

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

TÍTULO

**PLAN DE MARKETING PARA LA ESCUELA DE CAPACITACIÓN DE
CONDUCTORES PROFESIONALES "CONDUCE ECUADOR" PARA LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL 2016.**

AUTOR

MICHELLE STEFANIE TOLOZANO LAPIERRE

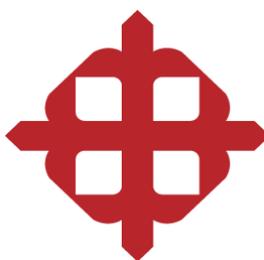
**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA EN MARKETING**

TUTOR

ING. VIRGILIO PESANTES BURGOS. MBA

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTA DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Michelle Stefanie Tolozano Lapierre**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing.

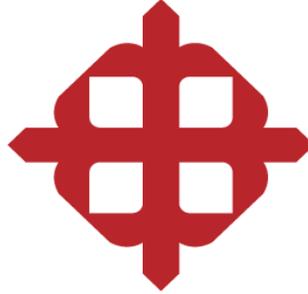
TUTOR

MSc. Virgilio Pesantes Burgos.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Lic. Patricia Torres Fuentes

Guayaquil, a los 19 días del mes de marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTA DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Michelle Stefanie Tolozano Lapierre .**

DECLARO QUE:

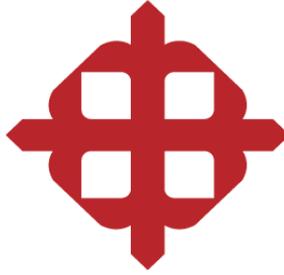
El Trabajo de Titulación **Plan De Marketing Para La Escuela De Capacitación De Conductores Profesionales “ Conduce Ecuador “ Para La Ciudad De Guayaquil año 2016**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 19 días del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA

Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTA DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Plan De Marketing Para La Escuela De Capacitación De Conductores Profesionales “ Conduce Ecuador “ Para La Ciudad De Guayaquil 2016,** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA

Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios mío, por darme la oportunidad de existir, aquí y ahora, por la vida que vivido y los logros que alcanzado gracias a su misericordia.

A ti mi amado Padre, por su continuidad y la fe depositada en mi para finalizar mi carrea.

Gracias por ese ejemplo de lucha y ternura incondicional brindada en mi niñez, querida Abuelita Olga Rodríguez.

Gracias por el cariño y apoyo moral que siempre he recibido de ti Richard, me haya brindado su mano en las derrotas y logros de mi vida.

Especial agradecimiento a mi Director de Tesis al MBA. Virgilio Pesantes Burgos por compartir sus conocimientos, sus consejos y amistad.

Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

DEDICATORIA

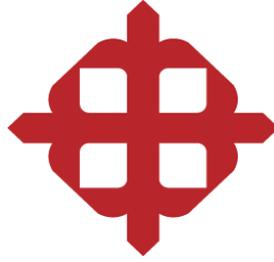
Dedico este proyecto a Dios quien es fuente de amor y sabiduría.

A mi Querido padre, ejemplo de superación, constancia y emprendimiento por inculcarme valores que de una u otra forma me han servido en la vida.

A mis hermanos Gabriela, Emmanuel, Adrián, Fiorella, Laurita, que son mis cómplices del día a día de cada travesura familiar.

A mi Querida madre, que durante su vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita también una dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos.

Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTA DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CALIFICACIÓN

Números

Letras

MBA. Virgilio Pesantes Burgos.
TUTOR

INDICE GENERAL

1. Aspectos Generales	21
1.1. Introducción	21
1.2. Problemática.....	22
1.3. Justificación	22
1.4. Objetivos.....	23
1.4.1 Objetivos Generales	23
1.4.2 Objetivos Específicos	24
1.5. Contextualización	24
1.6. Resultados Esperados.....	24
1.7. Modelo Teorico Del Proyecto.....	25
2. Análisis Situcional	27
2.1. La Empresa	27
2.1.1. Historia	27
2.1.2. Filosofía Empresarial	28
2.1.2.1. Misión.....	28
2.1.2.2. Visión	29
2.1.2.3. Valores.....	29
2.1.2.4. Objetivos Generales.....	30
2.1.2.5. Objetivos Específicos	30
2.1.2.6. Organigrama Estructurar Y Funciones	31
2.1.2.7. Cartera De Servicios	37
2.2. Análisis De Macroentorno.....	38
2.2.1. Entorno Político – Legal.....	38
2.2.2. Entorno Económico	40
2.2.2.1 Producto Interno Bruto	40
2.2.2.2 Inflación.....	41

2.2.2.3	Ingreso Per Cápita	43
2.2.3.	Entorno Socio- Cultural.....	44
2.2.4.	Entorno Tecnológico.....	46
2.2.5.	Entorno Ambiental	47
2.2.6.	Anàlisis P.E.S.T.A	49
2.2.6.1.	Fuerzas Políticas Y Legales	50
2.2.6.2.	Fuerzas Económicas.....	51
2.2.6.3.	Fuerzas Socio – Cultural	52
2.2.6.4.	Fuerza Ambiental	52
2.2.6.5.	Fuerzas Tecnológicas	53
2.2.6.6.	Conclusión Del Macroentorno	54
2.3.	Anàlisis Microentorno	55
2.3.1.	Fuerzas De Porter	55
2.3.1.1.	Rivalidad Del Sector.....	55
2.3.1.2.	Productos Sustitutos	56
2.3.1.3.	Poder De Negociación De Proveedores	56
2.3.1.4.	Poder De Negociación De Los Clientes.....	57
2.3.1.5.	Competidores Entrantes.....	57
2.3.2.	Analisis De Cadena De Valor	57
2.3.3.	Conclusiones Del Microentorno	59
2.4.	Anàlisis Estrategico Situacional	59
2.4.1	Ciclo De Vida Del Producto	59
2.4.2	Participaciòn De Mercado.....	60
2.4.3	Análisis Foda.....	62
2.4.4	Anàlisis Efe- Efi	63
2.4.5	Mckinsey	65
2.5.	Conclusiones Del Capitulo.....	66

3.	Investigación De Mercado	68
3.1.	Objetivos	68
3.1.1.	Objetivos General.....	68
3.1.2.	Objetivo Especifico	68
3.2.	Diseño Investigación.....	68
3.2.1.	Tipo De Investigación	69
3.2.2.	Fuentes De Información	69
3.2.3.	Tipos De Datos.....	70
3.2.4.	Herramientas Investigativas	71
3.3.	Target De Aplicación	71
3.3.1.	Definición De La Población.....	71
3.3.2.	Definición De La Muestra	72
3.3.3.	Perfil Aplicación	73
3.4.	Formato De Cuestionario	74
3.5.	Resultados Levantados	75
3.5.1.	Resultados De La Encuestas	75
3.5.2.	Resultados Del Focus Group.....	91
3.6.	Conclusiones Del Capitulo	95
4.	Plan Estrategico Y <i>Marketing Mix</i>	97
4.1.	Objetivos.....	97
4.1.1.	Objetivo General.....	97
4.1.2.	Objetivos Especificos.....	97
4.2.	Segmentación.....	97
4.2.1.	Estrategia De Segmentación	97
4.2.2.	Macrosegmentación	98
4.2.3.	Microsegmentación	99
4.3.	Posicionamiento	99

4.3.1.	Estrategia De Posicionamiento.....	99
4.3.2.	Posicionamiento Publicitario: Eslogan	100
4.4.	Análisis De Proceso De Compra.....	100
4.4.1.	Matriz Roles Y Motivos.....	100
4.4.2.	Matriz Fcb	101
4.5.	Análisis De Competencia.....	102
4.5.1.	Matriz De Perfil Competitivo	102
4.6.	Estrategias.....	104
4.6.1.	Estrategia Básica De Porter	104
4.6.2.	Estrategia Competitiva	104
4.7.	Marketing Mix	105
4.7.1.	Producto.....	105
4.7.1.1.	Diseño Curricular.....	106
4.7.1.2.	Diagrama De La Flor	107
4.7.1.3.	Evidencia Física	108
4.7.1.4.	Procesos	112
4.7.1.5.	Personas.....	115
4.7.1.6.	Productividad	116
4.7.2.	Precio	118
4.7.3.	Plaza	118
4.7.4.	Promoción	119
4.7.4.1.	Prensa Escrita.....	119
4.7.4.2.	Radio.....	120
4.7.4.2.1.	Cuña Radial	121
4.7.4.3.	Actividades Btl.....	122
4.7.4.4.	Página Web.....	124
4.7.4.5.	Redes Sociales – Facebook.....	125

4.7.4.6.	Promociones En Ventas	125
4.8.	Monitoreo Y Control Del Plan.....	127
4.8.1.	Índices De Gestión Y Responsables De Tareas	128
4.9.	Conclusiones Del Capitulo.....	129
5.	Análisis Financiero	131
5.1	Detalle De Ingresos	131
5.1.1	Proyección Anual De La Demanda.....	131
5.1.2	Calculo De Unidades Vendidas	131
5.1.3	Proyección Mensual De Ingresos	131
5.2	Detalle De Egresos	134
5.2.1	Detalle De Costos.....	134
5.2.2	Detalle De Gastos	135
5.2.3	Detalle De Inversión, Amortización Y Gastos Financieros	136
5.3	Flujo De Caja Mensual.....	137
5.4	Estado De Resultados Proyectado A Cinco Años	138
5.5	Análisis De Factibilidad.....	139
5.5.1	<i>Marketing Roi</i>	139
5.5.2	Tir - Van Y Tiempo De Recuperación	139
5.5.2.1	Van.....	139
5.5.2.2	Tir	140
5.6	Gráfico De Ingresos Y Egresos.....	140
5.7	Conclusiones Del Capitulo	141

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Vehículo Autorizados	28
Tabla 2: Producto interno bruto por clase de actividad económica-2014	41
Tabla 3: Variación mensual de la inflación del 2014	42
Tabla 4 : Indicadores Per Cápita comparativo 2013 – 2014.....	43
Tabla 5: Cuadro comparativo de accidentes y fallecimientos en el 2013 al 2014	45
Tabla 6: Causas probables de siniestros en la provincia del Guayas -2014.	48
Tabla 7: Fuerzas Políticas y Legales	50
Tabla 8: Fuerzas Económicas	51
Tabla 9: Fuerza Socio-Cultural	52
Tabla 10: Fuerza Ambiental.....	52
Tabla 11: 5 Fuerzas de Porter	55
Tabla 12: Cadena de Valor- FODA.....	57
Tabla 13: Cadena de valor.....	58
Tabla 14: Nº De estudiantes matriculados en las Escuelas de Conducción Profesionales 2014.....	61
Tabla 15: FODA.....	62
Tabla 16: Matriz -EFI	63
Tabla 17: Matriz -EFE	64
Tabla 18: Fuentes de Información	70
Tabla 19: Herramientas de Investigación.....	71
Tabla 20 : Número de Vehículos motorizados Matriculados, según su capacidad en toneladas en categoría licencia tipo E	72
Tabla 21: Segmento de Mercado.....	73
Tabla 22: Focus Group	74
Tabla 23: Número de Estudiantes por categoría Sexo	75
Tabla 24: Grupo de edad y género	76
Tabla 25: Nivel de instrucción	77
Tabla 26: La educación y la instrucción	78
Tabla 27: Prestamos Educativos	79
Tabla 28: Tipo de licencia profesional.....	80
Tabla 29: Obtener la licencia profesional tipo E	81

Tabla 30: Por qué no les gustaría obtener la licencia.....	82
Tabla 31: Por qué le interesa la licencia	83
Tabla 32: Matricular vehículos en actividad comercial	84
Tabla 33: Cursos de capacitación para licencia tipo “E”	85
Tabla 34: Le gustaría tomar el curso de capacitación para la licencia tipo E	86
Tabla 35: Horario	87
Tabla 36: Medio	88
Tabla 37: Valor del curso	89
Tabla 38: Cuántas escuelas categoría tipo E	90
Tabla 39: Listado de Integrantes del Focus Group	91
Tabla 40: Resultados de Focus Group.....	92
Tabla 41: Lista de Participantes de Focus Group – “Conduce Ecuador”	93
Tabla 42: Resultados de Focus Group a Estudiantes de “Conduce Ecuador”.	94
Tabla 43: Microsegmentación	99
Tabla 44: Matriz roles y motivos	100
Tabla 45:Matriz de perfil competitivo	102
Tabla 46: Ubicación de las Estrategia Básica de Porter para “Conduce Ecuador”	104
Tabla 47: Estrategia competitiva.....	104
Tabla 48: Duración del curso	105
Tabla 49: Malla curricular licencia tipo E	106
Tabla 50: Personal de “Conduce Ecuador “	115
Tabla 51: Tabla de indicadores de gestión Académica	117
Tabla 52: Tabla de precios	118
Tabla 53: Programa de las publicidades y promociones	119
Tabla 54: Prensa Escrita.....	119
Tabla 55: Desglose de pautas en radio.....	121
Tabla 56: Actividades BTL	122
Tabla 57: Paquete empresarial	124
Tabla 58: Redes Sociales – Facebook costos	125
Tabla 59: Promociones en ventas.....	126
Tabla 60: Cronograma de plan de <i>Marketing</i>	127
Tabla 61: Indicadores	128

Tabla 62 : Proyección anual de inscritos.....	131
Tabla 63: Proyección mensual de ingreso	132
Tabla 64: Proyección de ingreso durante 5 años	133
Tabla 65: Costo del 2016.....	134
Tabla 66: Gastos proyectados 5 años.....	135
Tabla 67: Inversión	136
Tabla 68: Depreciación de los cabezales – Maquinaria	136
Tabla 69: Estado de resultado proyectado.....	138
Tabla 70: <i>Marketing</i> ROI.....	139
Tabla 71: Valor Actual Neto	140

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Modelo teórico, diagnóstico y operacional del proyecto.....	25
Gráfico 2 : Organigrama de la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”.....	31
Gráfico 3 : Sistema de Gestión Académico “Conduce Ecuador”	37
Gráfico 4: Explicación del Impacto y Atractivo	49
Gráfico 5: Ciclo de Vida del producto “Conduce Ecuador”	60
Gráfico 6: Participación de mercado	61
Gráfico 7: MCKINSEY	65
Gráfico 8: Número de Estudiantes por categoría Sexo	75
Gráfico 9: Grupo de edad y género.....	76
Gráfico 10: Nivel de instrucción	77
Gráfico 11: La educación y la instrucción.....	78
Gráfico 12: Préstamos Educativos.....	79
Gráfico 13: Tipo de licencia profesional	80
Gráfico 14: Obtener la licencia profesional tipo E	81
Gráfico 15: Por qué no les gustaría obtener la licencia	82
Gráfico 16: Por qué le interesa la licencia.....	83
Gráfico 17: Matricular vehículos en actividad comercial.....	84
Gráfico 18: Cursos de capacitación para licencia tipo “E”	85
Gráfico 19: Le gustaría tomar el curso de capacitación para la licencia tipo E	86
Gráfico 20: Horario	87
Gráfico 21: Medio	88
Gráfico 22: Valor del curso	89
Gráfico 23: Cuántas escuelas de categoría tipo E	90
Gráfico 24: Macrosegmentación	98
Gráfico 25: Matriz FCB	101
Gráfico 26: Diagrama de la flor de “Conduce Ecuador”.....	107
Gráfico 27: Manejo de la Evidencia Física	108
Gráfico 28: Plano del piso 7 Escuela de Conducción.....	109
Gráfico 29: Motor en Corte	110
Gráfico 30: Laboratorio de computación de Escuela de Conducción	111

Gráfico 31: Proceso de recaudación	112
Gráfico 32: Matriculación	113
Gráfico 33: Proceso de inicio de clase	114
Gráfico 34: Uniformes de administrativos	116
Gráfico 35: Uniformes de instructores lunes a viernes y fines de semana .	116
Gráfico 36: Ubicación de Google Maps.....	118
Gráfico 37: Publicación de licencia Tipo E	120
Gráfico 38: Paleta	122
Gráfico 39: Diseño Publicidad de Paleta 1	123
Gráfico 40: Diseño Publicidad de Paleta 2.....	123
Gráfico 41: Registro en línea – “Conduce Ecuador”	124
Gráfico 42: Cupones de descuento.....	126
Gráfico 43: Ingreso y Egreso	140

RESUMEN EJECUTIVO

Escuela de capacitación de conductores profesionales Conduce Ecuador está ubicada en Pedro Carbo y Boyacá en la ciudad de Guayaquil perteneciente a Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología, dedicado a la Educación superior 17 años.

Actualmente la Escuela está vigente con la segunda promoción de categorización de licencias tipo C, manejando una sola línea de producto en Escuela de conducción, buscando ampliar la gama de servicios en capacitación en educación vial.

La elección de este tema surgió, en una investigación de mercado desarrollada por Conduce Ecuador, donde se estableció ser la escuela con menor número de estudiantes matriculados.

El estudio de mercado se realizó en base a encuestas y Focus Group, que determinaron el perfil del consumidor, los gustos y las preferencias. Al escoger una escuela de conducción, además se determinaron las variables como horarios, valores económicos y beneficios, que permitan al estudiante obtener comodidad durante el transcurso de su enseñanza.

Se determinó que los mayores consumidores son hombres desde 21 años, recalando que actualmente la cuenta de transporte ha crecido en el Producto Interno Bruto.

El plan de *Marketing*, abarcó un número de objetivos basados en el aumento de ventas y el incremento de estudiantes dentro de la escuela de conducción.

Finalmente, la propuesta de este proyecto que implica la creación de un nuevo servicio de capacitación de conductores profesionales equivalente a transporte pesado y extra pesado, provocará un aumento a las ventas de un 45%, tomando en consideración la adquisición del primer año de 2 cabezales para prácticas de conducción de un valor cada una de \$ 45000, en el año 2018 se implantará la compra de 2 camiones, basándose al

incremento de la demanda del servicio, por ser única escuela proveedor del servicio de la licencia tipo E .

Palabras claves:

Categorización de licencia

Psicosensométrico

Índice de mortalidad

Catástrofes

Accidentes de Tránsito

Plan de renovación vehicular

CAPÍTULO 1

ASPECTOS GENERALES

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Superior Tecnológico Bolivariano se encuentra en el mercado Guayaquileño hace 18 años y provee el servicio de educación con 6 carreras en vigencia, divididas entre administrativas, sistema de información, Salud y desarrollo social, en la institución se trabaja con la última tecnología dentro de las aulas de clases .

La escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador” forma parte del Tecnológico Bolivariano desde el año 2012, es decir su creación, esta área académica es la más reciente dentro de la institución y también en el mercado de escuelas de conducción profesional.

En vista de la necesidad de difundir su nombre comercial “Conduce Ecuador”, del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología busca el aumento de participación en el mercado frente a las 6 escuelas de conducción profesional ya existentes.

El presente documento es un Plan de *Marketing* que tiene como enfoque principal el incremento en ventas, buscando desarrollar un nuevo servicio, en el mercado para la ciudad de Guayaquil, mediante la Escuela de Conducción profesional, a través de una correcta aplicación de las estrategias, que harán mejorar las ventas y números de matriculados para las siguientes promociones estudiantiles.

Este sin número de actividades, favorece la correcta utilización de los recursos financieros que posee la empresa para ser rentable y eficaz.

Considerando los factores del macro entorno y micro entorno, el perfil del estudiantes de capacitaciones de conductores profesionales, el desarrollo de la matriz de roles, motivos previos a generar la compra y buscando satisfacer los conductores profesionales en la licencia tipo E.

1.2. PROBLEMÁTICA

La creación de Escuelas de Conducción se basa en la necesidad de disminuir los índices de accidentes de tránsito y muertes provocadas por este particular, donde en el año 2012 se reportaron 23.842 accidentes a nivel nacional con un total de 2.237 muertes a este nivel, solo a la provincia del Guayas, corresponde el 37,91% accidentes y 23,56% muertes siendo la provincia con mayor índice de sucesos. (Agencia Nacional de Tránsito, 2012)

Basándose en la necesidad anterior se creó la Escuela de Capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador” del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano en la ciudad de Guayaquil, comenzando sus actividades el 23 de junio del 2014, emprendiendo con cuatrocientos cincuenta estudiantes.

Dedicada a la capacitación de conductores profesionales en categorización tipo C, al encontrarse en la etapa de crecimiento, la escuela de conducción “Conduce Ecuador”, busca aumentar en las ventas en comparación con las 6 escuelas que existen en la ciudad de Guayaquil, las cuales constituyen su competencia.

La falta de incremento en ventas al respecto a la competencia, generan la necesidad de ampliar la cartera de clientes, el problema está enfocado en que actualmente no existe un plan de *marketing* para “Conduce Ecuador”, que pueda alcanzar los objetivos deseados, vale recalcar que la escuela de conducción desea implementar un nuevo servicio de capacitación para la categorización tipo E, donde podrá realizar el aumento de estudiantes y mejorar la rentabilidad.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La creación de este plan de *marketing* ayudará al desarrollo y capacitación de conductores profesionales en la ciudad de Guayaquil, formando y generando conciencia a prevenir accidentes de tránsito, permitiendo a

contribuir a la sociedad en la disminución de catástrofes y muertes de tránsito.

La escasez actual de conductores de categoría tipo E, genera la necesidad de la escuela en desarrollar el servicio de capacitación.

Al implementar un servicio nuevo en la capacitación en la Escuela de Conducción “Conduce Ecuador “, se crea una demanda de conductores profesionales en la búsqueda de nuevas fuentes laborales en la área de transportación.

El soporte de este plan se basará en la investigación de mercado realizada, con herramientas cualitativas y cuantitativas, desarrollando encuestas a los conductores profesionales y focus group realizado a estudiantes graduados en la 1era promoción de “Conduce Ecuador”, con un análisis situacional que permitirá identificar como se encuentra la empresa frente al mercado.

Se beneficiará el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, con el incremento de ventas en “Conduce Ecuador”, las ganancias de la participación del mercado, reforzará la marca corporativa siendo los primeros en la ciudad de Guayaquil en ofrecer la facilidad del servicio.

Este plan es una guía de los objetivos planteados para “Conduce Ecuador”, para implementar las actividades correspondientes a comunicar la oferta brindada, permitiendo mejorar el aspecto comercial, administrativo, financiero y buscando la mejora en la rentabilidad de la escuela para satisfacer la necesidad actual de falta de conductores profesionales para la transportación pesada y extra pesada.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVOS GENERALES

Desarrollar un plan de *marketing* para la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador “.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Desarrollar un análisis situacional que permita conocer en qué estado se encuentra el entorno actual del mercado de la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”.
- ❖ Realizar una investigación enfocada al análisis de mercado para la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”.
- ❖ Elaborar un plan de *Marketing* enfocado en la captación de mercado para la escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”.
- ❖ Establecer un análisis financiero para el plan de *Marketing* propuesto para la escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”.

1.5. CONTEXTUALIZACIÓN

Territorial:

País:	Ecuador – Prov. Guayas
Región:	Costa
Ciudad:	Guayaquil
Sector Económico:	Sector educativo
Empresa:	Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.
Dirección:	Víctor Manuel Rendón 236 y Pedro Carbo
Campo:	<i>Marketing</i> Estratégico
Área:	Plan de <i>Marketing</i> .

1.6. RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados que se desean alcanzar con el desarrollo del proyecto, se basan en los objetivos establecidos, en donde se espera conseguir las mejores soluciones.

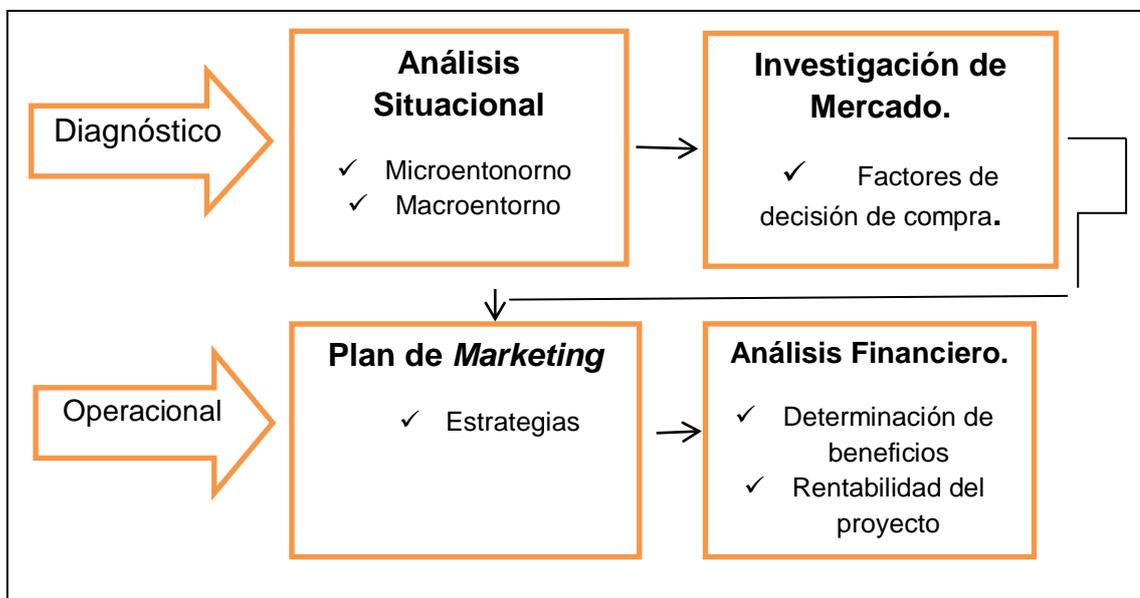
Los resultados a alcanzar deben ser los siguientes:

- ✓ Determinar los factores internos y externos que afectan a la Escuela de capacitación de Conductores profesionales “Conduce Ecuador”.

- ✓ Realizar una Investigación de mercado que permita conocer los factores que influyen a la demanda del servicio Educativo para las licencias profesionales.
- ✓ Desarrollar un plan de *marketing*, orientado correctamente a los consumidores, lo que permitirá al incremento de participación de mercado para la escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”.
- ✓ Evidenciar la sostenibilidad del Plan de *marketing* mediante el análisis financiero.

1.7. MODELO TEORICO DEL PROYECTO

Gráfico 1: Modelo teórico, diagnóstico y operacional del proyecto.



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Análisis situacional: se determinarán las variables microentorno y macroentorno, donde se descubrirá la participación de mercado y números de competidores.

Investigación de Mercado: como herramienta principal se usará el método de encuesta y se determinará un segmento de mercado a satisfacer.

Plan de Marketing: se procederá a realizar la determinación de las estrategias y la clasificación del servicio y métodos necesarios para aumentar la captación de mercado.

Análisis Financiero: se redactarán los costos operacionales del plan de *marketing* y la rentabilidad a brindar al proyecto.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS SITUCIONAL

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. LA EMPRESA

2.1.1. HISTORIA

Mediante el ingreso del proyecto y el acta, N° 19935 AC-ANT-2012, de 02 de julio del 2012, El MSc. Manuel Roberto Tolozano, en calidad de rector del Instituto Superior Bolivariano de Tecnología, solicita la creación de la Escuela de capacitación de conductores profesionales “ Conduce Ecuador “ como parte constituyente de esta institución, y mediante el memorando N° 0579- DESC- ANT -2012, de 07 de septiembre del 2012, se hizo posible el reconocimiento de la realización de la inspección física de las aulas de clases .

Mediante la resolución 071 –DE-2012 –ANT, del 30 de noviembre del 2012 , la agencia nacional de tránsito resuelve autorizar la creación de la Escuela de Capacitación de Conductores Profesionales “ Conduce Ecuador” del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología; el 21 de diciembre del 2012, la Dirección de Escuela de Capacitación de la Agencia Nacional de Tránsito, informa sobre el cumplimiento de los requisitos presentados en el plazo establecido, en el artículo 8 del Reglamento de Escuela de Conducción y como resultados obtenidos en la inspección llevada a cabo el día 14 de diciembre del 2012 al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, se proclama por el Directorio de la Agencia Nacional de Tránsito, la creación y funcionamiento de la escuela conductores profesionales, la cual delega en su Director Ejecutivo, la facultad para que autorice dicha creación y funcionamiento.

Resolviendo las siguientes atribuciones legales:

Autorizar el funcionamiento de la Escuela de Capacitación de Conductores Profesionales “Conduce Ecuador“ del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, en base a los siguientes parámetros de funcionamiento:

- **Nombre de la escuela:** Escuela de capacitación de conductores profesionales "Conduce Ecuador" del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología.
- **Domicilio y jurisdicción de operación:** Cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
- **Categoría de conductores a capacitar :** Licencia de conducir tipo C
- **Vehículos autorizados :**

Tabla 1: Vehículo Autorizados

Modelo	Placa	Matricula vigente
<i>Aveo familia</i>	GSK7583	si
<i>Aveo familia</i>	GSK7579	si
<i>Aveo familia</i>	GSK555	si

Fuente:(I.S.T. Bolivariano, 2012)

Mediante la resolución Nro. ANT –DCTS -2014-0761 de la Agencia Nacional de Transporte, se inició el periodo de matriculación con el cupo de 450 estudiantes.

El 23 Junio del 2014, la Escuela Conducción “Conduce Ecuador”, inicia sus clases en jornadas de lunes a viernes y fines de semana, actualmente está en proceso la primera promoción, ubicada en las Calles Boyacá y Padre Solano.

