodológica

La investigación requiere una justificación metodológica fundamentada en la comprensión profunda de las necesidades y preferencias específicas de este segmento de mercado. Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la demografía y comportamiento del consumidor en la Zona 8, con un enfoque particular en las mujeres, identificando sus hábitos de viaje, preferencias de servicio y aspectos que podrían influir en sus decisiones de transporte. Además, se utilizarán técnicas de investigación para obtener perspectivas directas de las mujeres en la comunidad, permitiendo una adaptación precisa de los servicios de la cooperativa a sus necesidades y expectativas.

La implementación de estrategias de marketing inclusivas como las campañas de sensibilización y educación, programas de fidelización y promociones especiales y el uso de redes sociales, asimismo, mensajes que resalten la seguridad y comodidad para las mujeres será esencial. Esta metodología basada en la comprensión profunda y la adaptación constante asegurará que la cooperativa de taxis no solo satisfaga las demandas específicas de las mujeres en la Zona 8, sino que también fomente la lealtad del cliente y promueva una imagen positiva en la comunidad.

1.6 Marco Teórico

1.6.1 Plan de ventas

Un plan de ventas es un documento clave para las empresas que detalla metas, objetivos y estrategias para vender productos o servicios, orientando al equipo de ventas hacia el éxito. Incluye análisis de mercado, segmentación de clientes, ventajas competitivas, objetivos de ventas claros, recursos asignados y un plan de acción. Es esencial realizar un análisis detallado del mercado objetivo para entender las necesidades de los clientes y la competencia, permitiendo una efectiva definición de segmentos de clientes y posicionamiento (Camejo et al., 2020). La fijación de objetivos específicos y medibles, junto con el desarrollo de estrategias y tácticas adecuadas, es crucial para la motivación y enfoque del equipo de

ventas (Blanco, 2021). Un componente vital del plan es el sistema de seguimiento y evaluación, que permite medir el progreso y ajustar estrategias para optimizar resultados (Orozco et al., 2022).

Cabe mencionar que teoría del comportamiento del consumidor es fundamental en la elaboración de planes de ventas, ya que proporciona una comprensión profunda de las decisiones de compra de los consumidores. Integrando esta teoría, las empresas pueden crear estrategias basadas en insights psicológicos y motivacionales para influir en el comportamiento de compra. Conocer los factores que afectan la percepción del valor de productos o servicios permite ajustar las estrategias de precios para optimizar demanda y rentabilidad. Además, entender los procesos de decisión de los consumidores ayuda a desarrollar mensajes de marketing y ventas que conecten con el público objetivo, mejorando la efectividad de las campañas (Peña, 2023).

La segmentación de mercado y la identificación de nichos específicos son también beneficiadas por esta teoría, permitiendo a las empresas personalizar sus ofertas y estrategias para satisfacer las necesidades de segmentos particulares. Al aplicar la teoría del comportamiento del consumidor en el plan de ventas, se facilita la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias más efectivas para atraer, persuadir y retener clientes, contribuyendo al éxito en el mercado (Freire et al., 2020).

1.6.2 Participación de las taxistas mujeres en la fidelización de clientes.

La inclusión de conductoras femeninas ha llevado a una mayor diversificación de los servicios, atrayendo así a un segmento de clientes que pueden sentirse más seguros al ser conducidos por una mujer. Esto se basa en tendencias estadísticas que sugieren una mayor adhesión a las normas de tránsito, atención a la velocidad, precaución al mantener la distancia entre vehículos y un menor nivel de comportamientos agresivos

al volante por parte de las conductoras. Esta situación reduce las probabilidades de estar involucradas en accidentes graves o infringir las normas de tráfico. En consecuencia, estos factores de comodidad y seguridad se traducen en una mayor fidelización de clientes, ya que las experiencias positivas generan una reputación favorable para la cooperativa (Cortés & Rosales, 2021).

La presencia de mujeres taxistas no solo diversifica los servicios, sino que también se vincula directamente con una percepción de seguridad y comportamientos de conducción más cautelosos, según evidencia proporcionada por estudios como el de los autores anteriores. Además, al enfocarse en los beneficios de fidelización de clientes derivados de experiencias positivas, se refuerza la importancia estratégica de esta inclusión en el contexto del plan de ventas para la cooperativa de taxis, consolidando su reputación favorable en la Zona 8 de Guayaquil.



Figura 1 - Taxi exclusivo para mujeres

Fuente: Google Imágenes

Desde una perspectiva de marketing, la activa participación de taxistas mujeres se ha convertido en una estrategia fundamental para destacar en un mercado competitivo. Las cooperativas, al hacerlo, suelen beneficiarse de una imagen de marca más positiva y progresista, atrayendo a clientes que valoran la inclusión social (Kotler, Kartajaya, & Satiawan, 2019).

La inclusión de taxistas mujeres no solo se percibe como una acción progresista, sino que también se traduce en una imagen de marca más positiva y socialmente responsable. Al resaltar testimonios exitosos del personal, se humaniza la marca y se establece una conexión emocional con los clientes, generando empatía y confianza. Como autor, enfocarse en estas estrategias de marketing contribuye a fortalecer la reputación de la cooperativa en un mercado competitivo, posicionándola como una entidad comprometida con la inclusión y la comunidad.

En el ámbito de la estrategia de ventas, la implementación de programas de referidos que recompensen tanto a los clientes como a las taxistas mujeres por recomendar el servicio se convierte en un estímulo para el crecimiento de la base de clientes y el aumento de los ingresos. Al considerar incentivos para el personal, como bonificaciones adicionales por alcanzar cierto número de nuevos clientes, acceso a horarios o rutas preferenciales, planes de jubilación, cursos de habilidades de servicio al cliente, programas de liderazgo e incluso premios en efectivo, se promueve una cultura que reconoce la dedicación de todos a la expansión exitosa de la cooperativa (Santos, Solorzano, & Chunga, 2023).

1.6.3 Tecnología para mejorar la seguridad en los servicios de transporte

Las áreas urbanas son regiones geográficas caracterizadas por una alta densidad de población y una concentración significativa de edificaciones, infraestructuras y servicios. Estas zonas se distinguen por su intensa actividad económica, social y cultural, albergando una variedad de comercios, instituciones educativas, centros de entretenimiento y servicios públicos. Las áreas urbanas suelen ser centros neurálgicos donde convergen diversas actividades humanas, facilitando la interconexión y la accesibilidad, pero también enfrentando desafíos relacionados con la planificación urbana, la movilidad y la gestión de recursos (Paquette, 2020).

Las áreas urbanas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo social y económico, ya que son epicentros de actividad que fomentan la interacción y la diversidad cultural. La alta densidad poblacional y la concentración de servicios e infraestructuras crean entornos propicios para el intercambio de ideas, la innovación y el progreso. Sin embargo, reconocer los desafíos inherentes a la planificación urbana, la movilidad y la gestión de recursos es crucial para abordar de manera efectiva problemas como la congestión, la desigualdad y la sostenibilidad.

En áreas urbanas densamente pobladas, la preocupación por el acoso sexual y la violencia de género en los servicios de transporte público y privado está en aumento. Las estadísticas revelan que el 63% de las mujeres intenta completar sus tareas diarias antes de las seis de la tarde debido a la falta de seguridad en las calles. Además, el 84% identifica el transporte público como un entorno riesgoso, ya que enfrentan situaciones incómodas o peligrosas durante sus viajes, afectando negativamente su experiencia como usuarias. Este fenómeno subraya la necesidad crítica de implementar soluciones innovadoras y tecnológicas para garantizar la protección en estos contextos (ONU Mujeres, 2022).

Por su parte, a nivel nacional la Secretaría de Seguridad y Gobernabilidad en un informe dio a conocer que en el 2022 la mitad de las mujeres han experimentado situaciones de acoso y abuso sexual mientras viajaban en el transporte metropolitano, especialmente aquellas de entre 18 y 25 años. Esta problemática ha aumentado desde el año 2023, siendo ahora seis de cada diez mujeres las afectadas. Además, se destaca que el 90% de las mujeres que han sufrido este tipo de violencia no han denunciado debido a la falta de un lugar seguro para hacerlo y recibir el apoyo necesario (El Universo, 2023).

Lamentablemente, las mujeres en Guayaquil están expuestas a estas circunstancias de vulnerabilidad. De acuerdo con sus testimonios,

enfrentan la amenaza tanto de la delincuencia como del acoso. Se señala que el simple hecho de abordar un autobús implica el riesgo de ser víctima de amenazas con armas, intentos de contacto no deseado e incluso agresiones sexuales, lo que genera un ambiente de constante inquietud en la ciudad portuaria. Esta situación refleja un problema grave que requiere atención urgente por parte de las autoridades para garantizar la seguridad y el bienestar de las mujeres en los espacios públicos de la ciudad (Expreso, 2023).

La creciente preocupación por el acoso sexual y la violencia de género en áreas urbanas densamente pobladas destaca la urgente necesidad de abordar los desafíos de seguridad que enfrentan las mujeres en sus desplazamientos diarios. Las estadísticas revelan impactantes cifras que evidencian la limitación que sienten las mujeres en términos de horarios y la percepción de riesgo al utilizar el transporte público. Este fenómeno no solo representa un obstáculo para la movilidad de las mujeres, sino que también afecta negativamente su calidad de vida y participación en la esfera pública.



Figura 2 - Acoso sexual en transporte público

Fuente: Google Imágenes

En relación con el acoso sexual y la violencia de género en los servicios de transporte, las aplicaciones como SafeTrek ofrecen botones de pánico y alertas de emergencia en tiempo real que concede a los usuarios notificar a las autoridades en caso de peligro. Además, aplicaciones de rastreo y

compartición de rutas, como Uber, proporcionan opciones para que los usuarios compartan su ubicación en tiempo real con contactos de confianza. Para abordar la preocupación por la seguridad personal, aplicaciones como RideSafe facilitan la grabación de audio y video durante los viajes, lo cual se convierte en evidencia rápida para evaluar situaciones críticas; así mismo la verificación de la identidad del conductor a través de tecnología facial implementada por plataformas como Didi Chuxing añade otra capa de seguridad adicional (Pires, Vilasís, Anglada, & Masanet, 2022).

La implementación de aplicaciones tecnológicas como herramientas contra el acoso sexual y la violencia de género en los servicios de transporte subraya la importancia de la innovación para abordar problemas de seguridad específicos en entornos urbanos. Estas soluciones, como botones de pánico, alertas de emergencia y opciones de rastreo de rutas, ofrecen a los usuarios la capacidad de tomar medidas inmediatas en situaciones de peligro, empoderando a las mujeres y proporcionando una capa adicional de seguridad.



Figura 3 - Botón de pánico

Fuente: Google Imágenes

Por otra parte, el sistema de calificación y comentarios integrado a estos servicios permite a los usuarios evaluar y dejar percepción sobre conductores y pasajeros, contribuyendo a la transparencia y responsabilidad. La inclusión de funciones de SOS y líneas de emergencia integradas, como la ofrecida por My SafetiPin, así como asistentes virtuales de seguridad en la línea de ayuda de Didi, complementan estas medidas para crear un espacio confiable en los servicios de transporte (Godínez, De la Cruz, Martínez, & Guerra, 2020).

La inclusión de sistemas de calificación y comentarios en los servicios de transporte no solo fomenta la transparencia, sino que también promueve la responsabilidad de conductores y pasajeros, mejorando la calidad y seguridad del servicio. Estas funciones, junto con características como botones de emergencia y asistentes virtuales de seguridad, ofrecen un espacio confiable en los servicios de transporte, permitiendo a los usuarios contribuir activamente a la seguridad de la comunidad y recibir ayuda inmediata en situaciones de riesgo.



Figura 4 - Calificación y comentarios en servicios de taxi

Fuente: Google Imágenes

La recolección de datos en estas aplicaciones se realiza de manera multifacética, al aprovechar los sensores y dispositivos del teléfono como el acelerómetro, se pueden detectar movimientos bruscos o situaciones de

riesgo, activando así funciones de seguridad de manera automática. En conjunto con datos como el género, la ruta, el lugar y hora del accidente, se identifican tendencias y áreas de riesgo, facilitando la implementación de medidas preventivas, las respuestas a necesidades específicas y la mejora continua de la seguridad en el transporte (Valverde, 2022).

Al aprovechar sensores y dispositivos del teléfono, como el acelerómetro, estas aplicaciones pueden detectar movimientos bruscos o situaciones de riesgo, activando funciones de seguridad de manera automática. La recopilación de datos, que incluye información sobre género, ruta y hora del accidente, permite identificar tendencias y áreas de riesgo. Esta información no solo facilita la implementación de medidas preventivas específicas, sino que también contribuye a la respuesta efectiva ante emergencias y la continua mejora de la seguridad en el transporte.

1.6.4 Marco conceptual

- **Plan de negocios:** Un plan de negocios es un documento estratégico que presenta la visión general y la estructura operativa de una empresa. Contiene información detallada sobre la misión, visión, objetivos, estrategias de marketing, análisis de mercado, estructura organizativa, proyecciones financieras y otros elementos esenciales (Gaytán, 2020). El plan de negocios representa un marco metodológico y estratégico que articula de manera sistemática los elementos esenciales para la viabilidad y éxito de la empresa facilitando la toma de decisiones informadas a lo largo del tiempo.
- **Fidelización de clientes:** Se trata de establecer y mantener relaciones a largo plazo con los clientes, de modo que prefieran continuar haciendo negocios con la empresa en lugar de optar por la competencia (Hernández, 2020). La fidelización de clientes se conceptualiza como un proceso estratégico que busca establecer y fortalecer vínculos a largo plazo con las usuarias del servicio.

- **Marketing experiencial:** Es proporcionar a los clientes vivencias positivas, interactivas y participativas que vayan más allá de la simple transacción comercial, generando conexiones emocionales más profundas con la marca (Zavaleta, Cavero, Garagatti, & Venegas, 2023). El marketing experiencial se conceptualiza como una estrategia centrada en la creación de experiencias significativas y memorables para los usuarios del servicio que permitirá diferenciar la empresa en el mercado, generando lealtad de clientes.
- **Programas de referidos:** Son estrategias que incentivan clientes actuales a recomendar los productos o servicios de una empresa a otras personas, generalmente amigos, familiares o conocidos para atraer nuevos clientes (Núñez & Miranda, 2020). Los programas de referidos se definen como estrategias específicas diseñadas para aprovechar la red social y de contactos de los usuarios.
- **Publicidad segmentada:** Implica dirigir mensajes específicos a audiencias que comparten características demográficas, geográficas, psicográficas o de comportamiento similares (Mogrovejo & Cabrera, 2022). La publicidad segmentada se define como una estrategia publicitaria específica que busca adaptar los mensajes promocionales para satisfacer las necesidades y preferencias particulares del segmento de mercado.
- **Tecnología de geolocalización para seguridad:** Se refiere al uso de sistemas y dispositivos que permiten determinar y rastrear la ubicación geográfica exacta de objetos, personas o vehículos con el propósito específico de mejorar la seguridad (Núñez S. , 2022). La tecnología de geolocalización para seguridad se define como una herramienta clave que utiliza información geoespacial para garantizar la seguridad de las usuarias, en este caso durante los viajes en taxi.

1.7 Marco Referencial

A nivel internacional, en México, los autores Almaraz y Castillo (2020) efectuaron un estudio con el objetivo de reconocer el incremento de la inseguridad hacia las mujeres en los últimos años, especialmente en plataformas digitales de transporte como Uber, Didi, Cabify y en el transporte público (taxis). Estos hechos limitan la apropiación del espacio por parte de las mujeres, por lo que se llevó a cabo una investigación cualitativa, revisión documental de las principales fuentes de información sobre la violencia en el país de investigación. Los resultados mostraron la relación entre espacio público, violencia y territorio, esto adquiere relevancia en el análisis sociológico, ya que existe una correlación entre estos tres factores. En consecuencia, se concluye junto a la estadística que las mujeres son las principales víctimas, debido a su histórica exclusión del espacio público.

