



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO**  
**“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA**  
**APLICACIÓN DE TRANSPORTE**  
**SafeWayz”:**

**GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO**

Elaborado por:

**Jazmin Katherine Andrade Martínez**

**Tutoría por: NÉSTOR VASQUEZ**

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

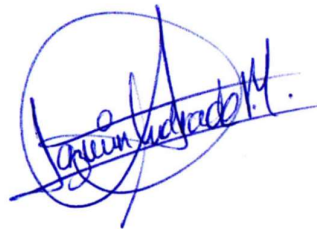
**Guayaquil, Ecuador**  
**Enero, 2024**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Jazmin Katherine Andrade Martínez** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo de titulación “**Estudio de mercado para la aplicación de transporte SafeWayz**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**SafeWayz**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Jazmin Katherine Andrade Martínez, Vladimir Fernando Andrade Morales, Alex Boris Bastidas Guevara, César Antonio Macias Zevallos, Marcel Eduardo Montero Lazo, Blanca Victoria Parra Cabrera.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



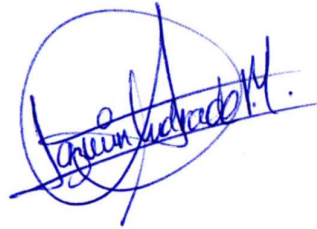
---

**Jazmin Katherine Andrade Martínez**  
**0918359753**

Declaro que

**Yo, Jazmin Katherine Andrade Martínez** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Estudio de mercado para la aplicación de transporte SafeWayz**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**Jazmin Katherine Andrade Martínez**  
**0918359753**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación se enfoca en el análisis y desarrollo de una empresa de taxis seguros dirigida a niños y adolescentes en Ecuador. El objetivo principal es comprender las necesidades y preferencias de estos grupos de clientes específicos y evaluar la viabilidad de ofrecer un servicio especializado y confiable. En primer lugar, se realizó un modelo demográfico para identificar las características de cada segmento de mercado. Se destacó la importancia de la seguridad y comodidad en el servicio, así como la adaptación a las necesidades especiales de cada grupo, como vehículos adaptados para personas con movilidad reducida.

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis FODA para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrentaría la empresa. Se resaltó el enfoque en la seguridad, los conductores capacitados y las oportunidades de alianzas estratégicas como aspectos positivos, mientras que los costos operativos y la competencia en el mercado representan desafíos. El trabajo también consideró la importancia de la segmentación del mercado en función de la edad, género y estrato socioeconómico, lo que permitiría adaptar las estrategias de marketing y operaciones de manera efectiva.

En conclusión, este estudio de investigación ofrece una visión clara y profunda de la viabilidad y potencial de una empresa de taxis seguros para niños y adolescentes en Ecuador. Se destaca la importancia de enfocarse en la seguridad, adaptarse a las necesidades específicas de cada grupo y aprovechar las oportunidades de mercado para lograr el éxito en este tipo de negocio. La implementación de estrategias diferenciadas y el cumplimiento de los requisitos legales son clave para alcanzar el éxito en este mercado en crecimiento.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Jazmín Andrade, Vladimir Andrade, Alex Bastidas, Cesar Macias, Marcel Montero, Blanca Parra y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Estudio de mercado para la aplicación de transporte SafeWayz”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

**Palabras clave:** Design Thinking, plan estratégico, movilidad segura, taxi seguro, segmentación de mercado.

## CONSIDERACIONES ÉTICAS

En el marco de la elaboración del modelo de negocio para la empresa de taxis seguros, se ha otorgado un énfasis particular a las consideraciones éticas, fundamentalmente orientadas hacia el respeto a la propiedad intelectual y la adopción de prácticas éticas en las relaciones con las partes involucradas.

En primer lugar, es crucial resaltar que el proceso de desarrollo del plan de negocios, denominado "Estudio de mercado para la aplicación de transporte SafeWayz", se ha conducido bajo estrictos principios éticos. Se ha garantizado que cualquier idea, concepto o información utilizada en el documento sea tratada con la debida autorización y reconocimiento de su origen, evitando cualquier forma de plagio o apropiación indebida.

Además, se ha llevado a cabo una cuidadosa revisión de la propiedad intelectual relacionada con el proyecto. Se ha procurado identificar y respetar los derechos de autor y otras formas de propiedad intelectual de terceros, asegurando que cualquier material utilizado cumpla con los requisitos legales y éticos. En cuanto a las relaciones con las personas involucradas en el proyecto, se ha asumido un compromiso firme con el comportamiento ético. Esto implica la promoción de un entorno de trabajo justo y respetuoso, donde todas las contribuciones sean reconocidas y valoradas. Se ha fomentado la transparencia en la comunicación y la toma de decisiones, asegurando que todas las partes interesadas comprendan y estén de acuerdo con los aspectos éticos del modelo de negocio propuesto.

En resumen, estas consideraciones éticas no solo son un requisito esencial para la integridad del plan de negocios, sino que también sirven como cimiento para construir relaciones duraderas y exitosas en el ámbito empresarial. La ética no solo es un principio, sino una práctica cotidiana que guía cada aspecto del proyecto "SafeWayz" hacia la excelencia y la sostenibilidad.

## **CONTENIDO**

<b>1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN</b> .....	9
<b>2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO</b> .....	12
<b>3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO</b> .....	14
<b>4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</b> .....	18
<b>4.1 ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	18
<b>4.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b> .....	18
<b>4.1.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b> .....	37
<b>4.1.3 ANÁLISIS 5 C'S</b> .....	38
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	44
<b>6. REFERENCIAS</b> .....	50
<b>7. ANEXOS</b> .....	51

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Cálculos poblacionales .....	19
<i>Figura 2.</i> Entrevistas a expertos .....	29
<i>Figura 3.</i> Rol del cliente principal .....	36
<i>Figura 4.</i> Análisis Pestel .....	43
<i>Figura 5.</i> Empresas con aplicativos móviles .....	46

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1.</i> Variables socioeconómicas .....	25
<i>Tabla 2.</i> Antes de la observación (BTO).....	20



## **1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

En el análisis de los antecedentes que fundamentan la génesis de esta propuesta de negocio, se identifica una problemática fundamental en la oferta de servicios de transporte convencionales. La inseguridad, especialmente para niños y adolescentes, ha sido una constante preocupación en la sociedad actual. Se evidencia la necesidad imperante de brindar una alternativa que garantice no solo la movilidad, sino también la seguridad y comodidad de estos segmentos vulnerables de la población.

El entorno actual, marcado por situaciones de riesgo y desconfianza en los servicios de transporte, ha dado origen a la concepción de esta idea de negocio. Las referencias a estudios de mercado y datos empíricos respaldan la urgencia de abordar este problema de manera efectiva. La inseguridad percibida y las experiencias negativas en el transporte convencional para estos grupos específicos subrayan la necesidad de una solución diferenciada y especializada.

Para validar la viabilidad de la propuesta, se llevó a cabo un exhaustivo proceso de testeo del Producto Mínimo Viable (PMV) de negocio. Este PMV se diseñó como un modelo piloto de la aplicación de transporte seguro para niños y adolescentes. Los resultados obtenidos en esta fase de prueba proporcionaron datos tangibles sobre la eficacia y aceptación del servicio, fundamentando así la propuesta de solución.

El PMV demostró la capacidad de la aplicación para abordar las preocupaciones de seguridad, ofreciendo a los usuarios una experiencia de transporte que prioriza su bienestar. La retroalimentación positiva y la demanda identificada durante el testeo respaldan la relevancia de la solución propuesta. Asimismo, se pudo evaluar la eficiencia operativa y la adaptabilidad del modelo de negocio a las necesidades específicas de los usuarios.

La implementación de una aplicación de taxis diseñada específicamente para atender las necesidades de niños y adolescentes marca un hito trascendental en la construcción de una sociedad más inclusiva y empoderada. Este proyecto, enfocado en la priorización de la seguridad, la comodidad y la atención personalizada, no solo representa una solución de movilidad, sino un compromiso tangencial con la mejora sustancial de la calidad de vida de estos segmentos de la población.

En el proceso de desarrollo, la planificación meticulosa emerge como la columna vertebral del proyecto, garantizando no solo la eficacia operativa sino también la adaptabilidad continua a las dinámicas cambiantes del entorno. La integración de tecnologías innovadoras no solo optimizará la experiencia del usuario, sino que también permitirá una gestión eficiente y segura de los servicios de transporte. La intersección entre la planificación estratégica y la innovación tecnológica sienta las bases para una aplicación robusta y receptiva a las necesidades cambiantes de la sociedad (Sandoval, 2020).

Una parte integral de este proyecto es la colaboración activa con expertos en movilidad, seguridad y atención a grupos vulnerables. La incorporación de estos conocimientos especializados fortalecerá la propuesta, asegurando que las soluciones implementadas sean respaldadas por una comprensión profunda de las complejidades y necesidades específicas de cada grupo objetivo. La inclusión de asesores y profesionales en el proceso de desarrollo garantiza la creación de un servicio que no solo cumple, sino que supera las expectativas en términos de seguridad y comodidad (Ibernón, 2020).

La estrategia de implementación se revela como un componente crucial, ya que no solo aborda la eficiencia operativa, sino también la conciencia y aceptación en la comunidad. La comunicación abierta y transparente se establece como un pilar fundamental para informar a los usuarios sobre los beneficios y características específicas de la aplicación (León, 2021). La

participación activa de la comunidad en la toma de decisiones y la retroalimentación constante no solo fortalece la conexión entre la aplicación y sus usuarios, sino que también contribuye a la adaptabilidad continua del servicio para satisfacer las necesidades cambiantes.

La sostenibilidad a largo plazo de la aplicación no se limita simplemente a su capacidad tecnológica, sino a su capacidad para evolucionar y expandir sus servicios (Cárdenas, 2019). La búsqueda constante de innovación abarcará no solo mejoras tecnológicas, sino también la incorporación de servicios adicionales. La introducción de opciones de entretenimiento durante los viajes, servicios de asistencia médica de emergencia y otras características específicas reflejará un compromiso continuo con el bienestar y la seguridad de los usuarios.

La expansión geográfica, una vez consolidada la aplicación en su lugar de origen, emerge como un siguiente paso lógico en la visión a largo plazo. Sin embargo, esta expansión no se trata solo de una ampliación de la infraestructura, sino también de una adaptación estratégica a las particularidades culturales y logísticas de cada región. La colaboración con líderes comunitarios y expertos locales se posiciona como un elemento esencial para garantizar una integración efectiva y respetuosa con las diversas comunidades atendidas (Izarra, 2020).

