

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PROYECTO DE DESARROLLO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE
CONDUCCIÓN EN EL SECTOR COMITÉ DEL PUEBLO UBICADO EN LA
CIUDAD DE QUITO**

ANDERSON JOSÉ FREIRE CANGO

DIRECTOR: MGTR. EDMUNDO PEÑAFIEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: MEJORAMIENTO DE PROCESOS

Quito, Marzo 2025

DIRECTOR:

Mgtr. Edmundo Peñafiel

LECTORES:

PhD. Andrés Rodríguez

Mgtr. Mariano Merchan

Agradecimientos

A Dios, por darme la fuerza, sabiduría y constancia para alcanzar mis metas.

A mis padres, por su amor, apoyo y soporte incondicional.

A mi hermano, por motivarme a no rendirme en el día a día.

A Nicolas, por ser mi compañero incondicional.

Al Mgtr. Edmundo Peñafiel, por sus conocimientos y acompañamiento en la elaboración de este trabajo.

Índice general

Portada	I
Agradecimientos	III
Índice general	IV
Lista de figuras y lista de tablas	VII
Resumen ejecutivo y <i>Abstract</i>	1
1. Introducción.....	3
1.1. Objetivos	4
2. Marco teórico.....	5
2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la educación vial	5
2.2. Modelos de enseñanza en escuelas de conducción	5
2.3. Importancia de las escuelas de conducción para la seguridad vial	6
2.4. Viabilidad del negocio de escuelas de conducción en Ecuador.....	6
2.5. Modelos de negocio y rentabilidad en las escuelas de conducción	7
2.6. Análisis del sector de escuelas de conducción.....	7
2.7. Demanda de servicios de conducción	8
2.8. Estrategias de marketing para escuelas de conducción.....	9
2.9. Modelos de negocios en el sector de educación.....	11
2.10. Gestión de la calidad en servicios educativos	12
2.11. Evaluación y mejora continua	13
2.12. Aspectos legales y regulatorios	14
2.13. Plan financiero.....	15
3. Marco conceptual.....	18
3.1. Plan de negocios.....	18
3.2. Análisis FODA.....	18
3.3. Mercado.....	18
3.4. Estrategia.....	18
3.5. Tendencia	18
3.6. Oferta.....	19
3.7. Valores.....	19
3.8. Misión	19
3.9. Visión	19
3.10. Razón social.....	20

3.11.	Análisis de mercado	20
3.12.	Descripción de la industria	20
3.13.	Análisis del sector y tendencias.....	22
3.14.	Análisis de la competencia	22
3.15.	Estudio de la demanda.....	24
3.16.	Estudio de la Oferta	27
3.17.	Análisis de precios.....	28
3.18.	Posicionamiento de marca	29
3.19.	Tendencias	30
3.20.	Análisis del mercado / investigación del mercado / mercado objetivo	31
3.21.	Análisis FODA	46
4.	Descripción del negocio.....	48
4.1.	Misión	48
4.2.	Visión	48
4.3.	Valores.....	48
4.4.	Naturaleza del negocio	49
4.5.	Ciclo de vida del producto	60
4.6.	Apropiabilidad.....	61
4.7.	Investigación y desarrollo	65
5.	Operaciones	69
5.1.	Estrategia de producción	69
5.2.	Proveedores	71
6.	Organización y propiedad	74
6.1.	Estructura organizacional.....	74
6.2.	Equipo gestor	75
6.3.	Fortalezas y debilidades del equipo gestor.....	77
6.4.	Estructura societaria del negocio	77
6.5.	Directorio	78
7.	Valorización del riesgo.....	80
7.1.	Factores de riesgos internos y planes de contingencia.....	80
7.2.	Factores de riesgos externos y planes de contingencia	81
8.	Análisis económico - financiero	84
8.1.	Análisis financiero	84

8.2.	Requerimientos actuales de capital	84
8.3.	Análisis financiero	85
8.4.	Costos fijos y variables proyectados a 5 años	85
8.5.	Ingresos proyectados a 5 años.....	86
8.6.	Flujo de caja proyectado a 5 años	87
8.7.	Balance General Proyectado a 5 Años	88
8.8.	Cálculo de la TMAR (Tasa mínima aceptable de retorno).....	88
8.9.	VAN y TIR	89
9.	Conclusiones y recomendaciones	91
9.1.	Conclusiones	91
9.2.	Recomendaciones.....	92
10.	Referencias.....	93

Lista de figuras y lista de tablas

Tabla 1. Demanda	25
Tabla 2. Demanda actual	25
Tabla 3. Demanda proyectada	26
Tabla 4. Oferta.....	27
Tabla 5. Oferta actual	28
Tabla 6. Oferta proyectada	28
Tabla 7. Precios históricos	29
Tabla 8. Precios proyectados.....	29
Tabla 9. Datos para el cálculo de la muestra.....	32
Tabla 10. Operalización de las variables.....	32
Tabla 11. Edad.....	34
Tabla 12. Inscripción en curso	35
Tabla 13. Razón de no inscribirse en un curso de conducción	36
Tabla 14. Motivo de obtener una licencia	37
Tabla 15. Consideración de inscribirse	38
Tabla 16. Pago por el curso	38
Tabla 17. Ayuda con los trámites	39
Tabla 18. Aspectos importantes de una escuela de conducción.....	40
Tabla 19. Beneficios que incluya la escuela	42
Tabla 20. Medios digitales de búsqueda de información.....	43
Tabla 21. Escuela con mejora calidad de enseñanza.....	44
Tabla 22. FODA.....	46
Tabla 23 Fortalezas y debilidades del equipo gestor.....	77
Tabla 24. Presupuesto para la escuela de conducción.....	85
Tabla 25. Costos fijos y variables	85
Tabla 26. Flujo de caja (5 años)	87
Tabla 27. Balance general (5 años)	88
Tabla 28. Datos para el TMAR	89
Tabla 29. Valores de TMAR, VAN, TIR	90
Figura 1. Edad.....	34
Figura 2. Inscripción de curso	35
Figura 3. Razón de no inscribirse en un curso de conducción.....	36
Figura 4. Motivo de obtener una licencia	37
Figura 5. Pago por el curso	39
Figura 6. Ayuda con los trámites	40
Figura 7. Aspectos importantes de una escuela de conducción.....	41
Figura 8. Beneficios que incluya la escuela.....	43
Figura 9. Medios digitales de búsqueda de información	44
Figura 10. Escuela con mejora calidad de enseñanza.....	45
Figura 11 Estructura de la organización	74

Resumen ejecutivo y *Abstract*

El plan de negocios para la creación de una escuela de conducción en el sector comité del pueblo, Quito, se enfoca en satisfacer la creciente demanda de formación en conducción, especialmente entre jóvenes y adultos que buscan obtener su licencia para la cual el análisis de mercado revela un perfil demográfico en expansión que requiere capacitación que combine teoría y prácticas efectivas.

El plan que se propone ofrecer programas accesibles con horarios flexibles y tarifas competitivas, destacando la instrucción personalizada y el uso de vehículos modernos junto a la estrategia que incluye el uso de tecnología innovadora, como simuladores de conducción, para mejorar la experiencia de aprendizaje. En la cual se confirmó su viabilidad, sugiriendo también la creación de alianzas con instituciones locales para aumentar el atractivo de la oferta.

En este contexto, la escuela de conducción se plantea como un referente en formación vial, contribuyendo a una seguridad en las vías y al desarrollo de conductores responsables en la comunidad. Los estados financieros proyectados muestran una trayectoria positiva para la escuela de conducción. Sin embargo, es fundamental mantener un enfoque proactivo en la gestión financiera y estar preparado para adaptarse a los cambios del mercado

Abstract

The business plan for the creation of a driving school in the comité del pueblo sector, Quito, focuses on meeting the growing demand for driving training, especially among young people and adults seeking to obtain their license for which the market analysis reveals an expanding demographic profile that requires training that combines theory and effective practices.

The plan aims to offer affordable programs with flexible schedules and competitive rates, highlighting personalized instruction and the use of modern vehicles along with a strategy that includes the use of innovative technology, such as driving simulators, to enhance the learning experience. In which its viability was confirmed, also suggesting the creation of alliances with local institutions to increase the attractiveness of the offer.

In this context, the driving school is presented as a benchmark in road training, contributing to safety on the roads and the development of responsible drivers in the community. The projected financial statements show a positive trajectory for the driving school. However, it is essential to maintain a proactive approach to financial management and be prepared to adapt to market changes.

1. Introducción

El problema se origina en la creciente demanda de formación para conductores en la ciudad de Quito, impulsada por el aumento significativo del parque automotor y la expansión de la infraestructura vial. Esta situación genera una necesidad urgente de contar con servicios de formación que estén alineados con los estándares modernos, que aseguren la seguridad en las vías y que mejoren las habilidades de conducción de los usuarios (López & Sacta, 2023).

El sector comité del pueblo enfrenta una carencia notable de instituciones dedicadas a la enseñanza de la conducción que ofrezcan una formación contemporánea y de calidad. La falta de centros de capacitación con tecnologías actualizadas y un enfoque integral en la seguridad vial limita las opciones disponibles para los residentes de la zona. Este vacío en el mercado representa una oportunidad significativa para establecer una nueva escuela de conducción que no solo cubra esta necesidad, sino que también cumpla con los estándares establecidos por la Agencia Nacional de Tránsito. Implementar un centro de formación en esta área puede contribuir a una mejora considerable en las habilidades de conducción de los residentes y en la seguridad vial del sector, ofreciendo una alternativa accesible y especializada en un entorno que demanda tales servicios.

El objetivo general de este proyecto es elaborar un plan de negocios para la creación de una escuela de conducción en el sector comité del pueblo, en la ciudad de Quito. Este plan no solo evaluará la viabilidad del establecimiento, sino que también integrará estrategias comerciales, operativas y financieras que aseguren su sostenibilidad a largo plazo.

La metodología aplicada es de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, y se basa en el uso de técnicas como la revisión documental y la observación directa en el sector. Estas herramientas permiten obtener una visión profunda y detallada del entorno en el que se desarrollará el proyecto, así como de las necesidades y expectativas de los potenciales clientes. Además, facilitan la identificación de las condiciones del mercado, las tendencias actuales y los factores clave que podrían influir en el éxito o fracaso de la escuela de conducción, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

Como principales conclusiones, se espera determinar la factibilidad de la implementación de esta escuela, identificando tanto las oportunidades como las amenazas del entorno. A su vez, las recomendaciones estarán orientadas a estrategias específicas para el éxito del proyecto, tales como el uso de tecnologías de simulación para la enseñanza y el desarrollo de alianzas con entidades reguladoras locales.

En resumen, este plan de negocio propone una solución concreta a la necesidad de formación vial en el sector, con un enfoque innovador y acorde a las exigencias del mercado actual.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una escuela de conducción en el sector comité del pueblo, en la ciudad de Quito

1.1.2. Objetivos específicos (incluir todas las numeraciones)

1.1.2.1. Realizar un estudio de mercado para identificar las características y necesidades de los potenciales clientes en el sector comité del pueblo en relación con la formación en conducción.

1.1.2.2. Diseñar un modelo detallado de plan de negocio para la creación de la escuela de conducción en el sector comité del pueblo

1.1.2.3. Validar el plan de negocios a través de la revisión de expertos.

2. Marco teórico

Las escuelas de conducción desempeñan un papel clave en la formación de conductores capacitados, contribuyendo significativamente a la seguridad vial. En Ecuador, la proliferación del parque automotor y las normativas viales más estrictas han elevado la demanda de estos servicios. Según la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) (2023), el parque automotor en Ecuador ha crecido de manera constante en los últimos años, lo que ha generado una mayor necesidad de conductores bien entrenados. La seguridad vial se ha convertido en una prioridad para el gobierno ecuatoriano, impulsando la creación de políticas educativas y de formación en conducción.

2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la educación vial

La educación vial no es simplemente una instrucción sobre las normas de tránsito, sino un proceso pedagógico que busca influir en el comportamiento del conductor para mejorar la seguridad en las carreteras. Según Castro et al. (2021)), la educación vial se basa en la internalización de normas y comportamientos que van más allá de las sanciones, promoviendo una cultura de respeto y responsabilidad en las vías. En este sentido, las escuelas de conducción deben proporcionar una formación integral que abarque tanto la teoría de las leyes de tránsito como las habilidades prácticas para operar un vehículo de forma segura.

Teoría del Aprendizaje Constructivista: Según Piaget (1970), el aprendizaje es un proceso activo en el que los estudiantes construyen su conocimiento a partir de experiencias previas. Este enfoque se aplica directamente en las escuelas de conducción, donde los estudiantes no solo reciben clases teóricas sobre las leyes de tránsito, sino que también desarrollan habilidades prácticas al conducir vehículos bajo supervisión.

2.2. Modelos de enseñanza en escuelas de conducción

En Ecuador, las escuelas de conducción adoptan distintos modelos pedagógicos para enseñar a los conductores. Un enfoque integral que combine clases teóricas con prácticas en simuladores y en la vía pública es considerado el más efectivo. Armijos & Mingo (2022), proponen que la enseñanza debe ser experiencial, permitiendo a los estudiantes

interactuar directamente con el tráfico real mientras se les guía en la toma de decisiones críticas.

Simuladores de Conducción: El uso de simuladores ha mostrado resultados positivos en la formación de conductores al reducir los riesgos asociados con la práctica en condiciones reales de tráfico. Según Alonso & Díaz (2019), el uso de simuladores en las escuelas de conducción ha incrementado debido a su efectividad en la enseñanza de habilidades de manejo en condiciones controladas.

2.3. Importancia de las escuelas de conducción para la seguridad vial

La seguridad vial en Ecuador es un tema de gran relevancia debido a las altas tasas de accidentes de tránsito. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2022), Ecuador es uno de los países con una alta tasa de mortalidad por accidentes viales en América Latina. Este fenómeno resalta la importancia de contar con escuelas de conducción que no solo enseñen las normativas, sino que también fomenten una cultura vial preventiva y de respeto.

Contribución a la Reducción de Accidentes: Las investigaciones sugieren que una formación adecuada de los conductores puede reducir significativamente los accidentes de tránsito, destacando que una educación integral en conducción tiene un impacto directo en la disminución de la siniestralidad vial.

2.4. Viabilidad del negocio de escuelas de conducción en Ecuador

El negocio de las escuelas de conducción se ha expandido rápidamente debido a la creciente demanda de formación de conductores. Según el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, el número de vehículos registrados en Ecuador ha aumentado considerablemente en los últimos años, lo que impulsa la demanda de capacitación vial.

Expansión del Mercado: El crecimiento del parque vehicular y las políticas gubernamentales que exigen formación obligatoria para obtener y renovar licencias de conducir han hecho que las escuelas de conducción sean un negocio viable y rentable. Las escuelas de conducción especializadas en vehículos pesados, motocicletas y otros servicios especializados han demostrado ser más rentables que las escuelas tradicionales.

2.5. Modelos de negocio y rentabilidad en las escuelas de conducción

El modelo de negocio de las escuelas de conducción se basa principalmente en la matrícula de estudiantes y la oferta de cursos de formación. Sin embargo, la rentabilidad está directamente relacionada con la calidad de los servicios ofrecidos. Gutiérrez (2020) señala que las escuelas que logran cubrir sus costos operativos en menos de 12 meses son las más exitosas, siempre y cuando cuenten con una flota de vehículos bien mantenida, personal calificado y programas educativos actualizados.

Diversificación de Servicios: La diversificación de los servicios, como la capacitación para la conducción ecológica y el reciclaje de conductores, ha demostrado ser un factor importante para incrementar la rentabilidad.

2.6. Análisis del sector de escuelas de conducción

El sector de escuelas de conducción en Quito y Ecuador ha crecido debido al aumento de la demanda de licencias por el crecimiento poblacional y la urbanización. En Quito, existen numerosas escuelas que ofrecen cursos para distintos tipos de licencias, desde motocicletas hasta vehículos comerciales (López & Mendoza, 2021). La Agencia Nacional de Tránsito (ANT) regula y certifica estas escuelas, exigiendo instructores calificados, vehículos adecuados y planes de estudio aprobados para asegurar calidad y seguridad.

Las escuelas de conducción en Ecuador deben cumplir regulaciones de la ANT y el Ministerio de Transporte. Se requiere una autorización oficial que solo se concede a escuelas con infraestructura, vehículos y personal docente calificado (Mendoza & Arteaga, 2020). Los instructores deben estar certificados y renovar su licencia periódicamente. Además, deben seguir un currículo estándar que abarca teoría, práctica, seguridad vial, mantenimiento básico del vehículo y leyes de tránsito, garantizando un entorno seguro para el aprendizaje.

El mercado de escuelas de conducción en Quito es competitivo, con numerosos operadores ofreciendo servicios similares. Las principales escuelas se destacan por su reputación, calidad de enseñanza y servicios adicionales como simuladores y clases en línea (Loayza & Jaime, 2023). Las grandes cadenas y pequeños operadores locales

compiten en precios y calidad, lo que requiere a las nuevas escuelas encontrar formas de diferenciarse para atraer clientes. Las barreras de entrada incluyen inversiones significativas y el cumplimiento de normativas.

2.7. Demanda de servicios de conducción

La demanda de servicios de conducción está en aumento, impulsada principalmente por el crecimiento poblacional en zonas urbanas como Quito. A medida que la población en áreas como comité del pueblo crece, la necesidad de transporte personal se vuelve más pronunciada (Yupanqui, 2020). La expansión de áreas residenciales y comerciales eleva la demanda de vehículos particulares, lo que a su vez incrementa la necesidad de formación en conducción. Este fenómeno es especialmente notable en contextos donde la urbanización está acelerada y el acceso a vehículos se ha democratizado.

La urbanización y la expansión de las áreas metropolitanas juegan un papel crucial en la demanda de servicios de conducción. A medida que las ciudades se expanden y las infraestructuras viales se desarrollan, la movilidad se convierte en una necesidad esencial para los residentes (Barragán, 2022). Las nuevas urbanizaciones y centros comerciales incrementan el tráfico y la demanda de vehículos, lo que genera una mayor necesidad de formación para conductores. La planificación urbana que promueve la accesibilidad también fomenta la necesidad de capacitar a más personas en habilidades de conducción.

El aumento en la compra de vehículos, facilitado por opciones de financiamiento más accesibles y la mejora económica general, también impulsa la demanda de escuelas de conducción. Las políticas financieras que permiten préstamos y créditos para la adquisición de vehículos contribuyen a que más personas adquieran automóviles, elevando la necesidad de formación adecuada (Armijos & Mingo, 2022). Además, la mejora en la economía y el aumento en el poder adquisitivo permiten a más individuos invertir en la obtención de licencias de conducción, lo que refuerza la demanda de estos servicios.

2.8. Estrategias de marketing para escuelas de conducción

2.8.1. Estrategias de posicionamiento y diferenciación en un mercado competitivo

En un mercado saturado como el de las escuelas de conducción, ofrecer formación especializada puede ser clave para destacarse. En lugar de solo ofrecer cursos básicos, las escuelas pueden brindar formación más avanzada, como clases que preparen a los estudiantes para obtener licencias profesionales o para trabajar en condiciones industriales (Rocha & Uvidia, 2022). Esta especialización atrae a estudiantes que buscan habilidades adicionales y establece a la escuela como líder en áreas menos comunes, aumentando su atractivo y autoridad en el mercado.

Otra estrategia de diferenciación es destacar la calidad de los servicios, incluyendo la calificación de los instructores y la modernidad de la flota de vehículos. Al invertir en instructores capacitados y vehículos bien mantenidos, las escuelas crean una percepción de alta calidad y confiabilidad (Castro y otros, 2021). La incorporación de tecnologías avanzadas, como simuladores de conducción, proporciona una experiencia de aprendizaje completa y efectiva, atrayendo a estudiantes que buscan formación avanzada.

Implementar innovaciones tecnológicas es otra poderosa estrategia de diferenciación. La integración de plataformas digitales para el aprendizaje teórico y la gestión en línea mejora la experiencia del usuario, haciendo la formación más accesible (Domingo, 2021). Además, el uso de simuladores de conducción permite practicar en un entorno controlado antes de enfrentar situaciones reales, atrayendo a estudiantes que valoran la comodidad y la tecnología en su formación.

2.8.2. Canales de promoción y publicidad específicos para escuelas de conducción

Para captar la atención de posibles estudiantes, las escuelas de conducción pueden aprovechar la publicidad local mediante volantes, carteles en vecindarios y anuncios en radios locales. Estos métodos permiten llegar a personas que viven en las áreas cercanas a la escuela, maximizando la visibilidad entre la población local (Zambrano & Cedeño, 2021). Además, los medios tradicionales como periódicos locales y folletos distribuidos

en comunidades continúan siendo efectivos, especialmente en zonas con menos acceso a medios digitales.