2.1.2. FILOSOFIA EMPRESARIAL

2.1.2.1. MISIÓN

Una misión específica la o las líneas de negocios en las cuales pretende competir la empresa, así como cuáles son los clientes a los que quiere atender. La misión de la empresa es más concreta que su visión. No obstante, ésta, a semejanza de aquélla, debe establecer la individualidad de la organización, entusiasmar a todos los grupos de interés y ser relevantes para ellos. (Michael A. Hitt, 2008.)

“Formar conductores profesionales multidisciplinarios con sentido de responsabilidad social, responsabilidad ambiental, ética, integridad,

honestidad; altamente capacitados por un personal de primer nivel, para así poder contribuir a la seguridad vial y al proceso de modernización del Transporte Terrestre en el País “(I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 4).

2.1.2.2. VISIÓN

La visión es una panorámica de todo lo que, en un sentido amplio quiere ser una empresa y de aquello que quiere lograr en última instancia. Por consiguiente el enunciado de una misión articula la descripción ideal de una organización y plantea la configuración del futuro que busca. (Michael A. Hitt, 2008.).

Partiendo del planteamiento anterior la Misión de la Escuela Conducción “Conduce Ecuador” es “ser líderes en la formación de conductores profesionales a nivel nacional e internacional, promoviendo una formación multidisciplinaria y avanzada para nuestros estudiantes” (I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 4).

2.1.2.3. VALORES

Los valores cumplen la función transmisora que la generación en la etapa adulta del ser humano se propone, de manera responsable, siendo las creencias compartidas acerca de cómo debe ser la organización y como se debe actuar .(Hax & Majluf, 2009) , Se precisan como valores de la Escuela Conducción “Conduce Ecuador”, los siguientes:

- ✓ **“Honestidad:** todas las acciones de nuestros alumnos se basarán siempre en el cumplimiento de la verdad, respetando todas las Leyes que regulen el transporte terrestre.
- ✓ **Responsabilidad social:** capacitar al chofer de manera que no sienta que al conducir un vehículo ya está cumpliendo su misión, sino que tiene que contribuir al desarrollo de la sociedad.
- ✓ **Responsabilidad ambiental:** crear en nuestros futuros profesionales una mentalidad que cuide el medio ambiente en el que vivimos, impulsando un desarrollo sostenible.

- ✓ **Ética:** formar con sólidos valores éticos a nuestros alumnos de manera, que ante todo siempre busquen hacer el bien en todo lo que hagan
- ✓ **Competitividad:** fomentamos en nuestros alumnos un espíritu emprendedor que promueva su desarrollo tanto en el ámbito personal como en el ámbito profesional.
- ✓ **Trabajo en equipo:** se promoverá que nuestros profesionales puedan formar parte activa dentro de la integración de equipos de trabajo.”(I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 11).

2.1.2.4. OBJETIVOS GENERALES

El objetivo general a nivel comercial se refiere a la determinación de aquellas cuestiones que sirven a la institución para hacer llegar al cliente o consumidor los servicios que ofrece, de la forma más atractiva posible. (Sanchis & Riberio, 2009)

El objetivo general de “Conduce Ecuador” es:

Formar, capacitar y entrenar conductores profesionales, que sumen a la seguridad vial del País, y contribuyan a la modernización del sistema de Transporte Terrestre.

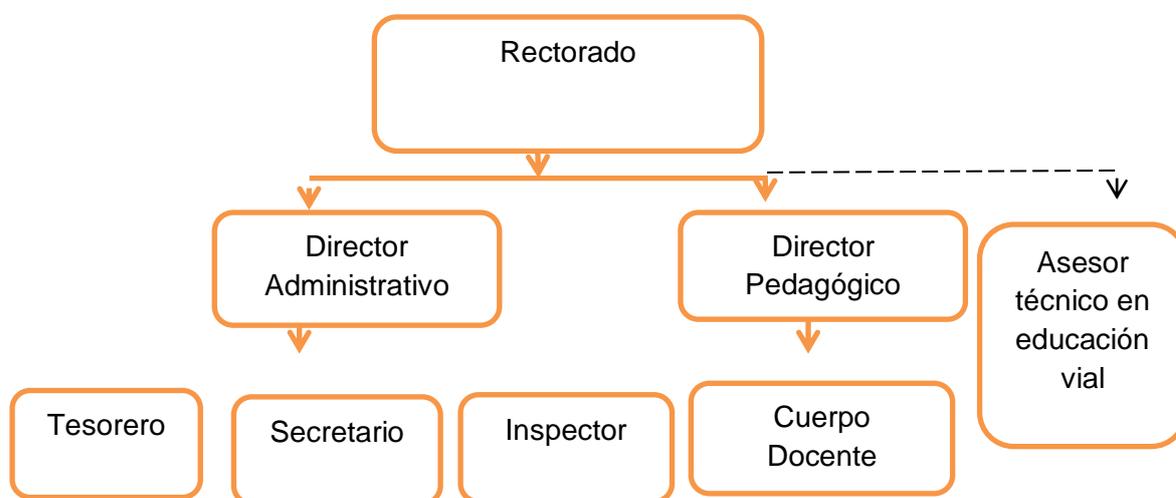
2.1.2.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se desprenden del general y deben ser formulados de forma que estén relacionados al logro contenido en el objetivo general, es decir, que cada objetivo específico este diseñado para lograr sus aspectos esenciales y todos en su conjunto, la totalidad del objetivo general. (Bernal , 2010).

- ✓ Formar con sólidos conocimientos teóricos y prácticos a los futuros choferes profesionales del Ecuador.
- ✓ Lograr sobre la base de una minuciosa formación no solo técnica sino también ética, que los futuros profesionales gocen de la confianza de los usuarios de la transportación terrestre.
- ✓ Mejorar la calidad de formación de los choferes profesionales para así lograr disminuir el alto índice de accidentes de tránsito.

2.1.2.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAR Y FUNCIONES

Gráfico 2 : Organigrama de la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”



Fuente: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Funciones del Director General Administrativo:

- a) “Ejercer la representación de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales bajo su dirección, y en tal sentido, dirigirlo de acuerdo con las normas legales, disposiciones del presente reglamento y las que para el efecto dictare la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial;
- b) Seleccionar y proponer al Consejo Académico la nómina de Docentes e Instructores de Conducción;
- c) Responder por la buena marcha de las actividades administrativas, económicas, educativas, técnicas y el mantenimiento de la disciplina de los estudiantes;
- d) Velar por el cumplimiento estricto de los planes y programas de estudio, aprobados por la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial;
- e) Suscribir los títulos de conductor profesional en conjunto con el Secretario de la Escuela;
- f) Controlar en forma permanente las actividades académicas y administrativas;

- g) Velar por el prestigio de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales de su dirección;
- h) Elaborar anualmente el presupuesto para el funcionamiento de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales de su dirección y enviarlo a la CNTTTSV, y proponer el costo de los cursos para someterlo a la aprobación del Directorio de la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial;
- i) Supervisar las actividades académicas y administrativas; alumnos matriculados, resultados de las pruebas, asistencia, calificaciones o reprobaciones y más novedades que se suscitaren con los alumnos y profesores, en una evaluación permanente para mantener la calidad del proceso de enseñanza - aprendizaje;
- j) Supervisar que los archivos de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales, de su dirección, se lleven conforme a las técnicas modernas; sean debidamente custodiados; y, guarden la documentación de respaldo necesaria;
- k) Elaborar informes de actividades y planes anuales de trabajo;
- l) Resolver consultas, reclamos y dar el trámite pertinente de acuerdo con la ley y los reglamentos correspondientes;
- m) Imponer al personal docente y administrativo bajo su dirección, las sanciones determinadas en el Reglamento Interno” (I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 21).

Funciones del Director Pedagógico

- a) Planificar las actividades educativas;
- b) Realizar los procesos de evaluación y supervisión del cumplimiento de los planes de estudios;
- c) Designar en coordinación con los miembros del Consejo Académico, al Asesor Técnico en Educación y Seguridad Vial, los docentes y a los instructores de conducción de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales;
- d) Proponer al Director General Administrativo, en conjunto con el Consejo Académico la terna para la designación del Inspector de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales;

- e) Revisar, analizar y recomendar el plan y programas de estudios;
- f) Preparar y dictar conferencias o seminarios sobre metodología de la enseñanza al cuerpo docente y de instructores;
- g) Colaborar con el cuerpo docente y de instructores en la elaboración de bancos de preguntas para las pruebas teóricas y prácticas y elaborar cuadros estadísticos sobre el rendimiento de los alumnos;
- h) Supervisar las clases de teoría y práctica que dictan los profesores e instructores respectivamente a efectos de asegurar el empleo de una metodología adecuada y la utilización de medios audiovisuales;
- i) Recomendar y asesorar la elaboración de manuales y textos de enseñanza como ayuda didáctica para el proceso de enseñanza – aprendizaje;
- j) Entregar apoyo y asesoramiento pedagógico al Director General Administrativo y al personal docente;
- k) Mantener en coordinación con el Secretario, el registro de matrículas y de calificaciones, responsabilizándose por su integridad y archivo adecuado;
- l) Elaborar instrumentos de evaluación de las actividades académicas de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales (I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 22).

Funciones del inspector

- a) Supervisar personalmente el proceso de matriculación y cumplimiento de los requisitos reglamentarios por parte de los alumnos;
- b) Controlar que el personal docente, administrativo y alumnos cumplan con sus obligaciones y guarden orden y disciplina, y mantener informados a los Directores General Administrativo y Pedagógico;
- c) Presentar mensualmente al Director General Administrativo y al Director Pedagógico los informes de asistencia de alumnos, docentes e instructores de conducción práctica y del desarrollo en los planes generales de trabajo;
- d) Preparar anualmente el informe general de labores de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales;

- e) Reportar al Director General Administrativo las faltas administrativas en que incurriere el personal docente y administrativo, para imponer las sanciones determinadas en el respectivo Reglamento Interno;
- f) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones administrativas y operativas impartidas por el Director General Administrativo; y,(I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 22).

Funciones del tesorero

- a) Efectuar los egresos y recibir los ingresos, debidamente justificados, sea por facturas o comprobantes y recaudar con la debida diligencia los fondos y asignaciones;
- b) Realizar el registro y contabilización de manera oportuna y documentada de los depósitos realizados por los estudiantes de la escuela o instituto en la cuenta de la institución y llevar un registro diario de dichos depósitos;
- c) Efectuar los pagos que se requieran tanto al personal docente, administrativo y directivos de la institución, sujeto a las normas y reglamento pertinente previo la suscripción de la factura o comprobante respectivo;
- d) Llevar el registro de creación, reposición y liquidación del fondo fijo de caja chica;
- e) Efectuar los egresos y suscribir los comprobantes de pago y cheques conjuntamente con el Secretario de Economía del Sindicato de Choferes Profesionales, en el caso de la escuela; y con el Director General Administrativo, en caso del instituto, enmarcados en las normas legales;
- f) Presentar mensualmente al Contador de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales, los informes del movimiento económico financiero;
- g) Responder solidariamente con el Secretario de Economía del Sindicato, en caso de la escuela, o con el Director General Administrativo del instituto, y el Contador, del manejo de los fondos, ante el órgano que le designó;

- h) Realizar las declaraciones de impuestos ante el organismo estatal competente (I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 23).

Funciones del secretario

- a) Registrar toda la documentación que ingresa, egresa y se genera con relación al funcionamiento de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales;
- b) Atender el despacho con puntualidad y eficiencia, dentro de las horas laborables;
- c) Despachar toda la documentación que haya sido revisada y firmada por el Director General Administrativo;
- d) Conferir, previa autorización del Director General Administrativo, las copias y certificaciones que se solicitaren;
- e) Elaborar oficios, informes, memorandos, telegramas y otros documentos que sean requeridos por el Director General Administrativo, o que deban ser enviados por trámite a diferentes destinatarios;
- f) Informar a los interesados sobre el estado en que se encuentran los trámites que se realizan en la Dirección General Administrativa;
- g) Mantener el registro de la asistencia y puntualidad del cuerpo docente, instructores de conducción y personal administrativo; así también realizará el seguimiento de las tareas asignadas;
- h) Mantener actualizados los libros a su cargo, el archivo, atender el correo y correspondencia como lo disponga el Director General Administrativo, cuando corresponda;
- i) Mantener en coordinación con el Director General Administrativo, el registro de matrículas y de calificaciones, responsabilizándose por su integridad y archivo adecuado;
- j) Registrar todas las actividades académicas y administrativas; alumnos matriculados, resultados de las pruebas de ingreso, asistencia, calificaciones o reprobaciones y más novedades que se susciten con los estudiantes, cuerpo docente, instructores de conducción y personal administrativo;

- k) Crear, mantener y cuidar los archivos conforme a las técnicas modernas (I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 23)

Funciones del contador

- a) Llevar obligatoriamente la contabilidad de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales con los libros de ingresos y egresos;
- b) Elaborar los balances e informes trimestrales de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados y presentar al organismo que le designó cuando sean requeridos;
- c) Preparar la pro forma presupuestaria para cada ejercicio económico;
- d) Responder solidariamente con el Tesorero del manejo de los fondos, ante el organismo que le designó
- e) Mantener actualizado el inventario de los bienes muebles y los registros de los inmuebles de propiedad de la institución que regenta la Escuela o el Instituto de Conductores Profesionales
- f) Determinar los valores a cancelarse en concepto de impuestos, tasas, contribuciones y otros, observando la normativa legal.(I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 24).

Funciones del consejo académico

- a) Conocer el plan de acción anual y sugerir al Director General Administrativo, las modificaciones que creyere convenientes;
- b) Designar al Asesor Técnico en Educación y Seguridad Vial;
- c) Designar de la nómina remitida por el Director General Administrativo y Director Pedagógico, a los Docentes e Instructores de Conducción de la Escuela o Instituto de Conductores Profesionales;
- d) Declarar aptos para rendir las pruebas de suficiencia (exámenes de grado), previo a la obtención del título de conductor profesional, a los alumnos que han cumplido con la asistencia reglamentaria a todas las clases teóricas, prácticas, hayan aprobado todos los módulos de
- e) estudio, y se encuentren aptos psicosensorial para la conducción;(I.S.T. Bolivariano, 2012, pág. 25).

2.1.2.7. CARTERA DE SERVICIOS

“Los servicios son actos, procesos y desempeños proporcionados o coproducidos por una entidad o persona para otra entidad o persona” (Zeithaml , Bitner, & Gremler, 2009, pág. 4).

Licencia profesional tipo C, la cual dentro de la institución genero la creación de un sistema de gestión académica que denominan como: sistema de gestión académica de escuela de conducción, por cual permite al cuerpo estudiantil diversas formas de obtención de información dentro del curso brindado y la retroalimentación de la comunicación con el estudiante a la dirección académica de la escuela de conducción.

El sistema está diseñado con una interfaz sumamente amigable que permite:

- ✓ Visualizar notas, asistencias, syllabus, horarios en línea.
- ✓ Envío de solicitudes a Secretaría General.
- ✓ Presentación profesional de los cursos a dictarse.
- ✓ Tener un historial del estudiante
- ✓ Optimizar el tiempo en un 90% en la elaboración de reportes con información clara y actualizada cuando estos se requieran
- ✓ Acceso en cualquier momento a la información de los estudiantes y profesores.

Gráfico 3 : Sistema de Gestión Académico “Conduce Ecuador”



Fuente: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

Beneficios Estudiantiles en la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador “

- ✓ Servicio Médico
- ✓ Servicio Psicológico
- ✓ Servicio de Orientación Vocacional
- ✓ Servicio de Fisioterapia y Rehabilitación
- ✓ Servicio de Asistencia Social
- ✓ Becas estudiantiles
- ✓ Ayudas financieras
- ✓ Bolsa de empleo para graduados y estudiantes
- ✓ Cuenta del Banco de Sangre en la Cruz Roja Ecuatoriana
- ✓ Charlas educativas e informativas
- ✓ IECE.

2.2. ANÁLISIS DE MACROENTORNO

Los factores del Macro entorno no guardan una relación de causa y efecto con la actividad comercial. Son genéricos y existen con independencia de que se produzcan o no intercambio. Su influencia no se limita a las actividades comerciales y su micro entorno, sino también a otras muchas actividades humanas y sociales (Casado & Et al, 2010).

2.2.1. ENTORNO POLÍTICO – LEGAL

Los sucesos en el entorno político afectan marcadamente al entorno, principal en toma de decisiones en *marketing*; El entorno político consiste en leyes, dependencias del gobierno y los grupos de presión que afecta de una otra manera a la sociedad y el individuo y lo limita a las organizaciones. (kotler & Et al , 2010)

La constitución entró en vigencia el año 2008 bajo la presidencia de Econ. Rafael Correa, a partir de esa fecha se inició estructuraciones, creando así la Asamblea Nacional, El Consejo Nacional Electoral, El tribunal contencioso Electoral y la Corte Nacional de Justicia, en donde se propuso el Plan del Buen vivir.

En la actualidad todas las instituciones educativas están obligadas a acatar lo que dispone la Constitución ecuatoriana, por tanto, deben observar las

leyes, reglamentos y normas de su marco legal, las mismas que propenden a asegurar la calidad de la educación en general.

Al observar la historia se puede advertir que el hombre ha tenido que organizar, guiar y administrar diferentes pueblos y naciones, por lo cual, vio la necesidad de establecer diferentes pasos o procesos, para alcanzar sus objetivos; acorde a las leyes actuales los institutos deben establecer sus políticas a seguir, para definir sus procesos, que coadyuven al eficiente desarrollo del que hacer educativo.

Según Ramírez :(2013) “el Principal objetivo es crear un sistema educación Superior cuyo carácter este asegurando el bien común de las y los ecuatorianos, orientando como la educación superior una democratización del conocimiento y la construcción de un sistema que genere el conocimientos” por lo cual, el impulso del estado actualmente es promover una autonomía y responsabilidad universitaria, que permita a la sociedad el alcance de capacitarse, y promover la coadyuvar a la transformaciones por las cuales la sociedad debe transitar para lograr el objetivo primario que es tener mejores estándares de vida en el Ecuador consiguiéndolo con el Plan de Buen vivir y esto se realizara con la creación de nuevos centros educativos que aporte el conocimiento necesario .

La consecuencia de estas reformas educativas ha generado que la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt), este implementando el proyecto de Reconversión de Institutos Técnicos y Tecnológicos Superiores, consiste en la transformación física y académica de 40 institutos públicos, con lo que se incrementará el ingreso a la educación superior no universitaria.(Senescyt, 2013).

Según la Ley Orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y su respectivo Reglamento General para la aplicación de la Ley Orgánica (2014), en el art 93 ; indica que el certificado o título de aprobación de estudio que otorga las Escuelas de Conducción de choferes profesionales el, SECAP , FEDESOMECE, las universidades, las Escuelas politécnicas y los Institutos Técnicos de Educación Superior debidamente autorizados por la Agencia Nacional, generan en la educación cambios que alteran el sistema de

Educación Superior y favorecen la realización de una innovación dentro del país, induciendo interés de parte del gobierno a encontrar nuevos ingresos económicos y así formar la tendencia de la matriz productiva y las nuevas inversiones del gobierno por parte de la Educación Superior, estimulando la división entre categorías técnicas.

La finalidad del Gobierno Ecuatoriano actualmente es difundir la educación y la capacitación para las actividades económicas que desempeña el individuo basado en la matriz productiva y sus opciones, vigentes para favorecer la transformación de un país proveedor de materia prima a un país líder en desarrollo, lo cual es una iniciativa positiva para el proyecto que va desenvolver que más instituciones públicas o privadas induzcan prestamos educativos, recalcando en el plan del buen vivir vigente para el año 2017, el fomento y la búsqueda del conocimiento a fin de favorecer a la ciudadanía en general.

2.2.2. ENTORNO ECONÓMICO

2.2.2.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO

El Producto Interno Bruto, en una magnitud macroeconómica, la cual expresa valores monetarios de la actividad económica de un país, es correspondiente a todos los bienes y servicios que se obtienen durante un determinado tiempo, normalmente un año (Martinez , 2010).

Haciendo un breve análisis económico sobre las tasas de crecimiento en el producto interno bruto, comparado con el año 2011, 2012 y 2013 (7.79%, 5.14% y 4.21%) (El Telégrafo, 2014), se observa que la economía ecuatoriana mantiene actualmente la tendencia de crecimiento cada año, se vuelve más completo mantener el crecimiento económico, basado a el incremento del gasto público y generando así que el principal inversionista en el país sea el mismo Estado.

Según el Banco Central de Ecuador;(2014) la producción interna ecuatoriana tuvo al principio del primer trimestre del año 2014 un crecimiento del 4.9% comparado con el año 2013 que obtuvo solo el 0.5% durante su primer trimestre, lo cual indica que creció un 4.6%.

En la actualidad se prevé en el Ecuador, sustituir aproximadamente \$ 6000 millones en importaciones, para provocar impulsar la producción Ecuatoriana, con el fin de proceder a la generación de fuentes de trabajo. (Correa , 2014).

Tabla 2: Producto interno bruto por clase de actividad económica-2014

Tasas de variación (a precios de 2007)

Ramas de actividad \ Años CIU CN	2013 (p)	2014 (prev)
Transporte y almacenamiento	5,8	4,8
Enseñanza	0,9	6,0

Fuente:(Banco central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

El Tercer sector que más contribuye al PIB , con el 5.8 % generado en el 2013 y un crecimiento en el 2014 con la estimado en 4.8 %, indica que genera una demanda de adquisición de vehículos para el desempeño de la actividad económica transporte y la actividad económica de enseñanza; se observa que ha aumentado gracias a nuevos cambios legales que favorecen a las escuelas de conducción, y determina un incremento a la demanda, provocando un desplazamiento a la curva de la demanda generando que aumente la oferta de instituciones de Educación Superior, instituyendo nuestro crecimiento industrial .

2.2.2.2 INFLACIÓN

Es una medida económica que se origina en la subida del nivel de los precios afectando los bienes y servicios en determinado periodo de tiempo, para cuantificar este indicador económico se usa el “Índice de precios al consumo”. (Martínez , 2010)

Se observa que al inicio del año la inflación fue del 2.92 % lo cual es favorable para el incremento de la producción, por el poco incremento de los precios al consumidor, pero existió una variación representativa a partir del mes de junio del 2014 con un incremento del 3.67%, lo cual se refleja en el rápido acenso del crecimiento de la inflación , hasta el mes de septiembre con un 4.49 %, lo que indica para el proyecto , esta alza de crecimiento de

los precios, puede determinar comprar productos primarios y dejar de consumir productos o servicios secundarios como la enseñanza .

Tabla 3: Variación mensual de la inflación del 2014

FECHA	VALOR
Enero -31-2014	2,92%
Febrero -28-2014	2,85%
Marzo -31-2014	3,11%
Abril -30-2014	3,67%
Mayo -31-2014	3,41%
Junio -30-2014	3,67%
Julio -31-2014	4,11%
Agosto-31-2014	4,15%
Septiembre-30-2014	4,49%

Fuente:(Banco central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Cuando el indicador es positivo muestra que es favorable para el entorno por su crecimiento y desarrollo del sector, según sus actividades económicas.

El indicador de la económica ecuatoriana es elevado, de acuerdo al actual comportamiento de los precios; en la actividad de enseñanza fue de 3.80% por lo que incrementó las pensiones estudiantiles respecto al año 2013, lo que causó una aumento de inflación en el año 2014, experimentando una variación representativa, en las regiones como la sierra de 0.73% y la región costa del 0.47%”(Universo, 2014).

La inflación induce a la carencia de plazas de trabajo, donde empieza el leve incremento al desempleo nacional que el año 2013 en el mes de junio fue de 3.91% comparado con el mes de junio del 2014 con el 4.65%, representando un incremento del 0,74 % esta variación es significativa para un país que no maneja su propia moneda, lo cual las ciudades con mayor índice de desempleo son Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato.(Instituto de Estadísticas y Censos, 2014).

La ciudad de Guayaquil representa el mayor nivel de desempleo, en el país, con el 6.97% respecto a puntuación, generando nuevas proyectos informales de empleo y resaltando los microempresas, como generadoras de empleo, el aumento de la inflación e incremento de tasas de empleo para el país afecta negativamente, este aspecto.

2.2.2.3 INGRESO PER CÁPITA

El ingreso per cápita tiene una estrecha relación con el ingreso nacional de país, se refiere a la entrada económica que recibe en proporción una persona, una familia, una empresa, correspondiente a la suma de todos los ingresos individuales de un país. (Martinez , 2010).

El PIB per cápita está por debajo del promedio de Latino América y Ecuador se ubica en el último lugar entre los países mencionados, este es un buen indicador de la productividad de la economía a nivel macroeconómico pero no se ha aumentado la productividad en relación a los demás países. (Banco central del Ecuador, 2014).

Cada día el número de personas de la población aumenta y como el PIB per cápita es la división entre el PIB y el número de habitantes se puede decir que el valor puede variar. Lo mismo ocurre con el número de estudiantes en el Tecnológico Bolivariano, cada semestre el número aumenta por la demanda de personas que necesitan estudiar.

Tabla 4 : Indicadores Per Cápita comparativo 2013 – 2014.

VARIABLES \ AÑOS	2013 (p)	2014 (prev)
Población miles de habitantes (*)	15.775	16.027
Dólares		
Producto interno bruto	5.989	6.308
Consumo final de hogares	3.569	3.746
Formación bruta de capital fijo	1.668	1.710
Exportaciones	1.748	1.884
Importaciones	1.894	1.941
Dólares del 2007		
Producto interno bruto	4.252	4.353
Consumo final de hogares	2.636	2.696
Formación bruta de capital fijo	1.158	1.155
Exportaciones	1.144	1.199
Importaciones	1.312	1.340
Tasas de variación en dólares del 2007		
Producto interno bruto	2,96	2,37
Consumo final de hogares	1,53	2,28
Formación bruta de capital fijo	8,92	-0,26
Exportaciones	0,70	4,82
Importaciones	5,31	2,13

Fuente: Banco Central del Ecuador (2014)

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

2.2.3. ENTORNO SOCIO- CULTURAL

La República del Ecuador está situada al Nor-occidente de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico. Tiene una extensión territorial del 283.561 km² incluyendo a las Islas Galápagos. (Pro Ecuador, 2014)

El Ecuador está dividido por 4 regiones naturales: La región Insular, la Región Sierra, La región oriente y La Región Costa, Según datos del INEC (2010): El 75% de la población residen en los centro urbanos, mientras que el 25% habita en la parte rural del país. Los ecuatorianos están concentrados principalmente en las regiones costa y Sierra.

Se destaca la ciudad de Guayaquil por su actividad comercial y el puerto Marítimo Simón Bolívar, siendo el canal de las importaciones y exportaciones del país con una participación del 70% del comercio del Ecuador. (Instituto de Estadística y Censo , 2010).

Según INEN (2010), el grupo mayoritario poblacional se encuentran entre la edad de 15 a 64 años, representado por el 49.15% de hombres y el 50.85% de mujeres, lo cual permite asegurar que en el Ecuador existe más mujeres que hombres.

Se estima que en el Ecuador los índices de mortalidad por accidentes de tránsito tienden a aumentar a nivel nacional y que existirá un promedio de 14 muertos al día y 152 heridos. (Agencia Nacional de Tránsito , 2014), observamos que el cuadro de mortalidad y accidentes se indica que existió un aumento en los últimos meses en accidentes de tránsito lo cual conlleva a preocupaciones en la ciudadanía.

Actualmente la causa de fallecidos en accidentes de tránsito se relacionan con la impericia y las imprudencias del conductor, lo cual conllevó a que hasta septiembre del 2014 existieran 11.125 accidentes cuya principal causa fuera el conductor (Agencia Nacional de Tránsito , 2014).

Tabla 5: Cuadro comparativo de accidentes y fallecimientos en el 2013 al 2014

	2013		2014		Comparación De Fallecidos	Comparación De Accidentes
	Fallecidos	Accidentes	Fallecidos	Accidentes		
Enero	38	606	43	593	5	13
Febrero	54	602	33	587	21	15
Marzo	64	591	52	694	12	-103
Abril	49	623	33	642	16	-19
Mayo	48	614	43	749	5	-135
Junio	49	637	52	637	3	0
Julio	43	680	44	662	1	18
Agosto	52	674	48	626	4	48
Total	397	5027	348	5190	49	-163

Fuente: Dirección de proyectos, Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador (2014)

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

La tasa actual y su crecimiento en el año 2014 fue preocupante en el Ecuador, debido a los cambios legales ocurridos en los último meses, valorado en el capítulo de infracciones y sus nuevas sanciones legislativas, esta herramienta legal no ha detenido los siniestros automovilísticos, según la Agencia Nacional de Tránsito, (2014) que establece que se trabaja permanentemente en la seguridad vial, dentro de sus proyectos actuales para la mejora y creación de escuelas capacitadoras de conductores profesionales, establecer la importancia de las medidas preventivas en la educación vial, lo cual genera positivamente a las instituciones de educación superior, por el incremento de estudiantes para su formación como conductores profesionales , lo que indica que es un cambio de cultura y responsabilidad social para disminuir el índice de mortalidad por accidentes de tránsito.