A nivel regional, en Argentina, la investigación de Muniain (2021) tuvo como objetivo establecer un plan de negocios a un servicio de taxis exclusivo para mujeres, denominado DriWe que inicialmente, operaría en la Ciudad de Buenos Aires, con la intención de extenderse a otras ciudades en el futuro. Para ello, se llevó a cabo un enfoque mixto, aplicando una encuesta y realizando un análisis político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal (PESTEL), cinco fuerzas de Porter, matriz de fortalezas, amenazas, debilidades y amenazas (FODA). Los principales resultados mostraron que el 91% prefiere que la conductora sea mujer, el 81% utiliza Uber y el 62% estaría dispuesto a pagar por la seguridad ofrecida. Una vez realizado el plan de ventas, se concluyó que el negocio presenta un valor actual neto (VAN) de USD 414,016, lo que indica que, descontando todos los flujos de caja esperados a lo largo del proyecto, se generará un beneficio adicional

de USD 414,016, este valor positivo sugiere que la inversión es rentable y agrega valor a la empresa.

A nivel nacional, Espín (2023) realizó una investigación con el propósito de diseñar una estrategia de marketing digital para aumentar la cuota de mercado de la empresa GoGirl S.A.S. Para la investigación se utilizó un enfoque mixto que combina métodos cuantitativos y cualitativos con un alcance descriptivo, aplicando la técnica Delphi a 384 mujeres. Los resultados mostraron que el 81% de las encuestadas no se siente segura con el sistema de taxis actual, el 47% conoce la plataforma GoGirl, y el 97% considera importante conocer toda la información sobre la conductora. Se concluyó que el plan de ventas propuesto es altamente efectivo, ya que por cada dólar invertido, la propietaria obtendría una ganancia neta de \$1,76 en el segundo año y de \$1,87 en el tercer año.

Capítulo 2: Propuesta Comercial

2.1 Descripción de la Empresa, Actividad

La cooperativa de taxis con enfoque en las mujeres de la Zona de Planificación 8, representa una iniciativa innovadora y necesaria en el contexto urbano actual. Esta empresa no solo se compromete a proporcionar un servicio de transporte seguro y confiable, sino que también se enfoca en empoderar a las mujeres, tanto en el rol de conductoras como de usuarias. Así, en el corazón de Guayaquil, Durán y Samborondón, la cooperativa surge como una respuesta a las crecientes demandas de seguridad y equidad en el transporte público. Reconociendo las preocupaciones específicas de las mujeres en términos de movilidad y seguridad, la cooperativa ofrece un entorno de transporte en el que las pasajeras pueden sentirse seguras y respetadas.

La empresa denominada Metrópolis Rosa se destaca por emplear exclusivamente a conductoras mujeres, desafiando las normativas tradicionales y promoviendo la inclusión laboral en un sector dominado por hombres. Este enfoque no solo proporciona oportunidades económicas para las mujeres, sino que también contribuye a cambiar percepciones y estereotipos de género en la industria del transporte. Además, la cooperativa emplea tecnologías avanzadas para garantizar la seguridad y la eficiencia de sus servicios. Esto incluye sistemas de seguimiento en tiempo real, comunicación directa con las autoridades de seguridad en caso de emergencia y una plataforma que permite a los usuarios compartir su ubicación con familiares o amigos durante sus viajes.

La cobertura de la cooperativa abarca los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón, ofreciendo así una solución de transporte amplia y accesible para las mujeres de la Zona 8. Con un modelo de negocio centrado en la responsabilidad social, la cooperativa no solo busca el éxito comercial, sino que también aspira a contribuir significativamente al bienestar y la seguridad de las mujeres en la región. Por tanto, este emprendimiento no solo atiende una necesidad crítica de movilidad segura para las mujeres,

sino que también se posiciona como un modelo a seguir en la promoción de la igualdad de género y la inclusión social en el ámbito empresarial y comunitario de Guayaquil y sus alrededores.



Figura 5 - Logo

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

2.2 Visión, Misión, Valores, Objetivos General y Específicos. Modelo de Negocios (CANVAS)

2.2.1 Misión

Proporcionar un servicio de transporte seguro, confiable y exclusivo para mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Durán y Samborondón, ofrecido por conductoras capacitadas y comprometidas con la excelencia, la seguridad y el respeto, contribuyendo así al empoderamiento y la autonomía de las mujeres en nuestra comunidad.

2.2.2 Visión

Ser reconocida como la cooperativa líder en transporte para mujeres en Ecuador, transformando el sector del transporte público mediante la promoción de un entorno seguro y empoderador para las mujeres, y estableciendo nuevos estándares de calidad, seguridad e inclusión en la industria.

2.2.3 Valores

Seguridad: Compromiso inquebrantable con la protección y el bienestar de nuestras usuarias y conductoras.

Empoderamiento: Fomento de la autonomía y la confianza de las mujeres en nuestra sociedad, tanto en el ámbito personal como profesional.

Respeto: Promoción de un trato digno y considerado hacia todas las personas, asegurando un ambiente libre de discriminación y acoso.

Calidad: Búsqueda constante de la excelencia en nuestros servicios, asegurando la satisfacción y la preferencia de nuestras usuarias.

Inclusión: Compromiso con la igualdad de oportunidades, valorando la diversidad y promoviendo la equidad de género en el ámbito laboral.

2.2.4 Objetivo General

Impulsar la movilidad segura y empoderada para mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Durán y Samborondón, a través de una cooperativa de taxis gestionada y operada por mujeres, que se distinga por su excelencia en servicio, seguridad y compromiso con la igualdad de género.

2.2.5 Objetivos SMART

Aumentar la flota de taxis exclusivamente femenina en un 25% para el final del primer año de operaciones, proporcionando así mayor accesibilidad y opciones de movilidad para las usuarias en la Zona 8.

Capacitar al 100% de las conductoras en técnicas de conducción segura, atención al cliente y protocolos de emergencia en un plazo no mayor a los primeros seis meses de incorporación a la cooperativa.

Obtener un índice de satisfacción del cliente de al menos el 90% mediante encuestas de retroalimentación realizadas al final de cada viaje, dentro de los primeros doce meses de servicio.

Establecer alianzas estratégicas con al menos tres organizaciones locales de defensa de los derechos de la mujer para el final del primer año, con el fin de promover la seguridad y el empoderamiento femenino en la región.

Incrementar la base de usuarias en un 40% en el primer año de operaciones, mediante estrategias de marketing dirigidas y la promoción de un servicio seguro y confiable para mujeres.

2.2.6 Modelo Canvas

El Business Model Canvas, cuya traducción es lienzo de modelo de negocio, es una herramienta de gestión estratégica que permite visualizar los aspectos más importantes de un negocio en un solo vistazo. A continuación, se desarrolla el Modelo Canvas para la cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la Zona 8, desglosando cada uno de los nueve segmentos clave.

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

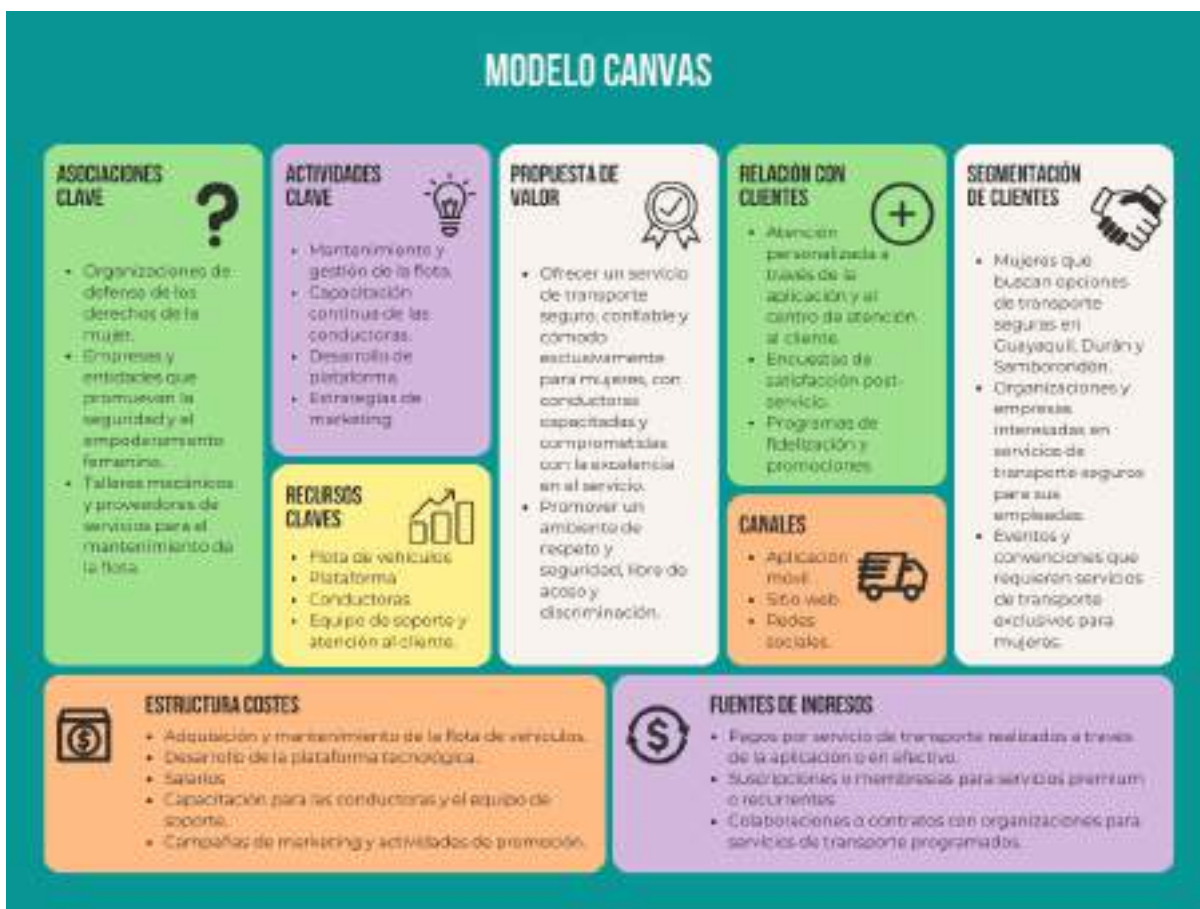


Figura 6 - Modelo de negocio de la cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la zona 8

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

Este lienzo de negocio proporciona una visión integral del modelo de negocio de la cooperativa de taxis para mujeres, enfatizando la seguridad, el empoderamiento femenino y la calidad del servicio como pilares fundamentales de su propuesta de valor. En el núcleo de este modelo se encuentra la propuesta de valor, que se centra en ofrecer un servicio de transporte seguro, confiable y exclusivo para mujeres, gestionado por conductoras capacitadas. Los segmentos de clientes incluyen principalmente a mujeres individuales, organizaciones y eventos que valoran la seguridad y la comodidad. La relación con los clientes se fortalece mediante la tecnología, con una aplicación móvil y un sitio web que facilitan la interacción y la retroalimentación. Las fuentes de ingreso se

diversifican a través de pagos por servicios, suscripciones y colaboraciones. Las actividades clave, como el mantenimiento de la flota y la capacitación del personal, junto con los recursos clave, incluyendo la tecnología y las asociaciones estratégicas, son esenciales para la entrega efectiva de la propuesta de valor, subrayando el compromiso de la cooperativa con la seguridad y el empoderamiento de las mujeres en su movilidad diaria.

2.2.7 Análisis PESTEL

Factores Políticos

En la actualidad, uno de los factores que puede incidir en el negocio de la cooperativa de taxis es la estabilidad política en Ecuador, que cruza un periodo presidencial breve (de año y medio), luego de haberse llamado a elecciones anticipadas en 2023 debido a la destitución al presidente y disolución de la Asamblea Nacional anterior (Mella, 2023). En este sentido, la fluctuación política podría influir en la confianza de los inversores y la continuidad de las políticas de transporte y seguridad, elementos clave para el negocio. Además, un cambio de gobierno podría introducir nuevas regulaciones, incentivos o restricciones que impacten directamente en la operatividad de la cooperativa, especialmente en aspectos como licencias, impuestos o subvenciones.

Por otro lado, la ruptura de relaciones diplomáticas con México podría complicar la adquisición de vehículos y repuestos (uno de los productos con mayor importación en Ecuador desde México), impactando la capacidad de la cooperativa para expandir o renovar su flota (El Universo, 2024). Sin embargo, estos desafíos también pueden ser vistos como oportunidades para abogar por políticas que favorezcan la seguridad y el empoderamiento femenino en el transporte, posicionando a la cooperativa como un actor clave en la transformación del sector.

Factores Económicos

La situación económica de Ecuador plantea varios factores que podrían influir significativamente en la operatividad y sostenibilidad de la cooperativa de taxis enfocada en mujeres. Las cifras de trabajo en el país, actualizadas hasta febrero de 2024, pueden representar tanto un riesgo como una oportunidad, dado que existe una tasa de desempleo del 4.2%, empleo adecuado en el 33.9%, y empleo informal en 55.1%; además, el índice de desempleo entre las mujeres alcanza una tasa de 5,6% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024). Por un lado, esto podría dificultar la capacidad de las potenciales usuarias para costear servicios de transporte privado; por otro, ofrece a la cooperativa una valiosa oportunidad para emplear a mujeres en busca de trabajo, alineándose con su misión de empoderamiento femenino.

El crecimiento económico del 2,4% en 2023, aunque positivo, refleja una desaceleración respecto al año anterior (Banco Central del Ecuador, 2024); lo que podría indicar un entorno de consumo más cauteloso que afecte la demanda de servicios de taxi. Sin embargo, esto también podría motivar a la cooperativa a innovar en sus servicios y encontrar nichos de mercado no explotados. En cuanto a los factores fiscales y de costos operativos, En Ecuador, se ha observado un reciente aumento en el impuesto al valor agregado (IVA), lo que ha llevado a un incremento en el precio de los combustibles. La gasolina extra y la ecopaís, que anteriormente se vendían a \$2,40 por galón (con un IVA del 12%), ahora se han ajustado a un nuevo precio congelado de \$2,465, considerando un IVA del 15%. Este cambio, que se ha establecido temporalmente, estará en vigor al menos durante todo el año 2024 (El Universo, 2024). Estos incrementos podrían elevar los costos operativos y, por ende, afectar la estructura de precios al cliente.

Factores Sociales

En Ecuador, la preocupación por la seguridad y la violencia de género en los servicios de transporte público configura un contexto social desafiante pero también proporciona una oportunidad única para la cooperativa de

taxis enfocada en mujeres. La percepción de inseguridad en el transporte público, especialmente en autobuses donde las mujeres enfrentan riesgos significativos de violencia y acoso, subraya la necesidad crítica de alternativas de transporte seguras y confiables (Expreso, 2023). Esta situación puede potenciar la demanda de servicios de la cooperativa, que promete un entorno seguro y respetuoso para las usuarias. Al posicionarse como una solución ante estos problemas sociales, la cooperativa no solo puede ganar una base leal de clientas, sino también contribuir activamente a combatir la violencia de género y mejorar la percepción de seguridad en la movilidad urbana.