Establecer alianzas con empresas relacionadas, como compañías de taxis, seguros y concesionarios de automóviles, puede ser una estrategia eficaz para promover las escuelas de conducción. Estas colaboraciones pueden generar referencias y acuerdos mutuamente beneficiosos, ampliando el alcance de la promoción (Zorrilla, 2019). Por ejemplo, ofrecer descuentos a los clientes de una compañía de seguros o recibir recomendaciones de concesionarios de vehículos puede atraer a nuevos estudiantes y fortalecer la red de contactos de la escuela.

En la era digital, las escuelas de conducción deben invertir en estrategias de marketing en línea para llegar a un público más amplio. Crear una presencia sólida en redes sociales, como Facebook e Instagram, y utilizar anuncios pagados en Google puede aumentar la visibilidad y atraer estudiantes potenciales (Blanco y otros, 2020). Además, mantener un sitio web bien diseñado con información clara sobre cursos y promociones, así como utilizar herramientas de SEO como ejemplo la cual facilita que los interesados encuentren la escuela al buscar servicios de conducción en línea.

Uso de redes sociales y marketing digital en la captación de estudiantes

Las redes sociales, como Facebook e Instagram, son herramientas clave para captar estudiantes en las escuelas de conducción. Estas plataformas permiten a las escuelas dirigir campañas publicitarias a segmentos específicos, como jóvenes adultos interesados en obtener su primera licencia de conducir (González & Mendoza, 2023). Las opciones de segmentación avanzadas disponibles en estas redes permiten llegar a audiencias con intereses y comportamientos específicos, aumentando la efectividad de las campañas publicitarias y mejorando las tasas de conversión.

El contenido educativo en plataformas como YouTube y TikTok puede ser una estrategia efectiva para atraer estudiantes. Publicar videos sobre consejos de conducción, técnicas de seguridad vial o demostraciones de habilidades puede no solo atraer a estudiantes potenciales, sino también establecer a la escuela como una autoridad en el área de

formación de conductores (Paguay, 2022). Este tipo de contenido ofrece valor agregado a los seguidores y puede incentivar a los interesados a inscribirse en los cursos ofrecidos.

Mantener una presencia activa en Google my business y otras plataformas de reseñas es crucial para la captación de estudiantes. Sánchez (2020) menciona que asegurarse de que la información de la escuela esté actualizada y gestionar las reseñas de manera proactiva ayuda a construir la confianza de los potenciales estudiantes. Las reseñas positivas y una buena calificación pueden ser factores decisivos para aquellos que buscan una escuela de conducción confiable, facilitando así la decisión de inscribirse.

2.9. Modelos de negocios en el sector de educación

En el sector de escuelas de conducción, los modelos de negocios pueden variar considerablemente, desde tarifas fijas por curso hasta combinaciones de clases presenciales con enseñanza en línea. Evaluar la viabilidad de estos modelos requiere un análisis profundo de la demanda del mercado, los costos operativos y las expectativas de los clientes (Ferrer & Maudes, 2019). Al comprender las preferencias del público y los costos asociados, se puede elegir el modelo que ofrezca el mejor retorno sobre la inversión y se ajuste a las necesidades del mercado local.

Las estrategias de precios y paquetes de servicios juegan un papel crucial en la atracción de diferentes segmentos de mercado. Las escuelas pueden implementar precios escalonados, ofrecer descuentos por paquetes o mantener tarifas básicas con opciones adicionales de pago (Magadán & Rivas, 2019). Personalizar los paquetes para cubrir desde principiantes hasta conductores avanzados permite a la escuela atraer una gama más amplia de clientes y maximizar la rentabilidad. Adaptar las ofertas a las necesidades y expectativas de los estudiantes es clave para capturar y mantener su interés.

El análisis de la competencia es fundamental para destacar en un mercado competitivo. Evaluar aspectos como la calidad de los cursos, la reputación, las tarifas y los servicios adicionales de las escuelas rivales permite identificar oportunidades de diferenciación (Venegas, 2020). Conocer las fortalezas y debilidades de los competidores ayuda a posicionarse de manera efectiva, ya sea a través de la oferta de tecnologías avanzadas, precios más competitivos o métodos de enseñanza innovadores.

Para lograr una verdadera diferenciación en el mercado de escuelas de conducción, es esencial ofrecer algo único. Incorporar tecnologías innovadoras, como simuladores de última generación, o diseñar programas especializados para necesidades específicas puede ayudar a destacar (Townsend & Figueroa, 2022). Desarrollar una propuesta de valor que combine una formación de alta calidad con servicios adicionales diferenciados contribuye a atraer nuevos clientes y fomentar la lealtad, asegurando un crecimiento sostenido y un éxito a largo plazo.

2.10. Gestión de la calidad en servicios educativos

2.10.1. Principios de gestión de calidad

En el ámbito de la educación de conducción, los principios de gestión de calidad garantizan que la formación impartida cumpla con altos estándares. La orientación al cliente se manifiesta en la adaptación de los programas de enseñanza a las necesidades y expectativas de los estudiantes, como ofrecer cursos personalizados para distintos niveles de experiencia. La mejora continua es crucial para actualizar los métodos de enseñanza y los materiales didácticos en función de las nuevas normativas y tecnologías. La participación del personal, incluidos instructores y personal administrativo, asegura un enfoque colaborativo en el proceso educativo, promoviendo la calidad en cada aspecto de la formación.

El enfoque basado en procesos ayuda a optimizar la estructura de los cursos, desde la inscripción hasta la evaluación de los estudiantes. Por ejemplo, el proceso de evaluación de habilidades de conducción y la retroalimentación deben ser eficientes y efectivos para garantizar que los estudiantes adquieran las competencias necesarias. Las herramientas de calidad, como los ciclos de mejora continua, permiten ajustar los métodos de enseñanza y los recursos en función de los resultados obtenidos y la retroalimentación de los estudiantes.

El control de calidad en la educación de conducción incluye la supervisión regular de los vehículos utilizados en la formación, la cualificación de los instructores y el cumplimiento de las normativas de seguridad vial. Establecer indicadores de desempeño,

realizar auditorías internas y encuestas de satisfacción a los estudiantes son prácticas que ayudan a mantener altos estándares y mejorar la calidad del servicio educativo.

2.10.2. Certificaciones y estándares de calidad

Para las escuelas de conducción, las certificaciones y estándares de calidad son fundamentales para asegurar la efectividad y seguridad de la formación. La certificación por organismos reguladores, como la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), asegura que la escuela cumpla con los requisitos legales y técnicos necesarios para ofrecer una educación de conducción adecuada (Zambrano J. , 2023). Estas certificaciones incluyen la verificación de que los vehículos de enseñanza están en buen estado, que los instructores están debidamente capacitados y que se siguen las mejores prácticas en la formación de conductores.

Las certificaciones internacionales, como la ISO 9001:2015, pueden añadir un valor adicional al demostrar un compromiso con la calidad a nivel global. Estas certificaciones requieren que la escuela implemente y mantenga un sistema de gestión de calidad que aborde todos los aspectos de la formación, desde la planificación de los cursos hasta la evaluación del rendimiento de los estudiantes (Yera, 2021). Cumplir con estos estándares internacionales ayuda a la escuela a destacarse en un mercado competitivo y a atraer a estudiantes que buscan una formación de alta calidad.

Además de las certificaciones, las escuelas deben seguir los estándares específicos de calidad para la enseñanza de la conducción, como la actualización periódica del contenido del curso, la incorporación de tecnologías modernas como simuladores de conducción y la formación continua de los instructores (Patiño & Guadalupe, 2022). Adherirse a estos estándares garantiza que la escuela proporcione una educación actualizada y eficaz, adaptada a las necesidades cambiantes de los estudiantes y los requisitos del mercado.

2.11. Evaluación y mejora continua

En la educación de conducción, la evaluación continua es esencial para garantizar que los programas de formación sean efectivos y respondan a las necesidades de los estudiantes. Realizar encuestas de satisfacción y evaluaciones periódicas del desempeño de los instructores permite identificar áreas de mejora y ajustar los métodos de enseñanza

(Hernández y otros, 2019). La retroalimentación de los estudiantes y la evaluación de sus habilidades prácticas proporcionan información valiosa para mejorar el contenido y la calidad de los cursos ofrecidos.

La mejora continua en la educación de conducción implica la revisión y actualización regular de los planes de estudio y los materiales didácticos para incorporar las últimas normativas y avances tecnológicos. Por ejemplo, la integración de nuevas tecnologías, como simuladores de conducción avanzados, puede mejorar la calidad de la formación y preparar mejor a los estudiantes para situaciones reales (Llumiguano y otros, 2021). Mantenerse al día con las tendencias y cambios en el sector ayuda a la escuela a ofrecer una formación relevante y eficaz.

Finalmente, el uso de indicadores de desempeño y auditorías internas es crucial para monitorear la calidad y efectividad de los programas de formación. Establecer métricas claras para medir el éxito de los cursos y realizar auditorías regulares permiten a la escuela identificar oportunidades de mejora y aplicar cambios basados en datos objetivos (Tacuri & Ortega, 2021). Este enfoque asegura que la escuela de conducción no solo mantenga altos estándares de calidad, sino que también evolucione continuamente para ofrecer la mejor educación a sus estudiantes.

2.12. Aspectos legales y regulatorios

Para iniciar el proceso de establecimiento de una escuela de conducción, es esencial cumplir con los requisitos legales establecidos por la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) (2021). Entre los documentos necesarios se incluye un oficio de solicitud dirigido a la ANT, en el que se debe formalizar la petición para crear la escuela de conducción. Además, se requiere la presentación de un proyecto de factibilidad, que debe proporcionar un análisis detallado sobre la viabilidad del proyecto, abarcando aspectos cruciales como la ubicación, infraestructura, personal, equipamiento y el plan de estudios propuesto.

También es necesario un comprobante de pago por los trámites correspondientes, junto con la identificación de la persona jurídica solicitante si la escuela se establece como una empresa, y el nombre del representante legal de dicha persona jurídica. El domicilio social

de la escuela también debe ser especificado, indicando la dirección donde funcionará la institución (Tualombo y otros, 2022).

Una vez cumplidos los requisitos iniciales, se deben obtener las licencias, permisos y certificaciones necesarios para operar. La autorización de creación, otorgada por el Directorio de la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (CNTTTSV), es esencial para comenzar las operaciones. Posteriormente, la ANT emitirá la autorización de funcionamiento, que se concede tras la verificación del cumplimiento de los requisitos y la realización de una inspección del establecimiento (Tubay & García, 2019). Además, todos los instructores deben contar con las licencias correspondientes y demostrar que están capacitados para impartir la enseñanza de conducción de manera efectiva y segura.

En cuanto a las normativas de seguridad y calidad, la ANT establece requisitos específicos para las escuelas de conducción. La infraestructura debe cumplir con estándares de seguridad, como señalización y adecuada iluminación, además de contar con espacios apropiados para la práctica. Los vehículos deben estar en óptimas condiciones mecánicas y asegurados para la seguridad de los estudiantes (Chulde, 2021). El plan de estudios debe ser aprobado por la ANT y cubrir todos los aspectos necesarios para formar conductores responsables. Asimismo, se deben realizar evaluaciones periódicas para garantizar que los estudiantes adquieran las competencias necesarias y cumplan con los estándares de calidad.

2.13. Plan financiero

2.13.1. Principios de gestión financiera

La gestión financiera es esencial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier empresa, incluida una escuela de conducción. El presupuesto es uno de los conceptos más básicos de la gestión financiera y se refiere a la planificación y control de los recursos financieros (Mendoza y otros, 2021). Un presupuesto bien elaborado incluye estimaciones detalladas de ingresos y gastos durante un período específico. Para una escuela de conducción, esto abarca ingresos provenientes de matrículas, cuotas por clases prácticas y teóricas, y otros servicios adicionales, así como gastos operativos como salarios, alquiler de instalaciones

y mantenimiento de vehículos. La elaboración del presupuesto se basa en datos históricos y proyecciones futuras, y es crucial para la toma de decisiones y el control financiero.

Las proyecciones financieras proporcionan una visión anticipada del desempeño económico de la empresa. Estas proyecciones incluyen estimaciones de ingresos, costos y beneficios futuros, y ayudan a planificar a largo plazo. Para una escuela de conducción, las proyecciones deben considerar la capacidad de captación de estudiantes, los precios de matrícula y los costos operativos (Quispe y otros, 2020). Los métodos comunes para elaborar proyecciones incluyen el análisis de datos históricos y la extrapolación de tendencias actuales, lo cual permite a los gestores prever el flujo de caja y las necesidades financieras futuras.

El análisis de rentabilidad evalúa la capacidad de la empresa para generar beneficios en relación con sus ingresos y costos. Este análisis incluye indicadores clave como el margen de ganancia bruta, que mide la rentabilidad de las ventas después de deducir el costo de ventas, el margen de ganancia operativa, que refleja la eficiencia en la operación del negocio, y el margen de ganancia neta, que indica la rentabilidad final después de todos los gastos (Alonso & Díaz, 2019). Comprender estos márgenes es crucial para evaluar la eficiencia operativa y la capacidad de la escuela de conducción para generar beneficios sostenibles.

2.13.2. Modelos de financiación

En cuanto a los modelos de financiación, una escuela de conducción puede recurrir a diversas opciones para asegurar su viabilidad financiera. El financiamiento propio implica utilizar capital personal o aportaciones de los propietarios, lo que evita la necesidad de deuda externa, pero puede limitar la capacidad de expansión (Oyarzábal y otros, 2019).

El financiamiento externo, por otro lado, incluye varias alternativas, como préstamos bancarios, que ofrecen fondos a cambio de pagos de intereses y garantías, e inversores, que proporcionan capital a cambio de participación en la empresa o retornos sobre la inversión (Moreno, 2019). También se pueden considerar subvenciones y ayudas proporcionadas por organismos gubernamentales o entidades privadas, así como el

crowdfunding, una forma moderna de recaudar fondos a través de plataformas en línea mediante pequeñas contribuciones de muchas personas.

Para asegurar la viabilidad financiera del proyecto, es crucial implementar estrategias efectivas. La planificación financiera detallada, que incluya presupuestos y proyecciones, es fundamental para gestionar los recursos y prever necesidades futuras. El control de costos ayuda a mantener los gastos bajo control y a optimizar los recursos disponibles. La diversificación de ingresos, a través de servicios adicionales o productos complementarios, puede aumentar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de una sola fuente (De los Santos y otros, 2020). Además, una gestión de riesgos adecuada, que identifique y mitigue riesgos financieros como fluctuaciones en la demanda o cambios en los costos, es esencial para mantener la estabilidad financiera a largo plazo.

3. Marco conceptual

3.1. Plan de negocios

Según Severi (2024) el plan de negocios ofrece un resumen del enfoque estratégico de una empresa, sirviendo como base para desarrollar los planes operativos y estratégicos de cada una de sus áreas donde se establece la estrategia principal del negocio, así como su visión, misión, objetivos y enfoque estratégico general.

3.2. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite evaluar la situación de una organización mediante el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Según Pursell (2023) en su blog de HubSpot, se trata de una herramienta sumamente valiosa para cualquier empresa, ya que resulta importante para la toma de decisiones tanto presentes como futuras al proporciona una guía para identificar lo que se está haciendo correctamente los desafíos actuales o potenciales que se deben enfrentar.

3.3. Mercado

El concepto de mercado puede ser confuso debido a la variedad de factores que involucra. Sin embargo, según Pardo (2020), se define como un sistema basado en transacciones, procesos o intercambios de bienes específicos entre un grupo de personas o empresas.

3.4. Estrategia

Según Moreira (2024) se describe la estrategia como el proceso mediante el cual se toman decisiones en un contexto específico para lograr una o varias metas. En otras palabras, la estrategia representa la conexión entre los objetivos establecidos y las acciones implementadas para alcanzarlos.

3.5. Tendencia

Según Yirda (2021) el término "tendencia" se utiliza frecuentemente en estadística y en campos relacionados con ciencias exactas donde una tendencia se refiere a una preferencia o corriente que se orienta hacia fines específicos, dejando generalmente una huella a lo largo de un período y en un contexto particular. En la actualidad, el término

también se asocia con la "moda" o con patrones claramente definidos por características específicas dentro de un segmento demográfico determinado.

3.6. Oferta

Según Saez (2024) la oferta se refiere a la cantidad de bienes y servicios que diferentes organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a vender en un lugar específico y a un precio determinado donde los precios no son uniformes para todos los productos, en el caso de un mismo producto, diferentes oferentes pueden establecer precios distintos.

3.7. Valores

Según García (2020) los valores de una empresa constituyen un conjunto de principios éticos y profesionales que orientan tanto sus actividades como reflejan la esencia y propósito pues estos valores sirven como brújula para las decisiones, así como para comportamientos dentro de la organización, manifestando el carácter y la filosofía que definen tanto su identidad como cultura. A través de estos principios, la empresa no solo establece normas de conducta, sino que también comunica su compromiso con ciertos ideales y estándares éticos a empleados, clientes y socios.

3.8. Misión

El término "misión" se conceptualiza de diversas maneras. Según Santander (2022) una de las definiciones más destacadas proviene de la Universidad de Santander, que describe la misión como la razón fundamental de la existencia de una organización. En otras palabras, la misión define el propósito y la función de la entidad dentro de la sociedad. Además, proporciona la base para desarrollar el plan de negocios y formular estrategias coherentes que guíen a la organización en el cumplimiento de sus objetivos.

3.9. Visión

Como menciona Santander (2022) la visión de una empresa establece el rumbo a seguir para alcanzar las metas establecidas. En otras palabras, la visión define la dirección futura de la organización, especificando sus objetivos a mediano y largo plazo donde también

se presenta de manera clara y realista los principios que confieren identidad a la empresa, guiando sus acciones y decisiones hacia la realización de su propósito.

3.10. Razón social

Según García L. (2019) señala que la razón social es el nombre legal con el que una empresa está registrada, utilizado oficialmente para firmar documentos y realizar gestiones. Sin embargo, este nombre no siempre coincide con el nombre comercial o el nombre con el que la empresa es conocida por el público en general.

3.11. Análisis de mercado

El presente estudio de mercado tiene como finalidad analizar la viabilidad de la creación de una escuela de conducción en Quito, determinando el nivel de demanda, la segmentación del público objetivo, la competencia existente, las tendencias del sector y las estrategias de diferenciación. Además, se examinará la estructura de precios vigente en el mercado, el posicionamiento de marca y las preferencias de los clientes potenciales.

3.12. Descripción de la industria

3.12.1. Descripción de su industria primaria

El aprendizaje de conducir es un requisito esencial para muchos habitantes, lo que asegura una demanda continua de los servicios ofrecidos por las escuelas de conducción (Arteaga & Mendoza, 2020), pues esta necesidad se mantiene estable, dado que obtener una licencia de conducir es fundamental para acceder a oportunidades laborales, educativas y personales, manteniendo una demanda constante en el mercado.

Según el informe de calidad de vida de Quito como vamos (2020) el incremento demográfico en Quito, y en particular en el sector comité del pueblo, está generando una mayor necesidad de obtener licencias de conducir, destacando que este crecimiento poblacional amplía la base de clientes potenciales para las escuelas de conducción, aumentando la demanda de estos servicios a medida que más residentes buscan cumplir con este requisito esencial para su vida diaria.

La industria de las escuelas de conducción está regulada por la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), que establece normas y estándares para garantizar la calidad de la enseñanza en la que las regulaciones aseguran que las escuelas mantengan ciertos niveles de seguridad y eficacia en su formación, lo que ayuda a estandarizar los servicios y a proteger a los consumidores (Agencia nacional de transito, 2023).

La existencia de otras escuelas de conducción en la zona presenta un desafío competitivo en el que, para destacar, es importante que cada escuela ofrezca servicios diferenciados o adopte enfoques innovadores que les permitan atraer y retener a los clientes por lo que se puede incluir la oferta de servicios exclusivos o un enfoque particular en la enseñanza.

3.12.2. Tamaño de la industria

A diferencia de industrias más grandes y reguladas, el sector de las escuelas de conducción carece de estudios o reportes oficiales que proporcionen datos cuantitativos precisos sobre el número de estas instituciones en sectores específicos de una ciudad donde esta ausencia de información agregada dificulta la evaluación del tamaño y la distribución del mercado. La falta de datos consolidados impide realizar análisis detallados que podrían ayudar a entender mejor las dinámicas del sector, las tendencias de crecimiento y las necesidades del mercado local. Como resultado, tanto los emprendedores como los inversores tienen que operar con información limitada, lo que puede afectar la toma de decisiones estratégicas y la planificación de negocios.

Grupos de consumidores de interés

Según datos de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador, la mayoría de los estudiantes inscritos en escuelas de conducción tienen entre 18 y 30 años. Esto se debe a que la edad mínima para obtener una licencia tipo B (vehículos livianos) y tipo A (motocicletas) es de 18 años, lo que motiva a jóvenes universitarios y recién graduados del colegio a inscribirse. Además, la necesidad de independencia y la limitada eficiencia del transporte público en ciudades como Quito y Guayaquil impulsan a este grupo a capacitarse en conducción.