En resumen, la aplicación de taxis especializada no solo es una solución de movilidad avanzada, sino un compromiso profundo con la mejora de la calidad de vida y la construcción de una sociedad más inclusiva. La combinación de planificación meticulosa, innovación tecnológica, colaboración con expertos y una estrategia de implementación efectiva constituye la esencia de esta iniciativa. Con miras al futuro, aspira a transformar la experiencia de transporte y contribuir a un entorno más seguro y accesible para todos.

## **2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

Es crucial tener en cuenta que la implementación de una aplicación de taxis especializada para niños y adolescentes debe cumplir con las regulaciones locales y nacionales en materia de transporte y seguridad. Esto implica colaborar estrechamente con las autoridades pertinentes para garantizar que la aplicación opere de manera legal y segura, y que los conductores y vehículos cumplan con todos los requisitos legales.

Además, se deberán establecer acuerdos claros con los conductores y usuarios en términos de responsabilidad, seguro y protección de datos. La privacidad y la seguridad de la información personal de los usuarios deben ser una prioridad en todo momento, y se deben implementar medidas sólidas de protección de datos.

### **Objetivo general**

Diseñar el modelo de negocio para una aplicación web que permita la relación cliente proveedor con personas que desean el uso de servicio de taxi para usuarios con indefensiones por ser menores de edad y adolescentes.

### **Objetivos específicos**

Al crear un plan de negocios para la implementación de una aplicación de taxis especializada en niños y adolescentes en Guayaquil, es esencial establecer objetivos específicos que guíen la estrategia y las acciones. Aquí hay tres objetivos clave para el plan de negocios:

Objetivo Específico 1: Alcanzar una participación del 15% del mercado de transporte por aplicación en Guayaquil en el primer año de operación.

Justificación: Este objetivo se basa en la demanda y la receptividad identificadas en el estudio de mercado. Al captar una participación significativa del mercado, la aplicación se

convertirá en una opción confiable y preferida para niños y adolescentes, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.

Objetivo Específico 2: Mantener un índice de satisfacción del cliente superior al 90% a través de encuestas regulares y retroalimentación directa.

Justificación: La satisfacción del cliente es crucial para el éxito a largo plazo. Garantizar una experiencia de usuario óptima, que incluya seguridad, comodidad y atención personalizada, reforzará la confianza de los usuarios en la aplicación y fomentará la lealtad a la marca.

Objetivo Específico 3: Establecer alianzas con al menos tres organizaciones o centros de recreación infantil, escuelas y colegios en el primer año, y ejecutar al menos dos campañas de concientización en la comunidad.

Justificación: La colaboración con expertos y organizaciones relevantes garantizará la implementación de las mejores prácticas de seguridad y atención. Las campañas de concientización aumentarán la visibilidad de la aplicación y educarán a la comunidad sobre su propósito y beneficios.

Estos tres objetivos específicos son fundamentales para guiar la estrategia de implementación y asegurar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la aplicación de taxis especializada. Cada objetivo se alinea con las necesidades identificadas en el estudio de mercado y se basa en la visión de proporcionar una solución de transporte inclusiva, segura y confiable para niños y adolescentes en Guayaquil.

### **3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO**

La implementación de una aplicación de taxis especializada para niños y adolescentes es una iniciativa que busca abordar las necesidades y preocupaciones únicas de estos grupos vulnerables (Valenzuela, 2020). Al priorizar la seguridad, la comodidad y la atención personalizada, esta propuesta tiene el potencial de marcar una diferencia significativa en la movilidad y la calidad de vida de estas personas. Con una estrategia sólida de desarrollo, colaboración y mejora continua, esta aplicación podría convertirse en una solución valiosa y confiable que empodere a estos grupos en sus desplazamientos diarios. Al unir la tecnología y la empatía, esta propuesta tiene como objetivo transformar la forma en que los niños y adolescentes experimentan el transporte en su comunidad.

La propuesta de implementar una aplicación de taxis especializada para niños y adolescentes se fundamenta en los resultados y las tendencias identificadas en el estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil. Este estudio proporciona una comprensión profunda de las necesidades, preferencias y preocupaciones de estos grupos de usuarios, lo que respalda la viabilidad y la relevancia de la propuesta.

El estudio de mercado revela que la seguridad es una prioridad clave para los padres que transportan a sus hijos que viajan solos. El 81,1% de los encuestados considera importante contar con una aplicación de transporte que garantice la seguridad de sus seres queridos. Esta demanda clara y consistente de seguridad es una justificación sólida para desarrollar una aplicación que incorpore características de seguridad avanzadas, como el botón de pánico y la opción de compartir la ubicación en tiempo real.

Los datos recopilados indican que el 78,4% de los encuestados buscan la seguridad como motivo principal para usar la aplicación, mientras que solo el 17,1% lo haría para ahorrar tiempo. Además, se destaca que el 32,4% de los usuarios tienen actividades curriculares en la

tarde, lo que resalta la necesidad de horarios flexibles. Estos hallazgos respaldan la propuesta de ofrecer un servicio de transporte personalizado que atienda las necesidades de comodidad, asistencia y horarios flexibles para niños y adolescentes.

La disposición a utilizar la aplicación es alentadora, con el 41,4% de los encuestados indicando que tal vez la usarían y el 29,7% afirmando que definitivamente lo harían si se garantiza la seguridad. Estos resultados reflejan una receptividad positiva hacia una nueva solución de transporte que ofrezca niveles superiores de seguridad y atención personalizada, validando la necesidad de la aplicación propuesta.

El estudio también señala que el 23,4% de los encuestados considera que la falta de movilización es una de las razones para no llevar a sus hijos a actividades extracurriculares. Esta cifra sugiere una oportunidad para una solución de transporte que aborde esta preocupación y facilite la movilización segura y confiable de niños y adolescentes.

La implementación de la aplicación tendría un impacto positivo en la comunidad al abordar necesidades específicas y preocupaciones relacionadas con el transporte de estos grupos (Jiménez, 2020). Al brindar un servicio de transporte seguro y personalizado, se contribuiría a una mejora significativa en la calidad de vida de familias con niños y adolescentes. Esto está en línea con los objetivos de la propuesta de proporcionar una solución de movilidad inclusiva y segura.

La aplicación de Design Thinking permitió identificar de manera precisa las necesidades y preocupaciones de los usuarios, especialmente niños y adolescentes en el contexto del transporte. Los resultados resaltan la importancia de la seguridad y la comodidad como elementos clave a abordar en la solución propuesta. La creación de un Producto Mínimo Viable (PMV) demostró la viabilidad y aceptación del enfoque centrado en el usuario.

El estudio de mercado proporcionó datos esenciales para respaldar la viabilidad del proyecto. La demanda de un servicio de transporte seguro para los segmentos vulnerables fue confirmada mediante encuestas y análisis de tendencias. Destaca la percepción de inseguridad como el principal motivador para la adopción de la aplicación, respaldando así la necesidad del servicio especializado.

El Plan de Marketing se enfoca en resaltar la propuesta única de valor de la aplicación, centrada en la seguridad, confiabilidad y comodidad. La estrategia incluye la diferenciación a través de características como el seguimiento en tiempo real, conductores capacitados y medidas de seguridad avanzadas. Los resultados del plan apuntan a construir una marca confiable y atraer a los usuarios objetivo de manera efectiva.

El estudio administrativo destaca la necesidad de establecer alianzas estratégicas con entidades afines, como escuelas, centros de cuidado infantil, centros educativos, etc. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se centra en la contribución positiva a la comunidad a través de medidas especiales, como la contratación de conductores locales y programas de apoyo a grupos vulnerables.

El estudio técnico se centró en la implementación efectiva de la aplicación, asegurando una interfaz amigable y funcionalidades específicas para los usuarios objetivo. Se destacan medidas de seguridad como el botón de pánico y el seguimiento en tiempo real. La fase de prueba del Producto Mínimo Viable validó la eficacia técnica de la solución propuesta.

El estudio financiero resalta la viabilidad económica del proyecto. Los cálculos de tarifas y proyecciones de ingresos indican un modelo sostenible. El retorno de inversión se prevé en un plazo razonable, respaldado por la demanda identificada y la estrategia de marketing. La gestión eficiente de costos y la escalabilidad del servicio contribuyen a la solidez financiera del proyecto.



En conjunto, los resultados de cada gerencia confirman la factibilidad integral del proyecto, desde la conceptualización hasta la implementación y sostenibilidad financiera, además, el estudio de mercado realizado en Guayaquil respalda la justificación y la viabilidad de la propuesta de implementar una aplicación de taxis especializada para niños y adolescentes. Los datos y tendencias identificados demuestran una demanda clara de seguridad, comodidad y atención personalizada en el transporte, lo que valida la necesidad de desarrollar una solución que aborde estas necesidades específicas de manera efectiva y eficiente.

## **4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

### **4.1 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **4.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

##### **Objetivo General**

Analizar la aceptación de un modelo de negocio basado en el desarrollo de una aplicación (APP) disponible para plataformas de sistemas operativos iOS y Android, la misma que permita brindar un servicio de transportación que garantice la seguridad y confianza de sus clientes, padres de familia con hijos de 8 a 22 años.

##### **Objetivos SMART**

Al tener objetivos SMART, la empresa puede establecer metas claras y realistas, medir su progreso de manera efectiva y enfocarse en acciones concretas para alcanzar el éxito en el negocio de taxi seguro para niños y adolescentes. Dentro de los objetivos específicos Smart, se ha considerado los siguiente:

- **Objetivo específico:** Aumentar el número de clientes recurrentes en un 20% para finales del primer año de operación para la zona norte de guayaquil y acceso a Samborondón.
- **Objetivo medible:** Alcanzar una tasa de satisfacción del cliente del 90% a través de encuestas de retroalimentación y reseñas en línea dentro de los primeros seis meses para la zona norte de guayaquil y acceso a Samborondón.
- **Objetivo alcanzable:** Establecer alianzas estratégicas con al menos tres escuelas primarias y secundarias y centro de aprendizaje extracurricular, para ofrecer servicios de transporte exclusivos en un plazo de tres meses para la zona norte de guayaquil y acceso a Samborondón.

- Objetivo relevante: Implementar un programa trimestral de capacitación continua para los primeros 30 conductores, enfocado en la sensibilización de género y atención a las necesidades especiales de niños y adolescentes en el proceso de transporte de personas, para mejorar la calidad del servicio en 15% en el primer año.
- Objetivo con tiempo definido: Reducir las tasas de accidentes y problemas de seguridad en un 25% al final del segundo año, mediante la adopción de tecnologías de seguridad avanzadas y una rigurosa revisión de antecedentes de los conductores.

