



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

MODELO DE NEGOCIO

**“ESCUELA DE CONDUCCIÓN DE MOTOS PARA MUJERES CON UNA OFERTA
DE VALOR DE INSERCIÓN LABORAL INMEDIATA”**

GERENCIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Elaborado por:

Marco Polo Molina Santana

Tutoría por:

Ing. Galo Montenegro

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:
Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Septiembre, 2022

2. CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Marco Polo Molina Santana** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

- Que soy el autor del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio: Gerencia de Estudio de Mercados**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Escuela de conducción de motos para mujeres con una oferta de valor de inserción laboral inmediata**”
- Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
- Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes. Elvia Alvario, Omar Jaramillo, Alex Eduardo Miranda, Brenda Carolina Peña y Javier Rodríguez.

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

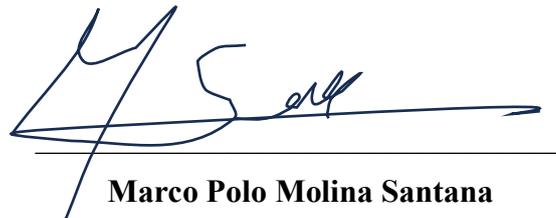


Marco Polo Molina Santana
CI.0922898127

Declaro que

Yo, **Marco Polo Molina Santana** en calidad de autor y titular del trabajo de titulación **“Escuela de conducción de motos para mujeres con una oferta de valor de inserción laboral inmediata”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

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



A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'MP' followed by a long horizontal line and a small flourish.

Marco Polo Molina Santana

CI.0922898127

3. RESUMEN EJECUTIVO

El actual estudio de mercado de la Escuela de conducción de motos para mujeres se efectuó mediante la investigación de mercado, en donde se abordó a 383 habitantes de Guayaquil, del grupo etario de 25 a 45 años. Por medio del focus group se halló que las participantes no contaban con trabajo adecuado, y que este se da en menor proporción que en los hombres, siendo más difícil conseguir trabajo por la falta de educación, la dificultad y trabajas que hay para emprender. De igual manera, en las entrevistas se detectó que el mercado automotriz ha tenido un aumento de participación de las féminas, y en las encuestas se identificó que el 55.9% de los encuestados conducen un vehículo, el 46.8% tiene intención de aprender a conducir moto y el 88.3% no cuenta con licencia para conducir motocicleta. Además, el 55% estaría dispuesto a formar parte de la escuela de conducción, siendo la razón principal la oferta laboral 28.8%, y el monto máximo a pagar sería de \$200 (74.8%)

El actual trabajo es el resultados de la colaboración en conjunto de Elvia Alvario, Omar Jaramillo, Marco Molina, Brenda Peña, y Javier Rodríguez. Adicional, brinda una explicación del plan de negocios antes mencionado, por ese motivo su contenido se encuentra relacionado con los otros documentos que son parte complementaria del proyecto general, por lo cual es indudable que cierta información se repita y no significa que tenga plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Escuela de conducción, Motocicletas, Estudio de mercado, Delivery, Mujeres.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

En el actual trabajo se tomo en cuenta las consideraciones éticas importantes, como es el respeto a la propiedad intelectual de las ideas de Alex Miranda, Elvia Alvario, Omar Jaramillo, Marco Molina, Brenda Peña, y Javier Rodríguez; reconociendo y valorando el trabajo y los aportes de todos los participantes. Asimismo, se asume un comportamiento ético en las relaciones con todas las personas involucradas en el proyecto, promoviendo el respeto, la inclusión y la equidad de género.

Asimismo, durante el desarrollo del estudio se garantizó la confidencialidad de la información recopilada, tanto de las participantes como de las empresas con las que se establecieron alianzas para la inserción laboral. Se obtuvo el consentimiento informado de todas las personas involucradas, asegurándoles que su participación era voluntaria y que podrían retirarse en cualquier momento sin consecuencias.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

2. CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN	ii
3. RESUMEN EJECUTIVO.....	iv
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	v
6. ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
6.1. ÍNDICE DE TABLAS	vii
6.2. ÍNDICE DE FIGURAS	vii
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	8
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	10
8.1. Objetivo general	10
8.2. Objetivos Específicos	11
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO	11
10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	14
1.1. GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO	14
1.1.1. Estudio de mercado	14
2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
4. ANEXOS	42

6.1. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Datos para cálculo de la muestra	15
Tabla 2 Resultados de las entrevistas.....	17
Tabla 3 Hallazgos de Focus Group	17
Tabla 4 Análisis FODA.....	34

6.2. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género y estado civil.....	19
Figura 2 Edad y nivel de estudios.....	20
Figura 3 Trabajo estable y conducción de vehículo	21
Figura 4 Interés de conducir y tener licencia.....	22
Figura 5 Intensión de inscripción y razón de elección	23
Figura 6 Temas más importantes de aprendizaje.....	24
Figura 7 Importancia de oferta de valor	24
Figura 8 Valor dispuesto a pagar	25
Figura 9 Mapa de competencia.....	31