Según la ANT, otro grupo importante en las escuelas de conducción lo conforman personas de 30 a 50 años, quienes buscan obtener una licencia por motivos laborales o

familiares. En Ecuador, muchas empresas exigen que sus empleados cuenten con licencia de conducir, especialmente en sectores como ventas, logística y transporte. Asimismo, el crecimiento del comercio electrónico ha generado una mayor demanda de conductores de motocicletas, lo que ha impulsado el interés en obtener licencias tipo A y A1.

Por otro lado, la ANT también señala que ha aumentado la inscripción de personas mayores de 50 años en cursos de conducción. Esto se debe a la necesidad de renovación de licencias y al deseo de mayor independencia en la movilidad. Algunas municipalidades han implementado programas de capacitación obligatoria para conductores mayores, lo que ha llevado a muchas escuelas a adaptar sus métodos de enseñanza para este grupo. Estas capacitaciones incluyen actualización en normativas de tránsito y técnicas de conducción segura para garantizar la seguridad vial.

3.13. Análisis del sector y tendencias

En Ecuador, la educación vial es un requisito indispensable para la obtención de una licencia de conducción, lo que asegura una demanda constante en este sector. Según datos de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT, 2023), cada año se emiten aproximadamente 450,000 nuevas licencias de conducir, de las cuales Quito representa el 25%. Este crecimiento está vinculado con el aumento del parque automotor, que en los últimos cinco años ha experimentado un incremento del 10%.

Por otro lado, el sector de la educación vial presenta nuevas tendencias que responden a los cambios tecnológicos y a la demanda de una enseñanza más efectiva. Entre estas tendencias, se destaca el uso de simuladores de conducción, que permiten a los estudiantes ganar confianza antes de realizar prácticas en vehículos reales. Además, la modalidad de cursos en línea complementarios ha cobrado relevancia, permitiendo a los alumnos estudiar la parte teórica desde casa. Otro aspecto que influye en la competitividad del mercado es la implementación de planes de pago flexibles, ya que el 40% de los clientes considera el precio como un factor determinante al elegir una escuela de conducción.

3.14. Análisis de la competencia

Para evaluar correctamente la competencia en el sector de las escuelas de conducción en Quito, se realizó un análisis comparativo basado en una metodología de benchmarking,

identificando las 3 principales instituciones que son líderes en el mercado en este sector, cada una de estas empresas presenta diferencias en su modelo de enseñanza, precios y servicios adicionales, lo que permite establecer oportunidades de diferenciación para el nuevo emprendimiento. Según el estudio realizado, el costo de un curso de conducción en Quito varía entre los 150 \$ hasta los 1000\$, dependiendo de los beneficios que se incluyan en el paquete y el tipo de licencia. Entre las principales escuelas que tiene reconocimiento dentro del sector se encuentran las siguientes:

3.14.1. Escuela de conducción CONDUVIAL

La Escuela de Conducción CONDUVIAL ofrece cursos para la obtención de licencias tipo A y B, destinados a motociclistas y conductores de vehículos livianos. Sus servicios incluyen clases teóricas sobre normativas de tránsito, conducción defensiva y mecánica básica, combinadas con prácticas de manejo en circuito cerrado y en carretera. Además, se destaca por contar con instructores certificados y brindar asesoría en la gestión de trámites para la obtención de la licencia. Los cursos tienen una duración aproximada de 33 a 66 horas, dependiendo del tipo de licencia que el estudiante desee obtener.

3.14.2. Escuela de conducción ESCUT Matriz

La Escuela de Conducción ESCUT Matriz es una de las más reconocidas en Quito y ofrece formación para conductores de automóviles y motocicletas. Sus programas incluyen capacitación en educación vial, señales de tránsito, manejo defensivo y primeros auxilios. Un servicio diferencial de ESCUT es el uso de simuladores de manejo, los cuales permiten a los estudiantes practicar en un entorno seguro antes de salir a la carretera. Además, ofrece facilidades de pago y horarios flexibles para adaptarse a las necesidades de los estudiantes. La duración de sus cursos suele ser de 33 horas para motocicletas (tipo A) y 66 horas para automóviles (tipo B).

3.14.3. Condufácil escuela de conducción

La Escuela de Conducción Condufácil se caracteriza por brindar un enfoque práctico y personalizado, adaptado a cada estudiante. Sus cursos están dirigidos a la obtención de la licencia tipo B e incluyen sesiones en vehículos mecánicos y automáticos. Un servicio destacado de Condufácil es la capacitación para conductores profesionales, ofreciendo

cursos adicionales de conducción en condiciones extremas y manejo de flotas empresariales. También cuentan con una plataforma virtual que complementa el aprendizaje con material teórico y evaluaciones en línea. Los cursos tienen una duración de 66 horas para licencia tipo B.

Además, se observó que el 60% de las escuelas de conducción han integrado simuladores de manejo dentro de sus programas, mientras que el 40% todavía utiliza únicamente métodos tradicionales. Esta diferencia sugiere que la incorporación de tecnología en la enseñanza es una tendencia en crecimiento y que los nuevos negocios deben alinearse con estos avances para atraer más estudiantes. Un informe de la Asociación Latinoamericana de Educación Vial (ALEV, 2022) señala que el uso de simuladores puede reducir en un 30% los errores durante el examen práctico, aumentando la tasa de aprobación de los alumnos.

Siguiendo el modelo de las cinco fuerzas de Porter (2008), se identificaron amenazas y oportunidades en el mercado. Entre las barreras de entrada, se destacan los altos costos iniciales de inversión en infraestructura y flota de vehículos. Sin embargo, la diferenciación basada en tecnología, enseñanza personalizada y certificaciones reconocidas puede posicionar al nuevo negocio como una opción más atractiva para los clientes. Implementar estrategias como promociones iniciales y descuentos por recomendación ayudaría a captar un segmento de mercado significativo.

3.15. Estudio de la demanda

La demanda de los servicios de una escuela de conducción en Ecuador se define como la cantidad de personas que requieren capacitación formal para obtener su licencia de conducir, mejorar sus habilidades al volante o certificarse en conducción profesional. Para determinar la demanda, se ha tomado en cuenta información proporcionada por la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y estudios de campo realizados a potenciales clientes.

En este análisis se detallará la demanda histórica, la demanda actual y la demanda proyectada con base en las tendencias de crecimiento del sector.

Tabla 1. Demanda

Tipo de Licencia	2020	2021	2022	2023
Tipo B (particular)	12,560	14,230	16,890	18,450
Tipo C (transporte público)	5,430	6,120	7,010	7,860
Tipo E (vehículos pesados)	3,215	3,875	4,560	5,120
Total	21,205	24,225	28,460	31,430

El análisis de la demanda histórica muestra un crecimiento constante en la cantidad de personas que requieren formación en escuelas de conducción (Agencia nacional de tránsito, 2023). Entre 2020 y 2023, la demanda total de formación para obtener licencias aumentó en un 63.7%, reflejando un incremento en la necesidad de capacitación formal para la conducción segura y responsable.

3.15.1. Demanda actual

La demanda actual se basa en el crecimiento observado en los últimos años y en la necesidad de más personas de obtener formación en conducción. La siguiente tabla refleja la cantidad de aspirantes inscritos en escuelas de conducción en 2024.

Tabla 2. Demanda actual

Tipo de Licencia	Demanda Actual (2024)
Tipo B (particular)	20,380
Tipo C (transporte público)	8,680
Tipo E (vehículos pesados)	5,650
Total	34,710

Actualmente, la demanda de formación en conducción en Ecuador alcanza 34,710 personas al año en 2024. Este crecimiento se debe a la obligatoriedad de aprobar un curso en una escuela certificada para la obtención de una licencia.

3.15.2. Demanda proyectada

Para estimar la demanda futura de formación en escuelas de conducción, se ha calculado el crecimiento porcentual de la demanda entre 2023 y 2024, aplicando dicha tasa de crecimiento para proyectar los próximos cuatro años.

$$INC = \frac{34,710 - 31,430}{31,430} \times 100 = 10.4\%$$

Se proyecta un crecimiento promedio del 10.4% anual en la demanda de servicios de formación en conducción. Con esta tasa, se estima la siguiente evolución de la demanda:

Tabla 3. Demanda proyectada

Tipo de Licencia	2025	2026	2027	2028
Tipo B (particular)	22,510	24,850	27,410	30,230
Tipo C (transporte público)	9,590	10,590	11,690	12,900
Tipo E (vehículos pesados)	6,240	6,890	7,610	8,400
Total	38,340	42,330	46,710	51,530

De acuerdo con las proyecciones, se espera que para 2028 la demanda total de formación en conducción alcance aproximadamente 51,530 estudiantes anuales, representando un incremento del 48.5% en comparación con 2024.

3.15.3. Demanda del sector

La demanda de formación en conducción en Quito ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por el aumento del parque automotor y la necesidad de obtener una licencia de conducir como requisito laboral y personal. Según datos de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT, 2022), en los últimos cinco años, las solicitudes de licencias tipo B (vehículos livianos) han aumentado en un 15% anual, mientras que las licencias tipo A (motocicletas) han crecido en un 20%, reflejando un interés creciente por parte de la población en recibir capacitación formal. Este incremento en la demanda se debe, en parte, al crecimiento del comercio electrónico y los servicios de entrega, que requieren conductores capacitados para motocicletas y automóviles.

Otro factor que influye en la demanda es la edad de los estudiantes potenciales. Se ha identificado que el 80% de los alumnos que buscan inscribirse en escuelas de conducción

en Quito tienen entre 18 y 30 años, ya que esta es la etapa en la que las personas buscan obtener su primera licencia. Además, se ha observado un aumento en la participación de mujeres en estos cursos, lo que indica una ampliación del mercado objetivo.

Finalmente, la demanda también está influenciada por la ubicación y accesibilidad de las escuelas de conducción. Las instituciones situadas en zonas estratégicas, como La Carolina, Calderón y Cumbayá, registran una mayor inscripción debido a su facilidad de acceso y cercanía a centros educativos y comerciales. Adicionalmente, las escuelas que ofrecen tecnología avanzada, como simuladores de manejo y plataformas de aprendizaje virtual, tienen una mayor preferencia entre los estudiantes, ya que el 75% de los nuevos conductores buscan métodos de enseñanza modernos. Por ello para captar una mayor cuota de mercado, una nueva escuela de conducción en Quito debe diferenciarse a través de una oferta innovadora y accesible.

3.16. Estudio de la Oferta

La oferta en el sector de escuelas de conducción se refiere a la cantidad de cursos y capacitaciones que las instituciones ofrecen a cambio de un precio. Para determinar la oferta actual, se realizó un análisis de la competencia en la ciudad de [Ubicación], identificando cuántas escuelas existen y qué tipo de cursos ofertan, con el fin de evaluar la capacidad de cobertura de la demanda estimada.

3.16.1. Oferta histórica

La oferta histórica se basa en la cantidad de cursos ofertados por las escuelas de conducción en los últimos años. La información se obtuvo mediante registros administrativos de las instituciones educativas de conducción y fuentes oficiales del sector de transporte. A continuación, se presenta la oferta histórica:

Tabla 4. Oferta

Tipo de Curso	2020	2021	2022	2023
Licencia Tipo B	500	550	600	650
Licencia Tipo C	300	320	350	400
Cursos de renovación	200	220	250	300

3.16.2. Oferta actual

La oferta actual corresponde a los cursos de conducción ofertados en el último año (2024), obtenidos mediante encuestas y registros de las principales escuelas de conducción. Se utilizó el porcentaje de crecimiento de la oferta histórica para estimar los valores actuales.

Tabla 5. Oferta actual

Tipo de Curso	Porcentaje de crecimiento	de Oferta actual 2024
Licencia Tipo B	8%	702
Licencia Tipo C	12%	448
Cursos de renovación	16%	348

3.16.3. Oferta proyectada

Para proyectar la oferta se utilizó la extrapolación de tendencia histórica, aplicando los mismos porcentajes de crecimiento de la oferta actual a los próximos años.

Tabla 6. Oferta proyectada

Tipo de Curso	Crecimiento	Año 1 (2025)	Año 2 (2026)	Año 3 (2027)	Año 4 (2028)
Licencia Tipo B	8%	758	819	884	955
Licencia Tipo C	12%	502	562	629	705
Cursos de renovación	16%	404	469	544	631

3.17. Análisis de precios

3.17.1. Precios históricos

Los precios históricos de los cursos de conducción se obtuvieron de registros administrativos de las principales escuelas del sector en los últimos años.

Tabla 7. Precios históricos

Tipo de Curso	2020	2021	2022	2023	2024
	130	135	140	145	150
Licencia Tipo B	\$400	\$420	\$600	\$800	\$1000
Licencia Tipo C	\$600	\$630	\$750	\$900	\$1000
Cursos de renovación	\$150	\$160	\$200	\$250	\$300

3.17.2. Precios proyectados

Dado que los precios pueden fluctuar según la competencia y la demanda, se proyectan manteniendo una tendencia de crecimiento moderado.

Tabla 8. Precios proyectados

Tipo de Curso	2024	2025	2026	2027	2028
	150	170	200	220	250
Licencia Tipo B	\$480	\$528	\$581	\$639	\$703
Licencia Tipo C	\$1000	\$1100	\$1210	\$1331	\$1464
Cursos de renovación	\$200	\$220	\$242	\$266	\$293

Esta información permite estimar la viabilidad económica del proyecto y su capacidad para cubrir la demanda en el mercado de formación vial. Los datos presentados son estimaciones basadas en tendencias históricas y pueden variar según factores económicos y regulatorios.

3.18. Posicionamiento de marca

El posicionamiento de marca en el sector de escuelas de conducción en Quito está determinado por la reputación, la trayectoria, la oferta de servicios y la percepción de calidad por parte de los estudiantes. Según informes de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT, 2022) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023), las escuelas

mejor posicionadas en el mercado son aquellas que ofrecen una combinación de clases teóricas dinámicas, prácticas de manejo en vehículos modernos y certificaciones oficiales reconocidas. Escuelas como CONDUVIAL, ESCUT Matriz y Condufácil han logrado consolidarse debido a su cobertura en distintas zonas de Quito, su infraestructura y programas de enseñanza adaptados a las normativas vigentes.

El nivel de equipamiento y las metodologías de enseñanza también juegan un papel clave en el posicionamiento de marca. Un informe de la Federación Internacional del Automóvil (FIA, 2021) indica que las escuelas que han incorporado vehículos modernos, instructores certificados y materiales de apoyo estructurados han logrado una mayor confianza entre los aspirantes a conductores. Las instituciones mejor posicionadas en Quito ofrecen programas que no solo incluyen clases prácticas en carretera, sino también módulos de educación vial que refuerzan la seguridad y la responsabilidad en el manejo. Esta combinación de teoría y práctica influye directamente en la percepción del valor del servicio ofrecido.

Otro factor determinante en el posicionamiento es la estrategia de comunicación y marketing utilizada por cada escuela. De acuerdo con datos de la Cámara de Comercio de Quito (2022), las instituciones que han implementado estrategias de marketing digital, publicidad segmentada y presencia en redes sociales han logrado captar un mayor número de estudiantes. El uso de testimonios de alumnos y alianzas estratégicas con empresas o entidades educativas ha sido una herramienta efectiva para mejorar el reconocimiento de marca. En este sentido, una nueva escuela de conducción en Quito debe centrarse en construir una identidad fuerte, diferenciándose a través de un enfoque innovador y accesible que genere confianza en los futuros conductores.

3.19. Tendencias

En la actualidad, las escuelas de conducción han integrado simuladores de manejo y realidad virtual como parte esencial de su metodología de enseñanza. Según la FIA (2023), estos dispositivos permiten a los estudiantes practicar en entornos seguros antes de enfrentarse al tráfico real, reduciendo el riesgo de accidentes en sus primeras experiencias al volante. Además, la digitalización ha facilitado el acceso a la educación

vial a través de plataformas en línea, lo que permite a los alumnos completar la parte teórica de la formación de manera flexible y desde cualquier lugar.

La seguridad vial y la sostenibilidad se han convertido en pilares fundamentales dentro de la formación de nuevos conductores. De acuerdo con la OMS (2023), cada vez más países han implementado regulaciones que incluyen módulos de conducción defensiva y movilidad sostenible en los programas de enseñanza. Las escuelas de conducción ahora enseñan técnicas para reducir el consumo de combustible y minimizar el impacto ambiental, mientras que los exámenes para obtener una licencia han endurecido sus criterios para garantizar que los nuevos conductores sean más responsables en la vía.

El aprendizaje personalizado y la tecnología de monitoreo en tiempo real han revolucionado la educación vial. Según el Banco Mundial (2023), muchas escuelas han adoptado sistemas que analizan el desempeño del estudiante durante las clases prácticas, permitiendo detectar errores y proporcionar retroalimentación inmediata. Esto ha mejorado significativamente la preparación de los conductores y ha permitido que la enseñanza se adapte a las necesidades individuales de cada aprendiz, asegurando que adquieran las habilidades necesarias para una conducción segura y eficiente.

3.20. Análisis del mercado / investigación del mercado / mercado objetivo

El mercado objetivo para la escuela de conducción en el sector Comité del Pueblo está conformado por personas que buscan obtener una licencia de conducir tipo A o B, ya sea por necesidad laboral, interés personal o exigencias del entorno en el que viven y trabajan. Este segmento incluye jóvenes y adultos con edades comprendidas entre los 18 y 30 años, quienes requieren una formación vial certificada para poder conducir de manera segura y cumplir con las normativas de tránsito vigentes.

Para la investigación de mercado, se consideran como fuentes primarias la población total de 48,000 habitantes en el sector Comité del Pueblo, de los cuales se estima que al menos el 35% son clientes potenciales, es decir, 16,800 personas en edad y condiciones adecuadas para inscribirse en una escuela de conducción. Como fuentes secundarias, se toma en cuenta la información de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) sobre el

incremento en la demanda de licencias de conducir, así como el comportamiento de los clientes en otras escuelas de conducción de la zona.

3.20.1. Cálculo de la muestra

Para obtener una muestra representativa de la población, se utiliza la fórmula de cálculo para población infinita con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Tabla 9. Datos para el cálculo de la muestra

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR
n	Muestra	X
N	Población total	16,800
Z	Nivel de confianza	95%
p	Probabilidad a favor	50%
q	Probabilidad en contra	50%
e	Error permitido	5%

Muestra = 376

3.20.2. Operacionalización de variables para la investigación

Tabla 10. Operalización de las variables

VARIABLE	SUBVARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
Demanda de formación conducción	de en - Mercado potencial Necesidad de capacitación vial	- Población en edad para obtener licencia Interés en cursos de conducción	- Encuesta - Observación

Competencia en el sector	- Escuelas de conducción existentes	de	Oferta de cursos y precios Beneficios adicionales para estudiantes	- Investigación - Comparación de precios y servicios
Preferencias del cliente	Factores de decisión - Motivaciones para inscribirse	de	Facilidad de pago - Duración y horarios flexibles	- Encuesta
Canales de captación de clientes	Estrategias de publicidad - Medios de inscripción	de	Redes sociales más usadas - Canales de comunicación preferidos	Encuesta

3.20.3. Encuesta

Objetivo:

Identificar la viabilidad de establecer una escuela de conducción en el Comité del Pueblo, analizando la demanda de clientes potenciales y sus necesidades y preferencias en cuanto a costos, horarios y metodología de enseñanza.

Metodología:

La encuesta se diseñó con preguntas cerradas para comprender la demanda del servicio. Se difundió mediante Google Formularios.

Se recolectó información sobre experiencia previa en conducción, interés en cursos y presupuesto disponible.

3.20.4. Análisis de datos

Se realizaron 376 encuestas, de las cuales se considera válida la información de 289 encuestados, quienes permitieron identificar el interés del público objetivo, sus preferencias en costos y horarios, y los factores clave que influyen en la elección de una escuela de conducción.

1. ¿Cuál es su edad?