Factores Tecnológicos

Los factores tecnológicos son cruciales en el negocio de la cooperativa de taxis, particularmente en un sector donde la eficiencia y la seguridad son primordiales. La adopción de plataformas digitales para la reserva y gestión de viajes permite una experiencia de usuario más cómoda y segura, al tiempo que optimiza la operatividad del servicio (Argothy et al., 2024). Tecnologías como el GPS y sistemas de monitoreo en tiempo real no solo mejoran la eficiencia de las rutas, sino que también incrementan la seguridad de pasajeras y conductoras. Además, la integración de sistemas de pago electrónico facilita transacciones rápidas y seguras, mejorando la conveniencia para los usuarios (Mercado et al., 2024). La evolución constante en el ámbito tecnológico exige que la cooperativa se mantenga actualizada para satisfacer las expectativas de un mercado cada vez más conectado y tecnológicamente habilitado.

Factores Ecológicos

La creciente conciencia ambiental entre la población y las regulaciones gubernamentales en pro del medio ambiente pueden influir en la preferencia por servicios de transporte sostenibles. La cooperativa puede verse afectada o beneficiada según su capacidad para adaptarse a estas tendencias, como la implementación de vehículos de baja emisión o

eléctricos, y la optimización de rutas para reducir la huella de carbono (Hernández et al., 2023). Estas prácticas no solo cumplen con las expectativas medioambientales de los clientes, sino que también pueden ofrecer ventajas económicas a largo plazo, como menores costos de combustible y mantenimiento, así como potenciales incentivos fiscales por adoptar prácticas sostenibles.

Factores Legales

Los factores legales son fundamentales para la operación de la cooperativa de taxis, comenzando por la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), esencial para realizar actividades comerciales y tributarias dentro del marco legal ecuatoriano. Asimismo, la constitución como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) otorga un marco legal claro que facilita la gestión empresarial y atrae inversiones, proporcionando flexibilidad y protección legal a los accionistas (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021). Cumplir con estas y otras regulaciones pertinentes es crucial para garantizar la legitimidad y sostenibilidad del negocio, evitando sanciones y asegurando la confianza de los usuarios y stakeholders.

2.2.8 Análisis 5 Fuerzas de Porter

Poder de negociación de los clientes (Medio)

El poder de negociación de los clientes en el negocio de la cooperativa de taxis es medio, dada la naturaleza competitiva del sector del transporte. Los usuarios tienen la libertad de elegir entre diversas opciones de transporte, lo que les confiere un considerable poder de influencia sobre la cooperativa. Este poder se ve potenciado por la accesibilidad a la información sobre tarifas y calidad de servicio a través de plataformas digitales, permitiendo a los clientes comparar y seleccionar la mejor opción disponible. Sin embargo, la propuesta única de valor de la cooperativa, centrada en la seguridad y el enfoque exclusivo para mujeres, puede mitigar este poder al ofrecer un servicio diferenciado que satisficiera necesidades específicas no

cubiertas completamente por la competencia, fomentando así una mayor lealtad y reduciendo la sensibilidad al precio entre su segmento objetivo.

Poder de negociación de los proveedores (Bajo)

El poder de negociación de los proveedores en el negocio de la cooperativa de taxis puede considerarse de bajo a medio. Aunque la cooperativa depende de proveedores para adquirir vehículos y obtener servicios de mantenimiento, el mercado ofrece múltiples opciones, lo que disminuye el poder de negociación de un proveedor individual. Sin embargo, si los vehículos o partes específicas son importados, como en el caso de las relaciones comerciales con México, este poder podría incrementarse temporalmente debido a posibles restricciones o dificultades en la importación. No obstante, la capacidad de la cooperativa para cambiar de proveedores, junto con la existencia de múltiples alternativas en el mercado, contribuye a mantener un equilibrio, evitando que los proveedores tengan un control significativo sobre la cooperativa. La adopción de estrategias como la diversificación de proveedores puede ayudar a mantener este poder en un nivel bajo a medio, asegurando así una mayor estabilidad y capacidad de negociación para la cooperativa.

Amenaza de servicios sustitutos (Media)

La amenaza de servicios sustitutos en el negocio de la cooperativa de taxis es considerable, dada la variedad de alternativas de transporte disponibles para los consumidores. Los usuarios pueden optar por servicios de transporte público, como autobuses y la metrovía, otros servicios de taxi tradicionales y plataformas de viaje compartido, así como opciones emergentes como bicicletas y scooters eléctricos. Sin embargo, el diferenciador clave de la cooperativa radica en su enfoque en la seguridad y el servicio exclusivo para mujeres, lo que podría mitigar esta amenaza al satisfacer una necesidad específica no completamente cubierta por otros modos de transporte. A pesar de esto, la cooperativa debe monitorear continuamente el mercado para adaptarse a las tendencias emergentes y

mantener su propuesta de valor atractiva frente a la creciente diversidad de opciones de transporte.

Amenaza de nuevos competidores (Media)

La amenaza de nuevos competidores en el negocio de la cooperativa de taxis es moderada; aunque la barrera de entrada para el mercado de taxis puede ser relativamente baja, la singularidad de la cooperativa, que se enfoca en la seguridad y el servicio exclusivamente para mujeres, crea un nicho que podría ser menos atractivo para nuevos competidores convencionales. Sin embargo, el éxito de este modelo podría incentivar la aparición de competidores similares, incrementando la competencia en este nicho específico. Además, la creciente digitalización y la popularidad de las plataformas de transporte compartido pueden facilitar la entrada de nuevos actores al mercado. Por tanto, la cooperativa debe mantener una estrategia de diferenciación sólida y mejorar continuamente su propuesta de valor para mantener su competitividad frente a potenciales nuevos competidores.

Rivalidad entre competidores existentes (Alta)

La rivalidad entre competidores existentes en el negocio de la cooperativa de taxis en la Zona 8 de Guayaquil puede considerarse intensa, dada la presencia de múltiples actores en el mercado de transporte. La competencia no solo proviene de otros servicios de taxis, sino también de aplicaciones de transporte compartido y otros medios de transporte público. No obstante, la cooperativa se distingue por su enfoque único en la seguridad y el servicio exclusivamente para mujeres, lo que le proporciona una ventaja competitiva. A pesar de esta diferenciación, la cooperativa debe estar atenta a las estrategias de precios, calidad de servicio y marketing de sus competidores para mantener su posición en el mercado. La adopción de tecnologías innovadoras y la mejora continua en la calidad del servicio son esenciales para destacarse en un entorno competitivo y retener la lealtad de los clientes.

2.2.9 Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es una herramienta estratégica que permite a las organizaciones identificar sus puntos fuertes y débiles internos, así como las oportunidades y amenazas externas que enfrentan. Para la cooperativa de taxis, realizar un análisis FODA es crucial porque facilita una comprensión profunda del entorno empresarial y del propio negocio, ayudando a trazar estrategias efectivas para el crecimiento y la mitigación de riesgos. Permite a la cooperativa capitalizar sus fortalezas, abordar sus debilidades, aprovechar oportunidades del mercado y prepararse ante potenciales amenazas.



Figura 7 - Análisis FODA de la Cooperativa de taxis para mujeres

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

Este análisis FODA de la cooperativa de taxis para mujeres en la Zona 8 se destacan el compromiso con la seguridad de las pasajeras, un servicio exclusivo para mujeres operado por conductoras que generan una mayor conexión emocional y comodidad con las usuarias, apuntando a un mercado objetivo claramente definido. Asimismo, existen oportunidades de crecimiento debido a la conciencia social creciente sobre la seguridad y el empoderamiento femenino, la posibilidad de alianzas con organizaciones de mujeres y empresas, la incorporación de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del usuario, la expansión de servicios y la realización de campañas de seguridad.

2.2.10 Estrategias FOFA DODA

Basado en el análisis FODA anterior, se desarrollan las estrategias FOFADODA para guiar a la cooperativa de taxis hacia un crecimiento sostenible. A través de ellas, se busca maximizar las fortalezas y oportunidades del mercado, mientras se minimizan las debilidades y amenazas del entorno.

Tabla 2

Estrategias FOFA DODA

Estrategia de crecimiento (FO)	Estrategia Defensiva (FA)
<ul style="list-style-type: none">• Establecer alianzas con organizaciones feministas y empresas que promuevan el empoderamiento femenino con el fin de expandir la base de clientas y aumentar la visibilidad del servicio.• Lanzar campañas de marketing que resalten la seguridad y exclusividad del servicio para mujeres, apoyándose en la	<ul style="list-style-type: none">• Ampliar la oferta de servicios para incluir opciones premium o especializadas que compitan directamente con los competidores establecidos.• Implementar estrategias de eficiencia de combustible y explorar vehículos alternativos con el fin de mitigar el impacto del aumento de precios de combustibles.

conexión emocional entre conductoras y pasajeras.

- Integrar soluciones tecnológicas avanzadas con el fin de mejorar la experiencia del cliente y optimizar la operativa interna.

- Capacitar a las conductoras en técnicas de autodefensa para disminuir el riesgo de asaltos, aumentando la confianza de las pasajeras y conductoras.

Estrategia de adaptación (DO)	Estrategia de Supervivencia (DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar programas de formación para mejorar las habilidades de gestión del equipo y de atención al cliente. • Fomentar una fuerte identidad corporativa y aumentar las campañas de seguridad para la construcción de reconocimiento y confianza en la marca. • Invertir en el desarrollo de una aplicación móvil intuitiva y completa para mejorar la accesibilidad y funcionamiento del servicio de taxis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar programas de incentivos y desarrollo profesional para la retención de conductoras y mitigación de la rotación de personal. • Crear una estructura de precios dinámica y competitiva que pueda adaptarse a los cambios en los precios del combustible y a la presión competitiva. • Desarrollar una cultura organizacional que promueva la inclusión y desafíe las resistencias culturales, utilizando para ello programas de educación y sensibilización comunitaria.

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

2.3 Estrategia Genérica, Ventajas Competitivas

Liderazgo en costos

Optimización de rutas: Utilizar tecnología de seguimiento y análisis de datos para evaluar factores como la distancia, el tráfico, las preferencias de

las usuarias y la disponibilidad de taxis en diferentes áreas. Al optimizar las rutas de los taxis, se pretende reducir los tiempos de viaje y minimizar el consumo de combustible, esto no solo disminuirá los costos de operación, también mejorará la eficiencia del servicio.

Capacitación en eficiencia: Brindar capacitación continua a las conductoras en técnicas de conducción eficiente y mantenimiento preventivo de vehículos contribuirá a reducir los gastos asociados con reparaciones y aumentará la vida útil de los taxis, generando ahorros a largo plazo. Además de la conducción eficiente y el mantenimiento preventivo, incluir módulos de seguridad vial, atención al cliente y gestión de emergencias.

Automatización de procesos administrativos: Utilizar sistemas de gestión integrados y automatizados para reducir la carga administrativa, optimizar el tiempo de respuesta y minimizar errores, mejorando la eficiencia operativa y reduciendo costos administrativos. Mediante la integración de sistemas de facturación electrónica y soluciones de pago en línea, se pueden agilizar tareas como la emisión de facturas, el seguimiento de pagos y la conciliación bancaria, lo que agiliza el flujo de efectivo y reduce los errores.

Diferenciación

Servicio personalizado: Ofrecer un servicio que se adapte a las necesidades específicas de las pasajeras, esto podría incluir la opción de viaje compartido, escoger la música que desean escuchar durante el viaje, acceso a cargadores de teléfono móvil, ajustes en la temperatura del vehículo según sus preferencias, entre otros detalles personalizables.

Vehículos equipados para la seguridad: Equipar los taxis con tecnología de seguridad avanzada, esto incluye la instalación de cámaras de vigilancia con grabación en tiempo real, botones de pánico conectados directamente

con servicios de emergencia y sistemas de seguimiento GPS para monitorear la ubicación y trayecto del vehículo durante todo el viaje.

Programas de fidelización: Implementar programas de fidelización que recompensen la lealtad de las usuarias con beneficios exclusivos como un descuento del 10% en el quinto viaje y aumentar el descuento con cada viaje adicional realizado en un período determinado o descuentos especiales en destinos frecuentes, esto fortalecerá la relación con las clientas y aumentará la retención.

Segmentación

Servicios premium: Desarrollar una gama de servicios dirigidos a segmentos específicos de usuarias, como transporte para eventos sociales con la opción de coordinar múltiples viajes para grupos grandes, o diseñar paquetes de transporte turístico diseñados para mujeres viajeras que incluyan visitas a destinos populares, actividades culturales y de ocio, así como recomendaciones de restaurantes.

Transporte para personas de la tercera edad: Adaptar servicios y vehículos para ofrecer un transporte seguro para personas mayores, brindando ayuda para cargar y descargar equipaje o compras, asistencia para entrar y salir del vehículo o la posibilidad realizar reservas programadas para garantizar la disponibilidad de transporte en momentos específicos del día.

Personalización de Marketing: Utilizar datos demográficos y de comportamiento como edad, ubicación, preferencias de viaje y frecuencia de uso para crear mensajes y ofertas que resuenen con cada segmento de usuarias como madres ocupadas que requieren viajes familiares seguros o mujeres de negocios que valoran la puntualidad y la comodidad, con el fin de aumentar la relevancia de la cooperativa en sus vidas.

Ventajas Competitivas

La cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la Zona 8 se destaca por varias ventajas competitivas. En primer lugar, su compromiso con la seguridad de las pasajeras es una fortaleza clave. Al ofrecer un servicio exclusivo para mujeres operado por conductoras capacitadas, la cooperativa genera una mayor conexión emocional y comodidad con las usuarias, lo que contribuye significativamente a su satisfacción y fidelización.

Además, la cooperativa se enfoca en el empoderamiento femenino, tanto en el rol de conductoras como de usuarias. Este enfoque no solo responde a una necesidad crítica de movilidad segura para las mujeres, sino que también promueve la inclusión laboral en un sector tradicionalmente dominado por hombres, lo que representa una ventaja clave en términos de responsabilidad social y equidad de género.

Otra ventaja competitiva importante es la implementación de tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la operativa interna. La cooperativa utiliza sistemas de seguimiento en tiempo real, comunicación directa con autoridades de seguridad en caso de emergencia y una plataforma que permite a los usuarios compartir su ubicación durante los viajes, garantizando así un servicio seguro y confiable.

2.4 Estructura Organizacional: Organigrama

Como se muestra en la Figura 7, el liderazgo ejecutivo de la cooperativa lo representa el Gerente General, quien es responsable de establecer la visión estratégica de la empresa, coordinar todas las operaciones y asegurar el cumplimiento de los objetivos comerciales y sociales de la organización. Además, supervisa la gestión de los diversos departamentos y toma decisiones clave para el crecimiento y la sostenibilidad de la cooperativa.

En apoyo al Gerente General y al equipo directivo, el Asistente Administrativo desempeña un papel crucial. Este profesional se encarga de la gestión de la agenda, la organización de documentos, la coordinación de reuniones y la comunicación interna y externa. También puede asumir tareas relacionadas con la administración de recursos humanos y financieros según sea necesario.

Dentro del Departamento de Recursos Humanos (RRHH), la Coordinadora de Talento Humano es la responsable de reclutar, seleccionar y capacitar a las conductoras de la cooperativa. Asimismo, gestiona el desarrollo profesional y el bienestar laboral de todo el equipo humano, asegurando un ambiente de trabajo inclusivo y motivador. Por otro lado, el Analista de RRHH apoya a la Coordinadora en actividades como el análisis de desempeño, la gestión de nóminas y beneficios, y la implementación de políticas y procedimientos relacionados con el personal.

En el Departamento Financiero, el Contador es el responsable de la gestión contable y financiera de la cooperativa. Esto incluye la elaboración de informes financieros, la administración de presupuestos, la facturación y el seguimiento de ingresos y gastos. El contador juega un papel fundamental en mantener la salud financiera y la transparencia de la organización. Finalmente, en el Departamento Operativo, la Coordinadora de Flota supervisa la operación diaria de los vehículos, asegurando su mantenimiento adecuado y la disponibilidad para el servicio. También coordina los horarios de las conductoras y se asegura de que se cumplan los estándares de calidad y seguridad en los viajes. Además, las conductoras son el corazón de la cooperativa, proporcionando un servicio de transporte seguro y confiable a las usuarias, manteniendo altos niveles de profesionalismo, cortesía y eficiencia en su trabajo. El Especialista en Tecnología, dentro de este departamento, está encargado de gestionar y optimizar las herramientas tecnológicas utilizadas por la cooperativa,

contribuyendo a mejorar la seguridad y eficiencia de los servicios mediante la innovación tecnológica.