## Población

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021) revela que la población total de Ecuador es de 17'283.338 habitantes. Entre las provincias, Guayas se destaca como la más poblada, albergando a 3'573.003 personas. Según los datos del INEC, Guayaquil es la segunda ciudad más poblada del país, con una población actual de 2'698.077 habitantes de los cuáles, 926.098 son jefes de hogar, como se observa en la Tabla 1. De ellos, el 33%, es decir 305.612. son del sector norte de la ciudad, considerando las ciudadelas Urdesa, Ceibos, Alborada, Samanes, Garzota, Sauces y las colindantes a ellas, que también se puede segmentar como personas de clase media.

Figura 1 Cálculos poblacionales



Fuente: INEC (2021)

Cabe destacar que esta investigación se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, donde la población del grupo objetivo es de 926.098 personas, basado en el cálculo explicado en la siguiente tabla 1.

Tabla 1 Variables socioeconómicas

<b>Variable</b>	<b>Datos</b>	
<b>Geográfica (área urbana)</b>	Guayaquil /Samborondón	2.418.505
<b>Genero</b>	Hombres/Mujeres	2.418.505
	De 50 a 54 años	110.582
	45 a 49 (5,67%)	135.568
	40 a 44 (6,09%)	146.050
<b>Edad</b>	35 a 39 (6,88%)	165.710
	30 a 34 (7,98%)	192.124
	25 a 29 (8,40%)	203.694
	De 20 a 24 años	213.164
	<b>TOTAL</b>	<b>1.166.891</b>
<b>Estrato socio- económico A</b>	A: 1,9%	45.952
<b>Estrato socio- económico B</b>	B: 11,2%	270.873
<b>Estrato socio- económico C+</b>	C+: 22,8 %	551.419
<b>Integrantes por familia</b>		3,8
<b>Jefes de Hogar</b>		926.098

Fuente: Tomado de INEC (2022)

La tabla 1 proporciona información sobre diferentes variables relacionadas con una población ubicada en el área urbana de Guayaquil y Samborondón. A continuación, se presenta una interpretación de los datos:

- Geográfica (área urbana): La población total en el área urbana de Guayaquil y Samborondón es de 2.418.505 habitantes.
- Género: La población se divide entre hombres y mujeres, ambas con una cifra de 2.418.505 habitantes.

- Edad: La tabla muestra la población desglosada por grupos de edad. Por ejemplo, hay 110.582 personas que tienen entre 50 y 54 años, y así sucesivamente. La categoría "TOTAL" representa la suma de todas las personas en estos grupos de edad, que es 1.166.891.
- Estrato socioeconómico: La población se divide en tres estratos socioeconómicos, con los siguientes porcentajes y números de habitantes:
  - Estrato A: 1,9%, que representa a 45.952 personas.
  - Estrato B: 11,2%, que representa a 270.873 personas.
  - Estrato C+: 22,8%, que representa a 551.419 personas.
- Integrantes por familia: En promedio, cada familia tiene 3,8 miembros.
- Jefes de Hogar: El número total de jefes de hogar es de 926.098 personas en la ciudad de Guayaquil, 21% al norte de Guayaquil.

Estos datos ofrecen una visión general de la población en el área urbana de Guayaquil y Samborondón, desglosada por género, edad y estrato socioeconómico, lo que puede ser valioso para realizar análisis y planificación en diferentes ámbitos. Ahora, una vez que se identificaron todos los posibles modos de la población se hace el siguiente cálculo: La ciudad tiene 926.098 padres de familia y 21% están dentro del norte de Guayaquil, lo que se define como una población de 194.4881 padres de familia, lo que se define en estadística como cálculo de muestra infinita, por ser mayores a 100.000 sujetos de estudio.

## **Muestra**

Como se calculó una población de 194.4881 padres de familia, lo que se define en estadística como cálculo de muestra infinita. Para el tamaño de la muestra se basó en el proceso de muestro probabilístico, ya que al momento se desconoce la población de interés del servicio. La fórmula para calcular el tamaño de la muestra sin considerar probabilidades se llama

"muestreo aleatorio simple". Esta fórmula se utiliza cuando se quiere obtener una muestra representativa de una población y no se tienen datos específicos sobre probabilidades o distribuciones. La fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra (n) sin considerar probabilidades es la siguiente:

$$n = (Z^2 * p * q) / E^2$$

Donde:

- n es el tamaño de la muestra.
- Z es el valor de Z correspondiente al nivel de confianza deseado (por ejemplo, para un nivel de confianza del 95%, Z será aproximadamente 1.96).
- p es la proporción estimada de la característica que se quiere medir en la población (generalmente se utiliza 0.5 si no se tiene información previa).
- q es 1 - p (la proporción complementaria a p).
- E es el error muestral o margen de error, que representa la precisión que se desea en la estimación.

Es importante tener en cuenta que esta fórmula es una aproximación y asume que la población es lo suficientemente grande como para que el tamaño de la muestra no afecte significativamente los resultados. Si la población es pequeña, es necesario aplicar correcciones para el muestreo. Además, si se tienen datos sobre la población (como la desviación estándar), es posible utilizar fórmulas más precisas para calcular el tamaño de la muestra.

$$n = (1.96^2 * 0.5 * 0.5) / 0.05^2$$

$$n = (3.8416 * 0.25) / 0.0025$$

$$n = 0.9604 / 0.0025$$

n = 384.16

## **Diseño de la investigación**

### **Alcance**

Como parte del diseño de investigación los siguientes pasos serán analizar los resultados de la investigación:

1. Perfil del cliente objetivo: Identificar y comprender las necesidades, preferencias y características demográficas específicas de los clientes potenciales pertenecientes a los grupos de niños y adolescentes.
2. Demanda del servicio: Evaluar el nivel de demanda existente para un servicio de taxi seguro dirigido a estos grupos en la ubicación geográfica específica donde se planea operar.
3. Competencia: Analizar la oferta de servicios de taxi existentes en la zona, incluyendo aquellos que se enfocan en la seguridad y comodidad de los grupos objetivo, para identificar oportunidades y desafíos en el mercado.
4. Segmentación del mercado: Dividir el mercado en segmentos más específicos para enfocar las estrategias y tácticas de marketing de manera efectiva.
5. Satisfacción del cliente actual: Medir la satisfacción de los clientes actuales de servicios de taxi seguro y determinar áreas de mejora.
6. Regulaciones y requisitos legales: Investigar y comprender las regulaciones y requisitos legales asociados con la prestación de servicios de taxi para estos grupos de clientes, como el transporte de niños y el acceso para personas con movilidad reducida.
7. Precio y tarifas: Determinar los precios y tarifas adecuados para el servicio, considerando la demanda, costos operativos y competencia.

8. Comunicación y promoción: Establecer estrategias de comunicación y promoción para dar a conocer el servicio y atraer a los clientes objetivo.
9. Viabilidad económica: Evaluar la viabilidad económica del servicio de taxi para niños y adolescentes considerando los costos operativos, ingresos esperados y punto de equilibrio.
10. Aspectos tecnológicos y seguridad: Analizar las tecnologías necesarias para garantizar la seguridad y comodidad de los clientes, como sistemas de rastreo, métodos de pago seguros, y medidas de seguridad adicionales.

El alcance de la investigación de mercado para una empresa de taxi enfocada en estos grupos de clientes es amplio y diverso, y su objetivo principal es proporcionar información relevante y datos sólidos para la toma de decisiones estratégicas que permitan ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las necesidades específicas de cada segmento.

### **Desarrollo de técnicas de investigación**

Se va a utilizar una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. Los métodos cuantitativos, como encuestas y análisis de datos estadísticos, permitirán obtener cifras y datos numéricos, mientras que los métodos cualitativos, como entrevistas y grupos focales, proporcionarán una comprensión más profunda de las percepciones y experiencias de los clientes. Para el desarrollo de las herramientas de investigación se usarán las siguientes técnicas:

- Before observation
- Encuestas
- Entrevistas
- Instrumentos
- Ficha de observación técnica [before]



Para el desarrollo de la ficha de observación realizaremos actividades de visita en vacacionales que han elaborado varios colegios y complejos deportivos debido a que por la fecha nos encontramos de vacaciones en la región costa, la ficha que vamos a hacer es la de “before the observation”.

**Tabla 2 Antes de la observación (BTO)**

Tiempo	8h30-12h30
¿Dónde se observó?	Escuela vacacional Diana Quintana
Segmento	Niños que llegaban al centro
¿Cómo se observó?	En la entrada del local
¿Qué se observó?	Medios en los que llegaban
Medio registro de observación	Teléfonos inteligentes
Contacto con observados	Sí, en casos de vehículos particulares

Fuente: Elaborado por los autores

### **Cuestionario**

En base al resultado del muestreo se definirá la cantidad de encuestas a realizar. Para esto los requisitos para el desarrollo son los siguientes:

- Preguntas cerradas
- Definir cantidad de preguntas (8-12 preguntas)
- Definir cantidad de encuestas
- Definición de herramienta para la elaboración de la encuesta

La herramienta que usaremos para realizar las encuestas será Google Formularios, el tipo de encuesta que se llevara a cabo es la de investigación de mercado, con elección de respuesta múltiple.

### **Guía de entrevistas a profundidad**

En la fase exploratoria de esta investigación se detectó que los padres procuran que sus hijos reciban clases extracurriculares en diferentes disciplinas deportivas y académicas, ubicadas en varios puntos de la ciudad, por lo que requieren medios de transporte para su traslado. En el presente estudio se realizó un análisis desde la realidad que enfrentan los padres por la inseguridad que se vive en el país hasta las necesidades y demandas que requieren ser satisfechas en el traslado de sus hijos a las academias donde reciben sus clases.

- **ÁREA GEOGRÁFICA:** El estudio se realizó en la ciudad de Guayaquil, sector influencia zona norte, incluye el anexo de ciudadelas de Samborondón.
- **TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:** Grupos Focal
- **GRUPO OBJETIVO:** Hombres y mujeres de 26 años, hasta 72 años, de NSE Medio Alto.
- Residentes de Guayaquil y sector influencia zona norte, incluye el anexo de ciudadelas de Samborondón.