Tabla 11. Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 - 24 años	110	29,3%	29,3%	29,3%
25 - 30 años	105	27,9%	27,9%	57,2%
31 - 35 años	92	24,5%	24,5%	81,7%
Más de 35 años	69	18,3%	18,3%	100,0%
Total	376	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 1. Edad



Análisis

Los resultados demuestran que la encuesta corresponde a jóvenes de 18 a 30 años, representando el 57,2% del total, seguido por adultos de 31 a 35 años con 24,5% y mayores de 35 años con 18,3%. Esto indica que la mayor demanda de una escuela de conducción proviene de jóvenes adultos

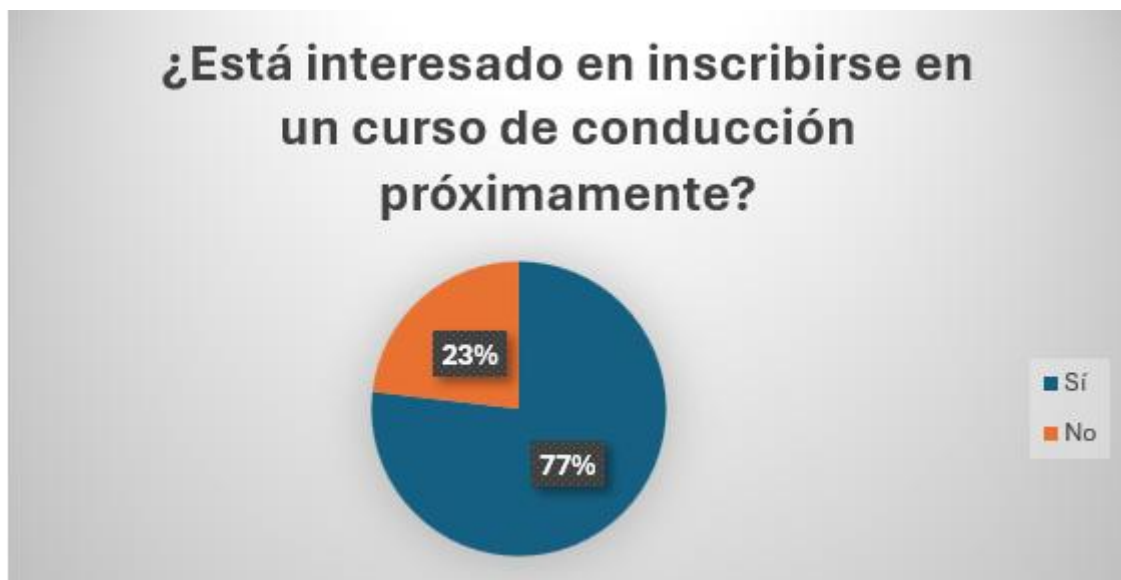
2. ¿Está interesado en inscribirse en un curso de conducción próximamente?

Si su respuesta, no responda la pregunta 3, continúe desde la 4.

Tabla 12. Inscripción en curso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Sí	289	76,9%	76,9%	76,9%
No	87	23,1%	23,1%	100,0%
Total	376	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 2. Inscripción de curso



Análisis:

Los resultados muestran que el 76,9% de los encuestados está interesado en inscribirse en un curso de conducción próximamente, lo que indica una demanda significativa por este tipo de formación. Por otro lado, el 23,1% no tiene interés en tomar un curso en el futuro cercano.

Esto sugiere que las escuelas de conducción pueden captar un amplio público que ya está motivado a inscribirse. Además, estrategias dirigidas a quienes aún no están interesados podrían ayudar a aumentar la participación.

3. ¿Cuál es la principal razón por la que no está interesado en inscribirse en un curso de conducción?

Tabla 13. Razón de no inscribirse en un curso de conducción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ya tengo licencia de conducir	10	11,5%	11,5%	11,5%
No lo considero necesario en este momento	12	13,8%	13,8%	25,3%
El costo es muy alto	35	40,2%	40,2%	65,5%
Falta de tiempo	30	34,5%	34,5%	100,0%
Total	87	100,0%	100,0%	

Figura 3. Razón de no inscribirse en un curso de conducción



Análisis:

Los resultados indican que el alto costo (40,2%) y la falta de tiempo (34,5%) son las principales barreras para inscribirse en un curso de conducción, seguidas por quienes no lo consideran necesario (13,8%) y quienes ya tienen licencia (11,5%). Por ellos enfocarse en ofrecer financiamiento, descuentos y horarios flexibles podría aumentar la demanda y captar más estudiantes.

4. ¿Cuál es su principal motivo para obtener una licencia de conducir?

Tabla 14. Motivo de obtener una licencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Trabajo	140	48,4%	48,4%	48,4%
Movilidad personal	95	32,8%	32,8%	81,2%
Independencia	30	10,4%	10,4%	91,6%
Emergencias	24	8,4%	8,4%	100,0%
Total, respuestas	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 4. Motivo de obtener una licencia



Análisis:

El principal motivo para obtener una licencia de conducir es el trabajo (48,4%), seguido de la movilidad personal (32,8%). Un 10,4% busca independencia, mientras que un 8,4% la considera necesaria para emergencias. Esto indica que la mayoría asocia la conducción con necesidades laborales y de transporte diario.

5. Si se abre una nueva escuela de conducción en el Comité del Pueblo, ¿se inscribiría en ella?

Tabla 15. Consideración de inscribirse

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, definitivamente	110	38,1%	38,1%	38,1%
Probablemente	85	29,4%	29,4%	67,5%
Depende del precio y beneficios	60	20,8%	20,8%	88,3%
Probablemente no	20	6,9%	6,9%	95,2%
No	14	4,8%	4,8%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Análisis:

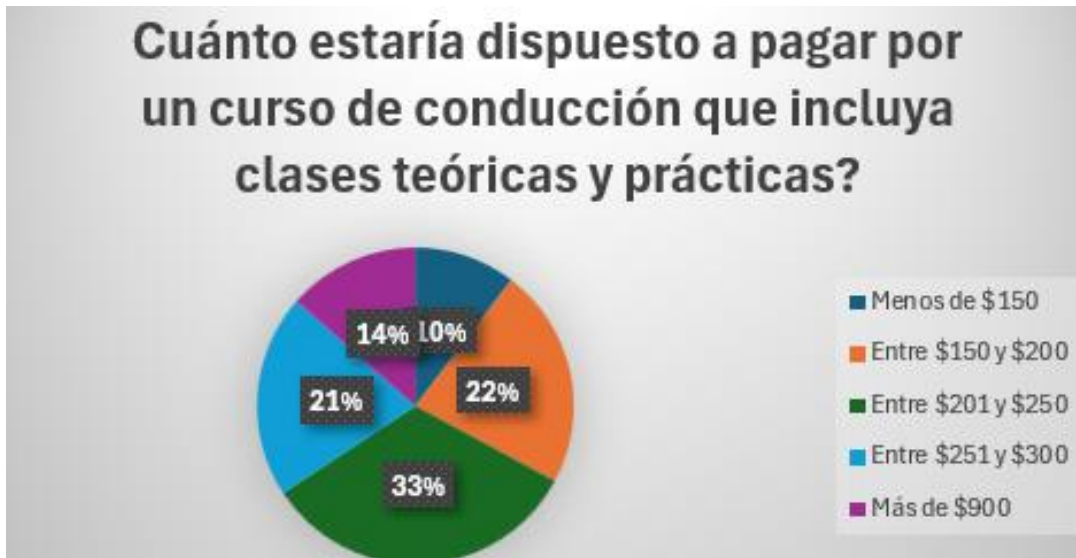
El 38,1% de los encuestados afirma que definitivamente se inscribiría en una nueva escuela de conducción en el Comité del Pueblo, mientras que el 29,4% lo considera probable. Un 20,8% condiciona su decisión al precio y beneficios, y un 11,7% indica que probablemente no o no se inscribiría. Estos resultados reflejan un alto interés en la apertura de una escuela, aunque factores como costos y beneficios adicionales pueden influir en la decisión final.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de conducción que incluya clases teóricas y prácticas?

Tabla 16. Pago por el curso

Rango de Precio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Menos de \$150	30	10,4%	10,4%	10,4%
Entre \$150 y \$200	65	22,5%	22,5%	32,9%
Entre \$201 y \$250	95	32,9%	32,9%	65,8%
Entre \$251 y \$300	60	20,8%	20,8%	86,6%
Más de \$900	39	13,4%	13,4%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 5. Pago por el curso



Análisis:

La mayoría de los encuestados, con un 32,9%, está dispuesta a pagar entre \$201 y \$250, lo que sugiere que este rango de precios es el más atractivo para los potenciales estudiantes. Un 22,5% optaría por un precio entre \$150 y \$200, mientras que un 20,8% considera aceptable pagar entre \$251 y \$300. Solo un 13,4% estaría dispuesto a pagar más de \$900, lo que indica que los cursos especializados para vehículos pesados requieren una estrategia diferente de financiamiento. Finalmente, el 10,4% preferiría pagar menos de \$150, reflejando una demanda por opciones más económicas, como cursos básicos o con planes de pago flexibles. Estos datos sugieren que la escuela debe priorizar precios accesibles dentro del rango medio y ofrecer opciones de pago a plazos para captar un mayor número de estudiantes.

7. ¿Valora que la escuela de conducción ayude con los trámites para obtener la licencia?

Tabla 17. Ayuda con los trámites

Escala de Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 - Nada importante	12	4,2%	4,2%	4,2%
2 - Poco importante	25	8,7%	8,7%	12,9%
3 - Neutral	45	15,6%	15,6%	28,5%
4 - Importante	85	29,4%	29,4%	57,9%

5 - Muy importante	122	42,1%	42,1%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 6. Ayuda con los trámites



Análisis:

El 42,1% de los encuestados considera muy importante que la escuela de conducción ayude con los trámites para obtener la licencia, mientras que un 29,4% lo califica como importante. Solo un 12,9% lo ve como poco o nada relevante. Esto indica que la mayoría de los futuros conductores valora la asistencia en trámites como un servicio clave dentro del curso de conducción.

8. ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir una escuela de conducción?

Tabla 18. Aspectos importantes de una escuela de conducción

Aspecto Evaluado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Reputación y reconocimiento de la escuela	120	41,5%	41,5%	41,5%
Calidad de la enseñanza teórica y práctica	135	46,7%	46,7%	88,2%

Uso de simuladores de manejo	85	29,4%	29,4%	29,4%
Precios accesibles	160	55,4%	55,4%	55,4%
Ubicación de la escuela	98	33,9%	33,9%	33,9%
Duración del curso	75	25,9%	25,9%	59,8%
Disponibilidad de vehículos mecánicos y automáticos	110	38,1%	38,1%	38,1%
Asesoría en trámites para obtener la licencia	140	48,4%	48,4%	48,4%
Atención al cliente y servicio personalizado	90	31,1%	31,1%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 7. Aspectos importantes de una escuela de conducción



Análisis:

Los aspectos más valorados al elegir una escuela de conducción son precios accesibles (55,4%), calidad de la enseñanza (46,7%) y asesoría en trámites para obtener la licencia (48,4%). La reputación de la escuela (41,5%) y la disponibilidad de vehículos mecánicos y automáticos (38,1%) también son factores determinantes.

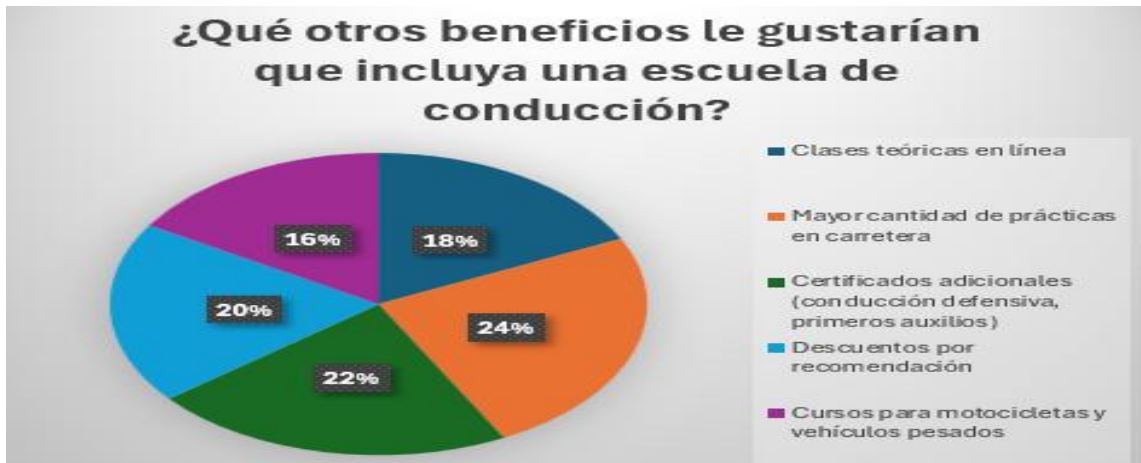
Mientras tanto, aspectos como el uso de simuladores (29,4%) y la duración del curso (25,9%) tienen menor relevancia para los encuestados, aunque siguen siendo considerados. Estos resultados indican que los futuros conductores priorizan la calidad, el precio y el acompañamiento en el proceso de obtención de la licencia al momento de elegir una escuela.

9. ¿Qué otros beneficios le gustaría que incluya una escuela de conducción?

Tabla 19. Beneficios que incluya la escuela

Beneficio Deseado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Clases teóricas en línea	110	38,1%	38,1%	38,1%
Mayor cantidad de prácticas en carretera	150	51,9%	51,9%	51,9%
Certificados adicionales (conducción defensiva, primeros auxilios)	135	46,7%	46,7%	98,6%
Descuentos por recomendación	120	41,5%	41,5%	41,5%
Cursos para motocicletas y vehículos pesados	100	34,6%	34,6%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 8. Beneficios que incluya la escuela



Análisis:

El beneficio adicional más solicitado es mayor cantidad de prácticas en carretera (51,9%), seguido de certificados adicionales en conducción defensiva y primeros auxilios (46,7%). También destacan los descuentos por recomendación (41,5%) y la opción de clases teóricas en línea (38,1%), lo que sugiere que los encuestados valoran la flexibilidad y el aprendizaje complementario. Finalmente, un 34,6% considera importante que se ofrezcan cursos para motocicletas y vehículos pesados, lo que indica una demanda por formación especializada.

10. ¿A través de qué medios digitales suele buscar información sobre escuelas de conducción?

Tabla 20. Medios digitales de búsqueda de información

Medio Digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Facebook	120	41,5%	41,5%	41,5%
TikTok	100	34,6%	34,6%	76,1%
Google (búsquedas y anuncios)	140	48,4%	48,4%	48,4%
Otros (recomendaciones y volantes)	50	17,3%	17,3%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 9. Medios digitales de búsqueda de información



Análisis:

El 48,4% de los encuestados busca información sobre escuelas de conducción a través de Google (búsquedas y anuncios), lo que confirma que los motores de búsqueda son clave para captar clientes. Facebook (41,5%) es la segunda opción más utilizada, seguido por TikTok (34,6%), reflejando la relevancia de las redes sociales en la toma de decisiones. Un 17,3% mencionó "Otros", refiriéndose a recomendaciones de conocidos y publicidad tradicional, lo que sugiere que aún hay un segmento de la población que confía en medios fuera del ámbito digital.

11. ¿Cuál de las siguientes escuelas de conducción considera que ofrece mejor calidad en su enseñanza?

Tabla 21. Escuela con mejora calidad de enseñanza

Escuela de Conducción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuela de Conducción CONDUVIAL	120	41,5%	41,5%	41,5%
Escuela de Conducción ESCUT Matriz	110	38,1%	38,1%	79,6%
Condufácil Escuela de Conducción	59	20,4%	20,4%	100,0%
Total	289	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 10. Escuela con mejora calidad de enseñanza



Análisis:

La Escuela de Conducción CONDUVIAL es percibida como la que ofrece mejor calidad en su enseñanza con un 41,5% de las preferencias, seguida de cerca por ESCUT Matriz con un 38,1%. Condufácil ocupa el tercer lugar con un 20,4%, lo que indica que tiene menor reconocimiento en este aspecto. Estos resultados reflejan que CONDUVIAL y ESCUT Matriz tienen una fuerte reputación en la enseñanza, lo que puede influir en la decisión de inscripción de los estudiantes.

Análisis de los resultados:

El estudio confirma que existe una demanda significativa por cursos de conducción, ya que el 76,9% de los encuestados está interesado en inscribirse. La mayor parte de la demanda proviene de jóvenes adultos entre 18 y 30 años (57,2%), quienes buscan obtener su licencia principalmente por motivos laborales (48,4%) y movilidad personal (32,8%). Sin embargo, las principales barreras para la inscripción son el costo del curso (40,2%) y la falta de tiempo (34,5%), lo que sugiere la necesidad de facilidades de pago y horarios flexibles.

Los aspectos más valorados al momento de elegir una escuela de conducción son precios accesibles (55,4%), calidad de la enseñanza (46,7%) y asesoría en trámites para obtener la licencia (48,4%). Además, los encuestados también consideran importantes la reputación de la escuela (41,5%), la disponibilidad de vehículos mecánicos y automáticos

(38,1%), y los horarios flexibles. Entre los beneficios adicionales más solicitados destacan más prácticas en carretera (51,9%), certificaciones complementarias (46,7%), y clases teóricas en línea (38,1%).

Las escuelas de conducción CONDUVIAL (41,5%) y ESCUT Matriz (38,1%) son las mejor valoradas en términos de calidad de enseñanza, lo que indica un alto nivel de reconocimiento y preferencia en el mercado. Condufácil (20,4%) tiene una menor percepción de calidad en comparación con las anteriores. Dado que los clientes consideran precios accesibles y beneficios adicionales como factores clave, una nueva escuela de conducción en el Comité del Pueblo debe competir con estrategias diferenciadoras, como financiamiento flexible, mayor cantidad de prácticas en carretera y certificaciones adicionales.

El estudio demuestra que hay un mercado con alta demanda y una competencia fuerte con escuelas bien posicionadas. Para que una nueva escuela de conducción tenga éxito en el Comité del Pueblo, deberá ofrecer una combinación de precios competitivos, servicios adicionales atractivos y estrategias de captación digital en Google, Facebook y TikTok, que son los canales más utilizados por los potenciales clientes.

3.21. Análisis FODA

Tabla 22. FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Pasión por la enseñanza y seguridad vial. • Instructores capacitados y certificados. • Métodos de enseñanza innovadores y personalizados. • Tarifas accesibles y competitivas. • Ubicación estratégica con fácil acceso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento constante de nuevos conductores. • Regulaciones que exigen formación obligatoria. • Mayor conciencia sobre seguridad vial. • Expansión del mercado con cursos online y simuladores. • Alianzas con concesionarios y aseguradoras.
Debilidades	Amenazas

-
- Inversión inicial alta en vehículos y permisos.
 - Competencia con escuelas bien establecidas.
 - Costos de mantenimiento y seguros de la flota.
 - Dependencia de instructores especializados.
 - Dificultad inicial para captar clientes.
 - Aparición de nuevas escuelas de conducción.
 - Cambios en regulaciones que afecten la demanda.
 - Crisis económicas que reduzcan el interés en cursos.
 - Aumento en costos de operación (combustible, repuestos).
 - Avance de tecnologías de conducción autónoma.
-

4. Descripción del negocio

4.1. Misión

“Nuestra escuela de conducción tiene como misión formar conductores responsables y seguros, adaptados a las condiciones viales. Buscamos brindar una experiencia de aprendizaje integral, que combine teoría y práctica, para que nuestros alumnos adquieran las habilidades necesarias para conducir de manera segura y eficiente.”

4.2. Visión

“Ser la escuela de conducción de referencia en el comité del pueblo, reconocida por la calidad de su enseñanza y por su compromiso con la seguridad vial. Aspiramos a convertirnos en un referente en la formación de conductores en Quito, contribuyendo a mejorar la movilidad y la convivencia en las vías.”

4.3. Valores

Seguridad: La seguridad vial es nuestra prioridad máxima. Impartimos una formación rigurosa para que nuestros alumnos conduzcan de manera defensiva y respeten las normas de tránsito.

Calidad: Ofrecemos una enseñanza de alta calidad, con instructores altamente capacitados y utilizando los mejores métodos pedagógicos.

Profesionalismo: Nos caracterizamos por nuestra seriedad y compromiso con nuestros alumnos.

Adaptación: Adaptamos nuestros programas a las necesidades y características de cada alumno, brindando una atención personalizada.

4.4. Naturaleza del negocio

4.4.1. Necesidades a ser satisfechas por la empresa

Adaptación a las condiciones viales: El comité del pueblo, como muchas zonas urbanas en crecimiento, presenta desafíos particulares en cuanto a infraestructura vial donde la escuela debe ofrecer una formación que permita a los alumnos enfrentar situaciones como tráfico congestionado, calles estrechas y cambios frecuentes en la señalización.

Orientación hacia la primera licencia: Dado que muchos jóvenes del sector buscarán obtener su primera licencia de conducir, la escuela debe ofrecer cursos adaptados a las necesidades de los conductores principiantes, con un mayor énfasis en los conceptos básicos y la seguridad vial.

Flexibilidad horaria: Considerando los horarios laborales y académicos de los habitantes del sector, es importante ofrecer una amplia gama de horarios para las clases, tanto teóricas como prácticas.

Precios accesibles: Los precios de los cursos deben ser accesibles para la población del comité del pueblo, sin comprometer la calidad de la enseñanza.

Seguridad vial: La principal necesidad de cualquier conductor es adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para conducir de manera segura y responsable por lo que la escuela debe enfatizar la importancia de la seguridad vial en todas sus clases.

Conocimiento del reglamento de tránsito: Es necesario que los alumnos conozcan a fondo el reglamento de tránsito y las leyes de conducción aplicables en Ecuador.

Habilidades prácticas: La escuela debe proporcionar una formación práctica intensiva, que permita a los alumnos desarrollar las habilidades necesarias para manejar diferentes situaciones en la vía.

Adaptación a diferentes vehículos: Los alumnos deben estar preparados para conducir diferentes tipos de vehículos, como automóviles, camionetas y motocicletas. Con marchas y automáticos.

Atención personalizada: Cada alumno tiene un ritmo de aprendizaje diferente, por lo que la escuela debe ofrecer una atención personalizada con el fin de que todos alcancen sus objetivos.

