

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA**

TEMA:

Determinación de estrategias para la introducción de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí provincia de Cotopaxi.

AUTOR:

Villavicencio Rodríguez Marco Andrés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA**

TUTOR:

Ing. Moreira García Juan Arturo

Guayaquil, Ecuador

07 de septiembre de 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Villavicencio Rodríguez Marco Andrés**, como requerimiento para la obtención del Título de **LICENCIADO EN MERCADOTECNIA**.

TUTOR

f.  _____

Ing. Moreira García Juan Arturo

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.

Guayaquil, a los 7 días del mes de septiembre del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Villavicencio Rodríguez Marco Andrés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Determinación de estrategias para la introducción de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí provincia de Cotopaxi** previo a la obtención del Título de **Licenciado en Mercadotecnia** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 7 días del mes de septiembre del año 2023

EL AUTOR

f. _____

Villavicencio Rodríguez Marco Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **Villavicencio Rodríguez Marco Andrés**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Determinación de estrategias para la introducción de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí provincia de Cotopaxi**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 7 días del mes de septiembre del año 2023

EL AUTOR:

f. _____

Villavicencio Rodríguez Marco Andrés

REPORTE COMPILATIO

← → C app.compilatio.net/v5/report/b406cdf73d3a79a674906f57e2294221bc18a1a2/details#91 Actualizar



COMPILATIO MAGISTER
UCSG-ECU

🔍 Caja de herramientas ⓘ 👤

← **Tesis Marketing** #91

< 1% ▾ ⋮

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Puntos de interés

Navegar por

Similitudes



1 / 72



FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

TEMA:

“Determinación de estrategias para la introducción de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí provincia de Cotacachi”

AUTOR (ES):

Wllavicencio Rodriguez Marco Andrés



1 zona ignorada

AGRADECIMIENTO

"En este momento de logro académico, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi querida familia. Vuestra dedicación constante, apoyo incansable y ánimo inquebrantable han sido los pilares fundamentales que me han guiado hasta alcanzar la conclusión de este viaje educativo.

A mis progenitores, les agradezco por ser la fuente de mi inspiración y por brindarme las herramientas esenciales para crecer y aprender. Vuestra guía y cariño han impulsado cada uno de mis pasos.

A mis hermanos y hermanas, su aliento y compañía han sido un recordatorio constante de que nunca he caminado solo en esta travesía. Gracias por compartir tanto los momentos felices como los desafiantes a mi lado.

A mis abuelos, su respaldo y afecto han sido el sólido fundamento en el cual he edificado mis metas académicas. Las palabras alentadoras y el amor que me han brindado son de un valor incalculable.

Este logro no me pertenece únicamente a mí, sino que es también un logro de cada uno de ustedes. Cada uno ha contribuido a mi éxito de maneras que van más allá de las palabras. Les agradezco de corazón por acompañarme en este trayecto y por ser mi red de seguridad en los momentos difíciles.

Con una gratitud que perdurará siempre,
Marco Andrés Villavicencio Rodríguez

DEDICATORIA

Con profundo amor y sinceridad hacia mi querida madre. Tu apoyo constante e inquebrantable, paciencia y aliento han sido la fuerza impulsora que me llevó a alcanzar este importante logro en mi camino académico. Tu amor incansable y sacrificio han sido mi máxima fuente de inspiración. Esta tesis en el ámbito del marketing no solo refleja mi dedicación, sino también la continua influencia que ejerces en todos los aspectos de mi vida. Aprecio ser beneficiario de tu apoyo sólido, ser guiado por ti y tenerte como ejemplo a seguir. Este logro lleva consigo tanto tu esencia como la mía. Mi cariño hacia ti va más allá de las palabras disponibles para expresarlo.

Marco Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ing. Juan Arturo Moreira García
TUTOR

f. _____
Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____
Ing. Jaime Samaniego López, PhD.
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I.....	2
GENERALIDADES.....	2
1.1 Objetivo general.....	2
1.2 Objetivos específicos.....	2
1.3 Problemática.....	2
1.4 Alcance.....	4
CAPÍTULO II.....	5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y REFERENCIAL.....	5
2.1 Marco Teórico.....	5
2.1.1 Marketing.....	6
2.1.2 Marketing Mix.....	7
2.1.3 Las cinco fuerzas de porter.....	10
2.1.4 Análisis Pest.....	12
2.1.5 Análisis FODA.....	13
2.1.6 Gestión Empresarial.....	13
2.1.7 Plan de marketing.....	14
2.2 Marco Referencial.....	15
CAPITULO III.....	17
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	17
3.1 Microentorno.....	17
3.1.1 Historia de la empresa o antecedentes de la industria.....	17
3.1.2 Filosofía empresarial.....	17
3.1.3 Organigrama estructural y funciones.....	19
3.1.4 Matriz 5 fuerzas competitivas de Porter.....	19
3.2. Macroentorno.....	22
3.2.1 Matriz PESTA.....	22
3.3 Análisis Estratégico Situacional.....	24
3.3.1 Análisis F.O.D.A.....	24
CAPÍTULO IV.....	27
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
4.1 Objetivos.....	27
4.1.1 Objetivo General.....	27

4.1.2	Objetivos específicos	27
4.2	Diseño Investigativo	27
4.2.1	Tipo de investigación	27
4.2.2	Fuentes de información	27
4.2.3	Tipos de datos	28
4.2.4	Herramientas Investigativas	28
4.3	Target de aplicación.....	28
4.3.1	Definición de la población	28
4.3.3	Perfil de aplicación.....	29
4.3.4	Formato de encuesta	30
4.3.5	Guía de preguntas de entrevistas a profundidad y/o focus group; y proceso de observación directa y/o mystery shopper	35
4.4	Resultados de la Investigación	37
4.4.1	Encuesta	37
4.4.2	Conclusiones de la investigación	68
CAPÍTULO V.....		69
PLAN DE MARKETING.....		69
5.1.	Objetivos	69
5.2.	Segmentación.....	69
5.2.1	Macrosegmentación	69
5.2.2	Microsegmentación	70
5.3	Estrategias	72
5.3.1.	Estrategia Básica de Porter	72
5.3.2	Estrategia competitiva	72
5.3.3	Estrategias de marca.....	74
5.4	Marketing Mix	74
5.4.1	Producto / Servicio	74
5.4.2	Precio.....	81
5.4.3	Plaza	81
5.4.4	Promoción.....	81
5.5	Cronograma de actividades.....	87
5.6	Auditoría de marketing	88
5.7	Plan financiero del plan de marketing	89
Conclusiones.....		95

Recomendaciones	97
Referencias	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz FODA	24
Tabla 2 Análisis EFE-EFI.....	25
Tabla 3 Análisis EFE-EFI.....	26
Tabla 4 Población de Pujilí	28
Tabla 5 Perfiles de aplicación	29
Tabla 6 ¿Posee usted motocicleta?.....	37
Tabla 7 ¿Tiene licencia de conducir motocicleta?	37
Tabla 8 ¿Si tiene actualmente una moto o si tuviera una en un futuro, qué uso le da o le daría a la misma?	38
Tabla 9 ¿Conoce usted alguna Escuela de Conducción de motocicletas, en la ciudad de Pujilí?	39
Tabla 10 ¿Está de acuerdo en la creación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en Pujilí?	40
Tabla 11 ¿Cree usted que el curso de capacitación para conducción de motocicletas ayude a reducir el índice de accidentes de tránsito causado por este tipo de vehículos?	41
Tabla 12 Una vez creada la Escuela de Conducción para motocicletas, usted. ¿Estaría dispuesto a contratar sus servicios?	42
Tabla 13 ¿Por qué razones asistiría a la Escuela de Conducción?.....	43
Tabla 14 Elija los factores que considera más importantes al momento de elegir los servicios de una escuela de conducción de motocicletas:	44
Tabla 15 ¿En qué sector le gustaría que se este ubicada la nueva escuela?.....	45
Tabla 16 ¿Ha tomado alguna vez un curso de conducción de motocicletas?	46
Tabla 17 ¿Dónde tomó el curso?.....	47
Tabla 18 ¿Cómo se enteró de la escuela donde tomó la capacitación?.....	47
Tabla 19 Califique el servicio por parte de la escuela donde tomo la capacitación.....	48
Tabla 20 ¿Recomendaría usted a sus conocidos la escuela donde tomó la capacitación?	49
Tabla 21 Clases teóricas presenciales y en línea.....	78
Tabla 22 Clases prácticas presenciales	79
Tabla 23 Perfil de contratados	86
Tabla 24 Cronograma de actividades.....	87
Tabla 25 Auditoría de marketing	89
Tabla 26 Costos del proyecto.....	90
Tabla 27 Sueldos proyecto.....	91
Tabla 28 Punto de equilibrio.....	92
Tabla 29 Flujo de caja del proyecto.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama estructural y funciones.....	19
Figura 2 Las 5 fuerzas de Porter	20
Figura 3 Fórmula de muestra	29
Figura 4 Ubicación de escuela existente	36
Figura 5 ¿Posee usted motocicleta?	37
Figura 6 ¿Tiene licencia de conducir motocicleta?.....	38
Figura 7 ¿Si tiene actualmente una moto o si tuviera una en un futuro, qué uso le da o le daría a la misma?	39
Figura 8 ¿Conoce usted alguna Escuela de Conducción de motocicletas, en la ciudad de Pujilí?	40
Figura 9 ¿Está de acuerdo en la creación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en Pujilí?	41
Figura 10 ¿Cree usted que el curso de capacitación para conducción de motocicletas ayude a reducir el índice de accidentes de tránsito causado por este tipo de vehículos?	42
Figura 11 Una vez creada la Escuela de Conducción para motocicletas, usted. ¿Estaría dispuesto a contratar sus servicios?	43
Figura 12 ¿Por qué razones asistiría a la Escuela de Conducción?.....	44
Figura 13 Elija los factores que considera más importantes al momento de elegir los servicios de una escuela de conducción de motocicletas	45
Figura 14 ¿En qué sector le gustaría que se esté ubicada la nueva escuela?.....	46
Figura 15 ¿Ha tomado alguna vez un curso de conducción de motocicletas?	46
Figura 16 ¿Dónde tomó el curso?	47
Figura 17 ¿Cómo se enteró de la escuela donde tomó la capacitación?	48
Figura 18 Califique el servicio por parte de la escuela donde tomo la capacitación	49
Figura 19 ¿Recomendaría usted a sus conocidos la escuela donde tomó la capacitación?....	50
Figura 20 Matriz de Macrosegmentación	70
Figura 21 Ventajas estratégicas	72
Figura 22 Estrategia de marca.....	74
Figura 23 Página web portada.....	77
Figura 24 Página web registro	77
Figura 25 Página web aula virtual.....	78
Figura 26 Simbología DriveMoto	80
Figura 27 Ubicación DiveMoto	81
Figura 28 Sitio web en TikTok	82
Figura 29 Sitio web en Instagram	83
Figura 30 Sitio web en Facebook.....	83
Figura 31 Publicidad 1	85
Figura 32 Publicidad 2	85
Figura 33 Publicidad 3	86
Figura 34 Punto de equilibrio.....	92
Figura 35 KPI's.....	94

Resumen ejecutivo

Este estudio se concentra en crear una propuesta para establecer una Escuela de Conducción de Motocicletas en Pujilí, Ecuador, debido a la creciente problemática de accidentes viales con motocicletas y la necesidad de mejorar la seguridad vial y las habilidades de los conductores de motocicletas en la región.

Se inicia con un análisis basado en datos confiables de la OMS y la ANT, resaltando la urgencia de medidas educativas para reducir los accidentes de tráfico. La investigación busca identificar la demanda y preferencias de los posibles clientes mediante análisis demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales, fundamentales para estrategias de marketing personalizadas.

La estrategia se basa en la calidad educativa, la seguridad y la tecnología, se proponen programas integrales que abarcan desde teoría hasta habilidades prácticas, además de una plataforma virtual para el aprendizaje. Instructores capacitados y tecnología moderna mejorarán la experiencia educativa.

Al término de la investigación, se resalta la viabilidad de la Escuela de Conducción de Motocicletas en Pujilí. Los resultados respaldan la demanda de educación vial, la necesidad de seguridad en la conducción de motocicletas y la disposición comunitaria a programas educativos. Con estrategia sólida, la segmentación de mercado precisa y enfoque en calidad educativa, la escuela tiene potencial para formar conductores responsables y seguros en la conducción de motocicletas.

Palabras claves

Marketing, Plan de Marketing, Escuela de Conducción, Plan Estratégico, Gestión Empresarial.

Executive Summary

This study focuses on creating a proposal to establish a Motorcycle Driving School in Pujilí, Ecuador, due to the growing issue of motorcycle-related road accidents and the need to enhance road safety and motorcycle riding skills in the region.

It begins with an analysis based on reliable data from the WHO and the National Transit Agency (ANT), highlighting the urgency of educational measures to reduce traffic accidents. The research aims to identify the demand and preferences of potential customers through demographic, geographic, psychographic, and behavioral analyses, crucial for personalized marketing strategies.

The strategy is grounded in educational quality, safety, and technology. Comprehensive programs are proposed, encompassing theory and practical skills, along with a virtual platform for learning. Trained instructors and modern technology will enhance the educational experience.

At the conclusion of the research, the feasibility of the Motorcycle Driving School in Pujilí is emphasized. The findings support the demand for road education, the need for motorcycle riding safety, and the community's willingness to participate in educational programs. With a solid strategy, precise market segmentation, and a focus on educational quality, the school has the potential to train responsible and safe motorcycle riders.

Keywords

Marketing, Marketing Plan, Driving School, Strategic Plan, Business Management.

TEMA

“Determinación de estrategias para la introducción de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí provincia de Cotopaxi”

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 Objetivo general

Determinar las estrategias para la introducción de una Escuela de Conducción de motos en la ciudad de Pujilí provincia de Cotopaxi.

1.2 Objetivos específicos

- Realizar un levantamiento teórico y referencial con información relacionado al presente proyecto.
- Determinar los factores internos y externos que afectan a la creación de la Escuela de conducción y adoptar decisiones que contribuyan a maximizar los beneficios de la misma.
- Realizar una investigación de mercados con el fin de conocer los perfiles de los clientes potenciales.
- Diseñar un plan estratégico que responda a las necesidades de los clientes potenciales de una escuela de conducción de motocicletas.

1.3 Problemática

De acuerdo con datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) cada año se registra un alto grado de accidentes de tránsito debido al alto tráfico que se generan en todas las ciudades. Solo en el País en el año 2022 se registraron 21739 accidentes con una tasa de incremento del 8% con relación al año 2021.

La Organización Mundial de la Salud es la Institución encargada de la seguridad vial en el sistema de las Naciones Unidas, este organismo trabaja en

varios países con organización de las partes interesadas tanto nacionales como internacionales de los diferentes sectores cuyo objetivo es prestar apoyo a los Estados Miembros en la planificación y aplicación de políticas de seguridad vial. (Tipán ,2022, p.2)

Un informe estadístico de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) muestra que, en el año 2022 los siniestros viales aumentaron un 2%, el número de lesionados aumentó un 8% y el número de fallecidos creció en un 3%. (El Comercio, 2023, párr.9), de acuerdo con datos de la misma agencia los accidentes de tránsito cada vez son más frecuentes, esto debido al incremento de la venta de motocicletas en centros comerciales y por la facilidad que se les da adquirir este medio de movilización.

El 2022 cerró con un incremento en los siniestros de tránsito a escala nacional, en comparación con el 2021. Estos datos se conocieron este lunes 16 de enero del 2023. Uno de los datos que llama la atención tiene que ver con quienes se movilizan en motocicletas, un porcentaje mínimo ocurre en la Provincia de Cotopaxi y según datos de la Policía Nacional el año 2022 los accidentes de tránsito en el Cantón Pujilí son de 62 accidentes que se registraron y se dieron el respectivo socorro.

De acuerdo con la Asociación Nacional de Empresas del sector de dos ruedas en el mes de junio se registra un crecimiento positivo del 2,5%, lo que ha permitido cerrar el semestre con un aumento cercano a los dos dígitos. Las motocicletas tipo scooter tiran del mercado en el primer semestre (+25,6%), mientras las motocicletas convencionales (-2%) y los ciclomotores (-8,9%) registraron descensos. En la primera mitad de 2022, la moto eléctrica creció un 42%, alcanzado una cuota de penetración del 5,7% en las motocicletas y del 36,3% en los ciclomotores.

Las escuelas de conducción de motocicletas en el cantón de Pujilí existe una, por lo que muchas personas optan por buscar otras escuelas con un mejor servicio y lo buscan en cantones aledaños con precios accesibles y con personal capacitado; Este mercado al encontrarse afectado frente al incremento del índice de accidentes viales, como alternativa y forma de participar en la disminución de estas problemáticas, como objetivo iniciar con una escuela para enseñanza para la aprobación del certificado para

requisito para la obtención de su licencia con la contratación de personal altamente calificado.

El problema de seguridad vial en la zona urbana del cantón Pujilí y de las ciudades aledañas es su falta de control en la movilización, esto genera un caos entre transeúntes y los vehículos por la falta de señalización y carencia de conocimiento del conductor de las señales de tránsito, dando lugar a que el conductor tenga más preferencia ante los peatones, cuya seguridad es casi insensible por las otras partes, entre los mayores riesgos que acarrea la ausencia de sitios designados estacionamientos de vehículos para el libre tránsito y la falta de conocimiento en general en cada sector aparecen los atropellamientos a peatones, ya que al no existir señalización horizontal y vertical en lugares específicos los las personas y vehículos transitan por cualquier lugar y los conductores invaden vías sin respetar a los demás.

Es por ello que los peatones se encuentran en peligro por la falta de conocimiento de ciertos conductores en este caso particular el uso de la motocicleta es por ello que es necesario la determinación de estrategias para la introducción de una escuela de motocicletas a fin de capacitar y educar en señales de tránsito y seguridad vial a todos los usuarios que integren esta escuela y de esta manera reducir los altos índices de accidentabilidad y la concientización del uso de este medio de transporte que el uso irresponsable puede ocurrir otras desgracias.

1.4 Alcance

La presente investigación se la desarrollará en el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi durante el primer semestre del año 2023 y las propuestas de estas estrategias se podrán ejecutar a partir del año 2024.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

La dinámica socioeconómica en la que se enmarca el comportamiento de la industria de motocicletas en Ecuador ha permitido que este vehículo no solamente se consolide como una solución de movilidad y transporte para los ecuatorianos de menores ingresos, sino que además se posicione como una opción para aumentar los ingresos de cientos de pujilenses que ven en este vehículo una herramienta de trabajo. (Comité de Ensambladoras Japonesas , 2018, p.12)

Las transformaciones en el contexto socioeconómico en el entorno del crecimiento de la industria de motocicletas han permitido que estas no solo sean vistas como una alternativa de movilidad para individuos con recursos limitados, sino que también se presenten como un camino para incrementar los ingresos de numerosos residentes de Pujilí.

La técnica de planeación y la organización son partes fundamentales en el proceso ya que ahí radica la complejidad del método que se utilice pues al ser los pasos con más cantidad de deberes se vuelve un poco más complicado tener el control, pero en estos pasos existen más subcategorías que no deben permitir que el procedimiento se salga de control. (Martínez, 2019, p.5)

El procedimiento se basa en un programa centralizado que delega funciones conforme va bajando el nivel de autoridad, esto quiere decir que cada parte tiene una función específica y que si hubiera alguna falla en cualquiera de estos pasos sería difícil lograr un procedimiento limpio y eficiente.

En el Ecuador el uso de este medio de transporte se remonta desde los años sesenta, de aquellos años, se tiene información de que se realizaban competencias locales e incluso nace la Federación Nacional de Motociclismo,

dado que no existen documentos oficiales acerca de los inicios de las primeras motocicletas en el Ecuador podemos decir que este medio de transporte está vigente en nuestro diario vivir desde hace muchos años atrás. (Quingalagua, 2021, p.8)

Conscientes de que cambiar la mentalidad de las personas a una nueva forma de aprender constituye un desafío, se puso énfasis en el plan de marketing. Por ello se busca posicionar a la escuela de manejo como símbolo de calidad, innovación y empatía en la enseñanza.

El proyecto busca dar respuesta a la actual necesidad de encontrar nuevas alternativas capaces de formar conductores conscientes y responsables con buenos hábitos de manejo y mejor preparados para conducir con seguridad en las carreteras reales, que a su vez sean más económicas y que se adapten a la actual crisis sanitaria que atravesamos todo el mundo. (Camarena, 2021, p.45)

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.

2.1.1 Marketing

El marketing es el acto generoso de ayudar a los demás a solucionar un problema. Es una oportunidad de cambiar la cultura para mejor. El marketing no tiene nada que ver con gritos, acoso o coerción. Es, en cambio, una oportunidad para ponerse al servicio de los demás. Internet es el primer medio de comunicación de masas que no se inventó para hacer felices a los profesionales del marketing. La televisión se inventó para emitir anuncios publicitarios, y la radio se inventó para que los anuncios de radio tuvieran un lugar donde vivir. (Godin, 2018, p.15)

Teniendo en cuenta esta posición se exponen las ventajas del marketing relacional, entendido como la administración del cliente, que permite conocer sus necesidades, temores, gustos, comportamiento y ambiente (social, cultural, político); y hallar modelos de medición contextualizados, con el fin de mantener la satisfacción de estos clientes y la consecución de otros. (Chica, 2015, p.9)

El marketing facilita en la resolución de problemas, una visión analítica, clasificar la información viable y no viable, investigar sobre temas en específico, ser más creativos e intuitivos.

2.1.2 Marketing Mix

Para Yépez, Quimis , y Sumba (2021), afirman lo siguiente:

el marketing-mix es el conjunto de variables que se pueden coordinar, manejar, manipular o combinar en un programa de marketing y que tienen los siguientes objetivos: producir, alcanzar o influir sobre la respuesta deseada en el mercado objetivo, lograr los objetivos de marketing de la empresa o satisfacer al mercado objetivo y las necesidades de su cliente. (p.5)

El marketing mix es la mezcla de cuatro elementos que van a suponer la efectiva ejecución de una estrategia de marketing. Su papel en este es crucial ya que en esencia se trata de crear productos y servicios que satisfagan a los consumidores de forma tal que el precio, distribución y promoción se conciben como un todo. (Fernández, 2019, p.14)

La combinación del marketing mix consiste en la unión de cuatro componentes que desembocarán en la efectiva realización de una estrategia de marketing exitosa. Su función dentro de esta estrategia es de gran importancia, debido a que implica la creación de productos y servicios que consigan satisfacer a los consumidores.