2.2.4. ENTORNO TECNOLÓGICO

“Es la fuerza que crean nuevas tecnologías y a su vez crean productos y oportunidades de mercado nuevos” (Kotler & Et al, 2010, pág. 76).

La tecnología se va desarrollando en torno a cómo va girando el mercado, la tendencia hoy en día va hacia lo tecnológico y va creciendo de manera rápida en todas las personas, tanto en niños, como en jóvenes, adolescentes y adultos.

Como el mercado va cambiando constantemente el país debe de invertir cada vez más en avances tecnológicos y así poder seguir creciendo. Es necesario ir de la mano con estos cambios, pero la falta de presupuesto es lo que hace difícil realizarlo, si bien es cierto que esto demanda una cantidad alta ya que se necesitan hacer estudios e investigaciones y los mercados son cada vez más competitivos, es por esto que la inversión es un factor determinante que si no se lo hace cuando es debido el país se queda estancado en relación a los demás países. Aquí las relaciones entre países es una buena idea, tratar de negociar con países hermanos u otros países para las mejoras de la tecnología en el país.

En el Ecuador uno de los objetivos de la matriz productiva es incorporar dentro de los 14 sectores productivos y las 5 industrias que aportan con mayor crecimiento el producto interno bruto, para la transformación de las nuevas empresas con aspiraciones a estimular la producción nacional, generando la disminución de la demanda en el rubro de importaciones, incentivando a la creación del valor agregado a la producción interna. (Banco central del Ecuador, 2014)

En el año 2014, se apertura un aumento de importaciones de vehículos, basándose en que su ensamblaje actual sea dentro del país, lo cual es favorable por la razón de que para la Escuela de conducción es más rápido obtener los vehículos correspondientes, para las practicas vehiculares.

El examen psicosenométrico surgió en el Ecuador por las altas tasas de accidentes en que incurrían los vehículos, se vio la necesidad de saber en

qué medida influenciaba el factor humano sobre los hechos. (Charapaqui, 2010).

Actualmente el sistema de tecnología avanzada permite la adaptación de los comandos para un mejor control del automóvil mediante los accionados de los pedales, permitiendo este sistema integrado la movilidad del vehículo, con el fin de mejorar la didáctica en la enseñanza, estos aspectos son positivos para la educación, apoyándose con el simulado de examen psicosenométrico el cual es exigido por el reglamento de escuela de conducción.

El sistema de evaluación psicosenométrica, es exigido en países latinoamericanos, esta tecnología limita muchas veces a los procedimientos y técnicas alternativas que presentaban serias dificultades para calificar con rigor las aptitudes del conductor y determinar ciencia cierta las condiciones del conductor (Charapaqui, 2010), las capacitaciones tienen como fin la prevención de accidentes de tránsito y fomentar la mejora del comportamiento preventivo del individuo.

2.2.5. ENTORNO AMBIENTAL

Guayas es la provincia con mayor población y unas que aporta beneficio económico del Ecuador, actualmente está formada por 25 cantones, 29 rurales y 56 parroquias urbanas, situada geográficamente en una zona privilegiada por su diversidad de una gran variedad de clima, suelo, etnia y un gran ecosistema. (Perfectura del Guayas , 2011).

El clima de la provincia del guayas, así como la costa ecuatoriana en general, es la consecuencia de la presión que desaboca el pacifico suroriental, la nubosidad es fuerte y durante el amanecer y atardecer, la niebla de viento sobre la superficie costanera, los meses de diciembre y abril son conocidos como los meses lluviosos.

Según la disponibilidad de agua son dadas por:

- ✓ Humedales (manglares , lagos)
- ✓ Ríos

- ✓ Mar
- ✓ Presa (Daule peripa)
- ✓ Agua subterránea.(Secretaria Nacional del Agua, 2011)

Este recurso no renovable es considerado para la provincia del guayas el, generador de energía, navegación, turismo entre otros.

El aire es otro factor fundamental a la población las zonas urbanas de la provincia los contaminantes atmosféricos están en las partículas de dióxido de azufre, de monóxido de carbono, de óxido de nitrógeno, de hidrocarburos (Perfectura del Guayas , 2011), entre otros, Guayaquil, es el sector que presenta mayor grado de contaminación, y su índice de calidad de ORAQUI es superior a 100, debido a las emisiones de los tubos de escape, características de combustibles y la cuantificación de la concentración de los contaminantes del aire .(Universidad Central de Quito, 2009), siendo estos cambios climáticos responsables de accidentes de tránsito en la Provincia del Guayas, lo que se puede observar en la tabla 5:

Tabla 6: Causas probables de siniestros en la provincia del Guayas -2014

Causas Probables de siniestros	Ene	Feb	Mar	Abr	Mayo	Jun	Jul	Ago.	Sept	total
Calzada Resbaladiza	3	2	9	0	6	11	5	10	13	59
Daños Mecánicos causado por factor ambiental	20	17	31	16	37	38	40	19	31	249
Total de siniestro causado por factores ambientales										308

Fuente: Dirección de proyectos (Agencia Nacional de Transito , 2014)

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Los cambios climáticos disminuyen la adherencia del neumático a la calzada, por lo que aumenta la distancia de frenado, que puede llegar a duplicarse y causar accidentes de tránsito, por esta razón en lluvia es recomendable ir a menos de 50 km por hora (Icaiza, 2014).

En la provincia del Guayas se refleja el aumento de contaminación, por parque automotriz, lo cual ha generado cambios en el clima de la ciudad, lo que ha provocado, tardes con temperaturas elevadas, que afecta directamente al conductor tanto físico como psicológico, ocasionando la ampliación de accidentes de tránsito, como se observa en la tabla 6, de causas probables de accidentes, en la provincia del Guayas existen 308 casos relacionados con la lluvia, calor, humedad y suelo.

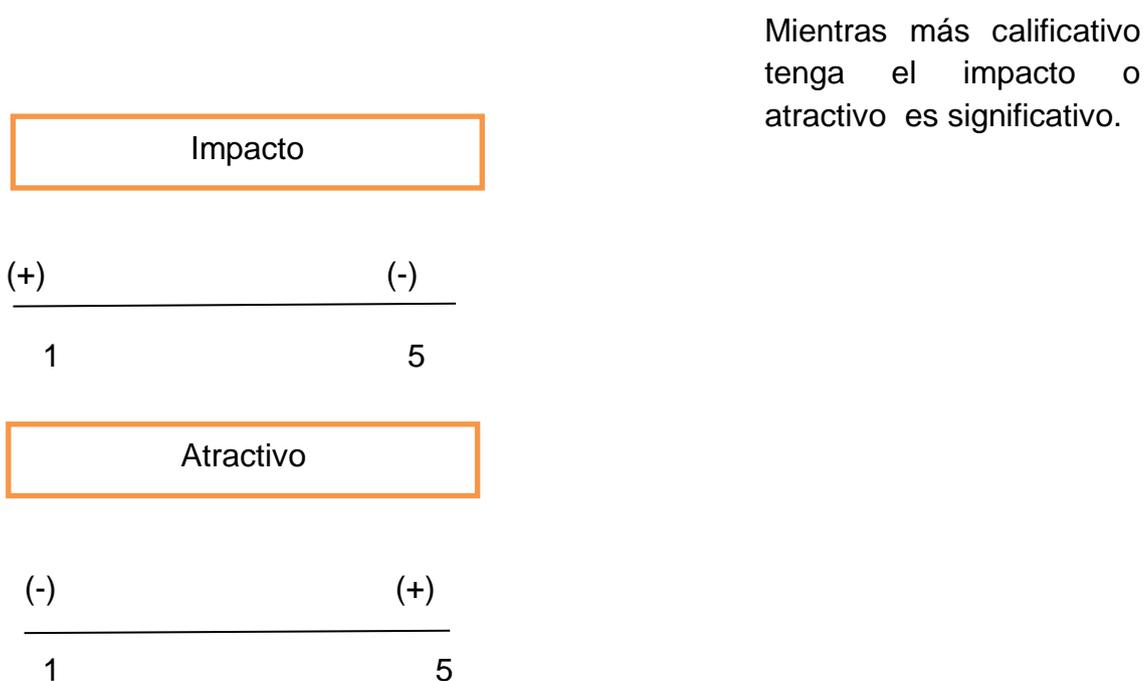
Estos factores ambientales afectan directamente en el proyecto tanto al conductor, como la mecánica de un vehículo, un factor que debe ser considerado para los vehículos de la escuela de conducción.

2.2.6. ANÁLISIS P.E.S.T.A .

La empresa y todos los demás actores que comprenden como macro entorno son los que moldean las oportunidades y generan los peligros a la empresa (Kotler & Armstrong, 2010).

El siguiente análisis de factores de macro entorno lo se puntuará de la siguiente manera:

Gráfico 4: Explicación del Impacto y Atractivo



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

2.2.6.1. FUERZAS POLÍTICAS Y LEGALES

Tabla 7: Fuerzas Políticas y Legales

Fuerzas Políticas y Legales	Impacto	Atractivo
Creación de nuevos Tecnológicos (40 tecnológicos en proyectos del SENECYT)	5	5
Reformas en la ley de Educación Superior	2	4
Reformas en la Ley orgánica transporte terrestre , tránsito y seguridad vial	5	2
Reglamentos y permisos de funcionamientos de los establecimientos educativos.	2	2
Apoyo del gobierno de la mejora educativa	1	4
Matriz productiva del Ecuador	2	4
Promedio	2,83	3.5

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

De acuerdo a la variables determinadas en la tabla 7, el factor político legal, nos afectaría el impacto de la creación de los nuevos tecnológicos por parte del estado y tener un atractivo bajo, donde podríamos tener nuevos competidores en Escuelas de Conducción Profesionales, lo que preocuparía el entorno de negocio que es la capacitación, otro factor importante son las nuevas reformas en la Ley Orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, el cual es el regulador de Escuela de Conducción “Conduce Ecuador”, donde se estableció una puntuación de impacto 5 .

La iniciativa del Gobierno de cambios de materia primaria a aportación del valor agregado, genera un cambio en el comportamiento del pueblo ecuatoriano el cual tiene la necesidad de instruirse, por esa razón aumenta la demanda de individuos interesados en obtener la licencia profesional, porque este factor tiene la puntuación de 4 en atractivo.

2.2.6.2. FUERZAS ECONÓMICAS

Tabla 8: Fuerzas Económicas

Fuerzas Económicas	Impacto	Atractivo
Producto Interno Bruto	3	3
Inflación	5	4
Tasa de desempleo en actividad económica del Transporte	5	1
Restricciones de Importaciones	5	1
Barril del petróleo	5	1
Costo de la canasta básica	4	2
Promedio	4.5	2

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

En el Ecuador, se viven los cambios no tan sólo en la parte legal y policía que es afectada directamente en el sector económico, actualmente el país vive una etapa de transformación que como objetivo principal impacta la necesidad de la mejora continua de la vida de ciudadano ecuatoriano, donde se desencadena el plan del buen vivir, que estipula el aumento de producción nacional donde se toman medidas representativas en restricciones en la importaciones que en los últimos años ha aumentado notablemente a punto de calificarse con un impacto de 5 , por tal razón, aunque aumenten actualmente en el Ecuador no se fabrica repuestos para autos o equipos psicosenométricos .

Por otro lado la producción interna está en ascenso pero de la misma manera la inflación en áreas educativas ha sido representativa por lo que se pondera un impacto de 3 al PIB y a la inflación de 5, porque la educación actualmente es una necesidad para el ecuatoriano, esta se pondera con un atractivo alto de 4.

En la economía ha sucedido algo representativo, ha bajado el valor de venta del petróleo provocando al gobierno explotar otras ramas de fuentes de ingreso, donde se ajusta el presupuesto general del estado donde lo que se pondera con un impacto de atractivo de 1 .

2.2.6.3. FUERZAS SOCIO – CULTURAL

Tabla 9: Fuerza Socio-Cultural

Fuerzas Socio – Cultural	Impacto	Atractivo
Disminución de accidentes de tránsito en el Ecuador.	4	2
Índice de mortalidad por accidentes de tránsito del Ecuador.	4	2
Tasa de Alfabetización.	1	5
Promedio	3	3

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

La fuerza cultural es un factor importante, debido a que es considerado su entorno el comportamiento de nuestro posibles clientes, destacando que el gobierno nacional ha invertido en favor de la mejora en la educación para la población con campañas sobre la conciencia de señales de tránsito y es importante respetar las reglamentaciones, para evitar los accidentes de tránsito, lo cual actualmente en el año 2015 ha aumentado el número de fallecidos por negligencia del conductor; este factor es considerado con un atractivo de 4 , se reconoce que va a provocar la concientización en el país de no más pérdidas humanas. Otro factor es la tasa de alfabetización y el propósito de la disminución con capacitación continua donde el impacto es de 1 considerado positivo y con el atractivo de 5.

2.2.6.4. FUERZA AMBIENTAL

Tabla 10: Fuerza Ambiental

Fuerzas Ambiental	Impacto	Atractivo
Humedad y calor	4	2
Cambios climáticos	4	2
Promedio	4	2

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Este es el factor que no se puede controlar. En el país existen diversas estaciones del año, las cuales son las principales causas de la humedad y el calor, que afectan de manera directa a la población forjando estados de ánimos de los ciudadanos, lo cual es un factor que pervive no tan solo corporalmente si no psicológicamente, actualmente tiene un impacto de 4

por ser unas de las promotoras de accidentes de tránsito en el Ecuador, donde las Escuelas de Conducción Profesional enseñan a sobrellevar situaciones psicológicas y los estados de ánimo de los conductores; por ello su atractivo es ponderado con 2 y es también un factor donde se considera la consciencia ambiental y el cuidado de la atmosfera.

2.2.6.5. FUERZAS TECNOLÓGICAS

Tabla 11: Fuerzas Tecnológicas

Fuerzas Tecnológicas	Impacto	Atractivo
Sistema de gestión académica	1	5
Importaciones de repuestos automotriz	4	2
Adaptaciones de vehículos	5	1
Equipo Psicosenométrico	5	1
Promedio	3.75	2.25

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Esta fuerza está orientada a desarrollo del servicio, el sistema de gestión académico se crea, con el fin de mejorar la comunicación entre el estudiante y el docente, lo cual es una forma digitalizada de volver tangible el servicio a nuestros estudiantes cortando la brecha de la intangibilidad por eso lo consideramos con un atractivo de 5, por esto actualmente la competencia no posee estos sistemas informáticos.

Para el desempeño de nuestro servicio se debe proceder a tener adaptaciones en los autos, para la enseñanza de conducción se considera con una ponderación de atractivo de 5 y de impacto de 1, pero actualmente existe solo un proveedor que realiza estas adaptaciones en los pedales.

Considerando actualmente que un 30% de los vehículos son ensamblados en el país con mano de obra ecuatoriana, estimulando la producción nacional y baja de precio a los vehículos, esta medida estimuló el incremento de importaciones de repuesto de vehículos donde se establece una calificación en impacto de 4 y un atractivo de 2 por las nuevas medidas arancelarias.

El examen psicosenométrico dividido en visión, audición y motricidad, como objetivos a verificar si el aspirante a conductor profesional esta en

capacidades de obtener la licencia, es requisito obligatorio, para la creación de escuelas de conducción y para la matriculación de los estudiantes, este software debe ser actualizado anualmente por nuevas reglamentaciones establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito, no existe en producción nacional, por lo que debe ser importado a países como Colombia, Chile y España, para realizar sus adaptaciones y rangos de aprobación según cada país, se consideró de un impacto significativo de 5 y un atractivo de 1 , la escuela tienen la capacidad adquisitiva y documentación correspondiente para importar este sistema .

2.2.6.6. CONCLUSIÓN DEL MACROENTORNO

Actualmente el Ecuador está viviendo un cambio y transformación política que comienza con la constitución del 2008 y seguida por su plan de buen vivir y el esfuerzo de desarrollo de producción interna, se implementaron proyectos con para la estimulación a la matriz productiva.

La búsqueda de tener capacitada a la población, dedicada al área de transporte, ha generado cambios significativos con la nueva Ley Orgánica de Transporte terrestre, tránsito y seguridad vial con los incisos en el Código Penal, ha provocado el incremento de choferes de la ciudad de Guayaquil y la posibilidad de obtener el título habilitante que es la licencia de conducción, lo cual el incremento de plazas de empleo en esta área ha desembocado la demanda de ingresar al curso de conductores profesionales.

El proyecto de creación de nuevos Institutos de Educación Superior por parte del gobierno ha generado un incremento significativo al gasto público y sus nuevas restricciones a las importaciones, puede afectar a la economía y su crecimiento en áreas específicas como transporte por lo que lo ponderamos como un factor de impacto del 4.5.

La adquisición actual de tecnología dentro del país permite mejorar el pensum académico y establecer un Ecuador con crecimientos tecnológicos que generen nuevos ingresos económicos, ponderándose así como un factor de impacto del 3.75 y atractivo hacia el crecimiento de la institución en un 2.25.

2.3. ANÁLISIS MICROENTORNO

2.3.1. FUERZAS DE PORTER

Tabla 11: 5 Fuerzas de Porter

FUERZAS DE PORTER	Impacto	Atractivo
RIVALIDAD DEL SECTOR	3,2	2
Número de competidores	5	1
Participación de mercado	4	2
Años de competencia	3	3
Presencia de marca	2	2
Acreditación del tecnológico	2	2
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	5
Costo del curso	1	5
Disponibilidad de sustitutos cercanos	1	5
PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	2,3	3,8
Agencia Nacional de tránsito	2	4
Comisión de tránsito de la provincia del Guayas	2	4
Municipalidad de Guayaquil	3	4
Desarrolladores de software	1	5
Concesionarios vehiculares	3	3
Talleres de mantenimiento y Repuesto	3	3
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	1,3	4,0
Pensum académico	1	4
Acción del cliente sobre la empresa	2	4
Tecnología	1	4
COMPETIDORES ENTRANTES	3,3	3,3
Creación de nuevos tecnológicos por Senescyt	4	4
Educación gratuita	4	4
Ingreso de competencia con otras categorizaciones de licencias	2	2
TOTAL	1,9	3,0

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

2.3.1.1. Rivalidad del Sector

Dentro de la rivalidad del sector encontramos, un número de competidores de 6 escuelas de conducción profesional en la ciudad de Guayaquil, diferenciadas por su segmentación, por lo cual lo calificamos como una ponderación de 3,2 en impacto, en tanto la competencia directa es de 5 en impacto con un atractivo de 2, lo cual están en el mercado más de un año, donde se posee una participación de mercado mínima la consideramos con

un promedio de impacto de 3,2 y atractivo de 2, lo cual genera poca inscripción en los cursos de capacitación de conductores profesionales .

Debido al factor de presencia de marca las escuelas competidoras posee inscripciones más de 1000 estudiantes y la escuela de conducción “Conduce Ecuador” comenzó con 450 estudiantes, por ser nuestra primera promoción, con periodo de inscripciones de 30 días se generó un volumen significativo que, comparado con la competencia debe realizar un tiempo de matriculación de 2 meses.

2.3.1.2. Productos Sustitutos

Esta fuerza para los estudiantes de escuela de conducción es **BAJA** por la razón que indica el reglamento de escuela de conducción, para volver a realizar el curso se debe descontar un año para volver a repetirlo y su tiempo de duración es corto, por lo cual el consumidor se enfoca en terminar el curso no existe la permanencia como una carrera de educación superior.

El producto sustituto no existe para la licencia categorización tipo E, lo que no le permite al usuario que se desempeña en la área de transporte, poder conducir vehículos para la actividad comercial en categoría pesados y extra pesados, lo cual se considera un factor que es favorable para “Conduce Ecuador”, la ventaja que tiene son los precios más bajos del mercado, lo que permite establecer una diferencia por costos y se considera en una ponderación en impacto de 1.

2.3.1.3. Poder de negociación de proveedores

De acuerdo a lo que requiere la escuela de conducción para sus operaciones y el funcionamiento de las practicas vehiculares es necesario contar con una buena relación con los talleres para proceder a hacer las adaptaciones en los pedales como indica el reglamento de escuela de conducción y mantener comunicación con los talleres de mantenimiento y repuestos, se le indica una ponderación de 3 correspondiente a impacto; otro parámetro importante en considerar el regulador de las escuelas de conducción es la Agencia Nacional de Tránsito, la cual indica la apertura de matriculación de los siguiente cursos lo que se pondera como 2 por tener

actualmente, por ser el principal gestor y auditor de las operaciones dentro de cada Escuela de conducción .

2.3.1.4. Poder de negociación de los clientes

La necesidad de obtener la licencia profesional por su desempeño económico existe el interés de obtener el curso lo pronto posible este factor como acción del cliente sobre la empresa la puntuamos como 1,3 en impacto, la tecnología que se maneja “Conduce Ecuador”, con aulas con innovación tecnológica y el sistema de gestión academia que permite al estudiante tener la información a tiempo lo ubicamos como 1 en impacto y 5 en atractivo, por tener un servicio de calidad a un valor de la inversión relativamente bajo .

2.3.1.5. Competidores Entrantes

Con base en las publicaciones y resoluciones los cursos tienen un precio estándar de mínimo de \$1126 por lo cual no puede existir competencia dentro de la filosofía de mantener un valor de inversión del curso, al ubicarse sin competencia actual, aunque al existir escuelas con más tiempo en el mercado tienen la opción de poseer otras categorizaciones por lo cual se valora con una ponderación de 4 en impacto y 4 en atractivo.

Según nuevos cambios educativos se establece la realización de nuevos tecnológicos de Educación Superior, que serían competidores nuevos en el mercado, e indicarían nuevas escuelas de conducción, por lo que este factor lo puntuamos como 3,3 en impacto.

2.3.2. ANALISIS DE CADENA DE VALOR

Tabla 12: Cadena de Valor- FODA

	Logística Interna	Operaciones	Servicios	Marketing y Ventas
Abastecimiento	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza	
Desarrollo Tecnológico	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza
Recursos Humanos	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza
Infraestructura	Fortaleza	Fortaleza	Amenaza	Oportunidad

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Tabla 13: Cadena de valor

	Logística Interna	Operaciones	Servicios	Marketing y Ventas
Abastecimiento	Actualización de contenidos académicos para material de estudio.	Adquisición de los Activos fijos para la tangibilidad del servicio	Realización de cursos de capacitación para actualización de las nuevas reformas legales en área de transporte	
Desarrollo Tecnológico	Obtención del Sistema de Gestión académico “Conduce Ecuador “	Implementación de Adaptaciones vehiculares para las practicas vehiculares	Prácticas vehiculares en cabezales y camiones adaptados y, la toma de pruebas psicosensoométricas.	Creación de una página web y redes sociales donde se brinda información sobre los cursos de licencia tipo E, permitiendo la inscripción on line.
Recursos Humanos	Brindar capacitaciones constantes a los docentes e instructores viales, pedagógicamente, para brindar un excelente servicio	Selección de los docentes bajo las normativas de Merito y Oposición	Ferias y campañas viales con el fin de cumplir Vinculación con la comunidad y realizar concientización al respecto de las señales de tránsito	Evaluación de dos docentes al terminar un modulo de clases.
Infraestructura	Adecuación de las aulas de clases según el reglamento de Escuelas de conducción, como regulador Agencia Nacional de Tránsito	Implementación de equipos tecnológicos para el desenvolvimiento de las clases	Falta de parque vial para prácticas vehiculares	ubicados estratégicamente en el centro de la ciudad

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre

La Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador” con la cadena de valor se pudo detectar dentro de las actividades que generan la importancia del servicio es infraestructura, operaciones y servicios que tiene dentro de sus fortalezas las instalaciones y el desarrollo tecnológico instalado.

Además de complementar el servicio con un sistema académico que permite a los estudiantes la verificación de las notas, asistencias y la retroalimentación de la comunicación entre la institución y los estudiantes, generando como una oportunidad la ubicación estratégica de la escuela de conducción entre Boyacá y Padre solano.

2.3.3. CONCLUSIONES DEL MICROENTORNO

La escuela de conducción desea implementar un plan de *marketing*, teniendo en cuenta que actualmente está iniciando sus operaciones, ubicado en la ciudad de Guayaquil posee una rivalidad del sector de 6 competidores directos, con la diferenciación de costos.

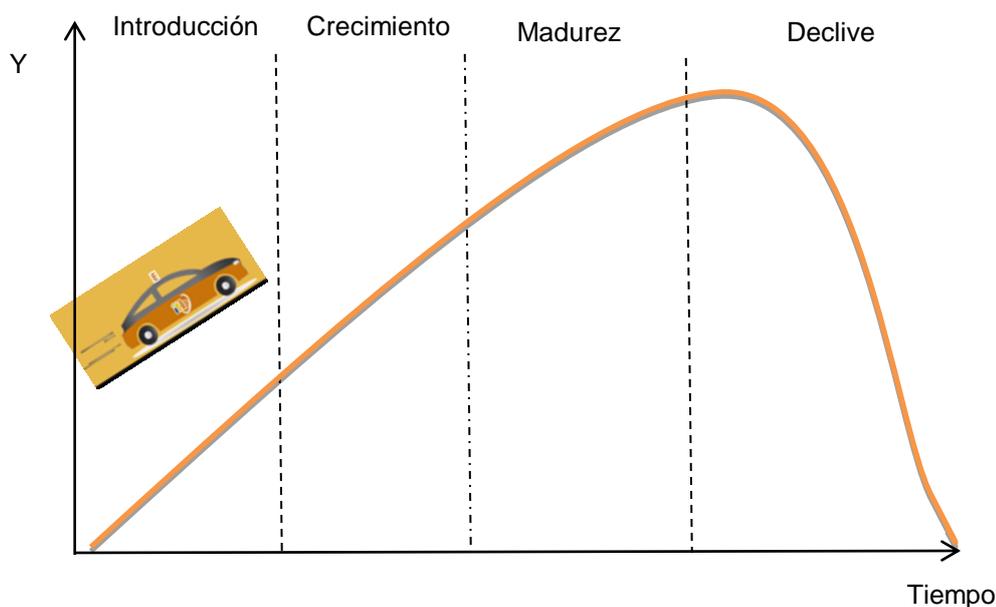
Actualmente con uno de los productos sustitutos, sería la categorización tipo G , la cual otorgan las escuelas profesionales, donde existe un bajo impacto a la escuela de conducción “Conduce Ecuador “, lo cual no permite poder conducir vehículos pesados y extra pesados o dedicarse la actividad económica comercial . Para las actividades y funcionamiento de la escuela se deben tener permisos de matriculación emitidos por la Agencia Nacional de Tránsito y las normativas vigentes sobre la infraestructura y los cuidados en los vehículos para prácticas vehicular, la cual se debe manejar por contratos con concesionarios y talleres especializados en adaptaciones de vehículos, lo cual se considera con un alto impacto dentro segmento operacional de la escuela de conducción.

2.4. ANÁLISIS ESTRATEGICO SITUACIONAL

2.4.1 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El curso de las ventas y utilidades de un producto durante su existencia. (kotler & Et al , 2010, pág. 300).

Gráfico 5: Ciclo de Vida del producto “Conduce Ecuador”



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

La Escuela de Conductores Profesionales “Conduce Ecuador” tiene desde el año 2012 su creación, con un inicio de operaciones el 23 de junio del 2014 con 450 estudiantes matriculados, siendo ésta su primera promoción, lo cual ubica a la Escuela conducción profesional en la etapa de introducción, comparado con sus 6 competencias directas que iniciaron sus actividades desde el segundo periodo del 2012.

Actualmente es una necesidad tener la licencia profesional, para poder desempeñarnos en el área de transporte.

El gráfico 5 es basado a la ventas de “Conduce Ecuador”, del año 2014, donde se encuentra en la etapa de introducción, actualmente inicia su segunda promoción en el mes de marzo del 2015.

2.4.2 PARTICIPACIÓN DE MERCADO

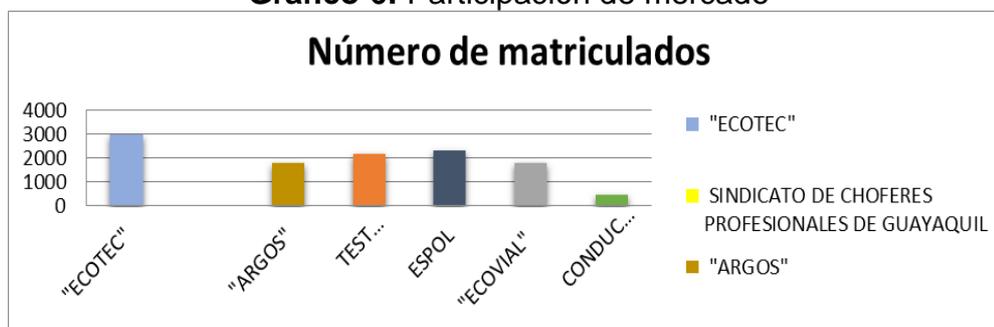
Son las ventas de la institución expresadas como el porcentaje de las ventas total del mercado que se desenvuelve, donde los compradores están dispuestos siempre a consumir ese producto a diferencia de su competencia. (Kotler & Lane, 2006).

Tabla 14: N° De estudiantes matriculados en las Escuelas de Conducción Profesionales 2014.