4.4.2. Métodos para satisfacer las necesidades del mercado

Cursos de conducción: Ofrecer cursos para obtener la licencia de conducir por primera vez, así como cursos de perfeccionamiento para conductores con experiencia.

Clases teóricas: Clases teóricas impartidas por instructores especializados, que abarcan el reglamento de tránsito, la mecánica básica y la conducción segura.

Clases prácticas: Clases prácticas en vehículos equipados con doble mando, en las que los alumnos ponen en práctica los conocimientos adquiridos en las clases teóricas.

Simuladores de conducción: Utilizar simuladores de conducción para complementar la formación práctica y permitir a los alumnos familiarizarse con diferentes situaciones de tráfico.

Renovación de licencias: Asesoramiento y trámites para la renovación de licencias de conducir.

Cursos especializados: Ofrecer cursos especializados para conductores profesionales, como taxis, buses y camiones.

4.4.2.1. Modelo de negocios

La escuela de conducción "Conduce Seguro" se encuentra ubicada en el Comité del Pueblo, Quito. Su misión es ofrecer formación integral en conducción con un enfoque en la seguridad vial, atención personalizada y alta tasa de aprobación, garantizando un servicio de calidad y accesible para todos.

4.4.2.2. Demanda del Mercado

Existe una alta demanda de cursos de conducción en Quito, con una gran cantidad de personas interesadas en inscribirse. La mayoría de los potenciales clientes son jóvenes de entre 18 y 35 años, quienes buscan obtener su licencia principalmente por motivos laborales y de movilidad personal. Sin embargo, las principales barreras identificadas para acceder a estos cursos son el costo del servicio y la falta de tiempo, lo que sugiere la necesidad de ofrecer facilidades de pago y horarios flexibles para aumentar la accesibilidad.

4.4.2.3. Oportunidades

El mercado ofrece varias oportunidades de crecimiento, incluyendo una creciente conciencia sobre la seguridad vial y la necesidad de una capacitación adecuada para nuevos conductores. Además, se pueden establecer alianzas estratégicas con empresas y organizaciones para capacitar a sus empleados. También se ha identificado una demanda creciente de servicios diferenciados, como cursos intensivos y formación en primeros auxilios, que pueden servir como valor agregado frente a la competencia.

4.4.2.4. Alianzas Estratégicas Locales

Agencia Metropolitana de Tránsito (AMT): Establecer convenios con la AMT para promover la educación vial y participar en campañas de concienciación ciudadana.

Automóvil Club del Ecuador (ANETA): Colaborar con ANETA para compartir recursos educativos y participar conjuntamente en programas de formación y seguridad vial.

Universidad Internacional del Ecuador (UIDE): Crear programas conjuntos con la UIDE, que cuenta con su propia escuela de conducción, para desarrollar cursos especializados y actividades de investigación en seguridad vial.

4.4.2.5. Implementación de Tecnología y Herramientas Modernas

Simuladores de Conducción: Integrar simuladores para prácticas en entornos controlados, mejorando la preparación de los estudiantes antes de enfrentarse al tráfico real.

Aplicación Móvil: Desarrollar una aplicación que permita a los estudiantes agendar clases, seguir su progreso y acceder a recursos educativos en línea.

Implementar clases en línea para los estudiantes que no pueda acercarse a las clases presenciales, pero solo para las clases teóricas.

4.4.2.6. Enfoque en Seguridad Vial

Charlas de Concientización: Organizar talleres y seminarios sobre seguridad vial y conducción defensiva, dirigidos tanto a estudiantes como a la comunidad en general.

Cursos de Primeros Auxilios: Incorporar formación en primeros auxilios en el currículo, asegurando que los conductores estén preparados para responder ante emergencias.

4.4.2.7. Flexibilidad en Horarios

Clases Personalizadas: Ofrecer horarios adaptados a las necesidades individuales de los estudiantes, facilitando su aprendizaje sin interferir en sus responsabilidades diarias.

Cursos Intensivos: Proporcionar programas acelerados para aquellos que requieran obtener su licencia en un período corto, manteniendo la calidad educativa.

4.4.2.8. Servicios Ofrecidos

Los servicios incluirán cursos de conducción básicos y avanzados, capacitación en seguridad vial y manejo defensivo, clases especializadas para motocicletas y vehículos pesados, cursos de primeros auxilios y mecánica básica, así como programas de actualización para conductores con licencia.

4.4.2.9. Estrategias de Marketing y Ventas

"Conduce Seguro" se posicionará como una escuela de conducción enfocada en seguridad, enseñanza de calidad y beneficios adicionales, destacando su alta tasa de aprobación y atención personalizada.

4.4.2.10. Canales de Promoción

La escuela implementará una estrategia digital sólida, publicando contenido en redes sociales como Facebook, TikTok y Google Ads al menos tres veces por semana, combinando material educativo, testimonios de alumnos y promociones especiales. Además, se utilizará publicidad en Google Ads y SEO para optimizar el posicionamiento en buscadores.

A nivel local, se implementará estrategia de publicidad local en lugares estratégicos del Comité del Pueblo y sus alrededores. Se distribuirán volantes en lugares de alto tránsito como el Centro de Comercio Comité del Pueblo y en paradas de autobús clave, incluyendo Juan Molineros, Eloy Alfaro y Av. Juan Molineros, donde circula una gran cantidad de personas diariamente. Además, se establecerán alianzas con la Universidad Central del Ecuador (UCE) y la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para ofrecer charlas sobre seguridad vial y promociones exclusivas dirigidas a estudiantes que buscan obtener su licencia de conducir. La UIDE, con su enfoque en educación

innovadora, representa una oportunidad para desarrollar cursos especializados y programas de concienciación vial.

4.4.3. Estrategia de Captación y Crecimiento

Para captar nuevos estudiantes, la Escuela de Conducción "Conduce Seguro" establecerá alianzas estratégicas con empresas y colegios de Quito. Se ofrecerán descuentos por referidos, paquetes familiares y promociones en temporadas clave como inicio de año escolar y vacaciones. Entre las empresas con las que se buscará colaboración se encuentran Cooperativa de Transporte Translatinos, Taxis Ejecutivos Quito y Empresas de Delivery como PedidosYa y Rappi, donde muchos de sus empleados requieren licencias de conducción. Además, se trabajará con instituciones educativas como la Unidad Educativa Consejo Provincial de Pichincha y el Colegio Nacional Juan Pío Montúfar, ofreciendo capacitaciones en seguridad vial y descuentos especiales para estudiantes. También se organizarán eventos de puertas abiertas en lugares estratégicos, donde la comunidad podrá conocer la escuela, recibir información y probar los simuladores de conducción, asegurando así una conexión directa con los potenciales alumnos y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado.

4.4.3.1. Canales de Distribución

Para fortalecer su posicionamiento y llegar a un público más amplio, la Escuela de Conducción "Conduce Seguro" establecerá alianzas estratégicas con empresas, instituciones educativas y medios de comunicación.

4.4.3.2. Alianzas Corporativas

Se buscarán convenios con empresas que requieren personal capacitado en conducción, tales como:

Cooperativa de Transporte Translatinos y Cooperativa de Transporte Vencedores para capacitar a sus conductores en seguridad vial y manejo defensivo.

Empresas de logística y delivery como PedidosYa y Rappi, que constantemente necesitan motociclistas y conductores con licencia.

Taxis Ejecutivos Quito y Uber Ecuador, facilitando a sus aspirantes la obtención de licencias y certificaciones en conducción responsable.

Empresas de construcción y transporte de carga como Consermin y Ferrocarriles del Ecuador, que requieren operadores de vehículos pesados.

4.4.3.3. Alianzas Educativas

Se trabajará con colegios y universidades para fomentar la educación vial en jóvenes: Universidad Central del Ecuador (UCE) y Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), ofreciendo cursos de conducción con descuentos para estudiantes y charlas sobre seguridad vial.

Unidad Educativa Consejo Provincial de Pichincha y Colegio Nacional Juan Pío Montúfar, integrando programas de formación vial en sus currículos y brindando beneficios en inscripciones grupales.

4.4.3.4. Publicidad en Medios Locales

Para ampliar la difusión, se invertirá en publicidad en medios como:

Radio Pública de Quito y EXA FM, con anuncios dirigidos a jóvenes y trabajadores que buscan obtener su licencia.

Volantes distribuidos en centros comerciales como El Condado Shopping y Quicentro Norte, así como en estaciones de transporte público como la Estación Río Coca y la Estación La Y.

4.4.4. Estrategia de Comunicación

El mensaje central de la escuela será su compromiso con la seguridad vial, enseñanza de calidad y accesibilidad. Se destacará la importancia de aprender a conducir con confianza y responsabilidad.

Para fortalecer la marca, se diseñará un logo y una paleta de colores representativa, que se aplicará en todos los materiales promocionales. Además, se desarrollará contenido visual atractiva para redes sociales y publicidad.

4.4.4.1. Contenido Educativo

Se generará contenido en forma de blogs y videos sobre normativas de tránsito y seguridad vial. También se organizarán webinars sobre técnicas de manejo seguro.

4.4.4.2. Comunicación Directa y Seguimiento

Para mantener una comunicación efectiva con los estudiantes, se enviarán boletines electrónicos con información de cursos y promociones. Se habilitarán canales de atención al cliente vía WhatsApp, teléfono y chat en línea. Además, se implementarán encuestas de satisfacción y seguimiento post-curso para mejorar continuamente el servicio.

4.4.5. Estrategia de Ventas y Expansión

El equipo de ventas estará compuesto por asesores especializados en brindar información y gestionar inscripciones. Además, los instructores actuarán como embajadores de la escuela, promoviendo sus beneficios a través de su experiencia.

4.4.5.1. Actividades de Venta

Se llevarán a cabo charlas y sesiones informativas en colegios y comunidades para concientizar sobre la importancia de la educación vial. La escuela participará en ferias y eventos para interactuar directamente con estudiantes potenciales. También se distribuirán volantes en lugares clave como universidades, supermercados y estaciones de transporte público.

Se ofrecerán descuentos y promociones temporales en temporadas clave y se implementará un programa de referidos con incentivos para alumnos que recomienden nuevos estudiantes. con incentivos para alumnos que recomienden nuevos estudiantes.

4.4.6. Ubicación de la Escuela de Conducción Conduce Seguro.

La Escuela de Conducción "Conduce Seguro" funcionará en la zona cercana a la calle Jorge Garcés, en el Comité del Pueblo, debido a su alta visibilidad y flujo constante de personas, siendo una de las principales calles comerciales de la parroquia. Esta ubicación está bien conectada con otras áreas de Quito mediante transporte público, lo que facilita el acceso de estudiantes de distintas zonas. Además, la cercanía a áreas residenciales y comerciales aumenta la demanda potencial, y el espacio disponible es adecuado para establecer la infraestructura necesaria, como estacionamientos y aulas para la enseñanza práctica.

4.4.7. Propuesta de Precios para la Escuela de Conducción "Conduce Seguro"

4.4.7.1. Curso básico (Licencia tipo B) - \$400

Clases teóricas y prácticas.

Uso de simuladores de manejo.

Asesoría en trámites de licencia.

4.4.7.2. Curso avanzado (Manejo defensivo y seguridad vial) - \$820

Incluye todo lo del curso básico.

Horas adicionales de práctica en carretera.

Capacitación en conducción segura y prevención de accidentes.

4.4.7.3. Curso intensivo (Licencia en menor tiempo) - \$350

Clases aceleradas para completar el curso en menos semanas.

Flexibilidad en horarios (fines de semana y nocturno).

4.4.7.4. Curso para motociclistas (Licencia tipo A) - \$150

Capacitación en manejo de motocicletas y seguridad vial.

Prácticas en circuito y carretera.

4.4.7.5. Curso especializado (Vehículos pesados - tipo C, D, E) - \$900

Formación teórica y práctica avanzada.

Manejo de flotas empresariales y camiones.

Notas Adicionales:

Descuentos por referidos y paquetes familiares.

Facilidades de pago en dos o tres cuotas sin intereses.

Promociones en temporadas clave (inicio de año escolar, vacaciones).

4.4.8. Beneficios específicos del producto o servicio y habilidad de satisfacer las necesidades de los consumidores

La escuela de conducción ofrece una variedad de cursos de conducción que brindan formación estructurada, combinando teoría y práctica con el fin de ayudar a los alumnos a obtener la confianza y las habilidades necesarias para manejar de manera segura,

satisfaciendo así su necesidad de adquirir una licencia de conducir. Además, se proporciona material didáctico que incluye libros, manuales y recursos digitales donde el acceso a herramientas de estudio facilita el aprendizaje mientras solventa la necesidad de preparación teórica antes del examen práctico, asegurando que los estudiantes estén bien equipados para enfrentar el desafío.

Las clases individuales y grupales ofrecen flexibilidad en el aprendizaje, adaptándose al ritmo de cada estudiante para permitir que los alumnos elijan el formato que mejor se adapte a su estilo de aprendizaje y disponibilidad el cual aborda la necesidad de un enfoque personalizado que maximice su potencial. Adicionalmente, se ofrecen cursos especializados, como manejo defensivo y conducción de motocicletas que son formaciones específicas para responder a la demanda de conductores que buscan habilidades adicionales o que desean obtener licencias para diferentes tipos de vehículos que expande la experiencia y competencias de enseñanza.

La capacitación en primeros auxilios es otro aspecto importante que proporciona a los alumnos habilidades para manejar situaciones de emergencia brindando la confianza y preparación para actuar adecuadamente en caso de accidentes, disminuyendo así su preocupación por la seguridad personal y la de otros. La asesoría en normativas de tránsito es necesaria para guiar a los estudiantes sobre los requisitos y trámites legales necesarios con el fin de obtener una licencia lo cual facilita el proceso, abordando la necesidad de claridad y apoyo en un sistema que a menudo resulta complicado.

El soporte post curso juega un papel crucial al ofrecer seguimiento y asesoría continua que proporciona un recurso adicional para resolver dudas y recibir orientación después de completar el curso, ayudando a los estudiantes a mantener la confianza y las habilidades adquiridas. Finalmente, los descuentos junto a promociones brindan la oportunidad de ahorrar dinero en la matrícula y clases para atraer a estudiantes que buscan opciones más accesibles económicamente, respondiendo a su necesidad de formación a un costo razonable.

En general, estos beneficios y enfoques permiten que los productos y servicios ofrecidos satisfagan de una manera adecuada las diversas necesidades de los consumidores que van desde la obtención de una licencia de conducir hasta la mejora de habilidades y la

seguridad en las vías donde la escuela de conducción se posiciona como una opción integral y confiable.

4.4.9. Ventajas competitivas del producto

Una de las principales ventajas competitivas de la escuela de conducción es contar con instructores calificados, así como el equipo que está formado por profesionales altamente capacitados y certificados, lo que garantiza tanto una enseñanza de calidad como el fomentar la confianza en los alumnos a lo largo de su proceso de aprendizaje. Además, la metodología de enseñanza innovadora es otro punto fuerte en el cual la escuela adapta el aprendizaje a las necesidades individuales de cada estudiante, lo que mejora la certeza de la formación y aumenta la satisfacción del cliente, asegurando que cada alumno reciba la atención que necesita.

La utilización de tecnología avanzada en la enseñanza, como los simuladores de conducción, permite a los estudiantes practicar en un entorno seguro que permite mejorar sus habilidades y confianza antes de enfrentarse a la carretera real, brindando una experiencia de aprendizaje más completa en la que destaca la oferta de cursos especializados que también contribuye a la ventaja competitiva. Al incluir formaciones específicas, como manejo defensivo y conducción de motocicletas, la escuela atrae a diferentes segmentos del mercado y responde a una variedad de necesidades que van más allá de la obtención de una licencia básica.

La flexibilidad en horarios es otra ventaja significativa pues al proporcionar clases adaptables y opciones tanto presenciales como en línea, la escuela facilita la inscripción de alumnos con diversas disponibilidades, lo que amplía su base de clientes potenciales. Asimismo, la escuela se distingue por su atención al cliente excepcional en la que se ofrece soporte personalizado durante y después de los cursos asegura que los alumnos se sientan apoyados para su éxito y satisfacción general.

El enfoque en la seguridad vial es un aspecto necesario del programa, ya que al promover una concienciación y educación sobre seguridad vial no solo se forma conductores competentes, sino también responsables que aporta a una comunidad más segura. Otro beneficio es la facilitación de trámites pues la escuela ayuda a los alumnos con el proceso

de obtención de licencias, simplificando un procedimiento que a menudo llega a ser complicado y ahorrando tiempo valioso.

Además, la escuela se beneficia de una reputación local sólida en la cual la construcción de una buena imagen en la comunidad, apoyada por testimonios positivos y recomendaciones de alumnos anteriores, fortalece su posicionamiento en el mercado junto a la implementación de promociones y descuentos atractivos que permite a la escuela atraer a nuevos estudiantes y fidelizar a los actuales que resalta como estrategias que mejoran su competitividad y son clave para el crecimiento del negocio.

4.4.10. Estado actual del producto (idea, prototipo, pequeña producción, etc.)

La escuela de conducción en el sector comité del pueblo en Quito se encuentra en una fase de consolidación y crecimiento donde los cursos de conducción básicos y especializados han sido bien recibidos por la comunidad, con un flujo constante de inscripciones el cual se atribuye a la creciente demanda de formación de conductores, impulsada por el aumento en el número de vehículos y la necesidad de mejorar la seguridad vial.

Los cursos de conducción ofrecen una estructura clara, combinando teoría y práctica, lo que ha resultado en una alta tasa de satisfacción entre los alumnos. Sin embargo, se identifica la necesidad de diversificar aún más la oferta, introduciendo programas específicos para grupos como adolescentes, adultos mayores y conductores profesionales. En el caso de la utilización de tecnología avanzada en la enseñanza, como simuladores de conducción, está en implementación y ha mostrado un impacto positivo en el aprendizaje de los estudiantes. Sin embargo, la escuela busca actualizar y expandir esta tecnología para mantener su competitividad por otro lado en cuanto a material didáctico, se ha desarrollado recursos digitales que complementan las clases presenciales que brinda una oportunidad para mejorar la accesibilidad a estos materiales al facilitar su uso tanto en el aula como en línea.

El enfoque en la atención al cliente ha sido primordial para la fidelización de estudiantes pues por medio de encuestas de satisfacción se recoge una retroalimentación que permite realizar ajustes en los cursos y mejorar la experiencia general del alumno. Además, la

conciencia de la seguridad vial es un pilar central en la oferta de la escuela donde se emplea programas de educación vial, que han tenido buena acogida, aunque se busca aumentar la participación comunitaria mediante más eventos y talleres.

El estado actual también refleja un compromiso con la mejora continua, con planes de capacitación para instructores y la actualización de contenidos educativos, para asegurar que el equipo esté al día con las últimas normativas y prácticas de conducción por lo que la escuela de conducción está bien posicionada en el mercado, con un enfoque sólido en la calidad y la seguridad. Sin embargo, existen oportunidades para expandir su oferta, mejorar la tecnología para aumentar la participación comunitaria que contribuirá a su crecimiento futuro.

4.5. Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto para una escuela de conducción se divide en varias etapas clave:

4.5.1. Introducción

En esta fase, la escuela de conducción lanza sus programas de formación pues durante este periodo, se enfoca en la promoción y el marketing para crear conciencia sobre la oferta educativa. La inversión en publicidad y el desarrollo de materiales didácticos son decisivos, así como los alumnos iniciales pueden atraer a otros a través del boca a boca, mientras la escuela establece su reputación.

4.5.2. Crecimiento

A medida que la escuela gana reconocimiento y confianza en la comunidad, comienza a haber un aumento en la inscripción de estudiantes. Durante esta fase, es importante diversificar la oferta de cursos (por ejemplo, introducir cursos especializados) y mantener altos estándares de calidad donde las promociones y descuentos pueden atraer a un mayor número de alumnos, ayudando a consolidar la base de clientes.

4.5.3. Madurez

En esta etapa, la escuela se encuentra en su máximo potencial de inscripción donde la competencia puede volverse más intensa, lo que exige innovaciones y mejoras continuas en la oferta educativa resaltando que la atención al cliente y la satisfacción del alumno son esenciales para mantener la lealtad, Además se pueden implementar programas de fidelización y seguimiento para retener a los estudiantes mejorando las recomendaciones.

4.5.4. Declive

Si no se introducen nuevas ofertas o mejoras, la escuela podría enfrentar un declive en la inscripción debido a la saturación del mercado o cambios en la demanda por lo cual es vital analizar la retroalimentación de los alumnos y adaptarse a las nuevas necesidades del mercado por medio de la actualización de cursos, así como la incorporación de nuevas tecnologías para revitalizar el interés.

4.5.5. Reinversión

En esta etapa, la escuela tiene la oportunidad de reinventarse para lo que se puede realizar la expansión a nuevas localizaciones, el desarrollo de cursos en línea o la colaboración con empresas para ofrecer capacitación a sus empleados. También se deberá implementar programas de responsabilidad social para aumentar la conciencia sobre la seguridad vial en la comunidad.