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

El informe nuevos datos sobre las diferencias de género en el mercado laboral reveló que durante casi dos décadas, entre 2005 y 2022, existió una brecha prácticamente invariable en la participación laboral entre hombres y mujeres. Un 15% de las féminas en edad de trabajar deseaba tener una ocupación remunerada pero no lo lograba, mientras que este porcentaje era del 10,5% en el caso de los hombres (OIT, 2023). La investigación también mostró que la disparidad de género era más pronunciada en países con menor Producto Interno Bruto (PIB), mientras que en aquellos en desarrollo, la proporción de mujeres sin empleo alcanzaba el 24,9% en los países de renta baja, en comparación con el 16,6% de los hombres en la misma situación (ONU, 2023).

En el período de enero a septiembre de 2021, América Latina y el Caribe experimentaron tasas de ocupación laboral que mostraron ciertas variaciones en comparación con los años anteriores y con respecto al género. El promedio de este indicador en los hombres fue del 67,1%, lo que representó una disminución del 3,5% en comparación con 2019, pero un aumento del 5,6% en relación al 2019. Por su parte, las mujeres percibieron una tasa de empleo promedio del 43,6%, lo que indicó una reducción del 7% en contraste con 2019 y una mejora del 5,7% en comparación al año anterior, aunque sigue siendo una baja del 7% en función del 2019 (OIT, 2022).

En septiembre de 2022, se observó que solo el 25% de las 3,4 millones de mujeres que forman parte de la población económicamente activa (PEA) en Ecuador tenían un empleo adecuado. En cuanto a la situación laboral de las féminas en la PEA, se encontró que el 22% de ellas se encontraba en una situación de subempleo, lo que implica que disponían de un trabajo, pero su remuneración salarial era inferior al salario básico y trabajaban menos horas de las que exige la ley. Además, durante el año 2022 se registró una disminución del 3,7% en el porcentaje de mujeres con empleo adecuado, lo que indica que únicamente 894.189 mujeres trabajaron la jornada completa y legal de la semana, y recibieron aunque sea el salario básico mensual estipulado (INEC, 2023).

Encontrar trabajo es más complicado para las mujeres que para los hombres en cualquier condición social y en cualquier parte del mundo. Los trabajos de las mujeres suelen ser puestos de baja categoría y en condiciones vulnerables e incluso sin remuneración. Si bien el empleo vulnerable lo realizan ambos sexos, son las féminas las que en mayor

proporción ejecutan dichos trabajos. No obstante, el hombre puede ejecutar trabajos por cuenta propia a diferencia de las mujeres, ya que ellas en su mayor proporción realizan trabajos domésticos.

Por otra parte, Hidalgo (2020) señaló que en el sector de servicios de transporte y encomiendas, la encuesta sobre condiciones laborales de los repartidores de Apps dio a conocer que el 90% de estos son hombres, lo que refleja una masculinización en esta área. Las edades de los participantes oscilaban entre los 23 y 33 años, siendo el 69,6% de ellos migrantes. Además, se destacó que el 83% dedicaba la mayor cantidad de tiempo a trabajar en Glovo debido a su eficiencia económica y movilidad, lo cual les permitía llegar más rápido a sus destinos. Dicha brecha de género se debe, en gran medida, a estereotipos y prejuicios arraigados en la sociedad que han limitado la participación activa de las mujeres en este tipo de empleos.

Por otro lado, en el estudio de mercado que se realizó en el proyecto, se halló que el 88,3% de los participantes fueron del género femenino, el 27,9% no dispone de un trabajo estable, el 44,1% no conduce un vehículo. Pero, el 46,8% se encuentra interesado en aprender a conducir motocicleta, el 88,3% no cuenta con una licencia de manejo, el 55% les gustaría formar parte de la escuela de conducción de motos para mujeres, de los cuales el 28,8% lo elegiría por la oferta de valor.

En vista de todos los aspectos antes revisados, el proyecto se fundamenta en la problemática existente de falta de oportunidades de inserción laboral inmediata para mujeres en el sector del transporte de mercancías a través de motocicletas, específicamente en el contexto de empresas de delivery. Este se origina debido a varios factores, incluyendo la carencia de experiencia y capacitación en el manejo de motocicletas por parte de las féminas, así como la escasez de programas de formación específicos para mujeres interesadas en trabajar en el área de delivery.

La necesidad de crear una escuela de conducción de motos para mujeres con una oferta de valor de inserción laboral inmediata surge como una solución a esta problemática identificada. El objetivo del proyecto es brindar a las féminas interesadas en trabajar en el sector de delivery la oportunidad de adquirir las habilidades y conocimientos necesarios

para manejar motocicletas de manera segura y eficiente, promoviendo así su participación activa en esta área laboral.

El modelo de negocio se basa en ofrecer un programa de formación integral que comprenda tanto clases teóricas como prácticas. Se diseñarán cursos especializados que se adapten a las necesidades y características particulares de las féminas interesadas en trabajar en empresas de delivery, con un enfoque específico en la seguridad vial y la optimización de las habilidades de conducción.

