

DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD DIRIGIDA
A LA ESCUELA DE CONDUCTORES PROFESIONALES CONDUESPOL
DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Proyecto Integrador realizado por:

BONILLA SEGARRA YAMILKA ALEJANDRA

SANCAN MEDINA JULIO CESAR

**Presentado a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Escuela
Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)**

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Director de Proyecto: José Omar Zurita

Septiembre 2017

RESUMEN

La escuela de conductores profesionales CONDUESPOL está ubicada en el Km. 30.5 Vía Perimetral, Campus Gustavo Galindo en la ciudad de Guayaquil. Actualmente la empresa ofrece los servicios de instrucción para obtener las licencias profesionales en las categorías C, C1 y E, además, de cursos para recuperación de puntos y convalidación de licencias profesionales para las categorías C1 y E.

Se realizó un estudio debido a que el mercado objetivo de las escuelas de conducción profesional desconoce sobre los diferentes servicios y beneficios que ofrecen los centros de educación, lo que conlleva, a un aumento de la competitividad para poder completar los cupos en el plazo de inscripción.

Con el propósito de identificar los principales problemas que afronta este sector se realizó entrevistas a personas involucradas en el tema de transporte, tales como: directivos, conductores profesionales, agentes de tránsito, entre otros. Además, a través de una investigación concluyente, se identificaron variables que inciden al momento de elegir una escuela de conducción profesional, como resultado el proyecto busca plantear estrategias atractivas para los nuevos aspirantes y determinar una cartera de negocios adaptadas a las oportunidades de mercado, que permita a la empresa aumentar sus ingresos.

Finalmente, la investigación indicó que existe interés en tomar cursos relacionados al área de transporte, adicionalmente las personas ven a CONDUESPOL como una excelente escuela de aprendizaje, para lo cual se propone crear capacitaciones dirigidas a conductores profesionales y no profesionales.

ABSTRACT

The school of professional drivers CONDUESPOL is located at km. 30.5 vía Perimetral, Gustavo Galindo campus in the city of Guayaquil. The company currently offers the services of instructional materials to meet the professional licenses in categories C, C1 and E, in addition, courses for recovery points and recognition of professional licenses for categories C1 and E.

A study was carried out because the target market of professional driving schools don't know about the different services and benefits offered by the centers of education, which leads to an increase in the competitiveness in order to complete the quotas in the registration period.

With the purpose of identifying major issues facing this sector was conducted interviews with people involved in the issue of transport, such as: directors, professional drivers, traffic officers, among others. In addition, through a conclusive research, identified variables that have an impact when choosing a professional driving school; as a result, the project seeks to raise engaging instructional strategies for new applicants and determine a business folio adapted to market opportunities, which enables the company to increase their income.

Finally, the research indicated that there is interest in taking courses related to the area of transport, in addition the people see CONDUESPOL as an excellent school of learning, for which it is proposed to create training to professional and non-professional drivers.

DEDICATORIA

A mi hermano;

Por su compañía y ayuda porque, aunque estudiemos carreras distintas siempre estuvo lleno de ideas para aportar cuando más lo requería.

A mis amigos;

Por demostrarme a lo largo de mi carrera que ningún trabajo era tan bueno como cuando lo hacíamos todos juntos, pues, entre exigencias, risas y buena compañía nuestros esfuerzos sobresalían.

A mi primo;

Porque la educación es lo más valioso y satisfactorio que existe.

Yamilka Alejandra Bonilla Segarra.

Dedicado a la memoria mi madre María Asunción Medina Quimí, quien me dio la vida y aunque no se encuentra a mi lado para acompañarme en este momento importante, quiero dejar asentado en este trabajo que siempre estará dentro de mi mente y corazón.

A mi padre, mis hermanos y a aquellas personas que siempre me brindaron apoyo anímico y moral durante esta etapa.

Julio César Sancán Medina

AGRADECIMIENTOS

A mis hermanas, que se convirtieron en un pilar importante en mi formación, pues, constantemente se preocuparon por cuadernos, mochilas, colores, y agradezco infinitamente cada una de las cosas que nos dieron, enseñándonos que siempre se entrega lo mejor. Agradezco también a mis padres, por demostrarnos que la preparación pedagógica siempre será una muy buena inversión, puesto que es el complemento perfecto para alcanzar nuestros objetivos.

Yamilka Alejandra Bonilla Segarra

Ante todo, agradezco a Dios por brindarme fuerzas para alcanzar este objetivo, a mis padres; María Asunción Medina Quimí y Anastasio Sancán Bonilla, por ser ejemplo de humildad y sacrificio, a mis hermanos que siempre me brindaron apoyo no sólo económico sino también anímico y moral, a mis ex compañeros de labores de la Unidad de Mantenimiento, a mis jefes, a los concesionarios, auxiliares de servicio, conductores de TRANSESPOL, al personal de CONDUESPOL, al personal administrativo, docentes, directores y todos quienes conforman la Comunidad Politécnica por brindarme siempre un consejo y a no desmayar en este proceso. También agradezco a Nancy Mendoza a quien considero como una segunda madre, ella fue una base importante para continuar mis estudios, a mis cuñadas, mis sobrinos y toda mi familia por su respaldo y confianza.

Julio César Sancán Medina

La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponden exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.

Yamilka Alejandra Bonilla Segarra

Julio César Sancán Medina

SIGLAS

BCE	Banco Central del Ecuador
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
ANT	Agencia Nacional de Tránsito
PIB	Producto Interno Bruto
CNTTTSV	Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial
NTE	Norma Técnica Ecuatoriana
INEN	Instituto Ecuatoriano de Normalización
AEADE	Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador
SENAE	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	ii
ABSTRACT	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
SIGLAS	vii
1. SECCIÓN I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Definición del problema.....	4
1.3 Objetivos del proyecto	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos.....	4
1.4 Justificación.....	4
1.5 Alcance y delimitación del proyecto.....	6
1.6 Cronograma	7
2. SECCIÓN II: ANÁLISIS SITUACIONAL	8
2.1. Análisis del macro-entorno	8
2.1.1 Entorno económico	8
2.1.1.2 Acuerdo comercial con la Unión Europea	10
2.1.1.3 Importación de vehículos	11
2.1.1.4 Actividades relacionadas al sector automotriz	12
2.1.2 Entorno natural.....	13
2.1.3 Entorno Político.....	14
2.1.4 Entorno social.....	16
2.2 Análisis del micro-entorno	19
2.2.1 Fuerzas de Porter	19
2.2.2 Análisis interno de la empresa.....	20
2.2.2.1 Misión.....	21
2.2.2.2 Visión	21
2.2.3 Áreas claves de la empresa.....	21

2.2.3.1 Recursos humanos.....	22
2.2.3.2 Recursos financieros	22
2.2.3.3 Maquinarias y equipos	22
2.2.3.4 Tecnología.....	23
2.2.4 Análisis FODA.....	23
2.2.5 Estrategias genéricas de Porter.....	24
3. SECCIÓN III: MERCADO ESTRATÉGICO.....	25
3.1 Objetivo general	25
3.2 Objetivos específicos.....	25
3.3 Diseño de la investigación.....	25
3.3.1. Investigación exploratoria	26
3.3.1.1. Fuentes secundarias.....	26
3.3.1.2. Entrevistas con expertos.....	26
3.3.2. Investigación concluyente	31
3.4. Método de recolección de datos	31
3.4.1. Diseño del modelo del cuestionario	31
3.5 Levantamiento de la información.....	38
4. SECCIÓN IV: MERCADO ESTRATÉGICO.....	50
4.1 Objetivos del plan estratégico	50
4.1.1 Objetivo general	50
4.1.2 Objetivos específicos.....	50
4.2 Estratégica de segmentación	50
4.2.1 Macro-segmentación	50
4.2.2 Micro-segmentación.....	51
4.3 Diseño de la muestra	52
4.3.1 Tamaño de la muestra.....	53
4.4 Estrategia de posicionamiento.....	53
4.4.1 Posicionamiento basado en ventajas comparativas	54
4.5 Análisis del proceso de compra.....	54
4.5.1 Matriz de roles y motivos.....	55
4.6 Marketing mix	56

4.6.1 Producto o servicio.....	56
4.6.1.1 Licencia profesional tipo C	57
4.6.1.2 Licencia profesional tipo C1	57
4.6.1.3 Licencia profesional tipo E.....	58
4.6.1.4 Convalidación de licencias profesionales.....	59
4.6.1.5 Recuperación de puntos.....	59
4.6.2. Capacitación (nuevo servicio).....	60
4.6.2.1 Conducción defensiva	60
4.6.2.2 Cuidado del vehículo.....	61
4.6.2.3 Seguridad correspondiente al proceso de transporte de mercadería.....	62
4.7 Precio.....	64
4.8 Plaza	65
4.8.1 Ubicación	65
4.8.1 Canales de distribución	65
4.8.2 Servicio al Cliente	66
4.9 Promoción	66
4.9.1 Propuesta publicitaria.....	66
4.9.2 Promoción Web.....	67
4.9.3 Promoción on-line	69
4.9.4 Promoción en stands.....	69
4.9.5 Promoción en ventas	70
4.9.6 Promoción prensa escrita.....	71
4.10 Cronograma de publicidad	72
5. SECCION V: ANÁLISIS FINANCIERO	73
5.1 Demanda.....	73
5.2 Punto de equilibrio por curso	73
5.3 Inversión inicial.....	74
5.4 Costos	74
5.4.1 Costos variables.....	75
5.4.1 Costos fijos.....	75
5.5 Costos de mano de obra	75

5.6 Material directo	75
5.7 Depreciación.....	75
5.8 Flujo de caja mensual.....	76
5.9 Flujo de caja anual.....	77
CONCLUSIÓN	78
RECOMENDACIONES	79
REFERENCIAS	80
ANEXO.....	82

LISTADO DE FIGURAS

	Página
Figura 1 Variación del PIB.....	9
Figura 2 Importación histórica de vehículos	11
Figura 3 Actividades del sector.....	12
Figura 4 Establecimientos dedicados a la actividad automotriz.....	13
Figura 5 Nivel Socio-económico agregado.....	17
Figura 6 Tendencia área de transporte	18
Figura 7 Las tres estrategias de Porter.....	24
Figura 8 Diseño de la investigación	26
Figura 9 Enfoque Tridimensional	51
Figura 10 Diseño de la muestra.....	52
Figura 11 Malla del curso para licencia profesional Tipo C	57
Figura 12 Malla del curso de licencia profesional tipo C1.....	58
Figura 13 Malla del curso para licencia profesional tipo E.....	59
Figura 14 Costo del curso de conducción profesional tipo C y C1	64
Figura 15 Costo del curso de conducción licencia tipo E y Recuperación de puntos.....	64
Figura 16 Mapa de ubicación CONDUESPOL.....	65
Figura 17 Ranking redes sociales y medios web en Ecuador.....	67
Figura 18 Nuevo diseño página web de CONDUESPOL.....	68
Figura 19 Diseño de stand.....	69
Figura 20 Diseño de volante.....	70

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Código de causas accidentales	5
Tabla 2 Cronograma del proyecto	7
Tabla 3 PIB por industrias 2016 IV	10
Tabla 4 Desgravamen de vehículos.....	10
Tabla 5 Número de unidades importadas por clase de vehículo	11
Tabla 6 Límite máximo de emisiones para fuentes móviles con motor de gasolina a partir del año 2000	14
Tabla 7 Estrato Socio-económico en Ecuador	16
Tabla 8 Composición de los ecuatorianos según su actividad	17
Tabla 9 Fuerzas de porter	20
Tabla 10 Análisis matriz FODA de CONDUESPOL	23
Tabla 11 Distribución de Micro-segmentación.....	51
Tabla 12 Cuatro tipos de comportamiento de compra	54
Tabla 13 Matriz de roles y motivos.....	55
Tabla 14 Paquetes mensuales por secciones (600000 impresiones)	71
Tabla 15 Cronograma campañas publicitarias	72
Tabla 16 Cronograma campañas de promociones.....	72
Tabla 17 Costo anual de publicidad	74

1. INTRODUCCIÓN

La Agencia Nacional de Tránsito (ANT) (Blogespol, 2011) en marzo del 2011 propuso a las universidades, escuelas politécnicas e institutos técnicos de educación superior que capaciten a los aspirantes a conductores profesionales del país. (El universo, 2011)

La ESPOL atendiendo la invitación de la ANT, fue autorizada a participar de esta iniciativa el 16 de agosto de 2011 mediante Resolución No. 56-DE-2011-ANT. De esta manera nace la Escuela de Conductores Profesionales CONDUESPOL E.P., una escuela organizada para formar y capacitar conductores profesionales, además de ser parte del cambio de la seguridad y responsabilidad vial (CONDUESPOL, 2011).

Guayaquil es una de las ciudades con mayor número de vehículos, según registros del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), algunos de ellos dedicados a trabajar como taxis informales, ya que sus propietarios no cuentan con una licencia profesional y optan por laborar de manera ilegal.

Para llevar a cabo este proyecto se contará con lo siguiente:

- SECCIÓN I: Identificación del problema en la escuela de conducción profesional CONDUESPOL, además se analizaron los antecedentes, objetivos y delimitaciones del proyecto.

- SECCIÓN II: Análisis del macro y micro entorno de la empresa, este estudio abarca variables externas e internas que afectan al mercado, tales como, el factor económico, social, político y ambiental así como también, la misión, visión y sus recursos.
- SECCIÓN III: Este capítulo corresponde al estudio de mercado, donde se utilizaron métodos de investigación exploratoria y concluyente, a través de entrevistas a expertos y encuestas para el análisis cuantitativo.
- SECCIÓN IV: En esta sección se segmentó el mercado meta para establecer estrategias de posicionamiento y plantear propuestas de producto, precio, plaza y promoción.
- SECCIÓN V: Evaluación financiera, que contempla el análisis de los recursos invertidos y los retornos esperados del proyecto.

1. SECCIÓN I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

La Escuela Superior Politécnica del Litoral en el 2011 crea la Escuela de Conductores Profesionales CONDUESPOL con los mismos principios y preceptos institucionales, que garantizan una educación seria y responsable, dirigida al cambio de la cultura del conductor ecuatoriano.

CONDUESPOL seleccionó un equipo de profesionales en las diferentes áreas del conocimiento (mecánica automotriz, primeros auxilios, computación, seguridad vial, etc.) comprometidos a capacitarse continuamente con el objeto de conseguir los fines propuestos, adicionalmente, desarrolló proyectos destinados al cambio en infraestructura, adquisición de muebles, maquinaria y vehículos.

Dada la importancia de los clientes por adquirir la categoría de conductores profesionales se inicia en Espol la instrucción para licencia tipo C, que permite manejar taxis y buses urbanos. Posteriormente, en el corto plazo, se amplió la categoría a licencias profesionales tipo: C1 y E. (El universo, 2011)

Por otra parte, la ANT es el ente regulador de las escuelas de conducción, que planifica y organiza horarios, precios, cupos, entre otras actividades. Asimismo, realiza inspecciones a los establecimientos autorizados para el funcionamiento de las mismas, garantizando el desarrollo de los cursos teóricos y prácticos que se imparten.

Además, con el objetivo de mejorar la calidad y formación de los futuros conductores, la ANT erradica la función de estos servicios a los sindicatos de choferes profesionales, razón por la cual se incrementó la participación de otras instituciones en la ciudad de Guayaquil.

1.2 Definición del problema

Las regulaciones de la ANT hacen que todas las escuelas de conductores profesionales tengan restricciones al momento de ofrecer sus servicios, además, el incremento de la competencia ha generado una reducción en la demanda de estudiantes a CONDUESPOL. Como consecuencia, el presente proyecto busca aumentar las ventas de la empresa y reforzar su marca.

1.3 Objetivos del proyecto

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar una estrategia empresarial dirigida a la escuela de conductores profesionales, CONDUESPOL, con la finalidad de incrementar su participación en el mercado de la ciudad de Guayaquil.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la competitividad de CONDUESPOL a través de un diagnóstico competitivo en el mercado.
- Definir qué cartera de negocios o productos es mejor para la empresa, adaptando fortalezas y debilidades a las oportunidades del entorno.
- Seleccionar una adecuada estrategia de marketing que le permita captar un mayor número de clientes.
- Elaborar un análisis financiero para la aplicación de la estrategia propuesta.

1.4 Justificación

Debido a la falta de cultura en seguridad vial por parte de conductores y peatones, la provincia del Guayas registra la mayor cantidad de siniestros en temas de accidentes de tránsito

(2.491 accidentes). Según los registros de la ANT durante el primer cuatrimestre del año 2017 y sólo en la ciudad de Guayaquil se registran 342 accidentes.

Las causas probables de accidentes que se registran a nivel nacional se dan en su mayoría por las contravenciones del código CI4, C23, C09, C11 y C25, como se muestra en la tabla 1. (Conducespol, 2014)

Tabla 1. Código de causas accidentales

CODIGO	CAUSAS PROBABLES	ENE	FEB	MAR	ABR	TOTAL A ABRIL -2017	%
C14	CONducir desatento a las condiciones de tránsito (CELULAR, PANTALLAS DE VIDEO, COMIDA, MAQUILLAJE O CUALQUIER OTRO ELEMENTO DISTRACTOR)	412	462	367	390	1.631	17,17
C09	CONducir vehículo superando los límites máximos de velocidad.	300	336	306	249	1.191	12,54
C23	NO RESPETAR LAS SEÑALES REGLAMENTARIAS DE TRÁNSITO. (PARE, CEDA EL PASO, LUZ ROJA DEL SEMAFORO,ETC).	327	283	328	282	1.220	12,85
C11	NO MANTENER LA DISTANCIA PRUDENCIAL CON RESPECTO AL VEHÍCULO QUE LE ANTECEDE.	212	187	191	292	882	9,29
C25	NO CEDER EL DERECHO DE VÍA O PREFERENCIA DE PASO A VEHÍCULOS.	193	165	175	149	682	7,18
C19	REALIZAR CAMBIO BRUSCO O INDEBIDO DE CARRIL.	175	177	155	118	625	6,58
C26	NO CEDER EL DERECHO DE VÍA O PREFERENCIA DE PASO AL PEATÓN.	189	160	153	133	635	6,69
C06	CONDUCE BAJO LA INFLUENCIA DE ALCOHOL, SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES O PSICOTRÓPICAS Y/O MEDICAMENTOS.	157	148	157	184	646	6,80
C12	NO GUARDAR LA DISTANCIA LATERAL MÍNIMA DE SEGURIDAD ENTRE VEHÍCULOS.	111	88	118	206	523	5,51
C16	NO TRANSITAR POR LAS ACERAS O ZONAS DE SEGURIDAD DESTINADAS PARA EL EFECTO.	70	69	55	76	270	2,84
C03	CONducir en estado de somnolencia o malas condiciones físicas (SUEÑO, CANSANCIO Y FATIGA).	45	51	46	69	211	2,22
C22	ADELANTAR O REBASAR A OTRO VEHÍCULO EN MOVIMIENTO EN ZONAS O SITIOS PELIGROSOS TALES COMO: CURVAS, PUENTES, TÚNELES, PENDIENTES, ETC.	37	45	51	24	157	1,65
C01	CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR (EXPLOSIÓN DE NEUMÁTICO NUEVO, DERRUMBE, INUNDACIÓN, CAÍDA DE PUENTE, ÁRBOL, PRESENCIA INTEMPESTIVA E IMPREVISTA DE SEMOVIENTES EN LA VÍA, ETC.).	35	33	27	23	118	1,24

Fuente: ANT 2017

Ante esta situación es importante concienciar a los conductores acerca de la responsabilidad de manejar un vehículo, pues, recordemos que en el tema de tránsito están inmersas todas las personas. Es por esto que, la escuela de conductores a través del profesionalismo de sus profesores e instructores, debe transmitir de forma eficiente el

conocimiento teórico - práctico y ofrecer capacitaciones o talleres como método de refuerzo cognitivo para prevenir accidentes.