Figura 8 - Organigrama de la Cooperativa de taxis para mujeres

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

2.5 Plan de Marketing

2.5.1 Contexto General del Mercado: Factores Clave y Tamaño

En el año 2024, se lanzará una innovadora cooperativa de taxis en la Zona 8, en Guayaquil, el cual estará específicamente enfocado en proporcionar un medio de transporte seguro y confiable para las mujeres. Las primeras clientas serán principalmente familiares, amigos y conocidos de la dueña del negocio. Este grupo inicial de usuarios permitirá a la cooperativa establecer una base sólida y obtener valiosos comentarios para mejorar y expandir sus servicios.

A medida que Metrópolis Rosa crezca y se fortalezca, se espera que el servicio se expanda para cubrir toda la Zona 8 que comprende las áreas

cercanas como Duran y Samborondón, cuya expansión será estratégica y se basará en una comprensión clara del mercado y de los factores clave que influirán en el éxito del negocio.

La seguridad será un factor clave en el éxito de la cooperativa, ya que los vehículos estarán equipados con características de seguridad avanzadas y las conductoras serán capacitadas exhaustivamente para garantizar la seguridad de las pasajeras. La confiabilidad será otro factor crucial, dado que se comprometerá a proporcionar un servicio puntual y consistente para ganar la confianza y la lealtad de las pasajeras. Asimismo, la accesibilidad también será esencial, puesto que desarrollará una aplicación móvil intuitiva que permitirá a las usuarias solicitar viajes fácilmente.

2.5.1.1 Tamaño

De acuerdo El Universo (2022), la población del gran Guayaquil está conformada por un total de 3´371,299 habitantes, el cual comprenden Guayaquil con 2´746,403 personas, Durán con 303,910 individuos, Daule con 222,446 habitantes y Samborondón con 98,540 personas.

En la ciudad de Guayaquil, viven 1´344,265 mujeres, de las cuales 875,097 tienen entre 20 a más de 85 años. En Durán, residen 148,306 féminas, de las cuales 92,793 se encuentra en el grupo etario de 20 años en adelante, mientras que en Samborondón viven 47,699 mujeres, siendo consideradas para el estudio 33,050 féminas por tener más de 19 años de edad (INEC, 2023). Asimismo, durante el año 2023, en Guayaquil laboraban un total de 449,054 féminas lo que representa el 39.13% (INEC, 2023).

2.5.2 Perfil del Cliente: Quién es, Dónde está, Cómo consume

El cliente es del sexo femenino, se llama María Salazar, tiene 29 años, es soltera, es licenciada en marketing, trabaja en una empresa mediana del sector de servicios ubicada en la ciudad de Guayaquil. Ella gestiona

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

eficientemente su presupuesto y busca servicios que sean económicamente accesibles. Los intereses de la clienta están alineados con soluciones prácticas y eficientes que facilitan su movilidad diaria y muestra una inclinación hacia servicios personalizados que atienden las necesidades específicas del género femenino.

Además, está bien informada y consciente de sus necesidades de transporte, por eso busca información clara y accesible sobre los servicios de la cooperativa, incluyendo detalles sobre las medidas de seguridad, los conductores, las tarifas y el proceso de reserva. Tiene preferencias específicas que incluyen vehículos limpios y cómodos, con conductoras profesionales y respetuosas, y un servicio fácil de reservar y confiable.



Figura 9 - Perfil de la cliente

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

2.5.3 Estrategia de Producto

Metrópolis Rosa ha definido su servicio de taxi como el núcleo de su propuesta de valor, enfocándose en ofrecer un transporte seguro, confiable

y cómodo exclusivamente para mujeres. Para garantizar la excelencia en este servicio, la cooperativa ha establecido estándares de calidad tanto en la selección de vehículos como en la capacitación continua de sus conductoras. Se priorizará la adquisición de vehículos modernos y bien mantenidos, equipados con medidas de seguridad adicionales y comodidades para las usuarias, como Wi-Fi, cargadores para dispositivos móviles y espacios exclusivos para llevar compras u objetos personales.

Además, se implementarán programas de formación y capacitación para las conductoras, centrados en habilidades de conducción segura, atención al cliente y manejo de situaciones de emergencia. Estas iniciativas no solo garantizarán un servicio de alta calidad, sino también fortalecerán la confianza y profesionalismo de las conductoras, contribuyendo así a la reputación y credibilidad de Metrópolis Rosa en el mercado.

La cooperativa también explorará oportunidades de innovación en su servicio de taxi, como la integración de tecnología de seguimiento en tiempo real para mejorar la seguridad de las usuarias, así como la personalización de la experiencia de viaje a través de preferencias de música o temperatura. Estas innovaciones no solo diferenciarán el servicio de Metrópolis Rosa en el mercado, sino también responderán a las necesidades y expectativas cambiantes de las clientes en cuanto a comodidad y conveniencia en sus desplazamientos.



Figura 10 – *Auto de la cooperativa metrópolis Rosa*

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

2.5.4 Estrategia de Precio

Metrópolis Rosa ha realizado un exhaustivo análisis comparativo con la competencia en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador. En este análisis se ha considerado no solo el precio base por kilómetro, sino también los servicios adicionales y las tarifas especiales para eventos o trayectos programados. La cooperativa se ha comprometido a ofrecer tarifas competitivas que reflejen el valor añadido de su servicio exclusivamente para mujeres, con conductoras capacitadas y un ambiente seguro y respetuoso. Para lograrlo, se ha establecido una estructura de precios que se alinee con la propuesta de valor, buscando ofrecer un equilibrio entre accesibilidad económica y calidad del servicio. Además, se establecerán tarifas diferenciadas para los servicios diurnos y nocturnos, reconociendo las diferencias en la demanda y los costos asociados con cada período. A su vez, se implementará una política de transparencia en la fijación de precios, donde los usuarios podrán conocer de antemano el costo estimado del viaje a través de la aplicación móvil o el sitio web.

En términos de posicionamiento, Metrópolis Rosa optará por una estrategia de precios diferenciada, ofreciendo tarifas ligeramente superiores a las de la competencia directa, pero justificadas por la calidad y seguridad que proporciona el servicio exclusivo para mujeres. Esta diferenciación no solo busca reflejar el valor percibido por las clientes, sino también asegurar la sostenibilidad financiera de la cooperativa y la viabilidad de sus operaciones a largo plazo.

Para complementar esta estrategia, se establecerán políticas flexibles de precios, como descuentos por viajes recurrentes, tarifas especiales para eventos o empresas y membresías para servicios premium que ofrecerán beneficios exclusivos, como descuentos en tarifas estándar, acceso prioritario a vehículos y conductores preferidos, y promociones especiales. Estas iniciativas no solo buscan incentivar la fidelización de clientes, sino también diversificar las fuentes de ingresos de Metrópolis Rosa y promover

una mayor participación en el mercado de transporte exclusivo para mujeres en la región.

Tabla 3

Tarifas de carreras de acuerdo a turno

Turno	Arranque	Km	Minuto de espera
Diurno (6:00 – 22:00)	\$1.00	\$0.50	\$0.10
Nocturno (22:01 – 5:59)	\$1.50	\$0.65	\$0.15
Membresías	\$30 (descuentos en tarifas regulares y acceso a servicios exclusivos)		
Viajes recurrentes (Más de 5 viajes al mes.)	Descuento 10% en tarifa total		

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

2.5.5 Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución de Metrópolis Rosa se enfoca en alcanzar a su público objetivo de manera efectiva y eficiente, utilizando canales de distribución que se alineen con las necesidades y preferencias de las mujeres que buscan opciones de transporte seguro en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador. Para ello, se utilizarán múltiples canales de distribución, incluyendo una aplicación móvil intuitiva, un sitio web informativo y redes sociales activas.

La aplicación móvil de Metrópolis Rosa será el principal canal de distribución, permitiendo a las usuarias reservar y pagar por sus viajes de manera rápida y conveniente. El sitio web proporcionará información detallada sobre los servicios ofrecidos, así como la opción de reservar viajes en línea para aquellas usuarias que prefieran no utilizar la aplicación móvil. Además, las redes sociales se utilizarán para promocionar el servicio, compartir testimonios de clientes satisfechas y brindar atención al cliente en tiempo real.

Para garantizar una cobertura completa, se establecerá alianzas estratégicas con empresas locales y organizaciones que compartan su visión de promover un transporte seguro y exclusivo para mujeres. Estas asociaciones permitirán llegar a un público más amplio y diverso, así como ofrecer servicios especializados para eventos y convenciones que requieran transporte exclusivo para mujeres.

2.5.6 Estrategia de Promoción

La estrategia de promoción para metrópolis Rosa, una cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador, se basa en la creación de una identidad de marca sólida y la implementación de tácticas de marketing efectivas. Con el objetivo de destacar en un mercado competitivo y atraer a su público objetivo, se propone una serie de acciones estratégicas bien definidas.

En primer lugar, se enfocará en la creación de una campaña de marketing integral que resalte los valores y la propuesta única de la empresa. Esto incluirá el desarrollo de materiales de marketing, como folletos, carteles y anuncios en medios digitales y tradicionales, que comuniquen la promesa de valor de metrópolis Rosa: ofrecer un servicio de transporte seguro, confiable y cómodo exclusivamente para mujeres, con conductoras capacitadas y comprometidas con la excelencia en el servicio, promoviendo un ambiente de respeto y seguridad libre de acoso y discriminación. Se utilizarán imágenes y mensajes que reflejen la diversidad y la inclusión, así como testimonios de clientes satisfechas que respalden la calidad del servicio.

Además, se implementará una estrategia de marketing digital centrada en la presencia en redes sociales y la optimización del sitio web y la aplicación móvil de Metrópolis Rosa. Se aprovechará el poder de las plataformas sociales para generar interacción con la audiencia, compartir contenido relevante y responder consultas y comentarios de manera oportuna.

También se utilizarán técnicas de SEO (Search Engine Optimization) para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda y aumentar el tráfico hacia los canales digitales de la empresa. Se fomentará la participación activa de la comunidad a través de concursos, encuestas y promociones especiales que incentiven la utilización del servicio y fortalezcan la lealtad de la marca.

Adicionalmente, se llevarán a cabo alianzas estratégicas con organizaciones locales y empresas interesadas en promover la seguridad y el bienestar de las mujeres. Esto puede incluir colaboraciones con ONGs dedicadas a la igualdad de género, programas de empoderamiento femenino o empresas comprometidas con la responsabilidad social corporativa. Estas asociaciones no solo servirán para ampliar el alcance de metrópolis Rosa, sino que también reforzarán su reputación como una empresa comprometida con causas sociales relevantes.

2.5.7 Estrategia de Personas

Con la finalidad de proyectar una imagen atractiva como empleador, las campañas de reclutamiento se llevarán a cabo en LinkedIn, donde se promoverán oportunidades laborales abiertas exclusivamente para mujeres, enfatizando el compromiso de Metrópolis Rosa con la equidad de género y la igualdad de oportunidades en el sector del transporte. Adicionalmente, en Instagram se compartirán historias de éxito de las conductoras, testimonios positivos y publicaciones que resaltan el ambiente inclusivo y de apoyo que ofrece la organización, esto incluye aspectos como horarios flexibles que se adapten a las necesidades de cada conductora, programas de desarrollo profesional, así como un ambiente de trabajo seguro y de apoyo mutuo entre todas las integrantes de la organización.

En cuanto a los programas de desarrollo y diálogo, se fortalecerán las habilidades y conocimientos de las trabajadoras de la flota mediante la

implementación de sesiones de coaching, talleres de habilidades blandas, capacitaciones en seguridad vial, o cursos sobre tecnologías orientadas al transporte, esta sección abarca desde el uso de sistemas de navegación GPS, hasta herramientas de gestión de flotas. Además, se crearán espacios de diálogo donde las conductoras pueden expresar sus inquietudes y sugerencias para mejorar la operación.

Por otra parte, para mejorar la calidad de vida y el desempeño laboral, se diseñarán programas que cubran aspectos físicos, emocionales y financieros del personal, estas propuestas incluyen beneficios como seguro médico, programas de salud mental, asesoramiento financiero, jornadas de relajación y actividades deportivas para elevar la camaradería y el compañerismo entre departamentos.

Finalmente, para fortalecer el sentido de pertenencia y la participación activa en la cooperativa, llevarán a cabo iniciativas como comités de bienestar, grupos de interés para discutir temas laborales, concursos internos, reconocimientos por desempeño destacado y celebraciones especiales. Otra medida importante será la creación de un fondo de ayuda mutua, donde las conductoras podrán acceder a recursos económicos en caso de enfrentar situaciones difíciles, como enfermedad, accidentes o emergencias familiares, esto fortalecerá el sentido de solidaridad y respaldo entre todas las integrantes de la cooperativa.

2.5.8 Procesos

Para optimizar los procesos en Metrópolis Rosa, se debe empezar con un análisis de las operaciones de la cooperativa y paralelamente evaluar las necesidades específicas tanto de las usuarias como conductoras. Al comparar los resultados de ambas fuentes, entre ellos sus preferencias, desafíos y expectativas en relación con los servicios de transporte y atención al cliente, se obtiene una base sólida para implementar mejoras efectivas. En este caso, las tácticas para mejorar la eficiencia operativa se

enfocan aspectos como la gestión de reservas, el mantenimiento de flota, la atención al cliente y el mantenimiento de instalaciones.

Empezando por la estrategia de estandarización y automatización de reservas, está se centra en implementar un sistema online estandarizado y automatizado donde las usuarias puedan solicitar y gestionar sus viajes de manera eficiente y segura, mejorando así la experiencia del cliente y optimizando el proceso asignación de taxis. Al estandarizar este procedimiento, se garantiza una operación uniforme y fácil de entender para todas las partes involucradas, lo que reduce errores y tiempos de respuesta.

Respecto al mantenimiento de flota, esto implica la adquisición de tecnologías modernas como un software de gestión de flotas para agilizar la programación de rutas, crear alertas preventivas de mantenimiento, hacer seguimiento a los mantenimientos agendados y gestionar eficientemente los registros de servicio, con esta herramienta se garantizará que los taxis estén disponibles en óptimas condiciones y se reduzcan los tiempos de inactividad. La implementación de un enfoque proactivo hacia esta operación mejora la fiabilidad de los vehículos y reduce los costos asociados con las averías.

Considerando que a largo plazo se busca fortalecer la reputación de la empresa, es importante definir estándares claros para la atención al cliente, esto incluye definir tiempos de respuesta adecuados, especificar la calidad de la información que se proporciona a las usuarias, establecer pautas de cortesía en la comunicación y asegurar un alto nivel de profesionalismo en todas las interacciones. Por ejemplo, para todas las consultas y solicitudes de las usuarias se establecería que se debe responder a llamadas telefónicas dentro de los 30 segundos siguientes a la recepción de la llamada y responder correos electrónicos o mensajes en redes sociales en un plazo máximo de 1 hora durante el horario de atención. Asimismo, la

información proporcionada sobre sobre tarifas, rutas, tiempos estimados de llegada y cualquier otro detalle relevante relacionado con el servicio de taxis debe ser precisa, completa y útil para resolver cualquier necesidad.