Además de la formación técnica en el manejo de motocicletas, la escuela ofrece capacitación en mecánica básica, administración de negocios, primeros auxilios, marketing y publicidad, brindando a las mujeres una ventaja competitiva al momento de buscar empleo en empresas de delivery. De esta manera, se busca no solo brindarles las habilidades necesarias para el manejo de motocicletas, sino también empoderarlas y prepararlas para enfrentar los desafíos y oportunidades laborales del sector.

El modelo de negocio propuesto se sustenta en la colaboración con empresas de delivery existentes, estableciendo alianzas estratégicas para garantizar la inserción laboral inmediata de las mujeres graduadas de la escuela. Estas permitirán establecer acuerdos que aseguren la contratación preferencial de las mujeres formadas en la empresa de conducción, brindándoles oportunidades reales de empleo y disminuyendo las barreras de entrada que enfrentan en el sector.

Adicional, la oferta de valor de la escuela de conducción de motos para mujeres se centra en la creación de oportunidades de inserción laboral inmediata, permitiendo a las féminas acceder a empleos en empresas de delivery y generar ingresos de manera autónoma. Además, se busca promover la igualdad de género en el sector del transporte, fomentando la participación activa y equitativa de las féminas en el ámbito laboral.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

8.1. Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocio de una escuela de conducción de motos para mujeres, con una oferta de valor de inserción laboral inmediata en empresas de delivery.

8.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un plan de estudios y métodos de enseñanza adaptados a las necesidades y habilidades de las mujeres interesadas en trabajar en empresas de delivery.
- Establecer alianzas estratégicas con empresas de delivery para facilitar la inserción laboral de las mujeres graduadas de la escuela de conducción de motos.
- Implementar estrategias de marketing y promoción para alcanzar a las mujeres interesadas en formarse como conductoras de motos en el sector del delivery, destacando los beneficios de la inclusión laboral y la igualdad de oportunidades.
- Evaluar el impacto del modelo de negocio implementado, a través de indicadores de inserción laboral efectiva y nivel de satisfacción de las mujeres formadas en la escuela.

9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

El estudio técnico permitió determinar la capacidad productiva de la escuela de conducción se basó en varios aspectos clave, como la disponibilidad de un servidor alquilado con capacidad para alojar la aplicación y la base de datos, y un personal encargado de los procesos de aprendizaje y manejo de la sección de conducción. Además, se destinó una inversión inicial para adquirir contenedores y desarrollar espacios para las oficinas administrativas y pista de prácticas reales. La proyección económica consideró el precio del curso, con un incremento anual del 5% durante los primeros cinco años al igual que la demanda. Estos elementos aseguraron una capacidad productiva sólida y eficiente para brindar un servicio de calidad y cumplir con la demanda de la escuela.

Las actividades clave de la escuela de conducción de motos para mujeres con una oferta de valor de inserción laboral inmediata en empresas de servicio de delivery incluyen el diseño del programa de formación, la contratación de instructores calificados, la adquisición de motocicletas adaptadas, la promoción y difusión de la organización, la gestión de las alumnas y la creación de convenios con entidades de delivery. Por lo tanto, dichas tareas son fundamentales para el éxito del negocio, ya que permiten asegurar la calidad de la formación, contar con los recursos necesarios para la enseñanza, atraer a las estudiantes mediante estrategias de marketing y establecer alianzas estratégicas con empresas de delivery. El modelo de negocio se basa en ofrecer un curso de conducción exclusivo para mujeres, con el objetivo de empoderarlas y proporcionarles habilidades

necesarias para trabajar en servicio de delivery. La asociación con dichas entidades es fundamental para garantizar la inserción laboral inmediata de las participantes al finalizar el curso. Los socios clave son las empresas de servicio de delivery, con las que se establecerán acuerdos de colaboración para la inserción laboral de las mujeres capacitadas.

Los recursos clave son los instructores capacitados, las motocicletas eléctricas, los recursos de marketing, las aulas de clases y el circuito de manejo. Los instructores deben contar con la experiencia y conocimientos necesarios para enseñar y capacitar a las mujeres en técnicas de conducción segura. Las motocicletas eléctricas son una opción sostenible y económica para el aprendizaje y práctica de las participantes. Los recursos de marketing, como páginas web, redes sociales y folletos, son indispensables para promocionar y dar a conocer el curso de conducción y la oferta de inserción laboral inmediata. La propuesta de valor se centra en ofrecer un curso de conducción exclusivo para mujeres, con el valor añadido de la inserción laboral inmediata en empresas de servicio de delivery. Esto brinda a las mujeres la oportunidad de adquirir una habilidad útil para el mercado laboral y acceder a empleos que antes podrían haberles sido negados. Además, se destaca el enfoque en la seguridad vial y la autonomía que proporciona el aprendizaje de manejar una motocicleta.