1.5 Alcance y delimitación del proyecto

El alcance del proyecto se centra en proponer una serie de estrategias óptimas para mejorar la situación de la empresa CONDUESPOL, que estarán respaldadas a través de un análisis financiero de los posibles ingresos que representará el proyecto, cuya ubicación se encuentra en el Km. 30.5 vía Perimetral, Campus Gustavo Galindo Velasco en la ciudad de Guayaquil.

1.6 Cronograma

Tabla 2 Cronograma del proyecto

Proyecto integrador: Desarrollo de una estrategia empresarial dirigida a la escuela de conductores profesionales-Conduespol	Duración	Comienzo	Fin	martes	Sábado	miércoles	lunes	miércoles	lunes	martes	miércoles	viernes	domingo	martes	martes
	89 días	20/06/2017	26/09/2017	20/06/2017	01/07/2017	12/07/2017	24/07/2017	09/08/2017	21/08/2017	29/08/2017	06/09/2017	15/09/2017	24/09/2017	26/09/2017	26/09/2017
Inicio	0	20/06/2017	20/06/2017												
Sección 1: Planteamiento del problema	11	20/06/2017	01/07/2017												
Sección 2: Análisis situacional	10	02/07/2017	12/07/2017												
Sección 3: Metodología	11	13/07/2017	24/07/2017												
Sección 4: Mercado estratégico	15	25/07/2017	09/08/2017												
Sección 5: Evaluación Financiera	11	10/08/2017	21/08/2017												
Conclusiones	7	22/08/2017	29/08/2017												
Recomendaciones	7	30/08/2017	06/09/2017												
Revisión del proyecto por parte del tutor	8	07/09/2017	15/09/2017												
Formato del trabajo de titulación	8	16/09/2017	24/09/2017												
Evaluación de pares y exposiciones	1	25/09/2017	26/09/2017												
Fin	0	26/09/2017	26/09/2017												

Elaborado por los autores

2. SECCIÓN II: ANÁLISIS SITUACIONAL (MICRO Y MACRO ENTORNO)

2.1. Análisis del macro-entorno

Los aspectos del macro-entorno son factores económicos, naturales, tecnológicos, políticos y sociales que moldean oportunidades y plantean amenazas para la empresa. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

2.1.1 Entorno económico

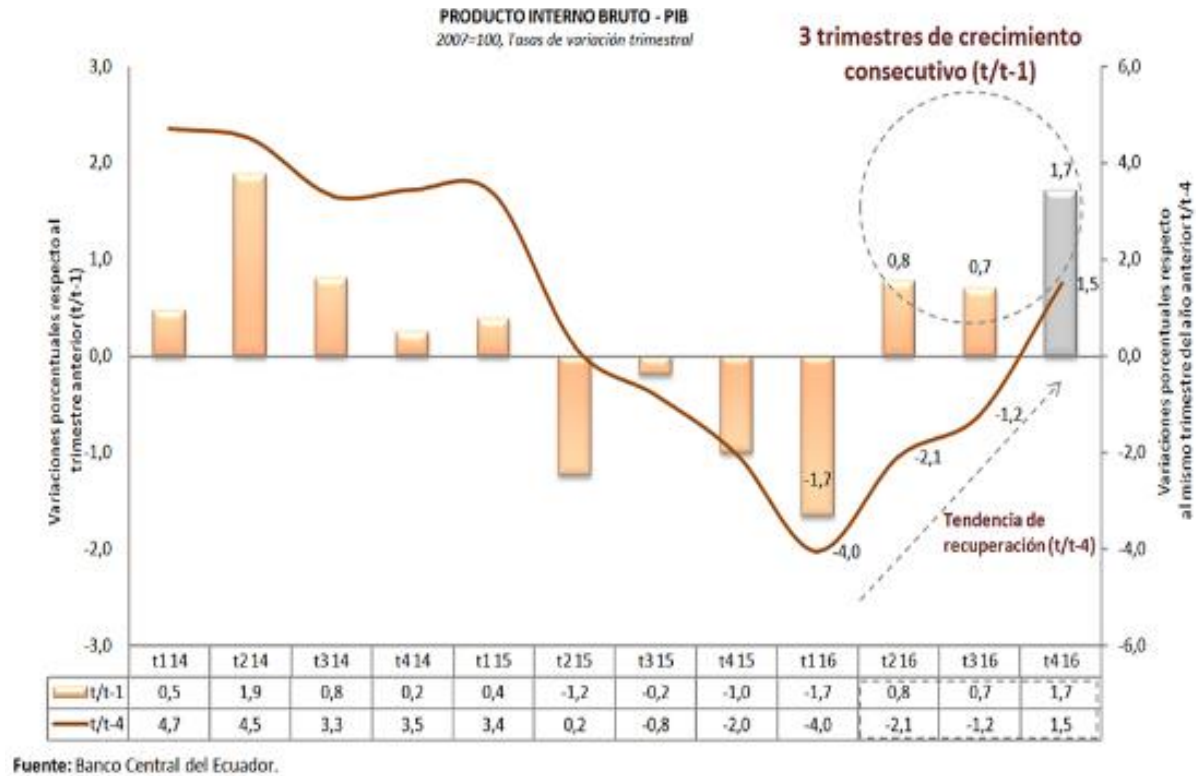
El entorno económico ayuda a conocer cómo las decisiones políticas-monetarias afectan la obtención de los recursos de toda índole, que inciden para el crecimiento y desarrollo de las compañías en el país, y es por eso que un factor a considerar para el análisis es el PIB (Producto Interno Bruto).

Ecuador históricamente entre el año 2006 a 2014, experimentó un crecimiento considerable del PIB debido al aumento del precio del petróleo, que llegó a un punto máximo de \$105 dólares americanos. Sin embargo, para los años siguientes el precio del barril disminuyó y el precio internacional fijo de los bienes básicos provocó que el Producto Interno Bruto, decaiga para junio de 2015. (El Telegrafo, 2016)

Adicionalmente la apreciación del dólar y el terremoto ocurrido el 16 de abril de 2016 obligó al Gobierno acoger medidas temporales (reducción de la inversión pública, acceso a fuentes de financiamiento, restricción de importaciones y del gasto corriente) para aumentar los ingresos públicos y financiar la reconstrucción de las provincias afectadas por el siniestro. (Banco Mundial, 2017). Como consecuencia de estas acciones se incrementó el PIB en 1.7% para el cuarto trimestre de 2016, y por tres trimestres consecutivos se presentaron variaciones

positivas, demostrando que la economía ecuatoriana se estaba recuperando. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Figura 1 Variación del PIB



Por otra parte, se conoce que las actividades de transporte y enseñanza, contribuyeron en el cuarto trimestre de 2016 en 0.6% y 0.5% respectivamente al crecimiento del PIB, pero para un progreso sostenible, se debe trabajar de la mano con el sector privado, generando puestos de empleo y abriendo el desarrollo educativo, recordemos que el avance económico depende de promover el trabajo en los diversos sectores monetarios del país.

Tabla 3 PIB por industrias 2016 IV

Actividad económica	PIB (Variación Trimestral)
Trasporte	0.6%
Enseñanza	0.5%

Fuente: BCE

2.1.1.2 Acuerdo comercial con la Unión Europea

El acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea, establece una zona de libre comercio, la cual ofrece beneficios y nuevas condiciones de acceso al Ecuador. Como parte de la negociación, se crea la eliminación progresiva de aranceles, un efecto positivo para la importación de vehículos, pues regirá para todas las marcas que cuentan con plantas en territorio europeo. Se conoce que se establecieron periodos de desgravación del arancel considerándose cuatro etapas (AEADE, 2017):

Tabla 4 Desgravamen de vehículos

Vehículos	Período de Desgravación
Bienes de capital como motocultores, tractores, tracto-camiones y buses.	Inmediato
Camiones de más de 9.3 toneladas y de más de 20 toneladas.	5 años
Vehículos livianos incluyendo automóviles, Vans, SUVs	7 años
Camiones livianos, ultralivianos, medianos y camionetas.	10 años

Fuente: Elaborado por los autores

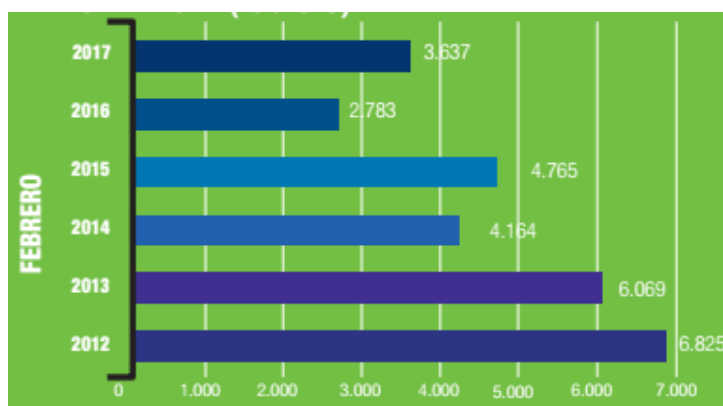
Por ejemplo, un vehículo liviano que tiene un arancel del 40% con el acuerdo, pagará 35% el primer año, 30% el segundo año y así sucesivamente hasta llegar a un 0%. (AEADE, 2017), lo cual es favorable para las escuelas de conducción, porque su instrumento de trabajo

son los vehículos, factor que se puede aprovechar para adquirir nuevas unidades, con el objeto de seguir ofreciendo su servicio al público.

2.1.1.3 Importación de vehículos

Las importaciones del sector automotriz se incrementaron en enero de 2017, llegando a 4.587 unidades de vehículos importados - comparado con enero de 2016 - donde se registró 3.285 unidades, lo mismo ocurrió en el mes de febrero, en el que se puede visualizar un pequeño incremento de 854 unidades.

Figura 2 Importación histórica de vehículos



Fuente: SENA E 2017

Tabla 5 Número de unidades importadas por clase de vehículo

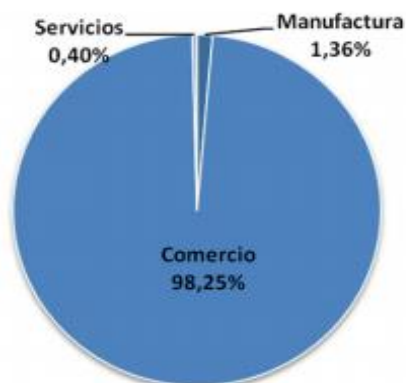
Segmentos	Ene		Feb		Total Ene-Feb	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Automóviles	1664	2099	1370	1746	3034	3845
Camionetas	289	356	150	283	440	639
SUV	888	1450	789	1247	1677	2698
VAN	185	180	200	171	385	350
Camiones	159	330	170	122	328	452
Buses	100	172	103	67	203	239
Total	3285	4587	2783	3637	6068	8224

Fuente: SENA E 2017

2.1.1.4 Actividades relacionadas al sector automotriz

El sector automotor tiene una participación importante en la economía del país por los ingresos que generan las actividades económicas, que comprenden: comercio, manufactura y servicio. De acuerdo al Censo Nacional Económico 2010, existen 29.068 establecimientos a nivel nacional dedicados a actividades del sector automotriz, de los cuales 118 prestan servicios de alquiler de vehículos, lo que representa el 0.40%; el 98.25% se dedica al comercio de venta de accesorios y automóviles, mientras que el 1.36% restante corresponde a manufactura, es decir, al mantenimiento y reparación de vehículos. (Ecuador en cifras, 2012)

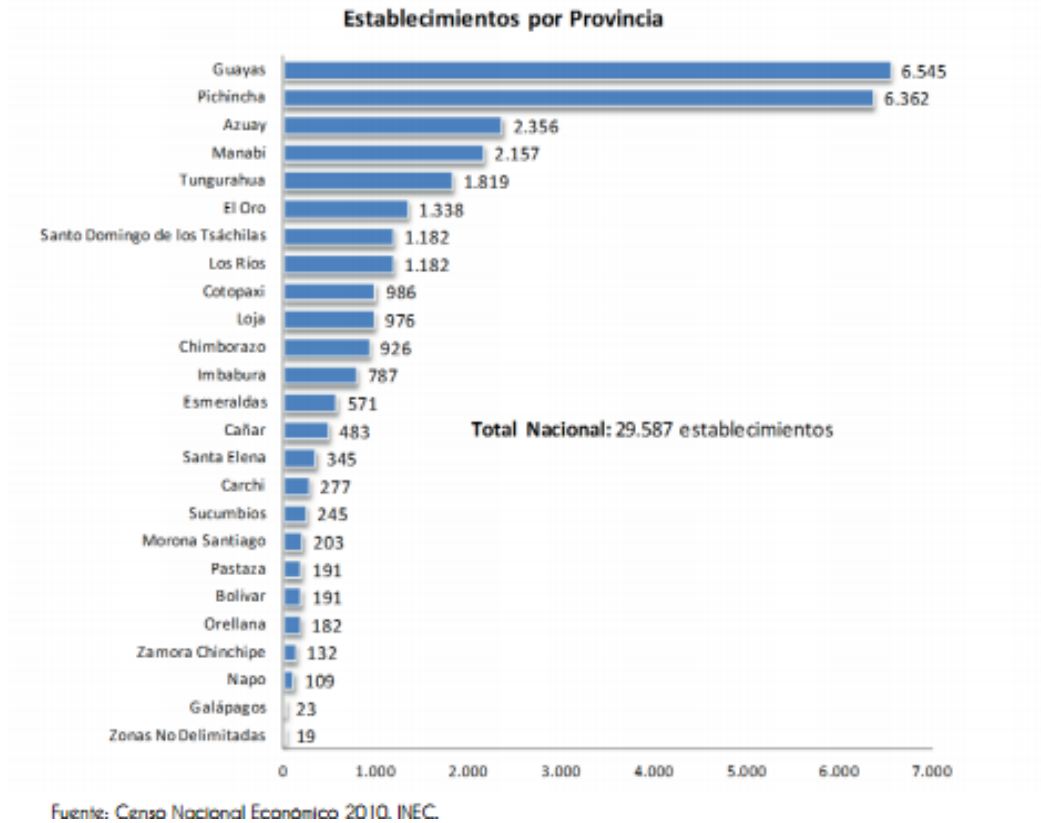
Figura 3 Actividades del sector



Fuente: Censo Nacional Económico, 2010

También, se conoce que Guayas cuenta con el mayor número de establecimiento dedicados a la actividad automotriz, lo que representa el 27%, seguido de Pichincha con el 17%, Azuay, 8.1% y Manabí, 7.5%. (Ecuador en cifras, 2012)

Figura 4 Establecimientos dedicados a la actividad automotriz



2.1.2 Entorno natural

Seguando el Reglamento General de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, todo vehículo debe someterse a la revisión técnica previo a la matriculación, por consiguiente, debe cumplir las disposiciones establecidas respecto al medio ambiente para que opere sin afectarlo.

Dado que en las Escuelas de Conducción, el activo principal son los vehículos, estos deben estar en perfecto estado para prestar el servicio, manteniendo un nivel de emisiones de gases contaminantes permitido para su circulación. Según las Normas de calidad INEN 2204, todo vehículo automotor durante su funcionamiento, no debe emitir al aire monóxido de carbono

(CO), hidrocarburos (HO) y óxido de nitrógeno (NOx) en cantidades superiores que se muestran en la siguiente tabla. (NTE INEN 2 204, 2002)

Tabla 6 Límite máximo de emisiones para fuentes móviles con motor de gasolina a partir del año 2000

Categoría	Peso bruto del vehículo kg	Peso del vehículo cargado kg	CO g/km	HC g/km	NOx g/km
Vehículos Livianos			2,10	0,25	0,62
Vehículos Medianos	≤ 3 860	≤ 1 700	6,2	0,5	0,75
		1 700 - 3 860	6,2	0,5	1,1
Vehículos Pesados**	> 3 860 ≤ < 6 350		14,4	1,1	5,0
	> 6 350		37,1	1,9	5,0

Fuente: NTE INEN 2204:2002

2.1.3 Entorno Político

En los últimos años, Ecuador estuvo gobernado por el Econ. Rafael Correa Delgado, quien se identificó con la ideología política denominada Revolución Ciudadana, y cuyo objetivo fue la aplicación de un gobierno socialista en el país. Durante su mandato se realizaron reformas políticas, económicas, sociales, educativas y, además, de inversión pública para infraestructura, carreteras, seguridad y desarrollo social.

En su gestión, Rafael Correa también se interesó por la seguridad vial, es por eso que estableció procedimientos y disposiciones de carácter específicos para la creación, funcionamiento y control de escuelas e institutos superiores de capacitación para conductores profesionales. (Registro Oficial del 23 de febrero de 2011).

Entonces, es importante conocer las normas vigentes que administran a las escuelas de conducción, puesto que limitan el desenvolvimiento de las mismas, debido a que deben operar y ajustarse conforme a las actuales leyes establecidas de acuerdo a los siguientes artículos que rigen hasta la actualidad:

Art. 16.- “La Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, es el ente encargado de la regulación, planificación y control del transporte terrestre en el territorio nacional”. (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2014)

Art. 188.- “La formación, capacitación y entrenamiento de los aspirantes a conductores profesionales y no profesionales estarán a cargo de las escuelas de conducción e Institutos Técnicos de Educación Superior, Universidades y Escuelas Politécnicas autorizados por el Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial” (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2014).

Art. 54.- “El periodo de duración de los cursos de formación de conductores profesionales, tendrán una duración diferente de acuerdo al tipo de licencia, organizados por créditos y módulos de estudio, debiendo cumplir las horas señaladas en la respectiva malla curricular. También establece que el costo del curso de acuerdo a los diferentes tipos de licencias, será fijado y regulado por la ex CNTTTSN ahora Agencia Nacional de Tránsito”. (Resolución No.012-DIR-CNTTTSV, 2011)

Art 94.- “Obligatoriamente se establece la rendición de pruebas: teórica, psicosenométrica y exámenes médicos, para todos los conductores que van obtener por primera vez su licencia, renovarla o ascender de categoría, así como para los infractores que aspiren rehabilitarse”. (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2014)

2.1.4 Entorno social

Ecuador cuenta con cinco niveles o estratos socio-económicos, según datos oficiales año 2011 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). El estudio fue realizado a 9.744 hogares del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. Las categorías asignadas son: A, B, C+, C- y D (ver tabla 7).