El modelo demográfico para el estudio de mercado de una empresa de taxis dirigida a niños y adolescentes, se centra en analizar y comprender las características demográficas de estos grupos de clientes específicos. Estas características son fundamentales para diseñar estrategias de marketing y operaciones que se adapten a las necesidades y preferencias de cada segmento. Aquí se describen los principales elementos del modelo demográfico de los usuarios del servicio:

- Edad: Se analiza la distribución de edad de los clientes potenciales en cada grupo. Por ejemplo, se puede estudiar la proporción de padres de niños y jóvenes de entre 5 y 18 años.
- Género: Se evalúa el porcentaje de hombres y mujeres dentro de cada segmento. Esto puede ayudar a entender posibles diferencias en preferencias y necesidades de servicio.
- Estrato socioeconómico: Se clasifica a los clientes según su nivel socioeconómico, como estrato B+. Esto permite adaptar los precios y servicios para cada grupo.
- Ubicación geográfica: Se identifican las áreas geográficas donde se concentra cada segmento de clientes, lo que ayuda a definir rutas y zonas de servicio, del sector influencia zona norte, incluye el anexo de ciudadelas de Samborondón.
- Tamaño del hogar: Se analiza el tamaño promedio de los hogares en cada grupo, lo cual puede influir en la demanda de servicios de taxi.
- Necesidades de transporte: Se estudian las necesidades específicas de transporte de cada grupo. Por ejemplo, niños pueden requerir servicios escolares o para actividades extracurriculares.
- Actividades y destinos comunes: Se identifican las actividades y destinos más frecuentes para cada grupo. Esto puede ayudar a optimizar rutas y ofrecer promociones o descuentos para lugares populares.
- Satisfacción y experiencia previa: Se indaga sobre la satisfacción de los clientes anteriores y su experiencia con servicios de transporte. Esto ayuda a identificar oportunidades de mejora y fortalezas del servicio actual.

El modelo demográfico permite una comprensión profunda de los clientes potenciales y existentes, y orienta la toma de decisiones en términos de marketing, operaciones y mejoras del servicio. Además, esta información puede ser complementada con otros modelos como el modelo psicográfico (que considera aspectos psicológicos y comportamentales) y el modelo

socioeconómico (que analiza los ingresos y estilos de vida). La combinación de estos modelos brinda una visión más completa y precisa para el desarrollo de la empresa de taxis para niños y adolescentes.

### **Guía de grupo focal**

Para el desarrollo de esta actividad hemos considerado la búsqueda de especialistas con roles a fines al desarrollo de la idea de negocio que nos permitan levantar información específica al proyecto. Se ha definido 3 tipos de expertos:

- Especialista en desarrollo de Apps
- Especialista en soluciones tecnológicas
- Especialista en empresas de transportación privada tipo (Uber/Indrive, etc)

### **Requisitos para el desarrollo:**

- Preguntas semi estructuradas
- La entrevista con expertos se llevará a cabo de manera presencial o remota.
- Cantidad de preguntas: 3 preguntas.

## **Resultados de la investigación**

La tabla proporciona información sobre los medios de transporte utilizados por los niños y adolescentes que llegaban al centro de la Escuela Vacacional Diana Quintana durante el período de tiempo de 8:30 a.m. a 12:30 p.m. Los datos se obtuvieron a través de un medio de registro de observación utilizando teléfonos inteligentes, y en algunos casos, hubo contacto con los observados en situaciones de vehículos particulares.

- **Tiempo Observado:** El período de observación fue de 8:30 a.m. a 12:30 p.m., lo que sugiere que se capturaron datos durante las horas de la mañana y la primera mitad del día.
- **Ubicación de la Observación:** La observación se llevó a cabo en la entrada del local de la Escuela Vacacional Diana Quintana.
- **Segmento de Observación:** El enfoque estuvo en los niños y adolescentes que llegaban al centro, lo que indica que el análisis se centró en los niños que asistían a la escuela vacacional.
- **Método de Observación:** Los datos se recopilaron utilizando teléfonos inteligentes como medio de registro. Esto implica que los observadores posiblemente utilizaron los dispositivos para documentar los medios de transporte utilizados por los niños y adolescentes.
- **Medios de Transporte:** La tabla no proporciona detalles específicos sobre los medios de transporte utilizados, pero menciona que el 30% de las personas llegaban en taxis tipo Uber y el 15% en taxis amarillos. Esto sugiere una preferencia por los taxis de plataforma (como Uber) y los taxis amarillos convencionales entre los que llegaban al centro.

- **Contacto con Observados:** En algunos casos, hubo contacto con los observados en situaciones de vehículos particulares. Esto podría indicar que se realizó una interacción directa con los niños y adolescentes o sus acompañantes al observar los vehículos particulares que llegaban.

En general, la observación en la entrada de la escuela vacacional proporcionó información valiosa sobre los medios de transporte utilizados por los niños y adolescentes que asistían al centro. La alta proporción de llegadas en taxis tipo Uber y taxis amarillos podría indicar una preferencia por opciones de transporte conveniente y accesible para los padres que llevan a sus hijos a la escuela vacacional.

### **Resultados y análisis de las encuestas**

El análisis del estudio de mercado para una aplicación web de taxis orientada a niños y adolescentes revela varias tendencias y patrones importantes que pueden guiar la estrategia de desarrollo y marketing de la aplicación. El análisis realizado proporciona una visión detallada de las preferencias, necesidades y actitudes de los posibles usuarios de una aplicación web de taxis dirigida a niños y adolescentes. Aquí están algunas interpretaciones clave basadas en los datos proporcionados:

- **Demografía Diversa:** El estudio muestra una diversidad de grupos de edad entre los encuestados, con la mayoría de ellos ubicados en el rango de 26 a 35 años. Esto sugiere que existe un mercado potencial en diferentes grupos de edad que podrían utilizar la aplicación para el transporte de sus hijos o familiares.
- **Falta de Tiempo y Movilización:** La falta de tiempo es un obstáculo principal para los padres a la hora de llevar a sus hijos a actividades extracurriculares. Esto resalta una oportunidad para la aplicación, ya que podría proporcionar una solución conveniente para la movilización de los niños, especialmente cuando los padres están ocupados.

- Preocupación por la Seguridad: La seguridad es un factor crucial para los encuestados, ya que la mayoría prioriza esta característica al elegir una aplicación de transporte. Esto sugiere que enfocar la estrategia en la garantía de trayectoria segura y el profesionalismo del conductor sería clave para atraer a los usuarios.
- Frecuencia de Uso: La alta frecuencia con la que los encuestados llevan a sus hijos a actividades extracurriculares muestra una necesidad constante de transporte confiable. Esto indica un mercado potencial sostenible y la posibilidad de generar un flujo constante de ingresos.
- Disposición a Pagar: Los encuestados están dispuestos a pagar tarifas moderadas por el servicio de transporte. Esto sugiere que existe una oportunidad para establecer un modelo de precios que sea atractivo para los usuarios y al mismo tiempo sea rentable para el negocio.
- Educación y Comunicación: La falta de conocimiento o percepción de inseguridad en las aplicaciones de taxi podría estar limitando su adopción. Esto destaca la importancia de educar a los usuarios sobre las características de seguridad de la aplicación y comunicar de manera efectiva cómo aborda sus preocupaciones.
- Oportunidad de Diferenciación: El hecho de que la mayoría de las aplicaciones sean percibidas como inseguras o poco seguras sugiere que hay margen para diferenciarse al ofrecer una aplicación que priorice la seguridad y la tranquilidad de los usuarios.

El análisis señala que existe un mercado real para una aplicación de taxis segura y confiable orientada a niños y adolescentes. La seguridad, la confiabilidad, la comodidad y la educación del usuario son elementos clave para el éxito de esta aplicación. La estrategia de marketing debe centrarse en abordar estas preocupaciones y necesidades, comunicando cómo la aplicación ofrece soluciones efectivas y brinda una experiencia de transporte segura y confiable.

El análisis sugiere que existe una demanda real para una aplicación de taxis segura y confiable dirigida a personas que necesitan transportar a sus hijos, ya sea para actividades escolares o extracurriculares. El enfoque en la seguridad, la garantía de trayectoria y la comodidad para las familias podría ser el punto central de la estrategia de marketing y desarrollo de la aplicación. También es importante considerar la flexibilidad de horarios para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios, aquí se presentan más recomendaciones y consideraciones para el desarrollo y la estrategia de marketing de la aplicación web de taxis para niños y adolescentes.

### **Resultados y análisis de las entrevistas**

Como antecedente es importante considerar que los padres que formaron parte del estudio tienen diferentes ocupaciones, generalmente trabajan, tienen entre 2 y tres hijos en edad escolar y para la movilización de sus hijos al colegio utilizan sistema de expreso escolar y en otros casos ellos son quienes los trasladan a sus lugares de estudio.

Se detectó que todos lo consideran que son muy necesarias para fomentar el conocimiento de los hijos. Desde esta percepción emerge la necesidad de traslado de los hijos a los puntos de estudio o preparación académica. Referente a si tiene el tiempo suficiente para llevar a sus hijos a actividades extracurriculares, todos coincidieron en que se le complica por su trabajo o los compromisos que suelen tener.

Bajo estas percepciones, cuando no se tiene tiempo para llevarlos, mayoritariamente constaron que les gustaría contar con una opción segura de transporte para sus hijos que garanticen completamente su seguridad. En cuanto a si usan servicio de transporte con aplicaciones como Uber, InDriver, entre otros mencionaron que, si lo hacen en forma regular, hubo una excepción que indicó que no lo utilizan porque prefieren usar su propio transporte.



Resaltaron que lo mejor que tienen estas aplicaciones con servicio de transporte es el costo y tienen servicio a todas horas. Mientras que lo peor es que la empresa no cuenta con contratos directos de los choferes, no cuentan con perfil de ellos y mantienen una relación comercial. Individualmente consideran que no les generan seguridad para que trasladen a sus hijos a estas actividades curriculares.

Los participantes indicaron que si estas empresas les proporcionan diferentes factores para la seguridad si permitirían que sus hijos viajen solos en una de estas aplicaciones de taxi. Los factores que generan confianza para que trasladen a sus actividades, los participantes enfatizaron en las siguientes características:

- Contar con el perfil de los choferes, verificar multas o puntos en la conducción, récord de conducción si tienen o no accidentes a su haber
- Contar con cámaras que permitan seguir el recorrido del transporte
- Que la empresa proporcione una relación de dependencia del chofer con la empresa, es decir que no sea como Uber o Indrive que ellos forman parte independiente, no hay contrato de trabajo con relación directa con la empresa
- Poder observar cómo maneja el chofer, es decir el control de la velocidad
- Requieren conocer sus antecedentes personales o pasado judicial actualizado
- Previo a la firma o el uso del servicio conocer a los choferes, mediante una entrevista previa puede ser una opción válida
- Chofer con experiencia
- En el caso que trasladen mujeres les gustaría contar con choferes mujeres porque ese aspecto a las madres especialmente les da tranquilidad, porque valoran que la mujer.
- Respecto al método de pago prefiere en este tipo de servicio de transporte, ninguno menciona efectivo y la mayoría por transferencia bancaria.