La relación con los clientes se basa en ofrecer asistencia personalizada, a través de la atención directa en la oficina, página web y redes sociales. Se busca generar un ambiente de confianza y respeto, brindando apoyo y respuesta a las consultas e inquietudes de las féminas interesadas en tomar el curso. Los canales de comunicación utilizados son la atención directa y online mediante las redes sociales, a través de las cuales se promociona y se difunde información sobre el curso y la oferta de valor. También se utilizan folletos físicos para dar a conocer el servicio a potenciales interesadas.

El segmento de clientes se enfoca en mujeres de 25 a 45 años de edad, que vivan en la ciudad de Guayaquil y que pertenezcan a un nivel socioeconómico medio y medio bajo. Este grupo identificado de féminas tiene una necesidad específica de capacitarse en conducción y acceder a empleos en empresas de delivery. En cuanto a la estructura de costos, se contemplan el salario de los instructores, los costos de las motocicletas eléctricas y su mantenimiento, y los costos de marketing y publicidad. Estos son los

principales gastos a tener en cuenta para el funcionamiento y promoción de la escuela de conducción. Las fuentes de ingreso provienen de la matrícula del curso de conducción, así como de los medios de pago utilizados por las participantes, como el efectivo, depósitos y transferencias bancarias, y tarjetas de débito y crédito. Estas formas de pago aseguran una mayor accesibilidad y comodidad para las mujeres interesadas en tomar el curso.

La estrategia de Responsabilidad Social Corporativa fue: utilizar motos eléctricas de calidad certificada para asegurar un tránsito más limpio y reducir las emisiones de CO₂; además, se comprometieron a cumplir con normativas legales que garantizan relaciones laborales responsables, como salarios dignos y seguridad laboral. La seguridad y salud tanto de los trabajadores y los clientes fueron prioritarios, implementando medidas de protección adecuadas. Para asegurar la calidad de la formación y educación de los estudiantes, se emplearon instructores calificados y se evaluaron constantemente los resultados. Asimismo, se promovió la formación profesional a través de la transferencia de conocimiento y se desarrollaron programas educativos para promover la capacitación en conducción de motos.

La gerencia de operaciones se encargará de diseñar el programa de formación, establecer los objetivos y metas del curso de conducción, al igual que de gestionar las actividades diarias de la escuela. Además, será responsable de la contratación y capacitación de instructores calificados, así como de coordinar las prácticas de manejo en el circuito asignado. Es fundamental que esta gerencia garantice la calidad y efectividad de la capacitación, asegurando que las alumnas adquieran las habilidades necesarias para conducir motocicletas de manera segura y eficiente.

La gerencia comercial será responsable de la promoción y difusión del servicio de la escuela de conducción. Esto incluye la elaboración de estrategias de marketing y publicidad para atraer a las potenciales alumnas, al igual que el establecimiento y mantenimiento de alianzas con empresas de servicio de delivery. Además, se encargará de gestionar los canales de comunicación con los clientes, como la página web, las redes sociales y los folletos informativos. Asimismo, deberá realizar un análisis de mercado para identificar el segmento de clientes objetivo y desarrollar estrategias efectivas para captar su atención y generar demanda por los servicios ofrecidos.

La gerencia financiera dio a conocer que la inversión inicial fue de \$55.015,50, financiados en un 30% por los accionistas y la diferencia con una entidad bancaria a cinco años plazo y una tasa de interés del 10,5%. La TIR del proyecto es del 62,3%, el VAN de \$115.415,3 y la recuperación de la inversión en dos años y siete días. El punto de equilibrio fue de 1.034 cursos y la proyección de ventas establece que se venderán \$1.200. En el análisis de sensibilidad, cuando hay reducción de ventas y costos del 10%, un aumento de los gastos administrativos 10% y de los de venta 5%. Se llegó a una TIR del 19,8%, la cual es superior al costo del capital de 10,9% por ende el VAN resultará mayor a cero \$20.279,6 con una recobro de la inversión en tres años, ocho meses y 23 días. En conclusión, el plan de negocio hasta en el escenario negativo es factible; por tanto, se recomienda su entrada en marcha.

10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

1.1. GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO

1.1.1. Estudio de mercado

1.1.1.1 Investigación de Mercado

1.1.1.1.1. Objetivo General

El objetivo general de nuestra investigación es evaluar la viabilidad de implementar una escuela de conducción para mujeres en edades comprendidas de 25 a 45 años con nivel socio económico medio y medio bajo, que buscan aprender a conducir motocicleta como oportunidad de crecimiento personal y apertura a nuevos campos laborables en la ciudad de Guayaquil.

1.1.1.1.2. Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de nuestra investigación son:

- Validar que la oferta de una escuela de conducción de motos para mujeres con acceso a una oferta laboral inmediata y con beneficios exclusivos de la institución son requeridos por las mujeres del target.
- Evaluar las cualidades especiales que las mujeres desean recibir de la escuela de conducción con la inversión que realizan.
- Identificar la aceptación mediante entrevistas realizadas a mujeres del grupo objetivo en la ciudad de Guayaquil.
- Validar que el precio de \$199 sea aceptado por nuestro grupo objetivo.