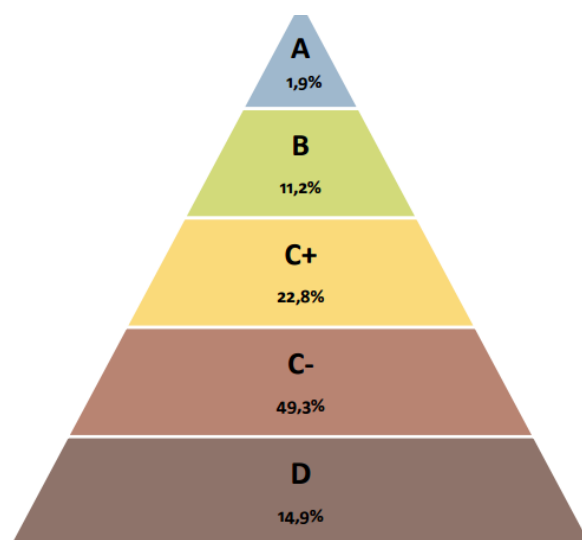
Tabla 7 Estrato socio-económico en Ecuador

A	Clase Alta	comprende una puntuación de 845 a 1000 puntos
B	Clase Media Alta	comprende una puntuación de 696 a 845 puntos
C+	Clase Media Típica	comprende una puntuación de 535 a 696 puntos
C-	Clase Media Baja	comprende una puntuación de 316 a 535 puntos
D	Clase Baja	comprende una puntuación de 0 a 316 puntos

Fuente: INEC-2011

Los resultados obtenidos en el estudio del nivel socio-económico en nuestro país (términos porcentuales), se muestran en la figura 5. Para llevar a cabo la propuesta de este proyecto, se escogerá la clase C+ y C-, las mismas que se encuentran cercanas a las instalaciones de CONDUESPOL, estos sectores son: Prosperina, Nueva Prosperina, Florida Norte, Nueva Florida, Martha de Roldos, Mapasingue, entre otros.

Figura 5 Nivel socio-económico agregado



Fuente: INEC-2011

A continuación, en la tabla 8, se muestra la participación de los ecuatorianos según la actividad económica que realizan, para determinar su nivel de ingresos.

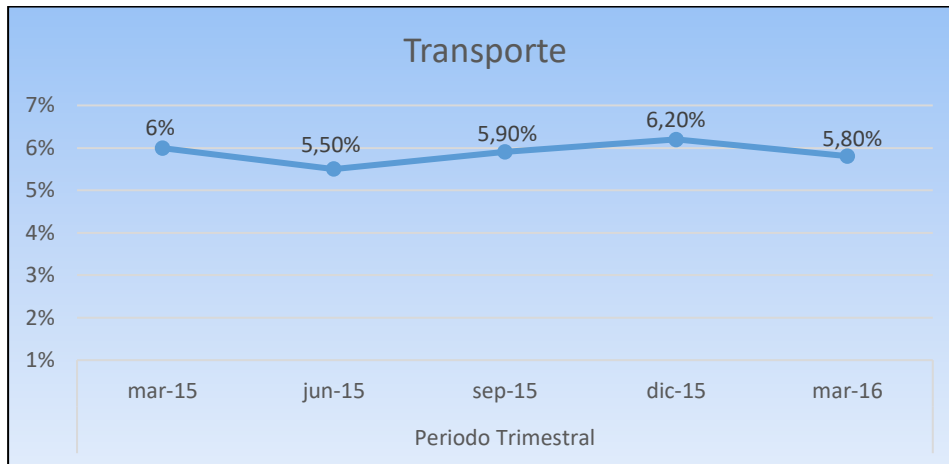
Tabla 8 Composición de los ecuatorianos según su actividad

Rama de actividad	dic-07	dic-08	dic-09	dic-10	dic-11	dic-12	dic-13	dic-14	mar-15	jun-15	sep-15	dic-15	mar-16
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	28,5%	28,0%	28,5%	27,6%	27,9%	27,4%	24,8%	24,5%	28,1%	26,6%	25,1%	25,0%	28,1%
Comercio	19,9%	19,2%	19,5%	19,6%	20,4%	19,9%	18,3%	18,9%	17,5%	18,4%	18,8%	18,9%	17,8%
Manufactura (incluida refinación de petróleo)	10,9%	11,3%	10,7%	11,1%	10,5%	10,6%	11,4%	11,3%	11,2%	11,2%	11,0%	10,6%	10,3%
Construcción	6,7%	6,7%	6,9%	6,5%	6,1%	6,3%	7,6%	7,4%	7,1%	7,5%	7,6%	7,3%	6,3%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	7,3%	7,6%	7,5%	8,3%	7,9%	8,0%	7,6%	6,8%	6,8%	6,9%	7,2%	7,2%	6,9%
Alojamiento y servicios de comida	4,7%	4,7%	4,5%	4,4%	4,9%	5,1%	5,3%	5,5%	5,7%	5,6%	5,7%	6,1%	6,6%
Transporte	4,9%	4,7%	4,7%	5,1%	5,6%	5,6%	5,5%	5,9%	6,0%	5,5%	5,9%	6,2%	5,8%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	3,4%	3,5%	3,6%	3,7%	4,0%	4,4%	4,6%	4,3%	4,3%	4,3%	4,2%	4,5%	4,4%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,2%	3,6%	3,1%	3,5%	3,8%	3,7%	4,0%	4,4%	3,9%	4,1%	4,7%	4,4%	4,2%
Otros Servicios	3,9%	4,1%	4,1%	4,2%	3,5%	3,5%	4,1%	3,8%	3,6%	3,7%	4,0%	3,9%	4,2%
Servicio doméstico	3,3%	3,5%	3,4%	2,9%	2,3%	2,5%	3,1%	3,3%	2,7%	2,7%	2,5%	2,7%	2,5%
Correo y Comunicaciones	1,3%	1,3%	1,5%	1,3%	1,1%	1,2%	1,2%	1,2%	0,9%	1,2%	1,1%	1,2%	1,1%
Actividades de servicios financieros	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	1,1%	0,9%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	0,8%	0,7%
Petróleo y minas	0,6%	0,5%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%
Suministro de electricidad y agua	0,6%	0,5%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,8%	1,0%	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: INEC, ENEMDU-2016

Durante el periodo 2015-2016, el área de transporte ha tenido variación en la adquisición de vehículos en los últimos cinco trimestres, la siguiente gráfica muestra los resultados.

Figura 6 Tendencia del área del transporte



Elaborado por los autores.

Ante esta situación, aún persiste la motivación por obtener conocimientos necesarios, que acrediten a las personas como profesionales del volante y les permita tener un ingreso relacionado con esta actividad. Por tal razón, surge la apertura y el interés en enseñar a conducir de una manera responsable, de acuerdo a las normas de tránsito establecidas. Además, la necesidad de superación personal y la búsqueda de nuevas fuentes de empleo, impulsa la conducción profesional como actividad laboral. Es por eso que, jóvenes-adultos mayores, se han preocupado por adquirir una licencia de conducir, haciéndolo parte de su cultura.

Además, dentro del proyecto de mejora de educación para obtener la licencia profesional, se trabaja de manera sistemática en la seguridad vial con el fin de reducir los índices de accidentes de tránsito, lo que involucra, la responsabilidad social a las Instituciones que forman al estudiante como conductor profesional.

2.2 Análisis del micro-entorno

El micro-entorno incluye a todos los actores cercanos a la empresa, que afectan tanto positiva como negativamente, la capacidad de crear valor y las relaciones con los clientes. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

2.2.1 Fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter ponen énfasis en la competencia y rivalidad que existe dentro de cualquier industria, lo que contribuye a visualizar qué tan atractiva es para invertir o no dentro de la misma, estas son las cinco fuerzas (Porter, 1980):

- **Amenazas de nuevos entrantes.** - Indica que tan fácil o difícil puede ser entrar a una industria. Las barreras de entrada son bajas cuando hay pocas regulaciones, se requiere de una baja inversión y hay poca competencia, por lo contrario, si no hay estas restricciones, las barreras de entrada serán altas.
- **Poder de negociación con los proveedores.** - Todas las organizaciones sin importar a qué sector de la industria pertenezcan, deberán obtener insumos para producir, por lo tanto, necesitan relacionarse con sus proveedores, pero esta relación varía, es decir, si el proveedor domina la situación impondrá el precio y la disponibilidad de los insumos.
- **Poder de negociación con los clientes.** - Es el poder que ejerce el cliente sobre la empresa, el objeto de esta presión es para que las empresas ofrezcan productos o servicios de calidad a bajo precio.
- **Rivalidad entre competidores.** - En toda industria existe por lo menos una compañía rival y batallan para obtener una posición de líder utilizando diversas estrategias de mercado. Además, se dice que suele ser la más potente de las cinco fuerzas, pero puede variar enormemente entre industrias. (Porter Michael)

- **Productos sustitutos.** - Se da cuando en el mercado existen productos con similares características y los precios no son únicos. Los clientes pueden considerar conveniente o riesgoso cambiar si están acostumbrados a un determinado producto o servicio. (Porter Michael)

Tabla 9 Fuerzas de Porter

FUERZAS DE PORTER	JUSTIFICACION	NIVEL
Nuevos Entrantes	En Guayaquil existen siete escuelas que emiten licencias profesionales, para lo cual, la ANT es el ente encargado de aprobar o no la entrada de un nuevo competidor	Bajo
Negociación con los Proveedores	Conduespol realiza la adquisición de suministros, repuestos y otros insumos a través del portal de compras públicas, lo que hace que no tenga una relación directa con sus proveedores.	Bajo
Negociación con los clientes	Los precios para los cursos de conducción también están sujetas a regulación de la ANT, por lo tanto el cliente puede elegir donde desea tomar el curso de conducción.	Bajo
Rivalidad entre competidores	En los últimos años se ha evidenciado un incremento de escuelas de conductores profesionales en Guayaquil, las mismas que han adoptado estrategias para captar clientes. Además la cultura del ecuatoriano por satisfacer sus necesidades de manera fácil e inmediata ha hecho que la competencia ilegal continúe haciendo de las suyas.	Alto
Productos Sustitutos	Las escuelas de conducción de licencias no profesionales están asumiendo estrategias de negocios para arrebatar clientes a las escuelas de conducción profesionales.	Alto

Elaborado por los autores

2.2.2 Análisis interno de la empresa

CONDUESPOL es una escuela creada para formar, capacitar y entrenar aspirantes a conductores profesionales en respuesta a las necesidades y oportunidades en el ámbito del servicio que se ofrece en este mercado. Esta institución cuenta con certificación otorgada por el

Ministerio de Relaciones Laborables como operadora de capacitación en las áreas de: Normativa aplicada al tránsito, Seguridad vial, Conducción defensiva y evasiva, Protección a Dignatarios, Psicología aplicada a la conducción, Atención al cliente, Mecánica básica, Primeros auxilios y Manejo de extintores. Además, busca impulsar la seguridad vial y disminuir los accidentes de tránsito.

La escuela cuenta con infraestructuras de primera, tales como, el parque vial construido en un terreno de 3.227,86 m², el cual fue diseñado en conjunto con el departamento de señalética de la ANT, cuenta con cómodas aulas, laboratorios modernos con capacidad para 30 estudiantes cada uno, equipos de primera línea y talleres mecánicos.

2.2.2.1 Misión

CONDUESPOL tiene como misión formar conductores profesionales íntegros, éticos, responsables, comprometidos con la sociedad y el ambiente; contando para este fin con tecnología de punta, moderna infraestructura y personal altamente capacitado buscando así contribuir con el mejoramiento de la seguridad vial en el país. (Conduespol, 2014)

2.2.2.2 Visión

Ser líder y referente en la formación de conductores profesionales del país y de América Latina. (Conduespol, 2014)

2.2.3 Áreas claves de la empresa

CONDUESPOL está constituida legalmente y cuenta con recursos claves para la escuela como son: Recursos Humanos, Financieros, Maquinarias y Equipos, y Tecnológicos.

2.2.3.1 Recursos humanos

El recurso humano de CONDUESPOL está conformado por un gerente general quien es el responsable de gestionar las actividades dentro y fuera de la escuela, un director de talento humano que está a cargo de la capacitación constante del personal administrativo, docentes e instructores. Además, de un director de logística delegado del mantenimiento de los vehículos y de organizar las horas prácticas de los estudiantes. Finalmente, un director de compras, gestor de la adquisición de los materiales y activos que fueren necesarios para mejorar las instalaciones.

Adicionalmente, la escuela cuenta con personal administrativo, auxiliar de servicio e instructores certificados en temas de seguridad vial y conducción; los docentes poseen títulos de tercer nivel en su especialidad.

2.2.3.2 Recursos financieros

CONDUESPOL es una empresa sin fines de lucro y los ingresos que percibe de las matrículas van a la cuenta individual de la ESPOL, por tal motivo, el gerente general es el encargado de gestionar los recursos financieros anualmente.

2.2.3.3 Maquinarias y equipos

CONDUESPOL cuenta con vehículos de prácticas que poseen doble mando, en caso de ser necesario, el instructor podrá tomar el poder ante una mala maniobra del practicante. Además, cuenta con taller mecánico, el cual, posee las herramientas y equipos fundamentales para mantener los vehículos en óptimas condiciones.

2.2.3.4 Tecnología

La empresa cuenta con un sistema de monitoreo a los estudiantes, con el fin de llevar un control las horas de prácticas y académicas, lo que se espera es que los estudiantes cumplan con las horas asignadas al curso de conducción.

2.2.4 Análisis FODA

Este análisis permite elaborar o ajustar una estrategia de negocio para obtener un diagnóstico preciso en la toma de decisiones acordes con los objetivos de la empresa. Esta herramienta examina las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en las que podría incurrir la misma.

Tabla 10 Análisis matriz FODA de CONDUESPOL

MATRIZ FODA	Factor Interno	Fortalezas	Debilidades
		1.- Cuenta con tecnología de punta en aulas, laboratorios y taller mecánico.	1.- Sistema de compras públicas, este proceso retrasa un poco la adquisición de bienes e insumos.
		2.- Parque vial propio.	2.- La ubicación no es favorable.
	3.- Personal especializado en las distintas áreas de enseñanza.	3.- No cuenta con una estrategia de marketing consolidada.	
	Factor Externo	Oportunidades	Amenazas
		1.- Reconocimiento de la marca.	1.- Se puede dar un cambio en las leyes relacionadas al transporte, que se debe acatar inmediatamente.
2.- Cubrir la demanda a través de convenios con instituciones públicas y privadas.		2.- Crecimiento de la competencia. Se crearon nuevas escuelas en sectores estratégicos de la ciudad.	
	3.- Contribuir a la sociedad a través de un proceso de renovación y perfeccionamiento de conocimientos para conductores.		

Elaborado por los autores

Como se observa en la matriz FODA, la Escuela de Conductores Profesionales CONDUESPOL E.P., debe difundir a través de sus canales de información los servicios y

beneficios que ofrecen, desde sus instalaciones hasta la excelente preparación de sus instructores.

2.2.5 Estrategias genéricas de Porter

Michael Porter, para que las compañías puedan lograr una ventaja competitiva estableció tres tipos de estrategias, las cuales son: liderazgo global en costos, diferenciación, y enfoque. Entre estas se ha escogido la estrategia de diferenciación. (Porte, 2009)

Figura 7 Las tres estrategias de Porter

		Ventajas Estratégicas	
		Singularidad percibida por el consumidor	Posición de bajos costos
Estrategia Objetivo	Toda la industria	Diferenciación	Liderazgo en costos
	Solo un segmento	Enfoque (segmentación o especialización)	

Fuente: Porter, p.81

CONDUESPOL, al ofrecer un servicio específicamente estandarizado, la diferenciación se vuelve vital, es por eso que, las características propias de la empresa como: los valores, la identidad, la forma como se relaciona y el prestigio que tiene ante a los clientes, contribuye a una variedad de complementos que se utilizarán a favor de la empresa, para que, al ser comparada con su competencia le dé un enfoque único y exclusivo.

3. SECCIÓN III: MERCADO ESTRATÉGICO

3.1 Objetivo general

Identificar variables que intervienen en la decisión de compra del consumidor, al momento de escoger una escuela de conducción profesional, para así, satisfacer las necesidades del cliente.

3.2 Objetivos específicos

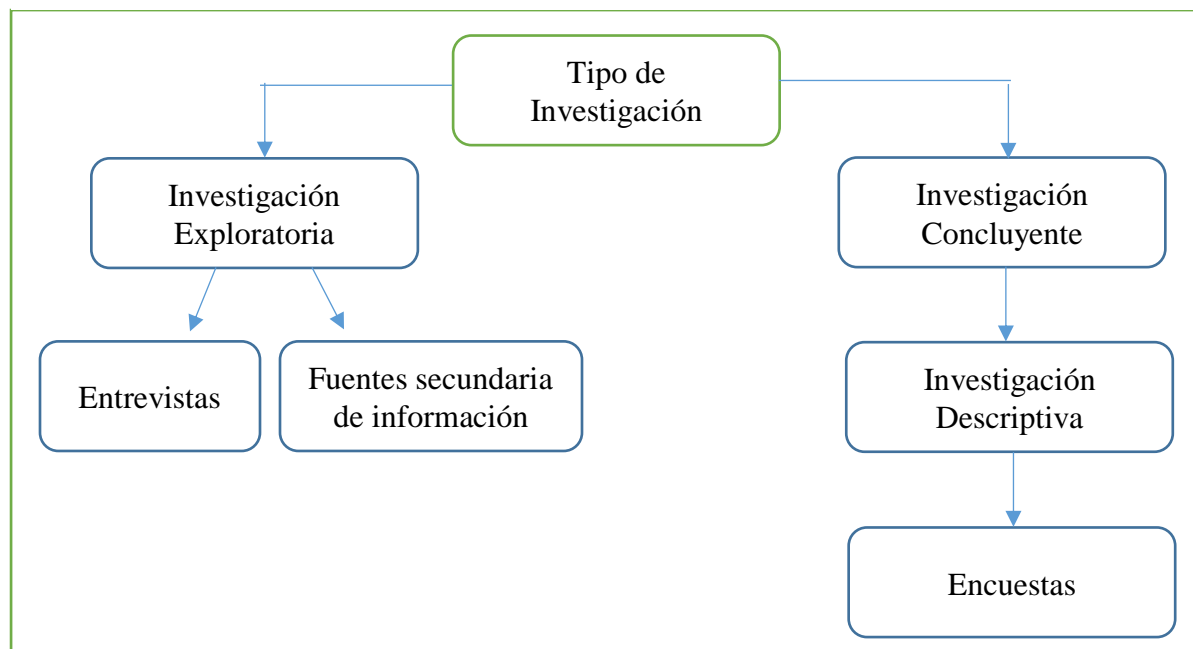
- Determinar los gustos y preferencias que inciden en la intención de compra del consumidor.
- Especificar los canales de comunicación más adecuados para la difusión del servicio ofrecido.
- Identificar los medios principales por lo cual las personas buscan información adicional acerca de los cursos de conducción.
- Sugerir estrategias promocionales atractivas para los clientes.