Con relación al pago por viaje, por semana o por mes, las opiniones se dividen, mayoritariamente prefieren pago por servicio recibido. Es importante considerar que el cobro debe ser tarifa por kilómetro de recorrido y de esa circunstancia depende el costo del viaje. Referente a lo que espera de estas aplicaciones, que recomendaría para dar un mejor servicio se enfatizan las siguientes condiciones:

- Que sean siempre los mismos choferes para que haya confianza y seguridad que son dos valores inseparables
- Que puedan verificar el recorrido por el control de cámaras y GPS,
- Que los trabajadores tengan relación de pertenencia a la empresa,
- Que tomen en cuenta el kilometraje para el cobro
- Que el tiempo de espera sea 5 minutos

### **Resultados y análisis del grupo focal**

#### **Especialista en Desarrollo de Apps:**

“La propuesta de implementar una aplicación de taxis especializada para niños y adolescentes es una idea innovadora y muy relevante en el contexto actual”. La clave para el éxito radica en el diseño de una interfaz de usuario intuitiva y amigable, que permita a estos grupos de usuarios acceder y utilizar fácilmente la aplicación. Además, se debe prestar especial atención a las características de seguridad, como el botón de pánico y la opción de compartir la ubicación en tiempo real, para brindar tranquilidad a los usuarios y sus familias. La aplicación también debe ser altamente personalizable para satisfacer las necesidades individuales de cada grupo.

La colaboración con expertos en seguridad infantil, género y envejecimiento es esencial para garantizar que la aplicación cumpla con los más altos estándares de seguridad y

comodidad. En cuanto al desarrollo técnico, la aplicación debe ser robusta, escalable y estar disponible en múltiples plataformas para llegar a la mayor cantidad de usuarios posible. Una estrategia de pruebas rigurosa y un enfoque de mejora continua son fundamentales para brindar una experiencia de usuario excepcional y construir la confianza en la aplicación”.

### **Especialista en Soluciones Tecnológicas:**

“La implementación de una aplicación de taxis especializada para segmentos específicos de la población es una oportunidad emocionante para aprovechar la tecnología en beneficio de la comunidad. Para lograr esto, es crucial construir una infraestructura tecnológica sólida que respalde la seguridad, la escalabilidad y el rendimiento de la aplicación. Se deben emplear soluciones avanzadas de seguridad cibernética para proteger los datos personales de los usuarios y garantizar que la información sensible esté encriptada y almacenada de manera segura. La aplicación debe incorporar tecnologías de geolocalización precisas y actualizadas para rastrear los vehículos y los usuarios en tiempo real. Además, se pueden utilizar algoritmos de inteligencia artificial para predecir la demanda y optimizar las rutas de los conductores, mejorando la eficiencia del servicio.

Es fundamental tener en cuenta la compatibilidad con diferentes dispositivos y sistemas operativos para llegar a la mayor audiencia posible. La integración con sistemas de pago seguros y convenientes también es esencial. La colaboración con expertos en seguridad y tecnología será esencial para garantizar que la aplicación cumpla con los más altos estándares tecnológicos y de seguridad”.

## **Especialista en Empresas de Transportación Privada:**

“La propuesta de implementar una aplicación de taxis especializada para niños y adolescentes aborda una brecha importante en el mercado de transporte. La seguridad y la atención personalizada son elementos críticos en este contexto. Para tener éxito, se deben establecer alianzas estratégicas con organizaciones locales y expertos en seguridad infantil, género y envejecimiento. Estas alianzas no solo fortalecerán la credibilidad de la aplicación, sino que también garantizarán que las políticas y prácticas operativas sean apropiadas para cada grupo de usuarios. Además, es vital abordar aspectos regulatorios y legales específicos para garantizar que la aplicación cumpla con las leyes y regulaciones locales.

La capacitación y la certificación de los conductores en asistencia a estos grupos vulnerables son esenciales para brindar una experiencia de servicio excepcional. La aplicación debe destacar la experiencia del usuario y ofrecer un servicio confiable y cómodo, lo que fomentará la confianza y la lealtad de los usuarios a largo plazo. La retroalimentación constante de los usuarios y la mejora continua son clave para adaptarse a las necesidades cambiantes y asegurar el éxito a largo plazo en el mercado de transportación privada”.

En general, el estudio de mercado indica que existe una demanda insatisfecha por una aplicación de taxis segura y confiable para transportar a niños y adolescentes. Centrar la estrategia de desarrollo y marketing en la seguridad, la confiabilidad y la comodidad de los usuarios, además de mantener una comunicación transparente y un excelente servicio al cliente, puede ayudar a establecer una aplicación exitosa en este nicho de mercado.

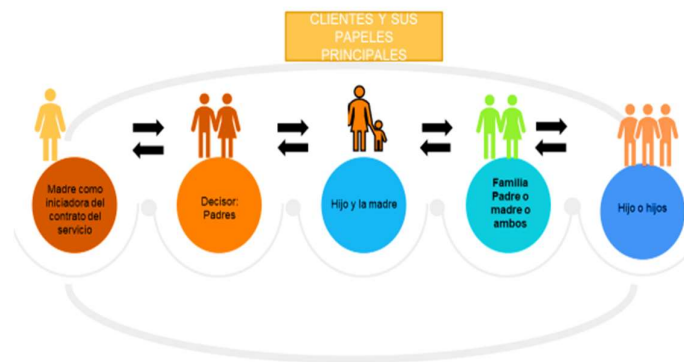
## 4.1.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### Mercado Potencial

El mercado potencial para un servicio de transporte de taxi para niños y adolescentes con actividades curriculares es muy amplio. Esto se debe a que necesitan poder trasladarse para asistir a clases, prácticas deportivas y otros eventos relacionados con su edad en horarios laborales de los padres y madres de familias. Además, gran cantidad de estudiantes tienen que realizar trabajos prácticos o trabajos de investigación fuera de la escuela. Por lo tanto, un servicio de transporte de taxi para estudiantes puede significar un ahorro de tiempo y dinero al proporcionarles un medio de transporte seguro y rápido para llegar a sus destinos.

El servicio cuenta con una App que les proporciona a los padres la oportunidad de seguir el destino de sus hijos en tiempo real, lo que significa tranquilidad y seguridad. En general, el mercado potencial para un servicio de transporte de taxi para niños y adolescentes, supervisado por medio una App son todos los padres y familiares que buscan que sus hijos viajen en forma segura, sumando el hecho de que evita que ellos se estresen ante la ola de inseguridad que se vive en el sector norte de la Guayaquil.

Figura 3 Rol del cliente principal



Fuente: Elaborado por los autores

## **Demanda Potencial**

- La demanda potencial de un servicio de transporte de taxi para estudiantes por medio de una app depende de varios factores que influyen en el éxito de la propuesta:
- Alto nivel de penetración de dispositivos móviles entre los padres de familia y estudiantes. Si hay una alta penetración de smartphones entre los jóvenes, es probable que el servicio sea aceptado.
- Precio. Si el precio es asequible y competitivo para los padres y familiares de los estudiantes, entonces tendrá acogida la demanda será mayor.
- Tiempo de espera del transporte también jugará un papel importante. Si el servicio puede ofrecer un tiempo de espera razonable, la demanda aumentará.
- Seguridad, si la empresa entrega a los padres factores de seguridad, como observar el recorrido en tiempo real, foto del conductor, licencia, analizar que se chofer no ha sufrido accidentes de tránsito, antecedentes penales.

### **4.1.3 ANÁLISIS 5 C'S**

#### **Compañía (FODA)**

SafeWayz presenta diversas fortalezas que la destacan en el mercado. En primer lugar, su enfoque en la seguridad, especialmente hacia clientes vulnerables como niños y adolescentes, genera confianza. Los conductores capacitados y la adaptación a necesidades especiales refuerzan la calidad del servicio, junto con el uso de tecnología para seguimiento en tiempo real. Estas fortalezas ofrecen una propuesta atractiva para un segmento de mercado en crecimiento.

Las oportunidades identificadas para la empresa incluyen el crecimiento del segmento de mercado objetivo y la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con instituciones

relevantes. La implementación de programas de fidelización también se presenta como una oportunidad para atraer y retener clientes. Sin embargo, las debilidades en costos operativos y reclutamiento de conductores, junto con amenazas como regulaciones e inseguridad, requieren una gestión cuidadosa.

En este contexto, una planificación estratégica sólida se vuelve crucial para enfrentar los desafíos. El énfasis en la seguridad y el servicio al cliente, junto con la diferenciación en el mercado, puede ser clave para el éxito de la empresa de taxis. Además, la gestión eficiente de costos y la búsqueda activa de alianzas estratégicas pueden contribuir a mitigar las amenazas y debilidades identificadas.

### **Contexto [Análisis Pestel]**

El presente análisis des Pestel explica los factores externos en relación con el macroentorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal.

El análisis de factores externos para el servicio propuesto abarca diversas dimensiones. En cuanto a los factores políticos, se destaca la posible interferencia con servicios de taxis actuales, lo que podría generar conflictos. La necesidad de adherirse a las leyes laborales y buscar respaldo gubernamental para certificar la seguridad son puntos clave en esta área. En lo que respecta a los factores económicos, se enfatiza la influencia de factores macroeconómicos en el costo del servicio, destacando la importancia de definir un costo claro acompañado del concepto de seguridad.

Los factores sociales se presentan como una oportunidad para el servicio, especialmente al abordar problemáticas relacionadas con la movilización de niños para actividades extracurriculares. La intención es proporcionar un servicio práctico y seguro que ofrezca una experiencia del usuario diferenciada. En el ámbito tecnológico, se reconoce la importancia

crucial de la plataforma tecnológica, que debe ser sólida, segura y amigable para el usuario. Además, se destaca la oportunidad de generar ingresos adicionales a través de publicidad y acuerdos promocionales.

Por último, en cuanto a los factores legales, se subraya la relevancia del marco regulatorio, especialmente considerando posibles conflictos con agremiaciones de taxis y regulaciones específicas para el transporte de personas vulnerables. Se señalan áreas legales cruciales, como la regulación del transporte público, requisitos de seguridad, regulación de conductores, responsabilidad y seguro, protección de datos, y la necesidad de mantenerse al tanto de cambios en las regulaciones. La atención y cumplimiento de estos aspectos legales son esenciales para el éxito y la sostenibilidad del servicio.



Figura 4 Análisis Pestel

<b>P</b> Factor Político	<b>E</b> Factor Económico	<b>S</b> Factor Social	<b>T</b> Factor Tecnológico	<b>E</b> Factor Ecológico	<b>L</b> Factor Legal
Políticas claras laborables para empleados. Manejo de posibles prohibiciones gubernamentales para funcionamiento del servicio.	Precio acorde al mercado Servicio Seguro	Servicio Practico de Uso Gran "User Experience".	Aplicación de fácil uso. Aplicación Robusta y Siempre disponible. Buen uso de espacios para promoción	Autos eficientes y ecológicos Uso de plataformas ecológicas	Políticas claras laborales y de seguridad para los empleados.