En cuanto a las pautas de cortesía, siempre se debe utilizar un lenguaje amable y empático, saludos y despedidas cordiales. En vista que se espera que todo el personal mantenga un alto nivel de profesionalismo en sus comunicaciones con las usuarias, esto implica evitar expresiones inapropiadas, mantener la confidencialidad de la información y resolver conflictos de manera calmada y diplomática.

Respecto a la limpieza y mantenimiento de instalaciones, la estrategia de outsourcing se basaría en contratar servicios externos para estas tareas, esto permite que el personal interno se enfoque en actividades enfocadas básicamente al negocio como la conducción y atención al cliente, lo cual optimiza los recursos y mejora la eficiencia operativa de la cooperativa. Al externalizar estas tareas, se liberan recursos internos para actividades más críticas y especializadas como la instalación de sistemas tecnológicos o la inversión en innovación de servicios, lo que puede abrir nuevas fuentes de ingresos y diferenciar a la cooperativa en un mercado competitivo.

Finalmente, la estrategia de implementación de sistemas de retroalimentación y evaluación continua tendrá como objetivo establecer mecanismos para obtener información directa de las usuarias y evaluar de manera regular el desempeño de las conductoras. Para ello, se creará un buzón de sugerencias y se realizarán evaluaciones trimestrales del rendimiento laboral en aspectos clave como puntualidad, cortesía, seguridad y calidad del servicio. Utilizar esta información de manera efectiva permitirá realizar ajustes y mejoras continuas para mantener altos estándares de calidad.

2.5.9 Estrategia de Evidencia Física

Los elementos tangibles que conforman Metrópolis Rosa incluyen tanto los aspectos físicos como los materiales que son perceptibles por los clientes y empleados, esto abarca desde las instalaciones físicas, como las oficinas administrativas y los puntos de encuentro de conductores, hasta los vehículos de la flota, uniformes, señalética, tecnología de seguimiento y seguridad, entre otros.

En cuanto al diseño de exteriores, se buscará emplear colores suaves, iluminación adecuada con luces de eficiencia energética y elementos estéticos que brinden tranquilidad seguridad y comodidad a las usuarias. Por otro lado, el espacio interior conformado por las oficinas, salas de espera y áreas de descanso se diseñarán con muebles ergonómicos, decoración acogedora y espacios exclusivos para mujeres conductoras y pasajeras.

Respecto a la señalética inclusiva y amigable, esta incluirá indicaciones claras sobre espacios exclusivos para mujeres, como baños y áreas de espera, creando así un ambiente acogedor para todas las usuarias. Por otra parte, la flota de vehículos será identificada con colores y diseños que reflejen el enfoque en mujeres, también se ofrecerán servicios adicionales como cargadores para dispositivos móviles y agua embotellada, mejorando la experiencia de viaje y la sensación de protección.

En relación con los uniformes de conductores y empleados administrativos se seleccionarán cuidadosamente colores que transmitir profesionalismo y confianza, con elementos que resalten el enfoque en mujeres, como accesorios o detalles en la indumentaria, generando así una imagen coherente y atractiva. Adicionalmente, se instalarán sistemas de seguimiento y seguridad en tiempo real en los vehículos, junto con plataformas digitales amigables y seguras para solicitar servicios y hacer seguimiento de los viajes, garantizando la tranquilidad de las usuarias.

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Por último, la publicidad y el material promocional se enfocará en reflejar la diversidad y el empoderamiento de las mujeres, para ellos se utilizarán imágenes y mensajes que resalten estos valores en la publicidad de la cooperativa, tanto en medios tradicionales como digitales, fortaleciendo la imagen de la marca y su compromiso con la comunidad. Además, se buscará contar con espacios exclusivos en las sedes o puntos de encuentro para eventos o reuniones relacionadas con la cooperativa y su enfoque en mujeres, promoviendo la participación y el sentido de pertenencia de las usuarias y colaboradoras.

2.6 Plan de Acción para el Logro de los Objetivos

El presente Plan de Acción ha sido diseñado con el objetivo de coordinar las acciones necesarias para alcanzar las metas estratégicas y operativas de Metrópolis Rosa. A través de una planificación estratégica detallada y la implementación de medidas concretas, la empresa se compromete a alcanzar y superar sus metas, asegurando así un futuro exitoso y próspero para todos los miembros de la cooperativa.

Plan de acción 1

Tabla 4

Plan de acción de objetivo SMART 1

Objetivo 1: Aumentar la flota de taxis exclusivamente femenina en un 25% para el final del primer año de operaciones, proporcionando así mayor accesibilidad y opciones de movilidad para las usuarias en la Zona 8.								
Medios		Resultado esperado		Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
					Inicio	Fin		
Anuncios en Medios Digitales (LinkedIn, Instagram y Google Ads).	en	Aumento	del conocimiento de la cooperativa entre mujeres, con al menos un 15% de conversiones.	Equipo de Marketing	22/4/2024	22/10/2024	Presupuesto asignado para publicidad online.	CTR, conversiones, alcance de la audiencia femenina.

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Participación en eventos sobre el empoderamiento femenino y la movilidad urbana.	Generación de una red de contactos y asociaciones, con un aumento del 10% en la solicitud de información sobre la cooperativa.	Equipo de Relaciones Públicas	22/4/2024	23/4/2025	Presupuesto para patrocinios y material promocional.	Número de eventos patrocinados, contactos generados.
Publicidad en vallas publicitarias		Equipo de marketing	01/5/2024	02/12/2024	Presupuesto para publicidad en vallas.	Alcance de reconocimiento de marca.
Implementar un programa de referidos	Alcance del 80% de la población femenina objetivo en la Zona 8.	Equipo externo de servicios tecnológicos	21/6/2024	21/6/2025	Desarrollador de apps y sitios web	Número de referidos exitosos, tasa de conversión de referidos en nuevas conductoras.

Nota. Plan para aumentar la flota de taxis exclusivamente femenina en la Zona 8 de la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa.
Elaborado por: Mariuxi Fernanda Cevallos Torres

Plan de acción 2

Tabla 5

Plan de acción de objetivo SMART 2

Objetivo 2: Capacitar al 100% de las conductoras en técnicas de conducción segura, atención al cliente y protocolos de emergencia en un plazo no mayor a los primeros seis meses de incorporación a la cooperativa.

Medios	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Sesiones presenciales de capacitación	Incremento en la confianza y habilidades de conducción segura.	Departamento de Recursos Humanos	5/7/2024	6/9/2025	Espacio para la capacitación, materiales didácticos, instructores.	Porcentaje de conductoras que completan la capacitación.
Plataforma de aprendizaje en línea	Acceso conveniente y flexibilidad para el aprendizaje.	Desarrolladores y de página web	13/5/2024	13/5/2025	Desarrollo de la plataforma, contenido multimedia, acceso a Internet.	Número de horas y actividades completadas en la plataforma

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Programa de Mejora en las Mentorías en habilidades de, línea atención al cliente	14/8/2024	14/8/2025	Material didáctico	Porcentaje de conductoras nuevas que completan el programa de mentoría..
Simulacros de Familiarización con los protocolos de seguridad y salvamento. Personal de Seguridad y Prevención de Riesgos	17/5/2024	17/5/2025	Espacio para la realización de los simulacros. Protocolo de seguridad	Nivel de participación de las conductoras en los simulacros.

Nota. Plan de capacitación de las conductoras en técnicas de conducción segura de la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa.
Elaborado por: Mariuxi Fernanda Cevallos Torres

Plan de acción 3

Tabla 6

Plan de acción de objetivo SMART 3

Objetivo 3: Obtener un índice de satisfacción del cliente de al menos el 90% mediante encuestas de retroalimentación realizadas al final de cada viaje, dentro de los primeros doce meses de servicio.

Medios	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Capacitar al personal en habilidades de resolución de problemas.	Mejora en la percepción de servicio por parte de los clientes, reflejado en las encuestas.	Departamento de Recursos Humanos.	9/8/2024	9/11/2024	Material didáctico, Formadores	Evaluaciones de desempeño de conductores,
Implementación de encuestas de satisfacción al final de cada viaje	Al menos el 90% de los clientes responde a las encuestas.	Equipo de Servicio al Cliente.	10/6/2024	10/6/2025	Software de encuestas	Porcentaje de clientes que completan las encuestas.
Campañas de marketing	Aumento en la base del	Equipo de Marketing	3/7/2024	3/7/2025	Presupuesto de publicidad	Nuevos registros de clientes a través

digital para reconocimiento de
 aumentar la la marca.
 visibilidad y
 atraer nuevos
 clientes.

de medios
 digitales.

Implementar un sistema de recompensas para clientes antiguos	Incremento en la fidelidad de los clientes	Equipo de servicio al cliente	de	15/5/2024	15/5/2025	Sistema de puntos o beneficios	de	Número de clientes recurrentes, participación en programas de fidelización.
--	--	-------------------------------	----	-----------	-----------	--------------------------------	----	---

Nota. Plan para incrementar la satisfacción del cliente de la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa.
 Elaborado por: Mariuxi Fernanda Cevallos Torres

Plan de acción 4

Tabla 7

Plan de acción de objetivo SMART 4

Objetivo 4: Establecer alianzas estratégicas con al menos tres organizaciones locales de defensa de los derechos de la mujer para el final del primer año, con el fin de promover la seguridad y el empoderamiento femenino en la región.

Medios	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Campaña de empoderamiento en Redes Sociales	Aumento del conocimiento y apoyo hacia la cooperativa por parte de la comunidad femenina en Guayaquil.	Equipo de Marketing	12/6/2024	12/6/2025	Infografías Videos Fotos	Número de engagement en las publicaciones.
Eventos de sensibilización en la comunidad	Mayor participación de mujeres	Equipo de Relaciones Públicas.	29/5/2024	29/10/2024	Espacio para eventos, material informativo,	Número de asistentes y retroalimentación positiva.

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Capacitación sobre seguridad y técnicas de defensa personal	actividades de la cooperativa. Aumento de la seguridad y confianza de las mujeres conductoras afiliadas a la cooperativa.	Departamento de Recursos Humanos.	18/11/2024	18/2/2025	oradores especializados Instructores, material educativo, certificados de capacitación.	Número de mujeres capacitadas y tasa de retención como conductoras.
Alianzas con medios de radios locales	Mayor visibilidad y reconocimiento de la cooperativa en los medios.	Equipo de Relaciones Públicas.	19/5/2024	19/5/2025	Comunicados de prensa, entrevistas.	Cobertura mediática, menciones en medios.

Nota. Plan para establecer alianzas estratégicas con organizaciones locales de defensa de los derechos de la mujer de la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa.
Elaborado por: Mariuxi Fernanda Cevallos Torres

Plan de acción 5

Tabla 8

Plan de acción de objetivo SMART 5

Objetivo 5: Incrementar la base de usuarias en un 40% en el primer año de operaciones, mediante estrategias de marketing dirigidas y la promoción de un servicio seguro y confiable para mujeres.

Medios	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Colaboraciones con influencers femeninas.	Aumento del 20% en la base de usuarias.	Equipo de Marketing	5/12/2024	5/01/2025	Campañas de anuncios segmentadas.	Número de seguidoras nuevas, interacciones en publicaciones.
Alianzas con Organizaciones de Mujeres	Incremento del 10% en la base de usuarias.	Equipo de relaciones públicas	10/07/2024	10/07/2025	Negociación de convenios, participación en eventos, patrocinios.	Número de usuarias provenientes de alianzas, nivel de satisfacción de usuarias asociadas a convenios.

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Anuncios en TV	Aumento del 5% en la base de usuarias.	Departamento de Publicidad.	16/9/2024	16/1/2025	Anuncios en canales nacionales	en Retorno de inversión publicitaria.
Sorteo de gift card en Instagram	Incremento del 5% en la base de usuarias.	Equipo de Marketing	17/06/2024	17/07/2025	Perfil de Instagram	Número de nuevas seguidoras
					Gift card de \$20	

Nota. Plan para incrementar la base de usuarias de la cooperativa de taxis Metrópolis Rosa.
Elaborado por: Mariuxi Fernanda Cevallos Torres

Capítulo 3: Análisis financiero

Este capítulo abordó las cuestiones económicas, comenzando con los supuestos financieros, la inversión, el financiamiento, los sueldos, la proyección de la demanda, los ingresos, los costos y los gastos. Todo esto con el objetivo de elaborar los estados financieros proyectados que permitieron evaluar la factibilidad financiera del proyecto; además, se utilizaron el punto de equilibrio y los ratios financieros para describir la viabilidad del plan de ventas.

3.1 Supuestos financieros

En el contexto actual, la demanda por servicios de transporte seguros y confiables ha crecido significativamente, especialmente entre la población femenina. En respuesta a esta necesidad, se ha desarrollado un plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la Zona 8 de Guayaquil, Ecuador, para el año 2024.

La Tabla 9 presenta los supuestos financieros, empezando con los salarios básicos proyectados para los próximos cinco años, donde se espera que aumenten de manera gradual, comenzando en \$ 460 en el primer año y alcanzando \$ 500 en el quinto año, debido a que incremento anual de sueldos se proyecta consistentemente en un 5% cada año. Este porcentaje es una estimación prudente que toma en cuenta factores económicos generales y específicos del sector, asegurando que los salarios se mantengan competitivos y alineados con el costo de vida y la inflación prevista (Trading Economics, 2024). La demanda esperada para los servicios de la cooperativa muestra un crecimiento moderado del 2% anual, es decir un aumento paulatino en la aceptación y preferencia por servicios de taxi operados por mujeres, impulsado por campañas de marketing y el boca a boca positivo. Además, se anticipa que los gastos operativos de la cooperativa aumentarán un 10% anual, cuyo crecimiento contempla el incremento en costos operativos tales como el mantenimiento de vehículos, el combustible, seguros, y otros gastos administrativos.

Tabla 9

Supuestos financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios básicos proyectados	460,00	470,00	480,00	490,00	500,00
Incremento anual de sueldos		5%	5%	5%	5%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de los gastos		10%	10%	10%	10%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.2 Inversión

La implementación de la cooperativa de taxis requiere una inversión inicial significativa para garantizar la operatividad y la sostenibilidad del proyecto desde su inicio. La Tabla 10 detalla la inversión inicial para la puesta en marcha de la cooperativa de taxis enfocada en mujeres que fue de \$135.420,0, la cual abarca varios componentes esenciales para asegurar el funcionamiento operativo y administrativo de la cooperativa. El capital de trabajo establecido es de \$40.000.0, que los fondos disponibles para las operaciones diarias de la cooperativa, tales como pago de salarios, compra de combustible y mantenimiento de vehículos. Los gastos preoperativos \$5.000,00 incluyen los costos asociados al establecimiento de la cooperativa, tales como registro legal, permisos y licencias, y gastos de marketing inicial, mientras que los activos fijos \$90.420,00 son los bienes duraderos que la cooperativa adquiere para su uso en las operaciones a largo plazo.

Tabla 10

Inversión inicial

Descripción	Costo total
Capital de trabajo	40.000,00
Gastos preoperativos	5.000,00
Computadoras	3.000,00
Impresoras	700,00
Escritorios	3.200,00
Sillas	600,00
Anaqueles	1.100,00
Ventilador	420,00
Acondicionador de aire	1.400,00
Vehículo	75.000,00
Aplicación móvil	5.000,00
Total	135.420,0

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

La Tabla 11 proporciona un desglose detallado del financiamiento necesario para la inversión en la cooperativa de taxis, siendo el total requerido una suma de \$135.420,0, distribuidos entre aportes propios y aportes de terceros, específicamente bancos. Los aportes propios representan el 75% del total de la inversión, con un valor de \$101.565,0, la cual es fundamental para asegurar la viabilidad del proyecto, demostrando el compromiso de los socios fundadores y la solidez inicial de la cooperativa. En cambio, los aportes de terceros constituyen el 25% restante del financiamiento, que fueron \$33.855,0 que son esenciales para cubrir el saldo de la inversión requerida. El préstamo bancario tendrá una tasa de interés anual fija del 16,77%, el plazo de la deuda es de 5 años, lo que permitirá a la cooperativa amortizar el préstamo de manera gradual y acorde con sus flujos de caja proyectados. Los detalles de la financiación del proyecto bajo el aporte de terceros realizado a través del banco Pichincha se encuentran en el [anexo 1](#).