Categoría tipo C Nombres de la Escuela	N° de Estudiantes Matriculados	
	1º er Periodo	2 do Periodo
Escuela De Capacitación De Conductores Profesionales Del La Universidad "ECOTEC"	1200	1800
Escuela De Capacitación Del Sindicato De Choferes Profesionales De Guayaquil	0	0
Escuela De Capacitación De Conductores Profesionales Del Instituto "Argos"	1000	800
Escuela De Capacitación Del Instituto Espíritu Santo TEST DRIVE	1000	1200
Escuela De Capacitación De Conductores Profesionales De La Escuela Superior Politécnica Del Litoral ESPOL	1500	800
Escuela Del Instituto Superior Libertad "ECOVIAL" - GUAYAQUIL	800	1000
Escuela De Capacitación De Conductores Del Instituto Tecnológico Bolivariano "Conduce Ecuador "	0	450

Fuente:(Agencia Nacional de Tránsito , 2014)
Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Gráfico 6: Participación de mercado



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Se consideró el número de estudiantes matriculados por escuela que ofrece la categoría Tipo C, con el fin de tener una proyección de la participación del mercado de "Conduce Ecuador".

Actualmente en Guayaquil no existe escuela de conductores profesionales que oferte la categoría tipo E.

2.4.3 ANÁLISIS FODA

Tabla 15: FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<p>Implementación de equipos de última tecnología para simulación de educación vial.</p> <p>Selección de personal idóneo, según sus habilidades y conocimientos.</p> <p>La Escuela de Conducción se encuentra formada bajo las normas establecidas por la Ley de Tránsito.</p>	<p>Formación de profesionales altamente competitivos bajo los requerimientos de matriz productiva.</p> <p>La escasez de oferta del servicio de cursos de conducción profesional en Guayaquil.</p> <p>El plan de regulación y modernización del tránsito terrestre nos abre muchas oportunidades de desarrollo.</p>
DEBILIDADES	AMENAZA
<p>Al ser una Institución nueva en el mercado de capacitación de conductores profesionales, podríamos recibir resistencia al inicio de las operaciones.</p> <p>La administración, por el hecho de ser una institución que recién entrará en el mercado, podría no estar del todo capacitado para trabajar situaciones adversas imprevistas por nuestra competencia.</p> <p>Mantenimiento diario de los automotores en repuestos y accesorios.</p>	<p>Falta de parque vial para prácticas vehiculares.</p> <p>Creación de nuevas escuela de conducción.</p> <p>Cambios legales de la Ley de transporte y seguridad vial.</p>

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

2.4.4 ANÁLISIS EFE- EFI

Tabla 16: Matriz -EFI

Matriz -EFI				
Competitividad				
Fortaleza		Peso	Calificación	Valor Ponderado
F1	Implementación de equipos de última tecnología para simulación de educación vial	25%	4	1
F2	Selección de personal idóneo, según sus habilidades y conocimientos	20%	4	0,80
F3	La escuela de conducción se encuentra formada bajo las normas establecidas por la Ley de Tránsito.	10%	4	0,40
Debilidades				
D1	Al ser una Institución nueva en el mercado de capacitación de conductores profesionales, podríamos recibir resistencia al inicio de las operaciones.	20%	1	0,2
D2	La administración, por el hecho de ser una institución que recién entrará en el mercado, podría no estar del todo capacitada para trabajar situaciones adversas imprevistas por nuestra competencia.	15%	1	0,15
D3	Mantenimiento diario de los automotores en repuestos y accesorios.	10%	4	0,40
Total		100%		2,95

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Dentro de la matriz EFI se puede analizar con la relación de Fortaleza y Debilidades desarrolladas en el FODA, respecto a competitividad, teniendo como fortaleza principal el equipo de última tecnología para simulación de la educación vial, actualmente la escuela de conducción profesional posee entre sus activos fijos el equipo psicosenométrico donde tiene un peso de 25%, sin este bien no se puede iniciar las operaciones correspondiente.

Entre las debilidades más representativas esta ser nuevos en el mercado, por lo tanto el consumidor siempre busca referencia nos afectaría en la participación de mercado por lo tanto consideramos un peso de 20% con una calificación de 1.

Tabla 17: Matriz -EFE

Matriz -EFE				
Atractividad				
Oportunidad		Peso	Calificación	Valor Ponderado
O1	Formación de profesionales altamente competitivos bajo los requerimientos de matriz productiva	30%	4	1,2
O2	La escasez de oferta del servicio de cursos de conducción profesional en Guayaquil	20%	4	0,8
O3	El plan de regulación y modernización del transporte terrestre nos abre muchas oportunidades de desarrollo	20%	4	0,8
Amenaza				
A1	Falta de parque vial para prácticas vehiculares.	5%	2	0,1
A2	Creación de nuevas escuela de conducción.	5%	2	0,1
A3	Cambios legales de la Ley de transporte y seguridad vial.	20%	1	0,2
Total		100%		3,2

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

De acuerdo con el análisis realizado por la matriz EFE, se obtuvo como resultado de la relación a las oportunidades y amenazas desarrolladas en el estudio FODA, se observa con una puntuación de 3,2, lo que indica que la "Escuela de Capacitación de Conductores Profesionales" Conduce Ecuador", obtuvo una calificación de 4 en el ítem de formación de profesionales altamente competitivos bajo los requerimientos de matriz productiva, con el peso 30% por la razón de es que obligatorio tener docentes con maestrías .

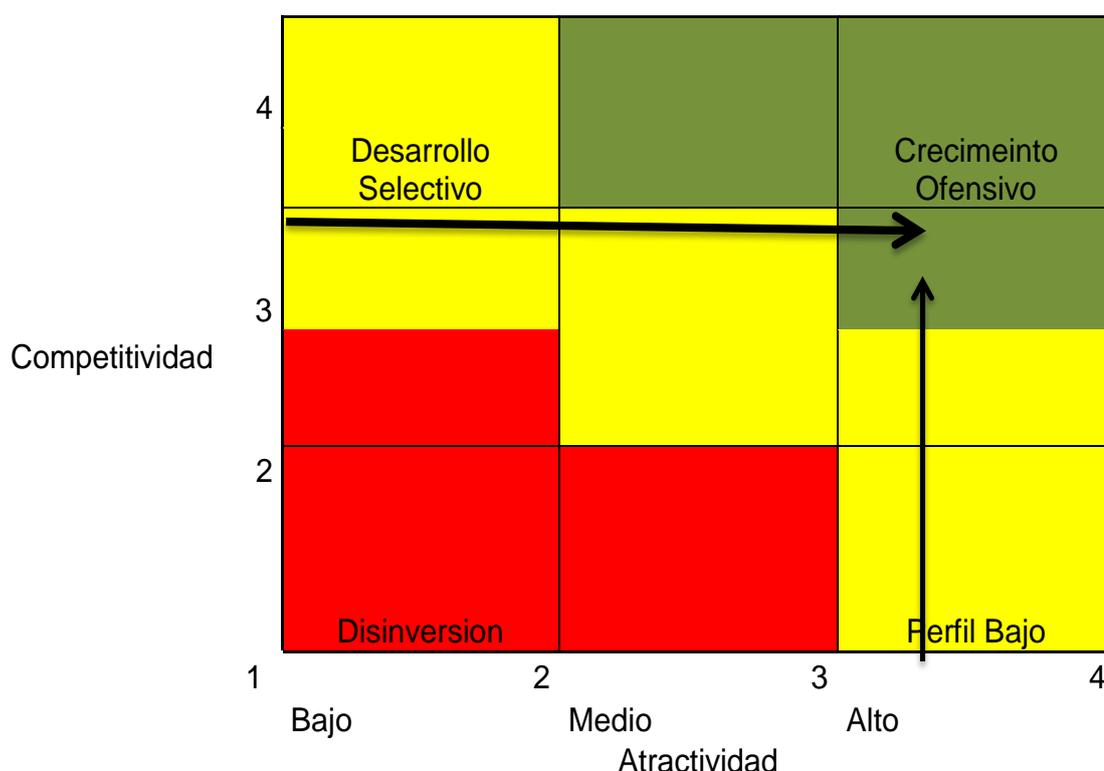
La investigación desarrollada estableció como una amenaza representativa los cambios legales de la Ley de transporte y seguridad vial, donde pueden realizarse una estructuración en obligación de un parque vial, por lo cual consideramos con el 20% en peso y una calificación de 1.

Estas variables vuelven atractivo el proyecto, siendo considerado un negocio por explotar.

2.4.5 MCKINSEY

Se denomina el atractivo del mercado, no basta conocer su tasa de crecimiento, si no el conjunto de las variables del mercado, financieras, tecnológicas, competitivas, económicas y las políticas – legales. De forma similar se estudia la competitividad de un producto y están determinados los ejes del entorno que se estructura para crear la matriz. (Munuera & Rodriguez, 2009).

Gráfico 7: Mckinsey



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

ANÁLISIS:

Podemos observar que en la tabla correspondiente de competitividad y atractivo del mercado, que actualmente existen 6 escuelas en el mercado de capacitación en categorización tipo C, la fuerza de competitividad es de 2.95, considerando que no existe el curso de capacitación para la licencia tipo E y una atractividad a largo plazo de 3.20, goza de una fortaleza en el mercado muy interesante por no existir en la ciudad de Guayaquil ofertantes en la categoría tipo E.

2.5. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

Se concluye que la escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador” del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, es una institución que actualmente posee como mayor fortaleza el desarrollo de tecnología y sistema académicos, lo cual permite brindar un servicio de calidad, basado en la comunicación y la retroalimentación, donde se considera que este desarrollo informático permite abordar los temas importantes en la mejora continua en la capacitación de los docentes.

Se observa que la escuela de conducción profesional es un producto atractivo en el mercado, por los cambios que se han generado en las reformas legales, donde analizamos que entre nuestras amenazas esta la creación de escuelas de conducción.

Este cambio y transformación que actualmente se brinda en el entorno político legal y económico son influyentes a las 5 fuerzas porter, las cuales se ven afectadas en sus variables donde se rescata la idea de que existen 6 escuelas de conducción profesional en el ecuador, actualmente en la ciudad de Guayaquil existían 11550 estudiantes matriculados en el año 2014, como líder del mercado estala ECOTEC, el cual ha obtenido en los 2 periodos un total de 3000 estudiantes equivalente al 26% del mercado, mientras “Conduce Ecuador” del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, estando en su primera promoción y sin haber realizado un plan de *marketing* obtuvo un 4% del mercado en sector de Capacitación para obtención de las licencias profesionales .

CAPÍTULO 3
INVESTIGACIÓN DE
MERCADO

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el vendedor a través de la información, esta se utiliza para definir las oportunidades y problemas de *marketing*; para observar el comportamiento del mercado y para mejorar la comprensión del *marketing* como un proceso. (Mc. Daniel y Gates. 2009)

3.1. OBJETIVOS

3.1.1. OBJETIVOS GENERAL

Definir las variables que determinan el proceso y decisión de compra que influyen al consumidor al momento de adquirir el servicio de capacitación de conductores profesionales para la licencia tipo E.

3.1.2. OBJETIVO ESPECIFICO

Son los fines que persigue la investigación en un tiempo establecido, donde se redacta y detalla el objetivo general (Castillo, 2009). Para este proyecto los objetivos específicos son los siguientes:

- Determinar el perfil del cliente al adquirir el servicio.
- Identificar características que generen confianza al consumidor al adquirir el servicio.
- Investigar los gustos y preferencias al momento de considerar el consumidor la utilización del servicio de enseñanza.
- Conocer los medios de comunicación que se utilizaran para el consumidor potencial para sus requerimientos.

3.2. DISEÑO INVESTIGACIÓN

Es el plan de acción, nos indica la secuencia de los pasos a seguir, permitiendo al investigador planificar los detalles de la tarea investigativa y poder desarrollar las estrategias a seguir con el fin de obtener resultados positivos. (Quezada, 2010).

3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Explorativa: “Es aquella que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior (QUEZADA, 2010).

Descriptiva: “busca identificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (HÉRNANDEZ R., 2009).

Explicativa: va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales (HÉRNANDEZ R., 2009).

La metodología de la investigación empleada está desarrollada como descriptiva concluyente, por la necesidad de obtener información sobre los factores más relevantes sobre los conductores profesionales antes de obtener la licencia tipo E, las acciones motivadoras de ascender, de categorización, donde se analiza el entorno del mercado y la competencia.

3.2.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Según (Quezada, 2010) indica existen dos tipos de información que divide en:

- Fuentes primarias de información
- Fuentes secundaria de información

Fuentes primarias de información: son los documentos que registran o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación (Quezada, 2010).

Fuentes Secundarias de Información: consiste en la información organizada, el análisis, la extracción o reorganización de documentos primarios (QUEZADA, 2010).

Tabla 18: Fuentes de Información

Fuente Primaria	Encuestas
	Focus Group
Fuente secundarias	Biblioteca
	Archivos
	Agencia Nacional de transito

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

La investigación tendrá como fuente primaria y como resultado, los gustos y preferencias que los futuros consumidores establecen al momento de buscar escuelas profesionales de conducción, en cuanto a las fuentes secundarias se pueden emplear como basamento los cambios realizados según la Agencia Nacional de Tránsito, con sus representantes en la ciudad de Guayaquil.

3.2.3. TIPOS DE DATOS

Cualitativos.- (BAEZ, Juan, & DE TUDELA, 2009) “ofrecen al investigador métodos y herramientas variables confiables para hacer de la investigación una fuente de información para toma de decisiones u para aportar información relevante al comportamiento de un mercado específico” .

Cuantitativos.-(COOK, 2009) “En el estudio e investigación de fenómenos sociales, se designa por métodos cuantitativos el procedimiento utilizado para explicar eventos a través de una gran cantidad de datos”

Se utiliza los tipos de datos para desarrollar la investigación y poder corroborar el comportamiento del consumidor, establecer actualmente cual es la Escuela de conducción con mayor presencia en el mercado, con el fin de desarrollar las estrategias correspondientes, para desarrollar el plan de *marketing* para la Escuela de Capacitación para conductores profesionales “Conduce Ecuador “.

3.2.4. HERRAMIENTAS INVESTIGATIVAS

Para la presente investigación se utilizan las herramientas determinadas en siguiente tabla:

Tabla 19: Herramientas de Investigación

Tipo de Investigación	Tipo de Información	Cantidad de muestras/ sesiones	Observaciones
Encuesta	Cuantitativa	384 personas	Choferes de la ciudad de Guayaquil
Focus group	Cualitativa	1 sesión de 10 personas	Hombre y mujeres de 20 años hasta 65 años de edad

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Desarrollo de encuestas: se toma la información correspondiente de la base de datos que tiene el Instituto Tecnológico Superior Bolivariano de Tecnología, con el objetivo de conocer que desean los choferes de la ciudad de Guayaquil.

Desarrollo de Focus Group: se realiza la recopilación y profundización de la información de una manera rápida, teniendo el contacto con los consumidores como la fuente la información donde se pueden identificar la casusa de decisión de obtener el servicio de enseñanza.

3.3. TARGET DE APLICACIÓN

Perfil : Hombre y mujeres de 20 años a 65 años conductores profesionales , con 4to año de bachillerato de clase Media-Baja, Media-Alta y Alta, que necesiten las Licencias profesional tipo E , residentes en la ciudad de Guayaquil y a cantones aledaños, dedicados en esta actividad económica de transporte, con capacidades motriz y condiciones físicas.

3.3.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN

Una vez definido el problema a investigar, formulados los objetivos y delimitadas las variables es necesario determinar los elementos o individuos con quienes se va a llevar a cabo el estudio o investigación. Esta consideración “Conduce Ecuador” a delimitar el ámbito de la investigación definiendo una población de estudio y seleccionando la muestra.

3.3.2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Muestra: “se refiere el número de elementos que se incluirán en el estudio”(MALHOTRA, 2009).

Población Infinita: “es aquella es la que el número de sus elementos no se encuentra delimitado o el número es inmensamente grande”(HÉRNANDEZ R. , 2009). Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, se puede considerar a esta como una población infinita.

Población Finita: “el número de los elementos que integran la población se encuentra delimitada”(HÉRNANDEZ R. , 2009).

Previo a realizar las encuestas se considera el siguiente ejemplo para tomar nuestra prueba de muestreo.

Tabla 20 : Número de Vehículos motorizados Matriculados, según su capacidad en toneladas en categoría licencia tipo E .

Clase	Capacidad en toneladas					Total
	1/4 A 3	3 1/4 A 6	6 1/2 A 9	10 1/2 A 15	1 15/2 Y MAS	
Camión	70.748	34.360	9864	4506	2129	121.607
Camioneta	275227	0	0	0	0	275.227
Furgoneta c	50	13500	37	15	2	13.604
Tanquero	60	894	717	524	390	2.585
Trailer	0	0	0	0	8429	8.429
Volquete	98	2042	2663	2476	3658	10.937
Total	346.183	50.796	13.281	7.521	14.608	<u>432.389</u>

Fuente:(Censo, 2012)

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

En función de esto se establece la siguiente fórmula:

$$k^2 * P * Q * N$$

$$n = \text{-----}$$

$$E^2 * (N-1) + (k^2 * P * Q)$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra (# de encuestas a aplicar).

P = porcentaje de la población (N) que tiene las condiciones. De vehículos matriculados de 432.389 la cual es nuestra población (49%) (0,49).

Q = porcentaje de la población que no cumple (100-P).

k = nivel de confianza (90% al 95%). Valor estándar de 1,96.

E = error muestral en % (5% - 10%). Valor estándar 0,05.

N = tamaño de la población en análisis. Número de habitantes del cantón Guayaquil, 2279

Remplazando con los datos se obtiene lo siguiente:

$$3,84 \times 0,49 \times 0,51 \times 432.389$$

$$n = \text{-----}: n : 384$$

$$0,0025 \times 432.389 + 3,84 \times 0,49 \times 0,51.$$

3.3.3. PERFIL APLICACIÓN

Tiene como finalidad reunir a un grupo de personas con características similares para conocer a los clientes o consumidores, definiendo estrategias y planes de *marketing* con el fin de ir ganando mercado.

Para segmentar el mercado se tomará como base los siguientes criterios:

Tabla 21: Segmento de Mercado

Variables	Subvariables	Resultado
Geográfica	Provincia	Guayas
	Cantón	Guayaquil.
Demográfica	Edad	20 a 64 años
	Instrucción	Media Baja – Media Alta – Alta
Conductual	Beneficios	Aprender a conducir en forma Segura carros comerciales

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

3.4. FORMATO DE CUESTIONARIO

Se va a realizar encuestas en la investigación orientada a los conductores profesionales se diseñar preguntas basadas en factores que se considera al adquirir el servicio, el formato está en anexo # 1 y Focus Group va representar los atributos previos para el consumidor, se puede observar en formato de anexo # 2.

Tabla 22: Focus Group

PERFIL :	Hombres y Mujeres que se dediquen a la actividad económica de transporte. Rango de edad: 21 -65 años Deben pertenecer al extracto socio económico Medio Bajo - Medio Alto - Alto.
MEDIO :	El lugar donde se desarrollara el Focus Group será en Víctor Manuel 236 y Pedro Carbo , un fin de semana , para evitar interrupción que pueda afectar el dialogo de los participantes
RECLUTAMIENTO:	Se realizara una selección aleatoria de los participantes.
MODERADOR:	Michelle Tolozano Lapierre

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Presentación Del Proyecto

- Le damos la más cordial bienvenida y le se agradece de antemano su puntual asistencia.
- Permítanos presentarme: Michelle Tolozano, yo seré la moderadora del Focus Group y por lo tanto les hare las respectivas preguntas acerca de los temas que se proponen continuación.
- Al finalizar la reunión se le invitará a servirse un refrigerio
- Las reglas del juego son las siguientes :
 - ✓ Todos deben de participar, respondiendo las preguntas que se les hará.
 - ✓ La opinión de todos es igualmente valida.
 - ✓ Todos pueden hablar libremente y en el momento que se les ocurra las ideas, pero les pido la mayor sinceridad en sus respuestas.

3.5. RESULTADOS LEVANTADOS

3.5.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTAS

El levantamiento de información se realizó en cooperativas de transporte y sindicatos de choferes de la ciudad de Guayaquil el día 15 de diciembre del 2014 en donde se detalla los resultados de las encuestas de los 384 conductores profesionales en la categoría de licencia profesional tipo C Y E .

Tabla 23: Número de Estudiantes por categoría Sexo

Categoría Sexo	Encuestados	%
Femenino	29	8%
Masculino	355	92%
Total	384	1

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 8: Número de Estudiantes por categoría Sexo



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

De acuerdo con los resultados obtenidos, se observan en las ilustraciones que existe un mayor número de encuestados en género masculino con 92% correspondiente a 355 encuestados seguido por el género femenino con un 8% con una representación de 29 mujeres encuestadas.

Pregunta 1. ¿En qué grupo de edad se encuentra usted?

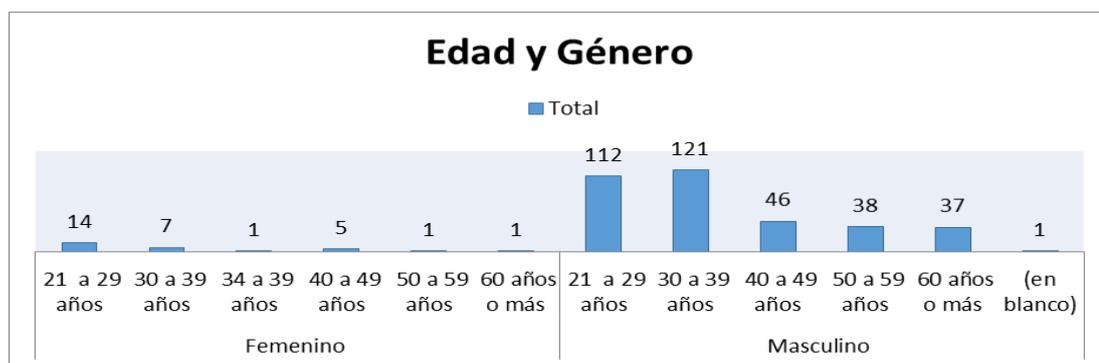
Tabla 24: Grupo de edad y género

Edad y Genero	Encuestados	%
Femenino	29	8%
21 a 29 años	14	3,65%
30 a 39 años	7	1,82%
34 a 39 años	1	0,26%
40 a 49 años	5	1,30%
50 a 59 años	1	0,26%
60 años o más	1	0,26%
Masculino	355	92%
21 a 29 años	112	29,17%
30 a 39 años	121	31,51%
40 a 49 años	46	11,98%
50 a 59 años	38	9,90%
60 años o más	37	9,64%
(en blanco)	1	0,26%
Total general	384	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 9: Grupo de edad y género



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Según los resultados obtenidos se observa que el género más representativo es el masculino con 355 ubicado en los rangos de edad de 30 a 39 años con 121 personas con una ponderación de 31,51% de la población encuestada; el género femenino con 29 encuestadas estableció un rango más representativo entre 21 años a 29 años de edad con 14

personas de la población, indicando que el género masculino es el más representativo y está determinado en las edades entre 21 y hasta 39 años dando una sumatoria de encuestados de 233 para el 60% de la población .

Pregunta 2. ¿Qué nivel de instrucción tiene usted?

Tabla 25: Nivel de instrucción

Nivel de instrucción	Encuestados	%
Femenino	29	8%
Básica	7	2%
Ninguna	5	1%
Primaria	7	2%
Secundaria	8	2%
Superior	2	1%
Masculino	355	92%
Básica	38	10%
Ninguna	73	19%
Primaria	31	8%
Secundaria	184	48%
Superior	28	7%
(en blanco)	1	0%
Total general	384	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 10: Nivel de instrucción



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se establece que el nivel de instrucción de los encuestados el más representativo corresponde a secundaria en el género masculino con 184 personas, seguido por ningún nivel académico con 73 encuestados dando un total entre las variables de 257 correspondiente a la población, lo que indica que el consumidor está con un nivel de formación académica media, teniendo en consideración que la

licencia profesional actualmente se realiza con 4to de colegio o licencias tipo B, donde la población encuestado puede acede al servicio de capacitación.

Pregunta 3. ¿Qué tan importante es para usted la educación?

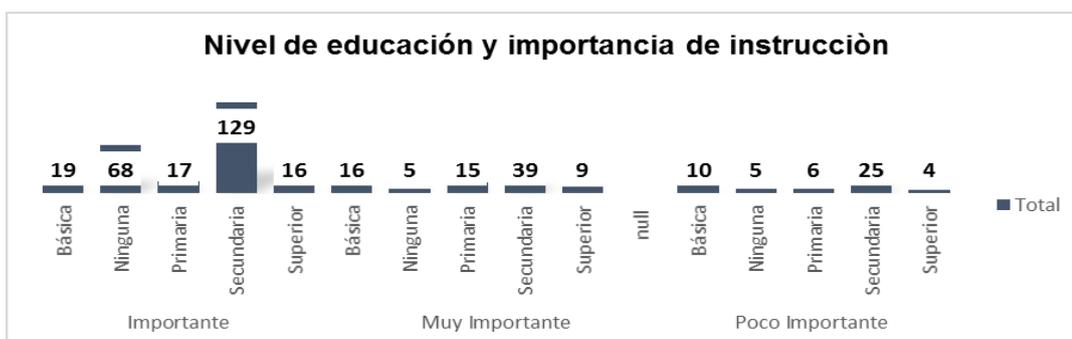
Tabla 26: La educación y la instrucción

La educación y la instrucción	Encuestados	%
Importante	249	65,0%
Básica	19	5,0%
Ninguna	68	17,8%
Primaria	17	4,4%
Secundaria	129	33,7%
Superior	16	4,2%
Muy Importante	84	21,9%
Básica	16	4,2%
Ninguna	5	1,3%
Primaria	15	3,9%
Secundaria	39	10,2%
Superior	9	2,3%
Poco Importante	50	13,1%
Básica	10	2,6%
Ninguna	5	1,3%
Primaria	6	1,6%
Secundaria	25	6,5%
Superior	4	1,0%
Total general	383	100,0%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 11: La educación y la instrucción



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Como indican los resultados brindados por la investigación de mercado el nivel de educación dentro los encuestados más característicos es la educación a nivel de secundaria, donde se indica que para 129 es importante la educación y 39 en la categoría de nivel de educación secundaria determinan que es muy importante, se puede determinar que la población escogida se establece que para 89 personas en general es

considerado importante la educación y para 249 es importante donde se pondera con el 87 % de la muestra determina como significativo la educación .

Pregunta 4.-Sabía que en la actualidad usted puede acceder a préstamos educativos para obtener la licencia profesional

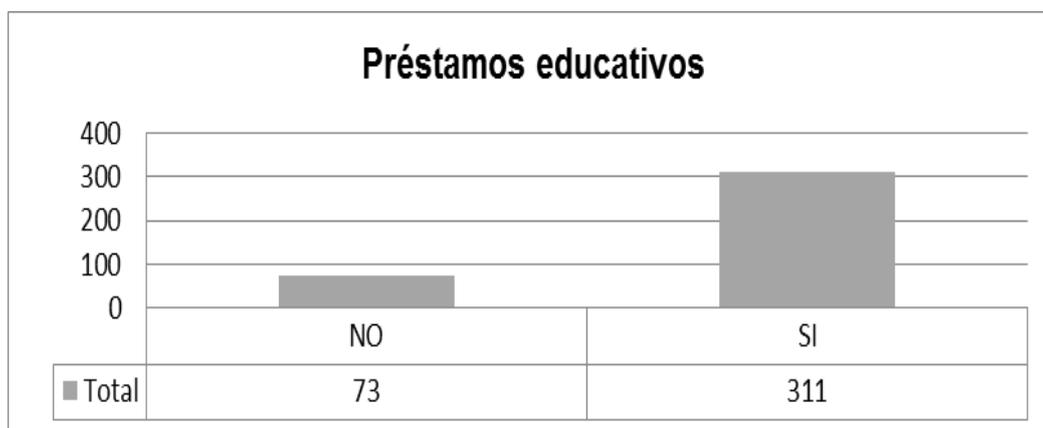
Tabla 27: Préstamos Educativos

Préstamos Educativos	Encuestados	%
NO	73	19%
SI	311	81%
Total general	384	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 12: Préstamos Educativos



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Dentro de la población se precisa el conocimiento para poder adquirir préstamos educativos para la obtención de la licencia profesional con un ponderación del 81% lo cual indica el conocimiento actual de los conductores profesionales para poder ascender de categorización y el 19% de la muestra respondió que no sabía si se podría acceder a préstamos estudiantiles.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de licencia profesional de conducir tiene usted?