1.1.1.1.3 Población

La población considerada para la investigación de mercado para nuestro proyecto se enfocará en mujeres de la ciudad de GYE de un estrato social medio y medio bajo en edades comprendidas de 25 a 45 años de la población económicamente activa.

1.1.1.1.4 Muestra

La muestra fue determinada a partir de la ecuación de la población finita, en la cual se reemplazó los siguientes datos:

Tabla 1

Datos para cálculo de la muestra

Datos	Porcentaje	Tabla Z
Margen de error.	5%	
Tamaño de la población	100.386	
Nivel de confianza	95%	1,96

$$n = \frac{N * (a_c * 0.5)^2}{1 + [e^2 * (N - 1)]} = 383$$

Al final, el cálculo dio un valor final de 383 personas, este valor permitirá realizar la muestra donde se aplicarán las entrevistas y las encuestas a fin de determinar las causas a los problemas planteados.

1.1.1.1.5 Diseño de investigación

Desarrollo de Técnicas de Investigación

Para el diseño de la investigación se desarrollarán bajo las herramientas cuantitativa y cualitativas:

- Entrevistas a personas del sector escogido que encajen a nuestro Buyer persona (mujeres de 25 a 45 años)
- Focus group a líderes de esta línea de negocio (Señores Taleb) y mujeres estudiantes de escuelas de conducción.
- Encuestas a mujeres de grupos de representación femenina.

Investigación Cualitativa

Diseño de la estructura del grupo focal (FOCUS GROUP). El objetivo será recolectar información cualitativa acerca de las aceptación de producto, inversión a realizar, oferta de valor y programa de ejecución, dirigido a 4 grupos de 5 personas involucradas en cada uno directamente en el proceso.

1.1.1.1.6. Desarrollo de técnicas de investigación

Personas por participar del Focus Group:

Para esta técnica se necesita de cinco personas, las cuales son:

- 5 directivos del grupo Taleb.
- 5 mujeres dirigentes de grupos de representación femenina.
- 5 mujeres empleadas de servicios de Delivery en moto.
- 5 mujeres estudiantes de carreras técnicas.

Se desarrollarán 10 preguntas abiertas, a fin de recabar información de los entrevistados, mediante Focus group a un total de 5 personas por grupo, para dar un total de 20 entrevistados.

Perfil del entrevistado

Los directivos entrevistados, fueron expertos conocedores de la dirección y administración de escuelas de conducción con más de 20 años funcionando de manera exitosa en la ciudad de Guayaquil, los mismos que presentarán información muy útil, ya que son parte del proceso de construcción, logística, negociación y manejo de negocios de escuelas de conducción. Los perfiles tienen los siguientes cargos en la compañía:

- Gerente General
- Gerente financiero
- Director Comercial

1.1.1.1.7. Resultados de la Investigación

Resultados de entrevistas

Los resultados de las entrevistas realizadas a expertos se presentan en la tabla 2.

Tabla 2
Resultados de las entrevistas

ENTREVISTAS	GERENTE GENERAL	GERENTE FINANCIERO	DIRECTOR COMERCIAL
1.- Criterios sobre la actualidad de las escuelas de conducción.	"Actualmente las escuelas de conducción tienen una sobre demanda de cupos para cursos de conducción, lo cual nos exige ir incrementando nuestros servicios en diferentes ciudades. Es complicado la lucha con instituciones de que montan una escuela en cualquier terreno, que no tengan la capacidad técnica que nosotros hemos logrado en años. Considero que hace falta control. Sin embargo existimos instituciones que si nos enfocamos en tener un mejor conductor para evitar accidentes y tener mejores resultados"	"Las Escuelas de conducción siempre ha sido vidas humanas que están bajo nuestra responsabilidad, al brindar capacitaciones adecuadas y que estén al alcance de todos los ecuatorianos. Sin embargo existe trabas para las empresas privadas a través de tanto tema burocrático, lo que nos genera inconvenientes a la hora de implementar nuevas escuelas de conducción para la demanda del mercado."	"Las escuelas de conducción han tenido un crecimiento relevante en el mercado de la conducción, sabemos que año a año el parque automotor crece y eso quiere decir que existe mayor demanda por aprender a conducir, esto nos abre los ojos a crear estrategias que permitan que nuestras escuelas de conducción sean las de preferencia por el mercado"
2.- Criterio personal sobre las oportunidades del mercado automotriz para mujeres	"Las mujeres están abarcando cada vez nuevos espacios y es importante ir enfocándonos en esos sectores, que además son quienes más buscan el cuidado y protección, por esa razón tenemos escuelas de preparación adecuadas para las necesidades de las mujeres"	"El mercado automotriz ha venido siendo ocupado por las mujeres en exponente crecimiento, las cifras nos permiten ver que en algún momento crecerá a niveles que serán mercados atractivos para nuestros servicios"	"Nosotros venimos trabajando en programas que sean de exclusividad para mujeres, hemos visto que hoy no hay esa oferta en ninguna escuela de conducción, por eso analizamos y estamos armando planes para este servicio"
3.- Criterios sobre la incorporación de una ofertas de valor enfocada en el consumidor final.	"Eso es algo que se debe trabajar día a día, nuestra razón de ser es el consumidor final, a ellos nos debemos, dentro de nuestras políticas empresariales, buscamos siempre crear alianzas con más empresas para brindar servicios agregados y plan de descuentos, eso es parte de nuestro programa empresarial"	"Considero que nuestras acciones son siempre enfocadas en el mercado, para eso hay que crear programas atractivos que nos permitan ganar a esos clientes"	"Toda acción de la compañía está basada en generar un valor agregado a nuestros clientes, es parte de la filosofía del negocio, nosotros no solo buscamos generar ventas, sino además generar experiencias que permitan ganar clientes y a ellos ganar oportunidades"