3.3 Diseño de la investigación

Es un esquema o programa para realizar proyectos de investigación de mercado. Especifica detalles de los procedimientos que son necesarios para obtener la información requerida y resolver los diferentes problemas. (Naresh-Malhotra, 2009)

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en la primera sección de este proyecto, se realizó una investigación de tipo exploratoria y concluyente.

Figura 8 Diseño de la investigación



Elaborado por los autores

3.3.1. Investigación exploratoria

3.3.1.1. Fuentes secundarias

Para desarrollar el proyecto se utilizaron fuentes de información secundaria, las cuales sirvieron de soporte para este estudio, entre los datos obtenidos tenemos los del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), Ecuador en Cifras, artículos de diarios locales y nacionales y textos guías como el libro de Marketing de los autores Kotler-Armstrong o el de investigación de Mercados de Naresh-Malhotra, entre otros.

3.3.1.2. Entrevistas con expertos

Para obtener datos previos a la elaboración de las encuestas, se realizaron entrevistas con involucrados en el tema de escuelas de conducción, quienes respondieron preguntas acerca del estudio.

Entrevista # 1

Nombre: Santiago Rojas

Cargo: Gerente General

Empresa: CONDUESPOL

Experiencia: 4 años en el cargo

El Gerente de CONDUESPOL nos indicó que el incremento de la competencia en el mercado ha sido un obstáculo para su crecimiento, manifestó que hay más escuelas a su alrededor que ofertan el mismo servicio con los mismos requisitos y precios. Explicó que no hay un valor diferenciado, por lo tanto, los estudiantes escogen la escuela más cercana y la ubicación geográfica de CONDUESPOL es una debilidad para cumplir con sus propósitos.

También acotó que otro factor que ha afectado el crecimiento de la escuela, es el económico y no sólo a este mercado sino también a otros, por lo tanto, para captar estudiantes se realizan facilidades de pagos, una buena atención por parte del personal administrativo y ofrecer una excelente formación académica, indica que es necesario que los clientes tengan una buena experiencia porque cree que el marketing boca a boca es el mejor y es en el cual se han enfocado “la mayoría de nuestros clientes vienen por referidos”. Contó además que realizan estrategias de marketing en redes sociales, campañas de seguridad vial dirigida a la sociedad con el propósito de salvar vidas porque indicó que en el tema de tránsito están inmersos todos los ciudadanos.

Manifestó además que las leyes o reglamentos se modifican constantemente lo cual también es un obstáculo y que todo el sistema de la ANT está mal estructurado, utilizó el ejemplo del manejo de los distintos vehículos “no es lo mismo manejar un camión de 5 toneladas a otro de 45”, y dijo que en Ecuador sólo existen 5 tipos de licencias profesionales mientras que en otros países las categorías son más extendidas y cada una tiene su requerimiento.

En el tema de los proveedores fue conciso en decir que no tienen contacto directo con ellos ya que sus adquisiciones se realizan a través del sistema de compras públicas, tal como lo hacen otras instituciones del estado.

Los registros son importantes para llevar a cabo el curso de conducción y explicó que existe gran interés del género femenino de optar por una licencia profesional, sobre todo para el manejo de expresos escolares y en algunos casos para la creación de negocios familiares (compañías de taxis).

La competencia juega un rol importante en la industria de este servicio, pero aclaró que no hay que descuidar al mercado negro (tramitadores), el mismo que aún existe y sigue ganando espacio en muchas ciudades del país, esto se debe a la compra ilegal del documento por personas que no desean asistir a los cursos de conducción, generando perjuicio a las escuelas.

Entrevista # 2

Nombre: Anónimo

Cargo: Conductor

Empresa: Taxista informal

Experiencia: 2 años

El señor taxista comentó que en la ciudad hay muchas escuelas de conducción y que la elección depende de la distancia en la que se encuentre de los clientes. Manifestó que él estudió en CONDUESPOL durante el año 2012 para obtener su licencia profesional y que decidió prepararse allí por la imagen, presencia y prestigio de la ESPOL y no por su ubicación ya que contaba con vehículo propio “me gustan los desafíos por eso elegí esa institución”.

Otro factor que incidió en su decisión fue el tiempo, averiguó en el Sindicato de Choferes Profesionales del Guayas, pero el inicio de clases era en septiembre, además desistió

de esa escuela por la corrupción que había en ella y, además, porque sentía que no iba a aprender. Indicó que la enseñanza obtenida en CONDUESPOL fue provechosa, sobre todo, las prácticas realizadas en el parque vial, ya que la prueba con el agente de la ANT para la obtención del documento es efectuada en esa instalación “me sentí seguro y confiado durante el recorrido”.

Comentó además que en su promoción había gran cantidad de estudiantes y las relaciones con los docentes era muy amena, las asistencias eran controladas por un reloj biométrico y las aulas eran buenas, aunque la atención al cliente era buena, el proceso de matriculación fue complicado ya que, al momento de entregar los documentos y las pruebas médicas solicitadas, había que esperar mucho por la gran cantidad de personas.

También agregó que se enteró de CONDUESPOL gracias a un amigo que anteriormente hizo el curso de conducción en dicha instalación, él le dio buenas referencias sobre la escuela y también obtuvo información por publicidad observada en un diario local.

Para culminar, se le pregunto si tomaría un curso de capacitación y cuanto estaría dispuesto a cancelar, para lo cual manifestó que, si le gustaría seguir preparándose y que pagaría un valor entre 30 y 50 dólares americanos, dependiendo del curso.

Entrevista # 3

Nombre: Verónica

Cargo: secretaria

Empresa: Instituto Tecnológico Bolivariano

Experiencia: 3 años en el cargo

Verónica contó que el ITB (Instituto Tecnológico Bolivariano) realiza estrategias de marketing de todas las maneras posibles: publicidad en radio, televisión, prensa escrita, Facebook, Twitter, página web, volantes, camisetas, lápices, bolígrafos, etc.

Comentó que el ITB cuenta con el servicio de cursos para conductores profesionales en los tipos de licencias C, D y E, además ofrece capacitaciones para convalidación y recuperación de puntos en las licencias. Su principal fuente de ingresos proviene de las matriculas del curso para licencia tipo E, lo cual le permite cubrir gastos e inversiones para las instalaciones, adquisición de insumos y repuestos.

También manifestó que todas las escuelas de conductores profesionales están reguladas por la ANT, especialmente los precios, los cupos que son asignados según el número de unidades vehiculares con las que cuenta cada institución, los horarios y materias que contiene el curso. Además de las visitas que a menudo realizan los agentes, quienes supervisan a los estudiantes durante el tiempo que perdure programa.

Acotó, que tienen un alto índice de graduados y que algunos estudiantes no logran la meta por falta de recursos y optan por retirarse, ante la situación establecieron facilidades de pago y aceptación de tarjetas de crédito.

Verónica mencionó que la mayoría de los estudiantes que se registran en los cursos saben conducir, por tal motivo no tienen problemas en el momento de realizar las pruebas finales con el agente de tránsito, ya que ITB no cuenta con parque vial y sus prácticas se realizan directamente en las calles de la ciudad, esto para el curso de licencia tipo C, en cambio para la licencia tipo E, cuentan con una amplia instalación en el cantón Duran.

Para finalizar comentó que sus estudiantes están satisfechos porque el ITB les ayuda a tramitar de manera rápida la obtención de la licencia profesional y que este servicio ha hecho que sus ex-alumnos realicen marketing “boca a boca” lo cual ha sido beneficioso.

3.3.2. Investigación concluyente

En este estudio se utilizó el tipo de análisis descriptivo el cual consiste en el levantamiento de información a través de encuestas. Esta técnica de tipo cuantitativo brindó información necesaria que justifica la toma de decisiones. Además, permitió realizar el análisis de los datos obtenidos de las opiniones de los clientes. Con estas técnicas de investigación lo que se pretende es cubrir las expectativas de la exploración de mercado.

3.4. Método de recolección de datos

Como se dijo anteriormente, para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuestas, que es un cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de una población y está diseñada para obtener información específica de los participantes. (Naresh-Malhotra, 2009)

El análisis estadístico de los resultados del trabajo de campo se realizó a través de la herramienta EXCEL.

3.4.1. Diseño del modelo del cuestionario

El modelo de la encuesta consta de dos secciones: la primera va dirigida a nuevos aspirantes y la otra a estudiantes o exalumnos de la escuela. Las preguntas que se establecieron son de tipo dicotómicas (admiten una respuesta), de selección múltiple (puede elegir entre varias opciones) y de respuesta única (escogen una entre varias opciones). A continuación, se muestra el modelo de la encuesta.

Encabezado

La encuesta se compone de una introducción donde se identifica a los responsables, la empresa a la que se representa, los objetivos que se pretenden lograr y el agradecimiento al participante por su colaboración.

Buen día, somos estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral y estamos realizando una encuesta para determinar los factores que intervienen al momento de elegir una escuela de conductores profesionales en la ciudad de Guayaquil. Por tal motivo, solicitamos y agradecemos su colaboración para obtener información que ayude al proceso de investigación del proyecto.

3.4.1.2 Cuestionario

Preguntas filtros:

1. ¿Te gustaría realizar un curso en una escuela de Conducción Profesional?

O Si

O No

Si su respuesta es no, pase directamente a la pregunta 18.

2. ¿Eres estudiante o exalumno de la escuela de conducción profesional

CONDUESPOL?

O Si

O No

Si su respuesta es sí, pase directamente a la pregunta 12.

Sección 1:

3. ¿Qué tipo de licencia profesional elegirías? Escoger una opción

O Licencia C



O Licencia D



O Licencia C1



O Licencia E



4. De las siguientes opciones ¿Qué curso te gustaría tomar? Escoger una opción

- O Conducción defensiva
- O Conducción ecológica y económica
- O Taller de cuidado del vehículo
- O Seguridad correspondiente al proceso de transporte de mercadería
- O No me gustaría tomar un curso de capacitación
- O otro (Indique)

5. ¿Por qué le gustaría realizar un curso en una escuela de conducción profesional?

Escoger una opción

- O Poder matricular vehículos comerciales, pesados y extra pesados.
- O Tener una empresa orientada al área del transporte.
- O Actualizar o adquirir nuevos conocimientos en las diferentes áreas del transporte.
- O Laborar como conductor profesional, ayudante logístico o instructor.
- O Para trabajar en instituciones que presten servicio a la comunidad (ATM, Policía Nacional, entre otros).
- O Adquirir un vehículo para ponerlo a trabajar.
- O Otro (Indique) _____

6. ¿Qué horario prefieres? ¿Ordinario o extraordinario? Escoger una opción

O Curso extraordinario (sábado y domingo)

O Curso ordinario (lunes-viernes)

O Mañana

O Tarde

O Noche

7. ¿Cuáles son los principales factores que considera más importantes al momento de elegir una escuela de conducción? Por favor escoja tres factores en orden de preferencia, siendo 3 el de mayor preferencia y 1 el de menor preferencia.

__ Instalaciones (aulas, laboratorio, Taller mecánico)

__ Preparación de los instructores

__ Ubicación del curso de conducción

__ Estado de los autos

__ horarios

__ Facilidad de pago

__ Precio

__ Cuenta con parque vial propio

__ Cuenta con un medio para acceder a oportunidades laborales

__ Otro(indique) _____

8. ¿Qué escuelas de conducción profesional conoces? Puede escoger más de una opción

O Ecovial
(Tecnológico Libertad)

O Conduce Ecuador
(Tecnológico Bolivariano)

O Tesdrive (UESS)

O 4x4 (Tecnológico Argos)

O Conduespol (ESPOL)

O Volante (Ecotec)

O Ninguna

O Otra (indique) _____

9. ¿Por cuál medio de comunicación te gustaría enterarte sobre los nuevos cursos de conducción profesional? Escoger cuatro opciones

- Volantes o afiches
- Radio
- TV
- Referencias de personas
- Página web
- Vallas
- Revistas o periódico
- Redes sociales (Facebook, instagram, twitter)
- Ferias o exposiciones

10. ¿Te gustaría recibir información en stand de centros comerciales y/o terminales?

- Si
- No

11. ¿En qué tipo de empresa te gustaría obtener promociones o beneficios por tu matrícula?

- Supermaxi
- Fybeca
- On the Run
- Super Paco
- El universo
- Greenfrost natural frozen yogurt
- Sweet and coffee
- Car wash
- Casa del carburador
- Supercines
- Otros (indique)_____

Sección 2:

12. De las siguientes opciones ¿Qué clase de curso te gustaría tomar? Escoger una opción

- Conducción defensiva
- Conducción ecológica y económica
- Cuidado del vehículo
- Seguridad correspondiente al proceso de transporte de mercadería
- Convalidación para obtener nueva categoría

O Otro (Indique)

13. ¿Qué factores consideras más importantes en una escuela de conducción profesional? Escoger tres opciones

- Instalaciones (aulas, laboratorio, Taller mecánico)
- Preparación de los instructores
- Ubicación del curso de conducción
- Estado de los autos
- horarios
- Facilidad de pago
- Precio
- Cuento con parque vial propio
- Cuento con un medio para acceder a oportunidades laborales
- Otro(indique) _____

14. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de los cursos que ofrece

CONDUESPOL? Escoger una opción

- Volantes o afiches
- Radio
- TV
- Referencias de personas
- Página web
- Vallas
- Revistas o periódico
- Redes sociales (Facebook, instagram, twitter)
- Ferias o exposiciones

15. ¿En dónde buscó información adicional acerca de CONDUESPOL? Escoger una opción

- Visitó la página web de la empresa
- Visitó las redes sociales de CONDUESPOL
- Solicitó información a través de correo electrónico
- Llamó a la escuela de conducción
- Escribió al whatsapp de la empresa
- Visitó sus instalaciones

16. ¿Cómo consideras el curso de conducción profesional dictado por

CONDUESPOL?

O Muy malo O Malo O Regular O Bueno O Muy Bueno O Excelente

17. ¿Cómo calificarías los siguientes aspectos? Siendo 6 excelente y 1 muy malo

	1	2	3	4	5	6
Servicio al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clases teóricas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clases practicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presentación de la información o medios publicitarios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sección 3:

18. Edad:

O De 20 a 29 años

O De 40 a 49 años

O De 30 a 39 años

O De 50 a 55 años

19. Género:

O Masculino

O Femenino

20. Sector donde vive:

O Norte

O Centro

O Sur

21. ¿Tiene licencia de conducir tipo B (autos particulares y livianos)?

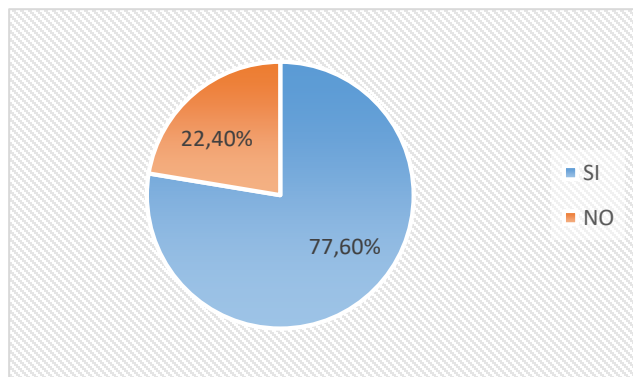
O Si

O No

3.5 Levantamiento de la información

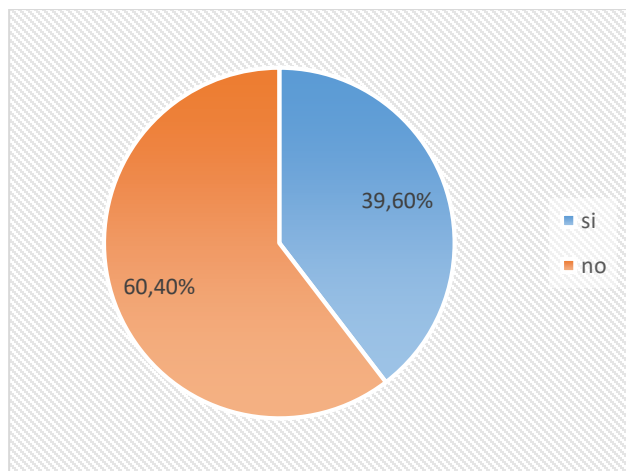
Resultados obtenidos en un grupo de 384 personas.

1. ¿Te gustaría realizar un curso en una escuela de Conducción Profesional?



De 384 personas encuestadas el 77.60% desean tomar un curso en una escuela de conducción profesional, por lo que la empresa podría atraer a dichos clientes potenciales.

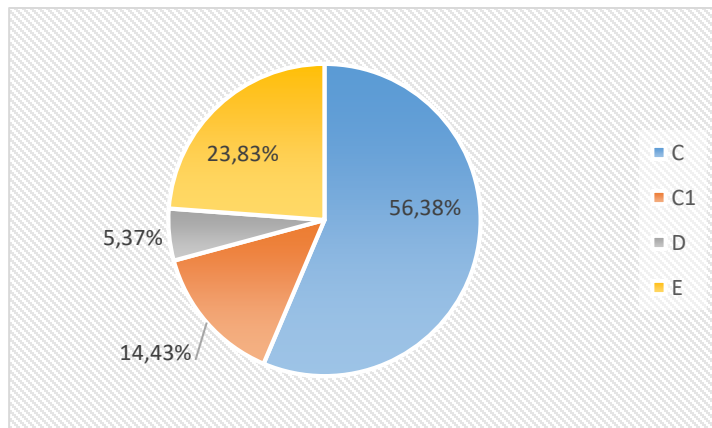
2. ¿Eres estudiante o exalumno de CONDUESPOL?



El 39.60% (valor absoluto 189) de los encuestados son estudiantes activos o exalumnos de CONDUESPOL, donde su experiencia permitirá conocer el nivel de satisfacción sobre los servicios y cursos ofrecidos, con lo cual, se podrá establecer una estrategia de mejora.

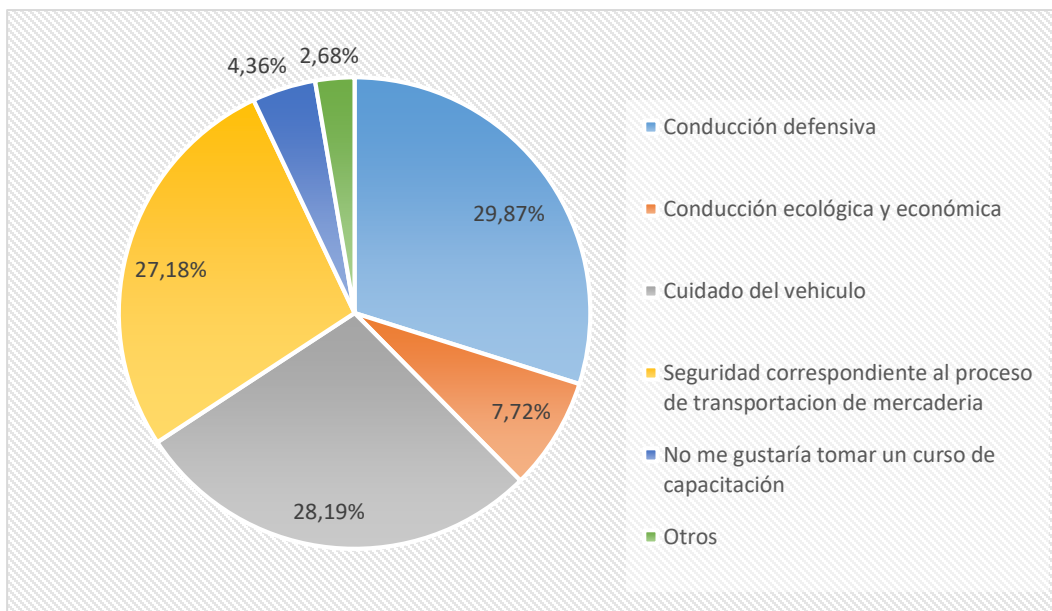
Sección 1:

3. ¿Qué tipo de licencia profesional elegirías? Escoger una opción



Con un 56.38%, los nuevos consumidores aspiran a obtener la licencia tipo C, seguido con el 23.83% que desean la licencia tipo E, como tercer lugar se tiene la licencia C1 con un 14.43%.