2.1.2.1 Producto

La esencia del marketing consiste en la planificación de un producto o servicio de utilidad para su mercado de referencia que satisfaga sus necesidades siendo necesario para ello establecer un precio y una forma de distribución, así como un plan de promoción para su difusión y adquisición el cual será el servicio de enseñanza de motocicletas en la escuela de conducción. Pero la ecuación del marketing para ser completa requiere de un conjunto de referentes de contexto que forman parte del denominado marketing estratégico. (Fernández, 2019, p.15)

En el centro del ámbito del marketing se encuentra la generación de un producto o servicio valioso diseñado para su público objetivo, capaz de satisfacer sus necesidades. Esto implica establecer un precio adecuado y una forma de distribución eficiente, junto con la formulación de un plan de promoción que facilite su difusión y adquisición, tal como se ejemplifica en el caso de la instrucción en la escuela de conducción de motocicletas.

2.1.2.2 Plaza

Es el proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente, que puede ser mayorista o final. Es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción del consumidor. La escuela de conducción estará ubicada dentro del casco urbano del cantón Pujilí con el fin de tener la ubicación estratégica y dar a conocer el servicio a toda la población del cantón y sus ciudades aledañas. (Yépez, 2021, p.20)

Este procedimiento abarca cómo el producto o servicio llega al destinatario, que puede ser un mayorista o un consumidor final. Esta consideración es de suma importancia, ya que tiene un impacto significativo en nuestra rentabilidad y en la satisfacción del cliente.

2.1.2.3 Precio

Es la cantidad de dinero que el cliente debe pagar para adquirir el servicio que se está intentando vender, Se trata de una de las cuestiones claves en cualquier proceso de marketing, ya que definir un precio inadecuado podría arruinar la mayor parte de las oportunidades de venta. Por esta razón, resulta esencial definir un precio de venta adecuado y en referencia a la competencia que oferta el mismo servicio. El precio representa la única variable de la mezcla de mercadeo que genera ingresos para la Escuela de Conducción, el resto de las variables generan egresos. (Conrad, 2023, p.56)

El precio alude al monto de dinero que el cliente debe gastar para adquirir el servicio que se está presentando. Por ende, es esencial establecer un precio apropiado en comparación con la competencia que también ofrece el mismo servicio.

2.1.2.4 Promoción

Son todos los canales de promoción que permitirán dar a conocer el servicio. Se pueden utilizar métodos tradicionales, como la radio, la televisión o carteles publicitarios, o métodos más actuales, como anuncios en páginas web o redes sociales, etc. Para definir el canal, hay que tener en cuenta dónde se encuentra nuestro público objetivo, ya que esto nos permitirá aumentar el rendimiento de nuestras publicitarias. Por tanto, es fundamental definir muy bien las características del cliente ideal para elegir cuáles serán los canales de promoción más adecuados para ofertar nuestros cursos de conducción. (Conrad, 2023, p.52)

Comprende todos los medios de difusión que facilitarán la expansión del servicio. Es fundamental considerar dónde se localiza nuestra audiencia objetivo, ya que esto aumentará la eficacia de nuestras campañas publicitarias. Es de gran importancia definir detalladamente las características del cliente ideal para elegir los canales promocionales más adecuados para presentar nuestros cursos de conducción.

2.1.3 Las cinco fuerzas de Porter

La razón por la cual existió, la intención detrás de la creación del enfoque de las cinco fuerzas por parte de Porter fue establecer una base para analizar la competencia y generar enfoques estratégicos originales. Este modelo se utiliza para evaluar la atractividad de una industria. (Goicoechea y Souto, 2018, p.5)

El enfoque de las cinco fuerzas fue establecer una base sólida para analizar la competencia y generar enfoques estratégicos innovadores.

2.1.3.1 Poder de negociación de los proveedores

Un mercado o una parte específica del mercado carecerá de atractivo si los proveedores están altamente consolidados en su grupo gremial, poseen recursos sólidos y pueden establecer sus propias condiciones en relación con el precio y la cantidad de pedido. Esta situación se vuelve más compleja si los insumos que suministran son esenciales para nosotros, carecen de alternativas sustitutas viables o son limitados en cantidad y tienen un costo elevado. (Herrera y Baquero, 2018, p.4)

La variedad de productos y su presentación depende en su mayoría de los proveedores que tenga la empresa y si la relación con éstos es la adecuada; mejor será el acercamiento con los clientes, a través del poder de negociación con los proveedores se puede aumentar precios o reducir la calidad de productos o servicios.

2.1.3.2 Poder de negociación con respecto a los compradores

Según Aguilar (2016), “el poder de negociación de los clientes establece la capacidad que tiene el mismo para reducir precios, solicitar más calidad o servicios” (párr.6). Por otro lado, la competencia de un sector industrial se define en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las organizaciones que producen el bien; y a la vez se sujeta a múltiples elementos asociados que son aplicados a la industria objeto de estudio.

2.1.3.3 Amenaza de Productos Sustituto

Porter afirma que la presión ejercida por productos sustitutos se refiere al número de productos capaces de satisfacer la necesidad cubierta por el producto del sector en estudio; en general, suelen realizarse comparaciones en términos de precios y desempeño, puesto que, mientras más cercano es el valor de este índice, más cercana es la posibilidad de sustitución entre los productos. La importancia de analizar este factor radica en que los sustitutos establecen un techo en el precio que se puede cobrar por satisfacer cierta necesidad del consumidor. (Aguilar , 2016, p.5)

La influencia derivada de los productos sustitutos hace referencia a la cantidad de opciones disponibles capaces de abordar la misma necesidad que el producto perteneciente a la industria bajo análisis. Examinar este factor es de gran importancia, dado que los sustitutos establecen un límite en el precio que puede ser establecido para satisfacer una necesidad específica del consumidor.

2.1.3.4 Amenaza de nuevos Competidores

La amenaza de nuevos competidores depende de las barreras de entrada y de la reacción de las organizaciones, que ya están posicionadas en el sector, frente a los recién llegados, los nuevos clientes pueden decidir de otras estrategias para entrar al sector. Para medir la capacidad de crear economías de escala se fundamenta en valorar los rendimientos mediante la función de producción ya que esta medida establece la producción dentro del área de rendimientos crecientes y necesita se compare con la curva de costos medios, de las diferentes estructuras de producción entre empresas. (Goicoechea, 2018, p.17)

La viabilidad de la entrada de nuevos competidores en el mercado se apoya en las barreras de ingreso y en las reacciones de las organizaciones ya arraigadas en el sector ante la llegada de nuevos actores.

2.1.3.5 Rivalidad entre los competidores

Esta rivalidad busca mejorar la posición de las empresas competidoras manipulando estrategias como la competencia en precios, publicidad, introducción de nuevos productos e incrementos en el servicio al cliente. La rivalidad se presenta porque uno o más de los competidores sienten la presión o ven la oportunidad de mejorar su posición y el mundo de los negocios, hoy en día se conoce la gerencia estratégica por medio de la cual se desarrollan una serie de ventajas para que, cualquier negocio sea competitivo. (Goicoechea, 2018, p.20)

La rivalidad surge cuando uno o más competidores experimentan presión o identifican oportunidades para mejorar su posición en el mercado. Se reconoce la gestión estratégica como un enfoque destinado a establecer una serie de ventajas con el fin de que cualquier empresa pueda mantener su competitividad.

2.1.4 Análisis Pest

El análisis PEST es un marco o herramienta utilizada por los profesionales de marketing para analizar y monitorizar los factores macro ambientales que tienen un impacto en una organización. El resultado servirá para identificar amenazas y debilidades, que después se utilizarán para completar una matriz de Evaluación de Factores Internos y Externos y un análisis de fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas FODA, por lo tanto, es una técnica sencilla de aplicar, pero que ofrece información muy valiosa para cualquier empresa. (Amador, 2022, p.2)

El análisis PEST del entorno macro es una herramienta muy útil, tanto para grandes empresas como para micro o pequeñas empresas porque facilita el conocimiento de importantes factores del entorno relevantes para la planificación estratégica, que de otra forma podrían pasar desapercibidos para la empresa.

Este análisis ha demostrado ser una herramienta muy útil para estudiar los factores de los que dependen el crecimiento o el declive de los mercados, y

ofrece valiosas informaciones para el posicionamiento, el potencial y el rumbo a adoptar por los negocios. (Jaramillo, 2018, p.7)

2.1.5 Análisis FODA

Una herramienta que ayuda en el proceso de análisis de la operación de una empresa es el análisis situacional también conocido como diagnóstico FODA por sus siglas (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), ya que es la herramienta apropiada para conocer las condiciones reales de actuación de una empresa, que facilita un buen diagnóstico y evaluación en el proceso de planeación estratégica, El análisis FODA es aplicable a cualquier tipo de empresa sin importar su tamaño o naturaleza ya que favorece el desarrollo y ejecución de la planeación formal. (Ramírez, 2019, p.8)

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, este acróstico es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio.

2.1.6 Gestión Empresarial

La gestión empresarial se asocia a las prácticas, organización, sistemas y procedimientos que facilitan el flujo de información para la toma de decisiones, el control, la evaluación y la dirección estratégica del negocio, esto implica ir más allá de los asuntos operativos y de las contingencias del día a día, es incidir sobre el desarrollo, la innovación y la transformación organizacional por lo que podemos indicar que la gestión empresarial hace referencia a las medidas estratégicas llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente, la mismas que tiene en cuenta varios factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. (Herrera, 2018, p.10)

Mejora el desempeño de las empresas permite enfrentarse a los principales problemas que se le presente, al cambio de entorno y ver las oportunidades y detectar las amenazas, incrementar los niveles de productividad.

Toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena voluntad de sus gestores, tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos, tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos. (Rubio, 2021, p.12)

La continuidad de toda empresa o negocio está ligada a su habilidad para generar ingresos. Una empresa que no pueda obtener ganancias, a pesar de los esfuerzos de sus líderes, necesita administrar sus recursos de manera efectiva, tanto los disponibles como los posibles, con el propósito de lograr estos resultados, y siempre buscando un equilibrio óptimo entre ellos.

2.1.7 Plan de marketing

La planificación estratégica es la determinación de metas y objetivos a largo plazo de una empresa y la adopción de cursos de acción y asignación de recursos necesarios que permitan la obtención de estas metas. Los planes estratégicos de marketing están basados en la valoración del equipo de planificación de Marketing, percepciones y expectativas de la directiva. Una buena estrategia de marketing debiera de integrar: los objetivos de marketing de una organización, las políticas, las secuencias de acción (tácticas) dentro de un todo coherente. El objetivo de una estrategia de marketing es poner la organización en posición de llevar a cabo su misión de forma efectiva y eficiente. (Álvarez, 2018, p.38)

Los planes estratégicos de marketing se fundamentan en la evaluación del equipo de planificación de marketing, así como en las percepciones y expectativas de la dirección. Una estrategia de marketing exitosa debe integrar los objetivos de marketing de la organización, las políticas y las secuencias de acciones tácticas en una estructura coherente.

El plan de marketing es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicio, incluso dentro de la propia empresa, Un plan de marketing debidamente preparado produce mucho con una cantidad relativamente pequeña de esfuerzo concentrado. (Omat, 2018, p.8)

El plan de marketing le conducirá, paso a paso, a través de una serie de procedimientos y formularios, a saber, qué hacer, cómo y por qué hacerlo, no se trata únicamente de un procedimiento teórico, sino que ha sido puesto a prueba en muchas ocasiones y funciona.

Las ventajas de un plan de marketing Facilita el conocimiento de los hechos objetivos y un análisis real de la situación, provee una planificación detallada de todas las etapas necesarias al alcance de los objetivos, facilita el control de gestión, asegura la toma de decisiones comerciales con un criterio sistemático, vincula a los diferentes equipos de trabajos incorporados a la consecución de los objetivos, provee la empresa de una descripción clara del posicionamiento y de la competencia, reduce la incertidumbre, al ser anual, permite generar un historial de acción que garantiza coherencia en las acciones y optimización de las inversiones. (Apaolaza, 2018, p.56)

2.2 Marco Referencial

La presente investigación se encuentra relacionada a los antecedentes de estudios y sucesos que han sido tomados en consideración para el desarrollo del presente estudio. Además, se procedió a desarrollar la respectiva fundamentación teórica, recopilando diversos conceptos de diversas fuentes de información de proyectos similares con el objetivo de disponer de un sustento técnico y científico para la introducción de escuelas de conducción de motocicletas.

Actualmente debido a un considerable aumento de ventas de motocicletas en el mercado, por parte de empresas importadoras, y a la par el incremento de personas que utilizan este medio de transporte como su principal fuente de movilidad dentro de las calles de la ciudad de Pujilí, es necesario implementar

escuelas de conducción, que brinden un servicio especializado con garantía para dar la oportunidad a los usuarios de poder acceder fácilmente a estos servicios. (Quingalagua, 2021, p.5)

Los accidentes de tráfico son un problema de alto impacto social, de salud, económico y laboral, tanto por el número de muertos como por el número de personas que quedan lesionadas o con traumatismos de por vida. Tanto la Organización Mundial de la Salud (OMS) como la Comisión Europea siguen haciendo un llamamiento a los gobiernos para que aúnen esfuerzos y criterios, que ayuden, desde diferentes aproximaciones a los ciudadanos a mejorar su movilidad y su seguridad vial; asociaciones, entidades, centros educativos, y empresas son lugares donde conviven las personas y los colectivos vulnerables al tráfico, y a los cuales hay que acudir para proporcionar una movilidad segura. (Tecnalia, 2019, p.13)

La estrategia trata sobre las decisiones acerca de en qué negocios se compete, delimitan el entorno específico de la empresa y fijan los límites de esta; la estrategia persigue adaptar la empresa a su entorno. La estrategia es el medio, la vía para la obtención de los objetivos de una organización, los cuales son formulados por medio del proceso de Dirección Estratégica y es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. (Castro, 2020, p.5)

Antiguamente la movilización del ser humano por medios de transporte terrestre se realizaba a caballo, carretas haladas por caballos, todo esto siempre se realizaba siguiendo rutas y caminos que no eran muy cómodos tanto para vehículo ni el pasajero, además las poblaciones de la mayoría de las ciudades no eran tan extensas y organizadas en su gran mayoría lo cual propiciaba un desorden en los conductores. Sin embargo, a medida que fueron creciendo las organizaciones sociales agrupadas en poblaciones se sintió la necesidad de mejorar, ordenar la circulación, el tránsito de los peatones y conductores de aquellos medios de transporte terrestre de la época. (Reyes, 2017, p.1)

CAPITULO III ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 Microentorno

3.1.1 Historia de la empresa o antecedentes de la industria

De acuerdo a la necesidad actual en referencia a los altos índices de accidentes de tránsito en motocicletas ocurridos en los últimos años, por la necesidad de empresas que faciliten el aprendizaje de conducción de motos se crea la Escuela de Conducción con el fin de capacitar y otorgar la documentación necesaria de haber aprobado el curso de conducción para que la Institución correspondiente emita la licencia de conducción tipo A, de esta manera se está preparando a los nuevos conductores y evitar los índices de accidentabilidad.

3.1.2 Filosofía empresarial

3.1.2.1 Misión

Brindar un servicio de calidad con vehículos apropiados y personal calificado en materias teóricas y prácticas en tránsito, con la finalidad de formar y mejorar la cultura de los nuevos conductores.

3.1.2.2 Visión

Ser la mejor escuela de capacitación conductores de motocicletas, con responsabilidad y eficiencia en el cumplimiento de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre.

3.1.2.3 Objetivos

- Tener un equipo altamente capacitado y especializado en conducción de motocicletas y normas de tránsito.
- Contar con motocicletas de primera categoría que garanticen el aprendizaje de cada uno de los clientes.

- Cumplir con los más altos estándares relacionados a la infraestructura y tecnologías necesarias en cada una de las etapas del proceso de capacitación para los conductores de motocicletas.

3.1.2.4 Valores

3.1.2.4.1 Ética

Para Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (2022), “La ética, es una rama de la filosofía que envuelve sistematizar, defender y recomendar conceptos de conducta correcta en todos los ámbitos de la vida humana” (p.1).

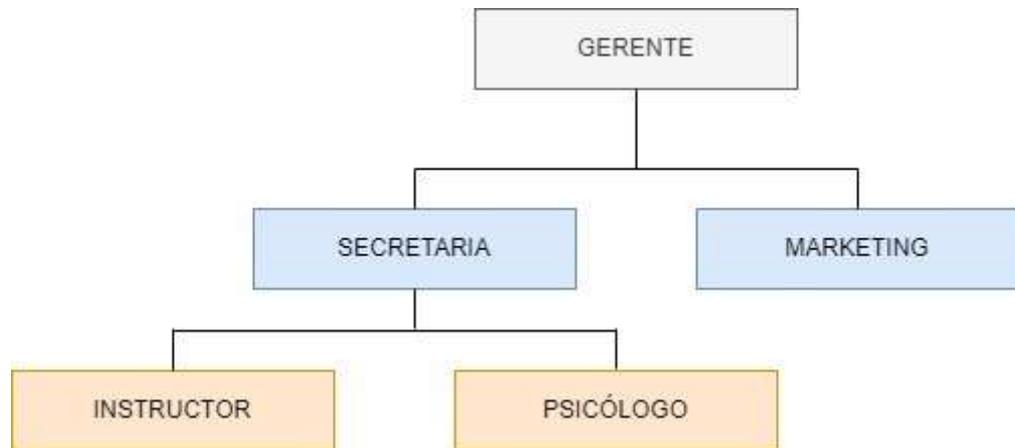
3.1.2.4.2 Honestidad

Es hablar y actuar con sinceridad. Implica mostrar respeto hacia los demás y tener integridad y conciencia de sí mismo. La honestidad es la base de la confianza y la clave de las relaciones sociales; nos da esperanza, confianza, compasión y mejora la toma de decisiones. (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2022, párr.3)

Según la RAE (2022), “paciencia es la capacidad de padecer o soportar algo sin alterarse” (párr.5).

3.1.3 Organigrama estructural y funciones

Figura 1 Organigrama estructural y funciones



Gerente: Encargado de administrar el negocio y supervisar las actividades.

Secretaria: Recibir a la gente y redacción de documentos

Instructores: Instruye a los alumnos de la escuela de conducción motos.

Psicólogo: Se encarga de la evaluación, diagnóstico y tratamiento del alumno para la conducción.

Marketing: Recopilar y evaluar información relacionada con el mercado, la competencia y los clientes con el fin de detectar amenazas y oportunidades, para tomar decisiones con datos confiables.

3.1.4 Matriz 5 fuerzas competitivas de Porter

Una empresa es un organismo que realiza actividades económicas para obtener beneficios, dichas actividades se enmarcan en diversas especialidades tecnológicas y se desarrollan en ámbitos físicos y sociales que pueden haber sido objeto de una previa ordenación, las empresas no se encuentran aisladas una de otra, por el contrario, son un sistema abierto que se encuentra en constante interacción con su medio, la globalización de la economía y la aparición de nuevas tecnologías han transfigurado el entorno competitivo en que estas desarrollan su actividad. (Hernández, 2019, p.4)

Figura 2 Las 5 fuerzas de Porter



Nota. Modelo de análisis estratégico: 5 fuerzas competitivas de Porter, 2023 (<https://www.simla.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter>)

3.1.4.1 Amenaza de nuevos competidores

Se identifica la posibilidad de que nuevos actores ingresen a la industria de la conducción de motocicletas en Pujilí, si bien esta perspectiva se considera limitada. Existen obstáculos que dificultan la entrada, tales como la necesidad de obtener aprobaciones legales, establecer relaciones con proveedores y forjar una imagen de confiabilidad en la comunidad. Las empresas que ya están establecidas pueden disponer de ventajas en términos de costos y experiencia, lo que podría disuadir la aparición de nuevos competidores.

3.1.4.2 Poder de negociación de proveedores

Dentro del marco de operación de la empresa de conducción de motocicletas en Pujilí, se percibe un nivel moderado de influencia que los proveedores ejercen en la dinámica comercial. Esto depende de factores como la disponibilidad de motocicletas, repuestos y otros insumos críticos. En caso de contar con múltiples

proveedores en la región, la empresa podría contar con cierto margen para negociar condiciones y tarifas, no obstante, la situación podría cambiar si la diversidad de proveedores es limitada.

3.1.4.3 Poder de negociación de clientes

La capacidad de los consumidores para influir en la industria de conducción en motocicletas en Pujilí se considera de alcance moderado. Los usuarios tienen cierto margen para comparar precios y servicios entre diversas empresas. Sin embargo, si la empresa destaca por ofrecer servicios únicos o de alta calidad, su posición podría reducir la capacidad de los clientes para negociar términos. Factores como la lealtad y la satisfacción con el servicio también influyen en el poder de negociación de los clientes.

3.1.4.4 Rivalidad entre competidores existentes

En el contexto de Pujilí, se observa una dinámica de competencia entre las distintas compañías que ofrecen servicios de conducción en motocicletas. Esta rivalidad puede variar en intensidad y se ve afectada por factores como el número de competidores, las particularidades en la prestación de servicios, la fidelidad de la clientela y la capacidad de adaptación a los cambios en las preferencias del mercado.

3.1.4.5 Amenaza de productos sustitutos

Se identifica la posibilidad de que nuevos actores ingresen a la industria de la conducción de motocicletas en Pujilí, si bien esta perspectiva se considera limitada. Existen obstáculos que dificultan la entrada, tales como la necesidad de obtener aprobaciones legales, establecer relaciones con proveedores y forjar una imagen de confiabilidad en la comunidad. Las empresas que ya están establecidas pueden disponer de ventajas en términos de costos y experiencia, lo que podría disuadir la aparición de nuevos competidores.

3.2. Macroentorno

3.2.1 Matriz PESTA

3.2.1.1 Político

La Constitución de 2008 entró en vigor en el Ecuador, teniendo un enfoque democrático para sus actividades. El Poder Ejecutivo es gobernado actualmente por el presidente Guillermo Lasso, y el presidente es elegido cada cuatro años.