4.6. Apropiabilidad

4.6.1. Patentes o copyright existentes o pendientes

Para establecer una escuela de conducción en Quito se debe considerar tanto las patentes como el copyright. En cuanto a las patentes y licencias, el primer paso es obtener una licencia de funcionamiento del Municipio de Quito para lo cual es necesario cumplir con ciertos requisitos, como contar con un local adecuado y satisfacer normativas de seguridad. Además, los vehículos utilizados para la enseñanza deben estar debidamente registrados y asegurados, así como los instructores deben poseer las licencias correspondientes para enseñar a conducir, cumpliendo así con los requisitos establecidos por la Agencia Nacional de Tránsito (ANT).

Por otra parte, es necesario garantizar el cumplimiento de las normativas de seguridad vial y educación, lo que puede incluir inspecciones regulares de los vehículos junto con capacitación continua para los instructores. En cuanto al copyright, el propio material didáctico, como manuales, guías o contenido audiovisual, es recomendable registrarlos para proteger la propiedad intelectual lo cual permitirá evitar que otros utilicen el trabajo sin permiso. Además, la marca o logo para la escuela deben ser registrados como marcas, ya que otorga derechos exclusivos sobre su uso y protege la identidad comercial.

El software o aplicaciones para la gestión de clases o recursos en línea deben asegurarse de proteger el código y el diseño bajo derechos de autor por lo que es aconsejable contar con la asesoría de un abogado especializado en propiedad intelectual y regulaciones locales para mantenerse al tanto de las normativas locales y nacionales relacionadas con la enseñanza de la conducción y la seguridad vial para asegurar que los instructores participen en formaciones continuas que ayudará estar al día con las mejores prácticas y normativas del sector.

4.6.2. Aspectos claves de sus productos o servicios aptos a ser patentados

Al considerar la posibilidad de patentar productos o servicios para la escuela de conducción, es necesario identificar aspectos innovadores que puedan ser útiles como son los métodos de enseñanza junto a los sistemas de instrucción únicos que mejoran la comprensión, así como técnicas de evaluación novedosas que ofrezcan un enfoque diferente a la evaluación tradicional.

Adicionalmente es relevante que la tecnología de simulación, como simuladores de conducción o aplicaciones móviles que integren realidad aumentada o virtual para la enseñanza junto con los equipos especializados, como vehículos modificados para la enseñanza que mejoran la seguridad y los dispositivos de monitoreo para rastrear el progreso del estudiante en tiempo real pueden ser patentables.

Otro aspecto importante son los materiales didácticos originales como manuales o recursos con un enfoque innovador que son objeto de protección donde los programas de capacitación para instructores que incorporen métodos únicos de enseñanza y evaluación pueden ser susceptibles a patente, junto con el desarrollo de plataformas de gestión que

optimicen reservas y seguimiento del progreso del estudiante de manera innovadora. Antes de iniciar el proceso de patentado, es recomendable realizar una búsqueda de patentes existentes y consultar con un abogado especializado en propiedad intelectual para evaluar la viabilidad.

4.6.3. Aspectos claves de sus productos o servicios que no pueden ser patentados

Al establecer una escuela de conducción, se debe reconocer qué aspectos de los productos o servicios no pueden ser patentados; donde, en primer lugar, se tiene las ideas generales o conceptos abstractos, como la enseñanza de la conducción en sí que no son patentables destacando que solo se pueden proteger métodos específicos o innovadores que presenten características únicas. Además, las técnicas de enseñanza tradicionales o ampliamente utilizadas, como las lecciones teóricas y prácticas estándar, no pueden ser patentadas, ya que forman parte del conocimiento común.

Asimismo, los materiales didácticos que no sean originales o que se basen en información comúnmente conocida, como los manuales de conducción estándar, no son susceptibles de patente. Aunque se pueden registrar marcas para proteger la identidad comercial, los nombres comerciales y lemas en sí mismos no son patentables y deben ser protegidos a través del registro de marcas. En el ámbito del software, los programas que realizan funciones comunes sin presentar innovaciones significativas no pueden ser patentados; es necesario que el software tenga características únicas o una funcionalidad innovadora para acceder a la protección.

Además, las estrategias de marketing y publicidad, aunque efectivas, tampoco son patentables. Estas pueden ser protegidas mediante derechos de autor o registro de marcas, pero no como patentes. Por último, los diseños de vehículos que no presentan modificaciones o innovaciones significativas respecto a modelos existentes tampoco pueden ser patentados. Comprender estas limitaciones es clave para evitar malentendidos en el proceso de protección de las ideas. Consultar con un abogado especializado en propiedad intelectual puede ofrecer una guía más clara sobre qué aspectos de la escuela de conducción son susceptibles de protección.

4.6.4. Acuerdos legales existentes con dueños y empleados

Al establecer una escuela de conducción, es fundamental contar con acuerdos legales claros y bien estructurados tanto con los dueños como con los empleados donde los acuerdos ayudan a definir las responsabilidades, derechos y expectativas de cada parte, lo que contribuye a un ambiente laboral armonioso y a la operatividad eficiente del negocio. En primer lugar, si la escuela es propiedad de varios dueños, es esencial tener un acuerdo de asociación que defina los términos de la colaboración. Este documento debe incluir aspectos como la participación en las ganancias, las responsabilidades de cada socio, la toma de decisiones y los procedimientos para resolver disputas o la salida de un socio.

Cada empleado debe tener un contrato laboral que especifique sus funciones, horarios, remuneración y beneficios. Además, estos contratos deben abordar aspectos como la confidencialidad, la propiedad intelectual (en caso de que el empleado desarrolle materiales didácticos) y las políticas de terminación del empleo. Establecer políticas claras de empleo, como códigos de conducta, normas de seguridad y procedimientos de quejas, es crucial para asegurar un ambiente laboral respetuoso y profesional, y estas políticas deben ser comunicadas a todos los empleados.

Para proteger la información sensible, es recomendable firmar acuerdos de confidencialidad (NDA) con empleados y socios, impidiendo que se divulgue información confidencial sobre la operación de la escuela, los métodos de enseñanza y cualquier otro aspecto que se desee proteger. Dependiendo de la naturaleza del negocio y de las funciones del empleado, puede ser útil implementar acuerdos de no competencia que restrinjan a los empleados de trabajar en negocios similares durante un período determinado tras la finalización de su relación laboral o establecer un negocio similar por su cuenta.

Asimismo, si se contrata a terceros para servicios específicos, como mantenimiento de vehículos o capacitación de instructores, es importante tener contratos que establezcan claramente los términos y condiciones de esos servicios. Finalmente, todos los acuerdos deben cumplir con las leyes laborales y comerciales locales, respetando los derechos de los trabajadores y las normativas específicas relacionadas con la educación y la seguridad

vial. Estos acuerdos no solo protegen a la escuela de posibles disputas legales, sino que también contribuyen a un entorno laboral más profesional y organizado. Consultar con un abogado especializado en derecho laboral y comercial puede ser clave para asegurar que todos los documentos y acuerdos cumplan con las normativas vigentes.

4.7. Investigación y desarrollo

4.7.1. Actividades en proceso y recursos destinados

A continuación, se describen las principales actividades y los recursos asociados donde una de las actividades más importantes es la capacitación de los instructores que incluye formación en técnicas de enseñanza, normativas de tránsito y actualizaciones sobre nuevas tecnologías destacando que los recursos destinados a esta actividad abarcan materiales didácticos, costos de seminarios y talleres, así como la contratación de expertos en formación.

La compra o arrendamiento de vehículos adecuados para la enseñanza es otra actividad necesaria pues se debe seleccionar vehículos que cumplan con los estándares de seguridad y sean fáciles de manejar en los que se destina una inversión inicial en vehículos, así como costos de mantenimiento, seguros y equipamiento adicional de sistemas de doble mando. El desarrollo de materiales didácticos, como manuales y guías de estudio proporciona a los estudiantes una educación completa con recursos involucrados que pueden incluir la contratación de expertos en educación, diseño gráfico y producción de contenido audiovisual.

Las actividades de marketing son vitales para atraer estudiantes donde se incluye la creación de una página web, campañas en redes sociales y anuncios en medios locales a través de los recursos destinados a esta área como es el presupuesto para publicidad, la contratación de agencias de marketing y el desarrollo de materiales promocionales. La gestión administrativa es otra actividad en proceso que requiere atención ya sea para el establecimiento de sistemas de gestión para el seguimiento de estudiantes, programación de clases y manejo financiero con recursos destinados como software de gestión, capacitación administrativa y el personal necesario.

Además, el asegurarse de que la escuela cumpla con todas las normativas legales y de seguridad por medio de auditorías, inspecciones de vehículos y capacitaciones sobre normativas de tránsito necesita recursos destinados que llegan a incluir asesoría legal y gastos relacionados tanto con certificaciones como permisos. Resaltando que cada una de estas actividades requiere una planificación cuidadosa y una adecuada asignación de recursos junto al monitorear el progreso y la efectividad de estas acciones para el éxito a largo plazo de la escuela de conducción es recomendable revisar periódicamente la distribución de recursos y ajustar las estrategias según sea necesario para optimizar el funcionamiento de la institución.

4.7.2. Actividades futuras y resultados esperados de la I&D

Una de las actividades futuras es la creación de programas de formación que integren nuevas tecnologías, como simuladores de conducción y plataformas de aprendizaje en línea en las cuales se espera que estos programas mejoren la comprensión de los estudiantes sobre situaciones de manejo complejas y reduzcan el tiempo necesario para aprender a conducir. La I+D también incluirá la investigación y la implementación de tecnologías de seguridad avanzadas en los vehículos utilizados para la enseñanza, como sistemas de asistencia al conductor.

Los resultados esperados incluyen una reducción en los accidentes durante las prácticas de conducción y un aumento en la confianza de los estudiantes en la que se planea desarrollar materiales didácticos interactivos, como aplicaciones móviles y juegos educativos, que faciliten el aprendizaje de las normas de tránsito y la teoría de la conducción de las cuales se espera que estos recursos hagan el aprendizaje más atractivo y accesible, mejorando la retención de información por parte de los estudiantes.

La creación de un sistema que permita a los instructores y estudiantes hacer un seguimiento del progreso en tiempo real es otra actividad proyectada la cual proporcionará datos sobre habilidades de conducción y áreas que requieren más práctica con el fin de que esto mejore la personalización de la enseñanza además se debe establecer un sistema de evaluación continua que incluya encuestas a estudiantes junto con el análisis de desempeño para, a partir de la retroalimentación hacer ajustes en los métodos

de enseñanza y en los programas ofrecidos destinados a que este enfoque resulte en una mejora constante en la calidad de la formación.

Se planea establecer alianzas con universidades o centros de investigación para llevar a cabo proyectos conjuntos de investigación sobre la educación vial que busca el desarrollo de nuevas metodologías y la posibilidad de obtener financiamiento para proyectos innovadores. Estas actividades de I+D están diseñadas para mejorar la calidad de la enseñanza en la escuela de conducción y aumentar la seguridad vial a través de implementar iniciativas que resulten en un incremento en la satisfacción de los estudiantes, una mayor tasa de aprobación en los exámenes de conducción y una disminución en los accidentes, lo que beneficiará tanto a los alumnos como a la comunidad en general.

4.7.3. Actividades de I&D en la industria

La investigación y desarrollo (I+D) en la industria de las escuelas de conducción es necesario para mejorar la calidad de la enseñanza, la seguridad vial y la satisfacción de los estudiantes donde la creación de simuladores de conducción que imiten diversas condiciones de tráfico y clima es una actividad clave donde estos simuladores permiten a los estudiantes practicar sin riesgos, mejorando sus habilidades antes de conducir en la vía pública.

La investigación en esta área se centra en la mejora del realismo y la interactividad de estas herramientas donde la implementación de realidad aumentada y realidad virtual la enseñanza de la conducción está en crecimiento pues estas tecnologías permiten experiencias inmersivas donde los estudiantes sean capaces de aprender sobre la teoría de la conducción y las normas de tráfico de manera interactiva.

La I+D se enfoca en la creación de aplicaciones educativas que faciliten el aprendizaje de las escuelas de conducción destacando que se están investigando diferentes enfoques pedagógicos para identificar cuáles son más efectivos en la enseñanza de habilidades de conducción para lo que se incluye un análisis de técnicas de aprendizaje colaborativo y la utilización de gamificación para hacer las clases más atractivas.

Por otra parte, la creación de aplicaciones móviles ayuda a los estudiantes a repasar conceptos teóricos y prácticos, es una actividad en crecimiento que resalta a las aplicaciones para incluir cuestionarios, videos y simulaciones que complementen la enseñanza tradicional donde la investigación en esta área se centra en la usabilidad y la eficacia de las herramientas digitales.

El desarrollo de sistemas que permitan el seguimiento del progreso de los estudiantes en tiempo real para estos sistemas se llega a incluir datos sobre la práctica de habilidades específicas y retroalimentación instantánea. La I+D busca optimizar los algoritmos de evaluación y personalización del aprendizaje pues las escuelas de conducción también están involucradas en estudios sobre seguridad vial, analizando factores que contribuyen a accidentes y desarrollando programas que aborden estas cuestiones.

La investigación se centra en identificar comportamientos de conducción de riesgo y en la creación de campañas educativas para mitigarlos, además se destaca las asociaciones con universidades y centros de investigación que permiten a las escuelas de conducción acceder a recursos y conocimientos avanzados en áreas como psicología del aprendizaje y tecnología educativa.

5. Operaciones

5.1. Estrategia de producción

La estrategia de producción para la creación de una escuela de conducción en el sector comité del pueblo, ubicado en la ciudad de Quito, se enfoca en ofrecer un servicio de calidad que responda a las necesidades de formación vial de la comunidad. Con el objetivo de convertirnos en una referencia en la educación de conductores responsables y seguros, implementaremos un enfoque integral que incluye la selección de instructores altamente capacitados, un plan de estudios adaptado a las normativas vigentes y el uso de vehículos modernos y seguros.

Además, se busca establecer alianzas estratégicas con entidades locales y autoridades de tránsito, garantizando así un respaldo institucional que fortalezca la propuesta educativa y contribuya al desarrollo de una cultura vial responsable en la ciudad.

5.1.1. Procedimientos y capacidad de producción de la empresa

La escuela de conducción en el sector comité del pueblo de Quito implementará un enfoque sistemático en sus procedimientos para una formación integral y de calidad en donde el proceso comenzará con la inscripción, que se podrá realizar tanto en línea como de manera presencial, seguido de una evaluación inicial para determinar las habilidades previas de los aspirantes mediante una prueba teórica básica. Posteriormente, se desarrollará un calendario de clases teóricas y prácticas, asignando instructores especializados a cada grupo de alumnos.

Las clases teóricas abordarán temas como normas de tránsito, señales viales y conducción defensiva, utilizando plataformas digitales para facilitar el aprendizaje complementario junto con las clases prácticas que se llevarán a cabo en vehículos seguros y adecuados, con una orientación en la práctica real en diversas condiciones de tránsito. Además, se realizarán evaluaciones periódicas para monitorear el progreso de cada estudiante.

Para preparar a los alumnos para el examen de licencia de conducir, se llevarán a cabo simulacros que les permitirán familiarizarse con el formato del examen, proporcionando retroalimentación y refuerzo en áreas donde se presenten dificultades. Al finalizar el

curso, se realizará una evaluación que combinará un examen teórico y una prueba práctica, y se emitirán certificados a aquellos que aprueben. Además, se ofrecerá un programa de seguimiento post curso para graduados, brindando recursos y consejos para mejorar sus habilidades de conducción.

En cuanto a las capacidades de producción, la escuela contará con un equipo de instructores capacitados y experimentados en educación vial dentro de las instalaciones que estarán equipadas con aulas de clases teóricas en las cuales se incluirán tecnología audiovisual, así como espacios seguros para la práctica de conducción. La flota de vehículos estará en buen estado y abarcará modelos automáticos y manuales, adecuados para la enseñanza.

Asimismo, se desarrollarán materiales didácticos, manuales y recursos digitales que apoyen el proceso de aprendizaje junto con la capacidad de inscripción de estudiantes que se ajustará para asegurar una atención personalizada y de calidad. Por último, se buscarán colaboraciones con entidades de tránsito y seguros, lo que permitirá a los estudiantes acceder a beneficios adicionales y recursos útiles. A través de estos procedimientos y capacidades, la escuela de conducción se compromete a formar conductores responsables y seguros, contribuyendo al bienestar vial de la comunidad.

5.1.2. Ventajas competitivas de la operación

La escuela de conducción en el sector comité del pueblo de Quito se distingue por varias ventajas competitivas que la posicionan como una opción preferente para la formación de conductores que van desde contar con un equipo de instructores altamente capacitados y con experiencia en la enseñanza de conducción para una formación continua que los mantiene actualizados en normativas y técnicas. La metodología innovadora combina clases teóricas interactivas con prácticas en vehículos modernos y seguros, utilizando tecnología y recursos digitales para mejorar la experiencia de aprendizaje. Además, se ofrece atención personalizada gracias a un bajo ratio de alumnos por instructor, lo que permite un enfoque adaptado a las necesidades individuales.

La flexibilidad en horarios es otra fortaleza que permite los estudiantes adaptar las clases a sus rutinas y compromisos para poder implementar programas de seguimiento post

curso que brindan recursos y consejos para mejorar las habilidades de conducción de los graduados, así como el establecer alianzas estratégicas con entidades de tránsito y seguros, ofreciendo beneficios adicionales como descuentos y acceso a recursos útiles.

Además, se promueve una cultura de conducción responsable a través de la incorporación de temas de seguridad vial en el plan de estudios, y los certificados de finalización que son reconocidos en la comunidad, aumentando la confianza de los estudiantes. Finalmente, la ubicación estratégica en el sector comité del pueblo facilita el acceso a instalaciones, contribuyendo así a un entorno de aprendizaje más cómodo donde las ventajas competitivas nos permiten no solo formar conductores responsables, sino también contribuir al desarrollo de una comunidad más segura en las vías.

5.2. Proveedores

La selección de proveedores ayuda a establecer una calidad de los servicios y recursos para lo cual establecer relaciones sólidas con proveedores confiables nos permitirá acceder a vehículos modernos y seguros, así como a materiales didácticos y tecnología educativa que enriquezcan la experiencia de aprendizaje de los estudiantes. Conjuntamente con alianzas estratégicas con empresas de mantenimiento automotriz y seguros que no solo aseguren la flota de vehículos, sino que también ofrezcan beneficios adicionales a los alumnos donde por medio de una gestión eficaz de proveedores, se aspira a crear un entorno de enseñanza que cumpla con los más altos estándares de seguridad y calidad, contribuyendo así al éxito de la propuesta educativa.

5.2.1. Identificación de los proveedores de elementos críticos de producción

5.2.1.1. Proveedores de vehículos

Alianzas con concesionarios locales que ofrezcan vehículos nuevos y usados, que brinde modelos adecuados para la enseñanza, como autos automáticos y manuales con características de seguridad.

5.2.1.2. Mantenimiento de flota

Colaboraciones con talleres especializados que ofrezcan servicios de mantenimiento y reparación para asegurar que la flota de vehículos esté siempre en óptimas condiciones.

5.2.1.3. Material didáctico

Proveedores de libros, manuales y otros materiales didácticos que aborden temas de educación vial, normas de tránsito y conducción defensiva.

5.2.1.4. Tecnología educativa

Proveedores de plataformas de aprendizaje en línea y aplicaciones móviles que complementen las clases teóricas, así como permitan a los estudiantes estudiar de manera interactiva.

5.2.1.5. Sistemas de seguridad

Empresas que ofrezcan equipos como simuladores de conducción y dispositivos de monitoreo para asegurar la práctica en condiciones seguras.

5.2.1.6. Seguros

Alianzas con aseguradoras que ofrezcan pólizas adaptadas a la flota de vehículos y beneficios para los estudiantes, como descuentos en seguros de automóviles tras completar el curso.

5.2.1.7. Transporte y logística

Proveedores que facilitan el transporte de vehículos en caso de necesitar reparaciones o servicios fuera del lugar.

5.2.1.8. Materiales de oficina y suministros

Empresas que ofrezcan materiales de oficina, equipos de cómputo y otros suministros necesarios para la operación diaria de la escuela.

5.2.2. Gestión de proveedores

La gestión de proveedores es un componente para el éxito operativo de la escuela de conducción en el sector comité del pueblo donde este proceso abarca la identificación, selección, evaluación y supervisión de proveedores clave para mantener la calidad de nuestros servicios y recursos. En primer lugar, comenzaremos por investigar y seleccionar

proveedores confiables en categorías críticas, como vehículos, mantenimiento, materiales didácticos y tecnología educativa donde se evalúa la reputación, experiencia y capacidad para cumplir con las necesidades específicas, asegurando los estándares requeridos.