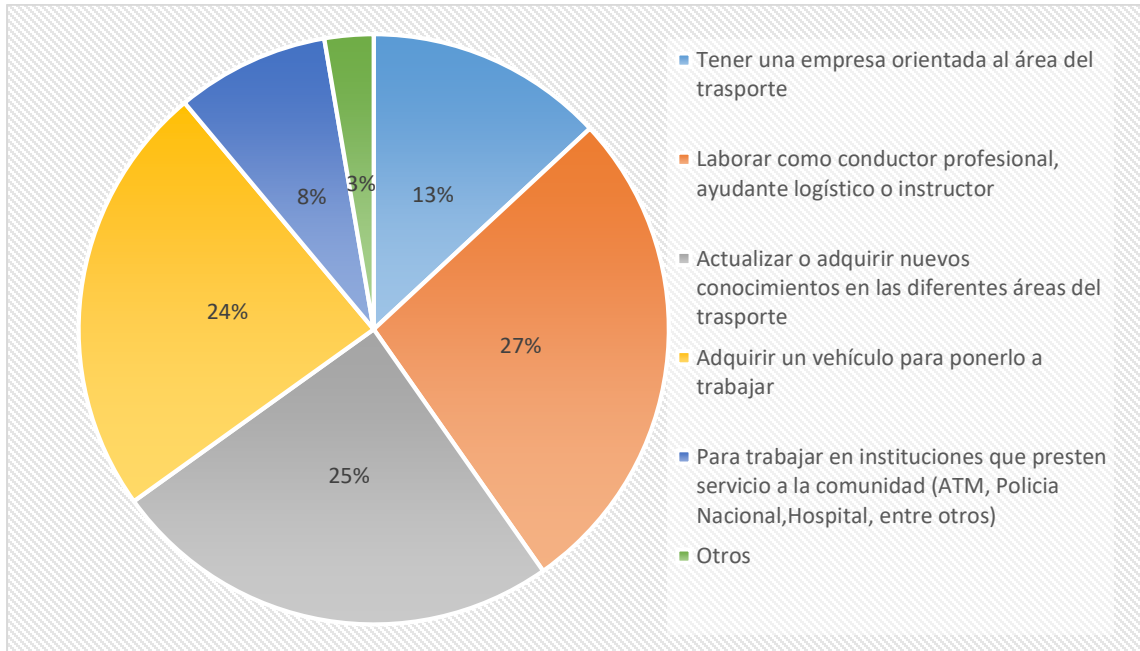
4. De las siguientes opciones ¿Qué curso te gustaría tomar? Escoger una opción



Cómo capacitación las personas les gustaría realizar un curso de conducción a la defensiva (29.87%) además, con un 28.19% de un curso de cuidado del vehículo, por último, el

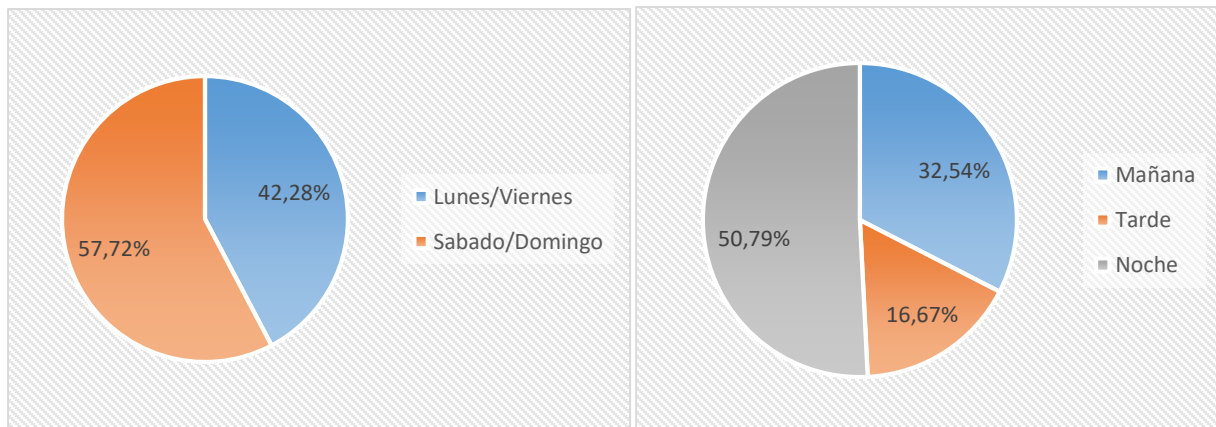
27.28% desearían un curso de seguridad correspondiente al proceso de transportación de mercadería.

5. ¿Por qué le gustaría realizar un curso en una escuela de conducción profesional?



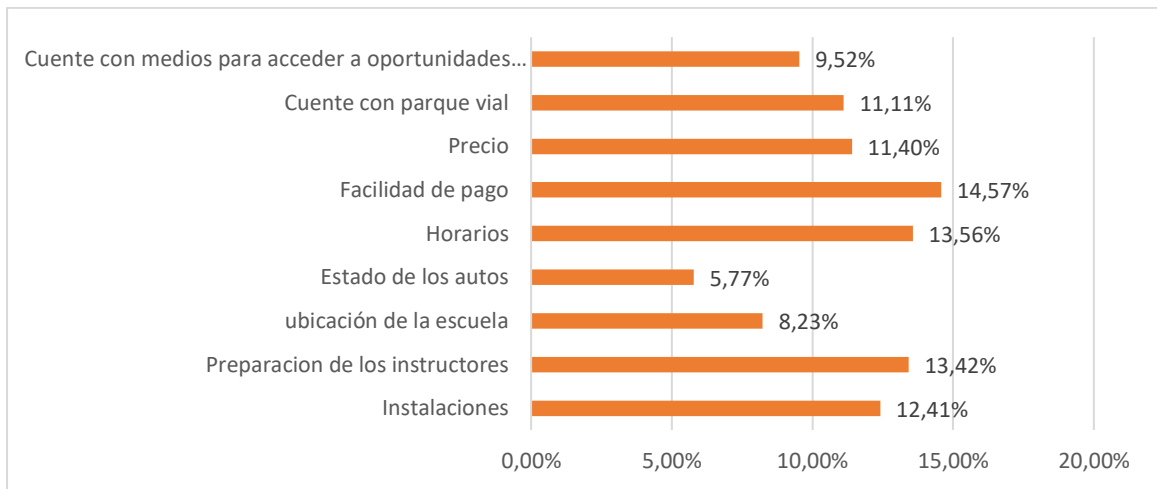
El 27% desea trabajar como conductores profesionales, ayudantes o instructores el 25% quiere adquirir nuevos conocimientos en el área del transporte y el 24% desean adquirir un carro para ponerlo a trabajar.

6. ¿Qué horario prefieres? ¿Ordinario o extraordinario?



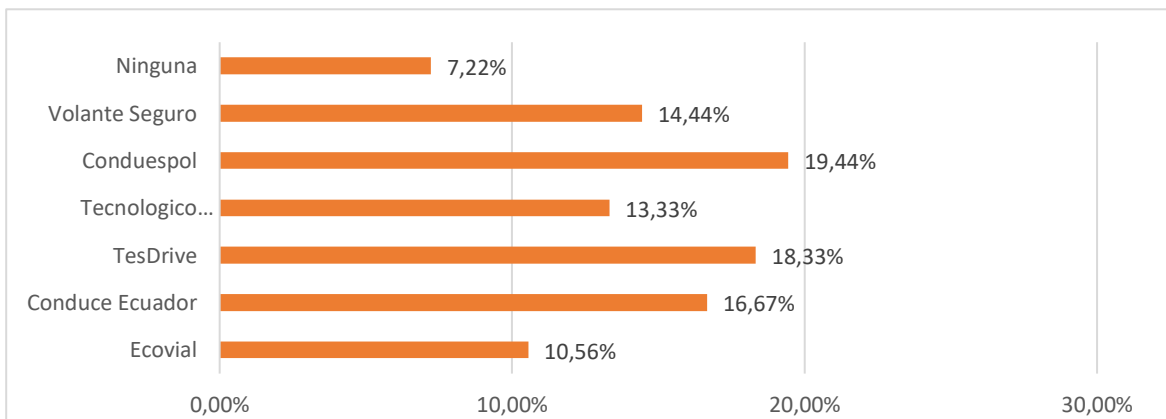
El 58% de las personas prefieren tomar clases los sábados y domingos. El porcentaje restante de 42% desearían tomar el curso de lunes a viernes en el horario de la noche, representado por un 51%.

7. ¿Cuáles son los principales factores que considera más importantes al momento de elegir una escuela de conducción?



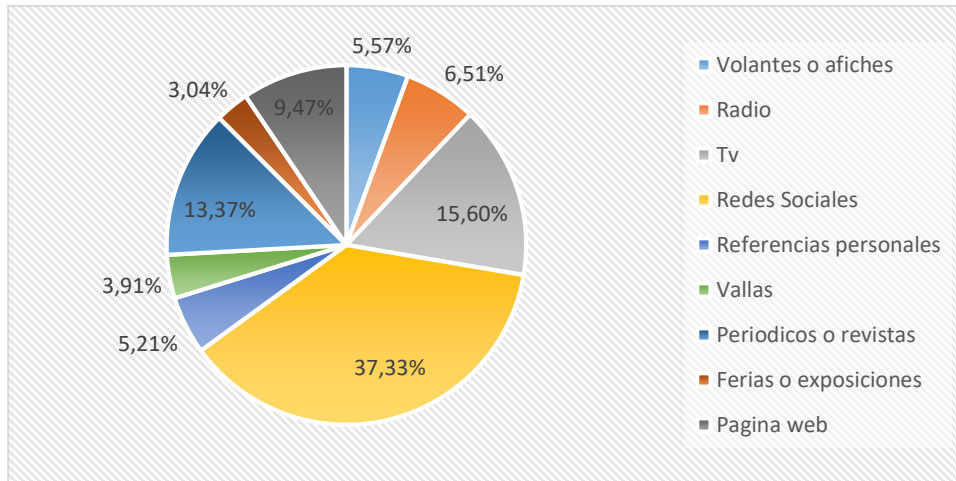
Los principales factores que inciden en la elección de un curso de conducción profesional son la facilidad de pago que brinda la escuela (14.57%), los horarios disponibles (13.56%) y la preparación de los instructores (13.42%).

8. ¿Qué escuelas de conducción profesional conoces? Puede escoger más de una opción.



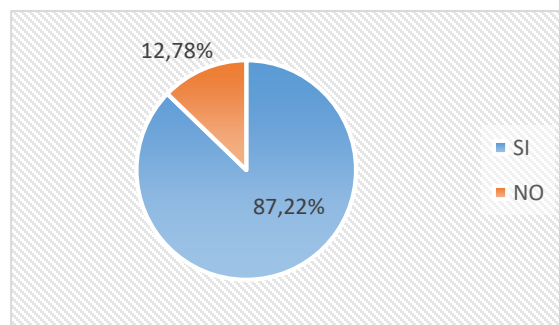
El 19.44% de las personas conoce CONDUESPOL, pero está casi a la par con TesDrive (18.33%), seguido de Conduce Ecuador a un 16.67%

9. ¿Por cuál medio de comunicación te gustaría enterarte sobre los nuevos cursos de conducción profesional ofrecidos por las escuelas de Guayaquil?



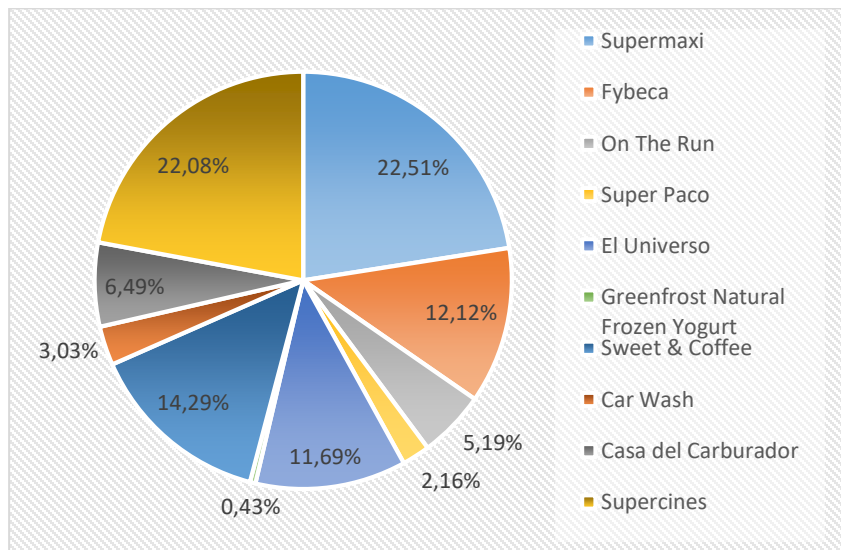
El primer medio de comunicación por la cual las personas les gustaría enterarse sobre las escuelas de conducción y a su vez obtener información sobre los nuevos cursos, es vía redes sociales con un 37.33%, seguido de un 15.60% de los encuestados que prefieren que sea vía TV, el 13.37% a través de periódicos y revistas.

10. ¿Te gustaría recibir información en stand de centros comerciales y/o terminales?



La mayoría de las personas están de acuerdo con recibir información por medio de stands, el cual representa un 87.22% de los encuestados.

11. ¿En qué tipo de empresa te gustaría obtener promociones o benéficos por tu matrícula?

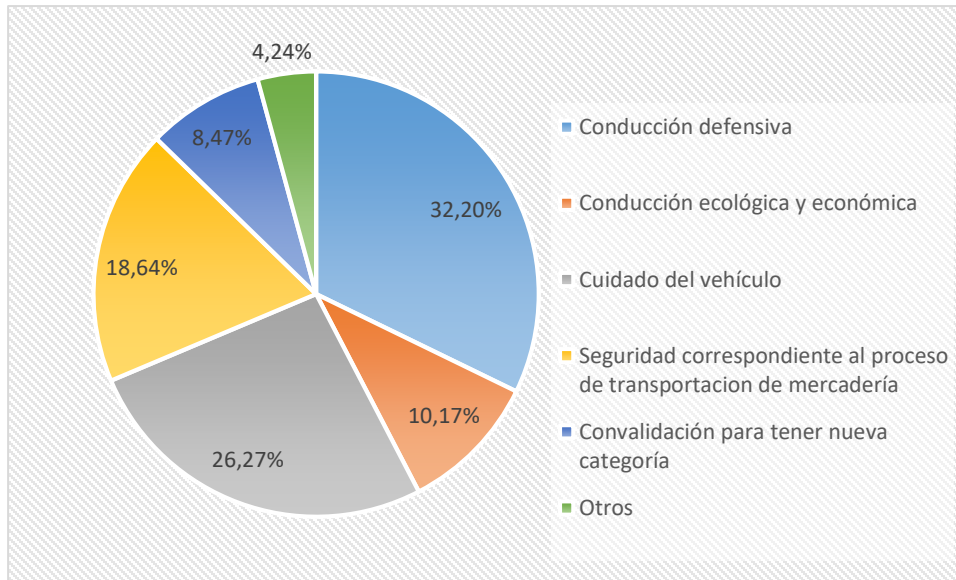


Como datos más representativos de la pregunta se tiene que el 22.51%, 22.08% y 14.29% de los encuestados le gustaría obtener beneficios en supercines, supermaxi y sweet & coffee.

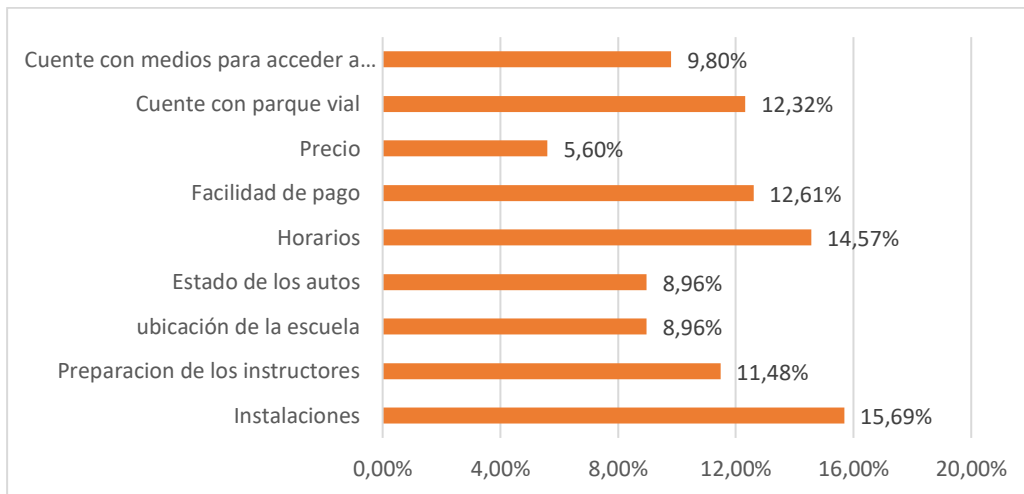
Sección 2:

12. De las siguientes opciones ¿Qué clase de curso te gustaría tomar? Escoger una opción

El curso preferido por los encuestados es el de conducción a la defensiva con un 32,20% de aceptación, seguido por cuidado del vehículo con el 26,27% y seguridad correspondiente al proceso de transportación de mercadería con el 18,64%.



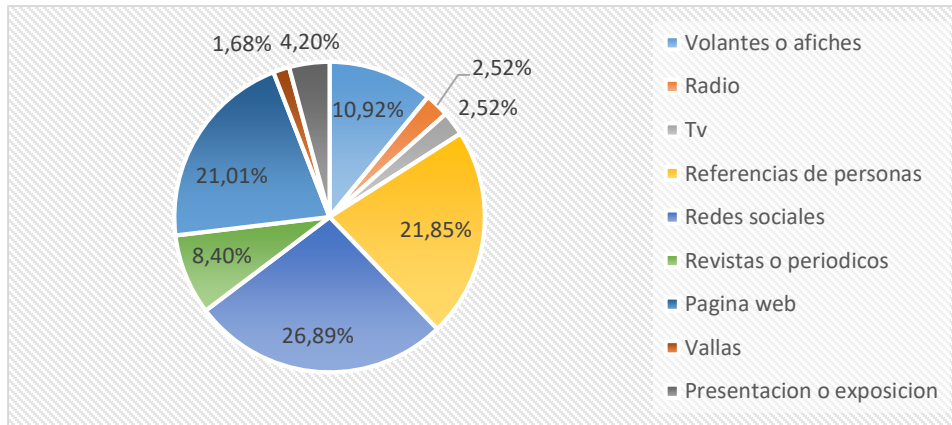
13. ¿Qué factores consideras más importantes?