La República del Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social, democrática, soberana, independiente, unitaria, intercultural plurinacional y laico. Se organiza en forma de República y se gobierna de manera descentralizada. Acorde con la Constitución, los poderes del estado se dividen en cinco funciones: La Función Ejecutiva, Función Legislativa, Función Judicial, Función de Transparencia y Control Social, Función Electoral. (Ecuador, 2008, p.26)

Los emprendimientos en el País y sobre todo en el cantón Pujilí, el gobierno ha desarrollado programas de apoyo a la creación de nuevas empresas ya que aquí aumenta las oportunidades laborales sin embargo estos emprendimientos son regularizados por la Superintendencia de Compañías y el Servicio de Rentas Internas de acuerdo a su actividad y desarrollo del negocio. En la creación de la Escuela de Conducción el control también estaría controlado por la Agencia Nacional de Tránsito y Policía Nacional.

3.2.1.2 Económico

El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador crezca 2,9% en 2023. Se trata de una leve reducción frente a la previsión anterior del organismo, que proyectaba que el PIB crecería 3% en 2023. (La Primicia, 2023, párr.2)

- **Inflación:** A nivel de América Latina, la tasa de inflación promedio en febrero se ubicó en el 8%. En el caso de Ecuador, la situación resulta ser aún más compleja. El BCE disminuyó la previsión de crecimiento para la economía al pasar del 3,1%

al 2,6% para 2023, esto como resultado del contexto internacional y de la coyuntura interna.

- PIB: El producto interno bruto (PIB) en valores constantes/términos de volumen es el valor del flujo de bienes y servicios producidos en un país a precios de mercado para un año base,
- PIB PER CAPITA: El PIB per cápita o renta per cápita es la cantidad promedio de bienes y servicios producidos por persona. Su objetivo es comprender el nivel de riqueza de un país. A pesar de la mejora del PIB per cápita, prevalecen los problemas estructurales del país, como la falta de empleo pleno y una alta tasa de pobreza.
- Canasta básica: Según la última encuesta publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), una familia de cuatro miembros en Ecuador necesitó al menos \$767, 31 mensuales para cubrir la Canasta Familiar Básica durante abril de 2023. Eso corresponde a un gasto diario de alrededor de \$25,58
- Desempleo: Ecuador registró una caída en la tasa de desempleo al 3,8% en el primer trimestre del 2023 frente al mismo periodo del año pasado, mientras que más de la mitad de los ecuatorianos con un empleo se encontraban en la informalidad, reveló el viernes un informe de la entidad de estadística del país.
- Crecimiento de la industria: El gremio empresarial calcula un incremento en ventas de 6% para 2023 en todos los sectores. Comercio y minas tendrán buen desempeño. Las ventas internas y exportaciones de Ecuador aumentarán en 2013, aunque a un ritmo menor frente al año previo.
- Social: Es uno de los factores más influenciado para el sector de motocicletas, hay que verificar los cambios que experimentan los individuos de una sociedad respecto a sus gustos, estilos de vida, preferencias, necesidades, zona demográfica en la que viven, número de habitantes que abarca la zona en la que se encuentra ubicada la empresa analizada, etc. Las Actitudes y percepciones que los usuarios tienen para postularse en la conducción de motos. Muchos de ellos prefieren una movilización ágil y segura por lo que sus preferencias de transporte serán las motocicletas como también cruzar el curso de conducción para obtener su requisito para que puedan obtener su licencia de conducción.
- Tecnológico: Estos factores determinan cómo llega el producto al cliente final. Se trata de una influencia en la que han de competir los fabricantes. Repercute al

concesionario ya que se trata del último escalón antes de llegar al usuario final. Como podemos ver en el esquema de arriba estos factores se ven influenciados con el fin de llegar al consumidor final, en este caso a los posibles candidatos. Existen varias plataformas sociales y herramientas digitales para la promoción y gestión de la escuela de conducción de motos, Esto ayuda a contribuir la mejora de las relaciones con los clientes, esto beneficia para que se puedan ofertar nuestros servicios con la incorporación de simuladores de conducción en los programas de capacitación, por lo tanto, la parte informática es un modelo de inducción para los posibles clientes de la Escuela de Conducción.

3.3 Análisis Estratégico Situacional

3.3.1 Análisis F.O.D.A

MATRIZ FODA

Tabla 1 Matriz FODA

FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Personal altamente capacitado y certificados con conocimientos teóricos y prácticos	1	Mercado en crecimiento.
2	Enfoque en la seguridad vial y cumplimiento de las normas.	2	Colaboración con instituciones educativas para ocupar sus instalaciones.
3	Infraestructura adecuada para clases teóricas y prácticas.	3	Poca competencia en el área geográfica
4	Nivel de aceptación en el mercado por futuros clientes	4	Leyes que obligan a que los motociclistas deban tomar cursos de conducción
DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Falta de reconocimiento en comparación con el competidor establecido.	1	El competidor establecido con clientes leales.
2	Dificultad para atraer a personas que ya tienen experiencia conduciendo motos.	2	Imposiciones legales que dificulten las operaciones de la empresa.
3	Alto capital inicial para las operaciones.	3	Tendencia de los motociclistas a no tomar cursos de conducción
4	Altos costos de publicidad, para darnos a conocer en el mercado	4	Incremento de motocicletas eléctricas carentes de regulación

3.3.2. Análisis EFE – EFI

La matriz de evaluación de factores externos permite resumir y evaluar las oportunidades y amenazas más importantes encontradas al analizar el ambiente externo.

Tabla 2 Análisis EFE-EFI

Factores internos clave	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas			
1. Personal altamente capacitado y certificados con conocimientos teóricos y prácticos	10,00%	4	0,4
2. Enfoque en la seguridad vial y cumplimiento de las normas.	5,00%	3	0,15
3. Infraestructura adecuada para clases teóricas y prácticas.	10,00%	2	0,2
4. Nivel de aceptación en el mercado por futuros clientes	10,00%	3	0,3
Debilidades			
1. Falta de reconocimiento en comparación con el competidor establecido.	5%	3	0,15
2. Dificultad para atraer a personas que ya tienen experiencia conduciendo motos.	5%	3	0,15
3. Alto capital inicial para las operaciones.	10%	3	0,3
4. Altos costos de publicidad, para darnos a conocer en el mercado	10%	2	0,2
Total	100%		3,25

De acuerdo con el resultado obtenido se evidencia que la Escuela de Conducción debe contar con el personal altamente calificado que puedan enseñar de una manera teórica y práctica que permita al alumno obtener los conocimientos necesarios para la conducción de su motocicleta, así como también cuando el alumno no pudo asistir a la escuela por cuestiones debidamente justificadas, se puede adicionar unas clases personalizadas del día que no pudo asistir.

Tabla 3 Análisis EFE-EFI

Factores externos clave	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades			
1. Mercado en crecimiento.	10,00%	3	0,3
2. Colaboración con instituciones educativas para ocupar sus instalaciones.	10,00%	4	0,4
3. Poca competencia en el área geográfica	10,00%	2	0,2
4. Leyes que obligan a que los motociclistas deban tomar cursos de conducción	5,00%	2	0,1
Amenazas			
1. El competidor establecido con clientes leales.	10%	2	0,2
2. Imposiciones legales que dificulten las operaciones de la empresa.	10%	3	0,3
3. Tendencia de los motociclistas a no tomar cursos de conducción	10%	4	0,4
4. Incremento de motocicletas eléctricas carentes de regulación	15%	4	0,6
Total	100%		3,2

Como se puede observar de acuerdo a la ponderación la colaboración con otras instituciones públicas o privadas fortalece el engrandecimiento de la escuela, aunque la aparición de nuevas escuelas o el desinterés de la ciudadanía que pueda optar por seguir la capacitación.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo General

- Conocer las necesidades y preferencias de los potenciales clientes de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí.

4.1.2 Objetivos específicos

- Identificar los perfiles de los consumidores de la escuela de conducción de motocicletas.
- Determinar los factores que influyen en la decisión de consumo de los servicios de la escuela de conducción de motocicletas.
- Conocer el nivel de aceptación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí.

4.2 Diseño Investigativo

4.2.1 Tipo de investigación

Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento por lo que se realizará una investigación exploratoria en territorio para poder identificar las necesidades y deseos de los posibles alumnos que asistirán a la Escuela de conducción y en base a los resultados se podrán describir los diferentes elementos para ofertar un mejor servicio. (Universidad Latinoamericana, 2018, p.1)

El estudio es de carácter exploratorio dado a que buscare examinar los diferentes aspectos que implica el mercado al implementar una escuela de conducción de motos, y a la vez es de carácter descriptiva debido a que se recolectara información del objeto de estudio en donde se establecerá las relaciones y se describirá al fenómeno tal y como lo es con ayuda de las herramientas de recolección de información mediante entrevistas a profundidad, encuestas de los posibles clientes y Mystery Shopper.

4.2.2 Fuentes de información

La fuente de información primaria se levantará a través de la investigación de mercado que se realizará a los potenciales consumidores en la ciudad de Pujilí. En

cuanto de información secundaria se obtendrá del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pujilí (GAD Pujilí), se va a verificar manuales, reglamentos, historias de, revistas de fuentes que nos proporcionen información sobre escuelas de conducción similares donde se pueda verificar datos reales sobre la creación de Escuela y sobre el uso las herramientas como las motocicletas y planes de capacitación.

4.2.3 Tipos de datos

4.2.3.1 Enfoque de investigación mixto

El tipo de investigación que se desarrollará será cualitativa y cuantitativa ya que se necesita conocer la opinión de cómo ha sido su experiencia en otras escuelas de conducción y así mejorar el servicio.

4.2.4 Herramientas Investigativas

4.2.4.1 Herramientas Cuantitativas

Se realizará una encuesta con preguntas cerradas a residentes de Pujilí con la ayuda de la plataforma de Google Forms.

4.2.4.2 Herramientas Cualitativas

Entrevista a profundidad a personas residentes de Pujilí que hayan tomado un curso de manejo de motocicletas.

Mystery Shopper a la empresa rival San Miguel Drive.

4.3 Target de aplicación

4.3.1 Definición de la población

Para Pastor (2019), definió, “Es evidente que la población objeto de estudio en una investigación, es el conjunto total de elementos de interés” (p.245).

Tabla 4 Población de Pujilí

Habitantes	Total
Habitantes de Pujilí	69055
Habitantes entre 18 a 65 años	34643

4.3.2 Definición de la muestra

La muestra un subconjunto de la población, siendo un extracto del mismo, además un adecuado tamaño de muestra nos permite determinar cuál es la mínima cantidad de participantes necesarios para probar nuestra hipótesis de interés, de esta manera, podemos reducir costos, maximizar el uso de nuestros recursos de investigación y garantizar la factibilidad del estudio. (Quispe et al., 2020, p.80)

Figura 3 Fórmula de muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha/2}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 * p * q}$$

Donde:

$Z_{\alpha/2}$ = valor de la distribución normal estándar para un determinado nivel de confianza

N = tamaño de la población

n = tamaño de la muestra

e = error de estimación máximo tolerable

p = proporción de elementos que poseen la característica de interés. q = 1-p

Número de muestra con uso de la fórmula de muestra finita 381 encuestas.

4.3.3 Perfil de aplicación

Conductores de motocicleta que posean licencia y haya tomado el curso de motocicletas.

Tabla 5 Perfiles de aplicación

Nombre	Edad	Ocupación	Años conduciendo motocicleta	Uso
Juan Zarzosa	30	Profesor	10	Transporte
Esteban Gallo	25	Estudiante	2	Transporte
Fausto Rodríguez	30	Empleado privado	4	Transporte
Byron Veintimilla	34	Empleado privado	8	Transporte
Jaime Vaca	40	Profesor	12	Transporte

4.3.4 Formato de encuesta

A. DATOS GENERALES	
Primera parte de la Encuesta.	
I. Género	<input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Otro
II. Estado Civil	<input type="radio"/> Soltero <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Divorciado <input type="radio"/> Unión libre
III. Zona de residencia	<input type="radio"/> Urbana <input type="radio"/> Rural
IV. Edad	<input type="radio"/> 18-25 <input type="radio"/> 26-35 <input type="radio"/> 36-45 <input type="radio"/> 46-55 <input type="radio"/> 56-65 <input type="radio"/> Más de 65
V. Estado laboral actual	<input type="radio"/> Empleado público <input type="radio"/> Empleado privado <input type="radio"/> Independiente <input type="radio"/> Jubilado <input type="radio"/> Desempleado <input type="radio"/> Estudiante

VI. Nivel de ingresos

- Sin ingresos
- 450.00 USD o menos
- 451.00 USD a 800.00 USD
- 801.00 USD a 1200.00 USD
- 1201.00 USD a 1600.00 USD
- Más de 1600.00 USD

1. ¿Posee usted motocicleta?

- Si
- No

2. ¿Tiene licencia de conducir motocicleta?

- Si
- No

3. ¿Si tiene actualmente una moto o si tuviera una en un futuro, Qué uso le da o le daría a la misma?

- Paseo
- Trabajo
- Transporte
- Deporte
- Otros

4. ¿Conoce usted alguna Escuela de Conducción de motocicletas, en la ciudad de Pujilí?

- Si
- No

5. ¿Está de acuerdo en la creación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en Pujilí?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo

6. ¿Cree usted que el curso de capacitación para conducción de motocicletas, ayude a reducir el índice de accidentes de tránsito causado por este tipo de vehículos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Sin importancia
- En desacuerdo

7. ¿Una vez creada la Escuela de Conducción para motocicletas, Ud. Estaría dispuesto a contratar sus servicios?

- Seguramente si
- Probablemente si
- Probablemente no
- Seguramente no

8. ¿Por qué razones asistiría a la Escuela de Conducción?

- Para aprender a conducir una moto
- Por seguridad
- Para el tramite de licencia de moto

9. Elija los factores que considera más importantes al momento de elegir los servicios de una escuela de conducción de motocicletas:

- Precio
- Ubicación
- Años de experiencia
- Instalaciones y equipos modernos
- Modalidades flexibles de estudio

10. ¿En qué sector le gustaría que se este ubicada la nueva escuela?

- Norte
- Centro
- Sur

11. ¿Ha tomado alguna vez un curso de conducción de motocicletas? *

- Si
- No

12. ¿Dónde tomó el curso?

- En Pujilí
- En otro cantón de Cotopaxi
- En otra provincia

13. ¿Cómo se enteró de la escuela donde tomó la capacitación?

- Redes sociales
- Correo electrónico
- Referencias amigos y familiares
- Televisión o radio
- Revista o diario
- Publicidad en la calle
- Otros

14. Califique el servicio recibido por parte de la escuela donde tomó la capacitación

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

15. ¿Recomendaría usted a sus conocidos la escuela donde tomó la capacitación?

- Seguramente si
- Probablemente si
- Probablemente no
- Seguramente no

4.3.5 Guía de preguntas de entrevistas a profundidad y/o focus group; y proceso de observación directa y/o mystery shopper

4.3.5.1 Preguntas entrevistas a profundidad

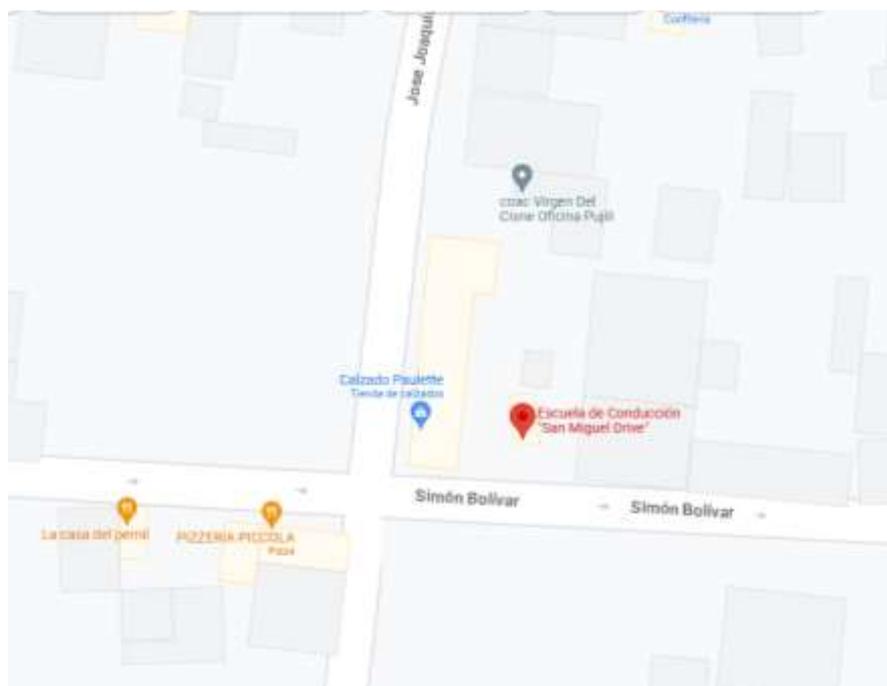
- ¿Le gustó el servicio de la Escuela de motos a la cual asistió?
- ¿Qué no le gustó de la Escuela de motos a la cual asistió?
- ¿En qué aspectos podría mejorar la escuela donde asistió?
- Tuvo algún inconveniente con la escuela donde asistió
- En qué aspectos mejoraría el servicio de la escuela de conducción que asistió
- ¿Qué te impulsó a tomar la decisión de inscribirte en una escuela especializada en la instrucción de técnicas de manejo de motocicletas?
- Antes de iniciar el programa de capacitación en conducción de motos, ¿cuáles eran las principales expectativas que tenías y se cumplieron posteriormente?
- Desde tu punto de vista, ¿qué aspectos concretos del curso consideras que desempeñaron un papel importante en el desarrollo de tus habilidades al conducir una moto?
- Al concluir el programa de instrucción en conducción de motos, ¿cuál fue tu impresión? ¿Sientes que ahora eres un motociclista más competente y seguro?
- Según tu opinión, cuál de los elementos del curso consideras que aportó un valor más significativo: ¿las lecciones teóricas o las prácticas realizadas en situaciones reales de tráfico?
- ¿Has percibido mejoras tangibles en tu capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico después de finalizar el curso de conducción?
- Entre todos los consejos específicos que adquiriste durante tu formación en la escuela de conducción, ¿cuál encuentras más útil y práctico en tu rutina diaria como motociclista?

4.3.5.1 Mystery Shopper

Nombre de la empresa: San Miguel Driver

Ubicación: Calle Simón Bolívar y Jose Joaquin de Olmedo.

Figura 4 Ubicación de escuela existente



Fuente: Google Maps

Precio: 150\$

Presencia en redes: Posee página web la cual no funciona correctamente con errores la falta de la información al no cargar las opciones que ofrece el sitio web. Tiene presencia en la red social Facebook, donde realiza publicaciones con regularidad.

Modalidades disponibles: Presencial, no cuenta con modalidad a distancia para clases teóricas.

Local de tercera persona.

Cuenta con sucursales: No cuenta con sucursales en Pujilí.

Los resultados del mystery shopper se realizaron con dos personas una de la tercera edad y otro adulto de 28 años.

Los resultados del adulto de la tercera edad, dejó mucho de qué hablar debido a el servicio fue pésimo para darle información de que se necesita para inscribirse en el curso la secretaria fue muy agresiva y entre burlas buscaba pasar del sujeto.

Los resultados del adulto de 28 años, no cambiaron tanto debido a que seguía siendo agresiva, pero al contrario lo que cambio fue que le proporciono la información para recibir el curso, donde indicaron que solo tenían clases presenciales y el precio para recibir el curso es de 150\$.

4.4 Resultados de la Investigación

4.4.1 Encuesta

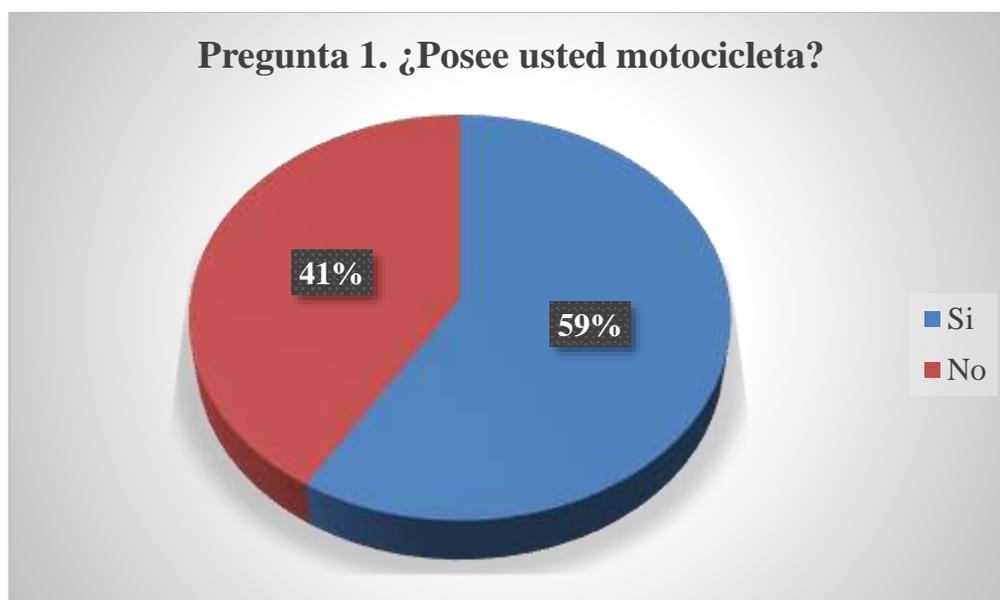
Pregunta 1. ¿Posee usted motocicleta?

Tabla 6 ¿Posee usted motocicleta?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	224	58,79%
No	157	41,21%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 5 ¿Posee usted motocicleta?



Interpretación: El gráfico muestra que el 59% de la población posee una motocicleta, por lo tanto, existe un mercado para servicios relacionados a este.

Pregunta 2. ¿Tiene licencia de conducir motocicleta?

Tabla 7 ¿Tiene licencia de conducir motocicleta?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	26,25%
No	281	73,75%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 6 ¿Tiene licencia de conducir motocicleta?



Interpretación: La siguiente gráfica muestra que el 74% de la población no dispone de una licencia para conducir motocicletas.