Tabla 11

Financiamiento de la inversión

Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	101.565,0	75,0%
Aportes de terceros (Bancos)	33.855,0	25,0%
Total financiamiento	135.420,0	
Tasa a pagar	16,77%	
Plazo de deuda (años)	5	

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.3 Sueldos

Los sueldos del personal de la Cooperativa de Taxis enfocada en mujeres en la Zona 8 de Guayaquil se revisan de manera separada, tanto los salarios del personal administrativo como operativo para los primeros cinco años del proyecto. La Tabla 12 detalla los sueldos mensuales proyectados para el personal administrativo durante los primeros cinco años de operación de la cooperativa, incluyendo el administrador, el personal de servicio al cliente y el asistente administrativo. Las compensaciones de los colaboradores muestran un incremento gradual, con un aumento anual promedio del 5%, considerando factores como la inflación y las expectativas del mercado laboral. Los detalles de los sueldos administrativos y beneficios sociales se encuentran en el [anexo 2](#).

Tabla 12

Sueldos administrativos

Nómina	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	1.002,2	1.121,2	1.176,2	1.233,8	1.294,3
Servicio al cliente	592,6	661,4	693,3	726,8	761,9
Asistente administrativo	592,6	661,4	693,3	726,8	761,9
Total mensual	2.187,3	2.443,9	2.562,8	2.687,4	2.818,1

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

La Tabla 13 detalla los sueldos mensuales proyectados para el personal operativo durante los primeros cinco años de operación compuesto por tres operarios. Se observa un incremento gradual en los sueldos que en el

primer año será de \$1,777.7 y en el quinto año alcanzará un monto de \$2,285.8, es decir un aumento promedio anual del 5% para cada operador, tomando en cuenta las variaciones del mercado y las necesidades operativas de la cooperativa. Los detalles de los sueldos operativos y beneficios sociales se encuentran en el [anexo 3](#).

Tabla 13

Sueldos operativos

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operario 1	592,6	661,4	693,3	726,8	761,9
Operario 2	592,6	661,4	693,3	726,8	761,9
Operario 3	592,6	661,4	693,3	726,8	761,9
Total mensual	1.777,7	1.984,1	2.079,9	2.180,4	2.285,8

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.4 Proyección de la demanda

La demanda se determinó a partir de la capacidad instalada de los carros disponibles de la empresa; para ello, cada unidad trabaja 12 horas al día con un tiempo promedio por carrera de 30 minutos según información del gremio de taxista (Expreso, 2023), lo que equivale a 31,500 carreras en el primer año, extendiéndose a 84,331 en el quinto año como se puede apreciar en la tabla 14.

Los detalles de la proyección de la demanda de manera mensual a lo largo de los cinco años de proyección del plan de negocios se encuentran en el [anexo 4](#).

Tabla 14

Proyección de la demanda

Periodos	Demanda servicio de transporte
Año 1	31.500,0
Año 2	41.361,0
Año 3	52.451,0
Año 4	66.500,0
Año 5	84.331,0

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.5 Ingresos

Para determinar la proyección de ingresos se determinó el valor de la carrera promedio que pagarían los usuarios, la cual fue determinada en función de análisis de mercado dando como resultado una media de \$3.85 en el primer año, la cual se proyecta al año cinco con un incremento de \$5,64 como se puede apreciar en la tabla 15.

Tabla 15

Valor de carrera promedio proyectado

Años	Valor de carrera promedio
Año 1	3,85
Año 2	4,24
Año 3	4,66
Año 4	5,12
Año 5	5,64

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

La Tabla 16 presenta los ingresos proyectados para la cooperativa de taxis durante un período de cinco años. En el primer año de operación, se proyecta que los ingresos por el servicio de transporte alcancen un total de \$ 121,275.0 y que este valor aumente en los próximos años hasta alcanzar en el quinto periodo un valor de \$475.355,7. Este crecimiento se atribuye a varios factores como el aumento de la demanda debido al desarrollo urbano y al aumento de la población, una mayor participación de mercado por las estrategias de marketing y publicidad, así como a la mejora de eficiencia. Los detalles de la proyección de venta de manera mensual se encuentran en el [anexo 5](#).

Tabla 16

Proyección de ingresos

Años	Ventas
Año 1	121.275,0
Año 2	175.163,8
Año 3	244.343,0
Año 4	340.769,3
Año 5	475.355,7

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.6 Costos

Para determinar los costos de la actividad de transporte, es necesario establecer el costo promedio por viaje. En el primer año, este costo es de \$0.39, alcanzando los \$0.56 en el quinto año de proyección del plan de negocio, como se muestra en la tabla 17.

Tabla 17

Costo promedio por carrera proyectado

Años	Costo promedio
Año 1	0,39
Año 2	0,42
Año 3	0,47
Año 4	0,51
Año 5	0,56

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

La Tabla 18 muestra la proyección de los costos asociados con la operación de servicios de transporte, comenzando con los costos directos que en el primer año serán de \$12,127.5, incrementándose a \$47,535.6 para el quinto año, lo que indica un crecimiento sostenido en la actividad operativa de la cooperativa. Por otro lado, los sueldos para el primer año serán de \$21,332.00 y se prevé que para el quinto año alcancen los \$27,429.20. En total, los costos pasarán de \$33,459.5 a \$74,964.8, ajustándose a medida que la empresa expande sus operaciones para consolidarse en el mercado. Los detalles de la proyección de costos de manera mensual se encuentran en el [anexo 6](#).

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Tabla 18

Proyección de costos

Oferta de servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de transporte	12.127,5	17.516,4	24.434,3	34.076,9	47.535,6
Sueldos	21.332,0	23.808,6	24.958,6	26.164,5	27.429,2
Total	33.459,5	41.325,0	49.392,9	60.241,4	74.964,8

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.7 Gastos

La Tabla 19 presenta la proyección de los gastos operativos que se esperan para la cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la Zona 8 de Guayaquil-Ecuador, los cuales se clasifican en nueve categorías principales: sueldos, alquiler, limpieza, servicios básicos, seguridad, publicidad, capacitación, permisos de funcionamiento, suministros de oficina y comisiones. El total anual de gastos operativos muestra una progresión de \$48.617,9 en el primer año hasta \$66.092,6 en el quinto año, cuyo incremento refleja el crecimiento considerando la expansión estratégica de sus operaciones. La proyección mensualizada se encuentra en [anexo 7](#).

Tabla 19

Proyección de gastos operativos

Gastos operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	26.247,8	29.327,1	30.753,0	32.248,7	33.817,6
Alquiler	6.000,0	6.600,0	7.260,0	7.986,0	8.784,6
Limpieza	1.341,2	1.475,3	1.622,9	1.785,1	1.963,7
Servicios básicos	2.682,4	2.950,7	3.245,7	3.570,3	3.927,3
Seguridad	600,0	660,0	726,0	798,6	878,5
Publicidad	7.400,4	8.140,4	8.954,5	9.849,9	10.834,9
Capacitación	1.000,0	1.020,0	1.040,4	1.061,2	1.082,4
Permisos funcionamiento	250,0	255,0	260,1	265,3	270,6
Suministros de oficina	670,6	737,7	811,4	892,6	981,8
Comisiones	2.425,5	2.668,1	2.934,9	3.228,3	3.551,2
Total	48.617,9	53.834,3	57.608,9	61.686,1	66.092,6

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.8 Préstamo

La Tabla 20 presenta la proyección de los gastos financieros bajo el método de amortización francesa, donde la mayor parte del pago inicial se destina a cubrir intereses y una menor proporción al capital y que a medida que avanza el tiempo, la proporción de capital en el pago aumenta, lo que reduce la carga de intereses y, por lo tanto, los gastos financieros. En el primer año, los gastos financieros son los más altos, alcanzando los \$5.325,5, dado que el pago inicial del préstamo incluye una porción de intereses, en el segundo y tercer año disminuyen gradualmente, debido a la menor proporción de intereses en los pagos y al aumento del capital amortizado. En cambio, en el cuarto y quinto año, los gastos financieros se aceleran reduciéndose a \$856.1, ya que se paga una mayor proporción del capital y se reducen los intereses residuales. El detalle de la evolución de los gastos financieros y pago de capital se encuentra en el [anexo 8](#).

Tabla 20

Proyección gastos financieros

Periodos	Valor
Año 1	5.325,5
Año 2	4.470,1
Año 3	3.459,6
Año 4	2.266,0
Año 5	856,1

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.9 Proyección de estados financieros

La proyección de los estados financieros de la Cooperativa de Taxis enfocada en mujeres se centra en el estado de resultados, el balance general y el flujo de caja. La Tabla 21 presenta la proyección del estado de resultados, que se basa en la información proporcionada sobre las ventas proyectadas, costos de ventas, gastos operativos y otros ingresos y egresos no operativos. La Utilidad del ejercicio en el primer año será de \$9.160,9, en el segundo año se observa una mejora importante alcanzando

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

\$33.064,7, que se debe a la reducción de gastos desembolsables y el aumento de las ventas; mientras que, en los siguientes años de proyección las ganancias crecen hasta alcanzar los \$181.039,3, cuyo crecimiento se debe principalmente al aumento de las ventas y la gestión eficiente de los costos.

Tabla 21

Proyección estado de resultado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	121.275,0	175.163,8	244.343,0	340.769,3	475.355,7
- Costo de Ventas	33.459,5	41.325,0	49.392,9	60.241,4	74.964,8
Utilidad Bruta en Ventas	87.815,5	133.838,8	194.950,1	280.527,8	400.390,9
- Gastos desembolsables	48.617,9	53.834,3	57.608,9	61.686,1	66.092,6
- Gastos no desembolsables	17.905,3	17.905,3	17.905,3	17.905,3	17.905,3
Utilidad Operacional	21.292,2	62.099,2	119.435,9	200.936,5	316.393,0
- Gastos financiamiento +/- Ing/Eg. No operacionales	5.325,5	4.470,1	3.459,6	2.266,0	856,1
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores	15.966,7	57.629,1	115.976,4	198.670,5	315.536,9
- 15% Reparto Ut. Trabajadores	2.395,0	8.644,4	17.396,5	29.800,6	47.330,5
Utilidad antes de Impuesto Renta	13.571,7	48.984,8	98.579,9	168.869,9	268.206,4
- 25% Impuesto Renta	3.392,9	12.246,2	24.645,0	42.217,5	67.051,6
Utilidad antes de Reserva Legal	10.178,8	36.738,6	73.934,9	126.652,4	201.154,8
- 10% Reserva Legal	1.017,9	3.673,9	7.393,5	12.665,2	20.115,5
Utilidad del ejercicio	9.160,9	33.064,7	66.541,4	113.987,2	181.039,3

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

La Tabla 22 presenta la proyección del balance general, cuya información desglosa por categorías los activos, pasivos y patrimonio, permitiendo analizar la evolución financiera de la cooperativa a lo largo del tiempo. Las utilidades retenidas muestran una variabilidad significativa, donde la

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

empresa empieza con ganancias en el primer año \$9.160,9 notándose un crecimiento importante al llegar al quinto año por \$403,793.5. Este acrecentamiento se debe al aumento en las ventas durante el periodo de proyección, así como por la mejora en la eficiencia operativa y reducción de la deuda, lo que disminuirá los gastos por intereses y aumentará las utilidades netas.

Tabla 22

Proyección balance general

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo	40.000,0	69.151,1	133.321,3	239.725,5	402.779,5	655.013,3
A/F netos	95.420,0	77.514,7	59.609,3	41.704,0	27.498,7	9.593,3
Activos	135.420,0	146.665,8	192.930,6	281.429,5	430.278,1	664.606,6
Ctas.doc. x pagar	-	5.787,9	20.890,6	42.041,4	72.018,1	114.382,1
Préstamo bancario	33.855,0	29.134,1	23.557,7	16.970,8	9.190,4	-
Pasivos	33.855,0	34.922,0	44.448,3	59.012,3	81.208,4	114.382,1
Capital social	101.565,0	101.565,0	101.565,0	101.565,0	101.565,0	101.565,0
Reserva legal		1.017,9	4.691,7	12.085,2	24.750,5	44.865,9
Utilidades retenidas		9.160,9	42.225,6	108.767,0	222.754,2	403.793,5
Patrimonio	101.565,0	111.743,8	148.482,3	222.417,3	349.069,7	550.224,5
Pasivos patrimonio	+ 135.420,0	146.665,8	192.930,6	281.429,5	430.278,1	664.606,6

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

Finalmente, se describe el flujo de caja, el cual registra las transacciones consideradas como entradas y salidas de efectivo para determinar el efectivo neto. Este análisis comienza con la utilidad del ejercicio proveniente del estado de resultados y posteriormente se ajustan las partidas no monetarias.

Así, se consideran los gastos no desembolsables, la reserva legal, deudas no pagadas en el periodo, deudas pagadas, amortización del capital pagado y valores en libros en caso de ventas. El resultado es el flujo de caja del periodo, que para el primer año, según las proyecciones, será de

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

\$29,151.10, observándose un incremento adecuado al llegar al quinto año con un valor de \$252,233.80, como se muestra en la tabla 23.

Tabla 23

Flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad del ejercicio		9.160,9	33.064,7	66.541,4	113.987,2	181.039,3
+ Gastos no desembolsables		17.905,3	17.905,3	17.905,3	17.905,3	17.905,3
+ Reserva Legal		1.017,9	3.673,9	7.393,5	12.665,2	20.115,5
+ Deudas no pagadas en el periodo		5.787,9	20.890,6	42.041,4	72.018,1	114.382,1
- Deudas pagadas		-	-5.787,9	-20.890,6	-42.041,4	-72.018,1
- Amortización (cap. pagado)		-4.720,9	-5.576,4	-6.586,9	-7.780,5	-9.190,4
+ Valor en Libros (si se vende)		-	-	-	-	-
Inversión	-135.420,0				-3.700,0	
Préstamo a largo plazo	33.855,0					
Flujo de Caja	-101.565,0	29.151,1	64.170,2	106.404,3	163.053,9	252.233,8

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.10 Factibilidad financiera

La Tabla 24 se presenta el análisis de la factibilidad financiera de la cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la Zona 8, Guayaquil-Ecuador, donde se contempla los indicadores financieros como VAN, la TIR y el Payback, que son esenciales para evaluar la viabilidad y el rendimiento de cualquier proyecto de inversión. El VAN muestra el valor presente de los flujos de efectivo futuros del proyecto, descontados a la tasa de descuento, el cual fue positivo de \$302.477,39; lo cual indica que el valor presente de los flujos de caja futuros supera la inversión inicial, lo que confirma la viabilidad financiera del proyecto. La TIR muestra la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea cero, en este caso fue del 68,15%, lo que significa que el proyecto ofrece una rentabilidad superior al WACC del

11,67%, lo que sugiere que el proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas. Por otro lado, el Payback muestra cómo se recupera la inversión inicial a lo largo del tiempo, donde inicialmente, este indicador es negativo, pero se vuelve positivo después de dos años cuatro meses.