Un 15,69% de los entrevistados manifestaron que las instalaciones es un factor considerable al momento de elegir una escuela de conducción, seguida por los horarios, facilidad de pago y que cuenta con parque vial propio representando un 14,57%, 12,61% y 12,32% respectivamente.

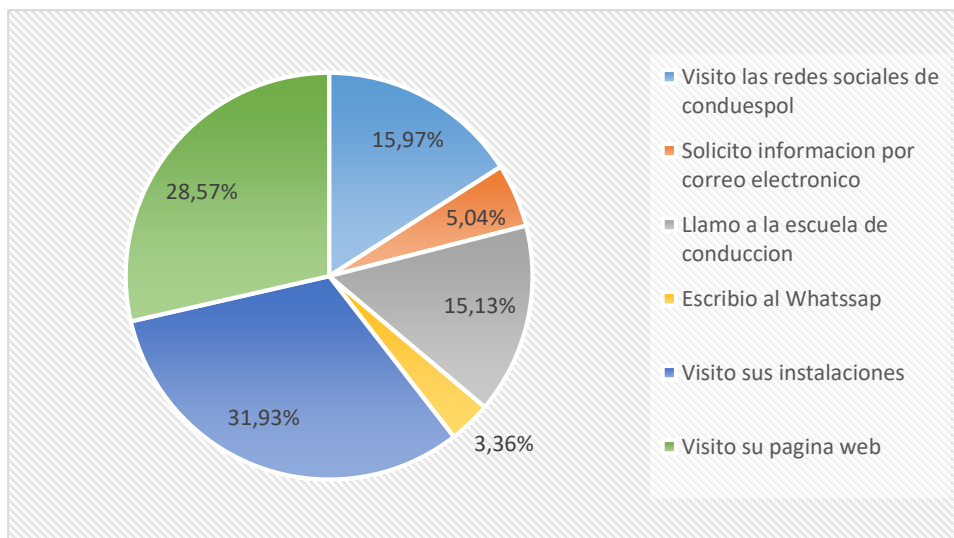
14. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de los cursos que ofrece

CONDUESPOL? Escoger una opción



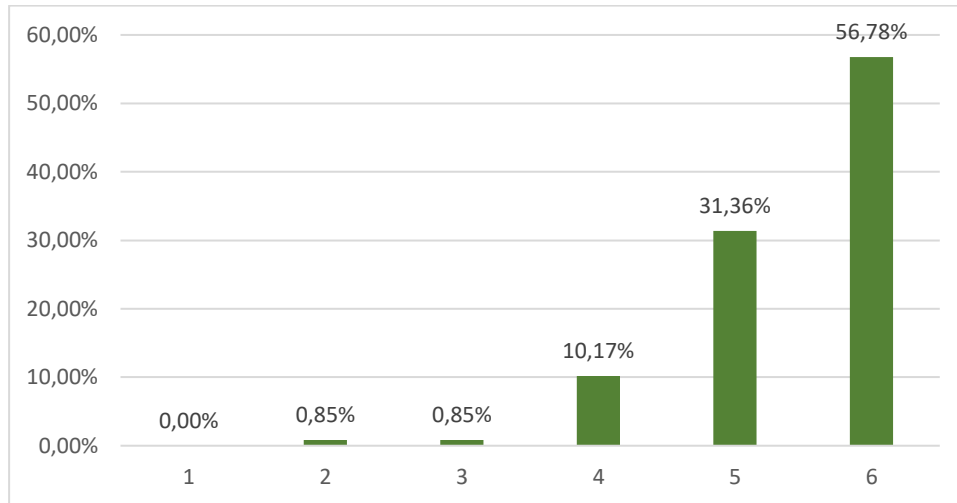
El 26,89% de los encuestados indicaron que se enteraron de CONDUESPOL a través de las redes sociales, mientras que un 21,85% y 21,01%, lo hicieron por referencias de amigos y página web, además de un 10,92% por volantes o afiches.

15. ¿En dónde buscó información adicional acerca de CONDUESPOL? Escoger una opción



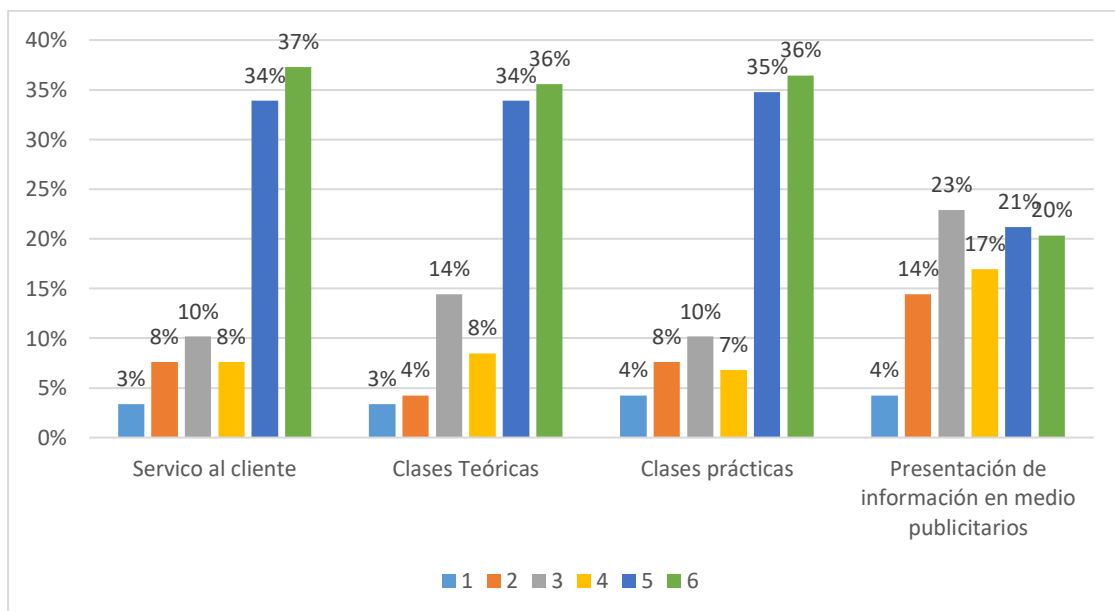
Un 31,93% de los encuestados indicó que busco información adicional visitando las instalaciones de CONDUESPOL, seguido del 28,57% quienes observaron su página web y un 15,97% y 15,13% manifestaron acudir a las redes sociales y realizar llamadas telefónicas respectivamente, para conocer más sobre la escuela.

16. ¿Cómo consideras el curso de conducción profesional dictado por CONDUESPOL?



Un 56,78% de los encuestados opinan que el curso dictado por CONDUESPOL es excelente, mientras que el 31,36% opina que es muy Bueno.

17. ¿Cómo calificarías los siguientes aspectos?

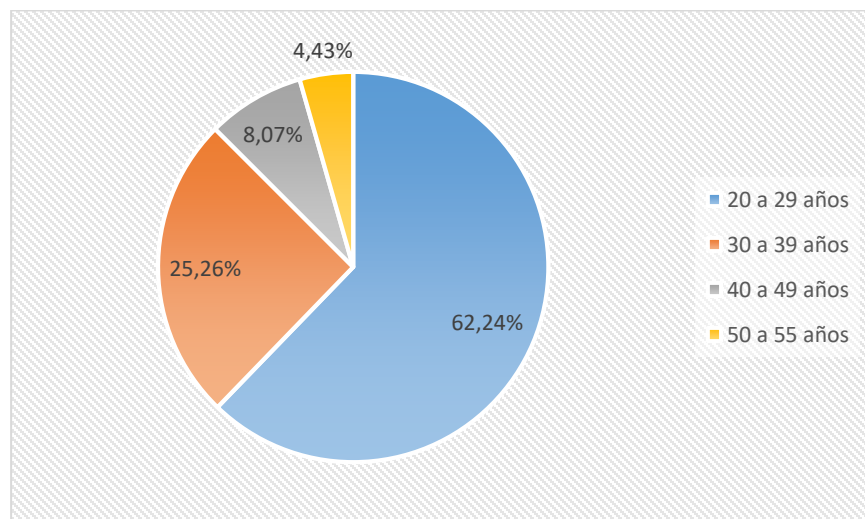


Con lo que respecta al servicio al cliente, el 37% de los encuestados manifestó estar satisfecho, mientras que un 3% indicó no estar conforme con este servicio. De la misma manera las clases teóricas y prácticas tienen un 36% de satisfacción contra el 3% y 4% de inconformidad respectivamente.

La información presentada en medios publicitarios no es de conformidad por parte de los encuestados, tal así que, el 23% dijo que el servicio es regular, mientras que el 21% piensa sólo que es muy bueno.

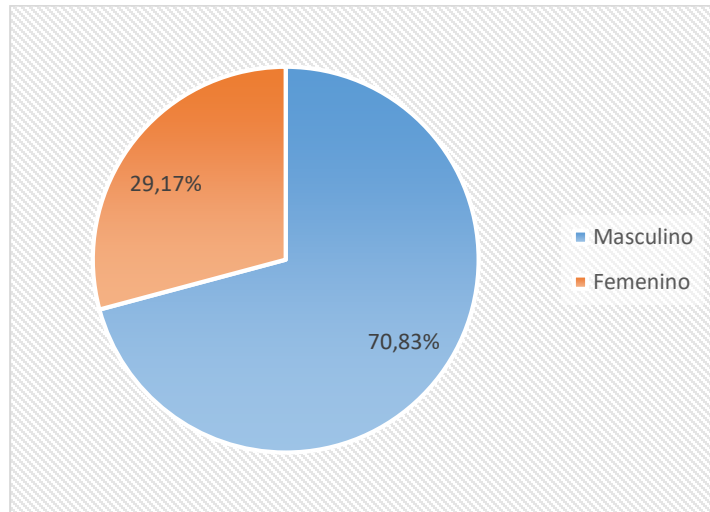
Sección 3:

18. Edad:



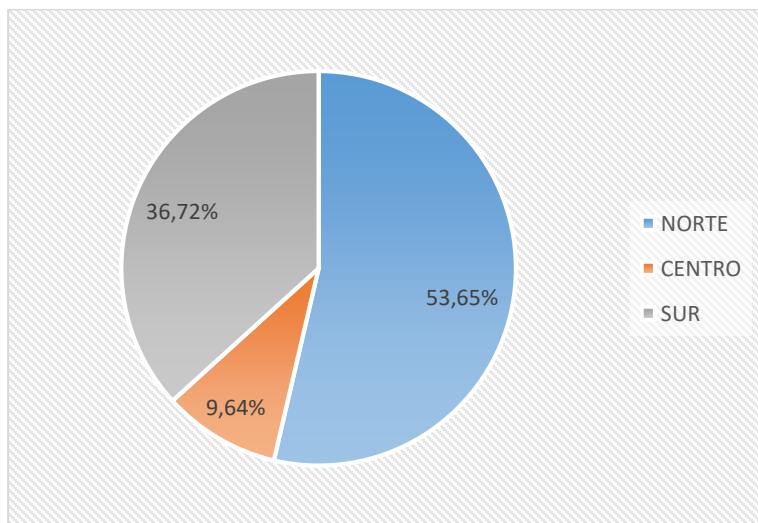
El 62.24% de las personas encuestadas se encuentran en el rango de edad de 20 a 29 años, seguido por un 25.26% de 30 a 39 años y como porcentaje menor se presentó el 8.07% y el 4.43% para las edades de 40 a 49 años y 50 a 55 años respectivamente.

19. Género:



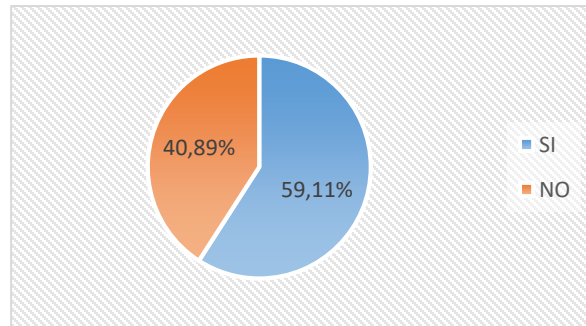
De las personas encuestadas el 70.83% son hombres y 29.17% restante son mujeres.

20. Sector donde vive:



La mayoría de los encuestados con un 53.65% radican en el sector norte del Guayaquil, el 36.72% se encuentran en el sur de la urbe y el porcentaje restante pertenece al centro de la ciudad.

21. ¿Tiene licencia de conducir tipo B (autos particulares y livianos)?



De las personas encuestadas el 59.11% tiene licencia de conducir tipo B y el restante 40.89% no poseen licencia, dado que ya no es necesario saber a conducir para aplicar a la categoría C, la empresa puede atraer a este segmento para realizar el curso de conducción profesional mostrando el portafolio de vehículos que pueden aprender a manejar sin limitarse a un solo tipo de auto.

4. SECCIÓN IV: MERCADO ESTRATÉGICO

4.1 Objetivos del plan estratégico

4.1.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de marketing operativo para la escuela de conducción profesional, CONDUESPOL.

4.1.2 Objetivos específicos

- Captar el 5% del mercado meta para el periodo 2017-2019.
- Diseñar estrategias promocionales que sean atractivas para los posibles clientes y a su vez contribuyan a lograr la preferencia de la empresa.
- Establecer la interacción de la empresa con el cliente, compartiendo entre ellos opiniones y reseñas del servicio que se ofrece, para generar lazos de confianza con la marca.

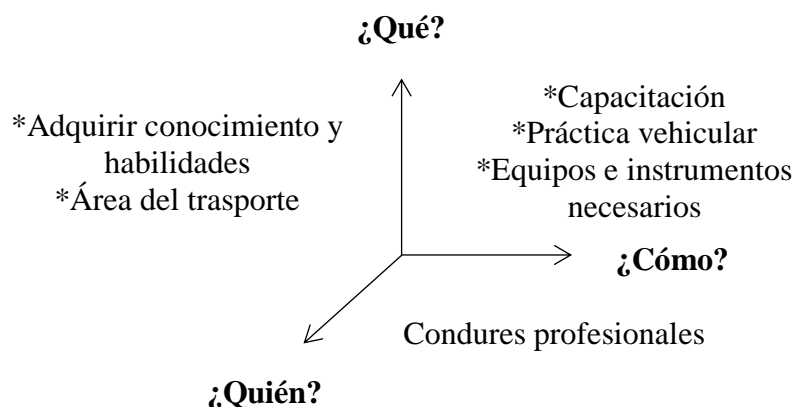
4.2 Estratégica de segmentación

La segmentación consiste en dividir mercados grandes y heterogéneos en segmentos pequeños donde la empresa pueda llegar con rapidez, adaptándose a las necesidades o deseos del mercado. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012). Esta se compone de dos partes: Macro-segmentación y micro-segmentación.

4.2.1 Macro-segmentación

En la macro-segmentación interviene tres factores: ¿A quién satisface?, ¿Qué necesidades satisface? Y ¿Cómo las satisface? (Abel & Hammond, 1979)

Figura 9 Enfoque tridimensional



Fuente: (Abel & Hammond, 1979)

Satisface a las personas interesadas en adquirir las habilidades necesarias para ser un conductor profesional y que busquen oportunidades laborales en el mercado del transporte. Esto se logrará a través de constantes capacitaciones en material teórico-práctico, también contando con los instrumentos necesarios tanto en tecnología como en infraestructura para la correcta preparación del estudiante.

4.2.2 Micro-segmentación

Tabla 11 Distribución de la micro-segmentación

Geográfica		
País:	Ecuador	14'483.499
Provincia:	Guayas	3'645.483
Ciudad:	Guayaquil	2'352.915
Demográfica		
Género:	Hombres y mujeres	2'352.915
Edad:	De 20 a 55 años	1'166.405
Área:	Urbana	1'134.124

Estrato social:	C+ y C-	816.569
------------------------	---------	---------

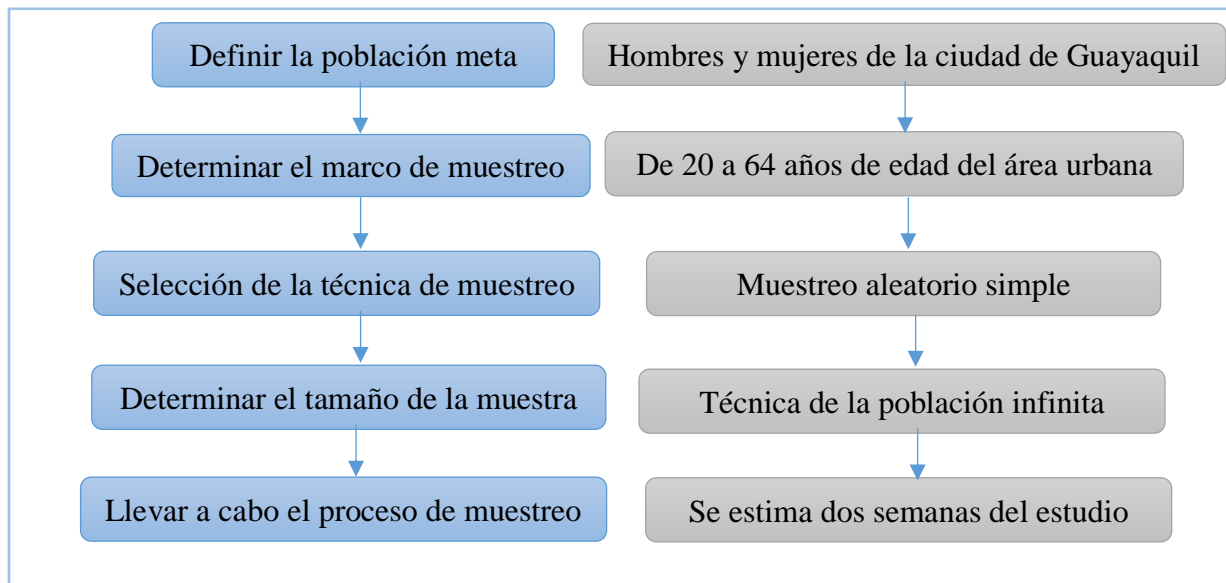
Elaborado por los autores

Se puede decir, que nuestro segmento de mercado son personas del sector urbano de la ciudad de Guayaquil, clase social media típica y baja, entre 20 a 55 años de edad y que deseen seguir un curso de capacitación en una escuela de conducción profesional.