Pregunta 3. ¿Si tiene actualmente una moto o si tuviera una en un futuro, qué uso le da o le daría a la misma?

Tabla 8 ¿Si tiene actualmente una moto o si tuviera una en un futuro, qué uso le da o le daría a la misma?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Paseo	72	18,90%
Transporte	168	44,09%
Trabajo	70	18,37%
Deporte	45	11,81%
Otros	26	6,82%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 7 ¿Si tiene actualmente una moto o si tuviera una en un futuro, qué uso le da o le daría a la misma?



Interpretación: En la gráfica podemos observar que el 44% de la población usarían la motocicleta para transportarse, un 12% para pasear, un 18% para trabajar, un 12% como deporte y el 7% entre otras actividades.

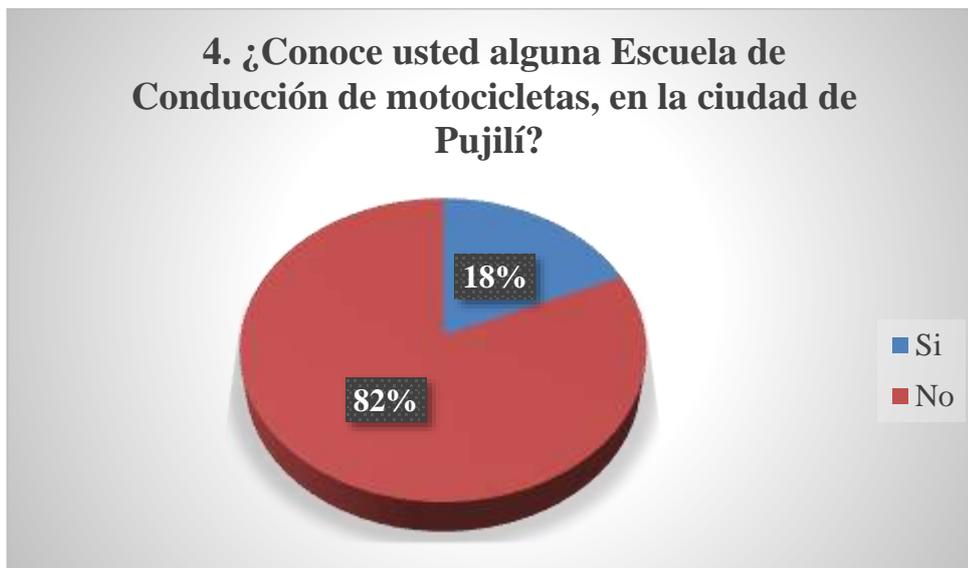
Pregunta 4. ¿Conoce usted alguna Escuela de Conducción de motocicletas, en la ciudad de Pujilí?

Tabla 9 ¿Conoce usted alguna Escuela de Conducción de motocicletas, en la ciudad de Pujilí?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	18,37%
No	311	81,63%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 8 ¿Conoce usted alguna Escuela de Conducción de motocicletas, en la ciudad de Pujilí?



Interpretación: La siguiente gráfica nos muestra que el 82% de la población conoce una escuela de conducción para motocicletas, mientras que el 18% desconoce.

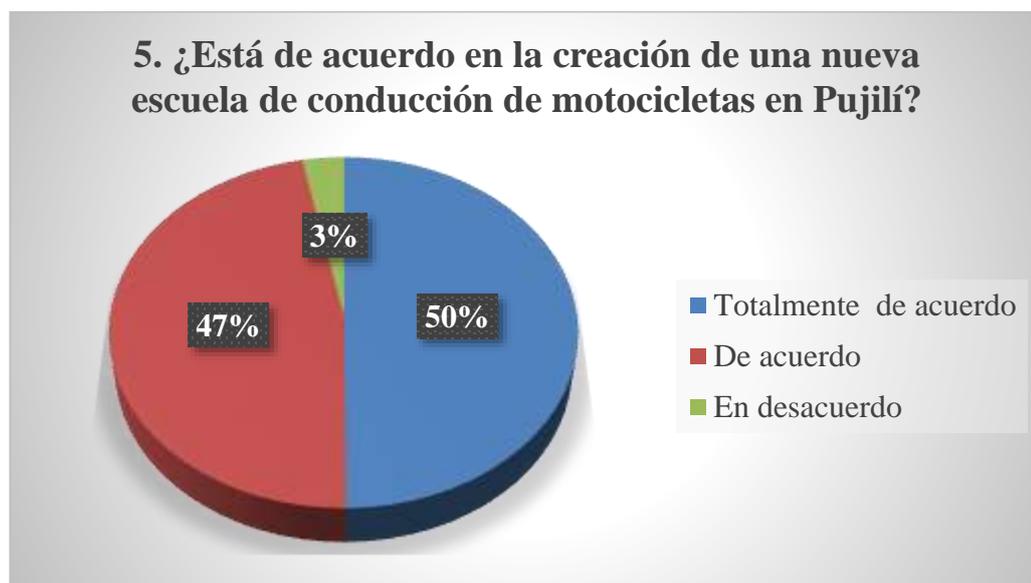
Pregunta 5. ¿Está de acuerdo en la creación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en Pujilí?

Tabla 10 ¿Está de acuerdo en la creación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en Pujilí?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	190	49,87%
De acuerdo	179	46,98%
En desacuerdo	12	3,15%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 9 ¿Está de acuerdo en la creación de una nueva escuela de conducción de motocicletas en Pujilí?



Interpretación: La gráfica nos indica que un 50% de la población está totalmente de acuerdo con la creación de una nueva escuela de conducción para motocicletas, el 47% se encuentra de acuerdo y el 3% restante en desacuerdo.

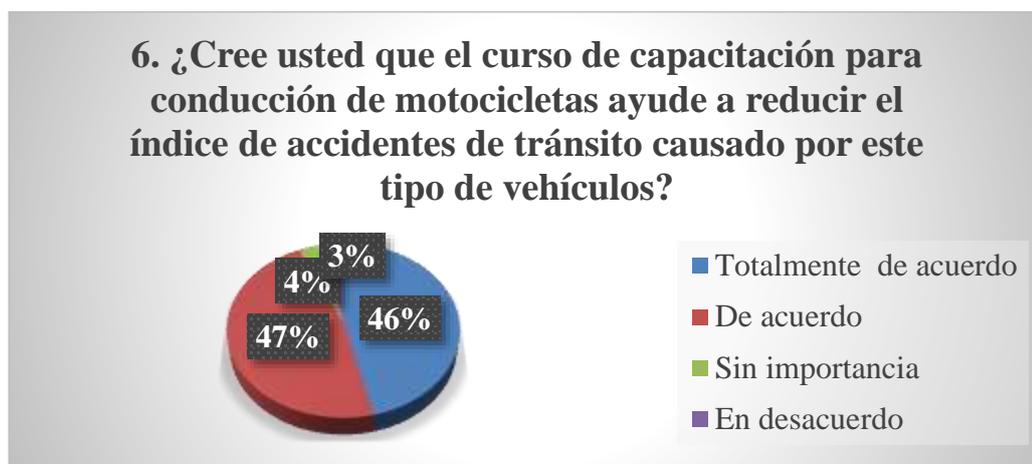
Pregunta 6. ¿Cree usted que el curso de capacitación para conducción de motocicletas ayude a reducir el índice de accidentes de tránsito causado por este tipo de vehículos?

Tabla 11 ¿Cree usted que el curso de capacitación para conducción de motocicletas ayude a reducir el índice de accidentes de tránsito causado por este tipo de vehículos?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	176	46,19%
De acuerdo	179	46,98%
Sin importancia	14	3,67%
En desacuerdo	12	3,15%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 10 ¿Cree usted que el curso de capacitación para conducción de motocicletas ayude a reducir el índice de accidentes de tránsito causado por este tipo de vehículos?



Interpretación: El gráfico nos muestra que el 47% de la población se encuentra totalmente de acuerdo, el 46% de acuerdo, entre un 4% sin importancia y un 3% en desacuerdo, en que el curso de capacitación ayude a reducir el índice de accidentes.

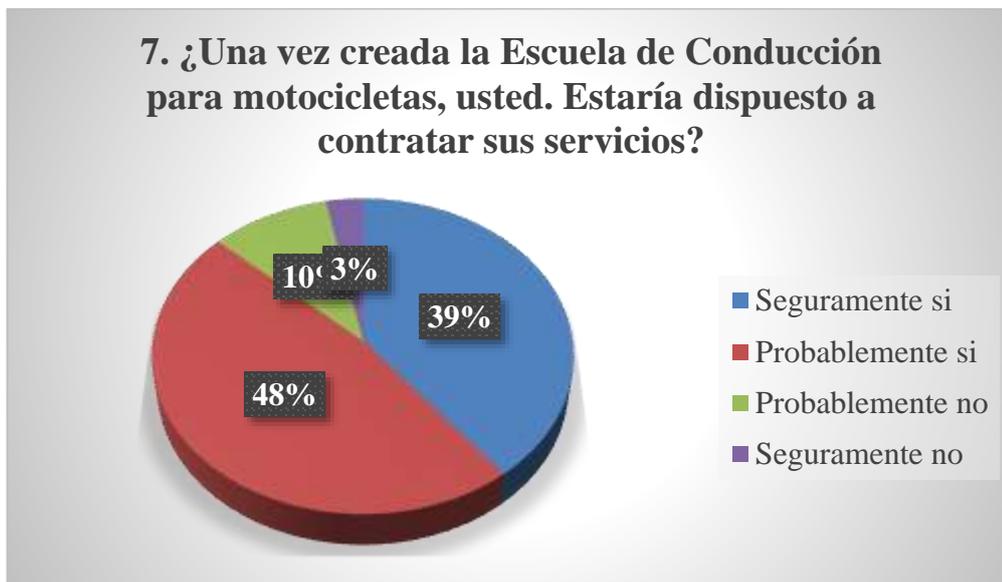
Pregunta 7. ¿Una vez creada la Escuela de Conducción para motocicletas, usted. ¿Estaría dispuesto a contratar sus servicios?

Tabla 12 Una vez creada la Escuela de Conducción para motocicletas, usted. ¿Estaría dispuesto a contratar sus servicios?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Seguramente si	150	39,37%
Probablemente si	181	47,51%
Probablemente no	38	9,97%
Seguramente no	12	3,15%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 11 Una vez creada la Escuela de Conducción para motocicletas, usted. ¿Estaría dispuesto a contratar sus servicios?



Interpretación: En la gráfica podemos observar que un 48% de la población probablemente contrataría los servicios de la nueva escuela de conducción, un 38% seguramente si, un 10% probablemente no y el 3% restante seguramente no contrataría.

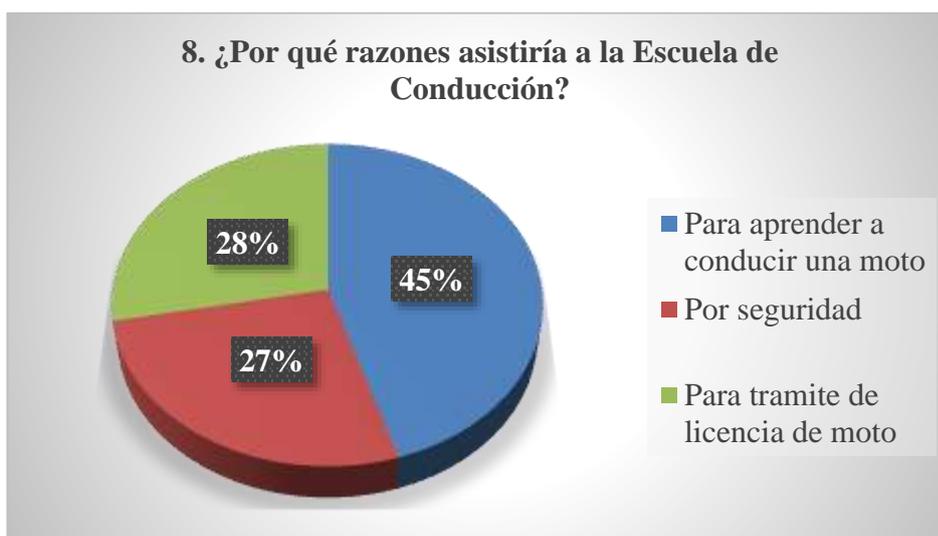
Pregunta 8. ¿Por qué razones asistiría a la Escuela de Conducción?

Tabla 13 ¿Por qué razones asistiría a la Escuela de Conducción?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Para aprender a conducir una moto	172	45,14%
Por seguridad	102	26,77%
Para tramite de licencia de moto	107	28,08%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 12 ¿Por qué razones asistiría a la Escuela de Conducción?



Interpretación: La gráfica nos indica que el 45% de la población asistiría al curso para aprender a conducir una moto, un 28% para tramitar la licencia y el 27% por seguridad.

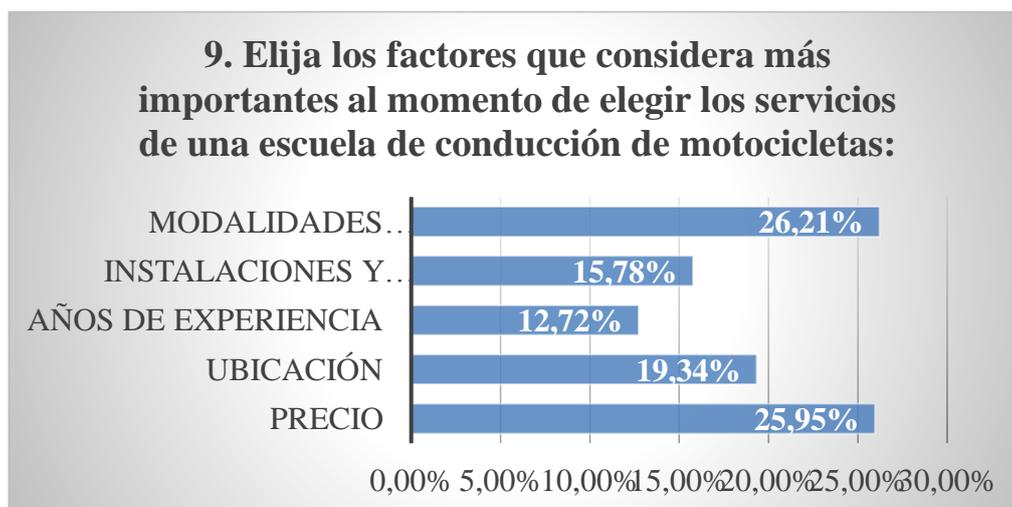
Pregunta 9. Elija los factores que considera más importantes al momento de elegir los servicios de una escuela de conducción de motocicletas:

Tabla 14 Elija los factores que considera más importantes al momento de elegir los servicios de una escuela de conducción de motocicletas:

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	204	25,95%
Ubicación	152	19,34%
Años de experiencia	100	12,72%
Instalaciones y equipos modernos	124	15,78%
Modalidades flexibles de estudio	206	26,21%
Total	786	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 13 Elija los factores que considera más importantes al momento de elegir los servicios de una escuela de conducción de motocicletas



Interpretación: La siguiente gráfica nos muestra que el 26,21% de la población considera que las modalidades es uno de los factores más importantes, el 25,95% considera que el precio, un 19,34% la ubicación, el 15,78% en las instalaciones, mientras que el 12,72 en los años de experiencia.

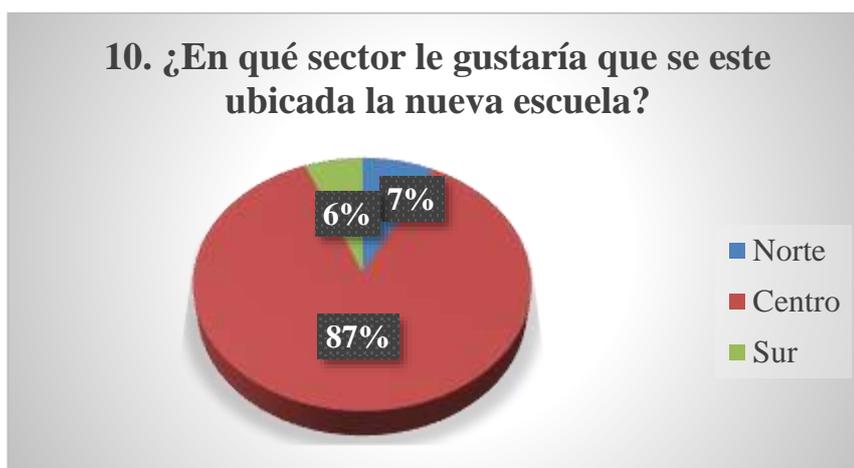
Pregunta 10. ¿En qué sector le gustaría que se este ubicada la nueva escuela?

Tabla 15 ¿En qué sector le gustaría que se este ubicada la nueva escuela?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Norte	21	7,47%
Centro	243	86,48%
Sur	17	6,05%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 14 ¿En qué sector le gustaría que se esté ubicada la nueva escuela?



Interpretación: En la gráfica podemos observar que el 87% de la población prefiere que la escuela de conducción este ubicada en el centro, el 7% en el norte y el 6% restante en el sur.

Pregunta 11. ¿Ha tomado alguna vez un curso de conducción de motocicletas?

Tabla 16 ¿Ha tomado alguna vez un curso de conducción de motocicletas?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	165	43,31%
No	216	56,69%
Total	381	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 15 ¿Ha tomado alguna vez un curso de conducción de motocicletas?



Interpretación: La gráfica nos muestra que un 57% de la población no a tomado nunca un curso de conducción para motocicletas, en cuanto un 43% si lo ha tomado.

Pregunta 12. ¿Dónde tomó el curso?

Tabla 17 ¿Dónde tomó el curso?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
En Pujilí	32	19,39%
En otro cantón de Cotopaxi	78	47,27%
En otra provincia	55	33,33%
Total	165	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 16 ¿Dónde tomó el curso?



Interpretación: La gráfica nos muestra que el 47% de la población ha tomado el curso en otro cantón de Cotopaxi, un 33% en otra provincia y un 20% en Pujilí.

Pregunta 13. ¿Cómo se enteró de la escuela donde tomó la capacitación?

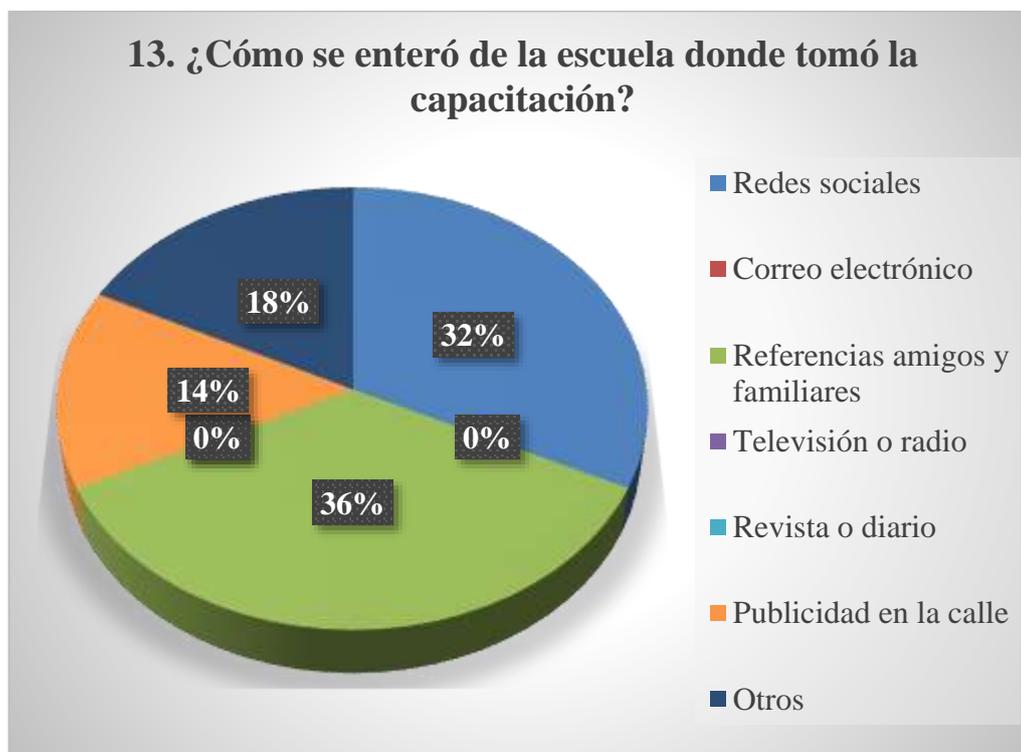
Tabla 18 ¿Cómo se enteró de la escuela donde tomó la capacitación?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	53	32,12%
Correo electrónico	0	0,00%
Referencias amigos y familiares	59	35,76%
Televisión o radio	0	0,00%
Revista o diario	0	0,00%

Publicidad en la calle	24	14,55%
Otros	29	17,58%
Total	165	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 17 ¿Cómo se enteró de la escuela donde tomó la capacitación?



Interpretación: En la siguiente gráfica podemos ver que el 36% de la población se enteró de la escuela en la que fue capacitado por referencias, el 32% mediante las revistas o diarios, un 18% por las redes sociales y el 14% mediante publicidad en la calle.

Pregunta 14. Califique el servicio por parte de la escuela donde tomo la capacitación

Tabla 19 Califique el servicio por parte de la escuela donde tomo la capacitación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	35	21,21%
Bueno	40	24,24%
Regular	39	23,64%
Malo	27	16,36%
Pésimo	24	14,55%
Total	165	100,00%

El siguiente gráfico permite analizar gráficamente lo anterior.