Fuente: Elaborado por los autores

## Competidores (Mapa de la competencia)

Figura 5 Empresas con aplicativos móviles



Fuente: Tomado de la Superintendencia de control de poder de mercado (2017)

Del análisis de las 5 fuerzas de Porter realizado se llega a las siguientes conclusiones: La amenaza de entrada de nuevos competidores es alta, el negocio es altamente replicable, aun cuando la inversión no es baja, los recursos tecnológicos a utilizar son accesibles en el mercado. El poder de negociación de los clientes actualmente es alto, sin embargo, no existen alternativas con nuestro diferenciador, nuestra propuesta de valor. El poder de negociación de los proveedores es medio, tienen en común la búsqueda de ampliar su mercado y es algo que se puede aprovechar. Las alternativas de productos sustitutos no se comparan a nuestra propuesta, difícilmente apuntaremos al mismo mercado o público objetivo. En el medio, la rivalidad o competencia actual es baja ya que no está dominada por ninguna de las alternativas actuales y el cliente en general no tiene una inclinación clara por ninguna de ellas.

## Colaboradores

La empresa de taxi SafeWayz tiene como mercado objetivo a padres, madres, parientes o cuidadores que necesitan transportar a niños y adolescentes de manera confiable y segura dentro de la ciudad de Guayaquil, especialmente durante horarios laborales. La clientela busca

servicios seguros, de alta calidad y asequibles, enfocados en ahorrar tiempo y facilitar la vida de los usuarios.

Para promover y respaldar su operación, SafeWayz considera diversas asociaciones y servicios externos. Esto incluye la contratación de agencias de publicidad y marketing para campañas promocionales, colaboración con centros educativos para la captación de clientes, subcontratación de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos a talleres externos, consultores de tecnología para el desarrollo y mantenimiento de plataformas digitales, asesores legales para cuestiones legales y contratos, asesores financieros para gestión financiera, proveedores de combustible para reducir costos operativos, expertos en seguridad vial y primeros auxilios.

Estas asociaciones y servicios externos contribuyen a fortalecer la operación y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por SafeWayz, la empresa de taxi con aplicación móvil.

### **Clientes**

Para definir los segmentos de mercado de una empresa de taxi seguro dirigido a niños y adolescentes, podemos basarnos en las características demográficas y necesidades específicas de cada grupo. Utilizando datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador, podemos identificar los siguientes segmentos de mercado:

#### Segmento de padres de niños

- Características demográficas: Padres de niños entre 5 y 18 años.
- Necesidades específicas: Transporte seguro y confiable para ir a la escuela, colegio y actividades extracurriculares, eventos deportivos, entre otros.
- Oportunidades: Alianzas con escuelas y centros educativos, servicio de transporte escolar.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La elaboración del plan de negocio para la implementación de una aplicación de taxis especializados para niños y adolescentes ha sido un proceso enriquecedor y revelador. Las conclusiones extraídas se fundamentan en una cuidadosa evaluación de la factibilidad del negocio, considerando los datos del estudio de mercado, las tendencias identificadas y la integración de elementos clave en el modelo de negocio.

### **1. Demanda Sólida y Receptividad del Mercado:**

La realización del estudio de mercado en la ciudad de Guayaquil ha confirmado una demanda significativa de un servicio de transporte especializado que priorice la seguridad y la comodidad, especialmente para los segmentos de niños y adolescentes. La receptividad positiva hacia la aplicación, evidenciada por los resultados de la encuesta, valida la necesidad de esta solución en la comunidad. Esta conclusión refuerza la viabilidad del modelo de negocio y sugiere un mercado listo para adoptar la propuesta.

### **2. Prioridad en la Seguridad y Adaptabilidad a las Necesidades Específicas:**

La seguridad ha emergido como una prioridad clave para los potenciales usuarios, respaldando la decisión de incorporar características avanzadas como el botón de pánico y la opción de compartir la ubicación en tiempo real. Además, la identificación de necesidades específicas, como horarios flexibles y servicios adaptados para actividades extracurriculares, valida la estrategia de ofrecer un transporte personalizado. Estas conclusiones reflejan una alineación precisa del modelo de negocio con las demandas identificadas en la investigación de mercado.

### **3. Impacto Potencial en la Calidad de Vida y Movilidad:**

El análisis de los datos recopilados sugiere que la implementación de la aplicación de taxis especializados tendría un impacto positivo en la comunidad, mejorando la calidad de vida de las familias con niños y adolescentes. Esta conclusión refuerza la misión de la aplicación de contribuir a una movilidad más segura y cómoda, alineándose con los objetivos de responsabilidad social y creando un diferenciador competitivo.

#### **Resultados del estudio de mercado**

El estudio de mercado revela una demanda real y significativa para una aplicación de taxis segura y confiable dirigida a niños y adolescentes. Los elementos clave para el éxito de esta aplicación incluyen la seguridad, la confiabilidad, la comodidad y la consideración especial para la educación del usuario. La estrategia de marketing debe centrarse en abordar estas preocupaciones y necesidades, comunicando de manera efectiva cómo la aplicación ofrece soluciones y brinda una experiencia de transporte segura y confiable.

La investigación también destaca que existe una necesidad palpable de un servicio de transporte seguro para niños y adolescentes, especialmente para actividades escolares o extracurriculares. La estrategia de marketing y desarrollo de la aplicación debería enfocarse en la seguridad, la garantía de trayectoria y la comodidad para las familias, con especial atención a la flexibilidad de horarios para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios.

En las entrevistas realizadas, se identifica que los padres, en su mayoría con ocupaciones laborales, encuentran complicado llevar a sus hijos a actividades extracurriculares debido a sus compromisos. La confianza en los servicios de taxi locales surge como un factor crucial, especialmente cuando los conductores son conocidos y tienen una mayor interacción con la comunidad.

Los resultados de las entrevistas y el grupo focal indican que la propuesta de implementar una aplicación de taxis especializada es innovadora y relevante. La interfaz de usuario debe ser intuitiva y amigable, con características de seguridad destacadas como el botón de pánico y la opción de compartir ubicación en tiempo real. La colaboración con expertos en seguridad infantil, género y envejecimiento es esencial, y el desarrollo técnico debe ser robusto y escalable. La estrategia de mejora continua se presenta como fundamental para construir la confianza del usuario y ofrecer una experiencia excepcional.

### **Viabilidad del proyecto**

Este proyecto es viable debido a la convergencia de varios factores clave que respaldan su implementación exitosa. En primer lugar, el análisis de mercado revela una demanda real y sostenida para un servicio de transporte seguro y especializado para niños y adolescentes. La identificación de estas necesidades específicas brinda una base sólida para el desarrollo de una aplicación de taxis adaptada a estas demandas.

Además, la investigación detallada y la colaboración con expertos en seguridad infantil, género y envejecimiento aseguran que la aplicación aborde de manera efectiva las preocupaciones de seguridad y comodidad de estos grupos vulnerables. La propuesta de valor de la aplicación, centrada en la seguridad, confiabilidad y atención personalizada, refuerza su atractivo para los usuarios y genera confianza en el servicio.

La viabilidad técnica se respalda mediante la atención a la usabilidad y la colaboración con especialistas en desarrollo de aplicaciones. La implementación de características clave, como el botón de pánico y la opción de compartir la ubicación en tiempo real, demuestra un compromiso con la seguridad y la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado.

Finalmente, la estrategia de marketing delineada, que destaca las características distintivas del servicio y se enfoca en la conciencia y confianza del usuario, proporciona un marco sólido para la introducción exitosa de la aplicación en el mercado. En conjunto, estos elementos demuestran que el proyecto es viable y tiene el potencial de satisfacer una necesidad crucial en el transporte, mejorando la calidad de vida de los usuarios y generando un impacto positivo en la comunidad.

### **Recomendaciones:**

#### **1. Fortalecimiento de la Estrategia de Marketing y Concientización:**

Aunque los resultados de la encuesta indican una disposición positiva hacia la aplicación, se recomienda una estrategia de marketing robusta para aumentar la conciencia y la adopción. Programas de concientización, colaboraciones con instituciones educativas y campañas publicitarias podrían ser clave para construir una base sólida de usuarios desde el lanzamiento.

#### **2. Alianzas Estratégicas y Expansión Gradual:**

Se sugiere explorar oportunidades para alianzas estratégicas con instituciones educativas, centros de actividades extracurriculares, etc. Estas alianzas no solo fortalecerían la presencia de la aplicación en la comunidad, sino que también podrían abrir puertas para servicios adicionales y expansiones geográficas gradualmente planificadas.

#### **3. Monitoreo Continuo y Mejora Iterativa:**

La implementación exitosa del modelo de negocio dependerá del monitoreo continuo de la eficacia de la aplicación y la adaptación a comentarios de los usuarios. La mejora iterativa, tanto en términos tecnológicos como de servicios adicionales, debe ser una práctica constante para garantizar la relevancia y la satisfacción del (INEC, 2020) usuario a lo largo del tiempo.

#### **4. Inversión en Formación y Cultura Organizacional:**

Dada la naturaleza especializada del servicio, se recomienda invertir en la formación continua de conductores para garantizar un estándar elevado de atención al cliente y seguridad. La construcción de una cultura organizacional centrada en la empatía y la atención al cliente será esencial para diferenciarse en el mercado y mantener la confianza de los usuarios.

El proceso de diseño del plan de negocio para la implementación de una aplicación de taxis especializados ha representado para el equipo una travesía reveladora y educativa. A lo largo de este proceso, se han destilado aprendizajes valiosos que trascienden la mera elaboración de estrategias comerciales y números. La reflexión sobre este trayecto lleva a apreciar la complejidad y la interconexión de los elementos que constituyen un modelo de negocio sólido y sostenible.

En primer lugar, la comprensión profunda de las necesidades y preocupaciones específicas de los usuarios, en este caso, niños y adolescentes ha destacado la importancia de la empatía en el diseño de soluciones. Este aprendizaje resalta que no se trata únicamente de ofrecer un servicio de transporte, sino de abordar preocupaciones legítimas relacionadas con la seguridad y la comodidad. Este equipo reconoce la necesidad de situarse en el lugar del usuario y diseñar no solo para satisfacer sus necesidades tangibles, sino también para aliviar sus preocupaciones emocionales.