4.3 Diseño de la muestra

El objetivo de los proyectos de investigación de mercado es obtener información de la población a la cual está dirigiendo su producto o servicio, y para llevar a cabo el estudio es necesario seleccionar una muestra, la cual es un subgrupo de dicha población. Para el proceso de diseño del muestreo existen cinco pasos que deben estar integrados a las otras decisiones del proyecto. (Naresh-Malhotra, 2009)

Figura 10 Diseño de la muestra



Elaborado por los autores

4.3.1 Tamaño de la muestra

En este proyecto para determinar el tamaño de la muestra se consideró el cálculo de la población infinita, ya que el trabajo se realizó en la ciudad de Guayaquil, a continuación, se muestra la fórmula utilizada:

$$n = \frac{z^2(p)(1 - p)}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2(0.5)(1 - 0.5)}{0.05^2}$$
$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$
$$n = 384.16$$

Donde:

n= número de la muestra

p= Porcentaje de la población (N) con condiciones para adquirir los servicios (50%)

q= Porcentaje de la población sin condiciones para adquirir los servicios

e= error estadístico muestral (entre 5 y 10%)

z= estadístico de prueba (1.96)

Con esta fórmula se determinó que se realizaran 384 encuestas dentro de la ciudad de Guayaquil.

4.4 Estrategia de posicionamiento

El posicionamiento de un producto es la forma en que los consumidores definen a éste con bases a sus atributos importantes. También se explica como el lugar que el servicio ocupa en la mente de los consumidores en relación a su competencia. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

4.4.1 Posicionamiento basado en ventajas comparativas

La escuela de conducción, debe posicionar su marca mostrando a sus clientes las ventajas comparativas que posee, en enseñanza, tecnología e infraestructura, es decir, las cómodas aulas, laboratorios de primera, modernos talleres, preparación de los instructores y parque vial, este último es de mucha importancia ya que el estudiante obtiene experiencia previa al examen final con los agentes de la ANT, quienes realizan las pruebas en las instalaciones de CONDUESPOL.

4.5 Análisis del proceso de compra

La decisión de compra real forma parte de un proceso mucho más grande, que inicia con el reconocimiento de la necesidad y termina con sus sentimientos después de hacer la compra. Para este proyecto usaremos uno de los cuatro comportamientos de compra que se muestran en la siguiente tabla (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

Tabla 12 Cuatro tipos de comportamiento de compra

Participación	Alta	Baja
Diferencia		
Significativa entre las marcas	Compra Compleja Comportamiento en situaciones por una gran participación del consumidor en la compra y diferencias significativas entre las marcas	Compra búsqueda de variedad Conducta del consumidor en situaciones que se caracterizan por una baja participación, aunque perciban diferencias significativas entre las marcas

	Compra reduce la disonancia	Compra habitual
Escasas entre las marcas	Conducta del consumidor en situaciones que se caracterizan por alta participación, pero se perciben escasas diferencias entre las marcas	Conducta del consumidor en situaciones de baja participación del consumidor y percepción de pocas diferencias entre las marcas

Fuente: (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

El resultado del análisis que se observa en la tabla 12, es compra compleja porque existe una alta participación de los clientes de las escuelas de conducción, ya que son los que buscan información y deciden donde tomar el curso. Además, muchos de éstos no perciben diferencias significativas al momento de elegir una escuela en particular.

4.5.1 Matriz de roles y motivos

El análisis del proceso de compra comprende también los padrones que intervienen en el momento que el consumidor adquiere un producto, la matriz de roles y motivos permite examinar los factores influyentes. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

Tabla 13 Matriz de roles y motivos

	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Dónde?
El que inicia	Conductor profesional y no profesional	Aumentar sus ingresos	Necesidad de conducir, tener licencia profesional	Solicita información	Trabajo, hogar, eventos

El que influye	Amigos, Familia, Trabajo	Recomendación consejo	Aumento de sus ingresos	Reuniones familiares y sociales	Trabajo, hogar, eventos
El que decide	Conductor, profesional, el que paga	Información del curso, ubicación de escuelas	Mejorar su economía	Oportunidades de crecimiento laboral	Escuela con buenas instalaciones
El que compra	Conductor, Familia, Empresa pública o privada	Efectivo, crédito directo, tarjetas o préstamos	Según precios del mercado	Fechas de matriculación	Conduespol
El que usa	Conductor profesional	Asistencia a los cursos prácticos y teóricos	Necesidad de conocimiento en temas de seguridad vial	En su etapa profesional	Carreteras dentro y fuera de la ciudad o del país

Elaborado por los autores

4.6 Marketing mix

4.6.1 Producto o servicio

CONDUESPOL ofrece servicios de cursos para licencias profesionales de tipo C, C1 y E, convalidación y recuperación de puntos.

4.6.1.1 Licencia profesional tipo C

Este curso tiene una duración de seis meses y está dirigido a personas mayores de edad, y que hayan aprobado el primer año de bachillerato, este documento le permitirá la conducción de taxis convencionales o ejecutivos, camionetas livianas o mixtas (hasta 3500 Kg y 8 pasajeros), vehículos de transporte de pasajeros (máximo de 25 pasajeros) y los comprendidos en el tipo B. Los detalles del curso se muestran en la siguiente figura.

Figura 11 Malla del curso para licencia profesional Tipo C

CURSO BÁSICO		ESPECIALIZACIÓN	
Educación Vial	64	Conducción vehicular	32
Ley y Reglamento de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial	64	Práctica de conducción	32
Mecánica Básica	48	Relaciones humanas	48
Psicología aplicada a la conducción	32	Atención al cliente	32
Computación	32	Inglés básico	32
Primeros Auxilios	16	Geografía urbana	32
Educación Ambiental	16	Total horas de especialización	208
Total horas básico	272		480 horas

Fuente: Página web CONDUESPOL

4.6.1.2 Licencia profesional tipo C1

Este curso tiene una duración de seis meses y está dirigido a personas mayores de edad, que hayan aprobado el primer año de bachillerato, que tengan licencia tipo B o cualquier tipo de licencia profesional mínimo dos años, este documento permite la conducción de vehículos policiales, ambulancias militares, municipales, y en general todo vehículo del Estado

ecuatoriano de emergencia y control de seguridad. La malla curricular del curso se observa en la siguiente figura.

Figura 12 Malla del curso de licencia profesional tipo C1

CURSO BÁSICO		ESPECIALIZACIÓN	
Educación Vial	64	Conducción vehicular	32
Ley y Reglamento de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial	64	Práctica de conducción	32
Mecánica Básica	48	Relaciones humanas	48
Psicología aplicada a la conducción	32	Atención al cliente	32
Computación	32	Inglés básico	32
Primeros Auxilios	16	Geografía urbana	32
Educación Ambiental	16	Total horas de especialización	208
Total horas básico	272	480 horas	

Fuente: Página web CONDUESPOL

4.6.1.3 Licencia profesional tipo E

Este curso tiene una duración de nueve meses y está dirigido a personas mayores de edad, que hayan aprobado el primero de bachillerato, que cuenten con licencia tipo B o cualquier tipo de licencia profesional mínimo dos años, este documento permite la conducción de camiones pesados y extra pesados con o sin remolque de más de 3.5 toneladas, tráiler, volquetas, tanqueros, plataformas públicas, cuenta propia, otros camiones y los vehículos estatales con estas características. La información de la malla del curso se observa en la siguiente figura.

Figura 13 Malla del curso para licencia profesional tipo E

CURSO BÁSICO		ESPECIALIZACIÓN	
Educación Vial	64	Conducción 3	80
Ley y Reglamento de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial	64	Práctica de conducción 3	80
Mecánica Básica	48	Mecánica 3 camión / trailer	80
Psicología aplicada a la conducción	32	Reglamentos especiales	80
Computación	32	Seguridad y protección industrial	80
Primeros Auxilios	16	Geografía rural	48
Educación Ambiental	16	Total horas de especialización	448
Total horas básico	272	720 horas	

Fuente: Página web CONDUESPOL

4.6.1.4 Convalidación de licencias profesionales

Se podrá convalidar u obtener la licencia tipo C1, para este caso las personas podrán inscribirse en un curso que tendrá una duración de dos meses y como requisito adicional deberá contar con licencia tipo C.

También podrá convalidar la licencia tipo E, en este caso las personas podrán inscribirse en un curso que tendrá una duración de cinco meses y como requisito adicional deberá contar con licencia tipo C.

4.6.1.5 Recuperación de puntos

Este curso tiene una duración de treinta horas o cuatro semanas y está dirigido a conductores profesionales y no profesionales que han perdido sus 30 puntos en la licencia de conducir.

4.6.2. Capacitación (nuevo servicio)

Se puede observar en las noticias constantes accidentes de tránsito por falta de conductores idóneos, provocando que exista en el mercado la necesidad de un perfeccionamiento en el campo. Por tal razón, las capacitaciones ofrecen un estudio profundo o especializado de un tema específico, que brinda la oportunidad de aprender y actualizar conocimientos.

De esta manera, los conductores estarán preparados para desenvolverse frente a varias situaciones, por ejemplo: cambios climáticos, inseguridad y problemas comunes en la vía, situaciones que conlleva a requerir de personas capacitadas en el manejo de vehículos, que sepan sobre el control de emociones, cargas, cuidados, entre otros puntos.

En consecuencia, se expuso a estudiantes y posibles clientes una gama de nuevos cursos para elegir, entre los principales escogidos se encuentran:

4.6.2.1 Conducción defensiva

Las personas se trasladan a nivel nacional por transporte terrestre, por tal motivo es importante que conozcan cómo reaccionar frente a un inconveniente en la vía. El curso de conducción defensiva no solo consiste en llegar de manera segura al lugar de destino, sino de orientar a los operadores de transporte a cómo reaccionar ante una situación de inseguridad.

Metodología:

Las presentaciones se realizarán en diapositivas, videos y pruebas de repaso para comprobar el interés de los asistentes.

Temas:

1. Introducción y objetivo general del curso
2. Recomendaciones generales sobre el vehículo

3. Reglas de manejo defensivo básico
4. Características de un conductor defensivo
5. Estrategias para evitar accidentes de tránsito
6. Manejo en autopistas (maniobras, vueltas, etc.)
7. Manejo en calles mojadas
8. Inseguridad en las carreteras
9. ¿Cómo actuar frente a una situación de emergencia?
10. Evaluación de la urgencia
11. Preparación psicológica previa (manejo de emociones)
12. Análisis del comportamiento humano
13. ¿Qué es el estado de shock?
14. Acciones de riesgo
15. Identificar rutas alternativas en caso de emergencia
16. Medidas de prevención de robos en el transporte

4.6.2.2 Cuidado del vehículo

Este curso permitirá a los propietarios reducir costos por mantenimiento e incrementar la productividad dependiendo del uso que se les dé a los vehículos. Además, tiene como objetivo asegurar el buen estado tanto externo como interno del automóvil.

Metodología:

Las presentaciones se realizarán en diapositivas, videos y pruebas de repaso para comprobar el interés de los asistentes.

Temas:

1. Introducción al curso

2. Definiciones básicas (mantenimiento preventivo, predictivo, detectivo y correctivo)
3. Partes físicas del vehículo que requieren más cuidado
4. Roles de los responsables del cuidado del vehículo
5. Hábitos al conducir que dañan el vehículo
6. Como y cuando realizar la revisión de los componentes del vehículo
7. Uso correcto de lubricantes, tipos de aceites y adhesivos
8. Conocimiento adecuado de los indicadores del tablero
9. Medidas de higiene del operario
10. Prevención de plagas
11. Mantenimiento de la carrocería
12. ¿Cómo evitar dañar la pintura?
13. ¿Cómo lavar correctamente el vehículo?
14. Productos adecuados para la limpieza del automóvil

4.6.2.3 Seguridad correspondiente al proceso de transporte de mercadería

El tipo de mercadería de acuerdo a sus características requiere distintos cuidados durante su traslado, por lo tanto, al ser un tema amplio se abre la posibilidad de dividir el curso por dos clases de mercancía, para lo cual, se propone traslado de sustancias peligrosas y productos perecibles.

- **Seguridad correspondiente al proceso de transporte de residuos o materiales peligrosos**

Temas:

1. Tipo de mercadería peligrosa
2. Tipos de vehículos que se utilizarán

3. Documentación necesaria para operar
 4. Medidas y equipo de seguridad
 5. Cuidados del vehículo detenido y en tránsito
 6. Identificación de etiquetas para material peligroso
 7. Control y manipulación de la carga
 8. Medidas adecuadas para el almacenamiento del producto
 9. Posibles riesgos
 10. Proceso de descarga
- **Seguridad correspondiente al proceso de transporte de productos perecibles**

Temas:

1. Tipos de productos perecibles
2. Tipología de vehículo de acuerdo a cada producto
3. Tipos de cargas: suelta o unitarizada
4. Acuerdo sobre Transporte Internacional de Mercancías Perecederas (ATP)
5. Reglamento técnico-sanitario
6. Autotransporte en la ciudad
7. Tiempo de deterioro del producto
8. Control de temperaturas
9. Agrupación de la carga
10. Cuidados (carga ligera y pesada)
11. Correcta descarga

4.7 Precio

Figura 14 Costo del curso de conducción profesional tipo C y C1

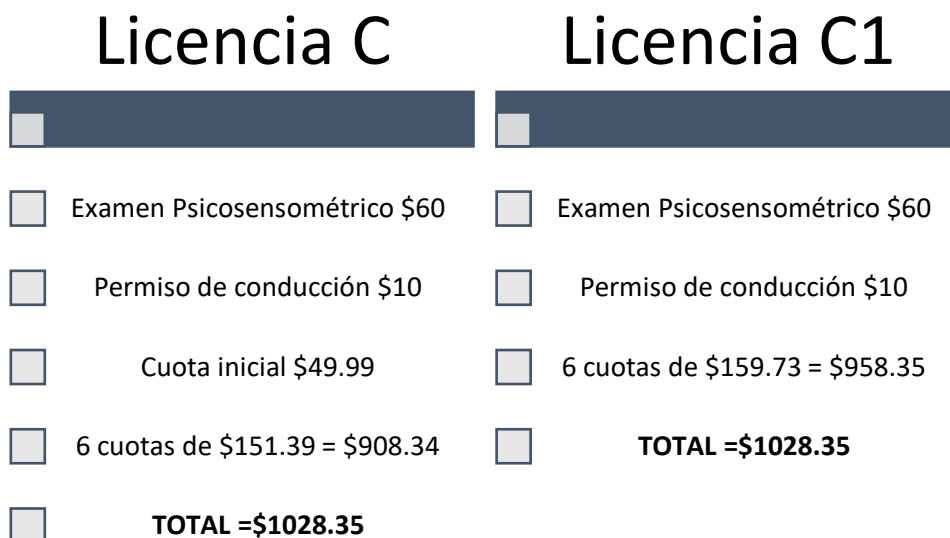
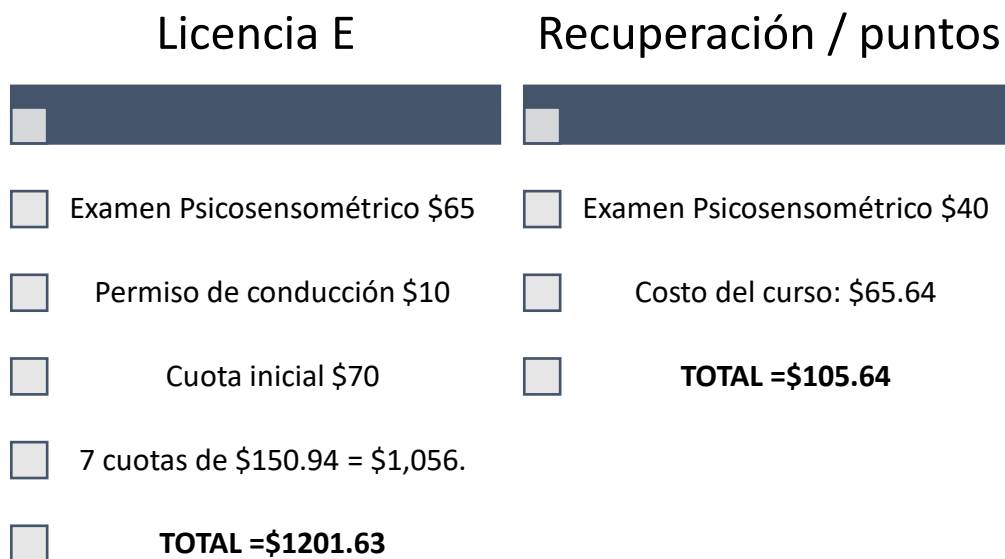


Figura 15 Costo del curso de conducción licencia tipo E y recuperación de puntos



El precio para los cursos de capacitación que propone este proyecto es de \$55,00 dólares americanos y se estableció acorde al costo que ofrece la competencia.

4.8 Plaza

4.8.1 Ubicación

Las instalaciones de CONDUESPOL se encuentran al noroeste de la ciudad de Guayaquil, dentro del Campus Gustavo Galindo Velasco de la ESPOL, cerca de la unidad educativa COPOL.

Figura 16 Mapa de ubicación CONDUESPOL



4.8.1 Canales de distribución



CONDUESPOL tiene un canal de distribución para comercializar su servicio a través de la plataforma web www.conduespol.edu.ec, redes sociales como Facebook y Twitter, volantes y anuncios publicitarios en radio y prensa escrita. En estos sitios se brinda información y asesoría necesaria sobre los cursos que la empresa ofrece.

4.8.2 Servicio al Cliente

CONDUESPOL cuenta con un personal capacitado para brindar un buen servicio al cliente en todas las etapas del proceso de venta del servicio, es decir, asesorar e informar a los estudiantes antes, durante y después de adquirir el curso.

4.9 Promoción

4.9.1 Propuesta publicitaria

Con esta propuesta se pretende informar a los clientes los servicios y beneficios que ofrece la escuela de conducción, además de la responsabilidad vial para mejorar la cultura del conductor ecuatoriano.

El análisis de la investigación de mercado indicó en primer lugar de preferencia, que el 37% de los nuevos aspirantes a conductores profesionales (sección 1) les gustaría recibir información sobre los cursos de conducción a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.), coincidiendo con el 27% de alumnos y exalumnos (sección 2) que han sido captados por este medio.

Por lo expuesto anteriormente, este proyecto propone implantar estrategias de marketing en medios virtuales, tales como redes sociales, página web y prensa digital. Según el ranking de Alexa, Facebook es una de las redes sociales con más visitadas en el Ecuador. Así mismo, muestra que la página web del diario El Universo ocupa el segundo lugar de visitas como medio de prensa digital (Figura 17), por tal motivo se utilizarán como principal herramienta de comunicación del servicio que ofrece CONDUESPOL. (Alexa, 2017)

Figura 17 Ranking redes sociales y medios web en Ecuador



Fuente: Alexia 2017

4.9.2 Promoción Web

Los estudios de las encuestas reflejaron que, en tercera instancia, los aspirantes desean buscar información de la escuela de conducción a través de la página web, por tal motivo este proyecto propone renovar su diseño (ver figura 18), el propósito es mejorar la experiencia de búsqueda del servicio deseado para posteriormente finalizar con la realización de la compra.

Figura 18 Nuevo diseño página web de CONDUESPOL



4.9.3 Promoción on-line

Las referencias personales, ocupan el segundo lugar entre los medios de comunicación por la que los estudiantes se han enterado sobre los cursos de CONDUESPOL, por tal motivo se trabajará en una campaña on-line utilizando hashtag para destacarse en los buscadores de internet. Además, se propone la creación de juegos interactivos o post en redes sociales para buscar la participación y cercanía con el cliente, de esta manera se reforzará el marketing de boca a boca.