Tabla 24

Proyección factibilidad financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo	-101.565,0	29.151,1	64.170,2	106.404,3	163.053,9	252.233,8
Valor presente	-101.565,0	26.104,1	51.456,3	76.404,3	104.843,8	145.233,9
Payback	-101.565,0	-75.460,9	-24.004,6	52.399,7	157.243,5	302.477,4

Tasa de retorno esperada	12,0%
Interés del Banco	16,77%

Aportes Propios	75,0%
Aportes otros	25,0%

Impuestos	36,3%
-----------	-------

WACC	11,67%
------	--------

TIR	68,15%
VAN	302.477,39
PAYBACK	2 años 4 meses

Fuente: Investigación.
Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.11 Punto de equilibrio

La Tabla 25 se presenta la proyección del punto de equilibrio que es el nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir, donde la cooperativa no obtiene ni pérdidas ni ganancias. El punto de equilibrio, que indica el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos, que en el primer periodo será de \$74,497.0, notándose un aumento hasta el quinto año de \$79,483.4.

Esta tendencia indica que la cooperativa necesita realizar más carreras durante el período de proyección para cubrir sus costos. El crecimiento del margen de contribución evidencia una mayor eficiencia operativa y

rentabilidad; en otras palabras, el aumento de las ventas genera mayores ingresos para la cooperativa, y la aplicación de medidas de control de costos mantiene estables los costos fijos y minimiza el crecimiento de los costos variables.

Tabla 25

Proyección punto de equilibrio

Punto de equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo fijo	53.943,4	58.304,3	61.068,4	63.952,0	66.948,7
Ventas - costo variable	87.815,5	133.838,8	194.950,1	280.527,8	400.390,9
Punto de equilibrio	61%	44%	31%	23%	17%
Carrera promedio	121.275,0	175.163,8	244.343,0	340.769,3	475.355,7
Costos promedios	33.459,5	41.325,0	49.392,9	60.241,4	74.964,8
Costos fijos	53.943,4	58.304,3	61.068,4	63.952,0	66.948,7
Verificación					
Ventas	74.497,0	76.306,8	76.540,8	77.685,3	79.483,4
Costos variables	20.553,6	18.002,5	15.472,4	13.733,3	12.534,7
Costos fijos	53.943,4	58.304,3	61.068,4	63.952,0	66.948,7
Utilidad	-	-	-	-	-

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

3.12 Ratios financieros

La Tabla 26 proporciona una visión clara del desempeño financiero proyectado de la cooperativa a través de diversos ratios financieros como liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia en el uso de recursos, debido a su relevancia en la evaluación del desenvolvimiento económico y operativo a lo largo del tiempo. La razón corriente muestra una mejora importante al pasar de 1,98 en el primer año a 5,73 en el quinto año, lo que indica una creciente capacidad para cubrir sus pasivos a corto plazo con sus activos a corto plazo, reflejando una mejora en la liquidez. El capital de trabajo proyectado muestra un cambio de \$34,229.1 a \$540,631.2, lo cual sugiere una gestión eficiente de los activos y pasivos corrientes, permitiendo a la empresa mantener operaciones fluidas y financiar su crecimiento.

La rotación del activo total mantiene un promedio de 0.82; entre tanto que, el ratio de endeudamiento se mantiene con una media de 0.21. mientras que, el leverage total se mueve en un rango de 0.21 a 0.31, lo cual refleja un bajo apalancamiento financiero de la cooperativa, reduciendo su riesgo financiero a lo largo del tiempo.

La cobertura del pasivo financiero disminuye de 0,24 en el primer año a 0.0 en el quinto año, lo que sugiere que la cooperativa está pagando sus deudas financieras de manera eficiente, reduciendo la necesidad de cobertura a lo largo del tiempo; por otro lado, la cobertura del gasto financiero muestra una mejora importante, pasando de 4,0 en el primer año a 369,59 en el quinto año, cuyo notable incremento refleja una capacidad creciente para cubrir los gastos financieros con las ganancias antes de intereses e impuestos (EBIT), indicando una mejor gestión de los costos financieros. El margen bruto aumenta de 72,4% en el primer año a 84,2% en el quinto año, mostrando una mejora en la rentabilidad de las operaciones principales, lo que indica un control eficiente de los costos de los servicios proporcionados.

El margen operativo experimenta mantiene un crecimiento satisfactorio al pasar de 17.6% a 66.6%, lo cual sugiere que la cooperativa no solo está mejorando su eficiencia operativa, sino que también está aumentando su capacidad para generar ingresos operativos después de cubrir todos los gastos operativos. El margen neto mejora de manera notable, desde 7.6% en el primer año hasta 38,1% en el quinto año, donde este aumento refleja una mayor rentabilidad neta.

Finalmente, el Retorno sobre los Activos (ROA) mejora de 6,2% en el primer año a 27,2% en el quinto año, indicando una creciente eficiencia en el uso de los activos para generar ganancias netas. Entre tanto que el Retorno sobre el Patrimonio (ROE) muestra una recuperación adecuada al pasar de 8.2% en el primer año a 32,9% en el quinto año, lo que demuestra una

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

mejora en la capacidad de la organización para generar utilidades sobre los recursos propios invertidos, aumentando así el valor para los accionistas de la empresa.

Tabla 26

Proyección ratios financieros

Ratios financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	1,98	3,00	4,06	4,96	5,73
Capital de trabajo	34.229,1	88.873,0	180.713,3	321.571,0	540.631,2
Rotación del activo total	0,83	0,91	0,87	0,79	0,72
Endeudamiento	0,24	0,23	0,21	0,19	0,17
Leverage total	0,31	0,30	0,27	0,23	0,21
Cobertura pasivo financiero	0,24	0,13	0,07	0,03	-
Cobertura gasto financiero	4,00	13,89	34,52	88,68	369,59
Margen bruto	72,4%	76,4%	79,8%	82,3%	84,2%
Margen operativo	17,6%	35,5%	48,9%	59,0%	66,6%
Margen neto	7,6%	18,9%	27,2%	33,4%	38,1%
ROA	6,2%	17,1%	23,6%	26,5%	27,2%
ROE	8,2%	22,3%	29,9%	32,7%	32,9%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Mariuxi Cevallos.

Capítulo 4: Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

La inclusión de conductoras femeninas en el servicio de taxis en la Zona 8 de Guayaquil ha llevado a una mayor diversificación y ha atraído a un segmento de clientes que se siente más seguro con mujeres al volante. La estadística sugiere que las conductoras tienden a adherirse más a las normas de tránsito, muestran mayor precaución y presentan un menor nivel de comportamientos agresivos al conducir, lo que reduce la probabilidad de accidentes graves y de infracciones de tráfico.

Con respecto al primer capítulo se planteó la falta de opciones de transporte seguro para mujeres por la escasa presencia de conductoras femeninas en taxis convencionales, perpetuando un ambiente hostil y desigual. Se propuso un plan de ventas con medidas de control como protocolos de seguridad y políticas inclusivas.

En cuanto al capítulo dos, Metrópolis Rosa presenta una propuesta comercial enfocada en ofrecer transporte seguro y confiable exclusivamente para mujeres en Guayaquil. La estrategia incluye optimización de rutas mediante tecnología avanzada, capacitación continua para conductoras en eficiencia y seguridad, y automatización de procesos administrativos para mejorar la eficiencia y reducir costos.

El plan de ventas para una cooperativa de taxis enfocada en mujeres en la zona 8 requirió una inversión de \$135,420.0, financiada con un 75% de fondos propios y un 25% mediante un préstamo bancario a cinco años con una tasa de interés del 16.77%. La TIR calculada es del 68.15%, superior al WACC de 11.67%, lo que indica un VAN positivo de \$302,477.39 y una recuperación de la inversión en dos años y cuatro meses, confirmando la viabilidad financiera del proyecto.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda reconocer y abordar los estereotipos de género que generan desconfianza en las habilidades de conducción de las mujeres. Al educar tanto a empleadores como a clientes sobre las competencias igualitarias entre conductores y conductoras, se puede empezar a dismantelar estas creencias arraigadas y promover un entorno más inclusivo.

Se recomienda implementar políticas de contratación y promoción que favorezcan la igualdad de oportunidades laborales para las mujeres en el servicio de taxis. Estas políticas deben estar acompañadas de programas de mentoría y apoyo, asegurando que las conductoras tengan acceso a las mismas oportunidades de desarrollo profesional que sus colegas masculinos.

Se recomienda fomentar una cultura de respeto y aceptación dentro del servicio de taxis mediante la capacitación en diversidad y sensibilidad de género. Esta formación debe ser obligatoria para todos los empleados, con el objetivo de crear un ambiente de trabajo que valore y respete a todas las personas, independientemente de su género.

Se recomienda invertir en la capacitación continua de las conductoras, enfocándose en habilidades avanzadas de conducción, atención al cliente y manejo de emergencias. Estas capacitaciones no solo mejoran las competencias de las conductoras, sino que también ayudan a desafiar los estereotipos de género, demostrando su profesionalismo y capacidad.

Se recomienda llevar a cabo campañas de sensibilización que destaquen las capacidades y logros de las conductoras femeninas. Estas campañas deben incluir testimonios y estudios de caso que muestren ejemplos

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

exitosos, con el fin de cambiar las percepciones culturales y reducir los prejuicios de género en el sector del transporte público.

5 Bibliografía

- Argohty, A., Andrade, C., Bernal, J., & Donoso, K. (2024). Transporte público en Ecuador: evaluación de dinámica, seguridad y acceso al servicio de taxis. *Territorios*(50). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.11374>
- Banco Central del Ecuador. (2024). *La economía ecuatoriana registró un crecimiento de 2,4% en 2023*. BCE: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-de-2-4-en-2023-1616>
- Blanco, F. (2021). *Dirección de ventas: Liderazgo en el Siglo XXI*. Univerdad de Palermo. <https://books.google.com.ec/books?id=V61MEAAAQBAJ&lpg=PT11&ots=jzmfNJe7mG&dq=plan%20de%20ventas&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=plan%20de%20ventas&f=false>
- Camejo, D., Peña, B., y Valera, M. (2020). Plan publicitario para el impulso de las ventas a través de las redes sociales. *Revista Peruana de Administración*, 2(2), 1-12. <https://doi.org/https://revistawarisata.org/index.php/repa/article/view/207>
- Castro, M., & Floril, P. (2022). Calidad del servicio de transporte y la decisión del traslado en tiempos de pandemia. *Apuntes de Economía y Sociedad*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.5377/aes.v3i1.14605>
- Cortés, A., & Rosales, R. (2021). Condiciones laborales y de salud de las conductoras de taxi de la Ciudad de México. En *Condiciones Laborales y de Salud: Estudios de Caso*. Tesis de grado. Repositorio de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Recuperado de <https://repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/bitst>.
- El Universo. (2022). Guayaquil sigue siendo el cantón más poblado de Ecuador, según datos del último censo del INEC. <https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/guayaquil-sigue-siendo-el-canton-mas-poblado-de-ecuador-segun-datos-del-ultimo->

- Hernández, C., Ávila, A., Aguilar, M., & Vázquez, V. (2023). Análisis espacial de las dinámicas de movilidad en la Zona Metropolitana de San Luis Potosí. *Estudios demográficos y urbanos*, 38(2). <https://doi.org/10.24201/edu.v38i2.2123>
- Hernández, S. (2020). La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en día. . *Gestión en el tercer milenio*, 23(45), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- INEC. (2023). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiNGUxZjQyMDUtMzg0Zi00MzI0LTk5NWEtY2JiMWUzM2YyYjdlliwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWmtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- INEC. (2023). Estadísticas del Censo Ecuador 2022. <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). *Estadísticas Laborales – febrero 2024*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-enemdu/>
- Kotler, P. (2015). www.kotler.com
- Kotler, P., Kartajaya, H., y Satiawan, I. (2019). *Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. Lid Editorial Mexicana Sa de Cv. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=y_kuEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=estrategia%2Bmarketing%2Btaxistas+femeninas%2Bdelhi&ots=MpBrMZfgQW&sig=Qx02w2iQBdKd85vjjBkq32Hwi m0#v=onepage&q&f=false
- Mella, C. (2023). *Ecuador convoca elecciones anticipadas para el 20 de agosto y se lanza a la precampaña*. El País: <https://elpais.com/internacional/2023-05-26/ecuador-convoca-elecciones-anticipadas-para-el-20-de-agosto-y-se-lanza-a-la-precampana.html>
- Mercado, D. R., Sepúlveda, J. A., Pedraza, L. E., & Hernández, H. (2024). Modelo de implementación de tic en el sector transporte de la ciudad de barranquilla utilizando dinámica de sistemas. *Dimensión*

- Empresarial*, 12(1).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632014000100004
- Mogrovejo, A., & Cabrera, C. (2022). Marketing digital en el Ecuador tras la crisis sanitaria de la Covid-19. *Sociedad & Tecnología*, 5(2), 1-12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51247/st.v5i2.209>
- Navarro, A. (2022). *III Observatorio de la Mujer Taxista*. https://www.free-now.com/fileadmin/Markets/Spain/Press/20220303_IWD_NP_7_de_cada_10_mujeres_se_han_sentido_discriminadas_en_su_trabajo.docx.pdf
- Núñez, E., & Miranda, J. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), 1-12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>
- Núñez, S. (10 de 10 de 2022). Silvia Núñez: www.syn.com
- ONU Mujeres. (2022). *Ciudades Seguras: Prácticas cotidianas (Espacio público, barrios, educación)*. <https://ecuador.unwomen.org/sites/default/files/2023-06/Ciudades%20Seguras%20Espacio%20publico%2C%20barrios%20educacion.pdf>
- Orozco, K., Toapanta, E., González, E., y González, D. (2022). Plan de marketing digital para incrementar las ventas. Caso de estudio ferretería. *Ciencia Latina*, 6(4), 1-12.
https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2733
- Paquette, C. (2020). Regeneración urbana: un panorama latinoamericano. *Revista INVI*, 35(100), 1-12.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582020000300038>
- Peña, C. (2023). *Planificación de ventas y operaciones. S&OP en 14 claves*. Marge Books.
- Pires, F., Vilasís, J., Anglada, O., y Masanet, M. (2022). Denuncia y autodefensa de acoso sexual y violencias en Uber: Historias de

- usuarias en Twitter y TikTok. *Sistema de Gestión Digital de la Información*, 48, 1-12. <http://fima-docencia.ub.edu:8080/xmlui/handle/123456789/742>
- Santos, A., Solorzano, N., y Chunga, R. (2023). Negocios inclusivos como estrategia de creación de valor en el sector exportador ecuatoriano. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 7(11), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/pc.v7i11.4849>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2021). *Guía constitución de Sociedades Anónimas Simplificadas*. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf
- Valverde, E. (2022). Mujeres y espacio público: el acoso sexual como mecanismo regulador y disciplinador. *Centro de Investigación en Estudios de la Mujer*, 38(29), 64-85. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7498590>
- Vieyra, M., & Ortega, M. (2021). Análisis del proceso de inclusión socio-laboral de la mujer: Formación y capacitación para promoción-equidad de género. *Revista pedagógica de la Universidad Cienfuegos*, 17(81), 443-449. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000400443
- Zavaleta, M., Cavero, M., Garagatti, K., y Venegas, P. (2023). Marketing experiencial en el valor de marca: Revisión sistemática. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(101), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.21>

6 Anexos

6.1 Anexo 1

Préstamo bancario

Periodos mensuales	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Interés		473,1	468,0	462,9	457,6	452,3	447,0	441,5	436,0	430,4	424,7	418,9	413,1
Capital Pagado		364,1	369,2	374,3	379,6	384,9	390,2	395,7	401,2	406,8	412,5	418,3	424,1
Dividendos		837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2
Saldo	33.855,0	33.490,9	33.121,8	32.747,4	32.367,9	31.983,0	31.592,8	31.197,1	30.795,9	30.389,0	29.976,5	29.558,2	29.134,1

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	407,1	401,1	395,0	388,9	382,6	376,2	369,8	363,3	356,7	349,9	343,1	336,2
	430,1	436,1	442,2	448,3	454,6	461,0	467,4	473,9	480,6	487,3	494,1	501,0
	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2
	28.704,0	28.268,0	27.825,8	27.377,5	26.922,9	26.461,9	25.994,5	25.520,6	25.040,0	24.552,8	24.058,7	23.557,7