Fuente: Investigación de mercados- Gerencia de Marketing

Focus group

Los resultados que se obtuvieron del focus group se detallan a continuación.

Tabla 3
Hallazgos de Focus Group

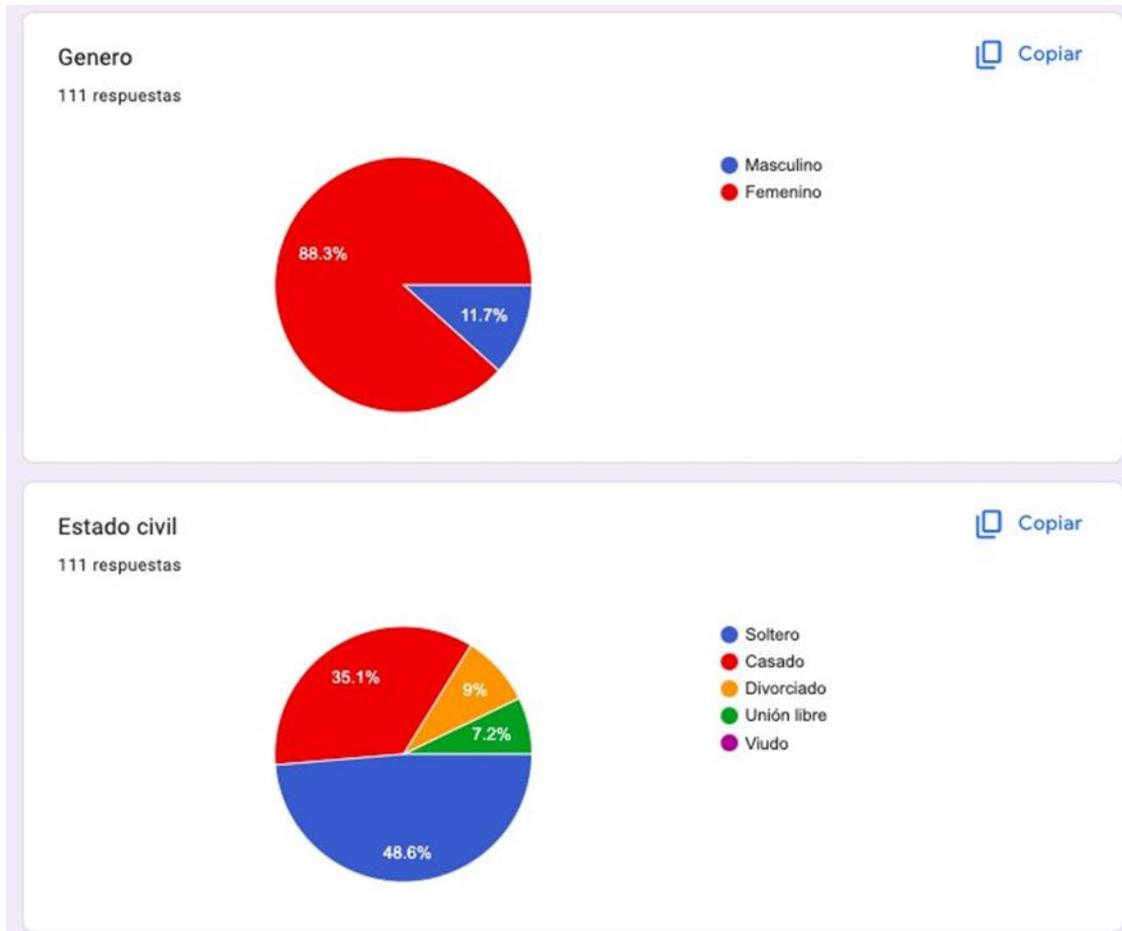
FOCUS GROUP	
PREGUNTAS	RESULTADOS
1. ¿Cuenta usted en la actualidad con un trabajo adecuado?	Ninguno de los participantes cuenta con trabajo adecuado
2.- Qué entiende usted por trabajo adecuado?	Los participantes indican que para ellos un trabajo adecuado es aquel en el que tienen afiliación al seguro social, tienen un sueldo fijo, ganan décimos y cuentan con estabilidad laboral
¿Cree que existe el trabajo adecuado en el país?	Todos consideran que sí, sin embargo, no lo tienen.
¿Y en relación a la mujer?	Es menor a la relacionada con el hombre
3.- ¿Considera que en la actualidad existe la facilidad de conseguir un trabajo adecuado?	Los participantes coinciden en que eso depende de la edad, condición social, educación.