4.9.4 Promoción en stands

Dado que las personas prefieren ir al lugar de inscripción para buscar información adicional antes de adquirir el servicio, se plantea la estrategia de colocar stands en centros comerciales o terminales para comodidad y promoción hacia el posible cliente. En donde se distribuirán volantes para el fácil contacto.

Figura 19 Diseño stand



Figura 20 Diseño de volantes



Front

Back

4.9.5 Promoción en ventas

El estudio de la encuesta propone realizar alianzas estratégicas con otras empresas. Las preferencias de los usuarios para obtener beneficios por matricularse en CONDUESPOL son con las cadenas comerciales de SUPERMAXI y SUPERCINES.

Para incentivar a los nuevos aspirantes, el proyecto plantea las siguientes promociones: La oferta consiste en recibir un 20% de descuento en la compra de llantas valoradas hasta \$178 (precio tope), los beneficiarios solo podrán hacer uso del cupón una sola vez y tendrá validez hasta la culminación del curso. Además, se pondrá un slogan “Juntos por la seguridad vial”

como muestra del apoyo de la empresa de consumo masivo con la campaña de prevención de accidentes de tránsito.

Otra opción es realizar una promoción en conjunto con Supercines, la cual consistiría en obsequiar tickets o bonos a los estudiantes matriculados como: 2x1 en entradas al cine o 20% de descuento para snacks o comidas rápidas.

4.9.6 Promoción prensa escrita

Para la transmisión del mensaje del servicio que ofrece la escuela de conducción, se va a publicar la información en diario El Universo, el mismo que es el de mayor circulación a nivel nacional incluyendo también su página web.

Para llevar a cabo la contratación del servicio en prensa escrita se ha planteado que tendrá una duración de dos meses, tiempo en el cual se promocionaran los cursos, horarios, requisitos, dirección, teléfonos, pagina web y redes sociales que ofrece CONDUESPOL.

Además, se recomienda hacer la publicación en la sección de deportes, ya que es la más vista por lectores entre 18 a 45 años de edad, los mismos que se ajusta al segmento de mercado de la escuela de conducción. También se invita a considerar el formato Megabanner para una mejor apreciación del anuncio, valorado en \$2.880 (ver tabla 14).


Tabla 14 Paquetes mensuales por secciones (600000 impresiones)

DESCRIPCIÓN DEL FORMATO	MEDIDA	HOME	DEPORTES	NOTICIA	ENTRETENIMIENTO	LOCALES
Megabanner	728 x 90	\$ 3.600	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 1.800	\$ 900
Banner cuadrado	300 x 250	\$ 3.000	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 1.500	\$ 750
Megabanner expandible	728 x 90 (728 x 270)	\$ 5.040	\$ 4.032	\$ 4.032	\$ 2.520	\$ 1.260
Banner flotante (Rich Media)	Variable	\$ 5.400	\$ 4.320	\$ 4.320	\$ 2.700	\$ 1.350
Banner cuadrado video	300 x 250	\$ 3.600	\$ 2.880	\$ 2.880	\$ 1.800	\$ 900
Banner dúo	728 x 90	\$ 7.200	\$ 5.760	\$ 5.760	\$ 3.600	\$ 1.800
	300 x 250					

Fuente: Diario el Universo

4.10 Cronograma de publicidad

Tabla 15 Cronograma campañas publicitarias

CRONOGRAMA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA CONDUESPOL E.P. PERIODO 2018													
													
CAMPAÑA	Duración	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Página web	360 días												
Redes Sociales	360 días												
Stands (volantes)	enero 15 a marzo 15 y julio 15 a septiembre 15												
Prensa escrita	abril 15 a junio 15 y octubre 15 a diciembre 15												

Elaborado por los autores

Tabla 16 Cronograma campañas de promociones

CRONOGRAMA DE PROMOCIONES CONDUESPOL E.P. PERIODO 2018													
													
CAMPAÑA	Duración	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Promoción Supermaxi	360 días												
Promoción Supercines	360 días												

Elaborado por los autores

5. SECCION V: ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 Demanda

En base a las proyecciones de la población por área urbana, extracto social, edades y a la información obtenida por el estudio de mercado en la ciudad de Guayaquil, se procedió a realizar el cálculo de la demanda para los nuevos cursos de capacitación.

Año	Población de Guayaquil (Urbana)	Población de 20 a 55 años	Clasificación por extracto social (72%)	Población que le gustaría realizar un curso de conducción profesional	Población que le gustaría acceder a los cursos propuestos	Población dispuesta a adquirir el producto (45% estimado)	Demanda estimada	Demanda anual proyectada (5% de participación)	Demanda mensual	Precio (según compet.)
2017	2637524	1012521	729015	568632	460592	207266	207266	10363	864	\$ 55,00
2018	2676051	1028662	740637	577697	467934	210570	210570	10529	877	\$ 55,00
2019	2714324	1044822	752271	586772	475285	213878	213878	10694	891	\$ 55,00
2020	2752338	1060986	763910	595850	482638	217187	217187	10859	905	\$ 55,00
2021	2793623	1071596	771549	601808	487465	219359	219359	10968	914	\$ 55,00

Elaborado por los autores

5.2 Punto de equilibrio por curso

Para calcular el punto de equilibrio entre los costos y el número mínimo de asistentes por curso, se utilizó la siguiente fórmula:

$$Q = \frac{CF}{P - CV}$$

Donde:

Q = Número mínimo de asistentes por curso

P = precio del curso

CV = Costos variables

CF = Costos fijo por curso

$$Q = \frac{COSTO FIJO}{PRECIO - COSTO VARIABLE}$$

$$Q = \frac{335}{50 - 11,70} = 9$$

Los resultados obtenidos indican que, para llevar a cabo cada curso planteado por este el proyecto se necesita un mínimo de 9 estudiantes por aula.

5.3 Inversión Inicial

El proyecto propone que para la oferta del nuevo servicio se debe considerar la siguiente inversión inicial:

Tabla 17 Costo anual de la inversión

Descripción	Cant.	valor unitario	valor anual
Stand desmontable	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Computadoras	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
Sillas Sensa	60	\$ 60,00	\$ 3.600,00
Mesas de trabajo	30	\$ 200,00	\$ 6.000,00
Alquiler de espacio centro comercial	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Volantes	6000	\$ 0,05	\$ 300,00
Capacitación	4	\$ 1.500,00	\$ 6.000,00
Total Inversión			\$ 20.650,00

Descripción	Empresa	Valor mensual	Valor anual
Publicidad en redes sociales	Facebook e instagram	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Prensa escrita	El Universo	\$ 2.880,00	\$ 11.520,00
Promocion entradas al cine	Supercines	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Promociones combo de snak	Supercines	\$ 630,00	\$ 7.560,00
Promociones llantas	Supermaxi	\$ 3.560,00	\$ 42.720,00
Pagina web	Paginas web Ecuador	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Total Publicidad		\$ 8.670,00	\$ 81.000,00

Elaborado por los autores

5.4 Costos

El estudio de la encuesta revelo el interés por tomar cursos adicionales, a continuación, se muestran los costos de llevar a cabo los cursos:

5.4.1 Costos variables

Costos variables	Cant.	Costo Unitario	Costo Total
Material didáctico	1	4	4
Plumas	2	0,6	1,2
dinner break	1	3,5	3,5
Marcadores	2	1,5	3
Costo Unitario total por clase			11,7

5.4.1 Costos fijos

Descripción	Total	
	Mensual	Anual
Gasto de mantenimiento	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Sueldos y salarios	\$ 4.431,92	\$ 37.845,00
Publicidad	\$ 8.670,00	\$ 81.000,00
Total	\$ 13.401,92	\$ 122.445,00

5.5 Costos de mano de obra

Descripción	No.	Días	Sueldo	Aporte Patronal	13 Sueldo	14 Sueldo	Total mensual	Total Anual
Instructores	4	360	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 2.514,67	\$ 30.176,00
Total de mano de obra directa							\$ 2.514,67	\$ 30.176,00
Mano de obra indirecta								
Promotoras	4	120	\$ 375,00	\$ 41,81	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 1.917,25	\$ 7.669,00
Total de mano de obra indirecta anualmente							\$ 1.917,25	\$ 7.669,00

5.6 Material Directo

Materiales Directos	Cant.	Costo Unitario	Costo Total
Material didáctico	10363	4	41453,24
Plumas personalizadas "Conduespol"	10363	0,6	6217,99
dinner break	10363	3,5	36271,58
Marcadores	48	1,5	72,00
Total de costo anual			84014,81

5.7 Depreciación

DEPRECIACIÓN	Valor	%	1	2	3	4	5
Muebles y enseres	\$ 9.750,00	10%	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00
Equipos de computación	\$ 2.600,00	33%	\$ 858,00	\$ 858,00	\$ 858,00	\$ -	\$ -
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL			\$ 1.833,00	\$ 1.833,00	\$ 1.833,00	\$ 975,00	\$ 975,00

5.8 Flujo de caja mensual

Detalle	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50	47498,50
Total de ingresos	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50	\$47.498,50
Costos Variables	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23	\$ -10.104,23
Costos Fijos												
Mantenimiento	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00
Sueldos y Salarios	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92	-\$4.431,92
Publicidad	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00	-\$8.670,00
Total Gastos Fijos	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92	-\$13.401,92
Depreciación												
Muebles y enseres de oficina	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25	-\$81,25
Equipo de Computo	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50	-\$71,50
Total de Depreciación	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75	-\$152,75
Utilidad antes de PAT	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61	\$23.839,61
15%Part. A Trabajadores	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94	-\$3.575,94
Utilidad antes de impuestos	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67	\$20.263,67
Impuesto a la Renta (22%)	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01	-\$4.458,01
UTILIDAD NETA	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67	\$24.721,67
Total de Depreciación	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75	\$152,75
FLUJO DE CAJA	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42	\$24.874,42

5.9 Flujo de caja anual

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 569.982,01	\$ 579.068,61	\$ 588.165,34	\$ 597.264,88	\$ 603.237,53
Total de ingresos		\$ 569.982,01	\$ 579.068,61	\$ 588.165,34	\$ 597.264,88	\$ 603.237,53
Total costos variables		\$ -121.250,72	\$ -123.183,69	\$ -125.118,81	\$ -127.054,53	\$ -128.325,07
Costos Fijos						
Mantenimiento		\$ -3.600,00	\$ -3.600,00	\$ -3.600,00	\$ -3.600,00	\$ -3.600,00
Sueldos y salarios		\$ -37.845,00	\$ -37.845,00	\$ -37.845,00	\$ -37.845,00	\$ -37.845,00
Publicidad		\$ -81.000,00	\$ -81.000,00	\$ -81.000,00	\$ -81.000,00	\$ -81.000,00
Total Costos Fijos		\$ -122.445,00	\$ -122.445,00	\$ -122.445,00	\$ -122.445,00	\$ -122.445,00
Depreciación						
Muebles y enseres de oficina		\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00
Equipo de Computo		\$ 858,00	\$ 858,00	\$ 858,00	\$ -	\$ -
Total de depreciación		\$ 1.833,00	\$ 1.833,00	\$ 1.833,00	\$ 975,00	\$ 975,00
Utilidad antes de PAT		\$ 328.119,29	\$ 335.272,92	\$ 342.434,53	\$ 348.740,35	\$ 353.442,46
15%Part. A Trabajadores		\$ -49.217,89	\$ -50.290,94	\$ -51.365,18	\$ -52.311,05	\$ -53.016,37
Utilidad antes de impuestos		\$ 278.901,40	\$ 284.981,98	\$ 291.069,35	\$ 296.429,30	\$ 300.426,09
Impuesto a la Renta (22%)		\$ -61.358,31	\$ -62.696,04	\$ -64.035,26	\$ -65.214,45	\$ -66.093,74
UTILIDAD NETA		\$ 217.543,09	\$ 222.285,95	\$ 227.034,09	\$ 231.214,85	\$ 234.332,35
Total de Depreciación		\$ -1.833,00	\$ -1.833,00	\$ -1.833,00	\$ -975,00	\$ -975,00
Inversión	\$ -101.650,00					
Capital de Trabajo	\$ -225.899,81					
FLUJO DE CAJA	\$ -327.549,81	\$ 215.710,09	\$ 220.452,95	\$ 225.201,09	\$ 230.239,85	\$ 233.357,35
VAN (32%)	\$190.792,83					
TIR	61%					

CONCLUSIÓN

- El estudio reveló que los estudiantes ven a CONDUESPOL como una excelente escuela de aprendizaje por su infraestructura, clases teóricas-prácticas y atención al cliente. Sin embargo, concuerdan que la participación y la presentación de la información en medios publicitarios es regular.
- Adicionalmente, se propone ofertar nuevos cursos durante todo el año para incrementar los ingresos de la empresa, dado que al comprador potencial le gustaría tomar capacitaciones pues, valora muy bien la enseñanza de CONDUESPOL.
- Para mejorar la interacción y estar en contacto directo con los posibles clientes, se recomienda crear posts con juegos interactivos en las redes sociales, colocar stand y dar beneficios en conjunto con otras marcas, como: MEGAMAXI Y SUPERCINES. Además, se propone re-diseñar la página web de la compañía renovando la presentación de la información y logrando que sea más agradable al público.
- El análisis financiero muestra un VAN positivo de \$190.792,83 y una TIR del 61%, lo que indica que el proyecto es rentable.

RECOMENDACIONES

En base a las secciones analizadas en este proyecto se ha podido determinar las siguientes sugerencias:

- Se recomienda a CONDUESPOL realizar un análisis en conjunto con la ANT, sobre las restricciones impuestas a las escuelas de conductores profesionales a fin de que las empresas sean autónomas, lo que les permitirá competir y ofertar un servicio de calidad a sus estudiantes, además de crear valor agregado a los cursos y capacitaciones para ganar participación en el mercado.
- Si bien es cierto, que la ubicación de la escuela de conducción es importante, también es necesario medir la satisfacción de los usuarios, por tal motivo se recomienda realizar evaluaciones o auditorías para comprobar la calidad del servicio, esto permitirá que los estudiantes se sientan motivados a referir a sus familiares y amigos a tomar el curso de conducción en CONDUESPOL.
- Además, se recomienda realizar actualizaciones constantes en los canales de comunicación, con el propósito de captar la mayor cantidad de demanda del mercado, para esto, es necesario que la escuela de conducción analice las sugerencias propuestas en este proyecto en la sección del marketing mix.
- Se recomienda, resaltar los atributos que posee CONDUESPOL en su infraestructura, ya que en el estudio de mercado se evidenció lo importante que es para los estudiantes que la escuela de conducción cuente con un parque vial, más aún cuando allí se realizan las pruebas finales con los agentes de la ANT.

REFERENCIAS

1. Abel & Hammond. (1979). Planeación estrategica de mercado.
2. Abel & Hammond. (1979). Planeación estrategica de mercado.
3. AEADE. (2017). Normativa comercial . Obtenido de <http://www.aeade.net/download/beneficios-del-acuerdo-comercial-con-la-ue/>.
4. Alexa. (enero de 2017). www.Alexa.com.
5. ANT. (2017). [ant.gob.ec](http://www.ant.gob.ec). Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/3905-siniestros-diciembre-2016>.
6. (2016). Banco central del Ecuador.
7. Banco Central del Ecuador. (2016). <https://www.bce.fin.ec/>.
8. Banco Mundial, E. P. (2017). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>.
9. CONDUESPOL. (2011). conduespol.edu.ec. Obtenido de www.conduespol.edu.ec/mision-vision/.
10. Conduespol. (2014). Brochure Institucional.
11. Ecuador en cifras. (2012). Análisis Sectorial. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info7.pdf>.
12. El Telegrafo. (2016). EL TELEGRÁFO. El PIB ecuatoriano registro una reduccion de 1.9 en el primer trimestre de 2016.
13. El universo. (2011). Una de cuatro universidades crea escuela de conducción.
14. Kotler & Armstrong, D. E. (2012). Marketing. Pearson.
15. Kotler & Armstrong, D. E. (2012). Marketing. Pearson.
16. lahora. (02 de 05 de 2016). lahora. Obtenido de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101940445/-1/Funcionarios_de_la_ANT_separados_por_corrupci%C3%B3n_en_entrega_de_licencias.html#.WUHQQGg1_IV.
17. Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. (2014). <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>.
18. Metzger. (2007).
19. Naresh-Malhotra. (2009). Investigacion de Mercado. PEARSON.

20. NTE INEN 2 204. (2002). Gestión Ambiental. Obtenido de file:///C:/Users/yami-_000/Downloads/Norma%20Tecnica%20Ecuatoriana%20NTE%20INEN%202%20204%20-%202002%20(2).pdf.
21. Porte, M. (2009). Estrategia Competitiva. Ediciones Pirámide.
22. Porter Michael. (1980). <http://emprendedoresnews.com>. Obtenido de <http://emprendedoresnews.com>.
23. Porter, M. (1980). Fuerzas de Porter. En P. Michael, Competitive Strategy.
24. Resolución No.012-DIR-CNTTTSV. (2011). Obtenido de file:///C:/Users/yami-_000/Downloads/resolucin%20012-dir-2011-cntttsv.pdf.
25. Universo, E. (17 de mayo de 2011). www.eluniverso.com. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/05/17/1/1445/esp/uees-autorizadas-instruir-choferes-profesionales.html>.

ANEXO

Guía de entrevista a escuela de conducción

1. ¿La escuela cuenta con una estrategia de marketing?
2. ¿Para qué tipo de licencias ofrecen cursos de conducción?
3. ¿Cuál es el curso de conducción con mayor demanda?
4. ¿Qué obstáculos ha tenido el mercado?
5. ¿Cree que la ubicación es importante?
6. ¿Cuentan con un sistema de facilidad de pagos a sus alumnos?
7. ¿Existe algún tipo de regulación de la ANT?
8. ¿De qué depende el cupo asignado por la ANT?
9. ¿Hay estudiantes que se retiran del curso? ¿Porque lo hacen?
10. ¿Han tenido problemas con los estudiantes?
11. ¿Hay interés de mujeres para obtener licencia profesional?
12. ¿Cuentan con parque vial?
13. ¿Cómo es la relación con sus proveedores? ¿Han tenido algún inconveniente?

Guía de entrevista a conductores

1. ¿Conoce o sabe cuántas escuelas de conductores profesionales existen en la ciudad?
2. ¿De qué depende su elección en caso de optar por una escuela?
3. ¿La ubicación es importante?
4. ¿Los precios que cobran son aceptables?
5. ¿Qué tipo de licencia le gustaría obtener?
6. ¿Los horarios son flexibles para usted?

7. ¿Las materias son ideales para la formación de los profesionales?
8. ¿Es importante que la escuela cuente con buenas instalaciones (aulas, talleres, parque vial)?
9. ¿Cree que toda escuela debería contar con parque vial?
10. ¿Cómo le gustaría enterarse de los servicios que cuentan las escuelas de conductores profesionales?
11. ¿Le gustaría tomar un curso de capacitación? y ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en el curso?