Una vez seleccionados, se establecen contratos claros que especifiquen los términos y condiciones de suministro, incluyendo precios, plazos de entrega y estándares de calidad para definir un marco de trabajo formal y transparente. Además, se implementará un sistema de evaluación continua del desempeño de los proveedores, lo que incluirá el monitoreo de la calidad de los productos y servicios suministrados, así como la puntualidad en las entregas para lo que se realizarán reuniones periódicas para discutir resultados y áreas de mejora, fortaleciendo una relación colaborativa que busque construir asociaciones a largo plazo.

Asimismo, se ofrecerán oportunidades de capacitación y desarrollo a los proveedores, especialmente aquellos que proporcionen servicios tanto educativos como tecnológicos lo que asegura que estén alineados con nuestras metas educativas y estándares de calidad. Así también, se identifican posibles riesgos asociados a la dependencia de proveedores específicos y desarrollaremos estrategias de mitigación, como la diversificación de fuentes o la creación de planes de contingencia ante interrupciones en el suministro.

El recoger las opiniones de los estudiantes sobre los materiales y recursos proporcionados por los proveedores, será importante para evaluar la efectividad de los recursos y realizar ajustes en la selección de proveedores en el futuro. Por último, se buscará trabajar con proveedores que compartan el compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, para priorizar a aquellos que implementen prácticas éticas y respetuosas con el medio ambiente.

A través de esta gestión estructurada y proactiva de proveedores, la escuela de conducción podrá optimizar las operaciones mientras mantiene la calidad de su oferta educativa y contribuye al desarrollo de una comunidad de conductores responsables y bien preparados.

6. Organización y propiedad

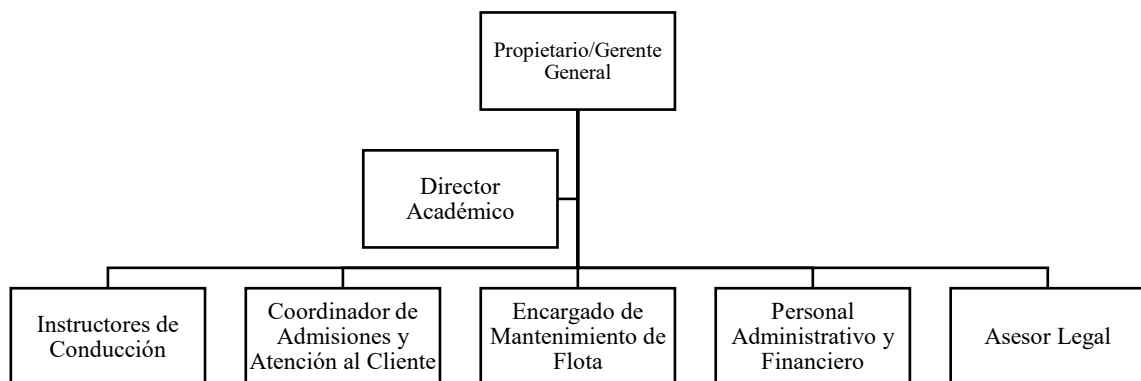
La organización y propiedad de la escuela de conducción en el sector comité del pueblo es un aspecto principal para su estructura y funcionamiento efectivo donde la propuesta se basará en una organización jurídica que permita una gestión eficiente, alineada con las normativas locales y nacionales. La escuela estará constituida como una sociedad de responsabilidad limitada, lo que ofrecerá protección legal a los propietarios y facilitará la inversión tanto en recursos como desarrollo.

Además, se establecerán roles y responsabilidades claras para el equipo directivo e instructores, asegurando una operación fluida que mantenga un enfoque en la calidad educativa donde la estructura organizativa no solo favorecerá la toma de decisiones ágil, sino que también promoverá un ambiente de trabajo colaborativo y profesional, orientado a brindar una formación de excelencia a los estudiantes.

6.1. Estructura organizacional

La estructura organizacional de la escuela de conducción en el sector comité del pueblo está diseñada para facilitar la operatividad, la comunicación efectiva y la calidad en la formación de los estudiantes. A continuación, se detalla la jerarquía y las funciones de los principales roles dentro de la organización:

Figura 11
Estructura de la organización



Nota. Organigrama de la escuela de conducción propuesta para el sector del comité del pueblo.

6.2. Equipo gestor

El equipo gestor de la escuela de conducción en el sector comité del pueblo es fundamental para asegurar una operación eficiente y el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Este equipo estará compuesto por profesionales con experiencia y habilidades complementarias, cada uno desempeñando roles específicos que contribuyen al éxito de la institución. A continuación, se presentan los principales miembros del equipo gestor:

6.2.1. Propietario/ gerente general

- Responsabilidades: Establecer la visión y misión de la escuela, tomar decisiones estratégicas y supervisar todas las operaciones. También se encargará de la gestión financiera y la relación con proveedores y aliados estratégicos.
- Perfil: Experiencia en gestión empresarial, habilidades de liderazgo y conocimiento del sector educativo y de transporte.

6.2.2. Director académico

- Responsabilidades: Diseñar y supervisar el currículo educativo, garantizar que se mantengan altos estándares de calidad en la enseñanza, y coordinar la formación y el desarrollo profesional de los instructores.
- Perfil: Formación en educación, con experiencia en la enseñanza de conducción y en la gestión curricular.

6.2.3. Coordinador de admisiones y atención al cliente

- Responsabilidades: Gestionar el proceso de inscripciones, atender consultas y proporcionar apoyo a los estudiantes durante su formación. También se encargará de la retroalimentación y satisfacción del cliente.
- Perfil: Habilidades de comunicación y experiencia en atención al cliente, con capacidad para resolver problemas de manera efectiva.

6.2.4. Encargado de mantenimiento de flota

- Responsabilidades: Asegurar el correcto funcionamiento de los vehículos de la escuela, planificando y realizando el mantenimiento preventivo y correctivo, y garantizando que todos los vehículos cumplan con las normativas de seguridad.
- Perfil: Formación técnica en mecánica automotriz, con experiencia en el mantenimiento de vehículos.

6.2.5. Responsable de marketing y promoción

- Responsabilidades: Desarrollar e implementar estrategias de marketing para atraer nuevos estudiantes, gestionar la presencia en redes sociales y coordinar campañas publicitarias.
- Perfil: Experiencia en marketing digital y gestión de marcas, con habilidades creativas y analíticas.

6.2.6. Personal administrativo y financiero

- Responsabilidades: Manejar las operaciones administrativas, contables y financieras de la escuela, incluyendo la facturación, la gestión de pagos y la planificación presupuestaria.
- Perfil: Formación en administración o finanzas, con experiencia en gestión contable.

6.2.7. Asesor legal

- Responsabilidades: Asegurar que la escuela cumpla con todas las regulaciones locales y nacionales, y ofrecer asesoría legal en aspectos relacionados con la operación.
- Perfil: Abogado con experiencia en el ámbito educativo y normativas de transporte.

6.3. Fortalezas y debilidades del equipo gestor

Tabla 23

Fortalezas y debilidades del equipo gestor

Fortalezas	Debilidades
<p>Experiencia Diversificada: El equipo cuenta con miembros con experiencia en diferentes áreas, como educación, administración, marketing y mantenimiento automotriz, lo que permite abordar los desafíos desde múltiples perspectivas.</p> <p>Compromiso con la Calidad: Todos los miembros del equipo comparten un fuerte compromiso con la calidad educativa, lo que asegura que los procesos y la enseñanza se mantengan a un alto nivel.</p> <p>Habilidades de Liderazgo: La capacidad de liderazgo del gerente general y del director académico facilita la toma de decisiones estratégicas y motiva al personal, creando un ambiente de trabajo colaborativo.</p> <p>Enfoque en la Atención al Cliente: La inclusión de un coordinador de atención al cliente asegura que se preste atención a las necesidades y preocupaciones de los estudiantes, mejorando su experiencia general.</p> <p>Adaptabilidad: El equipo es capaz de adaptarse a cambios en el entorno educativo y en las normativas de tránsito, lo que les permite responder rápidamente a nuevos desafíos.</p>	<p>Falta de Recursos Financieros: Si bien el equipo tiene buenas intenciones, la falta de recursos financieros puede limitar la capacidad para implementar programas de capacitación o adquirir tecnología educativa avanzada.</p> <p>Dependencia de Roles Clave: La concentración de responsabilidades en algunos miembros del equipo puede generar una dependencia excesiva, lo que podría afectar la operación si uno de ellos no está disponible.</p> <p>Limitada Experiencia en Marketing: Aunque hay un responsable de marketing, puede haber una falta de experiencia en estrategias digitales avanzadas, lo que podría dificultar la captación de nuevos estudiantes.</p> <p>Desafíos en la Coordinación: La diversidad de funciones y responsabilidades puede dar lugar a problemas de coordinación y comunicación entre los miembros del equipo, afectando la eficiencia operativa.</p> <p>Resistencia al Cambio: Algunos miembros del equipo podrían mostrar resistencia a nuevas metodologías o tecnologías, lo que podría obstaculizar la implementación de innovaciones en la enseñanza.</p>

Nota. La tabla detalla las fortalezas y debilidades necesarias para el equipo

6.4. Estructura societaria del negocio

La escuela de conducción en el sector comité del pueblo estará constituida como una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), una forma jurídica que ofrece ventajas para el modelo de negocio. Una de las principales características de esta estructura es la responsabilidad limitada, que protege a los propietarios al restringir su responsabilidad financiera al capital que han aportado a la empresa lo que significa que, en caso de deudas o problemas legales, los bienes personales de los socios no se verán afectados.

La SRL podrá ser constituida por un mínimo de dos y un máximo de quince socios, lo que brinda flexibilidad para incorporar nuevos inversores o socios en el futuro, facilitando así la expansión del negocio donde se requerirá un capital social mínimo para su constitución, que será aportado por los socios de manera proporcional a su participación en la cual el capital inicial servirá como base para financiar las operaciones de la escuela desde el inicio.

En cuanto a la gestión y toma de decisiones, la SRL será administrada por los socios, quienes tomarán decisiones en conjunto basándose en el principio de mayorías lo que asegura una participación activa en la dirección del negocio junto con un mayor compromiso de todos los socios. La escuela también estará sujeta a las normativas y regulaciones establecidas por la ley ecuatoriana, incluyendo la inscripción en el Registro Mercantil y la presentación de informes contables anuales que brinda una transparencia y legalidad en sus operaciones.

Las utilidades generadas por la escuela serán distribuidas entre los socios en función de su participación en el capital social, lo que promueve un interés compartido en el éxito del negocio. Además, la estructura de la SRL permite la incorporación de nuevos socios o inversores en el futuro, lo que facilita el crecimiento y la expansión de la escuela, ya sea mediante la apertura de nuevas sedes o la diversificación de servicios. La estructura societaria proporciona un marco legal sólido y favorece la colaboración y el compromiso de todos los socios en la consecución de los objetivos del negocio.

6.5. Directorio

El directorio de la escuela de conducción en el sector comité del pueblo estará compuesto por los principales responsables de la gestión y operación de la institución, cada uno desempeñando un papel clave en la toma de decisiones estratégicas y en la supervisión de las actividades diarias. Encabezando el equipo estará el propietario/gerente general, quien establece la visión y misión de la escuela, además supervisa la gestión general y toma decisiones estratégicas mientras se encargar de la gestión financiera y las relaciones con proveedores y aliados estratégicos.

Le seguirá el director académico, responsable de diseñar y supervisar el currículo educativo, asegurando altos estándares de calidad tanto en la enseñanza como coordinando la formación de los instructores. El coordinador de admisiones y atención al cliente gestionará el proceso de inscripciones, atenderá consultas y proporcionará apoyo a los estudiantes, asegurando una experiencia positiva desde el inicio.

A su vez, el encargado de mantenimiento de flota se asegurará del correcto funcionamiento de los vehículos de la escuela, planificando y realizando el mantenimiento preventivo y correctivo.

El asesor legal que avalará que la escuela cumpla con todas las regulaciones locales y nacionales, ofreciendo asesoría legal en aspectos relacionados con la operación donde el directorio trabajará de manera coordinada para establecer estrategias que fortalezcan la posición de la escuela en el mercado, optimizando sus operaciones y certificando una formación de calidad para los estudiantes, beneficiándose de la diversidad de experiencias y habilidades en el equipo para abordar los desafíos.

7. Valorización del riesgo

Dada la naturaleza de la actividad, donde se combinan elementos teóricos y prácticos en un entorno real como la vía pública, es indispensable identificar y evaluar los posibles peligros y amenazas a los que se está expuesto donde la evaluación permite establecer medidas preventivas, protocolos de seguridad y planes de contingencia con el fin de minimizar así la probabilidad de incidentes mientras maximiza la calidad de los servicios ofrecidos.

Un análisis exhaustivo de los riesgos permitirá a la escuela de conducción tomar decisiones informadas y cumplir con los estándares de seguridad establecidos, generando confianza en los clientes y protegiendo la reputación de la institución.

7.1. Factores de riesgos internos y planes de contingencia

Estos factores, inherentes a las operaciones de la escuela, pueden afectar significativamente la calidad de los servicios, la satisfacción del cliente y la reputación de la institución.

7.1.1. Factores de riesgo internos

7.1.1.1. Recursos humanos

- Alta rotación de instructores.
- Falta de capacitación adecuada.
- Desempeño insatisfactorio de los empleados.
- Conflictos internos entre el personal.

7.1.1.2. Operaciones

- Averías frecuentes de los vehículos de entrenamiento.
- Dificultades en la programación de clases.
- Problemas de mantenimiento de las instalaciones.
- Pérdida de documentación importante.

7.1.1.3. Financieros

Disminución de matrículas de alumnos.

Aumento de los costos operativos.

Problemas de liquidez.

Errores en la contabilidad.

7.1.1.4. Tecnológicos

Fallas en los sistemas informáticos.

Pérdida de datos.

Vulnerabilidad a ciberataques.

7.1.1.5. Reputacionales

Quejas de los clientes.

Publicidad negativa en redes sociales.

Incumplimiento de las regulaciones.

7.1.2. Planes de contingencia

- **Alta rotación de instructores:** Implementar un programa de incentivos, mejorar las condiciones laborales y desarrollar un plan de sucesión.
- **Averías frecuentes de los vehículos:** Establecer un contrato de mantenimiento preventivo, contar con vehículos de reemplazo y negociar acuerdos con talleres mecánicos.
- **Disminución de la matrícula:** Lanzar campañas de marketing, ofrecer descuentos y promociones, y desarrollar nuevos programas de formación.
- **Pérdida de datos:** Realizar copias de seguridad periódicas, almacenar la información en la nube y capacitar al personal en el manejo de emergencias informáticas.

7.2. Factores de riesgos externos y planes de contingencia

Estos factores están fuera del control directo de la escuela, pero es fundamental identificarlos y desarrollar planes de contingencia para minimizar su impacto.

7.2.1. Factores de riesgo externos

7.2.1.1. Económicos

Crisis económicas: Recesiones, inflación, desempleo pueden disminuir la demanda de cursos de conducción.

Aumentos en los costos de los combustibles y seguros.

Cambios en las tasas de interés.

7.2.1.2. Legales y regulatorios

Modificaciones en las leyes de tránsito.

Nuevos requisitos para obtener la licencia de conducir.

Cambios en las regulaciones ambientales.

Litigios legales.

7.2.1.3. Políticos

Cambios en las políticas gubernamentales relacionadas con la educación vial.

Inestabilidad política.

7.2.1.4. Sociales

Cambios demográficos.

Tendencias culturales que afecten la movilidad.

Desastres naturales.

Pandemias.

7.2.1.5. Competitivos

Aparición de nuevos competidores.

Ofertas promocionales de la competencia.

Cambios en las estrategias de marketing de los competidores.

7.2.2. Planes de contingencia

- **Crisis económicas:** Ofrecer paquetes promocionales, diversificar los servicios (cursos especializados, asesoría en compra de vehículos), buscar financiamiento a tasas competitivas.
- **Cambios en las leyes y regulaciones:** Mantenerse actualizado sobre las nuevas normativas, adaptar los programas de formación, buscar asesoramiento legal.
- **Desastres naturales:** Establecer un plan de comunicación de emergencia, asegurar la continuidad de las operaciones remotas, proteger los equipos y documentos importantes.
- **Pandemias:** Implementar medidas de higiene y distanciamiento social, ofrecer cursos en línea, adaptar los horarios y la capacidad de las aulas.
- **Competidores:** Realizar un análisis competitivo constante, desarrollar una propuesta de valor única, invertir en marketing y publicidad.

8. Análisis económico - financiero

El análisis económico financiero nos permite evaluar el estado de salud financiero y determinar si está creciendo, si es rentable o si necesita ajustes pues a través de este análisis, podemos entender cómo se genera el dinero, cómo se gastan los recursos y si la escuela está preparada para enfrentar los retos del futuro que permite ver si está fuerte y saludable, o si necesita algún tratamiento.

8.1. Análisis financiero

El capital requerido para la creación de la escuela de conducción se destinará a diversas áreas esenciales, incluyendo la adquisición de vehículos adecuados para la enseñanza, la implementación de tecnología educativa, la adecuación de las instalaciones y la contratación de personal capacitado. Además, se destinarán recursos a campañas de marketing y promoción para atraer estudiantes, así como a la constitución de un fondo de contingencia que permita afrontar imprevistos.

A través de una gestión cuidadosa y estratégica del capital, se busca establecer una infraestructura sólida que garantice una formación de calidad y una experiencia positiva para los estudiantes, asegurando así la sostenibilidad y crecimiento del negocio en el competitivo mercado de la educación vial.

8.2. Requerimientos actuales de capital

Los requerimientos de capital para una escuela consideran los costos de inversión inicial, que incluyen la compra o renta de vehículos para la enseñanza mientras es necesario tener en cuenta los gastos relacionados con seguros y mantenimiento de estos vehículos. Además, se deben obtener las licencias y permisos necesarios para operar legalmente, así como considerar el alquiler o la compra de un local y la adecuación del espacio para aulas y oficinas.

Por último, se requerirá equipamiento didáctico, simuladores y otros recursos para la enseñanza que junto con los costos operativos son otro aspecto importante donde se incluye los salarios de instructores y personal administrativo, así como los gastos de mantenimiento y reparación de los vehículos utilizados. Sin olvidar la inversión en

publicidad y marketing para atraer estudiantes, así como los seguros que cubran tanto los vehículos como la operación del negocio.

Además, es esencial considerar que el capital de trabajo incluye los gastos mensuales necesarios para cubrir los costos operativos durante los primeros meses, hasta que la escuela comience a generar ingresos. También es recomendable contar con un fondo de emergencia para hacer frente a imprevistos o fluctuaciones en la demanda. En cuanto a la estimación de capital, aunque los montos específicos pueden variar, se puede considerar un rango aproximado como el que se detalla en la siguiente tabla:

8.3. Análisis financiero

Tabla 24. Presupuesto para la escuela de conducción

Categoría	Ítem	Costo (USD)
Infraestructura	Alquiler del local (6 meses)	9,000
Adecuación del local		4,500
Vehículos	Compra de automóviles (5 unidades)	75,000
Compra de motocicletas (2 unidades)		8,000
Equipamiento	Simuladores y proyectores	7,500
Marketing	Publicidad inicial	5,000
Permisos	Licencias y trámites legales	3,000
Total	Inversión Inicial Total	112,000

Nota. La tabla detalla el presupuesto necesario para la creación de la escuela de conducción

8.4. Costos fijos y variables proyectados a 5 años

Tabla 25. Costos fijos y variables

Año	Costos (USD)	Fijos Costos (USD)	Variables Costos (USD)	Total (USD)	Costos
1	123,600	60,000		183,600	

2	127,308	67,980	195,288
3	131,127	77,592	208,719
4	135,060	87,636	222,696
5	139,112	99,456	238,568

Los costos fijos incluyen alquiler, sueldos, mantenimiento de vehículos y publicidad. Se proyecta un incremento del 3% anual debido a inflación y ajustes salariales. Los costos variables, que dependen del número de estudiantes, aumentan conforme crece la demanda.

El análisis de costos muestra que a partir del tercer año el negocio alcanzará una estabilidad operativa, con un control eficiente de gastos y un crecimiento sostenido en la cantidad de alumnos matriculados. En el quinto año, los costos totales ascienden a 238,568 USD, pero los ingresos serán significativamente superiores, asegurando un margen de utilidad favorable.

8.5. Ingresos proyectados a 5 años

Año	Total, Estudiantes/año	Ingreso Promedio por Estudiante (USD)	Ingresos Anuales (USD)
1	600	500	300,000
2	660	515	339,900
3	732	530	387,960
4	804	546	439,584
5	888	563	500,244

Los ingresos se calculan considerando un crecimiento del 10% anual en estudiantes y un ajuste del 3% anual en precios para compensar la inflación. Esto permite que en el quinto año, los ingresos superen los 500,000 USD, con una acumulación total en cinco años de 1,967,688 USD.

El análisis de ingresos indica que la demanda proyectada se mantiene estable y en constante crecimiento. Esto asegura una rentabilidad sostenible y la posibilidad de

reinversión en infraestructura, renovación de vehículos y expansión del negocio. La estabilidad financiera del proyecto dependerá en gran parte de mantener una estrategia de marketing efectiva y una alta calidad en la enseñanza.