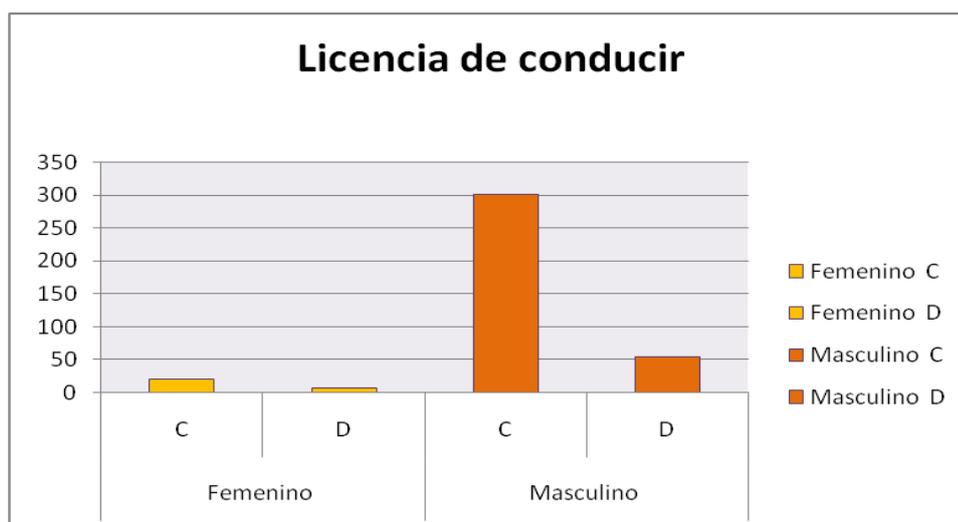
Tabla 28: Tipo de licencia profesional

Tipo de licencia profesional	Encuestados	%
Femenino	29	7,6%
C	21	
D	8	
Masculino	355	92,4%
C	301	
D	54	
Total general	384	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 13: Tipo de licencia profesional



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se observa que las licencias de conducir con mayor población es de categorización tipo C con una representación de 322 personas en donde se desglosan en género masculino 301 y género femenino con 21, donde determina que son el 84% de la población, seguido por la licencia tipo D con un 62% de encuestados, desglosado en el femenino masculino con 54 y género femenino con 8, donde el consumidor tipo se encaja en el perfil del género masculino.

Pregunta 6. ¿Le gustaría obtener la licencia profesional de conducción tipo “E” que le faculte maniobrar, camiones pesados y extra pesados?

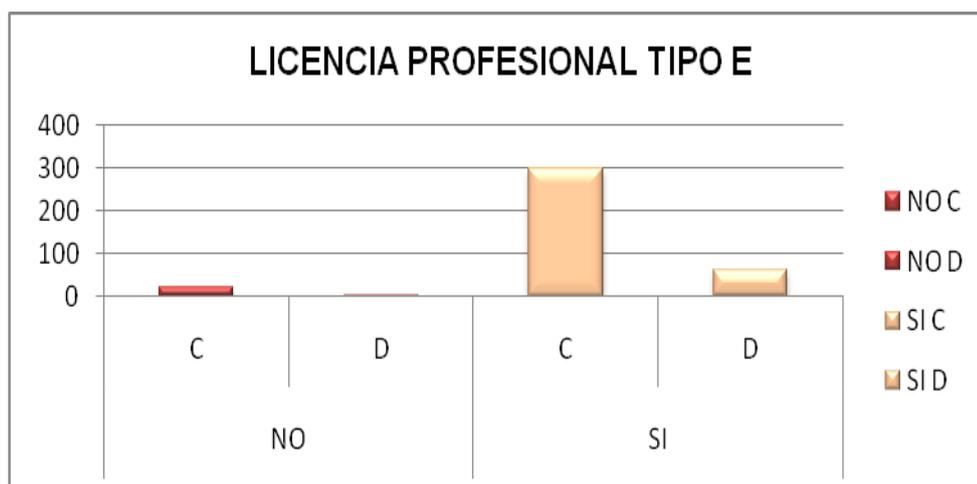
Tabla 29: Obtener la licencia profesional tipo E

Obtener la licencia profesional tipo E	Encuestados	%
NO	24	6,25%
C	22	
D	2	
SI	360	93,75%
C	300	
D	60	
Total general	384	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 14: Obtener la licencia profesional tipo E



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Dentro de la población de los 384 se determina bajo la investigación de mercado que 360 desea obtener la licencia profesional tipo E, donde permite determinar que existe una representación de 93% donde se desglosa en categorías profesionales tipo C Y D, y los usuarios con tipo C con una representación de 78% desean obtener el curso y en categoría de licencia tipo D representado por 60 encuestados, donde se precisa que es viable la apertura del curso de Capacitación profesional para las licencia tipo E.

Pregunta 7. ¿Por qué no le gustaría obtener la licencia de conducción profesional tipo “E”?

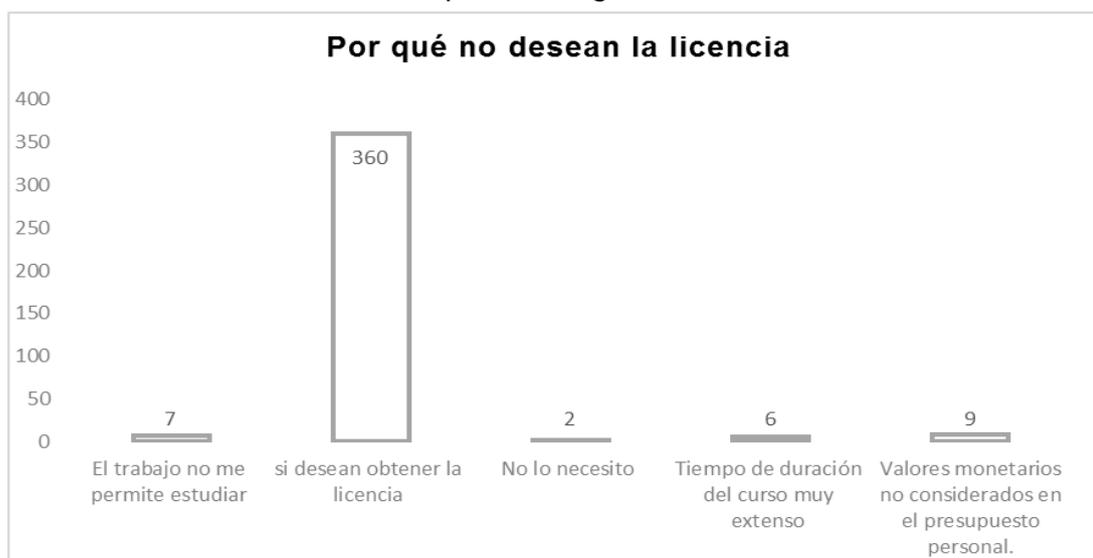
Tabla 30: Por qué no les gustaría obtener la licencia

Por qué no le gustaría obtener la licencia de conducción profesional tipo “E”		
	Encuestados	%
El trabajo no me permite estudiar	7	2%
No lo necesito	2	1%
Tiempo de duración del curso muy extenso	6	2%
Valores monetarios no considerados en el presupuesto personal.	9	2%
Total general	24	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 15: Por qué no les gustaría obtener la licencia



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se observa en la pregunta número 7 de establecer el por qué no desean obtener la licencia profesional con un número de muestra de 24 personas dentro de la población de 384 representado un 7 %, donde se indica que el valor del curso no está considerado en el presupuesto personal con 9 personas, seguido por el tiempo de duración del curso de 9 meses lo considera muy extenso, donde este factor no les permitirá desarrollar otra actividad.

Pregunta 8. ¿Por qué le interesaría la licencia profesional tipo E? .

Tabla 31: Por qué le interesa la licencia

Por qué interesa la licencia	Encuestas	%
Creación de empresas , orientadas a transporte	9	2%
Matriculación de vehículos pesados y extra pesados	39	10%
Recuperación de puntos de licencia de conducir	13	3%
Trabajo	299	78%
Total general	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 16: Por qué le interesa la licencia



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Acorde a los resultados obtenidos se observa que en la muestra el factor más relevante para la adquisición de la licencia profesional es el trabajo con un 78% de la población, seguido por matriculación de vehículos pesados con un 10% lo que indica que actualmente, el motivo para capacitarse en categorización tipo E, es por el nuevo reglamento de transporte lo que no permite laborar sin el documento habilitante determinado según cada modelo de transporte.

Pregunta 9.- ¿Sabía que en la actualidad para poder matricular vehículos en actividad comercial necesita la licencia profesional?

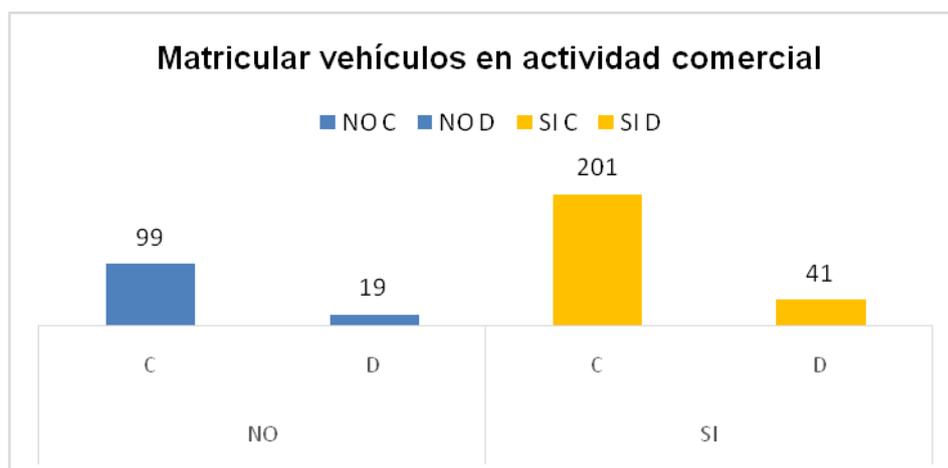
Tabla 32: Matricular vehículos en actividad comercial

Matricular vehículos en actividad comercial	Encuestas	%
NO	118	33%
C	99	28%
D	19	5%
SI	242	67%
C	201	56%
D	41	11%
Total general	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 17: Matricular vehículos en actividad comercial



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se determina que los conductores profesionales con categorización tipo C constituyen el rango más representativo con 201 con el 56% de la población que tienen el conocimiento de que necesitan la licencia según el transporte que vayan a matricular a la Agencia Nacional de Tránsito, Municipio locales, donde permitirá la continuidad de las actividades comerciales y el 118 personas de la población determinaron que no sabía la necesidad de la licencia profesional para la matriculación del transporte pesado, lo cual es obligación con la nuevas reformas de tránsito .

Pregunta 10. ¿Estaría usted de acuerdo en que se creara los cursos de capacitación para licencia tipo “E” de la ciudad de Guayaquil?

Tabla 33: Cursos de capacitación para licencia tipo “E”

Cursos de capacitación para licencia tipo “E”	Encuestas	%
NO	24	7%
NO	19	5%
SI	5	1%
SI	336	93%
NO	1	0%
SI	335	93%
Total general	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 18: Cursos de capacitación para licencia tipo “E”



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Teniendo un resultado favorable que 335 conductores profesionales contestaron que si están de acuerdo con la creación de capacitaciones para la licencia tipo E, donde de esta muestra indica que 336 tienen el conocimiento de los prestamos educativos que otorga el gobierno actualmente y con ponderación de 1 se determina que no tenía el conocimiento de los créditos educativos existentes, seguido por 19 personas que no consideran necesaria la creación de cursos para la licencia.

Pregunta 11. ¿Le gustaría tomar el curso de capacitación para licencia tipo “E” Escuela de Capacitación de Conductores Profesionales “Conduce Ecuador” del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología?.

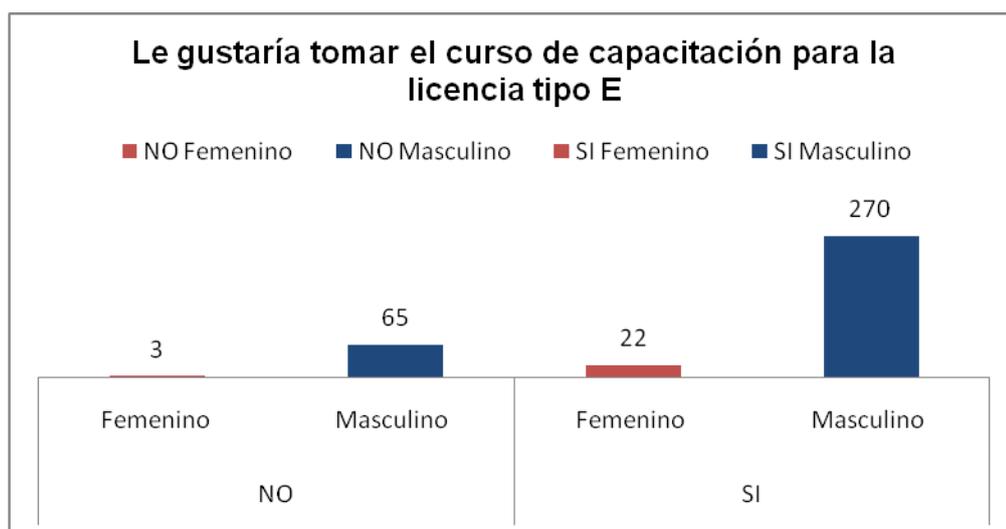
Tabla 34: Le gustaría tomar el curso de capacitación para la licencia tipo E

Le gustaría tomar el curso de capacitación para la licencia tipo E	Encuestados	%
NO	68	19%
Femenino	3	1%
Masculino	65	18%
SI	292	81%
Femenino	22	6%
Masculino	270	75%
Total general	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 19: Le gustaría tomar el curso de capacitación para la licencia tipo E



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se considera que 292 conductores profesionales escogidos para la población indicaron que están dispuestos a acceder al curso de capacitación, donde se establece con una participación significativa en el género masculino con 270 que es 75% de la población, seguido por 22 mujeres encuestadas que establecen que están dispuestas a tomar el curso de capacitación, dando una sumatoria de 81% de la población.

Pregunta 12. ¿En qué horario le gustaría realizar el curso?

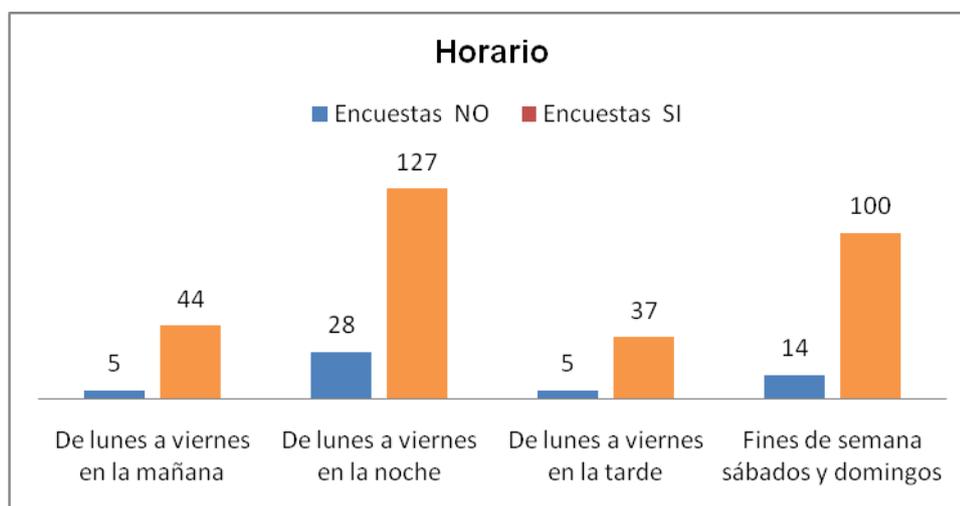
Tabla 35: Horario

Horario	Encuestas		Total general	%
	NO	SI		
De lunes a viernes en la mañana	5	44	49	14%
De lunes a viernes en la noche	28	127	155	43%
De lunes a viernes en la tarde	5	37	42	12%
Fines de semana sábados y domingos	14	100	114	32%
Total general	52	308	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 20: Horario



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se observa en la muestra que el horario más considerado por los estudiantes es de lunes a viernes en modalidad nocturna con 127 conductores profesionales, seguido por el horario de fines de semana sábados y domingo con 100, teniendo la representación más baja con en el horario presencial en la mañana y tarde con 14% y 12% de las personas. Esta pregunta permitirá determinar la capacidad de producción y los horarios con más inscripciones, permitiendo determinar la distribución de las aulas de clases.

Pregunta 13. ¿De qué manera le gustaría enterarse de la realización del curso de conducción profesional para la licencia tipo “E”?

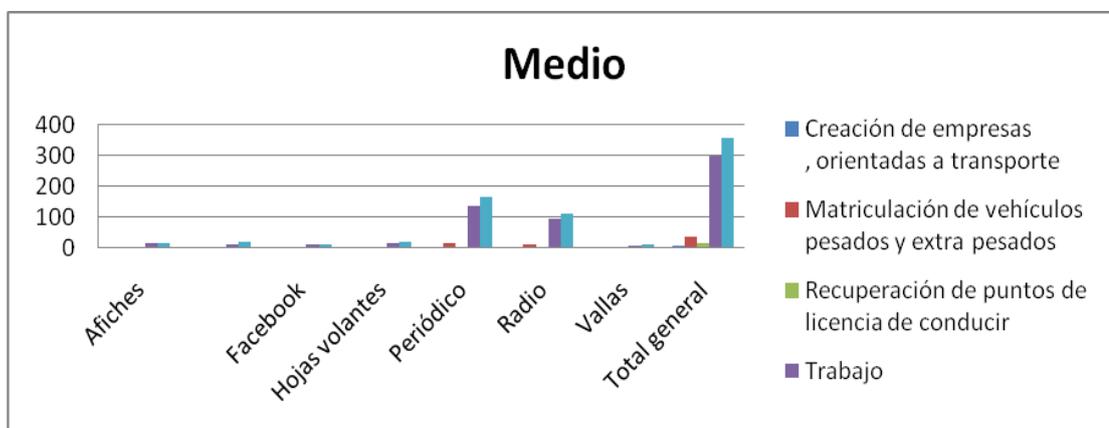
Tabla 36: Medio

MEDIO	Afiches	Correo	Facebook	Hojas volantes	Periódico	Radio	Vallas	Total general
Creación de empresas, orientadas a transporte	1	1		1	4	1	1	9
Matriculación de vehículos pesados y extra pesados	2	4		1	18	14		39
Recuperación de puntos de licencia de conducir		3		2	4	3	2	14
Trabajo	15	11	12	17	139	94	10	298
Total general	18	19	12	21	165	112	13	360

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 21: Medio



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se observa que el medio más utilizado entre la población, es el periódico con 139 personas, donde respondieron estar interesados en el curso por trabajo, seguido por el medio de la radio con 94 personas teniendo un total de 298 encuestados interesados en obtener el curso y considerando redes sociales, Facebook con un 12 conductores interesados en obtención del curso.

Lo cual permite tener un panorama de los medios más representativos para nuestro target y la motivación de ingreso al curso es dedica a su trabajo o nuevas fuentes de empleo que les brinda la licencia tipo E.

Pregunta 14. ¿Hasta cuándo estaría dispuesto a pagar por el curso de capacitación licencia tipo “E”?

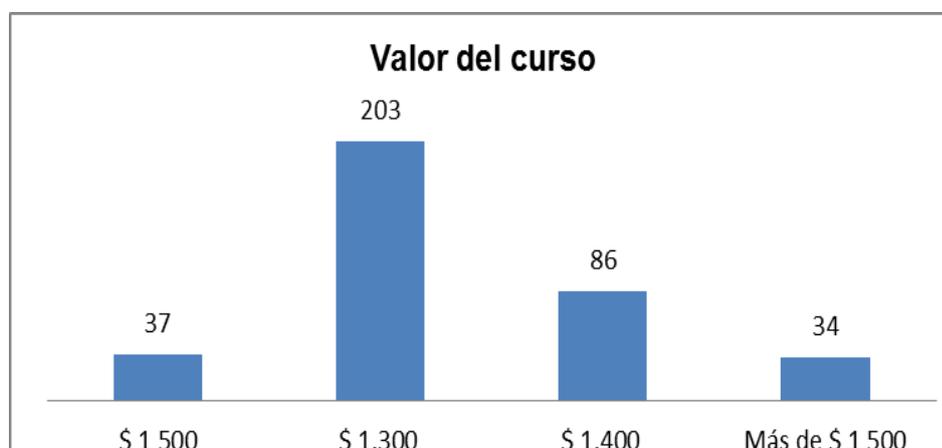
Tabla 37: Valor del curso

Valor Del Curso	Encuestados	%
\$ 1 500	37	10%
\$ 1.300	203	56%
\$ 1.400	86	24%
Más de \$ 1 500	34	9%
Total general	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico 22: Valor del curso



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Se determina que los conductores encuestados de categorización tipo C y tipo D están dispuestos a cancelar por el curso 1300 con 56% de la muestra, donde es el mínimo establecido por la Agencia Nacional de tránsito, seguido por \$1400 representado el 24% de la encuesta, que indica que existe mercado para esta demanda de servicios educativos orientados a la Educación Vial.

Pregunta15.- ¿Conoce escuelas de conducción profesional existentes en la ciudad de Guayaquil categorización Tipo “E”?

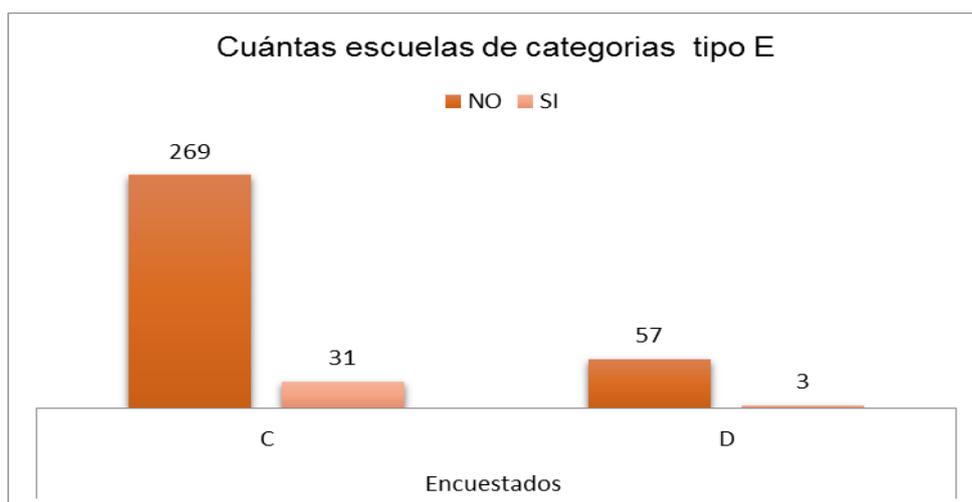
Tabla 38: Cuántas escuelas categoría tipo E

Cuántas escuelas categoría tipo E	Encuestados		Total general	%
	C	D		
NO	269	57	326	91%
SI	31	3	34	9%
Total general	300	60	360	100%

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado.

Gráfico 23: Cuántas escuelas de categoría tipo E



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Investigación de Mercado

Actualmente solo oferta una institución la licencia tipo E, se pudo verificar que un total 326 personas no conocen las instituciones ponderando un 85% y el 9% indica que no conocen ninguna institución que oferte la licencia tipo E, lo cual indica que con una estrategia realizada en el plan de *marketing* y una campaña de medios será posible informar a los conductores profesionales sobre el nuevo servicio que plantea La Escuela de Conductores Profesionales “Conduce Ecuador”.

3.5.2. RESULTADOS DEL FOCUS GROUP

LISTADO DE PARTICIPANTES

Se contó con la participación de 10 asistentes entre las edades de 33 a 50 años de edad, teniendo en común ser conductores profesionales no pertenecientes a la escuela de conducción.

Tabla 39: Listado de Integrantes del Focus Group

#	Nombre y Apellido	Sexo	Sector	Residente	Tipo de licencia profesional	Edad
1	Víctor Baidal	Masculino	Sur	Guayaquil	D	47
2	Edgar Pérez	Masculino	Norte	Guayaquil	C	48
3	Lennyn Gallegos	Masculino	Norte	Guayaquil	C	41
4	Rina Cotrina	Femenino	Centro	Guayaquil	D	42
5	Felipe Hernández	Masculino	Norte	Guayaquil	C	47
6	Roger Palma	Masculino	Duran	Duran	D	45
7	Luis Sosa	Masculino	Norte	Guayaquil	C	33
8	José Macías	Masculino	Norte	Guayaquil	C	45
9	Xavier Haro	Masculino	Sur	Guayaquil	C	47
10	Robert Palma	Masculino	Norte	Guayaquil	D	53

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Focus Group.

Se observa que dentro del listado de los invitados a participar existen 10 conductores profesionales entre la categoría C Y D, teniendo 6 participantes con la licencia tipo C Y 4 con la licencia tipo D, donde se pudo constatar que existe una invitada de género femenino .

Dentro de los conductores profesionales existen 9 con residencia en la ciudad de Guayaquil con más de 10 años de conductores profesionales o instructor de prácticas de conducción en categoría tipo B.

Tabla 40: Resultados de Focus Group

Variables	Positivos	Negativos
Servicio educativo	La importación de la educación consiste en la actualización de las leyes de Transito actual, las cuales permitirá una mejora en la educación vial.	Dejar de sobornar funcionarios del Estado.
	Su interés por medios de trabajo que permita obtener mejores conocimientos en área de trasportación permitiendo tenerme un mejor desempeño en la categoría de pesados y extra pesados	Considera interesante para mejorar solo la remuneración
Costos de servicio / horarios	8 de los conductores profesionales participantes indicaron que su posibilidad de cancelar de los valores del curso son entre 1300 hasta 1500 lo cual según el reglamento de escuela de conducción lo determinado por Agencia Nacional de tránsito indica si valor mínimo es \$1166,23	Mientras 2 conductores indicaron que el valor a cancelar es de mínimo de \$1000 a \$1200
	Horario más representativo es nocturno desde 6 y media hasta las 10 de noches incluyendo prácticas de conducción	Considera los conductores profesionales que el tiempo de duración del curso debería ser 6 meses, mientras otros indican que debería realizarse dentro de 9 meses.
	Radio , correo , periódico	3 conductores profesionales se indican que gustaría que su medio de comunicación es de la Televisión
Competencia	En la ciudad de Guayaquil , no se oferta la licencia profesional tipo E	Dentro de los 10 invitados en el Focus Group se encuentra un invitado que determinó que existe 1 escuela de conducción que comienza periodo de matriculación el mes de marzo en la ciudad de Milagro.

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Focus Group

FOCUS GROUP A ESTUDIANTES DE “Conduce Ecuador”.

Se contó con 10 estudiantes de la primera promoción de la Escuela “Conduce Ecuador”, con categorización tipo E, a los que se formularon las preguntas redactadas en el anexo # 3.

Tabla 41: Lista de Participantes de Focus Group – “Conduce Ecuador”.

#	Nombre y Apellido	Sexo	Paralelo	Residente	Tipo de licencia profesional
1	Wesner Mero García	Masculino	CPE04	Guayaquil	C
2	Darwin Franco Morla	Masculino	CPN06	Guayaquil	C
3	Benito Briones Rosado	Masculino	CPN03	Guayaquil	C
4	Julio Jalca Sánchez	Masculino	CPN03	Guayaquil	C
5	Nelson Freire Ortiz	Masculino	CPN02	Guayaquil	C
6	Diana Franco León	Femenino	CPE04	Guayaquil	C
7	Mariela González Ruiz	Femenino	CPM01	Guayaquil	C
8	Katiuska Bravo Mendoza	Femenino	CPE06	Santa Elena	C
9	Sergio Segura Parrales	Masculino	CPE05	Babahoyo	C
10	Roberto Galán Armendáriz	Masculino	CPN05	Guayaquil	C

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Focus Group

Se eligió de manera aleatoria a los participantes y de los 450 estudiantes que se matricularon en “Conduce Ecuador”, participaron 1 de cada jornada, donde se observa 3 mujeres y 7 hombres.

6 de los 10 participantes de la muestra indicaron que usan la licencia profesional para desempeñar sus actividades laborales en cambio los estudiantes Sergio Segura y Katiuska Bravo, ingresaron porque sus familiares desempeñan actividad de transporte y necesitaban registrar los vehículos para la matriculación.

Tabla 42: Resultados de Focus Group a Estudiantes de “Conduce Ecuador”.

Variables	Positivo	Negativo
Servicio : Previo a la adquisición del Servicio	Entre los participantes se rescató que escogieron “Conduce Ecuador” , por ser del Instituto Tecnológico Bolivariano sabiendo que es mayor formador de enfermeras en la ciudad de Guayaquil 8 de 10 participantes indicaron que se matricularon por la zona geográfica y medio de enterarse del servicio ofrecido fue por medio de Radios , Periódico y familiares que estudian en el Tecnológico Bolivariano	4 de estudiantes manifestaron que se matricularon en “Conduce Ecuador” por no alcanzaron cupo en Escuela de conductores de Ecotec
Servicio: Brindado en categoría tipo E .	Dentro de los participantes constataron por que estudiar la licencia tipo c, 4 de 10 personas contestaron para dedicarse a una actividad Económica y los 6 restantes establecieron que ellos tienen actualmente experiencia en el negocio, pero que desde el año 2013 es obligación tener una licencia que respalde su trabajo. 9 de 10 participantes indicaron que la infraestructura de la escuela es cómoda y posee el recurso correspondiente para las actividades en clase. También establecieron que dentro de su periodo de aprendizaje se sentía seguros en la parte académica con el sistema, que permitía tener la retroalimentación necesaria de información. consideran que su experiencia durante los 6 meses de estudios para la categoría Tipo C fue satisfactoria , la respondieron 8 de 10 conductores profesionales que regresaría a “Conduce Ecuador” para la categoría tipo E , indicando que se tome el mismo tiempo que se demoró la brevetación que fue de un mes , después de la graduación .	Un aspecto negativo de 7 preguntas realizadas al grupo de conductores profesionales pertenecientes a la primera promoción de “Conduce Ecuador” , indicaron que al comienzo de brindar el servicio tenían desconfianza por ser una escuela nueva
Sobre el nuevo servicio Tipo E	Se manifestó que están actualmente buscan escuelas para categoría tipo E , para que permita mejorar sus ingresos , se mencionó que desea ser recompensados por su continuidad en la escuela con descuentos a sus pensiones .	Entre los aspectos negativos se indicó los estudiantes que tenían horarios de fines de semana desearían que comience a las 8 am y no a las 7 am como se dio en el curso de licencia tipo C
Medio de comunicación	Dentro de los participantes sobresalió que el medio de comunicación que usan es la radio y 7 conductores profesionales indicaron que radio que más escuchan es canela y 6 de los 10 cuando es partidos o campeonato nacional de futbol escuchan radio Caravana.	