Figura 18 Califique el servicio por parte de la escuela donde tomo la capacitación



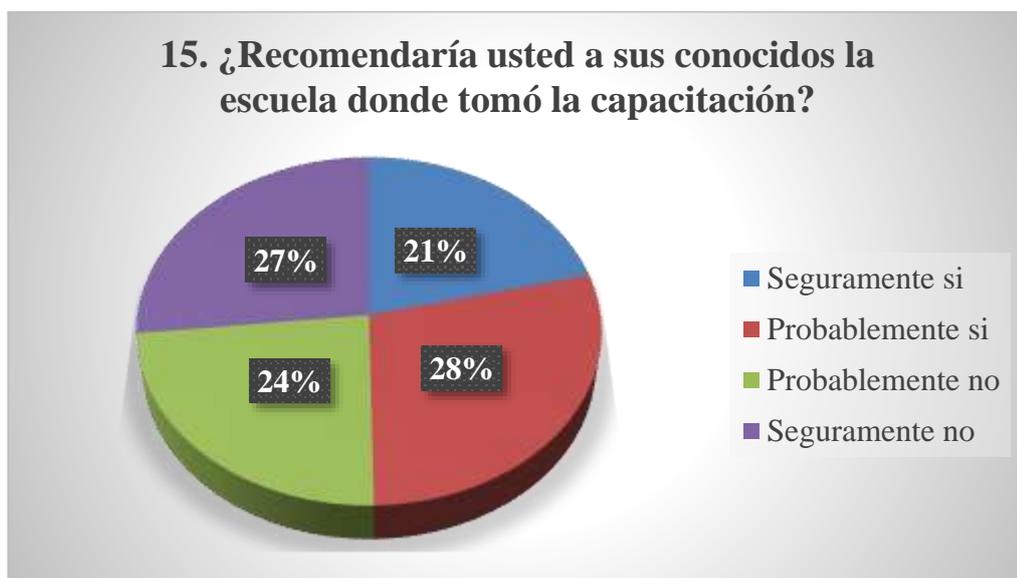
Interpretación: La gráfica nos indica que un 24% de la población califica el servicio de la escuela donde se capacitó como bueno, otro 24% como regular, un 21% excelente, el 16% como malo y el 15% restante pésimo.

Pregunta 15. ¿Recomendaría usted a sus conocidos la escuela donde tomó la capacitación?

Tabla 20 ¿Recomendaría usted a sus conocidos la escuela donde tomó la capacitación?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Seguramente si	35	21,21%
Probablemente si	47	28,48%
Probablemente no	39	23,64%
Seguramente no	44	26,67%
Total	165	100,00%

Figura 19 ¿Recomendaría usted a sus conocidos la escuela donde tomó la capacitación?



Interpretación: Los resultados que muestra la tabla son neutros por lo tanto algunos recomendarían la escuela donde tomaron su curso de conducción de motos y otro no.

Entrevistas a profundidad

Entrevistado 1

Pregunta 1. ¿Cómo le pareció el servicio de la Escuela de motos a la cual asistió?

En general, considero que la prestación del servicio por parte de la Escuela de motos fue aceptable, aunque hubo ciertos aspectos que podrían haber sido mejorados. La falta de opciones para participar en clases teóricas de forma remota dificultó la accesibilidad, y el nivel de atención al cliente no siempre estuvo a la altura de lo deseado. Sin embargo, en lo que concierne a las lecciones prácticas de conducción, pude notar que los instructores poseían conocimientos y experiencia, lo cual fue extremadamente valioso para mi proceso de aprendizaje.

Pregunta 2. ¿Qué aspectos, acciones o atención no cree que deberían practicarlas por parte del personal de la Escuela de motos a la cual asistió?

Creo que sería beneficioso que la institución educativa trabajara en mejorar la manera en que se comunica con los estudiantes. Se presentaron ocasiones en las que no se suministró información precisa sobre los horarios, los requisitos o las modificaciones en el programa de estudios. La carencia de alternativas para participar en clases teóricas en línea limitó mi habilidad para adaptar el ritmo de aprendizaje a mis propias preferencias.

Pregunta 3. ¿Qué aspectos considera usted que se podría mejorar la escuela de motos donde asistió?

Sería beneficioso que la escuela implementara clases teóricas en línea como una adición a las clases presenciales. Esta iniciativa permitiría a los estudiantes aprovechar el material educativo en sus propios horarios, lo que enriquecería su proceso de aprendizaje. Enfocarse más en los detalles administrativos y mejorar la comunicación contribuiría de manera positiva a mejorar la calidad de la experiencia educativa.

Pregunta 4. ¿Tuvo algún inconveniente con la escuela donde asistió?

Si, me encontré con ciertas complicaciones, mayormente relacionadas con la falta de información precisa y los obstáculos para acceder a las clases teóricas. En algunas ocasiones, se produjeron retrasos en la programación de las lecciones prácticas debido a dificultades logísticas.

Pregunta 5. ¿Cuáles aspectos mejoraría del servicio de la escuela de motos a la que asistió?

Indudablemente, la optimización de la interacción con los estudiantes y la provisión de opciones flexibles para las clases teóricas son aspectos fundamentales que podrían ser objeto de mejoras. También considero que sería ventajoso modernizar la

infraestructura y los equipos empleados en las sesiones prácticas, con el fin de ofrecer una experiencia más actualizada y segura.

Pregunta 6. ¿Qué te impulsó a tomar la decisión de inscribirte en una escuela especializada en la instrucción de técnicas de manejo de motocicletas?

Decidí apuntarme en la escuela de enseñanza de motociclismo con la meta de cultivar capacidades de conducción seguras y eficaces. Mi propósito radicaba en asegurarme de estar suficientemente equipado para enfrentar situaciones de tráfico en carretera y reducir las probabilidades de verse implicado en accidentes.

Pregunta 7. Antes de iniciar el programa de capacitación en conducción de motos, ¿cuáles eran las principales expectativas que tenías y se cumplieron posteriormente?

Mi expectativa era desarrollar habilidades de conducción segura, aumentar mi confianza en la moto y entender cómo enfrentar diferentes situaciones en el tráfico. En general, estas expectativas se cumplieron, aunque considero que hubiera sido beneficioso tener una distribución más equilibrada entre las lecciones teóricas y prácticas.

Pregunta 8. Desde tu punto de vista, ¿qué aspectos concretos del curso consideras que desempeñaron un papel importante en el desarrollo de tus habilidades al conducir una moto?

Las prácticas vivenciales en situaciones reales de tráfico demostraron ser sumamente provechosas. Adquirir habilidades para maniobrar en distintos escenarios y tomar decisiones rápidas y seguras resultó particularmente de gran valor. Las lecciones referentes a las estrategias de frenado, los virajes y el control de la motocicleta resultaron esenciales para incrementar mi destreza en la conducción.

Pregunta 9. Al concluir el programa de instrucción en conducción de motos, ¿cuál fue tu impresión? ¿Sientes que ahora eres un motociclista más competente y seguro?

Al completar el programa, noté un significativo progreso en mis habilidades de conducción y una mayor confianza al maniobrar la moto. Aunque reconozco que he desarrollado mayor destreza como motociclista, también entiendo que la mejora continua y la experiencia en condiciones reales son elementos esenciales para continuar refinando mis aptitudes.

Pregunta 10. Según tu opinión, cuál de los elementos del curso consideras que aportó un valor más significativo: ¿las lecciones teóricas o las prácticas realizadas en situaciones reales de tráfico?

Las vivencias en situaciones reales de tráfico brindaron el componente más destacado. La ocasión de aplicar las destrezas adquiridas en un entorno auténtico me concedió una comprensión más profunda de cómo enfrentar distintos desafíos en la vía.

Pregunta 11. ¿Has percibido mejoras tangibles en tu capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico después de finalizar el curso de conducción?

He logrado un avance notable en mi capacidad para anticipar escenarios en el tráfico y reaccionar de manera adecuada. Las lecciones acerca de la conducción defensiva y las vivencias en diversos contextos me han brindado la oportunidad de elevar mi conciencia del entorno y tomar elecciones más seguras.

Pregunta 12. Entre todos los consejos específicos que adquiriste durante tu formación en la escuela de conducción, ¿cuál encuentras más útil y práctico en tu rutina diaria como motociclista?

La recomendación más valiosa que recibí se enfocó en la importancia de mantener una distancia adecuada entre mi vehículo y otros coches, así como en estar

preparado para actuar ante situaciones imprevistas. Integrar esta práctica me ha ayudado a evitar colisiones y a garantizar mi seguridad en la carretera.

Entrevistado 2

Pregunta 1. ¿Cómo le pareció el servicio de la Escuela de motos a la cual asistió?

Tomé la decisión de inscribirme con el propósito de convertirme en un motociclista seguro y competente en las calles de Ecuador. Mi meta era adquirir las destrezas necesarias para enfrentar los desafíos del tráfico y garantizar tanto mi propia seguridad como la de los demás en la carretera.

Pregunta 2. ¿Qué aspectos, acciones o atención no cree que deberían practicarlas por parte del personal de la Escuela de motos a la cual asistió?

Tenía principalmente la expectativa de ganar confianza en mi habilidad para manejar la moto en diversas situaciones, aprender a maniobrar de manera segura en el tráfico y obtener conocimientos sólidos sobre las normas de tránsito y la conducción defensiva. Me alegra decir que todas estas expectativas se cumplieron de manera satisfactoria.

Pregunta 3. ¿Qué aspectos considera usted que se podría mejorar la escuela de motos donde asistió?

Desde mi perspectiva, varios aspectos del curso desempeñaron un papel fundamental en el desarrollo de mis habilidades al conducir una motocicleta. Las prácticas en situaciones reales de tráfico resultaron especialmente valiosas, ya que me permitieron aplicar los conceptos teóricos en contextos prácticos y tomar decisiones informadas en tiempo real.

Pregunta 4. ¿Tuvo algún inconveniente con la escuela donde asistió?

Recuerdo una situación en la que estaba manejando en una vía pública y de repente un vehículo cambió de carril sin indicar. Gracias a las técnicas de conducción defensiva que aprendí en la escuela, pude anticipar la acción del conductor y reaccionar rápidamente, evitando así una posible situación peligrosa.

Pregunta 5. ¿Cuáles aspectos mejoraría del servicio de la escuela de motos a la que asistió?

Al completar el programa de instrucción en conducción de motos, mi impresión general fue extremadamente positiva. Me siento definitivamente más competente y seguro como motociclista. He obtenido las destrezas necesarias para maniobrar efectivamente en el tráfico y reaccionar de forma segura ante situaciones inesperadas.

Pregunta 6. ¿Qué te impulsó a tomar la decisión de inscribirte en una escuela especializada en la instrucción de técnicas de manejo de motocicletas?

Tanto las lecciones teóricas como las prácticas en situaciones reales de tráfico añadieron un valor considerable al curso. Las clases teóricas me proporcionaron una base sólida de conocimiento y comprensión de las normas de tránsito, mientras que las prácticas en situaciones reales me permitieron aplicar ese conocimiento en la vida cotidiana.

Pregunta 7. Antes de iniciar el programa de capacitación en conducción de motos, ¿cuáles eran las principales expectativas que tenías y se cumplieron posteriormente?

Experimentado mejoras palpables en mi habilidad para anticipar situaciones y reaccionar a eventos de tráfico después de completar el curso de conducción. Ahora soy más consciente de mi entorno en la carretera y puedo tomar decisiones informadas para evitar riesgos potenciales.

Pregunta 8. Desde tu punto de vista, ¿qué aspectos concretos del curso consideras que desempeñaron un papel importante en el desarrollo de tus habilidades al conducir una moto?

De todas las recomendaciones específicas que adquirí durante mi formación en la escuela de conducción, la que encuentro más útil y práctica en mi rutina diaria como motociclista es mantener una distancia segura con otros vehículos. Esta práctica me ha brindado un mayor margen de reacción y me ha ayudado a prevenir colisiones.

Pregunta 9. Al concluir el programa de instrucción en conducción de motos, ¿cuál fue tu impresión? ¿Sientes que ahora eres un motociclista más competente y seguro?

Las técnicas de conducción defensiva que aprendí en la escuela definitivamente me han proporcionado herramientas eficaces para prevenir posibles accidentes. Ahora estoy mejor preparado para enfrentar situaciones de riesgo y tomar medidas proactivas para mantenerme a salvo.

Pregunta 10. Según tu opinión, cuál de los elementos del curso consideras que aportó un valor más significativo: ¿las lecciones teóricas o las prácticas realizadas en situaciones reales de tráfico?

Después de concluir el programa de formación, he experimentado un cambio positivo en mi percepción sobre la seguridad vial y la responsabilidad como motociclista. Ahora comprendo la importancia de conducir de manera defensiva, respetar las normas de tránsito y velar por mi seguridad y la de los demás en la carretera.

Pregunta 11. ¿Has percibido mejoras tangibles en tu capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico después de finalizar el curso de conducción?

Basándome en mi experiencia personal, sin duda recomendaría a otros motociclistas que contemplen la opción de inscribirse en el curso de conducción de

motos. El programa brinda conocimientos esenciales, habilidades prácticas y una mentalidad de conducción segura que son fundamentales para convertirse en un motociclista competente y responsable.

Pregunta 12. Entre todos los consejos específicos que adquiriste durante tu formación en la escuela de conducción, ¿cuál encuentras más útil y práctico en tu rutina diaria como motociclista?

Al reflexionar sobre mi proceso de formación en la escuela de conducción de motos, identifico otro tema de gran importancia para todos los motociclistas: la conciencia y la empatía hacia otros usuarios de la vía. Aprender a compartir el camino de manera segura y respetuosa es esencial para crear un entorno vial armonioso y reducir los riesgos de accidentes.

Entrevistado 3

Pregunta 1. ¿Cómo le pareció el servicio de la Escuela de motos a la cual asistió?

El motivo que me llevó a fue mi intención de convertirme en un conductor más seguro y competente. Era consciente de los riesgos asociados con la conducción de motos y tenía el deseo de adquirir las habilidades necesarias para mitigar esos riesgos y disfrutar de mis desplazamientos de manera responsable.

Pregunta 2. ¿Qué aspectos, acciones o atención no cree que deberían practicarlas por parte del personal de la Escuela de motos a la cual asistió?

Antes de iniciar el programa de formación, tenía la expectativa de adquirir habilidades prácticas sólidas para maniobrar en diversas situaciones de tráfico y aumentar mi seguridad en la carretera. Estas expectativas se cumplieron con creces, ya que el curso me proporcionó una base sólida tanto en aspectos teóricos como prácticos.

Pregunta 3. ¿Qué aspectos considera usted que se podría mejorar la escuela de motos donde asistió?

En mi perspectiva, los elementos específicos del curso que más contribuyeron a mi desarrollo como conductor de motocicleta fueron las experiencias prácticas en situaciones reales de tráfico. Aunque las lecciones teóricas eran esenciales para comprender las reglas y conceptos de seguridad vial, las prácticas en carretera me permitieron aplicar ese conocimiento en un entorno real, aumentando mi confianza para anticipar situaciones y tomar decisiones seguras.

Pregunta 4. ¿Tuvo algún inconveniente con la escuela donde asistió?

Tengo en mente una ocasión en la que me encontraba en una intersección con un tráfico muy congestionado y necesitaba cambiar de carril rápidamente para evitar quedar atrapado. Utilicé las técnicas de mirar por encima del hombro y señalar correctamente, tal como se me enseñó en el curso, para ejecutar un cambio de carril seguro y sin inconvenientes.

Pregunta 5. ¿Cuáles aspectos mejoraría del servicio de la escuela de motos a la que asistió?

Al concluir el programa de instrucción, experimenté un sentimiento de competencia y seguridad mucho mayor como conductor de motocicleta. Sabía que tenía las habilidades y el conocimiento necesarios para maniobrar de manera segura y responsable en diversas situaciones de tráfico.

Pregunta 6. ¿Qué te impulsó a tomar la decisión de inscribirte en una escuela especializada en la instrucción de técnicas de manejo de motocicletas?

Aunque ambos aspectos son importantes, las prácticas en situaciones reales de tráfico tuvieron un valor más significativo para mí. Poder aplicar lo aprendido en el mundo real profundizó mi comprensión sobre cómo funcionan las técnicas de conducción y cómo interactuar de manera segura con otros vehículos en la vía.

Pregunta 7. Antes de iniciar el programa de capacitación en conducción de motos, ¿cuáles eran las principales expectativas que tenías y se cumplieron posteriormente?

Sin lugar a duda he notado mejoras tangibles en mi capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico. Ahora puedo identificar patrones de comportamiento de otros conductores y tomar decisiones informadas para evitar situaciones riesgosas.

Pregunta 8. Desde tu punto de vista, ¿qué aspectos concretos del curso consideras que desempeñaron un papel importante en el desarrollo de tus habilidades al conducir una moto?

Uno de los consejos más beneficiosos que adquirí fue mantener una distancia segura con otros vehículos. Esto me ha brindado un margen más amplio para reaccionar ante situaciones inesperadas y reducir la probabilidad de colisiones por alcance.

Pregunta 9. Al concluir el programa de instrucción en conducción de motos, ¿cuál fue tu impresión? ¿Sientes que ahora eres un motociclista más competente y seguro?

Indudablemente, las técnicas de conducción defensiva que aprendí en la escuela me han proporcionado herramientas efectivas para prevenir posibles accidentes. He aprendido a mantenerme constantemente alerta, anticipar peligros potenciales y tomar medidas preventivas para garantizar mi seguridad.

Pregunta 10. Según tu opinión, cuál de los elementos del curso consideras que aportó un valor más significativo: ¿las lecciones teóricas o las prácticas realizadas en situaciones reales de tráfico?

Después de completar el programa, mi perspectiva en cuanto a la seguridad vial y la responsabilidad como conductor de motocicleta ha cambiado notablemente. Ahora

entendiendo la relevancia de cumplir con las normas de tráfico, adoptar una conducción defensiva y mantener una constante consciencia de mi entorno en todo momento.

Pregunta 11. ¿Has percibido mejoras tangibles en tu capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico después de finalizar el curso de conducción?

Sin lugar a duda, recomendaría enfáticamente a otros motociclistas que consideren la posibilidad de inscribirse en el curso de conducción de motos. La razón principal es que el curso me brindó las habilidades y el conocimiento fundamentales para ser un conductor más seguro y competente. Aprender técnicas de manejo adecuadas puede marcar la diferencia entre un viaje seguro y uno lleno de riesgos innecesarios.

Pregunta 12. Entre todos los consejos específicos que adquiriste durante tu formación en la escuela de conducción, ¿cuál encuentras más útil y práctico en tu rutina diaria como motociclista?

Al reflexionar identifiqué otro tema crucial que sería la mecánica básica de la motocicleta. Comprender el funcionamiento de mi moto y saber cómo llevar a cabo un mantenimiento elemental podría prevenir problemas mecánicos en la carretera y asegurar viajes más seguros y libres de dificultades.

Entrevistado 4

Pregunta 1. ¿Cómo le pareció el servicio de la Escuela de motos a la cual asistió?

El motivo principal que me llevó a inscribirme era cumplir con los requisitos legales y obtener el permiso necesario para operar una motocicleta en las vías públicas. No tenía la intención de profundizar en la instrucción detallada de técnicas de manejo, sino más bien satisfacer los requisitos establecidos.

Pregunta 2. ¿Qué aspectos, acciones o atención no cree que deberían practicarlas por parte del personal de la Escuela de motos a la cual asistió?

Mis expectativas fundamentales se centraban en adquirir los conocimientos y habilidades esenciales para superar el examen de conducción y obtener mi licencia de motocicleta. En este sentido, puedo afirmar que dichas expectativas se cumplieron, ya que el curso me proporcionó la información crucial para aprobar tanto el examen teórico como el práctico requerido.

Pregunta 3. ¿Qué aspectos considera usted que se podría mejorar la escuela de motos donde asistió?

El enfoque principal del curso se centraba en brindar conocimientos teóricos acerca de las leyes de tránsito, señales viales y normas de seguridad. Aunque mi atención se centraba en aprobar el examen, estas lecciones me brindaron una comprensión básica sobre cómo comportarme en las vías públicas y cómo interactuar con otros conductores.

Pregunta 4. ¿Tuvo algún inconveniente con la escuela donde asistió?

Recuerdo una situación en la que me encontraba en una intersección y las luces del semáforo empezaron a cambiar a amarillo. Gracias a lo aprendido en la escuela, reduje gradualmente la velocidad y me detuve en la línea de detención, en lugar de

intentar cruzar apresuradamente con la luz amarilla. Esta acción me ayudó a evitar una situación peligrosa y a respetar las normas de tránsito.

Pregunta 5. ¿Cuáles aspectos mejoraría del servicio de la escuela de motos a la que asistió?

Al finalizar el programa, sentí que había logrado mi objetivo principal de obtener la licencia de conducción. En términos de habilidad y seguridad, considero que poseo conocimientos básicos que me permiten conducir una motocicleta en situaciones cotidianas. Sin embargo, no puedo afirmar que me considere un motociclista altamente competente, ya que mi enfoque se centró en aprobar el examen más que en el desarrollo completo de mis habilidades de conducción.

Pregunta 6. ¿Qué te impulsó a tomar la decisión de inscribirte en una escuela especializada en la instrucción de técnicas de manejo de motocicletas?

Dado que mi enfoque era obtener la licencia, considero que las lecciones teóricas tuvieron una mayor relevancia en mi caso. Estas lecciones teóricas me proporcionaron el conocimiento necesario sobre las reglas de tránsito y las señales viales, lo cual fue fundamental para aprobar el examen. Aunque las prácticas en situaciones reales de tráfico también son valiosas, no tuve la oportunidad de explorarlas a fondo.

Pregunta 7. Antes de iniciar el programa de capacitación en conducción de motos, ¿cuáles eran las principales expectativas que tenías y se cumplieron posteriormente?

Sí, definitivamente he experimentado una mejora en mi capacidad para anticipar situaciones en la carretera y responder a eventos de tráfico. Las lecciones teóricas me proporcionaron una base sólida para comprender mejor las dinámicas del tráfico y cómo tomar decisiones seguras mientras conduzco.

Pregunta 8. Desde tu punto de vista, ¿qué aspectos concretos del curso consideras que desempeñaron un papel importante en el desarrollo de tus habilidades al conducir una moto?

Uno de los consejos más valiosos que adquirí fue mantener una distancia segura entre mi motocicleta y los vehículos cercanos. Esta práctica me ha brindado más tiempo para reaccionar ante situaciones imprevistas y evitar posibles colisiones.

Pregunta 9. Al concluir el programa de instrucción en conducción de motos, ¿cuál fue tu impresión? ¿Sientes que ahora eres un motociclista más competente y seguro?

Sí, las técnicas de conducción defensiva que aprendí en la escuela me han proporcionado herramientas valiosas para prevenir posibles accidentes. Mantener la conciencia del entorno, anticipar el comportamiento de otros conductores y mantener una actitud defensiva ha contribuido a mi seguridad en la carretera.