Además, la importancia de la adaptabilidad y la evolución constante ha sido un principio rector a lo largo del proceso de diseño. Desde la arquitectura tecnológica hasta la estrategia financiera, cada elemento ha sido concebido con la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno empresarial y tecnológico. Este aprendizaje subraya la necesidad de mirar más allá del momento presente y planificar para un futuro dinámico, donde la flexibilidad y la innovación son esenciales.



El análisis detallado de los resultados del estudio de mercado ha reforzado la importancia de la investigación fundamentada en datos. Este equipo reconoce que no se trata solo de intuiciones o percepciones, sino de datos tangibles que respaldan cada decisión estratégica. Este aprendizaje subraya la necesidad de tomar decisiones informadas, basadas en una comprensión sólida de la realidad del mercado y las demandas de los consumidores.

El proceso de diseño también ha resaltado la necesidad de una colaboración estrecha con expertos y la comunidad. La incorporación de asesores especializados en movilidad, seguridad y atención a grupos vulnerables ha enriquecido enormemente la propuesta. Este equipo reconoce que el conocimiento especializado es invaluable y que la colaboración efectiva con expertos puede marcar la diferencia entre un plan de negocio estándar y uno que realmente responde a las necesidades del mercado.

Finalmente, la reflexión sobre este proceso de diseño destaca la importancia de mantener un equilibrio entre la visión empresarial y la responsabilidad social. Más allá de los beneficios económicos, la implementación exitosa de este modelo de negocio tiene el potencial de generar un impacto significativo en la movilidad y la calidad de vida de una comunidad específica. Este aprendizaje recalca la responsabilidad del equipo de contribuir positivamente a las comunidades a las que sirven.

## 6. REFERENCIAS

- Cárdenas, F. (2019). "Sostenibilidad empresarial en relación a los objetivos del desarrollo sostenible en el Ecuador". *RECIAMUC*, 3(1), 670-699. Obtenido de <https://www.reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/253>
- Ibernón, F. (2020). "Desarrollo personal, profesional e institucional y formación del profesorado. Algunas tendencias para el siglo XXI". *Qurrriculum*, 2020(33), 49-67. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/167838>
- INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021_Mercado_Laboral.pdf)
- INEC. (2021). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Diciembre-2021/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_dic2021.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Diciembre-2021/01%20ipc%20Presentacion_IPC_dic2021.pdf)
- Izarra, J. (2020). "Retos del liderazgo comunitario frente a los paradigmas de la gestión social". *Journal of business and entrepreneurial studies: JBES*, 4(1), 4. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7472719>
- Jiménez, A. (2020). "Factores que inciden en la percepción de la calidad del servicio tipo taxi en la ciudad de Medellín Colombia". *Revista CIES Escolme*, 11(2), 83-94. Obtenido de <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/297>
- León, M. (2021). "Evaluación formativa: el papel de retroalimentación en el desarrollo del pensamiento crítico". *Maestro y Sociedad*, 18(2), 563-571. Obtenido de <https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/5359>
- Sandoval, C. (2020). "La educación en tiempo del Covid-19 herramientas TIC: El nuevo rol Docente en el fortalecimiento del proceso enseñanza aprendizaje de las prácticas

educativa innovadoras". *Revista Docentes 2.0*, 2, 24-31. Obtenido de  
<https://ojs.docentes20.com/index.php/revista-docentes20/article/view/138>

Valenzuela, B. (2020). "Experiencia del Cliente y Emociones: Conociendo su aplicación en soluciones digitales de taxis". *Conference paper*. Obtenido de  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65239871/EXPERIENCIA\\_CLIENTE\\_APP-libre.pdf?1608609031=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DExperiencia\\_del\\_Cliente\\_y\\_Emociones\\_Conofdf&Expires=1705381539&Signature=ROfDTV8jFqY3v8aMQHDv0VxpyIrZzZphZsqDAQ](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65239871/EXPERIENCIA_CLIENTE_APP-libre.pdf?1608609031=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DExperiencia_del_Cliente_y_Emociones_Conofdf&Expires=1705381539&Signature=ROfDTV8jFqY3v8aMQHDv0VxpyIrZzZphZsqDAQ)

## 7.ANEXOS

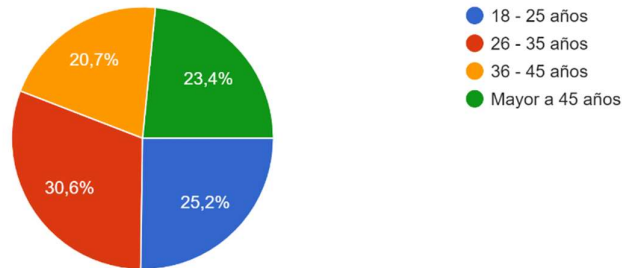
### **Anexo 1 cuestionario para el Grupo Focal**

- 1) ¿Cuál es su ocupación principal?
- 2) ¿Cuántos hijos tiene?
- 3) ¿Cómo se movilizan sus hijos al colegio?
- 4) ¿Cuándo se trata de actividades extracurriculares, esto es clases de deportes, de inglés, música e incluso matemáticas, física como hacen para que lleguen a esos lugares?
- 5) Las actividades curriculares son del mismo colegio donde estudian o son particulares
- 6) y ¿Considera que tiene el tiempo suficiente para llevar a sus hijos a actividades extracurriculares?
- 7) En este caso, lo que no tienen tiempo para llevarlos ¿Le gustaría contar con una opción de transporte para sus hijos que garanticen completamente su seguridad?

- 8) ¿Usan servicio de transporte con aplicaciones como UBER, INDRIVER entre otros? Porqué
- 9) ¿Qué es lo mejor que tienen estas aplicaciones con servicio de transporte?
- 10) ¿Qué es lo peor que tienen estas aplicaciones con servicio de transporte?
- 11) ¿Considera que son seguro para que trasladen a sus hijos a estas actividades curriculares?
- 12) ¿Permitiría que sus hijos viajen solos en una de estas aplicaciones de taxi?
- 13) ¿Cree importante la seguridad que brindan al momento de contratar estos servicios para trasladar a sus hijos a diferentes actividades?
- 14) ¿Consideraría contratar este servicio de transporte para movilizar a sus hijos?
- 15) ¿Qué método de pago prefiere en un App: efectivo, transferencia bancaria, PayPal, ¿tarjeta de débito o tarjeta de crédito?
- 16) ¿Pagaría por viaje, por semana o por mes?
- 17) ¿Cuánto pagaría por ejemplo desde su casa hasta donde reciben las clases?
- 18) ¿Qué espera de estas aplicaciones, que le recomendaría para dar un mejor servicio?

## Anexo 2: Resultados y análisis de las encuestas

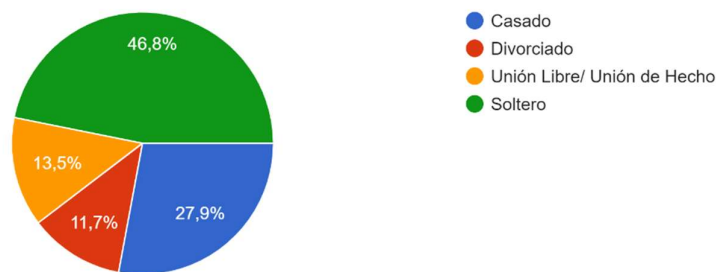
Figura 1 Edad



Fuente: Elaborado por los autores

En la representación gráfica, 30,6 % tienen entre 26 – 35 años de edad, convirtiéndose en la mayoría de los encuestados. Entre tanto que el 25,2 % tiene 18 – 25 años, mientras que 23,4 % son personas mayores de 45 años. El 20,7 % tiene 36 – 45 años de edad.

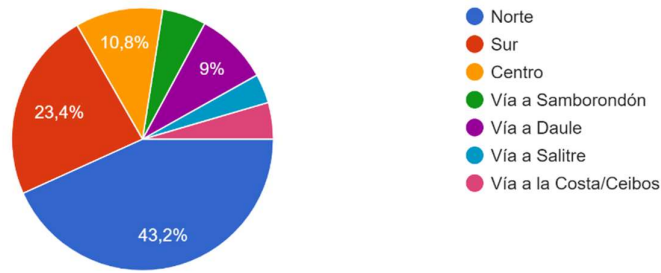
Figura 2 Estado civil



Fuente: Elaborado por los autores

Es importante mencionar que 46,8 % son personas solteras, 27,9% son casados, 13,5% viven en unión libre y 11,7 % son divorciados. Se resalta que en su mayoría son personas solteras, que trabajan y estudian.

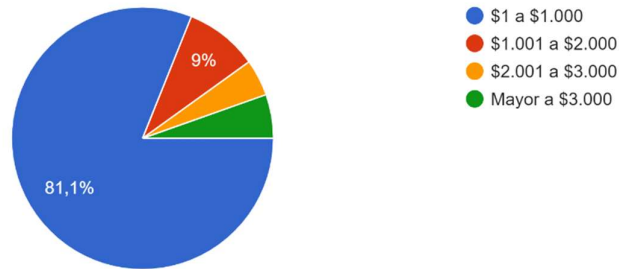
Figura 3 Sector donde vive



Fuente: Elaborado por los autores

En los resultados, en la mayoría de los casos, 43,2 % viven en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, 23,4 % tienen su lugar de residencia en el sur, 10,8 % viven en el centro de la ciudad.

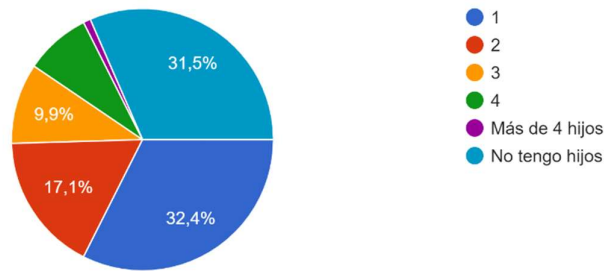
Figura 4 Ingresos mensuales



Fuente: Elaborado por los autores

Como parte de los resultados, 81,1 % de las personas encuestadas perciben en forma mensual entre \$1 – 1000, mientras que 9 % perciben entre \$1001 -2000 dólares mensual.

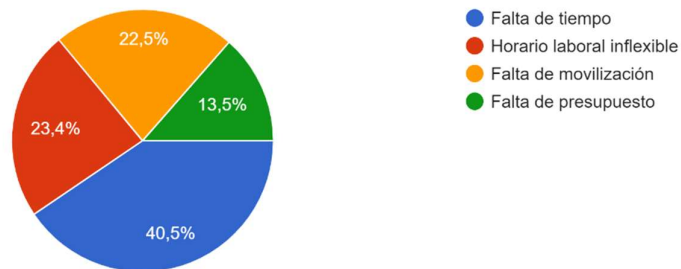
Figura 5 Número de hijos



Fuente: Elaborado por los autores

De acuerdo a los resultados, 32,4 %, las personas encuestadas indicaron que tienen un solo hijo, seguido del 31,5 % no tiene hijos, pero estudian en diferentes lugares y requieren trasladarse a su trabajo o estudios, 17,1 % tienen 2 hijos y 9,9 % tienen un promedio de tres hijos.