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: Focus Group

3.6. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

La recopilación de la información determinada basada en las encuestas, indica que dentro de la muestra realizada de 384 encuestados, existen 355 del género masculino, con rango de entre 21 al 29 años de edad, dentro de la muestra se realizó la encuesta a 29 mujeres entre el rango de edad más representativo de 21 a 29 años de edad con un nivel de estudios de secundaria para un 2% de la población y en el género masculino con 48% en nivel secundario.

La gran parte de los encuestados y el focus group indicaron que el valor a cancelar en los cursos de capacitaciones profesionales es desde \$1300 hasta \$1500, el cual está encima de los valores determinados por la Agencia Nacional de Transito resolución 001-DIR-2012 , donde indican que los cursos de categorización tipo E su valor base es de \$1. 126.63, sin incluir valores de graduación, pruebas psicossensométricas.

Se observó en la pregunta #5 de la encuesta que existe en mercado mayor número de conductores profesionales que poseen la licencia tipo C , con 322 que equivale a 845 de los encuestados, donde se desglosa en género masculino con 301 y género femenino con 21 encuestados .

En cuanto a la competencia se determinó mediante el focus group, que en la ciudad Guayaquil no existe actualmente ninguna escuela de conducción, donde se indicó un participante, que próximamente existirá una escuela de conductores profesionales en la ciudad de Milagro próxima a inicio de apertura la categorización tipo E.

Se puedo constatar en la investigación que el mercado objetivo es el género masculino de 21 años en adelante, con disponibilidad de horario nocturno , fines de semana, matutino, en búsqueda de una mejor remuneración salarial y superior personal en los niveles educativos .

En el focus Group realizado a estudiantes de la 1era promoción se determinó que desean ser recompensados con un descuento en sus valores a cancelar por la continuidad.

CAPÍTULO 4
PLAN ESTRATEGICO Y
MARKETING MIX

4. PLAN ESTRATEGICO Y *MARKETING* MIX

4.1. OBJETIVOS

4.1.1. OBJETIVO GENERAL

- ✓ Desarrollar un plan de *marketing* para la Escuela de Capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador” para la creación del servicio de aprendizaje para la licencia tipo E de la ciudad de Guayaquil.

4.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Aumentar los ingresos por ventas al desarrollar un nuevo servicio en un 55% a respecto a las ventas realizadas con la categorización tipo C.
- ✓ Generar continuidad en sus capacitaciones a los estudiantes de “Conduce Ecuador” en un 20% en el año 2016.
- ✓ Aumentar el número de estudiantes matriculados un 45% con el servicio educativo de la licencia tipo E para el año 2016.

4.2. SEGMENTACIÓN

Los compradores tienen necesidades y deseos donde consiste en dividir mercados grandes y heterogéneos en segmentos pequeños donde la empresa puede llegar con rapidez y adaptarlos a las necesidades del mercado (kotler & Et al , 2010).

4.2.1. ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

La estrategia a aplicarse será por objetivo, debido a que el plan de *marketing* está basado en el aumento a las ventas para la Escuela de conductores profesionales “Conduce Ecuador “, se desea establecer la estrategia a desarrollar mediante un nuevo servicio de capacitación enfocado en la necesidad de los consumidores en mejorar su conocimiento de educación vial e incremento de sus salarios.

4.2.2. MACROSEGMENTACIÓN

¿Qué satisfacer?

Conductores profesionales que desean ampliar sus conocimientos en el área de transporte, obteniendo un crecimiento en categorización.

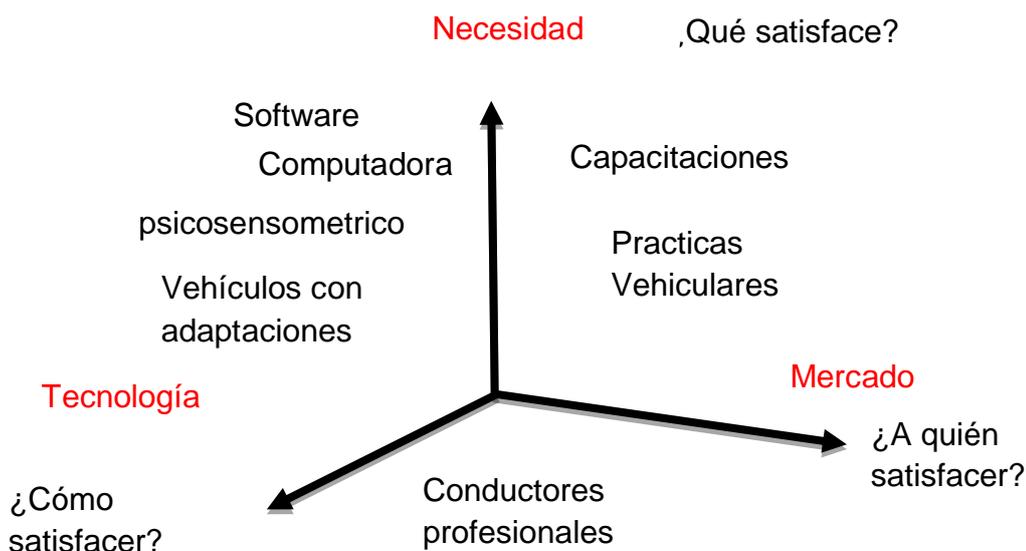
¿A quién satisfacer?

Satisfacer a los conductores profesionales, el deseo de adquirir conocimientos nuevos y actualizar los adquiridos en anteriores categorizaciones de licencia profesional tipo E , con el fin de mejorar la necesidad de autorrealización de los conductores profesionales.

¿Cómo satisfacer?

Preparando con amplios conocimientos en materias de especialización como: Ley y reglamento de tránsito, mecánica orientada a tráiler, Educación vial , Conducción vehicular, con la tecnología innovadora y la infraestructura amplia para la realización de prácticas vehiculares basando a las exigencias establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito y las normas indicadoras internacionales de Educación vial .

Gráfico 24: Macrosegmentación



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.2.3. MICROSEGMENTACIÓN

Tabla 43: Microsegmentación

Geografía		Fuentes
Región	Guayaquil	
Densidad	Urbano y Rural	
Demografía y socioeconómica		
Edad	21 a 65 años	Reglamento de Escuela de Conducción
Sexo	Hombres y Mujeres	
Ingreso	\$ 500 en adelante	Encuestas
Ocupación	Conductor Profesional	
Escolaridad	4 to año de Bachillerato	Reglamento de Escuela de Conducción
Psicografica		
Clase Social	Clase trabajadora - Media baja - Media alta	
Conductual		
Frecuencia de uso	9 Meses	Reglamento de Escuela de Conducción
Situación del Usuario	Usuario Especializado	

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.3. POSICIONAMIENTO

4.3.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Actualmente la escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”, no desarrolla una estrategia de posicionamiento.

En la primera promoción se matricularon 450 estudiantes por el respaldo de la marca corporativa se ha creado durante 18 años de existencia el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, lo que en nivel de “satisfacción de servicio fue calificado como excelente a sus 421 graduados “La estrategia sugerida es tener un posicionamiento basado en un atributo con el enfoque concentrado.

La excelencia académica, permite al estudiante tener la confianza en los contenidos académicos, que le permita proyectarse en mejores oportunidades laborales.

4.3.2. POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO: ESLOGAN

“Formando expertos en las vías “

Se escoge esta promesa para dar al estudiante la excelencia académica que tiene el Tecnológico Bolivariano con docentes especializados.

4.4. ANÁLISIS DE PROCESO DE COMPRA

4.4.1. MATRIZ ROLES Y MOTIVOS

Tabla 44: Matriz roles y motivos

	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Dónde?
<i>El que Inicia</i>	Conductor Profesional	Aumentar ingresos	Estima /por deseo de satisfacer la necesidad de aprendizaje	Solicitando información	Trabajo , Hogar
<i>El que influye</i>	Amigos , Familia , trabajo	Recomendación	Aumento de ingresos	Reuniones familiares	Trabajo , Hogar
<i>El que decide</i>	Conductor profesional , La persona , el que paga	Informándose del curso	ayuda a mejorar la remuneración económica del usuario	Oportunidad viable de mejor remuneración	Departament o de Admisiones estudiantil
<i>El que compra</i>	Conductor profesional familia, empresas.	En efectivo, Tarjeta o préstamos Educativos.	Depende del Precio	Fecha de matriculación	“Conduce Ecuador”
<i>El que Usa</i>	Conductor profesional.	Capacitación de Curso.	Siente la necesidad de adquirir conocimientos nuevos en parámetro de educación vial.	Carreteras	Aulas de Clase de “Conduce Ecuador”

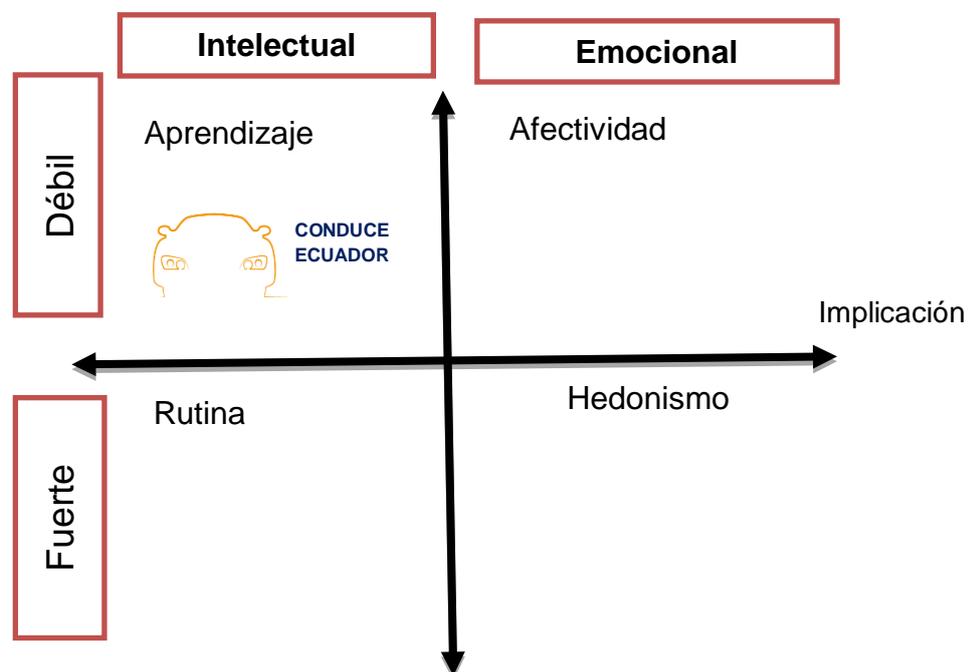
Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.4.2. MATRIZ FCB

La matriz FCB relaciona la implicación del motivador de la compra, es decir, qué predomina en el consumidor: la razón o la emoción; con ello se determina que para la compra se encuentra ubicado en el aprendizaje siendo el servicio educativo pasa por las etapa de informar, evaluar y actuar.

Gráfico 25: Matriz FCB

Aprehensión



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

El cliente de “Conduce Ecuador”, primero se informa de las existencia de la Escuela con categorización tipo E, de los precios, los horarios, el lugar de capacitación teórica, prácticas y requisitos, que institución de Educación Superior oferta el servicio, evalúa las características del servicio educativo; los docentes, instructores y aulas de clases, terminando por realizar la inscripciones, la realización del examen psicosensométrico y adquirir los libros para el aprendizaje.

4.5. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

4.5.1. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Actualmente solo existe una Escuela de capacitación de conductores que oferta la licencia tipo E del Instituto “ Albert Einstein” acreditado por la Agencia Nacional de Transito con la resolución 003-DIR-ANT-2011, ubicada en la ciudad de Milagro, lo que indica como competidor directo y único en el País, por eso el análisis de competencia desarrollado está dada por 1 solo competidor .

Tabla 45:Matriz de perfil competitivo

Factores críticos para el éxito	Peso	“Conduce Ecuador”		“Albert Einstein”	
		Calificación	vp	Calificación	vp
1.-Horario	15%	6	0,9	4	0,6
2.-Ubicación	20%	9	1,8	1	0,2
3.-Servicios adicionales (Médicos , odontológicos , Rehabilitación Física , Guardería)	10%	7	0,7	1	0,1
4.-Facilidad de pago	20%	8	1,6	4	0,8
5.-Servicio al cliente	20%	9	1,8	9	1,8
6.-Precio	15%	7	1,05	9	1,35
Total	100%		7,85		4,85

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

- **Horario**

“Conduce Ecuador” ofrece facilidades de horarios lunes a viernes y fines de semana, a diferencia del Tecnológico Albert Einstein, cuyos horarios son de lunes a viernes, solo nocturno y fines de semana, por lo que al estudiante no se le otorga la facilidad de escoger su horario de clases, por esa razón se pondera a la competencia de 4, respecto a determinado un valor de 0.60, siendo un factor importante para el consumidor.

- **Ubicación**

Se le determinó un peso de 20% indicando su importancia, manifestada en el Focus Group, donde “Conduce Ecuador”, tiene su matriz en el centro de la ciudad, permitiendo el acceso a los estudiantes, esto lo ubica con un peso de 20% una ponderación de 9 sobre la competencia que está ubicada en la ciudad de Milagro.

- **Servicios Adicionales**

Actualmente para el usuario es importante los beneficios estudiantiles que les ofertan las instituciones de Educación Superior y el Tecnológico Bolivariano posee varios servicios adicionales con el fin de favorecer al estudiantado, el cual es observado por los aspirantes, esto se aprecia en una ponderación de 0,7 dado que la competencia no tiene servicios adicionales .

- **Facilidad de pago**

El Tecnológico Bolivariano posee una estrategia de cobro, que se establece por fechas determinadas de pago y abonos a los valores vencidos, por lo que la Escuela de Conducción “Conduce Ecuador” posee una calificación de 8, determinado por el focus group, en el que se indica que la facilidad de pago es algo indispensable, con el fin de establecer cuotas a cancelar a diferencias de la competencia donde se establece para ingresar al periodo de matrícula que el estudiante debe de cancelar el valor de matrícula y una cuota de mensualidad.

- **Servicio al cliente**

El servicio percibido por el usuario comprende de docentes especializados, instructores capacitados, área administrativa de lo que genera a el estudiante la percepción de recibir una buena atención; este factor se determinó con un peso del 20%, el cual se identifica con valor de 9 para la competencia y para “Conduce Ecuador”, generando exigencias para poder mejorar la atención al estudiante.

- **Precio**

El precio es el factor decisivo, los valores y distribución de los pagos generan en el alumno la necesidad de determinar cuál es la mejor opción de precio, la ventaja para “Conduce Ecuador”, está en que el Tecnológico

Bolivariano, se enfoca por tener el precio más bajo del mercado, generando al usuario la toma de decisión más fácil al entrar a la etapa de matriculación, por lo que se observa en la tabla # 44 que se determinó el peso 15% teniendo en consideración la ponderación de 7 y de 9 para la competencia .

4.6. ESTRATEGIAS

4.6.1. ESTRATEGIA BÁSICA DE PORTER

ENFOQUE: Es la primera Escuela de conducción profesional con la categorización tipo E en la ciudad de Guayaquil, para desarrollar sus prácticas vehiculares se tiene el parque vial y la adquisición de cabezales, teniendo un enfoque específico al mercado de conductores profesionales con categorización tipo C y D donde, se basa en la innovación tecnológica, infraestructura, servicios complementarios y un servicio educativo categoría E.

Tabla 46: Ubicación de las Estrategia Básica de Porter para “Conduce Ecuador”

Diferenciación	Liderazgo en Costos	Masivo	Objetivo Estratégico
Concentración o Enfoque 		Especifico	
Valor agregado diferenciador	Bajos Costos		
Ventaja Competitiva			

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.6.2. Estrategia competitiva

Tabla 47: Estrategia competitiva

Líder	Retador	Seguidor
Nicho de Mercado		
Segmento Especifico		

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Se concentra en el grupo específico de conductores profesionales con licencia tipo C y D, lo que permite establecer el servicio para un nicho de mercado, siendo pioneros en la ciudad de Guayaquil, en ofrecer la licencia tipo E con el fin de contribuir a la empresa con el aporte de nuevos servicios y a la sociedad disminución de accidentes de tránsito.

- Siendo innovadores el servicio, permitiendo la programación de las prácticas vehicular.
- Enfatizando a la ubicación, las clases se realizarán en el centro.
- Resaltando una visión en el mercado, donde existe escasez de conductores profesionales en la licencia tipo E.

4.7. MARKETING MIX

4.7.1. PRODUCTO

Como servicio brindado que ofrece la Escuela de capacitación de conductores profesionales “ Conduce Ecuador “ se divide de :

Áreas de capacitación:

- ✓ Teórico.
- ✓ Práctico.
- ✓ Teórico-práctico.

Duración:

Tabla 48: Duración del curso

Horarios	Duración del curso según Horarios
jornadas de lunes a viernes 4 horas diarias	9 meses
En jornada de fines de semana (sábados y domingos)	10 meses

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

El **objetivo** del servicio es:

- ✓ Orientar al estudiante en sus estudios a través del seguimiento académico individualizado, facilitando el desarrollo de habilidades e identificando potencialidades para que pueda canalizarlas con éxito, tanto en su paso por la Escuela como en su futura vida profesional.
- ✓ Asistir al estudiante en la búsqueda de una configuración óptima de su currículo formativo, así como asesorarle en la toma de decisiones con respecto a la formación profesional que brinda la Escuela.
- ✓ Facilitar el proceso de integración de los estudiantes a la vida de la Escuela, ya no sólo desde el punto de vista formativo sino también desde el humano.
- ✓ Proporcionar estímulos para el desarrollo de la reflexión, el diálogo en el ámbito formativo, la autonomía, la crítica etc.
- ✓ Promover el desarrollo de actitudes y valores de compromiso, responsabilidad, respeto y solidaridad.

4.7.1.1. DISEÑO CURRICULAR

Tabla 49: Malla curricular licencia tipo E

Nº	MÓDULOS DE ESTUDIO	HORAS
1	Seguridad Vial	64
2	Ley de Tránsito	64
3	Educación Ambiental 2	64
4	Práctica de Conducción	50
5	Manejo del equipamiento del vehículo	48
6	Atención Prehospitalaria	80
7	Relaciones Humanas	48
8	Inglés 2	32
9	Geografía del Ecuador	48
10	Electrónica y Mecánica media del vehículo	80
11	Seguridad Industrial	65
Total De Horas		643

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Fuente: (ANT, 2013)

4.7.1.2. DIAGRAMA DE LA FLOR

Gráfico 26: Diagrama de la flor de “Conduce Ecuador”.



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Información :

Los estudiantes podrán obtener la información acerca de los horarios, duración y valores a cancelar, donde podrán visitar a la Escuela de conducción de conductores profesionales “Conduce Ecuador” o buscar por la página web del Tecnológico Bolivariano.

Inscripciones :

En las inscripciones, el estudiante tendrá que determinar el horario a ingresar a estudiar y llenar la ficha de inscripciones para proceder a la etapa de matriculación.

Matriculación y Documentación :

Para proceder a la matriculación, el aspirante a la Escuela de conducción, tendrá que ingresar la documentación correspondiente y proceder cumplir con el examen psicosenométrico.

Facturación y Pagos :

El Estudiante cancelará sus valores en efectivo, tarjeta de crédito o cheque los primeros días de cada mes.

Innovación tecnológica :

El servicio está dado por teórico y práctico con opción de tener una plataforma virtual donde podrán observar notas y asistencias.

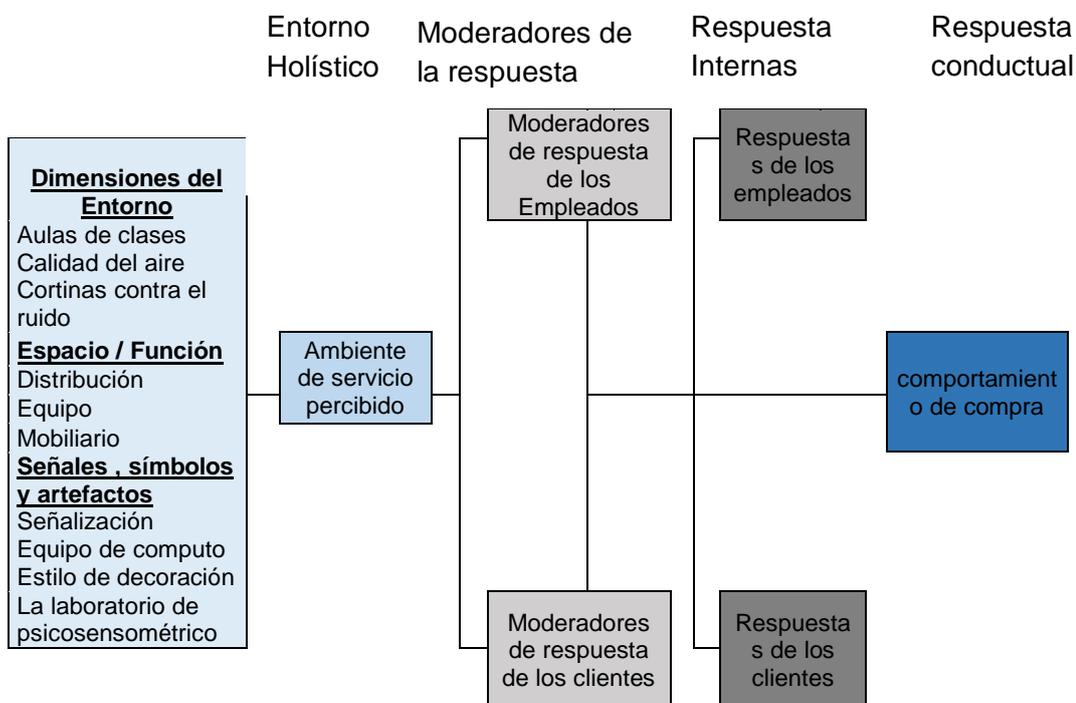
Facilitando al estudiante la rápida información, brindando un correo institucional, para que realice entrega virtual de deberes y consultas con docentes o departamentos administrativos.

Prácticas de vehiculares:

Son realizadas según la programación del estudiante en 2 diferentes vehículos, donde permita tener la agitada necesaria, las primeras 40 horas de prácticas en un camión y las 40 horas restantes en un cabezal.

4.7.1.3. EVIDENCIA FÍSICA

Gráfico 27: Manejo de la Evidencia Física



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Dimensiones del Entorno

- **Aulas**

- ✓ Aulas con capacidad máximo de 30 alumnos.
 - ✓ Sus dimensiones deberán ser de 1.5 metros cuadrado por alumno, más 2.7 metros cuadrados para el área del profesor, es decir 48 m².
 - ✓ Aula de mecánica, equipada con material pedagógico de enseñanza de mecánica básica.

- **Calidad el aire**

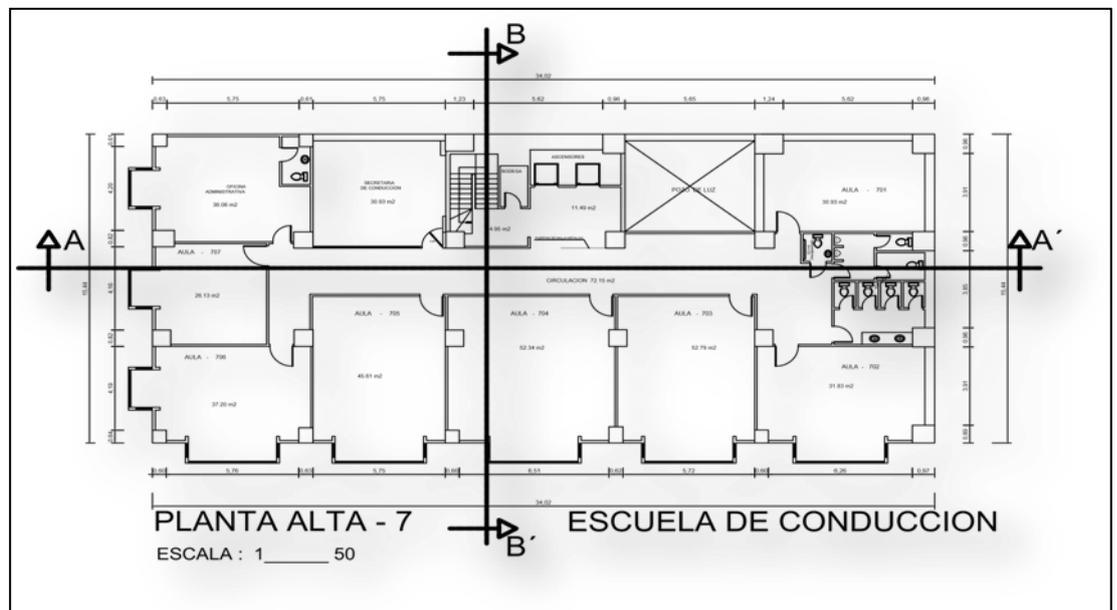
- ✓ Tener las adecuaciones de ventilación con aire acondicionado de 24 btu .

- **Cortinas contra el ruido**

- ✓ En cada aula de clases correspondiente tendrá que incorporarse cortinas contra el ruido, debido estar en parque céntrica de la ciudad.

Espacio / Función

Gráfico 28: Plano del piso 7 Escuela de Conducción



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

- **Equipos**

- ✓ Cada aula tendrá su propio proyector y computador.
- ✓ Motores en corte nuevo, instalado en el aula de mecánica con el fin de explicar de manera dinámica la clase.

- ✓ Simuladores de enfermería básica con el fin brindar la práctica correspondiente a la clase de primeros auxilios.
- ✓ 15 tensiómetros para las prácticas de primeros auxilios.
- ✓ Mínimo 1 estudiante por vehículo.
- ✓ Un vehículo por 60 alumnos.
- ✓ Deberá realizar en vehículos como: camión, volqueta, tráiler, tanqueros o plataformas.
- ✓ Los vehículos con las siguientes dimensiones desde 2,30 m de ancho por 6, 60 de largo.
- ✓ Los vehículos estarán identificados con los colores de la institución y con el distintivos “Estudiante en práctica “.
- ✓ 2 camillas de plástico de bomberos de emergencia y rescate, para levantar 300 libras, para prácticas de inmovilización con 3 juegos de cintos de sujeción en medidas de 1,80 x 0,40.
- ✓ Cámaras de videos con acceso vía web.

Gráfico 29: Motor en Corte



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

- **Mobiliario**

- ✓ En cada aula de clase se establecerá 32 sillas de color verde modelo censa.
- ✓ 16 mesas de color café.
- ✓ Bar destinatario para los estudiantes de escuela de conducción.
- ✓ Se establecen 2 baños para hombres y 4 para mujeres.

Señales , símbolos y artefactos

- **Señalización**

Dentro de la Escuela de Conducción existen las señaléticas para respetar los límites de entrada del estudiante, donde se derivan en informativas, advertencias o emergencias que guíaran al estudiantes.

- ✓ Señalética informativa: donde se indica las áreas de oficinas y números de aulas.
- ✓ Señalética Advertencia: se indica según el funcionamiento de los bomberos donde advierte el peligro.

- Estilo de decoración :

Las paredes y ambiente están decorados con imágenes institucionales.

- Equipo de cómputo :

Gráfico 30: Laboratorio de computación de Escuela de Conducción.



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

- ✓ Al menos una computadora por cada dos alumnos.
- ✓ Programa de Microsoft office 2010, que permita cumplir son el contenido de la materia.
- ✓ Internet.
- ✓ Simuladores de conducción.
- **Laboratorio de Psicosenométrico :**
 - ✓ En un espacio de 12 m² mínimo y deberá adecuarse para filtraciones sonares del exterior.
 - ✓ El equipo tendrá que ser autorizado por la ANT.

- ✓ El equipo deberá evaluar 3 parámetros, motriz, auditivo y visión.