Pregunta 10. Según tu opinión, cuál de los elementos del curso consideras que aportó un valor más significativo: ¿las lecciones teóricas o las prácticas realizadas en situaciones reales de tráfico?

Sí, definitivamente he experimentado un cambio en mi percepción sobre la seguridad vial y la responsabilidad como motociclista. Ahora comprendo que la seguridad en la carretera es una responsabilidad compartida entre todos los conductores, y como motociclista, debo ser especialmente consciente de mi vulnerabilidad y tomar medidas para protegerme a mí mismo y a los demás.

Pregunta 11. ¿Has percibido mejoras tangibles en tu capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico después de finalizar el curso de conducción?

Sin duda recomendaría a otros motociclistas que consideren inscribirse en un curso de conducción de motos, especialmente si su objetivo no es solo obtener la licencia, sino también desarrollar habilidades sólidas de conducción. Aunque mi enfoque inicial era diferente, he entendido la importancia de estar bien preparado para enfrentar situaciones desafiantes en la carretera y reducir el riesgo de accidentes.

Pregunta 12. Entre todos los consejos específicos que adquiriste durante tu formación en la escuela de conducción, ¿cuál encuentras más útil y práctico en tu rutina diaria como motociclista?

Dado que mi enfoque estaba principalmente en aprobar el examen, no tuve la oportunidad de explorar ciertos temas en profundidad. Sin embargo, considero que un enfoque más amplio en situaciones reales de tráfico y ejercicios prácticos podría ser beneficioso para todos los motociclistas. Además, recibir capacitación en maniobras evasivas y en el uso adecuado de frenos en situaciones de emergencia también sería valioso para mejorar la seguridad en la carretera.

Entrevistado 5

Pregunta 1. ¿Cómo le pareció el servicio de la Escuela de motos a la cual asistió?

Inicialmente, mi intención era obtener mi licencia de moto de manera legal y segura. Dado que las opciones eran limitadas en Pujilí, decidí inscribirme en la única escuela de conducción de motocicletas disponible en la ciudad. A pesar de las deficiencias y desorden en la escuela, comprendía la importancia de recibir instrucción formal para desenvolverme adecuadamente en las calles.

Pregunta 2. ¿Qué aspectos, acciones o atención no cree que deberían practicarlas por parte del personal de la Escuela de motos a la cual asistió?

Mi principal objetivo era adquirir técnicas seguras de conducción de motocicletas y habilidades para enfrentar diversas situaciones de tráfico. Aunque la escuela presentaba carencias y falta de organización, logré adquirir conocimientos y habilidades básicas que aumentaron mi confianza al circular en las calles.

Pregunta 3. ¿Qué aspectos considera usted que se podría mejorar la escuela de motos donde asistió?

Considero que las prácticas en situaciones reales de tráfico fueron valiosas para mi desarrollo. Aunque las lecciones teóricas eran limitadas y carecían de estructura, la

experiencia de enfrentar el tráfico real me permitió aplicar mis conocimientos y aprender a anticipar las acciones de otros conductores.

Pregunta 4. ¿Tuvo algún inconveniente con la escuela donde asistió?

Recuerdo una ocasión en la que tuve que maniobrar rápidamente para evitar chocar con un auto que cambió de carril sin señalizar. Gracias a las prácticas en la escuela, pude reaccionar de manera efectiva y maniobrar mi moto de forma segura para evitar el accidente.

Pregunta 5. ¿Cuáles aspectos mejoraría del servicio de la escuela de motos a la que asistió?

Aunque era consciente de las limitaciones de la escuela, sentía que había mejorado en términos de confianza y habilidades básicas de conducción. Sin embargo, también reconocía que tenía mucho por aprender y que era esencial seguir practicando para convertirme en un motociclista más competente y seguro.

Pregunta 6. ¿Qué te impulsó a tomar la decisión de inscribirte en una escuela especializada en la instrucción de técnicas de manejo de motocicletas?

A pesar de las carencias en las lecciones teóricas, considero que las prácticas en situaciones reales de tráfico tuvieron un valor mucho mayor. Poder aplicar directamente lo aprendido en situaciones reales me ayudó a comprender mejor la dinámica del tráfico y mejorar mis habilidades de reacción.

Pregunta 7. Antes de iniciar el programa de capacitación en conducción de motos, ¿cuáles eran las principales expectativas que tenías y se cumplieron posteriormente?

Ciertamente, he notado una mejora en mi capacidad para anticipar situaciones en el tráfico y reaccionar de manera más efectiva. Aunque todavía tengo mucho por aprender, siento que el curso me proporcionó una base sólida para seguir desarrollando estas habilidades.

Pregunta 8. Desde tu punto de vista, ¿qué aspectos concretos del curso consideras que desempeñaron un papel importante en el desarrollo de tus habilidades al conducir una moto?

Uno de los consejos más valiosos que recibí fue mantener una distancia segura respecto a otros vehículos y anticipar posibles movimientos imprevistos. Esto me ha ayudado a evitar situaciones de riesgo y tener más margen para reaccionar en caso de emergencia.

Pregunta 9. Al concluir el programa de instrucción en conducción de motos, ¿cuál fue tu impresión? ¿Sientes que ahora eres un motociclista más competente y seguro?

Las técnicas de conducción defensiva que aprendí definitivamente me han brindado herramientas efectivas para prevenir accidentes potenciales. Mantenerme alerta, anticipar situaciones peligrosas y priorizar mi seguridad se han vuelto principios fundamentales en mi conducción.

Pregunta 10. Según tu opinión, cuál de los elementos del curso consideras que aportó un valor más significativo: ¿las lecciones teóricas o las prácticas realizadas en situaciones reales de tráfico?

Indudablemente, mi perspectiva sobre la seguridad vial y la responsabilidad como motociclista ha experimentado un cambio significativo. Ahora tengo una mayor conciencia de los riesgos y estoy comprometido a adoptar un enfoque responsable y defensivo al conducir. La seguridad propia y la de otros en la vía son ahora mis prioridades centrales.

Pregunta 11. ¿Has percibido mejoras tangibles en tu capacidad para anticipar situaciones y responder a eventos de tráfico después de finalizar el curso de conducción?

A pesar de las limitaciones y desorganización que encontré en la escuela de conducción, recomendaría a otros motociclistas que se inscriban en un curso similar.

Aunque la experiencia no fue perfecta, los conocimientos y habilidades adquiridos me han convertido en un conductor más seguro y competente en la carretera. Además, cualquier forma de capacitación es mejor que ninguna, y un curso bien estructurado podría tener un impacto aún más profundo.

Pregunta 12. Entre todos los consejos específicos que adquiriste durante tu formación en la escuela de conducción, ¿cuál encuentras más útil y práctico en tu rutina diaria como motociclista?

Me habría gustado aprender más sobre el mantenimiento básico de la motocicleta, especialmente en lo que respecta a la seguridad. Comprender cómo inspeccionar y mantener los componentes esenciales de la moto podría ayudar a prevenir problemas mecánicos en la carretera y contribuir a una experiencia de conducción más segura y placentera.

4.4.2 Conclusiones de la investigación

Mediante la investigación, se puede evidenciar en los resultados de las encuestas que indican que el 74% de la población no posee la licencia tipo A. Además, se observa un mayor número de personas que tienen motocicletas en Pujilí, lo que sugiere un mercado potencial para una escuela de conducción de motos. Esta información también dio origen a la idea para la segmentación de mercado. En las entrevistas se pudo notar un interés por la calidad del curso enfocado al aprendizaje del manejo a la defensiva, igual sugerencias para clases teóricas a distancia.

A través del Mystery Shopper, se logró identificar las debilidades de la escuela ya existente. Facilitando establecer estrategias para diferenciar la escuela. Se percibió un respaldo por parte de la población para la creación de una nueva escuela de motos, y la mayoría de ellos estaría dispuesta a inscribirse. Además, se notó que la población no tenía conocimiento de la existencia de la escuela de motos ya establecida.

CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos

- Generar un promedio de ventas mensuales de 2000 dólares durante el primer año de operaciones.
- Alcanzar el 20% de la participación de mercado para el final del año 2025.
- Estar en el top of mind del 10% del público objetivo durante el primer año de operaciones.

5.2. Segmentación

- Segmentación Demográfica (edad, sexo, nivel estudios, religión, estado civil)
- Segmentación geográfica (Cantón Pujilí y sectores aledaños)
- Segmentación Psicográfica (Personas trabajadores, emprendedoras que necesitan movilizarse constantemente por razones laborales o personales)
- Segmentación conductual: Toman el curso porque necesitan conducir una motocicleta por ser su herramienta de trabajo o ya sea para uso de transporte personal o como actividad de hobby.

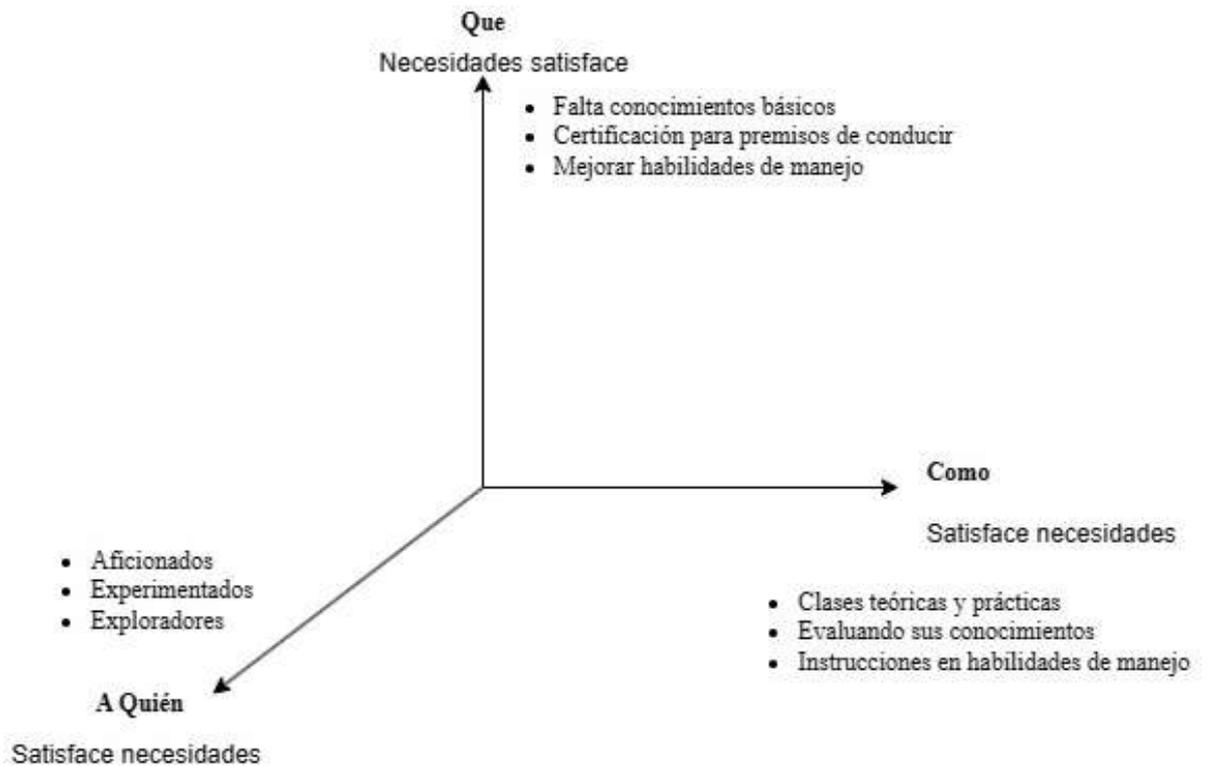
5.2.1 Macrosegmentación

Personas sin experiencia: No poseen historial en la conducción de motocicletas: incluyendo jóvenes adultos en búsqueda de emociones o adultos que tienen el interés de adentrarse por primera vez en el mundo de las motos. Estos individuos requieren un enfoque en las destrezas esenciales de conducción, así como en aspectos de seguridad y la construcción de confianza en las vías.

Personas con experiencia en el manejo de automóviles: que desean expandir su repertorio al aprender a operar motocicletas. En esta coyuntura, la escuela podría destacar las discrepancias entre la conducción de autos y motos, además de adaptar las habilidades ya adquiridas.

Exploradores: Individuos que consideran la conducción de motos como una forma de entretenimiento y exploración. Este conjunto puede estar interesado en paseos en moto, excursiones grupales o aventuras de conducción en entornos naturales. La escuela podría ofrecer programas que fusionen la instrucción en habilidades de manejo con vivencias emocionantes.

Figura 20 Matriz de Macrosegmentación



5.2.2 Microsegmentación

Personas jóvenes que residen en áreas urbanas y buscan emociones intensas, individuos de edades comprendidas entre los 18 y 30 años, con un anhelo por vivir experiencias emocionantes y una motivación para aprender a conducir motos como una manera de experimentar sensaciones intensas en entornos citadinos.

Profesionales que desean mayor agilidad en el tráfico urbano, hombres y mujeres pertenecientes a la fuerza laboral, con edades que oscilan entre los 25 y 40 años, y que manifiestan un interés en adquirir habilidades de conducción de motos para enfrentar los desafíos del tráfico en la ciudad y mejorar su movilidad en el día a día.

Viajeros en búsqueda de vivencias únicas, personas que están de visita y desean añadir la experiencia de conducir motos como parte de su vivencia turística, como participar en recorridos en grupo por lugares emblemáticos.

Entusiastas de la aventura al aire libre, personas interesadas en explorar terrenos fuera de las rutas convencionales, como senderos y caminos todoterreno en entornos naturales, utilizando motos como herramienta de exploración.

Motociclistas con un enfoque en la seguridad, individuos que otorgan una alta prioridad a la seguridad en la conducción y están comprometidos en mejorar sus habilidades de manejo defensivo en diversas situaciones de tráfico.

Por medio de la investigación de mercados se identificó que la empresa rival actual no cuenta con mayores recursos tecnológicos. En el desk research se pudo notar que la empresa existente no cuenta con redes sociales actualizadas y que el formato de la página web es muy básico. Por esta razón se ha tomado la decisión de posicionar a la nueva escuela de conducción de motocicletas, como una escuela que va a aprovechar todos los recursos tecnológicos posibles con el fin de brindar un servicio óptimo a sus clientes.

Posicionamiento publicitario: Slogan

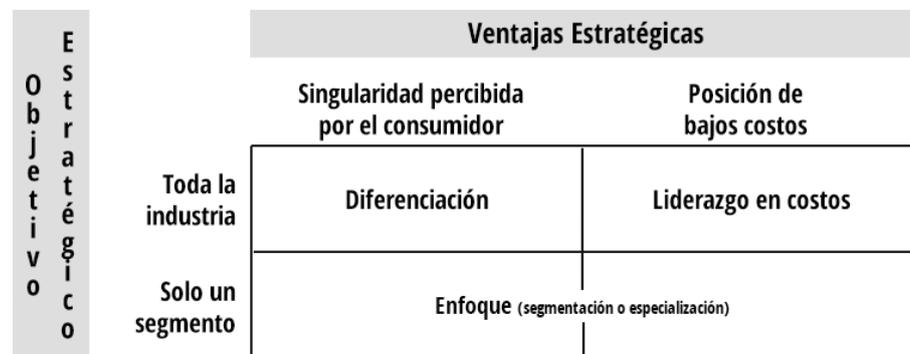
Basándose en la premisa esencial de que esta institución se destacará a través de la implementación de recursos tecnológicos para mejorar la prestación de sus servicios, el slogan propuesto será: “Conduciendo hacia el futuro”. Esta declaración posee un doble significado, ya que sugiere que la empresa está continuamente buscando la innovación, y además, insinúa que a través de un programa de instrucción en la conducción de motocicletas, los clientes experimentarán un considerable desarrollo en sus aspectos personales y laborales, permitiéndoles explorar nuevas oportunidades y fuentes de ingresos.

5.3 Estrategias

5.3.1. Estrategia Básica de Porter

Esta estrategia se enfocará en la Diferenciación, ya que se busca proponer programas de formación en conducción de motocicletas que sean singulares y de alta excelencia a través del uso de recursos tecnológicos aplicados al aprendizaje y comunicación. Esto comprende la inclusión de instructores con capacitación avanzada, rutas de entrenamiento desafiantes y tecnología avanzada para la recreación de situaciones de manejo. La distinción permitiría destacar con relación a la competencia y atraer a clientes que buscan una experiencia de aprendizaje sobresaliente.

Figura 21 Ventajas estratégicas



Nota: Reproducido de Perez, 2020 (<https://app.diagrams.net/?src=about#G1Op3DlyxLvwhMRuYf1PjFh9o1Vo2107tG>).

5.3.2 Estrategia competitiva

Posicionamiento Único: Establecer una dirección única para la escuela de manejo de motocicletas, especializarse en aspectos fundamentales de seguridad y destrezas para principiantes. Para destacar los beneficios de un aprendizaje personalizado, atención individualizada y un entorno de apoyo.

Segmentación de la Demanda: Identificar y subdividir el mercado en base a características demográficas, niveles de experiencia y necesidades particulares de los motociclistas. Ofrecer programas de formación adaptados a cada segmento, asegurando una atención personalizada para cada grupo.

Hincapié en la Seguridad y Destrezas Avanzadas: Diferenciarse al ubicar un enfoque primordial en la seguridad en carretera y en la capacitación en habilidades de conducción avanzadas, tales como maniobras evasivas y desenvolvimiento en situaciones desafiantes. Subrayar el compromiso de la escuela para moldear conductores habilidosos y responsables.

Instructores de Alto Calibre: Contratar educadores altamente experimentados y versados en la conducción de motocicletas. Promocionar los logros y credenciales de los instructores para establecer confianza entre los estudiantes.

Programas Flexibles de Enseñanza: Ofrecer una variedad amplia de programas de instrucción para atraer a diversos niveles de destreza y disponibilidad horaria. Incorporar opciones de horarios adaptables, sesiones intensivas y planes personalizados para satisfacer las necesidades variadas de los alumnos.

Tecnología Moderna y Recursos Didácticos de Vanguardia: Utilizar herramientas tecnológicas como simuladores de conducción y plataformas en línea para enriquecer la experiencia educativa. Proporcionar recursos digitales para repaso y práctica complementaria.

Estrategia Competitiva de Precios: Ofrecer tarifas competitivas en comparación con otras escuelas de conducción de motocicletas establecidas, sin menoscabar la calidad de la educación, introducir descuentos exclusivos para grupos, estudiantes universitarios u otros segmentos específicos.

Creatividad en la Mercadotecnia y Uso de Redes Sociales: Utilizar plataformas de medios sociales para mostrar testimonios de alumnos satisfechos, demostraciones de habilidades de conducción y consejos valiosos. Lanzar campañas innovadoras en línea y offline que destaquen la propuesta única de la escuela.

Programa de referidos incentivados: Motivar a los estudiantes actuales a recomendar la escuela a amigos y familiares al proporcionar descuentos en futuros cursos, por medio de un enfoque centrado en la seguridad, formación especializada y atención personalizada, la nueva escuela de conducción de motocicletas puede

penetrar en el mercado como un competidor confiable y obtener la confianza de los motociclistas que buscan una educación de alta calidad y diferenciada.

5.3.3 Estrategias de marca

La nueva empresa de conducción DriveMoto se encuentra en el cuadrante de Marcas Nuevas, ya que es una compañía que recién se introducirá al mercado como servicio nuevo y una marca nueva.

Figura 22 Estrategia de marca



Nota: Reproducido de Vargas, 2020 (<https://app.diagrams.net/?src=about#G1Op3DlyxLvwhMRuYf1PjFh9o1Vo2107tG>).

5.4 Marketing Mix

5.4.1 Producto / Servicio

5.4.1.1 Nombre de la empresa

DriveMoto. El nombre "DriveMoto" de manera clara y precisa transmite el propósito central de la empresa, que es proporcionar instrucción en la conducción de motocicletas. La combinación de las palabras "Drive" (conducir en inglés) y "Moto" crea un enlace directo y específico, permitiendo a los posibles clientes entender instantáneamente el servicio ofrecido, establece un vínculo directo entre la acción de conducir y el mundo de las motocicletas. Esta conexión ayuda a formar una imagen mental clara de lo que implica el servicio, siendo esencial para la identidad y el reconocimiento de la marca.

Facilidad de memorización el nombre es simple y fácil de recordar. La simplicidad en la elección del nombre juega un rol crucial para que los potenciales

clientes puedan retenerlo sin esfuerzo cuando busquen servicios relacionados con la enseñanza de conducción de motocicletas.

Al incorporar la palabra "Drive" en el nombre, evoca una sensación de modernidad y actualidad. Esto puede resultar atractivo para una audiencia más joven que busca aprender a conducir motocicletas con una perspectiva fresca y contemporánea. El nombre es versátil para adaptarse a diversas estrategias de marketing y promoción.

5.4.1.2 Servicio

Ofrece un curso diseñado para adaptarse a una variedad de niveles de habilidad, desde principiantes hasta conductores experimentados. La gama incluye un único curso donde se maneja a estudiantes con conocimientos básicos, intermedios y avanzados para satisfacer las necesidades individuales de cada estudiante.

El núcleo central de la escuela de conducción de motos se basa en su oferta principal, que comprende un programa integral de formación en conducción de motos. Este programa se caracteriza por, brindar un enfoque de entrenamiento individualizado, garantizando que cada estudiante reciba la atención necesaria para desarrollar habilidades de conducción seguras y aumentar su confianza en las carreteras.

La plataforma de aprendizaje en línea es una puerta de entrada a un mundo de aprendizaje sobre la conducción de motos. Los estudiantes pueden acceder a contenido de cursos, participar en evaluaciones y hacer seguimiento de su progreso. La base de conocimientos comienza con clases teóricas en línea, que cubren una amplia gama de temas. Desde los fundamentos de seguridad vial hasta las normativas y regulaciones de tráfico específicas para motocicletas, estas clases proporcionan una base sólida para los futuros motociclistas. Las sesiones interactivas permiten a los estudiantes hacer preguntas y participar en discusiones en tiempo real. Con un equipo altamente capacitado y certificado, lo que asegura la excelencia, calidad y profesionalismo en la formación que proporcionamos.