Figura 6 Necesidades que no puede satisfacer

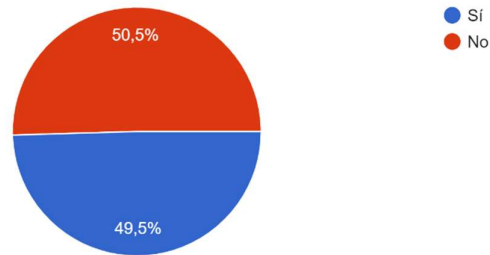


Fuente: Elaborado por los autores

Para el 40,5 % de las personas encuestadas, la falta de tiempo es una de las razones principales por las que no podría llevar a sus hijos a las actividades extracurriculares, mientras que 23,4 % es porque tienen un horario laboral inflexible. Un 22,5 % dijeron que la falta de movilización es una de las razones que no puede llevar a clases a sus hijos. 13,5 % indicaron

que la falta de presupuesto es una de las razones que impiden llevar a sus hijos a las clases extracurriculares.

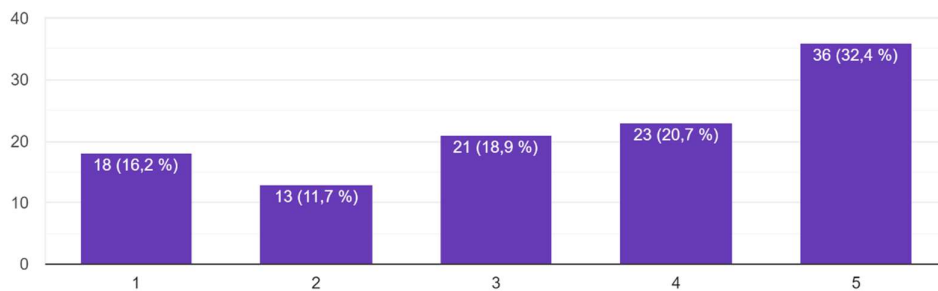
Figura 7 Dispone de vehículos



Fuente: Elaborado por los autores

Del total de los encuestados, 49,5 % no poseen vehículo, mientras que 50,5 % si poseen vehículo.

Figura 8 Probabilidad de elegir una empresa garantizada

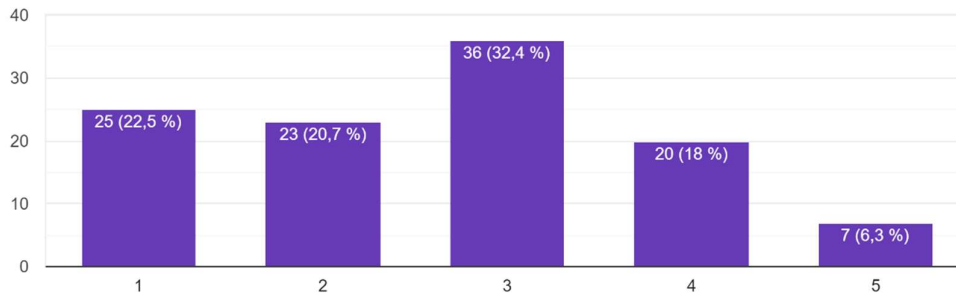


Fuente: Elaborado por los autores

En los resultados, 32,4 % mayoritariamente cuenta que es muy probable que si elija una de las opciones de transporte, mientras que 20,7 % indicó que se probable que si lo haga, un 18,9 % dijeron que es probable, ni poco probable que acepte una de estas opciones de transporte.



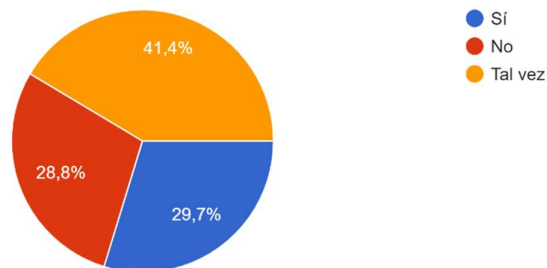
Figura 9 Seguridad en empresas competidoras



Fuente: Elaborado por los autores

En forma general, 32,4 % de los resultados, indicaron que es ni seguro, ni inseguro estas aplicaciones, mientras que 20,7 % indicaron que son inseguras y 22,5 %, manifestaron que es nada seguro estas aplicaciones de taxi.

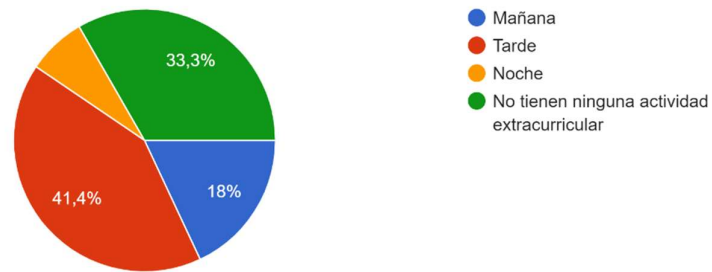
Figura 10 Uso de taxi con empresa certificada en seguridad



Fuente: Elaborado por los autores

Para el 41,4 % de las personas encuestadas indicaron que tal vez si usarían estas aplicaciones de taxi, 28,8 % de los informantes indicaron que no lo harían y 29,7 manifestaron que si lo harían, siempre que garanticen la seguridad.

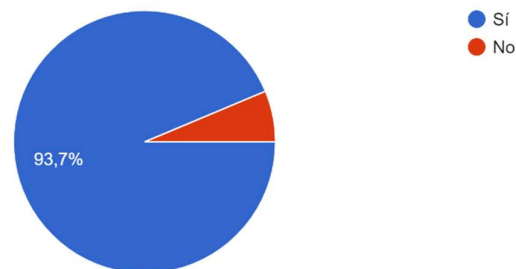
Figura 11 Horario de actividades extracurriculares



Fuente: Elaborado por los autores

Es importante considerar que, 41,4 % tienen en la tarde las actividades curriculares, mientras que 33.3 % indicaron que no tienen ninguna actividad, 18 % hacen sus actividades en la mañana.

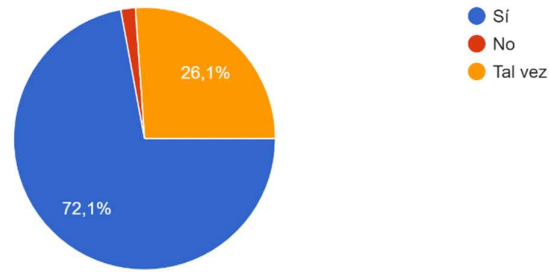
Figura 12 es importante una APP seguro para transporte privado



Fuente: Elaborado por los autores

En forma general, 93,7 % indicaron que si es importante en la actualidad contar con una aplicación de transporte que garantice la seguridad de sus hijos al usarla.

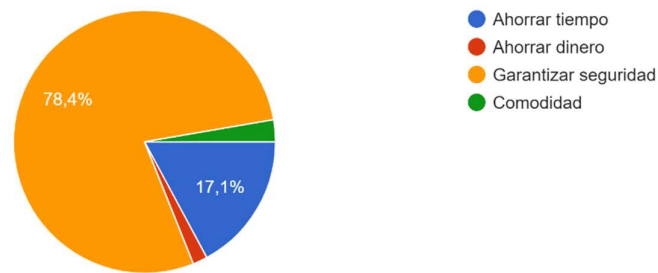
Figura 13 Prefiere monitorear en vivo a la persona transportada



Fuente: Elaborado por los autores

En las respuestas, 72,1 %, es decir la mayoría de las personas encuestadas indicaron que si permitirían usar esa App porque les asegura la trayectoria.

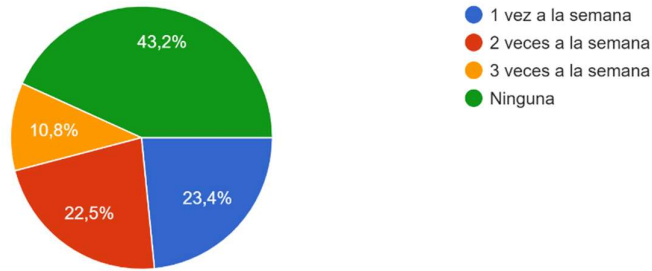
Figura 14 Razones para escoger una APP segura



Fuente: Elaborado por los autores

En las respuestas se evidencia que 78,4 % de los encuestados buscan la seguridad para sus hijos y se convierte en una de las razones para usar la App. Apenas, 17,1 % lo usarían para ahorrar tiempo.

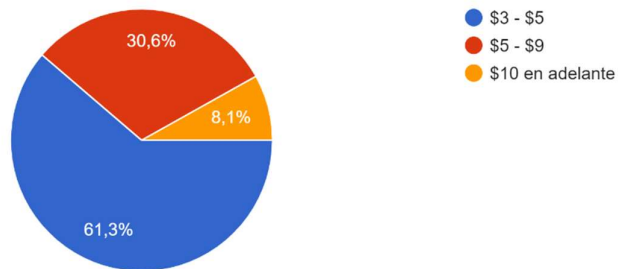
Figura 15 Frecuencia de uso posible de la APP



Fuente: Elaborado por los autores

En las respuestas, 23,4 % de los encuestados indicaron que 1 vez por semana, 22,5% lo harían cada dos veces a la semana y 10,8 % lo hacen 3 veces a la semana. sumando los tres resultados, mayoritariamente llevan a sus hijos las actividades extracurriculares.

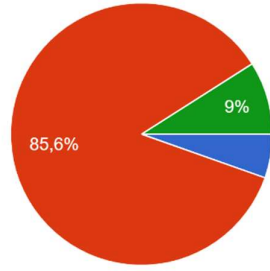
Figura 16 Posible nivel de pago



Fuente: Elaborado por los autores

Las personas encuestadas, 61,3 % indicaron que pagarían entre 3 – 5 dólares, mientras que 30,6 % pagarían entre 5 – 9 dólares.

Figura 17 Atributos importantes del transporte seguro



- PRECIO
- SEGURIDAD
- CALIDAD DE LOS VEHÍCULOS
- PROFESIONALISMO DEL CONDUCTOR

Fuente: Elaborado por los autores