4.- En la actualidad, ¿cuál cree usted que son las razones por las que se dificulta conseguir un trabajo adecuado?	Consideran que las principales razones son: la falta de educación, la dificultad y travas que existen por emprender.
5.- ¿Cuáles considera que son las principales motivaciones para conseguir una licencia de conducir?	Encontrar un trabajo y poder movilizarse son las respuestas más repetitivas.
6.- En relación a lo laboral, ¿Considera usted que, obteniendo una licencia de conducir, aumentan sus posibilidades de tener un empleo adecuado?	Todos han indicado que sí.
¿Qué tipo de empleo es el que encontrarían?	Muchos quieren trabajar en plataformas de servicio a domicilio por lo poco complejo que resulta.
7.- ¿La condición económica de las personas a su criterio, pueden ser mayores si cuenta con un auto o una moto y su respectiva licencia para ejercer un empleo relacionado con la misma?	Los participantes indicaron en su totalidad que sí, porque de esa manera acceden a un trabajo informal, hasta conseguir uno estable.
8.- ¿Qué opinión tiene sobre un proyecto de una escuela de conducción de motos para mujeres con inserción laboral inmediata, una vez concluido el curso?	En general las respuestas de los participantes supieron indicar que estos proyectos son los que buscan apoyar y que estarían dispuestas a apoyar en todo el proceso.
¿Usted sería parte de este proyecto como usuaria?	Todos indicaron que si
10.- ¿Qué opinión tiene acerca de una oferta de valor por parte de nuestra escuela de conducción referente a brindar una bolsa de empleos para motorizados en convenio con compañías privadas e instituciones públicas?	Sería perfecto es lo que todos coincidieron por el beneficio para solucionar un problema, sobre todo si están invirtiendo por el curso.
11.- ¿Cuál cree que debería ser el precio adecuado a pagar por aprender a conducir motocicleta y además contar con aprendizaje en administración de empresas, Marketing, seguridad vial y mecánica básica, considerando que el precio promedio en el mercado actual es de: \$199	Han indicado que podrían pagar hasta el doble, siempre y cuando las ofertas laborales sean inmediatas y además sean adecuadas.
12.- ¿Por qué razón usted optaría por nuestra oferta como escuela de conducción?	Por los beneficios de trabajo y porque apoyan a solucionar el desempleo y dar autonomía a las mujeres.