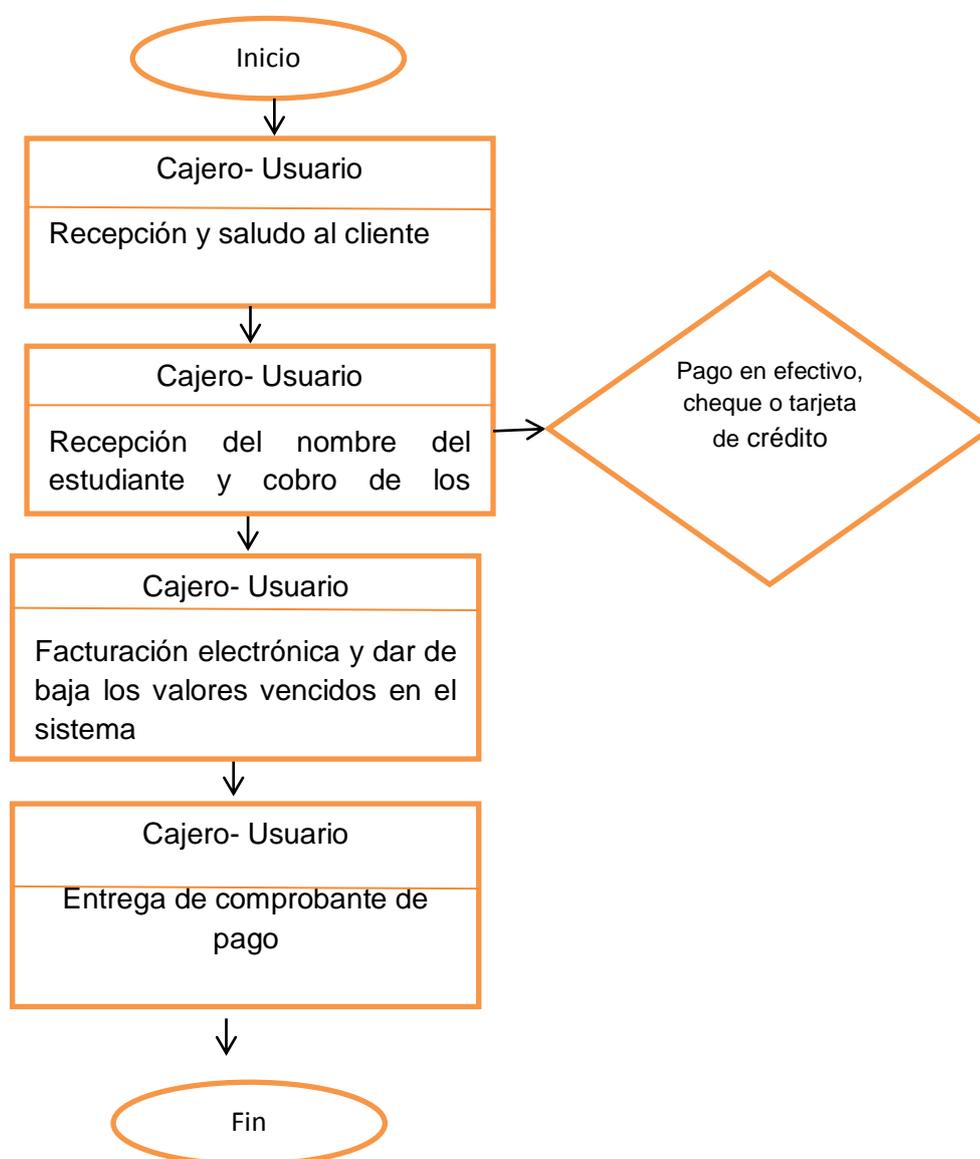
4.7.1.4. PROCESOS

Dentro de la Escuela de conducción existen diferentes procesos al momento de brindar el servicio donde se establecen los siguientes :

Cajero

Se encarga del cobro realizado en la institución, y el encargo es resguardar los montos recaudados al final del día.

Gráfico 31: Proceso de recaudación

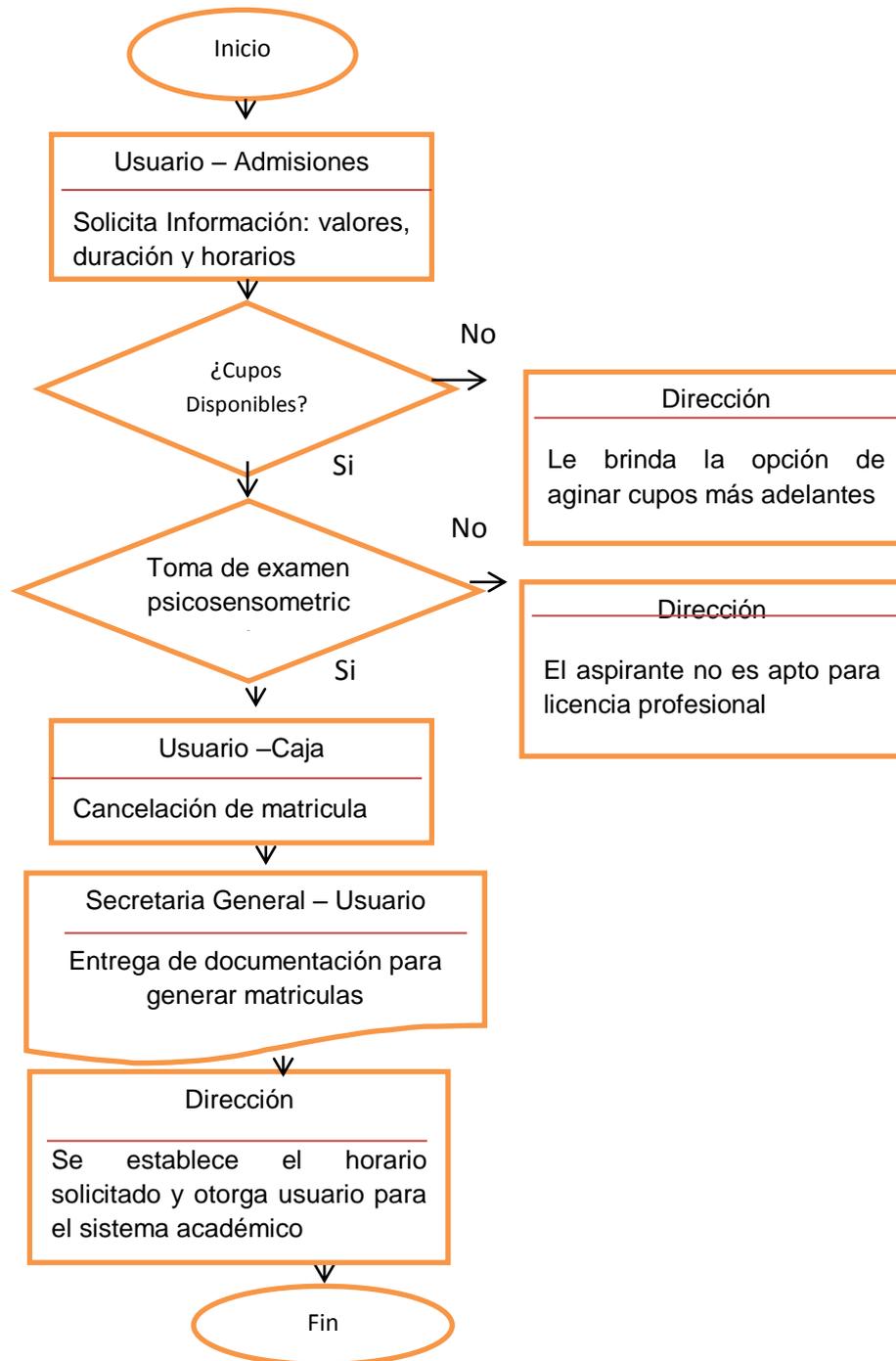


Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre

Matriculación :

Es la etapa de iniciación del estudiante con la institución, obteniendo información sobre el curso permitiendo evaluar los horarios, los valores y tiempo de estudio permitiendo tomar la acción de matricularse.

Gráfico 32: Matriculación

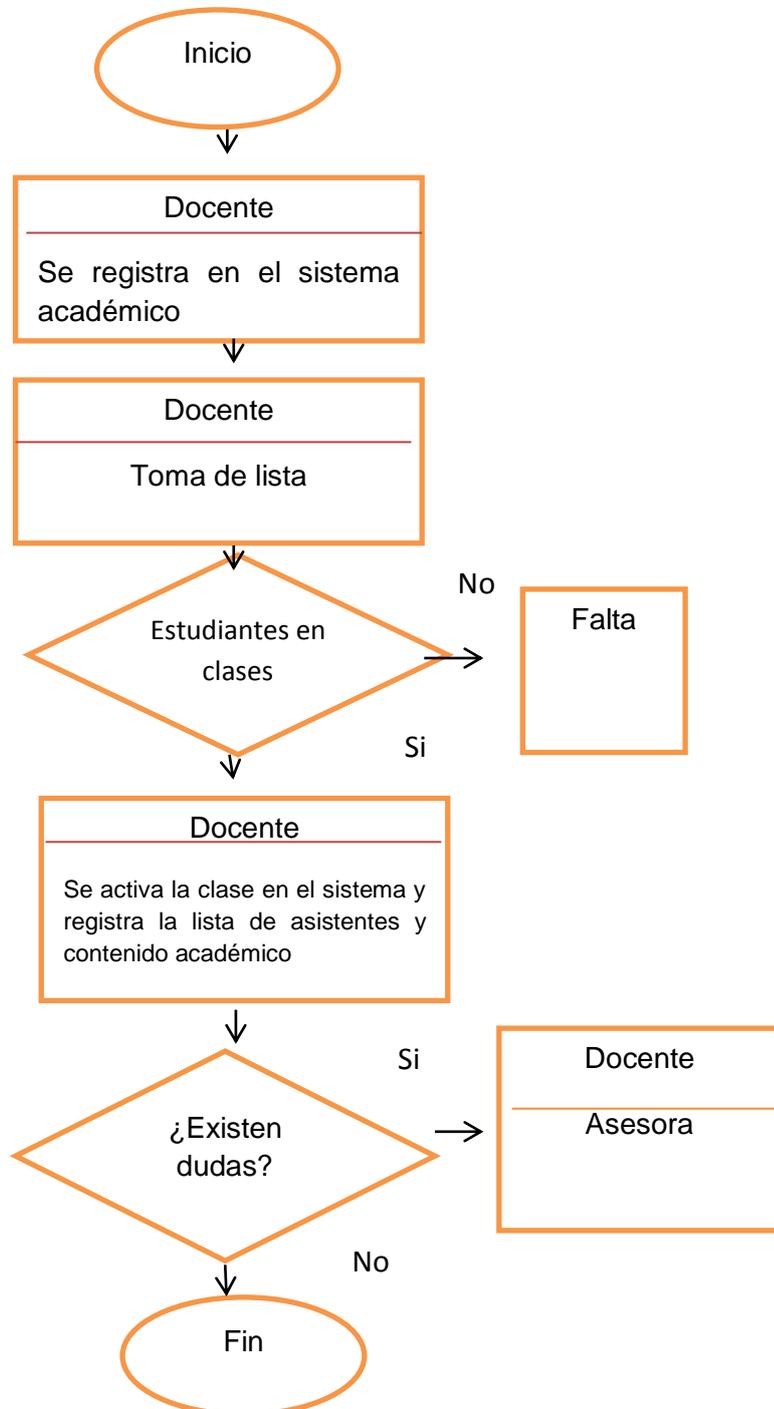


Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre

Clases:

El docente ingresa al sistema académico y registra el tema a tratar dentro de clase.

Gráfico 33: Proceso de inicio de clase



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre

4.7.1.5. PERSONAS

Escuela de Conducción cuenta con 28 personas laborando para el correcto desempeño del servicio de capacitación a brindar.

Tabla 50: Personal de “Conduce Ecuador “

Administrativos	Cantidad de personal
Director Administrativo	1
Director Pedagógico	1
Inspector	1
Asesor De educación vial	1
Secretaria General	1
Asistente de Director Administrativo	2
Asistente de Director Pedagógico	1
Tesorero - Cajero	1
Contador	1
Instructores	4
Admisiones	2
limpieza	2
Facturación - Docente	10
Total	28

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

El personal que interviene en el proceso de capacitación como el director administrativo, el director pedagógico, el inspector, el asesor de educación vial, y la Secretaria General estarán en afiliación al IEES, a diferencia de los docentes que su valores a cobrar serán bajo facturación y en el momento de programar las clases correspondientes se realizaron 2 evaluaciones previas: una de mérito y otra de oposición, con el fin de establecer la calidad al momento de impartir las cátedras correspondientes.

Cabe recalcar que actualmente dentro del plan a realizar solo se ha efectuado la contratación de 2 personas en limpieza e Instructores, dado que el personal restante ya laboraba dentro de la escuela en la Categorización Tipo C.

Uniformes :

Los uniformes son la identificación de las personas que laboran dentro de la institución por lo cual se establecerá los uniformes para los instructores y credencial y uniformes para el personal administrativo.

Gráfico 34: Uniformes de administrativos



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Gráfico 35: Uniformes de instructores lunes a viernes y fines de semana



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre

4.7.1.6. PRODUCTIVIDAD

Se determinaran formularios de preguntas donde se ayudará a establecer la calidad de docentes e instructores al momento de realizarse las cátedras, los formularios servirán con el recolector de información para permite realizar los índices de medición académicos.

Tabla 51: Tabla de indicadores de gestión Académica

Procesos de gestión académica

Proceso	Nombre del Indicador	Formas de Calculo	Frecuencia	Responsable de la medición	Fuente de información
Gestión Académica	% de deserción y % incremento estudiantil	# de estudiantes matriculados en periodo A	Semestral	Departamento de Admisiones	Número de matriculados de periodo A Y B / Facturas emitidas en periodo A y B .
		# de estudiantes matriculados en periodo B			
	# De estudiantes en pertenencia en la capacitación	# de estudiantes matriculados en periodo A	Semestral	Director Administrativo	# de estudiantes graduados
		# de estudiantes graduados del periodo A			
	# Estudiantes por aula	# de estudiantes en clases	Semestral	Director Pedagógico	lista de asistencias
		# de capacidad de estudiantes por aulas			
	# De alumnos por docente	# de estudiantes en aula de clases en periodo A	Semestral	Director Pedagógico	lista de asistencias
		Docente			
# De estudiantes retirados	# de estudiante matriculados en periodo A	Semestral	Director Administrativo	formularios	
	# de estudiantes retirados				
calidad de instructores	# de estudiante del periodo A aprobaron la materia de prácticas en 80 horas	semanal	Director Administrativo	Formularios / Facturación de horas adicionales	
	# de estudiantes que compraron horas adicionales				

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.7.2. PRECIO

Estrategia de ajuste de invitación de precio.

Se va a ingresar con un precio indicado por la ANT Según resolución 001-Dir-2012, donde se resuelve el precio base 1.126.63.

Tabla 52: Tabla de precios

Variables	Conduce Ecuador
Matricula	\$ 200,00
Examen Psicosensometrico	\$ 40,00
Cuota Inicial	\$ 240,00
8 cuotas de \$120,00	\$ 960,00
total	\$ 1.200,00

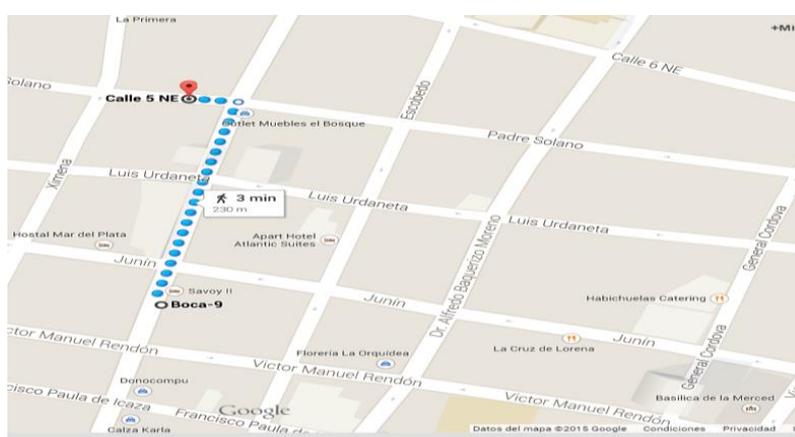
Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

El precio se estableció con la pregunta 14 de las encuestas realizadas, donde se reflejó que 254 encuestados estaban dispuestos a pagar el valor de 1300 dólares, por lo cual Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, mantiene una política interna de precios donde se establece el valor más bajo según lo que determina el mercado caracterizándose por dirigirse a una segmentación media a media baja.

4.7.3. PLAZA

La Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”, estará ubicada en Padre Solano y Boyacá 324 en el edificio del 7 piso

Gráfico 36: Ubicación de Google Maps



Fuente: (MAPS, 2015)

4.7.4. PROMOCIÓN

Para comunicar el nuevo servicio brindado por la Escuela de capacitación de conductores profesionales “Conduce Ecuador”, con los conductores profesionales se realizará las siguientes acciones:

Tabla 53: Programa de las publicidades y promociones

Meses	Lanzamiento	Post- lanzamiento	Crecimiento	Recordación
Enero	Presan escrita redes sociales- radio -Página web			
Febrero		Redes sociales y prensa escrita – Radio- Pagina Web		
De Marzo hasta Diciembre			Redes Sociales y Pagina Web	

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.7.4.1. PRENSA ESCRITA

Para lanzar el mensaje de nuevo servicio se va a realizar usando un medio dedicado de información donde se pautará los lunes en diario extra y el diario el Metroquil.

Tabla 54: Prensa Escrita

PRESA ESCRITA	descripción de Formato	Medida	valor	Nº de publicaciones	Total
EXTRA	Rotativo	15 cm de ancho X 8,2 por alto	\$ 1209,60	8	\$ 9676,8
La Metroquil	pie de página horizontal	6x3 de ancho , 26x9 alto	\$ 690,00	16	\$ 11040,00

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

La realización de las publicaciones realizadas en los diarios es para dar a conocer que en la ciudad de Guayaquil ya se está ofertando la licencia tipo E, se publicarán los horarios de atención y el lugar para la información de donde está ubicada la institución

En el gráfico 37 se puede observar, el anuncio en el diario Extra, que se presentara los días lunes y jueves por ser el día con mayor circulación en, la sección, del lunes sexy la cual captura el target de la escuela de conducción que está compuesto por sexo masculino de un 80% y los jueves por establecer el resumen deportivo.

En la Metroquil se realizará todos los días miércoles y viernes tendrá una duración de 2 meses por ser el diario con el 71% en el target medio, medio alto y 65% de sus lectores están entre 18 años y 45 años de edad, se ajusta a la segmentación de la escuela y es un diario gratuito con mayor número de impresiones.

Gráfico 37: Publicación de licencia Tipo E

tb ESCUELA DE CAPACITACIÓN DE CONDUCTORES PROFESIONALES CONDUCE ECUADOR
"formando expertos en las vías"

Matriculas Abiertas

LICENCIA TIPO "E"

HORARIOS:
LUNES A VIERNES
Matutino: 07H00 - 10H15
Vespertino: 13H00 - 16H15
Nocturno: 18H30 - 21H45
FINES DE SEMANA
Sábados y Domingos
08H00 - 17H00

Duración 9 meses!!

APROBADO POR LA AGENCIA NACIONAL DE TRANSITO

Guayaquil: Víctor Manuel Rendón 236 y Pedro Carbo. 1er Piso / PBX.: (04) 5000175 EXT.: 2720 - 1110 conducecuador@bolivariano.edu.ec

Trae tu Licencia "D" y obtén 5% de Descuento.

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.7.4.2. RADIO

La pauta se realizará en las tres emisoras en la etapa de crecimiento y recordación, se realizará de lunes a viernes en programas específicos con una duración de 30 segundos y los días miércoles en el programa radiación temprana por Radio Canela donde los oyentes tendrán que indicar que en "Conduce Ecuador", tienes diferentes horarios y se oferta la licencia tipo E.

Según (CARAVANA , 2014) esta emisora en septiembre del 2014 tuvo un ranking radioyentes de 20701 siendo la radio más escuchada en la ciudad

de Guayaquil , otro factor que se consideró es que siendo una radio especializada en Deporte, va dirigida al target masculino .

Se escogió Canela por ser la emisora dirigida para mujeres y hombres, donde existen diversos comentarios basados en el humor, volviendo entretenida la programación.

Tabla 55: Desglose de pautas en radio

Frecuencia	Horario	Programa	Comercialización	N° de cuñas radiales	tiempo	total
Radio Caravana	rotativo	de primera / pateando tachos	6 cuñas diarias y 1 cuña por programa	30"	2 meses	6.600
Canela	8h00-11h30	Radiación temprana	presentación y despedida 2 cuñas , 2 menciones-segmento los miércoles	30 "	2 meses	5.500
futbol 910 am	rotativo	rotativo	10 cuñas diarias	30"	1 mes	1300

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.7.4.2.1. CUÑA RADIAL

Locutor 1 :(Inicio de Música): oe tú eres profesional

Locutor 2: si soy conductor profesional en categoría tipo C

Locutor 1: aaah solo eres tipo C, Eso no es nada, No un Experto, tienes que tener la categoría tipo E.

Locutor 2: Nadie oferta la licencia tipo E, para tráiler y camiones pesados.

Locutor 1: ¡Cómo! ¡Ponte pilas pues!, la escuela de Conductores profesionales “Conduce Ecuador” oferta la categoría tipo E, cuenta con horarios flexibles, aulas de clases con aire acondicionado y en pleno centro de la ciudad, Aprobada por la ANT y lo mejor de todo que es el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano.

Locutor 2: Que, me voy a matricular en “Conduce Ecuador del ITB”.

Locutor 2: Ahora si me voy a hacer un Experto.

4.7.4.3. ACTIVIDADES BTL

Las actividades BTL se realizarán con la metro donde se va a contratar la paleta que tiene medidas de 80 x 80 cm, donde se va a circular en el horario de 8h00 hasta 10 h00 am de lunes a viernes, durante un mes.

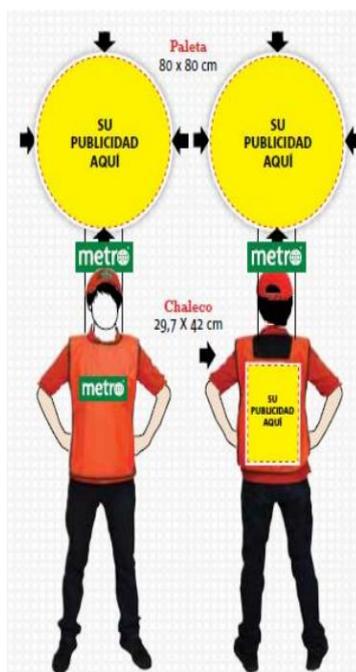
Según (La Metro , 2014), los lugares con mayor circulaciones vehículos es fco. Orellana, Av. 9 de octubre y Av. Juan Tanca Marengo donde se reparte más ejemplares y la duración de los semáforos son de 20 segundos.

Tabla 56: Actividades BTL

Sector	Tiempo	cantidad	valor	total
Av. Fco . Orellana (frente al World Trade Center)	1 mes	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Av. 9 de octubre y Carchi	1 mes	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Av. Juan Tanca Marengo y Presidente Jaime Roldos Aguilera	1 mes	1	\$ 890,00	\$ 890,00

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Gráfico 38: Paleta



Fuente : Diario la Metro

Gráfico 39: Diseño Publicidad de Paleta 1

itb ESCUELA DE CAPACITACIÓN DE CONDUCTORES PROFESIONALES CONDUCE ECUADOR
"formando expertos en las vías"

LICENCIA "E"

Matriculas Abiertas!!

Guayaquil: Víctor Manuel Rendón 236 y Pedro Carbo.
1er Piso / PBX.: (04) 5000175 EXT.: 2720 - 1110
conducecuador@bolivariano.edu.ec

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Gráfico 40: Diseño Publicidad de Paleta 2

itb ESCUELA DE CAPACITACIÓN DE CONDUCTORES PROFESIONALES CONDUCE ECUADOR
"formando expertos en las vías"

Matriculas Abiertas

LICENCIA TIPO "E"

HORARIOS:

LUNES A VIERNES
Matutino: 07H00 - 10H15
Vespertino: 13H00 - 16H15
Nocturno: 18H30 - 21H45

FINES DE SEMANA
Sábados y Domingos
08H00 - 17H00

Duración 9 meses!!

APROBADO POR LA AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO

Guayaquil: Víctor Manuel Rendón 236 y Pedro Carbo.
1er Piso / PBX.: (04) 5000175 EXT.: 2720 - 1110
conducecuador@bolivariano.edu.ec

Trae tu Licencia "D" y obtén 5% de Descuento.

Síguenos como CONDUCE ECUADOR

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.7.4.4. PÁGINA WEB

Se va realizar la creación de una página web para la escuela de conducción, lo que permitirá tener informados a los estudiantes actuales y brindar la opción de inscripción en línea a futuros estudiantes, donde se pueda tener banner comunicativos sobre los horarios establecidos en el parque vial o requisitos para el trámite de brevetación, la página web tendrá icono directo para ingresar al sistema académico.

Tabla 57: Paquete empresarial

Dominio	Características	Beneficios	Herramientas web	Valor
www.conducecuador.edu.ec	Plataformas Linux y plataforma Windows	Soporte 24x7x365 (tickets) Panel de control Costo setup Aplicación gratis Alta en buscadores Subdominios ilimitados Acceso con / sin www.	Estadísticas del sitio Copias de seguridad Re direccionamientos web	\$1000 anual Incluido mantenimiento y dominio

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.
Fuente : (webhostmk, 2015)

Gráfico 41: Registro en línea – “Conduce Ecuador”



Fuente: (Instituto Tecnológico Boliviano, 2015)

En el gráfico 41 se observa que la creación de la página web va incrementar el número de inscripciones y matrículas dentro de la escuela de conducción,

teniendo la opción de enviar los documentos escaneados y pagos con tarjetas de crédito permitiendo que el estudiante tenga la comodidad necesaria para poder adquirir el servicio.

4.7.4.5. REDES SOCIALES – FACEBOOK

“Conduce Ecuador” tiene Facebook, el cual ha permitido tener informados a los estudiantes actuales y brinda información.

Se va realizar una fortalecimiento de la marca por redes sociales, comunicando que “Conduce Ecuador” pertenece al Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología ayudar incrementar los “me gusta” durante los 12 meses con un presupuesto de \$ 5.00 lo que generará aproximadamente entre 37 a 156 me gusta diarios.

Tabla 58: Redes Sociales – Facebook costos

Redes Sociales	Valor por día	Me Gusta diarios	Valor mensual	Valor por 12 meses
Facebook	\$ 5,00	37 a 156	\$150,00	\$ 1800

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

El presupuesto se proyecta en un valor de \$ 1800 .00 durante los 12 meses previos antes de la matriculación, con un incremento de 100 me gusta diarios.

4.7.4.6. PROMOCIONES EN VENTAS

Se va obsequiar en el programa de la Radio Canela, camisas y plumas a las llamadas telefónicas todos los días miércoles de los meses enero y febrero del 2016, donde se va a entregar a los ganadores estos obsequios.

Se realizarán cupones de descuentos a estudiantes anteriores que estudiaron la categorización tipo C, que se inscriban al nuevo servicio brindado como recompensa de su fidelidad a la institución.

Radio Canela dirigida a un target de medio, Bajo el cual en Octubre del 2014 mantuvo su nivel de ranking de radioyentes de 25825 (Mercado Y Proyectos , 2014).

Tabla 59: Promociones en ventas

Producto	Escala	Cantidad	Sub total	Iva	Total
Plumas	1000	0.54	\$540	\$64.8	\$604.80
Camisa	500	2.80	\$1400		\$1400
toma todos	500	0.84	\$420	\$50.40	\$470.40

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Gráfico 36 : Material promocional



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Gráfico 42: Cupones de descuento



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Estos cupones de descuento se entregarán solo a 100 personas, donde 50 serán para los ganadores de la radio y los 50 restantes como premiación de fidelización a los estudiantes graduados en la Escuela de conducción, lo que será la premiación de su continuidad.

4.8.1. ÍNDICES DE GESTIÓN Y RESPONSABLES DE TAREAS

Para el control y medición de la evaluación de los objetivos propuestos en el plan de *marketing*, se determinó áreas: finanzas, comercial, administrativos. Unos de los métodos a utilizar serán las mediciones del número de estudiantes, costos invertidos en realización del servicio, la calidad de servicio brindado.

Cada departamento involucrado general valor, a la mejora continua y la retroalimentación de las necesidades del estudiante.

Tabla 61: Indicadores

Tablas de Indicadores					
Proceso	Nombre del Indicador	Formulas y Calculo	Frecuencia	Responsable de la medición	Fuente de información
Mercado	Efectividad	Número de Matriculados	Anual	Dirección Financiera	Facturación
		Total de Matriculados año			Estados Financieros
Gestión Comercial	Presupuesto de Ventas	Ventas reales	Semestral	Dirección <i>Marketing</i> y Admisiones	Ventas
		Ventas presupuestadas			
Gestión a atención al cliente	Tiempo de espera	Tiempo de la atención	Mensual	Dirección <i>Marketing</i> y Admisiones	Encuestas de satisfacción al cliente
		Tiempo de espera			
Gestión Administrativa	Material Didáctico	# de estudiantes matriculados	Mensual	Dirección de Conduce Ecuador	Pedido de Insumos
		# de insumos entregados a Docente			
Finanzas	Recursos de Practicas Vehiculares	# de estudiantes realizando prácticas vehiculares mensual	Mensual	Dirección de Conduce Ecuador	consumo mensual de combustibles - Estudiantes programados
	Flujo de caja	consumo de combustible mensual Ingresos - Egresos	Mensual - Anual	Dirección Financiera	Estados Financieros

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

4.9. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

Como conclusión del plan de *marketing* a efectuar se pretende aumentar las ventas basándose en desarrollar un nuevo servicio que es la capacitación de conductores profesionales previo a la obtención de la licencia tipo E, dando a conocer, con diferentes estrategias, el incremento de estudiantes en la Escuela de capacitación de conductores profesionales “ Conduce Ecuador “ del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, se realizará campañas radiales para informar la existencia de la oferta en la licencia de categorización tipo E .