Mediante la ayuda de materiales de aprendizaje multimedia que acompañaran a las clases con una variedad, como videos educativos, infografías y simulaciones interactivas. Estos materiales ayudan a los estudiantes a comprender conceptos clave de manera visual y práctica, lo que facilita la retención de información crucial para la conducción segura. Disponibilidad de horarios de clases flexibles que abarcan opciones de fin de semana y nocturnas, con el propósito de acomodar a aquellos con obligaciones laborales o educativas.

5.4.1.3 Pagina web

Detalle de la propuesta para la página web de DriveMoto

1. Descripción General.

Diseñar una página web moderna y atractiva para la escuela de conducción de moto en Ecuador. La página estará enfocada en brindar información sobre los servicios de la escuela, cursos disponibles, precios, testimonios de alumnos, y un sistema para las clases en línea.

2. Dominio y Hosting

Dominio, www.DriveMoto.com

Hosting, tendrá un servicio confiable y escalable como SiteGround (Costo mensual estimado: \$10-15 USD).

3. Diseño y Aspecto Visual

El sitio web tendrá un diseño moderno, limpio y orientado a la seguridad y emoción de la conducción de motos. La mezcla de colores azul y blanco para transmitir una sensación de tranquilidad, profesionalismo y seguridad, con navegación sencilla y atractiva.

4. Páginas y Contenido

Inicio, contara con información de la historia de la escuela, misión, visión y valores, detalle del precio del curso.

Regístrate, con información detallada de los cursos disponibles (teórico presencial y teórico virtual), horarios y requisitos.

Redes sociales, implementar botones para compartir contenido en redes sociales y vincular los feeds de las redes de la escuela.

5. Aplicaciones de adicionales: Integración de una aplicación de reserva en línea como Acuity Scheduling para que los alumnos puedan agendar sus clases fácilmente. Las clases teóricas virtuales se realizan por medio de la aplicación de Microsoft Teams

6. Costos en estimados:

Diseño y desarrollo de la página web: \$500 USD

Dominio anual: \$20 USD

Hosting mensual: \$20 USD

Aplicaciones adicionales: \$20 USD/mes

Figura 23 Página web portada



Figura 24 Página web registro



Figura 25 Página web aula virtual



5.4.1.4 Descripción del servicio

DriveMoto ofrece clases teóricas presenciales y en línea, así como clases prácticas presenciales. Presenta una propuesta de la distribución de cómo podrían estructurarse las clases.

Tabla 21 Clases teóricas presenciales y en línea

Clases teóricas presenciales y en línea	
1. Introducción a la conducción de motocicletas	Formación teórica para la garantizar la seguridad vial. Presentación de instructor y su experiencia. Formación teórica para la garantizar la seguridad vial. Presentación de instructor y su experiencia.
2. Normas y regularizaciones de tránsito y regulaciones	Reglas de tránsito reguladoras específicas para motociclistas. Señales de tráfico y su significado. Importancia del uso del equipo de seguridad obligatorio.
3. Condiciones y entorno de conducción	Factores ambientales que influyen a los motociclistas. Estrategias para conducir y afrontar en diferentes condiciones climáticas.
4. Manejo defensivo en moto	Instruir en identificación de situaciones de riesgo en la carretera. Proporciona técnicas para anticipar y evitar accidentes.

5. Mecánica básica y mantenimiento	Componentes básicos de una motocicleta y su funcionamiento. Consejos para el mantenimiento regular y la inspección de la moto.
6. Primeros auxilios y respuesta en Emergencias	Cómo reaccionar ante un accidente de tráfico. Principios básicos de primeros auxilios aplicados a los motociclistas.
7. Clases teóricas en línea	Ofrecer el contenido teórico a través de una plataforma en línea. Horarios flexibilidad para los estudiantes. Las clases en línea se transmitirán por la plataforma Microsoft Teams.

Tabla 22 Clases prácticas presenciales

Clases prácticas presenciales	
1. Introducción a la práctica en moto	Familiarización con los controles de la motocicleta. Uso apropiado del equipo de seguridad: casco, guantes, chaqueta, etc.
2. Manejo básico y equilibrio	Aprendizaje de cómo conservar el equilibrio en la moto. Ejercicios para controlar a baja velocidad.
3. Cambios de marcha y frenado	Técnicas de cambio de marcha suave y eficiente. Práctica de frenado gradual y de emergencia.
4. Giros y curvas	Técnicas para ejecutar giros seguros y fluidos. Práctica de curvas en diferentes tipos de carreteras.
5. Maniobras especiales	Habilidades prácticas para esquivar obstáculos y maniobrar en situaciones inesperadas.
6. Conducción en tráfico real	Salida a la carretera para aplicar las técnicas aprendidas en situaciones reales.

	Acompañamiento de instructores para ofrecer retroalimentación en tiempo real.
7. Evaluación Final y Retroalimentación	Evaluación práctica para calcular el nivel de habilidad. Comentarios y recomendaciones de los instructores para la mejora continua.

5.4.1.5 Simbología

Elemento Gráfico -Manubrio de Moto con Luces: Manubrio de moto icono reconocible y asociado directamente con la conducción de motocicletas. Las luces complementan el elemento distintivo y llamativo al diseño. Transmite seguridad y visibilidad.

Figura 26 Simbología DriveMoto



El color es un componente energético en el diseño de un logo, ya que puede evocar emociones y transmitir mensajes sutiles. Azul: Representa confianza, seguridad y profesionalismo, cualidades básicas para una escuela de conducción de motos. Se asocia con la serenidad y la autoridad, características que inspiran respeto y confianza en los estudiantes. Negro: Representa sofisticación, elegancia y profesionalismo. Aporta un toque de seriedad a la marca.

Tipografía, la elección de la tipografía es fundamental para comunicar la personalidad de la marca. En este caso, se ha optado por una tipografía sans-serif moderna y audaz. Sans-serif una tipografía limpia y moderna sugiere un enfoque contemporáneo y accesible hacia la enseñanza de la conducción de motos.

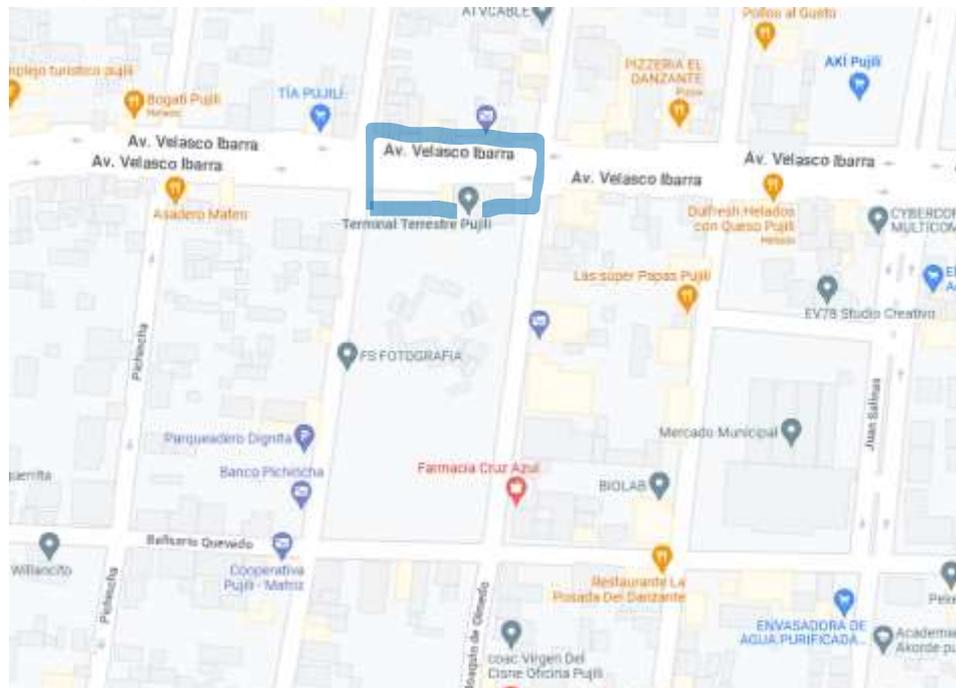
5.4.2 Precio

La estructura de precios está diseñada para ser competitiva y reflejar el valor excepcional que nuestra escuela ofrece. El precio establecido para el servicio es de 140\$, este precio se debe por los datos del estudio de mercado donde para tener un precio más competitivo debemos ofrecer a un menor precio que la competencia de 150\$.

5.4.3 Plaza

Ubicación céntrica y de fácil acceso, situada en proximidad a área urbana y zona de alto tráfico, facilitando el desplazamiento de los estudiantes hacia nuestra escuela. El terminal terrestre es una localización con el mayor flujo de personas por lo cual es la zona más transcurrida en Pujilí, lo ideal sería buscaría un local para el negocio cerca de esta locación.

Figura 27 Ubicación DiveMoto



5.4.4 Promoción

Las estrategias promocionales se centran en incrementar la visibilidad de la escuela y atraer a nuevos estudiantes. Iniciar con marketing boca a boca, al igual que el

buzoneo con la finalidad de promocionar la escuela de motos, al igual informar de la existencia de sus redes sociales y motivarlos a suscribirse debido a que constantemente tendrá contenido y se realizara eventos donde puedan participar los cuales otorgan beneficios para sus clientes.

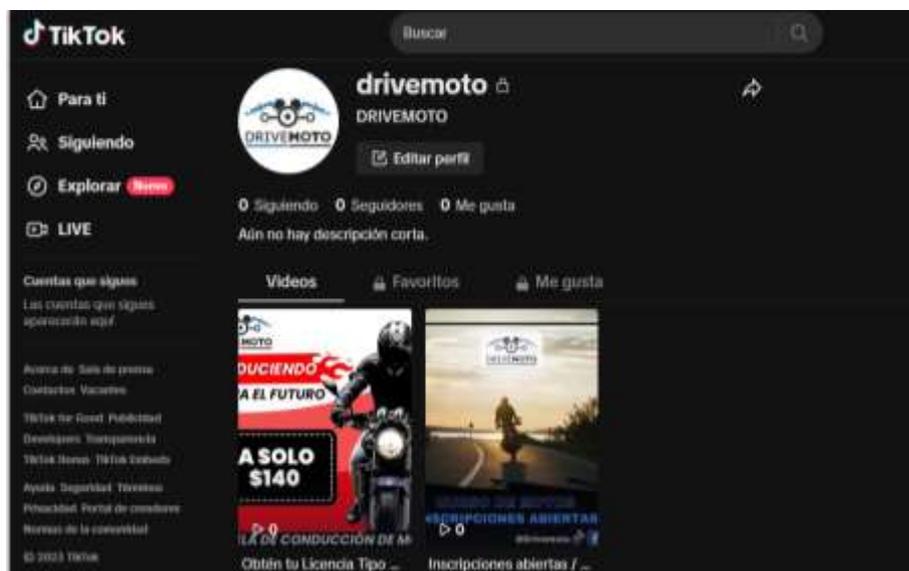
Campañas en redes sociales utilizando plataformas como Instagram, TikTok y Facebook para compartir publicaciones para brindar consejos de seguridad vial y anunciar el lanzamiento de nuevos cursos.

TikTok

Posicionarse atreves de tendencias de baile con un toque de motociclismo usando tendencias de baile populares, agregando elementos de conducción de motocicletas a las interpretaciones. Por ejemplo, desafío del cambio de marchas consiste en un reto en el que los usuarios simulen el cambio de marchas en una moto.

Creando videos de educación divertida y entretenida donde se explica conceptos de seguridad y técnicas de conducción de manera amena y humorística. Animar a los estudiantes a enviar clips mostrando sus logros y habilidades, y compartir un video recopilatorio.

Figura 28 Sitio web en TikTok



Instagram

Imágenes atractivas de diversos modelos de motos compartiendo fotos visualmente atractivas de diferentes tipos de motos, utilizando el diseño para atraer la atención. Breves Tutoriales en Reels creando videos cortos que ofrezcan instrucciones visuales sobre maniobras específicas. Diseñando gráficos con citas motivacionales que establezcan una conexión entre la conducción y el crecimiento personal.

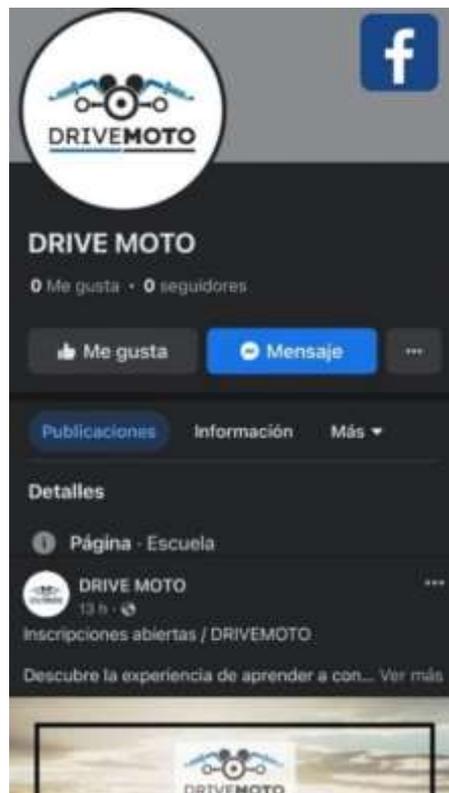
Figura 29 Sitio web en Instagram



Facebook

Introducción a Nuestro Centro de Enseñanza de Conducción en Moto, presentando la escuela y la experiencia de nuestros instructores. Creando imágenes ilustrativas o clips de video cortos que promocionen prácticas seguras al conducir motocicletas. Compartiendo relatos de éxito de estudiantes que han completado satisfactoriamente el programa, acompañados de fotos de ellos y sus certificados.

Figura 30 Sitio web en Facebook



Campaña promocional 1: Debido a que la marca es nueva es oportuno el uso de marketing de influencia, esto es colaborar con influencer en redes sociales para promocionar la escuela y crear interacción auténtica con el público objetivo.

El objetivo de la campaña es posicionar a DriveMoto como el lugar idóneo para aprender a conducir motocicletas con responsabilidad y seguridad, con la ayuda del influencer para generar interés y confianza en una audiencia diversa.

Estructura de la campaña. Inicia con un mensaje en redes sociales, el influencer comparte una publicación en la que revela su compromiso con la seguridad vial y cómo está emocionado por asociarse con la escuela de conducción de motos para promover la educación en conducción segura.

El influencer documenta su experiencia de aprender a conducir una moto en la escuela de conducción de motos. Muestra sus momentos de aprendizaje, superación de desafíos y su progreso a lo largo del tiempo. Creación de una serie de videos cortos en los que el influencer comparte consejos prácticos sobre seguridad vial para motociclistas. Resalta la importancia del uso del equipo de protección y la anticipación en la carretera. El influencer comparte entrevistas con estudiantes de la escuela, destacando cómo la educación en la conducción ha impactado positivamente en su confianza y seguridad al manejar motocicletas.

Lanzamiento de desafío de seguridad vial, el influencer inicia un desafío en el que invita a sus seguidores a compartir lecciones de seguridad vial en videos o publicaciones, usando un hashtag relacionado con la campaña. Los participantes pueden ganar un curso de conducción en la escuela.

Se espera un amplio alcance y exposición de la escuela de conducción de motos a través de la audiencia diversa del influencer. Aumento en la percepción de la escuela como líder en educación vial. Generación de interés y participación en torno a la seguridad vial y la educación motociclista.

Campaña promocional 2: “¡Tenemos algo especial para ti!. Participa en nuestro desafío # DriveMotoXperience y gana un increíble descuento del 20% en tu matrícula. Muestra tus mejores movimientos simulando una travesía en motocicleta y etiqueta a @DriveMoto y usa el hashtag #DiveMoto.”

Figura 31 Publicidad 1



Figura 32 Publicidad 2



Figura 33 Publicidad 3



Programa de referidos: Implementar un sistema de recompensas para estudiantes actuales que refieran a nuevos estudiantes, incentivando la recomendación de nuestra escuela. Se aplicará un descuento del 10% en la mensualidad del estudiante nuevo, los nuevos estudiantes deben mencionar el nombre del estudiante que los refirió al momento de inscribirse para que se pueda aplicar la recompensa. Las recompensas son intransferibles y no pueden ser canjeadas por efectivo.

Tabla 23 Perfil de contratados

Perfil de contratados	
Instructores de Conducción de Motos	Experiencia probada en la conducción de motos y preferiblemente certificación de instructor de conducción. Conocimiento profundo de las normas de tráfico y técnicas de manejo defensivo. Comunicación efectiva para transmitir conceptos teóricos y prácticos de manera clara y comprensible. Paciencia capacidad fundamental para trabajar con estudiantes de diferentes niveles de habilidad y adaptarse a su ritmo de aprendizaje. Apasionado por las motos y la seguridad vial, con la capacidad de inspirar y motivar a los estudiantes a aprender y mejorar.

	Experiencia en diseño de contenido educativo, preferiblemente con antecedentes en educación o pedagogía. Capacidad para desarrollar materiales de estudio atractivos y efectivos que se adapten a diferentes estilos de aprendizaje.
Especialista en marketing	Experiencia en marketing en línea, gestión de redes sociales y campañas publicitarias. Habilidades de redacción creativa y persuasiva para crear contenido promocional y comunicados de prensa. Capacidad para analizar datos y métricas para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing.
Secretaria	Habilidad para manejar tareas administrativas, programación de clases y comunicación con estudiantes. Habilidad en la interacción con estudiantes para brindar información sobre programas, horarios y servicios.
Psicólogo	Título en Psicología con licencia para ejercer en la ubicación. Experiencia en asesoramiento individual y grupal, manejo del estrés y técnicas de construcción de confianza. Conocimiento de las dinámicas emocionales y mentales asociadas con el aprendizaje de nuevas habilidades, como la conducción de motos. Habilidad para comunicarse de manera efectiva y empática, especialmente con personas que puedan tener aprensiones hacia la conducción. Respeto por la confidencialidad y ética en el manejo de información sensible. Preferiblemente, experiencia previa en trabajar con escuelas de conducción o contextos relacionados con la seguridad vial.

5.5 Cronograma de actividades

Tabla 24 Cronograma de actividades

Mes 1-3: Preparación y Planificación	Contratar instructores y personal administrativo. Establecer la plataforma y recursos para las clases virtuales. Capacitar a los instructores en el uso de plataformas virtuales y técnicas de enseñanza en línea. Desarrollar material de marketing, como folletos y pósters promocionales.
Mes 4-6: Promoción y Publicidad	Comenzar a ofrecer clases virtuales de conducción de moto. Iniciar campañas de publicidad en línea y anuncios en redes sociales. Lanzar programas de referidos y descuentos para estudiantes actuales.

		Participar en eventos locales y ferias para promocionar la escuela.
Mes 7-9:	Inicio de Clases Virtuales y Capacitación	Implementar programas especiales de seguridad vial y manejo seguro de motos. Realizar talleres y seminarios de capacitación para los estudiantes.
Mes 10-12:	Expansión y Retención de Estudiantes	Evaluar el desempeño de las estrategias de marketing y realizar ajustes si es necesario. Monitorear el ROI y realizar análisis financiero de las actividades realizadas. Ofrecer promociones especiales para atraer nuevos estudiantes y aumentar la matrícula. Realizar encuestas y recibir retroalimentación de los estudiantes para mejorar la calidad de las clases. Organizar eventos especiales para celebrar el aniversario de la escuela y fomentar la lealtad de los estudiantes.

Durante todo el año realizar seguimiento constante de las actividades y el progreso hacia los objetivos establecidos. Evaluar el desempeño de los instructores y el personal administrativo. Mantener una comunicación regular con los estudiantes para atender sus necesidades y preguntas. Realizar evaluaciones periódicas de seguridad y calidad de las clases prácticas de conducción de moto. Identificar oportunidades de mejora y realizar cambios en el plan según sea necesario.

5.6 Auditoría de marketing

Al ser una compañía nueva, se iniciarán las operaciones con un grupo de 4 colaboradores, incluyendo al gerente de la empresa, quien se encarga de la gestión, monitoreo y control de las actividades propuestas en el plan de marketing.

Tabla 25 Auditoría de marketing

Actividad	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Evalua dor	Indicador
Preparación y Planificación	Secretaria	01/01/2024	01/02/2024	Gerente	Fechas planificadas / Fechas de cumplimiento
Promoción y Publicidad	Jefe de Marketing	02/02/2024	01/03/2024	Gerente	Campaña propuesta / Campaña ejecutada
Clases Virtuales y Capacitación	Instructor	02/03/2024	01/04/2024	Gerente	Horas planificadas / Horas efectivas
Expansión y Retención de Estudiantes	Jefe de Marketing	02/04/2024	01/05/2024	Gerente	Porcentaje de satisfacción del cliente Matriculación mensual
Seguimiento y Mejora Continua	Jefe de Marketing	02/05/2024	01/06/2024	Gerente	Porcentaje de mejora en los procesos

5.7 Plan financiero del plan de marketing

Costos del proyecto

Tabla 26 Costos del proyecto

COSTOS DEL PROYECTO

1) COSTOS DE SERVICCIÓN		\$ 23.837,64
Costos Directos	\$ 18.771,64	
Materia Prima (Suministros de oficina)	\$ 3.600,00	
Mano de obra directa	\$ 10.800,00	
Prestaciones Sociales	\$ 4.371,64	
	\$ 5.066,00	
Servicios básicos	\$ 612,00	
Útiles de Aseo	\$ 3.600,00	
Arriendo	\$ 50,00	
Depreciación de Máquinas Oficina	\$ 804,00	
2) COSTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 19.615,03
Gastos de Administración	\$ 19.615,03	
Sueldos	\$ 16.200,00	
Prestaciones Sociales	\$ 2.598,71	
Útiles de Aseo	\$ 38,91	
Papelería	\$ 102,49	
Servicios Básicos		
Arriendo	\$ 50,00	
Depreciación de Máquinas Oficina	\$ 470,27	
Amortización Activos Nominales	\$ 154,66	
3) COSTOS DE VENTAS		\$ 2.800,00
Gastos de Ventas:	\$ 2.800,00	
Capacitación	\$ 320,00	
Publicidad	\$ 2.480,00	
4) COSTO FINANCIERO		\$ 2.400,00
Gastos Financieros	\$ 2.400,00	
Intereses a largo plazo	\$ 2.400,00	
COSTO GENERAL USD. (P+A+V+F)		\$ 48.652,67

En tabla anterior se detalla los gastos del proyecto en cuatro categorías principales: producción, administración, ventas y financiamiento. Los costos de producción engloban la materia prima, la mano de obra y otros desembolsos ligados a la operación. Los costos administrativos comprenden los sueldos, las prestaciones y los gastos de gestión. Los costos de ventas implican tanto la capacitación como la publicidad. Los costos financieros incorporan los intereses a largo plazo del crédito que se solicitara a la entidad financiera. De manera global, la inversión a realizar es importante en producción y administración, posiblemente señalando una orientación hacia la calidad y la eficiencia operativa, no obstante, los costos de ventas y financiamiento son relativamente menores.