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
	329,2	322,1	314,9	307,6	300,2	292,7	285,1	277,4	269,6	261,6	253,6	245,4
	508,0	515,1	522,3	529,6	537,0	544,5	552,1	559,8	567,6	575,6	583,6	591,8
	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2
	23.049,7	22.534,7	22.012,4	21.482,8	20.945,8	20.401,3	19.849,2	19.289,4	18.721,8	18.146,2	17.562,6	16.970,8

	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
	237,2	228,8	220,3	211,7	202,9	194,1	185,1	176,0	166,7	157,3	147,8	138,2
	600,0	608,4	616,9	625,5	634,3	643,2	652,1	661,3	670,5	679,9	689,4	699,0
	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2
	16.370,8	15.762,4	15.145,5	14.519,9	13.885,6	13.242,5	12.590,3	11.929,1	11.258,6	10.578,7	9.889,4	9.190,4

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
128,4	118,5	108,5	98,3	88,0	77,5	66,9	56,1	45,2	34,1	22,9	11,5
708,8	718,7	728,7	738,9	749,2	759,7	770,3	781,1	792,0	803,1	814,3	825,7
837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2	837,2
8.481,6	7.762,9	7.034,2	6.295,3	5.546,1	4.786,4	4.016,1	3.235,0	2.443,0	1.639,9	825,7	-

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

6.2 Anexo 2

Detalle sueldos administrativos

Proyecciones mensuales para el año 1						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	800,0	66,7	38,3		97,2	1.002,2
Servicio al cliente	460,0	38,3	38,3		55,9	592,6
Asistente administrativo	460,0	38,3	38,3		55,9	592,6
Total mensual	1.720,0	143,3	115,0		209,0	2.187,3

Proyecciones mensuales para el año 2						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	840,0	70,0	39,2	70,0	102,1	1.121,2
Servicio al cliente	483,0	40,3	39,2	40,3	58,7	661,4
Asistente administrativo	483,0	40,3	39,2	40,3	58,7	661,4
Total mensual	1.806,0	150,5	117,5	150,5	219,4	2.443,9

Proyecciones mensuales para el año 3						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	882,0	73,5	40,0	73,5	107,2	1.176,2
Servicio al cliente	507,2	42,3	40,0	42,3	61,6	693,3
Asistente administrativo	507,2	42,3	40,0	42,3	61,6	693,3
Total mensual	1.896,3	158,0	120,0	158,0	230,4	2.562,8

Proyecciones mensuales para el año 4						
Nómina	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	926,1	77,2	40,8	77,2	112,5	1.233,8
Servicio al cliente	532,5	44,4	40,8	44,4	64,7	726,8
Asistente administrativo	532,5	44,4	40,8	44,4	64,7	726,8
Total mensual	1.991,1	165,9	122,5	165,9	241,9	2.687,4

Proyecciones mensuales para el año 5

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Nómina	Sueldo	13 ^o Sueldo	14 ^o Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	972,4	81,0	41,7	81,0	118,1	1.294,3
Servicio al cliente	559,1	46,6	41,7	46,6	67,9	761,9
Asistente administrativo	559,1	46,6	41,7	46,6	67,9	761,9
Total mensual	2.090,7	174,2	125,0	174,2	254,0	2.818,1

"PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024"

6.3 Anexo 3

Detalle sueldos operativos

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	460,0	38,3	38,3		55,9	592,6
Operario 2	460,0	38,3	38,3		55,9	592,6
Operario 3	460,0	38,3	38,3		55,9	592,6
Total mensual	1.380,0	115,0	115,0		167,7	1.777,7

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	483,0	40,3	39,2	40,3	58,7	661,4
Operario 2	483,0	40,3	39,2	40,3	58,7	661,4
Operario 3	483,0	40,3	39,2	40,3	58,7	661,4
Total mensual	1.449,0	120,8	117,5	120,8	176,1	1.984,1

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	507,2	42,3	40,0	42,3	61,6	693,3
Operario 2	507,2	42,3	40,0	42,3	61,6	693,3
Operario 3	507,2	42,3	40,0	42,3	61,6	693,3
Total mensual	1.521,5	126,8	120,0	126,8	184,9	2.079,9

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	532,5	44,4	40,8	44,4	64,7	726,8
Operario 2	532,5	44,4	40,8	44,4	64,7	726,8
Operario 3	532,5	44,4	40,8	44,4	64,7	726,8
Total mensual	1.597,5	133,1	122,5	133,1	194,1	2.180,4

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	559,1	46,6	41,7	46,6	67,9	761,9
Operario 2	559,1	46,6	41,7	46,6	67,9	761,9
Operario 3	559,1	46,6	41,7	46,6	67,9	761,9
Total mensual	1.677,4	139,8	125,0	139,8	203,8	2.285,8

6.4 Anexo 4

Proyección de la demanda mensualizada

Meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	2.772,0	3.084,0	3.911,0	4.959,0	6.288,0
Febrero	2.268,0	3.146,0	3.989,0	5.058,0	6.414,0
Marzo	2.520,0	3.209,0	4.069,0	5.159,0	6.542,0
Abril	2.394,0	3.273,0	4.150,0	5.262,0	6.673,0
Mayo	2.646,0	3.338,0	4.233,0	5.367,0	6.806,0
Junio	2.520,0	3.405,0	4.318,0	5.474,0	6.942,0
Julio	2.898,0	3.473,0	4.404,0	5.583,0	7.081,0
Agosto	3.024,0	3.542,0	4.492,0	5.695,0	7.223,0
Septiembre	2.520,0	3.613,0	4.582,0	5.809,0	7.367,0
Octubre	2.394,0	3.685,0	4.674,0	5.925,0	7.514,0
Noviembre	2.520,0	3.759,0	4.767,0	6.044,0	7.664,0
Diciembre	3.024,0	3.834,0	4.862,0	6.165,0	7.817,0
Total	31.500,0	41.361,0	52.451,0	66.500,0	84.331,0

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES
EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

6.5 Anexo 5

Proyección de ventas mensualizadas

Meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	10.672,2	13.060,7	18.219,4	25.411,7	35.444,1
Febrero	8.731,8	13.323,3	18.582,8	25.919,0	36.154,3
Marzo	9.702,0	13.590,1	18.955,4	26.436,5	36.875,8
Abril	9.216,9	13.861,2	19.332,8	26.964,3	37.614,3
Mayo	10.187,1	14.136,4	19.719,4	27.502,4	38.364,0
Junio	9.702,0	14.420,2	20.115,4	28.050,7	39.130,6
Julio	11.157,3	14.708,2	20.516,0	28.609,2	39.914,1
Agosto	11.642,4	15.000,4	20.926,0	29.183,2	40.714,5
Septiembre	9.702,0	15.301,1	21.345,2	29.767,3	41.526,2
Octubre	9.216,9	15.606,0	21.773,8	30.361,8	42.354,8
Noviembre	9.702,0	15.919,4	22.207,1	30.971,6	43.200,3
Diciembre	11.642,4	16.237,0	22.649,6	31.591,6	44.062,7
Total	121.275,0	175.163,8	244.343,0	340.769,3	475.355,7

6.6 Anexo 6

Proyección de costos mensuales

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 1													
Oferta de servicios	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Servicio de transporte	1.067,2	873,2	970,2	921,7	1.018,7	970,2	1.115,7	1.164,2	970,2	921,7	970,2	1.164,2	12.127,5
Sueldos	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	1.777,7	21.332,0
Total	2.844,9	2.650,9	2.747,9	2.699,4	2.796,4	2.747,9	2.893,4	2.941,9	2.747,9	2.699,4	2.747,9	2.941,9	33.459,5

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 2													
Oferta de servicios	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Servicio de transporte	1.306,1	1.332,3	1.359,0	1.386,1	1.413,6	1.442,0	1.470,8	1.500,0	1.530,1	1.560,6	1.591,9	1.623,7	17.516,4
Sueldos	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	1.984,1	23.808,6
Total	3.290,1	3.316,4	3.343,1	3.370,2	3.397,7	3.426,1	3.454,9	3.484,1	3.514,2	3.544,7	3.576,0	3.607,8	41.325,0

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 3													
Oferta de servicios	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Servicio de transporte	1.821,9	1.858,3	1.895,5	1.933,3	1.971,9	2.011,5	2.051,6	2.092,6	2.134,5	2.177,4	2.220,7	2.265,0	24.434,3
Sueldos	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	2.079,9	24.958,6
Total	3.901,8	3.938,2	3.975,4	4.013,2	4.051,8	4.091,4	4.131,5	4.172,5	4.214,4	4.257,3	4.300,6	4.344,8	49.392,9

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 4													
----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Oferta de servicios	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Servicio de transporte	2.541,2	2.591,9	2.643,7	2.696,4	2.750,2	2.805,1	2.860,9	2.918,3	2.976,7	3.036,2	3.097,2	3.159,2	34.076,9
Sueldos	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	2.180,4	26.164,5
Total	4.721,5	4.772,3	4.824,0	4.876,8	4.930,6	4.985,4	5.041,3	5.098,7	5.157,1	5.216,6	5.277,5	5.339,5	60.241,4

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 5

Oferta de servicios	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Servicio de transporte	3.544,4	3.615,4	3.687,6	3.761,4	3.836,4	3.913,1	3.991,4	4.071,4	4.152,6	4.235,5	4.320,0	4.406,3	47.535,6
Sueldos	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	2.285,8	27.429,2
Total	5.830,2	5.901,2	5.973,4	6.047,2	6.122,2	6.198,8	6.277,2	6.357,2	6.438,4	6.521,2	6.605,8	6.692,0	74.964,8

6.7 Anexo 7

Proyección de gastos mensuales

Gastos operacionales proyectados: año 1													
Gastos operacionales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Sueldos	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	2.187,3	26.247,8
Alquiler	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	6.000,0
Limpieza	100,0	102,0	104,0	106,1	108,2	110,4	112,6	114,9	117,2	119,5	121,9	124,3	1.341,2
Servicios básicos	200,0	204,0	208,1	212,2	216,5	220,8	225,2	229,7	234,3	239,0	243,8	248,7	2.682,4
Seguridad	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	600,0
Publicidad	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	616,7	7.400,4
Capacitación													1.000,0
Permisos funcionamiento													250,0
Suministros de oficina	50,0	51,0	52,0	53,1	54,1	55,2	56,3	57,4	58,6	59,8	60,9	62,2	670,6
Comisiones	213,4	174,6	194,0	184,3	203,7	194,0	223,1	232,8	194,0	184,3	194,0	232,8	2.425,5
Total	3.917,5	3.885,6	3.912,2	3.909,8	3.936,6	3.934,5	3.971,3	3.988,9	3.958,1	3.956,6	3.974,7	4.022,0	48.617,9

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Gastos operacionales proyectados: año 2													
Gastos operacionales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Sueldos	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	2.443,9	29.327,1
Alquiler	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	550,0	6.600,0
Limpieza	110,0	112,2	114,4	116,7	119,1	121,4	123,9	126,4	128,9	131,5	134,1	136,8	1.475,3
Servicios básicos	220,0	224,4	228,9	233,5	238,1	242,9	247,8	252,7	257,8	262,9	268,2	273,5	2.950,7
Seguridad	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	660,0
Publicidad	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	678,4	8.140,4
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.020,0
Permisos funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	255,0
Suministros de oficina	55,0	56,1	57,2	58,4	59,5	60,7	61,9	63,2	64,4	65,7	67,0	68,4	737,7
Comisiones	234,8	192,1	213,4	202,8	224,1	213,4	245,5	256,1	213,4	202,8	213,4	256,1	2.668,1
Total	4.347,1	4.312,1	4.341,3	4.338,6	4.368,2	4.365,8	4.406,3	4.425,7	4.391,8	4.390,2	4.410,1	4.462,1	53.834,3

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Gastos operacionales proyectados: año 3													
Gastos operacionales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Sueldos	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	2.562,8	30.753,0
Alquiler	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	605,0	7.260,0
Limpieza	121,0	123,4	125,9	128,4	131,0	133,6	136,3	139,0	141,8	144,6	147,5	150,4	1.622,9
Servicios básicos	242,0	246,8	251,8	256,8	261,9	267,2	272,5	278,0	283,5	289,2	295,0	300,9	3.245,7
Seguridad	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	60,5	726,0
Publicidad	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	746,2	8.954,5
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.040,4
Permisos funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	260,1
Suministros de oficina	60,5	61,7	62,9	64,2	65,5	66,8	68,1	69,5	70,9	72,3	73,7	75,2	811,4
Comisiones	258,3	211,3	234,8	223,0	246,5	234,8	270,0	281,7	234,8	223,0	234,8	281,7	2.934,9
Total	4.656,2	4.617,7	4.649,9	4.646,9	4.679,4	4.676,8	4.721,4	4.742,7	4.705,4	4.703,6	4.725,5	4.782,8	57.608,9

Gastos operacionales proyectados: año 4

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Gastos operacionales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Sueldos	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	2.687,4	32.248,7
Alquiler	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	665,5	7.986,0
Limpieza	133,1	135,8	138,5	141,2	144,1	147,0	149,9	152,9	155,9	159,1	162,2	165,5	1.785,1
Servicios básicos	266,2	271,5	277,0	282,5	288,1	293,9	299,8	305,8	311,9	318,1	324,5	331,0	3.570,3
Seguridad	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	66,6	798,6
Publicidad	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	820,8	9.849,9
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.061,2
Permisos funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	265,3
Suministros de oficina	66,6	67,9	69,2	70,6	72,0	73,5	74,9	76,4	78,0	79,5	81,1	82,7	892,6
Comisiones	284,1	232,4	258,3	245,4	271,2	258,3	297,0	309,9	258,3	245,4	258,3	309,9	3.228,3
Total	4.990,2	4.947,9	4.983,2	4.980,0	5.015,7	5.012,9	5.061,9	5.085,3	5.044,4	5.042,4	5.066,4	5.129,4	61.686,1

Gastos operacionales proyectados: año 5

“PLAN DE VENTAS PARA UNA COOPERATIVA DE TAXIS ENFOCADA EN MUJERES EN LA ZONA 8, GUAYAQUIL-ECUADOR, 2024”

Gastos operacionales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Sueldos	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	2.818,1	33.817,6
Alquiler	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	732,1	8.784,6
Limpieza	146,4	149,3	152,3	155,4	158,5	161,6	164,9	168,2	171,5	175,0	178,5	182,0	1.963,7
Servicios básicos	292,8	298,7	304,6	310,7	317,0	323,3	329,8	336,4	343,1	349,9	356,9	364,1	3.927,3
Seguridad	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2	878,5
Publicidad	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	902,9	10.834,9
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.082,4
Permisos funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	270,6
Suministros de oficina	73,2	74,7	76,2	77,7	79,2	80,8	82,4	84,1	85,8	87,5	89,2	91,0	981,8
Comisiones	312,5	255,7	284,1	269,9	298,3	284,1	326,7	340,9	284,1	269,9	284,1	340,9	3.551,2
Total	5.351,2	5.304,7	5.343,5	5.340,0	5.379,3	5.376,2	5.430,1	5.455,8	5.410,8	5.408,6	5.435,0	5.504,4	66.092,6

6.8 Anexo 8

Proyección de gastos financieros mensuales

Periodos anuales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés Capital		5.325,5	4.470,1	3.459,6	2.266,0	856,1
Pagado		4.720,9	5.576,4	6.586,9	7.780,5	9.190,4
Dividendos		10.046,4	10.046,4	10.046,4	10.046,4	10.046,4
Saldo	33.855,0	29.134,1	23.557,7	16.970,8	9.190,4	-