Se plantea con el monto destinado a *marketing* que se proyecte la comunicación y venta el curso, la inversión será de \$ 43.062,00 donde existen descuentos para estudiantes de “Conduce Ecuador” que retomen sus estudios en la categoría tipo E, premiando la fidelidad del consumidor. .

En el plan la campaña se realizará entre los meses de Enero y Febrero del 2016, previo al inicio de clases teniendo 4 etapas: lanzamiento, post lanzamiento, crecimiento y recordación, donde se podrá realizar la contratación de espacio radial para concursos.

Se propone la creación de una página web para “Conduce Ecuador” con el fin de registrar los futuros aspirantes, permitiendo incrementar el número de matriculados y generando valor al servicio brindado.

Se desarrollaron matrices para determinar la competencia directa actual, donde se descubrió que existe una escuela de conductores profesionales con domicilio en Cantón Milagro. Se determinaron, estrategias de selección para enfocarse más al segmento de mercado y se creó valor con su promesa de venta enfocándose en la investigación de mercado realizada, lo cual permitió conocer a profundidad al consumidor ¿que influye al momento de la compra?, y ¿quiénes influyen? generando como principal factor para el consumidor la oportunidad de aumentar los ingresos y subir de categorización de las licencias profesionales.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS FINANCIERO

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 DETALLE DE INGRESOS

5.1.1 PROYECCIÓN ANUAL DE LA DEMANDA

El giro del negocio es dado por el periodo de matriculación, el cual es de cada 9 meses y 2 meses de publicidad. La demanda se determina según (ANT, 2013); para iniciación del proyecto se comienza con 360 estudiantes que equivale a 12 paralelos de 30 estudiantes.

5.1.2 CALCULO DE UNIDADES VENDIDAS

Su facturación esta en primer lugar por la realización de psicosenométrico una vez aprobado el examen, se factura el valor de matrícula equivalente a \$ 200.

La proyección anual de la demanda es estipulada por el aumento paulatino de los paralelos, teniendo en el año 2018 inicio de 2 periodos de matriculación de en el 1er periodo con 900 y el 2do periodo con 1800, generado un incremento en las unidades vendidas del servicio de 100% en comparación con el año 2019 y 2020 que solo genera 1 periodo de matriculación.

Tabla 62 : Proyección anual de inscritos

PROYECCION DE INSCRITOS-2016-2020	
Año 2016	360
Año 2017	450
Año 2018	2.700
Año 2019	2.250
Año 2020	2.700
TOTAL	8.460

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.1.3 PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS

Los ingresos inician el mes de marzo con la autorización brindada por la Agencia Nacional de Tránsito, se estipula el periodo de matriculación en marzo el cual brinda el ingreso de ficha psicosenométrica, matrícula y libros, generando ventas durante 9 meses en el primer año.

Se observa en la tabla siguiente que las ventas correspondientes al 3er mes del año son las distintivas con \$108.000,00.

Tabla 63: Proyección mensual de ingreso

MATRICULAS AÑO 1 VENTAS - 2016													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Estudiantes			360	360	360	360	360	360	360	360	360		
Matricula - pensión		\$ -	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00		
Total pensión	\$ -	\$ -	\$ 86.400,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ -	\$ 432.000,00
LIBROS AÑO 1 VENTAS - 2016													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Estudiantes			360										
libros		0	60										
Total	0	0	21600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21600
Total ingreso	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 108.000,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 0,00	\$ 453.600,00

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Tabla 64: Proyección de ingreso durante 5 años

VENTAS 5 AÑOS					
	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Estudiantes	360	450	1350	1600	1800
Total de Ingreso	\$ 453.600,00	\$ 567.000,00	\$ 837.000,00	\$ 1.536.000,00	\$ 2.316.000,00

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Se observa que durante el periodo 2016 al 2020 el ingreso aumentará basándose en la cantidad de estudiantes matriculados, el cual se refleja que el año 2018 y 2020 existirá el mismo número de estudiantes matriculados, pero en el año 2018 ingresarán por ventas en el periodo 1 \$ 1.161.000,00 donde el ingreso esta dado hasta el mes de septiembre, en el periodo 2 comienza la matriculación de 1800 estudiantes donde se generan de ventas por valor de \$972.000,00 esto equivale a los rubros de matriculación y libros.

En comparación en el año 2020 el ingreso es brindado en el 1er periodo por la acumulación de 7 cuotas mensuales, lo cual determina, la generación de un rubro correspondiente a venta de \$1890.000, 00 y el 2do periodo iniciado en el mes de octubre con 2700 estudiantes de \$ 1782.000,00 correspondiente a los meses de recaudación de matrícula y 2 cuotas dejando para una proyección del año 2021 la recaudación de 6 cuotas del curso.

5.2 DETALLE DE EGRESOS

5.2.1 DETALLE DE COSTOS

Tabla 65: Costo del 2016

AÑO 1				
COSTOS				
Rubros	Cantidad	Total de Horas	Valor Unitario	Costo Total
Docentes- Facturación	10 Paralelos	7140	\$10	\$ 71.400,00
Combustible - Diésel		17280	1,03	\$ 17.798,40
Mantenimiento	2 MESES c / u	CADA 5000KM	\$250	\$ 2.500,00
Suministros y Materiales				\$ 200,00
Viáticos y Subsistencias				\$ 2.000,00
Costo de cabezales Modelo 2011 - Marca JAC FINANCIAMIENTO PROPIO	2			\$ 90.000,00
Total				\$ 183.898,40

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Dentro de los principales costos para servicio se encuentran los docentes por lo que su cancelación corresponde a \$ 10 por hora de clase dictada generando el rubro de \$71.400,00 en el primer año.

Explicación:

- 593 horas x 10 paralelos =7140 horas de clase.
- El cabezal comprado del año 2011 tiene un costo c/ u de \$45000,00
- El costos correspondiente a Llantas se consideran a partir del año 2017, ya no cubre la garantía \$200 c/u.
- Materiales y suministros comprende de: marcadores, borradores y cd.
- Mantenimiento del 1 año: se realizara cambios de acei, líquido de freno, cambio de filtro, alineación y balanceo, rotación de llantas.

5.2.2 DETALLE DE GASTOS

Tabla 66: Gastos proyectados 5 años

GASTOS 2016			4,64%		4,64%		4,64%		4,64%						
CONDUCE ECUADOR															
GASTOS ADMINISTRATIVOS			2016		2017		2018		2019		2020				
Sueldo	\$	5.697,86	14%	\$	49.972,80	48%	\$	102.444,24	56%	\$	106.654,70	55%	\$	111.038,21	53%
Décimo Tercer Sueldo	\$	3.908,00	10%	\$	4.164,40	4%	\$	8.537,02	5%	\$	8.887,89	5%	\$	9.253,18	4%
Décimo Cuarto Sueldo	\$	25.488,00	62%	\$	42.750,64	41%	\$	55.249,92	30%	\$	59.883,84	31%	\$	72.735,60	34%
Vacaciones	\$	-	0%	\$	2.082,20	2%	\$	4.268,51	2%	\$	4.443,95	2%	\$	4.626,59	2%
Fondo De Reserva	-	-	0	-	-	0			0%		0%			0%	
Aportes Patronales IESS (12,15%)	\$	5.697,86		\$	6.071,70		\$	12.446,98		\$	12.958,55		\$	13.491,14	
Suma de Total de Gastos Administrativos	\$	40.791,73	86%	\$	105.041,74	94%	\$	182.946,67	93%	\$	192.828,92	93%	\$	211.144,72	94%
Servicios Básicos Edificio															
Luz	\$	3.767,04	40%	\$	3.941,83	40%	\$	4.124,73	40%	\$	4.316,12	40%	\$	4.516,39	40%
Agua	\$	1.883,52	20%	\$	1.970,92	20%	\$	2.062,37	20%	\$	2.158,06	20%	\$	2.258,19	20%
Teléfono y Internet	\$	3.767,04	40%	\$	3.941,83	40%	\$	4.124,73	40%	\$	4.316,12	40%	\$	4.516,39	40%
Gastos Operativos	\$	9.417,60	100%	\$	9.854,58	100%	\$	10.311,83	100%	\$	10.790,30	100%	\$	11.290,97	100%
Mantenimiento y Reparaciones															
Depreciación	\$	9.000,00		\$	18.000,00		\$	45.000,00		\$	61.600,00		\$	78.200,00	
Gastos De Mantenimiento Tero piso	\$	1.000,00	9%	\$	1.046,40	5%	\$	1.094,95	2%	\$	1.145,76	2%	\$	1.198,92	50%
Gastos De Mantenimiento 8do piso	\$	1.000,00	9%	\$	1.046,40	5%	\$	1.094,95	2%	\$	1.145,76	2%	\$	1.198,92	50%
Suma de Total de Servicios Básicos	\$	11.000,00	18%	\$	20.092,80	10%	\$	47.189,91	5%	\$	63.891,52	4%	\$	2.397,84	100%
Gastos de Publicidad - Venta															
Promociones de ventas	\$	2.475,20	6%	\$	2.590,05	6%	\$	2.710,23	5%	\$	2.835,98	5%	\$	2.967,57	5%
Redes sociales	\$	600,00	1%	\$	627,84	1%	\$	656,97	1%	\$	687,46	1%	\$	719,35	1%
Página Web	\$	1.000,00	2%	\$	1.046,40	2%	\$	1.094,95	2%	\$	1.145,76	2%	\$	1.198,92	2%
Paletas- Btl	\$	2.670,00	6%	\$	2.793,89	6%	\$	2.923,52	6%	\$	3.059,18	6%	\$	3.201,12	6%
Radios	\$	13.400,00	31%	\$	14.021,76	30%	\$	14.672,37	30%	\$	15.353,17	29%	\$	16.065,55	29%
Presas Escrita	\$	20.716,80	48%	\$	21.678,06	47%	\$	22.683,92	46%	\$	23.736,46	45%	\$	24.837,83	44%
Transportes	\$	1.000,00	2%	\$	1.046,40	2%	\$	1.094,95	2%	\$	1.145,76	2%	\$	1.198,92	2%
Descuento del 5% a Ex estudiantes	\$	1.200,00	3%	\$	2.400,00	5%	\$	3.600,00	7%	\$	4.800,00	9%	\$	6.000,00	11%
Comisión en ventas			0%	\$	-	0%	\$	-	0%	\$	-	0%	\$	-	0%
			0%	\$	-	0%	\$	-	0%	\$	-	0%	\$	-	0%
			0%	\$	-	0%	\$	-	0%	\$	-	0%	\$	-	0%
Suma de Total de gastos de Venta	\$	43.062,00	100%	\$	46.204,40	100%	\$	49.436,92	100%	\$	52.763,75	100%	\$	56.189,27	100%
TOTAL	\$	104.271,33		\$	181.193,51		\$	289.885,32		\$	320.274,49		\$	281.022,81	

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.2.3 DETALLE DE INVERSIÓN, AMORTIZACIÓN Y GASTOS FINANCIEROS

Se va a realizar la inversión de la compra de 2 cabezales al inicio de la operación y serán financiados como parte de la utilidad establecida del año 2014, el financiamiento es propio, lo que genera no tener índice de endeudamiento para la escuela.

Para el incremento de estudiantes en el año 2018 se realizará la adquisición de dos camiones para las prácticas vehiculares del año 2015.

Tabla 67: Inversión

Inversión	2016		
	Cantidad	valor	total
cabezal	2	45000	90000
Inversión	2018		
	Cantidad	valor	total
Camiones	2	45000	90000

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

Tabla 68: Depreciación de los cabezales – Maquinaria

Cabezal			
9000			
año	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor de libros
1	9000	9000	81000
2	9000	\$ 18.000,00	72000
3	9000	\$ 27.000,00	63000
4	9000	\$ 36.000,00	54000
5	9000	\$ 45.000,00	45000
6	9000	\$ 54.000,00	36000
7	9000	\$ 63.000,00	27000
8	9000	\$ 72.000,00	18000
9	9000	\$ 81.000,00	9000
10	9000	\$ 90.000,00	0

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre

5.3 FLUJO DE CAJA MENSUAL

Flujo de caja 2016 - mensual													
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos													
Ventas			0	\$ 108.000,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	\$ 43.200,00	0
Inversion inicial (Financiamiento propio)	\$ 150.000,00	\$ 60.000,00											
Costos de Ventas				\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16	\$ 20.433,16
Total de ingreso		\$ 60.000,00	\$ -	\$ 87.566,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ 22.766,84	\$ -
Egresos													
(+) Sueldos y Beneficios sociales		\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49	\$ 6.832,49
(+) Servicios Basicos		\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47	\$ 951,47
(+)Marketing		\$ 24.497,73	\$ 15.230,93	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33
(+) Docentes		\$ -	\$ -	\$ 7.933,33	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22	\$ 13.222,22
compra trailers	90000												
Total de egresos		\$ 32.281,69	\$ 23.014,89	\$ 15.950,62	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 21.239,51	\$ 8.017,29
Neto		\$ 27.718,31	\$ -23.014,89	\$ 71.616,23	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ 1.527,34	\$ -8.017,29
Acumulado		\$ 27.718,31	\$ 4.703,43	\$ 76.319,66	\$ 77.846,99	\$ 79.374,33	\$ 80.901,67	\$ 82.429,00	\$ 83.956,34	\$ 85.483,68	\$ 87.011,01	\$ 88.538,35	\$ 80.521,06

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A CINCO AÑOS

Tabla 69: Estado de resultado proyectado

Estado de Perdidas y Ganancias					
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	\$ 453.600,00	\$ 567.000,00	\$ 837.000,00	\$ 1.536.000,00	\$ 2.316.000,00
costos	\$ 183.898,40	\$ 136.594,51	\$ 429.106,63	\$ 670.124,81	\$ 810.646,66
Margen Bruto	\$ 269.701,60	\$ 430.405,49	\$ 407.893,37	\$ 865.875,19	\$ 1.505.353,34
Egresos					
Gastos Admnsitrativos	\$ 9.417,60	\$ 9.854,58	\$ 10.311,83	\$ 10.790,30	\$ 11.290,97
Gastos Operacionales	\$ 11.417,60	\$ 11.947,38	\$ 12.501,73	\$ 13.081,82	\$ 13.688,81
Depreciacion y amortización	\$ 9.000,00	\$ 18.000,00	\$ 45.000,00	\$ 61.600,00	\$ 78.200,00
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 43.062,00	\$ 46.204,40	\$ 49.436,92	\$ 52.763,75	\$ 56.189,27
<i>Promociones de ventas</i>	\$ 2.475,20	\$ 2.590,05	\$ 2.710,23	\$ 2.835,98	\$ 2.967,57
<i>Redes sociales</i>	\$ 600,00	\$ 627,84	\$ 656,97	\$ 687,46	\$ 719,35
<i>Pagina Web</i>	\$ 1.000,00	\$ 1.046,40	\$ 1.094,95	\$ 1.145,76	\$ 1.198,92
<i>Paletas- Btl</i>	\$ 2.670,00	\$ 2.793,89	\$ 2.923,52	\$ 3.059,18	\$ 3.201,12
<i>Radios</i>	\$ 13.400,00	\$ 14.021,76	\$ 14.672,37	\$ 15.353,17	\$ 16.065,55
<i>Presa Escrita</i>	\$ 20.716,80	\$ 21.678,06	\$ 22.683,92	\$ 23.736,46	\$ 24.837,83
<i>Transportes</i>	\$ 1.000,00	\$ 1.046,40	\$ 1.094,95	\$ 1.145,76	\$ 1.198,92
<i>Descuentos del 5% a estudiantes Categoría tipo c</i>	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00	\$ 3.600,00	\$ 4.800,00	\$ 6.000,00
Utilidad Operacional	\$ 196.804,40	\$ 344.399,14	\$ 290.642,89	\$ 727.639,33	\$ 1.345.984,29
15% Participacion de Trabajad	\$ 29.520,66	\$ 51.659,87	\$ 43.596,43	\$ 109.145,90	\$ 201.897,64
Utilidad Antes de Impuesto	\$ 167.283,74	\$ 292.739,27	\$ 247.046,46	\$ 618.493,43	\$ 1.144.086,65
22% Impuesto a la renta	\$ 36.802,42	\$ 64.402,64	\$ 54.350,22	\$ 136.068,55	\$ 251.699,06
Utiliad neta	\$ 130.481,32	\$ 228.336,63	\$ 192.696,23	\$ 482.424,87	\$ 892.387,59

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

5.5.1 MARKETING ROI

El *marketing* ROI es una herramienta que permite ponderar económicamente cuál es el retorno de gasto de *marketing* al respecto con la venta generada, indica si la campaña obtuvo éxito o no.

El cálculo de ROI se obtuvo en la siguiente fórmula:

$$\text{Marketing ROI: } \frac{\text{Utilidad Bruta} - \text{Gastos de Marketing}}{\text{Gastos de marketing}}$$

Entonces en el primer año:

Utilidad Bruta año 1: \$269701,60

Gastos de *Marketing* año: \$43062

$$\text{Marketing ROI: } \frac{\$269701,60 - \$43062}{\$43062} = 5,26$$

Para evaluar el plan de *marketing* se realizó el *marketing* ROI, basándose en los resultados obtenidos se puede mencionar que por cada dólar destinado en *marketing* retorna el \$ 5 por lo tanto es rentable el plan.

Tabla 70: Marketing ROI.

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Margen Bruto	\$269701,6	\$430405,493	\$1271893,37	\$1975875,19	\$2537353,34
Gastos de <i>Marketing</i>	\$43062	\$46204,3968	\$49436,9208	\$52763,7539	\$56189,2721
<i>Marketing</i> Rol	5,26309972	8,31524969	24,727601	36,4475857	44,157256

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.5.2 TIR - VAN Y TIEMPO DE RECUPERACIÓN

5.5.2.1 VAN

Con los resultados obtenidos, se proyecta el estado de pérdidas y ganancias del periodo 2016 al 2020, donde se determina la utilidad o pérdida obtenida una vez implementadas en las actividades del plan de *marketing*.

Se calculó el valor neto (VAN) Utilizando una tasa de descuento del 15% en donde el resultado fue de \$3.178.341 que indica el dinero de los 5 años, traído a valor presente.

Tabla 71: Valor Actual Neto

N°	FNE	(1+i)*	Fne/(1+i)n
0	-\$ 150.000,00		-\$ 150.000,00
1	\$ 103.030,27	\$ 1,15	\$ 89.591,54
2	\$ 305.631,49	\$ 1,32	\$ 231.101,32
3	\$ 287.914,68	\$ 1,52	\$ 189.308,58
4	\$ 883.425,51	\$ 1,75	\$ 505.101,40
5	\$ 1.453.277,19	\$ 2,01	\$ 722.535,61
VAN			\$ 1.587.638,44

Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.5.2.2 TIR

El resultado de la TIR es el 147% por lo cual se considera el proyecto viable y rentable al estar dentro de los parámetros.

5.6 GRÁFICO DE INGRESOS Y EGRESOS

Gráfico 43: Ingreso y Egreso



Elaborado por: Michelle Stefanie Tolozano Lapierre.

5.7 CONCLUSIONES DEL CAPITULO

En este capítulo se detallan los ingresos y egresos generados en el desarrollo de proyecto.

Se determina la utilidad y se puede interpretar que la escuela de conducción “Conduce Ecuador”, existen actualmente 800 estudiantes matriculados en el periodo marzo a agosto del 2015, correspondiente a la 2da promoción para la categorización de licencia profesional tipo C, se propone el incremento de 360 estudiantes más para la categoría tipo E, lo que significa es un incremento en las ventas del 45%.

El gasto de *marketing* es factor principal para informar y motivarla adquisición del curso de capacitación donde se establecen los objetivos planteados en el capítulo 4.

También se puede observar la adquisición de 2 cabezales en el año 2016 el cual se verifica en el gráfico de ingreso y egreso que al ser una inversión de \$90.000 genera utilidad para la escuela.

Se proyecta generar en el primer año de utilidad al Instituto Tecnológico Bolivariano de \$ 130.481,32 donde cabe recalcar un ingreso de \$269.701,60 y un egreso de \$ 72.897,20

CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo del proyecto de titulación se logró conocer el perfil del consumidor basándose en la investigación de mercado para lograr captar nuevos estudiantes que permitan aumentar la ventas un 45% respecto a las ventas de la categorización tipo C.

- ✓ A través del análisis situacional se llegó a establecer los factores más representativos que generan mayor impacto en el desarrollo del servicio.
- ✓ En el análisis situacional se observó en el factor económico que el país ingresó en un periodo de cambios con nuevas restricciones a las importaciones provocando la escasez de vehículos y respuestas.
- ✓ Se observa que actualmente en la ciudad de Guayaquil no existe un competidor directo, pero existe uno en la ciudad de Milagro ofertando la licencia profesional tipo E.
- ✓ Se determinó en la Investigación de mercado que el medio de comunicación más usado para los conductores profesionales es la radio
- ✓ Además se analizó que el mercado más representativo está compuesto por hombres entre 21 años de edad hasta 31 años de edad.
- ✓ Se destacó que el factor motivador de la compra es dado por la superior económica y mejores oportunidades de trabajo.
- ✓ En el focus group por estudiantes de la primera promoción se destacó que está dispuesto a esperar el periodo de aprobación de la escuela en categoría tipo E, con tal de seguir en la misma escuela.
- ✓ La implementación de las estrategias desarrolladas en el Plan de *Marketing* tiene como principal objetivo el incremento en las ventas y el desarrollo de un nuevo servicio no existente en la ciudad de Guayaquil.
- ✓ La inversión será de \$150.000 para la adquisición de dos cabezales marca Jac, del año 2011 a diésel, cual generara el 1er año ganancias representativas a la escuela solo con 360 estudiantes equivalentes a 12 paralelos.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda que la Escuela de Conductores profesionales, mantenga estrategias de premiación a ex estudiantes de Escuela de Conducción, con el fin de generar en un futuro posicionamiento.
- ✓ Se recomienda planificar e implementar estrategias innovadoras y creativas que permitan captar nuevos clientes y buscar nuevos sectores geográficos del país.
- ✓ Se recomienda la evaluación sistemática a la gestión académica para la mejora continua del servicio.
- ✓ Realizar constante auditorías a los procesos del servicio, lo que permitiría mejorar el servicio a los estudiantes, determinado satisfacción al estudiante y que se sienta motivado a referir a otros conductores profesionales la toma de decisión del servicio.
- ✓ Determinar controles de Medición para la mejora del plan de *marketing* realizado, enfocándose a mejorar el ROI.
- ✓ Se recomienda desarrollar un Plan de *Marketing* para la categorización tipo D, permitiendo el aumento de ingresos para la Escuela de Conducción y mantener cautivo al cliente de la categorización tipo C, para que su formación sea desempeñada en su totalidad en “Conduce Ecuador”.
- ✓ Se Recomienda tener departamento de admisiones en el piso 7, para tener la rapidez de matriculaciones, no permitir fugas de estudiantes y aspirantes en la escuela de conducción.
- ✓ Implementar en la plataforma del sistema académico de los cronogramas disponibles de prácticas vehiculares para evitar déficits en la capacidad de producción.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Trànsito. (2012). *Reporte a Nivel nacional 2012*. Quito: ANT. Recuperado el 31 de enero de 2015
- Agencia Nacional de Trànsito . (junio de 2014). *ANT*. Recuperado el 9 de noviembre de 2014, de Agencia Nacional de Trànsito : http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818766247&umt=la_hora_quito_crece_numero_muertes_por_accidentes_transito
- Agencia Nacional de Trànsito . (Septiembre de 2014). *direcciòn de estudios y proyectos*. Recuperado el 9 de noviembre de 2014, de ANT: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/siniestros-sep14%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/siniestros-sep14%20(1).pdf)
- ANT. (2013). *Reglamento de escuela*. Guayaquil.
- Banco central del Ecuador. (2014). *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Bernal , C. (2010). *Metología de Investigación : Para Administración , economía , humanidades y ciencias sociales* (Vol. tercera ediccion). Mexico, Mexico : Pearson Educacion.
- CARAVANA . (2014). *Medición de septiembre 2014*. Mercados y Proyectos .
- Casado, A., & Et al. (2010). *Introducción al Marketing*. Madrid : club Universitario .
- Castillo, M. (2009). *Guía para la formulación de proyectos de investigación*. Bogota, Colombia : Alma Mater Magisterio.
- Censo, I. d. (2012). *Anuario de transporte*. Guayaquil: INEC.
- Charapaqui, M. (2010). *Sistema de evaluación mèdico psicológica para obtener una licencia de conducir* . Lima: Pui Huang.
- Correa , R. (1 de noviembre de 2014). *Ecuador preve sustituir \$ 6000 millones de importaciones*. Recuperado el 1 de noviembre de 2014, de El universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/01/nota/2120246/ecuador-preve-sustituir-6000-millones-importaciones-hasta-2017>
- Correa, R. (10 de Agosto de 2014). *Ley Organica de Trànsporte terrestre , trànsito y seguridad vial. Ley Organica de Transporte terrestre , trànsito y seguridad vial*. Quito, Quito, Ecuador: Asamblea Nacional .

- El Telegrafo. (5 de agosto de 2014). *La demanda interna seguirá impulsando la economía nacional*. Recuperado el 9 de noviembre de 2014, de telegrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/cepal-pib-de-ecuador-crecera-5-en-2014.html>
- Hax, A., & Majluf, N. (2009). *Estrategia para el liderazgo competitivo* (Vol. quinta edición). Argentina: Prentice Hall.
- HÉRNANDEZ, R. (2009).
- I.S.T. Bolivariano. (2012). *Proyecto de Escuela Conduccion*. I.S.T.Bolivariano . Guayaquil: I.S.T. Bolivariano .
- Icaiza, A. (2014). *Licencia Tipo C* (Vol. IV). Riobamba, Ecuador: Editex.
- Instituto de Estadística y Censo . (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 9 de noviembre de 2014, de Resultados del Censo 2010: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Instituto de Estadísticas y Censos. (2014). *Indicador Laboral 2014*. Quito: Ecuador en cifras.
- Instituto Tecnológico Bolivariano. (27 de enero de 2015). *ITB*. Obtenido de ITB: www.registro.conduceecuador.edu.ec
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Marketing*. Mexico : Prentice Hall.
- kotler, P., & Et al . (2010). *Marketing* . Mexico : Person Educacion .
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Paerson.
- La Metro . (2014). *Presentación de Negocios* . Guayaquil : La Metroquil.
- MALHOTRA. (2009). *Investigación de mercado*. Mexico.
- MAPS, G. (25 de ENERO de 2015). *Conduce Ecuador*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Padre+Solano,+Guayaquil/@-2.1869049,-79.8854826,19z/data=!4m2!3m1!1s0x902d6dd8299a702f:0xb061b1b7c3c03c62?hl=es>
- Martinez , J. (2010). *Principios de Economía* . Madrid : Person .
- Mercado Y Proyectos . (2014). *Octubre 2014* . Guayaquil : Mercado y Proyecto .
- Munuera, J., & Rodriguez, A. (2009). *Estrategias de Marketing , un enfoque basado en el proceso de dirección* (Vol. I). Madrid, España: Esic.

- Perfectura del Guayas . (junio de 2011). *Demografía del Guayas* . Recuperado el 10 de noviembre de 2014, de Guayas: <http://www.guayas.gob.ec/demografia>
- ProEcuador . (enero de 2014). *ProEcuador* . Recuperado el 9 de Noviembre de 2014, de Guia Comercial del Ecuador : <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-ecuador-2014/>
- QUEZADA, N. (2010). *Metología de la Investigación* . Lima : Macro .
- Quezada, N. (2010). *Metologia de la Investigacion , Estadistica aplicada a la investigacion* (Vol. I). Lima, Peru: Miraflores.
- Ramirez , R. (2013). *Tercera ola de Transformacion de la Educacion Superior en Ecuador*. Quito: Senecyt .
- Sabando. (2010). *Factores Politicos* . Mexico .
- Sanchis, J., & Riberio, D. (2009). *Creacion y Direccion de PYMES* . Madrid: Diaz de Santos .
- Secretaria Nacional del Agua. (Junio de 2011). *Evaluacion Ambiental de los Catones*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de Agua: <http://www.agua.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/07/InformeInterMAESenagua.pdf>
- Senescyt. (20 de 02 de 2013). *educacionsuperior*. Recuperado el 9 de 11 de 2014, de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/mas-de-usd-308-millones-se-invertiran-en-el-proyecto-de-reconversion-de-institutos-tecnicos-y-tecnologicos-superiores-del-pais/>.
- Tamayo, M. (2009). *El proceso de la investigacion cientifica*. Mexico: Limusa.
- Universidad Central de Quito. (2009). *Cotaminacion Ambiental Del Ecuador* . Quito: Universidad Central de Quito.
- Universo, E. (6 de octubre de 2014). *Alberto Acosta*. Recuperado el 28 de octubre de 2014, de <http://www.eluniverso.com/:http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/06/nota/4077151/ecuador-cerro-septiembre-inflacion-061>
- webhostmk. (1 de enero de 2015). *www.webhostmk.com*. Obtenido de webhostmk: http://www.webhostmk.com/web_hosting/#planes
- Zeithaml , V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Marketing de Servicios*. Mexico: Mc Graw Hill.