Tabla 27 Sueldos proyecto

SUELDOS PROYECTO

SERVUCCIÓN								
Personal que laborará en el proyecto	Sueldos	Aporte Patronal IESS, Bomberos, IECE, ETC.	Décimo 3er remuneración	Décimo 4ta remuneración	Fondos de reserva	Vacaciones	Costo prestaciones total año individual	
Instructor 1	\$ 450,00	\$ 56,25	\$ 37,50	\$ 32,17	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 2.185,82	
Psicólogo	\$ 450,00	\$ 56,25	\$ 37,50	\$ 32,17	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 2.185,82	
PAGOS SUELDO MENSUALES	\$ 900,00	\$ 112,50	\$ 75,00	\$ 64,33	\$ 74,97	\$ 37,50	\$ 4.371,64	
PAGOS PRESTACIONES MES	\$ 364,30							
SUELDO + PRESTACIONES MES	\$ 1.264,30							
PAGOS SUELDO ANUAL	\$ 10.800,00							
PAGOS PRESTACIONES ANUAL	\$ 4.371,64							
COSTO ANUAL	\$ 15.171,64							
ADMINISTRACIÓN								
Personal que laborará en el proyecto	Sueldos	Aporte Patronal IESS, Bomberos, IECE, ETC.	Décimo 3er remuneración	Décimo 4ta remuneración	Fondos de reserva	Vacaciones	Costo prestaciones total año individual	
Gerente/Propietario	\$ 450,00	\$ 56,25	\$ 37,50	\$ 97,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 866,24	
Secretaría_Contadora	\$ 450,00	\$ 56,25	\$ 37,50	\$ 97,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 866,24	
Marketing	\$ 450,00	\$ 56,25	\$ 37,50	\$ 97,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 866,24	
PAGOS SUELDO MENSUALES	\$ 1.350,00	\$ 168,75	\$ 112,50	\$ 292,50	\$ 112,46	\$ 56,25	\$ 2.598,71	
PAGOS PRESTACIONES MES	\$ 216,56							
SUELDO + PRESTACIONES MES	\$ 1.566,56							
PAGOS SUELDO ANUAL	\$ 16.200,00							
PAGOS PRESTACIONES ANUAL	\$ 2.598,71							
COSTO ANUAL	\$ 18.798,71							

La tabla anterior, proporciona un desglose minucioso de cómo se estructuran los gastos relacionados con los salarios y los beneficios para distintos cargos en el proyecto. La suma total anual de los gastos de los cargos en el área de "SERVUCCIÓN" es de \$15,171.64, mientras que en el área "ADMINISTRATIVA" se eleva a \$18,798.71. Esta información revela que los costos relacionados con el personal representan una porción significativa de los gastos totales del proyecto, siendo los roles administrativos los que más contribuyen a esta cifra. Es esencial considerar estos gastos en conjunto con otros egresos operativos y los ingresos estimados para lograr una planificación financiera precisa.

Tabla 28 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO
CURSO DE CONDUCCIÓN DE MOTOS

EGRESOS

RUBROS	CSTO. UNITARIO PROMEDIO	Nº DE UNID AÑO
Costos fijos	\$ 118,86	\$ 38.299,27
Costos variables	\$ 0,16	\$ 7.341,39
Costo variable unitario	\$ 0,84	\$ 1.101,21
Precio venta unitario	\$ 0,85	\$ 3,50

CURSO DE CONDUCCIÓN DE MOTOS

INGRESOS

RUBROS	P. UNITARIO PROMEDIO	Nº DE UNID. AÑO	INGRESO VENTAS AÑO
Curso licencia Tipo A	\$ 140,00	\$ 384,00	\$ 53.760,00
PAPEL RECICLADO	\$ 0,75	\$ 23,00	\$ 17,25
			\$ 53.777,25

RUBROS	VALOR ANUAL USD.
COSTOS FIJOS	\$ 38.299,27
COSTOS VARIABLES	\$ 7.341,39
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 0,19
PRECIO VENTA UNITARIO	\$ 140,00

Figura 34 Punto de equilibrio



La tabla muestra que los costos fijos por \$37.739,29 son una parte considerable de los gastos totales, lo que indica una inversión importante en la operación del curso

de conducción de motos. Los costos variables por \$1.195,55 son relativamente bajos en comparación con el precio de venta y, en consecuencia, contribuyen en menor medida a los gastos totales. Los ingresos generados por los cursos de licencia Tipo A son la principal fuente de ingresos y representan una cantidad significativa en comparación con los costos totales, la inclusión de ingresos provenientes de la venta de papel reciclado diversifica las fuentes de ingresos. Según el cálculo del punto de equilibrio, se necesitaría producir y vender aproximadamente 270 unidades para alcanzar el equilibrio financiero, donde los ingresos igualan los costos, esto proporciona una visión crítica para la toma de decisiones estratégicas y la gestión financiera del curso de conducción de motos.

Tabla 29 Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO AÑO 2023

RUBROS	AÑO 0 AÑO 2023	AÑO 1 AÑO 2024	AÑO 2 AÑO 2025	AÑO 3 AÑO 2026	AÑO 4 AÑO 2027	AÑO 5 AÑO 2028
Ventas		\$ 53.777,25	\$ 56.166,04	\$ 58.660,93	\$ 61.266,65	\$ 63.988,11
Valor de Salvamento de:						\$ 873,30
Costo de Servucción		\$ 23.837,64	\$ 24.171,37	\$ 24.509,77	\$ 24.852,90	\$ 25.200,84
Costo de Administración		\$ 19.615,03	\$ 19.889,64	\$ 20.168,09	\$ 20.450,44	\$ 20.736,75
Costo de Ventas		\$ 2.800,00	\$ 2.839,20	\$ 2.878,95	\$ 2.919,25	\$ 2.960,12
Costo Financiero		\$ 2.400,00	\$ 1.920,00	\$ 1.440,00	\$ 960,00	\$ 480,00
Amortización Activo Nominal		\$ 154,66	\$ 151,30	\$ 151,30	\$ 151,30	\$ 151,30
Utilidad antes de Re. Util e Impu.		\$ 4.969,93	\$ 7.194,53	\$ 9.512,82	\$ 11.932,75	\$ 15.332,39
Reparto de Utilidades 15%		\$ 745,49	\$ 1.079,18	\$ 1.426,92	\$ 1.789,91	\$ 2.299,86
Utilidades antes de Impuestos		\$ 4.224,44	\$ 6.115,35	\$ 8.085,90	\$ 10.142,84	\$ 13.032,53
Impuestos 25%		\$ 1.056,11	\$ 1.528,84	\$ 2.021,48	\$ 2.535,71	\$ 3.258,13
Utilidad Neta		\$ 3.168,33	\$ 4.586,51	\$ 6.064,43	\$ 7.607,13	\$ 9.774,40
Depreciación		\$ 641,58	\$ 641,58	\$ 641,58	\$ 641,58	\$ 641,58
Amortización Activo Nominal		\$ 154,66	\$ 151,30	\$ 151,30	\$ 151,30	\$ 151,30
Inversiones:						
Activo Fijo	\$ 5.155,98					
Activo Nominal	\$ 677,28					
Capital de Trabajo	\$ 22.082,28					
Recuperación de capital de Trabajo						\$ 22.082,28
Flujo de Caja	\$ (27.915,54)	\$ 3.964,57	\$ 5.379,40	\$ 6.857,31	\$ 8.400,01	\$ 32.649,56
Flujo de Caja descontado	\$ (27.915,54)	\$ 3.359,80	\$ 8.422,21	\$ 14.909,66	\$ 22.596,54	\$ 102.100,76
TIR:						20,31%
VAN:						\$30.000,82
PERIODO DE RECUPERACION (AÑOS)						4,40
RELACION COSTO/BENEFICIO						1,18
RENTABILIDAD SIMPLE						23%

La tabla presenta un examen detallado de las proyecciones de flujo de caja de un proyecto que abarca cinco años, iniciando en 2023. Se anticipa un aumento en las ventas, desde \$53,777.25 en 2023 hasta \$63,988.11 en 2027, y se registra un valor de recuperación de \$873.30 en 2028. Los gastos de producción, administración, ventas y financiamiento experimentan variaciones, mientras que las ganancias previas a la distribución y los impuestos aumentan de \$5,529.93 en 2023 a \$15,924.42 en 2027.

Las inversiones iniciales comprenden activos fijos, activos nominales y capital operativo. El flujo de efectivo neto oscila entre -\$27,349.94 en 2023 y \$32,461.37 en 2028, y los flujos descontados se incrementan desde -\$27,349.94 en 2023 hasta \$101,512.27 en 2028. La TIR se establece en 22.00%, el VAN alcanza los \$30,896.48, el período de recuperación abarca 4.07 años, la relación costo/beneficio es de 1.19 y la rentabilidad simple se ubica en 25%, esta información brinda elementos esenciales para la evaluación y toma de decisiones en cuanto a la viabilidad financiera y la gestión del proyecto.

Figura 35 KPI's

<i>Tasa de rendimeinto contable</i>	TRC	41%
<i>Tasa mínima aceptable de rendimiento</i>	TMAR	18%
<i>Valor presente neto</i>	VPN	30000,82
<i>Tasa interna de retorno</i>	TIR	20,31%
<i>Relación Beneficio Costo</i>	RB/C	1,18
<i>Periodo de recuperación de capital</i>	PRC	4 AÑOS
<i>Retorno de la inversión</i>	Marketing ROI	20,68

La tabla presenta diversos indicadores financieros esenciales para la evaluación de un proyecto, por ejemplo, la Tasa de Rendimiento Contable (TRC) se cifra en un 43%, reflejando la relación entre las utilidades y el monto inicial invertido. La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) se sitúa en un 18%, estableciendo un nivel mínimo de rendimiento requerido. El Valor Presente Neto (VPN) asciende a \$30,896.48, resaltando la viabilidad financiera positiva del proyecto. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) se posiciona en 22.00%, superando la TMAR. La Relación Beneficio Costo (RB/C) es de 1.19, indicando que los beneficios son mayores a los costos. El Periodo de Recuperación de Capital (PRC) abarca 4 años, señalando el tiempo necesario para recuperar la inversión. Por último, el Retorno de Inversión en Marketing (Marketing ROI) alcanza un 27.01%, poniendo de relieve el rendimiento del marketing. En conjunto, estos indicadores sugieren la viabilidad y el potencial rendimiento financiero del proyecto.

Conclusiones

Una vez realizada la investigación pertinente se llegaron a las siguientes conclusiones: Se recopiló la información teórica y referencial que ha proporcionado una base sólida para comprender la importancia de la educación vial en la conducción de motocicletas y su impacto en la seguridad vial. Los datos y estadísticas recopilados de fuentes confiables como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), que han resaltado la creciente problemática de accidentes de tránsito relacionados con motocicletas, estos conocimientos son esenciales para fundamentar la necesidad de establecer una Escuela de Conducción de motocicletas en Pujilí.

Se determinó que existe un número considerable de personas que poseen motocicletas y la disposición de muchos a contratar servicios educativos indican una demanda potencial para la escuela, la percepción positiva sobre la utilidad de la educación para reducir accidentes de tránsito y la falta de conocimiento sobre escuelas existentes resaltan oportunidades para el crecimiento, sin embargo, la diversidad en la calidad de los servicios y la incertidumbre en las recomendaciones también sugieren desafíos que deben ser abordados para maximizar los beneficios de la escuela.

Las opiniones sobre la creación de la escuela y su impacto en la reducción de accidentes de tránsito han sido claramente expresadas, dicha información permite una segmentación precisa del mercado y la adaptación de los servicios de la escuela para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes potenciales.

La percepción positiva de la educación vial y la disposición a contratar servicios educativos respaldan la viabilidad de la escuela, la identificación de factores importantes al elegir una escuela, como la flexibilidad, el precio y las instalaciones modernas, guio el diseño de los servicios y la estructura de la escuela, además de la segmentación del mercado en función de las preferencias y necesidades de los clientes potenciales que permitió una estrategia de marketing precisa y efectiva.

En conjunto, los resultados de la encuesta y la información recopilada en la investigación brindan una base sólida para la introducción de la Escuela de

Conducción de motocicletas en Pujilí, los datos respaldan la demanda de educación vial, la necesidad de reducir accidentes de tránsito y la disposición de la comunidad a participar en programas educativos. La combinación de estos factores proporciona una oportunidad valiosa para abordar la problemática de seguridad vial en la zona y contribuir al desarrollo de conductores responsables y conscientes en la conducción de motocicletas.

Recomendaciones

A raíz de la recopilación exhaustiva de datos teóricos y estadísticas confiables, se sugiere que la Escuela de Conducción de motocicletas en Pujilí desarrolle más programas educativos sólidos para expandir el negocio, además de invertir en la publicidad contratando a futuro personal especializado en marketing.

Dada la disposición demostrada por los potenciales estudiantes para invertir en servicios educativos, y considerando la escasa conciencia sobre las escuelas ya existentes, resulta fundamental que la escuela desarrolle estrategias efectivas de marketing y difusión. Esto podría involucrar la organización de eventos informativos, colaboraciones con concesionarias de motocicletas y presencia activa en plataformas digitales y redes sociales.

Para atender de manera eficiente las necesidades y expectativas de los futuros estudiantes, mejora constante de la página web, se recomienda que la institución ofrezca programas de capacitación flexibles que se ajusten a distintos horarios y niveles de experiencia en la conducción. La incorporación de programas específicos destinados a conductores experimentados podría atraer a una amplia gama de alumnos.

Con base en la percepción positiva hacia la educación vial, es esencial que la escuela mantenga altos estándares de calidad en la instrucción y los servicios ofrecidos. Esto implica contar con instructores altamente capacitados y recursos educativos actualizados.

Se recomienda que la institución considere la implementación de programas de seguimiento y evaluación posteriores a la graduación para medir el impacto real de la educación en la reducción de accidentes de tránsito. Promover una cultura arraigada de responsabilidad vial y seguridad entre los estudiantes a lo largo de su formación y más allá de la graduación será crucial para lograr una mejora sostenible en la seguridad vial en la región.

Referencias

- Aguilar , J. (2016). Marco Teórico de las 5 fuerzas de Porter. *Monografías*, 6.
- Álvarez Pinto, F. (2018). Planificación Estratégica de Márketing. *Perspectivas*, 38.
- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria* , 2.
- Apaolaza, M. F. (2018). Plan de Marketing y Estrategia de Posicionamiento para un emprendimiento. *Proyecto de grado*, 89.
- Camarena, V. (2021). Plan de negocios para implementar una escuela de manejo con simuladores. *Esan Business*, 231.
- Castro, E. (2020). Las estrategias competitivas y su importancia . *Ciencias Económicas* , 30.
- Chica, J. C. (2015). Del Marketing de servicios al marketing relacional. *Revista colombiana de marketing*, 9-15.
- Comité de Ensambladoras Japonesas . (2018). Séptimo estudio demográfico de los usuarios de motos en Colombia. *Comité de motos japonesa*, 35.
- Conrad, J. (2023). Mezcla de mercadotecnia: producto, precio, promoción y plaza. *Mezcla de mercadotecnia*, 56.
- Delgado, J. (2022). Digitalización de estrategias de marketing y plataformas de enseñanza para escuelas de conducción profesional. *Revista Kronos*, 11.
- Ecuador, C. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *LEXIS S.A*, 219.
- El Comercio. (16 de Enero de 2023). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/fallecidos-siniestros-transito-movilizaban-motocicletas.html>
- Fernández, V. (2019). Marketing mix de servicios de información. *Bibliotecas de investigación*, 15.
- Godin, S. (2018). Esto es Marketing. En S. Godin, *Esto es Marketing* (pág. 15). Barcelona: Editorial Planeta, S.A., 2019.
- Goicoechea, C. (2018). Una aplicación del marco de las Cinco Fuerzas de Porter al grupo BMW. *Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 17.
- Goicoechea, Celia; Souto, Jaime;. (2018). El modelo de las cinco fuerzas. *Una aplicación del marco de las Cinco Fuerzas de Porter al grupo BMW*, págs. 1-17. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno.2018.v7n2e26.10-27>
- Hernández, J. (2019). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter. *Gestio Polis*, 14.
- Herrera , R., & Baquero, B. (2018). *Las 5 Fuerzas de Porter*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36861655/_PD__Documentos_5_fuerzas_de_porter-libre.pdf?1425517582=&response-content-disposition=inline-filename-

Las_5_Fuerzas_de_Porter_Las_5_Fuerzas_de.pdf&Expires=1692310762&Signature=ebLYYb-G0V166vIGDrgmkfT7

- Herrera Freire, A. (2018). Razones financieras de liquidez en la gestión empresarial. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 10.
- Jaramillo, E. (2018). Nota técnica. *Escuela de alta dirección y administración*, 7.
- La Primicia. (2023). *Primicias*. Obtenido de Economía: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/fmi-crecimiento-pib-ecuador-desempleo/#:~:text=Foto-EFE-,El-MI-prev-que-la-economia-de-Ecuador-crecera-en-2023>.
- Lara, R. (2019). Análisis de la estrategia de enfoques y especialización. *Revista del Centro de Investigación*, 7.
- Martínez, J. (2019). Reestructuración Estratégica de la Academia Metropolitana de Automovilismo LTDA. *Proyecto de grado*, 127.
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (2022). *La Ciencia de la Honestidad*. Obtenido de <https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-skills/honesty.html>
- Omat, O. (2018). El plan de marketing. *Effective Management*, 8.
- Pastor, B. F. (2019). Población y muestra. *PuebloCont*, 244-246. doi:<http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business*, 18.
- Quingalagua, J. (2021). Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicio y mantenimiento de motocicletas. *Tesis de grado*, 50-160.
- Quispe, A., Pinto, D., Huaman, M., Bueno, G., & Valle, A. (2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Rev. Cuerpo Méd*, 78-83. doi:<http://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.131.627>
- RAE. (2022). RAE. Obtenido de <https://dle.rae.es/paciencia>
- Ramírez Rojas, J. (2019). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA. *Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores*, 8.
- Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (16 de Septiembre de 2022). *Reseponsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad*. Obtenido de RSS: <https://responsabilidadsocial.net/etica-que-es-definicion-origen-tipos-y-ejemplos/>
- Reyes, C. (2017). Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro de capacitación. *Tesis de Grado Ingeniero Administración de Empresas*, 228.
- Rubio, P. (2021). *Introducción a la Gestión Empresarial*. NN: NN.
- Tecnalía. (2019). Marco de referencia para la gestión de la seguridad vial. *Eusko Jaurlaritz*, 28.

- Tipán , E. (2022). propuesta de un plan de seguridad para la zona urbana del Cantón Latacunga. *TESIS - ESPOCH*, 109.
- Universidad Latinoamericana. (2018). *Investigación Exploratoria: Fundamentos básicos*.
Obtenido de http://practicaprofesionales.ula.edu.mx/documentos/ULAONLINE/Maestria/MAN/HRM558/Publicacion/Semana_3/Estudiante/HRM558_S3_E_Inv_explo.pdf
- Yépez, G. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo de conocimiento*, 26.
- Yépez, G. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del conocimiento*, 26-42.
- Yépez, G., Quimis , N., & Sumba, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del conocimiento*, 1-26.
doi:DOI: 10.23857/pc.v6i3.2492



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



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



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Marco Andrés Villavicencio Rodríguez**, con C.C: **0550070908** autor del trabajo de titulación: **Identificación del perfil del consumidor de energizantes naturales a base de guayusa en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Mercadotecnia** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **07 de septiembre del 2023**

f. _____

Nombre: **Marco Andrés Villavicencio Rodríguez**

C.C: **0550070908**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Determinación de estrategias para la introducción de una escuela de conducción de motocicletas en la ciudad de Pujilí provincia de Cotopaxi.		
AUTOR(ES)	Marco Andrés Villavicencio Rodríguez		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Juan Arturo Moreira García		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Mercadotecnia		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Mercadotecnia		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	07 de 09 del 2023	No. DE PÁGINAS:	100
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing, Finanzas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Marketing, Plan de Marketing, Escuela de Conducción, Plan Estratégico, Gestión Empresarial.		
RESUMEN:	<p>Este estudio se concentra en crear una propuesta para establecer una Escuela de Conducción de Motocicletas en Pujilí, Ecuador, debido a la creciente problemática de accidentes viales con motocicletas y la necesidad de mejorar la seguridad vial y las habilidades de los conductores de motocicletas en la región.</p> <p>Se inicia con un análisis basado en datos confiables de la OMS y la ANT, resaltando la urgencia de medidas educativas para reducir los accidentes de tráfico. La investigación busca identificar la demanda y preferencias de los posibles clientes mediante análisis demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales, fundamentales para estrategias de marketing personalizadas.</p> <p>La estrategia se basa en la calidad educativa, la seguridad y la tecnología, se proponen programas integrales que abarcan desde teoría hasta habilidades prácticas, además de una plataforma virtual para el aprendizaje. Instructores capacitados y tecnología moderna mejorarán la experiencia educativa.</p> <p>Al término de la investigación, se resalta la viabilidad de la Escuela de Conducción de Motocicletas en Pujilí. Los resultados respaldan la demanda de educación vial, la necesidad de seguridad en la conducción de motocicletas y la disposición comunitaria a programas educativos. Con estrategia sólida, la segmentación de mercado precisa y enfoque en calidad educativa, la escuela tiene potencial para formar conductores responsables y seguros en la conducción de motocicletas.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail: marco.villavicencio@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Jaime Moisés Samaniego López		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			