Punto de equilibrio

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

Donde:

- Q = Número de estudiantes necesarios para equilibrar costos.
- CF = Costos fijos mensuales = 10,300 USD.
- P = Precio promedio del curso = 500 USD.
- CV= Costo variable por estudiante = 100 USD.

$$Q \frac{10,300}{500 - 100} = \frac{10,300}{400} = 26 \text{ estudiantes}$$

La escuela necesita al menos 26 estudiantes al mes para no generar pérdidas. En el primer año, se proyectan 50 estudiantes mensuales, por lo que se superará el punto de equilibrio desde el inicio.

8.6. Flujo de caja proyectado a 5 años

Tabla 26. Flujo de caja (5 años)

Año	Ingresos (USD)	Total, Costos (USD)	Flujo Neto (USD)
1	300,000	183,600	116,400
2	339,900	195,288	144,612
3	387,960	208,719	179,241
4	439,584	222,696	216,888
5	500,244	238,568	261,676

Desde el primer año, el flujo de caja es positivo, asegurando la rentabilidad del negocio. Se observa un crecimiento del 30-35% anual, lo que permite cubrir gastos operativos y generar excedentes para reinversión o distribución de utilidades.

El análisis del flujo de caja indica que la acumulación de ganancias en 5 años será de 918,817 USD, garantizando la solidez financiera del negocio. Esta liquidez permite a la empresa operar sin necesidad de financiamiento externo después del segundo año.

8.7. Balance General Proyectado a 5 Años

Tabla 27. Balance general (5 años)

Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo	116,400	144,612	179,241	216,888	261,676
Corriente					
Activo Fijo	112,000	100,800	90,720	81,648	73,483
Depreciación	(11,200)	(22,400)	(33,600)	(44,800)	(56,000)
Acumulada					
Total, Activos	217,200	223,012	236,361	253,736	279,159
Pasivo	50,000	35,000	20,000	10,000	0
Capital	167,200	188,012	216,361	243,736	279,159
Contable					
Total, Pasivo	217,200	223,012	236,361	253,736	279,159
+ Patrimonio					

- Los activos fijos se deprecian un 10% anual, reflejando la pérdida de valor de vehículos y equipamiento.
- El pasivo se reduce gradualmente hasta cero en el año 5, lo que indica que no habrá deudas pendientes.
- El capital contable crece un 67% en 5 años, reflejando la acumulación de utilidades.

8.8. Cálculo de la TMAR (Tasa mínima aceptable de retorno)

La fórmula de la TMAR es:

$$TMAR = (FP \times Cp) + (FT \times Ct)$$

Donde:

FP (Fondos Propios) = 49%

FT (Fondos de Terceros) = 51%

Cp (Costo de Fondos Propios) = 20%

Ct (Costo de Fondos de Terceros) = 9%

TMAR=(0.49×20%)+(0.51×9%)=9.8%+4.59%=14.39%

Tabla 28. Datos para el TMAR

PARTICIPACIÓN	COSTO
Fondos propios (49%)	20% → 9.80%
Fondos de terceros (51%)	9% → 4.59%
TMAR	14.39%

8.9. VAN y TIR

El VAN (Valor Actual Neto) se calcula con la fórmula:

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos de caja}}{(1+TMAR)^t} - \text{Inversion Inicial}$$

Dado que:

Inversión inicial: -112,000 USD

Flujos de caja proyectados:

Año 1: 116,400 USD

Año 2: 144,612 USD

Año 3: 179,241 USD

Año 4: 216,888 USD

Año 5: 261,676 USD

TMAR Ajustada: 20.42%

$$\frac{116,400}{1.2042^1} + \frac{144,612}{1.2042^2} + \frac{179,241}{1.2042^3} + \frac{216,888}{1.2042^4} + \frac{261,676}{1.2042^5} - 112,000$$

$$VAN=96,650+99,835+103,239+106,867+110,726-112,000= 405,317$$

Para la TIR (Tasa Interna de Retorno), resolvemos:

$$VAN= -112,000 + \frac{116,400}{1.58^1} + \frac{144,612}{1.58^2} + \frac{179,241}{1.58^3} + \frac{216,888}{1.58^4} + \frac{261,676}{1.58^5} =$$

$$\frac{116,400}{1.58} = 73,671$$

$$\frac{116,400}{1.58} = 73,671$$

$$\frac{144,612}{2.4964} = 57,938$$

$$\frac{179,241}{3.9443} = 45,441$$

$$\frac{216,888}{62320} = 34,798$$

$$\frac{261,676}{9,8455} = 26,576$$

$$VAN = -112,000 + 73,671 + 57,938 + 45,441 + 34,798 + 26,576$$

$$VAN = 1,424$$

$$TIR = 58$$

La TIR (58%) indica que el negocio es altamente rentable, porque es mucho mayor que la TMAR (20.42%). Esto significa que la inversión genera beneficios muy superiores al costo del capital y es financieramente atractiva.

Tabla 29. Valores de TMAR, VAN, TIR

	Valor
TMAR	20.42%
VAN	405,317 USD
TIR	58.3%

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) del 20.42% establece el umbral mínimo de rentabilidad esperada, mientras que el Valor Actual Neto (VAN) de 405,317 USD indica que el proyecto generará ganancias significativas a lo largo del tiempo. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 58.3% supera ampliamente la TMAR, lo que confirma que la inversión es altamente rentable y atractiva.

9. Conclusiones y recomendaciones

9.1. Conclusiones

El análisis de mercado realizado en el sector comité del pueblo ha puesto de manifiesto una demanda considerable por la formación en conducción (Quito como vamos, 2021), particularmente entre jóvenes y adultos que buscan obtener su licencia de conducir, el estudio revela que no solo existe un interés creciente en el aprendizaje de habilidades de conducción (Agencia nacional de tránsito, 2023), sino también un perfil demográfico que indica un aumento significativo en la población joven, lo que refuerza la necesidad de ofrecer capacitación adecuada. Además, los datos sugieren que la formación debe ir más allá de las clases teóricas, resaltando la importancia de incluir prácticas de conducción seguras que preparen a los estudiantes para enfrentar los desafíos del tráfico actual.

En este contexto, el diseño del plan de negocio para la escuela de conducción se centra en ofrecer programas accesibles y personalizados, adaptados a las necesidades específicas de la comunidad en la cual se han identificado varias estrategias clave que facilitarán la captación y retención de estudiantes, como la implementación de horarios flexibles que se ajusten a la disponibilidad de los potenciales alumnos junto con tarifas competitivas que hagan la formación más asequible, así como una propuesta de valor integral que incluye instrucción personalizada además del uso de vehículos modernos y equipados con tecnología de seguridad avanzada.

La revisión del plan de negocio ha confirmado su viabilidad y sostenibilidad donde algunas recomendaciones incluyen la incorporación de tecnologías innovadoras en el proceso de enseñanza como simuladores de conducción y plataformas de seguimiento del progreso que son notables para mejorar la experiencia de aprendizaje. Asimismo, la creación de alianzas estratégicas con instituciones locales con talleres mecánicos y empresas de transporte, potencia la propuesta, aumentando su atractivo y eficacia para asegurar que la escuela de conducción se convierta en un referente en la formación vial en la comunidad.

En conclusión, a partir de los datos presentados, se evidencia que la inversión inicial de \$35,000 genera flujos netos crecientes en los años posteriores, lo que muestra una recuperación progresiva del capital invertido. Aunque el ROI es negativo en los primeros

años, comenzando con -22% y acercándose a un 15% al final del quinto año, el proyecto muestra una tendencia positiva en cuanto a la rentabilidad. La tasa interna de retorno (TIR) de 82,15% y el valor actual neto (VAN) de \$80,219.10 indican que el proyecto es altamente rentable, generando beneficios superiores a la inversión inicial por lo cual se recomienda implementar el proyecto que es financieramente viable.

9.2. Recomendaciones

- Continuar realizando encuestas y grupos focales para obtener información más detallada sobre las preferencias de los clientes.
- Integrar tecnología en el proceso de enseñanza, como simuladores de conducción y aplicaciones móviles para el seguimiento del progreso del estudiante.
- Desarrollar una campaña de marketing que utilice redes sociales y eventos comunitarios para dar a conocer la escuela y sus beneficios.
- Realizar evaluaciones periódicas del plan de negocio y su implementación, ajustando las estrategias según las necesidades cambiantes del mercado
- Crear vínculos con empresas de transporte, talleres mecánicos y otras instituciones educativas puede ser beneficioso para obtener recursos adicionales y aumentar la visibilidad de la escuela.

10. Referencias

- Equipo editorial, Etecé. (05 de Agosto de 2021). *Valores de una empresa*. Concepto.de:
<https://concepto.de/valores-de-una-empresa/>
- Agencia Nacional de Tránsito (ANT). (2021). Autorización para la creación de escuelas de capacitación y sucursales de conductores profesionales y no profesionales. *Gobierno del Ecuador*. <https://www.gob.ec/ant/tramites/autorizacion-creacion-escuela-capacitacion-sucursales-conductores-profesionales-no-profesionales>
- Agencia Nacional de Tránsito. (2022). Reglamento de escuelas de conducción. <https://www.gob.ec/ant>
- Agencia nacional de transito. (2023). Trámites y Servicios Institucionales. *ANT*.
<https://www.gob.ec/ant>
- Alonso, C., & Díaz, R. (2019). El sistema de control interno COSO 2013 y su influencia en la gestión financiera en las empresas de fabricación de calzado ubicadas en el distrito de San Juan de Lurigancho, Lima-año 2019. *Universidad de Ciencias Aplicadas*, 34. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/648607>
- Aramendia, G. Z. (2020). Fundamentos de marketing. *Editorial Elearning, SL*.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZyH-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=La+penetraci%C3%B3n+de+mercado+se+refiere+a+la+proporci%C3%B3n+de+consumidores+de+un+mercado+objetivo+que+han+comprado+o+utilizado+un+producto+o+servicio+en+un+per%C3%ADodo+determina>
- Armijos, F., & Mingo, M. (2022). Instrumento para determinar las condiciones laborales de los conductores de mototaxis del transporte público en la región costa del Ecuador. *Universidad Salesiana*, 23-45.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23178>
- Arteaga, N. P., & Mendoza, D. A. (2020). Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(3), 519-540.
- Barragán, X. (2022). Posmodernidad, gestión pública y tecnologías de la información y comunicación en la Administración pública de Ecuador. *Estado & comunes*,

revista de políticas y problemas públicos, 113-131.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2477-92452022000100113&script=sci_arttext

Blanco, M., Torres, M., & González, J. (2020). Plan de marketing para la empresa academia de conducción el volante. *Universidad Cooperativa de Colombia*, 15-43. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/36d88424-dcf9-4dd9-89f1-aada7c6f397a/content>

Bravo, M. (2020). Plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en el sector la Villaflora del DMQ. *Tecnológico Universitario Pichincha*, 74. <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/handle/123456789/231>

Castro, C., Bourne, T., Véliz, R., & Ramírez, T. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista publicando*, 142-152. <https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2240>

Chulde, D. (2021). Evaluación de funciones visuales y defectos refractivos en candidatos a choferes profesionales, Ecuador 2019. *Universidad Metropolitana*. <https://repositorio.umet.edu.ec/handle/67000/373>

Constitucional de la Republica. (2012). Reglamento a ley de transporte terrestre. *Constitucional de la Republica*. <https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Decreto-Ejecutivo-No.-1196-de-11-06-2012-REGLAMENTO-A-LA-LEY-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIA.pdf>

De los Santos, L., Fernández, C., & Martínez, G. (2020). Microcréditos, financiamiento alternativo en pymes mexicanas: Revisión de evidencia reciente. *Publicaciones e Investigación*, 14. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/publicaciones-e-investigacion/article/view/4056>

Domingo, A. (2021). La Práctica Reflexiva: un modelo transformador de la praxis docente. *Zona próxima*, 3-21. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2145-94442021000100003&script=sci_arttext

EuroInnova. (s.f.). *Que es mercado y sus características*. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-mercado-y-sus-caracteristicas>

- Ferrer, M., & Maudes, A. (2019). Un futuro para la economía colaborativa y los nuevos modelos de negocio en las plataformas digitales. *Cuadernos Económicos de ICE*, 34. <https://www.revistasice.com/index.php/CICE/article/view/6801>
- García, E. V. (2020). Ética, deontología y responsabilidad social empresarial. *ESIC Editorial*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8Iv-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA265&dq=Los+valores+de+una+empresa+constituyen+un+conjunto+de+principios+%C3%A9ticos+y+profesionales+&ots=3hf3mqJoyd&sig=RuzMFDHbA2A6Tv7Opdfnmzfufn4>
- García, L. J. (2019). Formulación de Manuales de Procedimientos Contables para el Centro Comercial Terraplaza. *Fundación Universitaria de Popayán*, 12-37.
- Giugno, M., & Maradona, M. (2020). Plan de Negocio “Emprendimiento de comida saludable”. *Universidad Nacional De Cuyo*, 34-86. https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/15662/plan-de-negocio-para-un-emprendimiento-de-comida-saludable.pdf
- González, S., & Mendoza, J. (2023). Safety driving: Plan de negocios para crear una escuela de choferes con simuladores de conducción de realidad virtual. *Universidad Antonio Ruiz de Montoya*, 45. <https://repositorio.uarm.edu.pe/home>
- Hernández, E., Rojas, J., & Gallo, R. (2019). La práctica docente y su evaluación: estrategia para la mejora continua en los procesos de acreditación en alta calidad. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 79-92. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2027-83062019000200079&script=sci_arttext
- Llumiguano, M., Gavilánez, C., & Chávez, G. (2021). Importancia de la auditoría de gestión como herramienta de mejora continua en las empresas. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 68. <https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000500042&sc>
- Loayza, A., & Jaime, M. (2023). Control interno y su incidencia en la cultura organizacional de la Escuela de Conducción ECAUTE. *REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINARIA ARBITRADA YACHASUN-ISSN*, 16-30. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/309>

- López, M., & Mendoza, L. (2021). Motivación laboral y su relación con el nivel de compromiso organizacional en las escuelas de conducción. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 88-107.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926977>
- López, W., & Sacta, A. (2023). Análisis metodológico para determinar ciclos de conducción para los vehículos de categoría M1, en el distrito metropolitano de Quito. *Universidad Salesiana*.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24278>
- Magadán, M., & Rivas, J. (2019). Digitalización y modelos de negocio en la industria editorial española. *Journal of technology management & innovation*, 63-72.
https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242019000100063&script=sci_arttext
- Mendoza, D., & Arteaga, N. (2020). Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar. *Revista científico-profesional*, 519-540.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398411>
- Mendoza, J., Díaz, M., & Sánchez, D. (2021). Análisis del modelo de gestión financiera como herramienta para una adecuada toma de decisiones en las empresas privadas post-covid. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 630-647.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094464>
- Moreira Muñoz, L. L. (2024). ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA PURIFICADORA “AQUA SANTA” DEL CANTÓN JIPIJAPA. *Universidad Estatal del Sur de Manabí*, 09-21.
<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6457>
- Moreno, J. (2019). Prospectiva de las políticas gubernamentales del modelo de financiación en el crecimiento de las Pymes en Colombia. *Contexto*.
<https://sophia.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/980>
- Oyarzábal, J., Ullastres, J., & Frías, V. (2019). Modelos de financiación de una renta básica para España. *Revista Diecisiete: Investigación Interdisciplinar para los Objetivos de Desarrollo Sostenible*, 135-160.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7423726>

- Paguay, G. (2022). Planeación estratégica para maximizar la eficiencia administrativa y financiera de la escuela de conducción del Sindicato de Choferes Profesionales de Chimborazo periodo 2017-2019. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*, 12-46. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/16201>
- Pardo, E. C. (2020). MonedaPAR: una alternativa argentina para la economía social y solidaria. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (135), 21-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7534965>
- Patiño, T., & Guadalupe, L. (2022). Calidad en la atención al usuario en la ANT oficina Santa Elena, año 2021. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*, 57. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6922>
- Pursell, S. (13 de Febrero de 2023). *Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se hace y ejemplos*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Quinaluisa, E. (2024). Plan de negocios para la comercialización de un bioestimulante en el tratamiento de semillas de maíz y frejol, en las provincias de Imbabura y Bolívar año 2021. *Universidad Estatal de Bolívar*, 25-73. <https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/68f7c071-57ad-43d0-8918-124ecc8b1014/content>
- Quispe, L., Ordoñez, D., & Monzoy, S. (2020). Gestión financiera y liquidez en la empresa Nosa Contratistas Generales SRL. *Revista de Investigación Valor Contable*, 19-27. https://rivc.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1391
- Quito como vamos . (2020). Informe de calidad de vida. *Quito como vamos* , 17-38. https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2020/12/INFORME-DE-CALIDAD-DE-VIDA-QUITO-COMO-VAMOS_compressed-3.pdf
- Quito como vamos. (2021). Información sobre movilidad Quito como vamos 2020. *Quito como vamos*. <https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2021/05/7.MOVILIIDAD.pdf>
- Rocha, J., & Uvidia, M. (2022). Digitalización en estrategias de marketing y métodos de enseñanza para escuelas de conducción profesional. Caso: Sindicato de Choferes Profesionales de Pichincha. *Kronos–The Language Teaching Journal*, 53-63. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/KronosJournal/article/view/3167>

- Saez Poma, S. P. (2024). PLAN DE ESTRATEGIA DE MARKETING PARA LA TIENDA " MEGABASTO SÁEZ", UBICADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA. *Repositorio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano*, 11-37. <https://dspace.itb.edu.ec/handle/123456789/3760>
- Sánchez, V. (2020). Gestión de riesgo en la escuela de capacitación para conductores profesionales "Conduce Ecuador". *Universitas Metropolitana*, 34-68. <https://repositorio.umet.edu.ec/handle/67000/395>
- Santander Universidades. (13 de Enero de 2022). *Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>
- Severi Castellanos, B. J. (2024). Plan de negocios para IN-CUBO, empresa de diseño, construcción y habilitación de espacios comerciales. *Universidad de Chile*, 12-39. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/200259>
- Tacuri, A., & Ortega, J. (2021). Gestión de operaciones para la mejora continua en Organizaciones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 34-35. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8011450>
- Townsend, J., & Figueroa, J. (2022). Los modelos de transformación digital en la gestión de las empresas comerciales. *Cooperativismo y Desarrollo*, 407-429. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310-340X2022000200407&script=sci_arttext
- Tualombo, J., Figueroa, M., & Moreno, M. (2022). Habilidades directivas en el manejo de las finanzas de las pequeñas y medianas empresas. Caso: Sportmancar, Manabí-Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 775-786. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/549>
- Tubay, A., & García, M. (2019). Gestion de procesos administrativos en escuelas de conducción. *Universidad San Gregorio*. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/1426>
- Venegas, H. (2020). Capital de trabajo: Modelos de negocio con valor económico agregado. *Instituto Mexicano de Contadores Públicos*, 27-45.

https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=nzPfDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=Modelos+de+Negocios+en+el+Sector+de+Educaci%C3%B3n+de+conduccion&ots=7v03hM2lxb&sig=8z5_5BwPpe5zKK1DF7nwc9RWT5g&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Vergara, M. (2021). Plan de negocios para la empresa Tecno Industrial en la ciudad de Ambato. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*, 23-56. <http://dspace.esoch.edu.ec/handle/123456789/15269>

Yera, F. (2021). Implantación de un sistema de gestión de la calidad según UNE-EN-ISO 9001: 2015 aplicado a una empresa del sector automoción. *Universidad de Jaén*. <https://crea.ujaen.es/handle/10953.1/20351>

Yirda, A. (29 de Junio de 2021). *Definición de Tendencia*. <https://conceptodefinicion.de/tendencia/>

Yupanqui, D. (2020). Determinación del rendimiento de combustible de una flota de taxis de 1400 centímetros cúbicos en la ciudad de Cuenca mediante parámetros de conducción normal. *Universidad del Azuay*, 4-18. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10159/1/15789.pdf>

Zambrano, J. (2023). Efecto de la ética en la calidad y eficiencia de los procesos de emisión de licencias en la Ciudad de Guayaquil. *Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil*, 34-78. <http://204.199.82.243:8080/bitstream/handle/123456789/2311/Efecto%20de%20la%20%C3%A9tica%20en%20la%20calidad%20y%20eficiencia%20de%20los%20procesos%20de%20emisi%C3%B3n%20de%20licencias%20en%20la%20Ciudad%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zambrano, K., & Cedeño, M. (2021). Estrés en el personal de la escuela de conducción sportmancart en tiempos de pandemia, covid-19. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 472-482. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926984>

Zorrilla, M. (2019). Estrategia de gestión para la mejora continua de la calidad de escuela de conductores de vehículos particulares del Perú-Caso: “Simón Bolívar”. *Universidad Nacional del Callo*.

https://scholar.google.com/scholar?start=20&q=Estrategias+para+Escuelas+de+Conducci%C3%B3n+de+autos&hl=es&as_sdt=0,5&as_ylo=2019