Resultados de encuesta

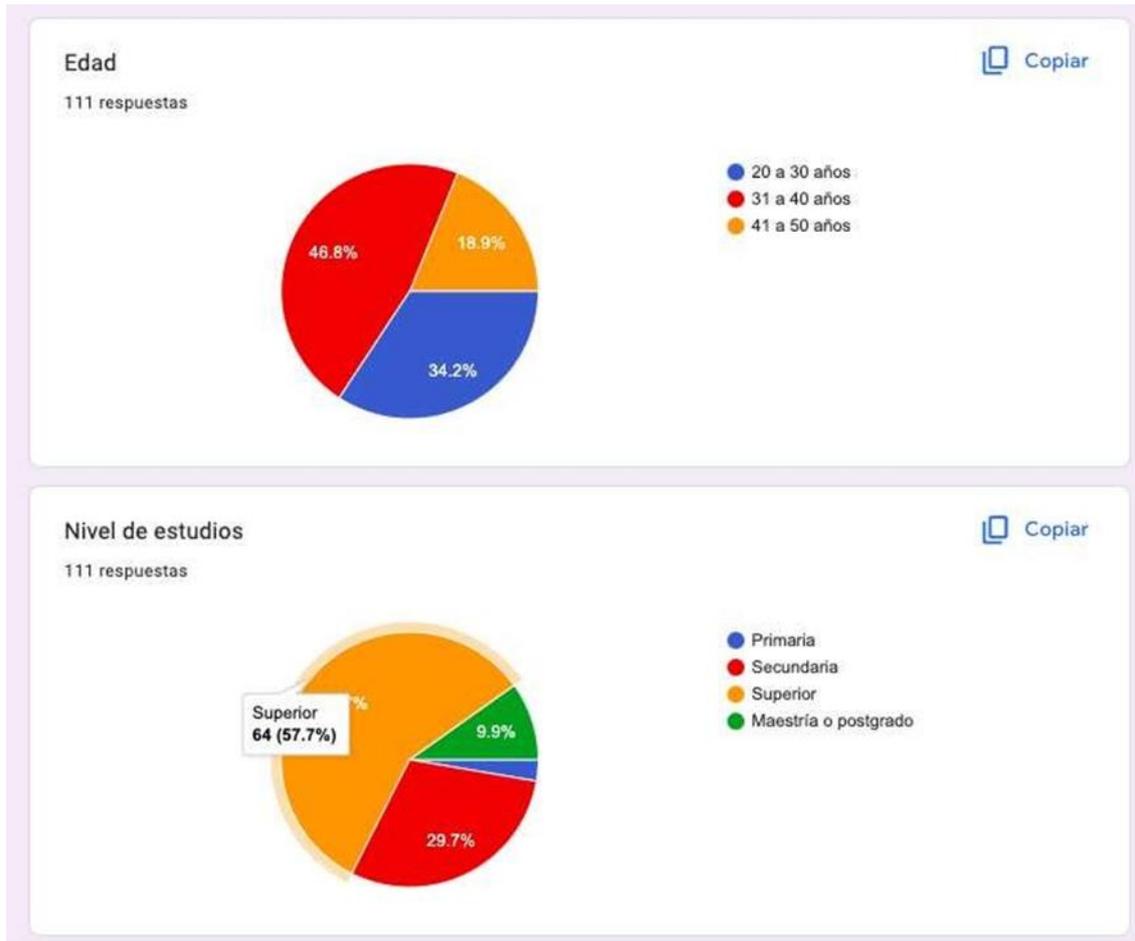
Figura 1

Género y estado civil



Los resultados de la encuesta revelaron que el género mayoritario era el femenino, representando el 88,3%, mientras que el masculino tuvo un porcentaje significativamente menor de 11,7%. El análisis de los hallazgos más significativos encontrados en el estudio demostró que la mayoría de las encuestadas se encontraban en estado civil soltero (48,6%), seguido por aquellas casadas (35,1%), divorciados (9%) y aquellas que se encontraban bajo unión libre (7,2%). Estos datos muestran la necesidad de ofrecer una mayor cantidad de oportunidades de trabajo para las mujeres, en particular permitiéndoles desarrollar nuevas habilidades laborales, tales como la conducción de motos.

Figura 2
Edad y nivel de estudios



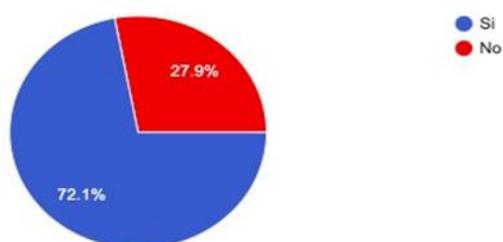
El análisis de mercado arrojó como resultado, que la edad que tuvo la mayor frecuencia fue de 31 a 40 años con un 46,8%. El segundo grupo etario más abundante fue el comprendido entre los 20 y 30 años, con el 40,2 %; seguido por el grupo de 41 a 50 años quien es responsable del 18,0%. Estos hallazgos sugieren que el perfil de edad del mercado objetivo en Guayaquil está orientado a los adultos jóvenes entre los 20 y los 40 años, lo que constituye un factor favorable para la implementación de la escuela de conducción de motos, al ser adecuada para involucrarse, ya sean por el desarrollo profesional, la obtención de un empleo, la mejora de su estilo de vida, entre otros.

Los resultados de la encuesta mostraron que la mayoría de los participantes tenían un nivel de estudios superior, con un porcentaje de 57,7%. El segundo nivel de estudio con mayor representación fue la secundaria con solo un 29,7 %, mientras que 9.9% de los encuestados tenía maestría. Estos resultados sugieren que existe un número significativo

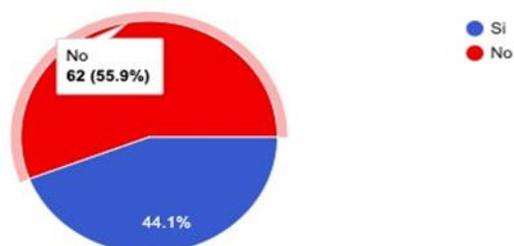
de personas con experiencia y calificaciones educativas altas que podrían beneficiarse de la implementación de una escuela de conducción de motos para mujeres.

Figura 3
Trabajo estable y conducción de vehículo

Posee un trabajo estable y con una remuneración acorde a la actividad que realiza? ([Copiar](#))
Se entiende por trabajo estable, aquel que cuenta con todos los beneficios de ley y que cubre el salario básico)
111 respuestas



Conduce algún tipo de vehículo? ([Copiar](#))
111 respuestas



Los hallazgos del trabajo demuestran, que el 72,1% de los encuestados poseen un trabajo estable, con una remuneración acorde al esfuerzo que realizan, los cuales benefician su situación financiera. Por otra parte, existe un considerable porcentaje, el 27,9%, que no posee este régimen laboral, lo que agrava aún más la situación, ya que afecta el nivel de vida de estas mujeres.

El estudio realizado respecto a la conducción de un vehículo arrojó resultados interesantes, ya que se pudo determinar que el 55,9% de la muestra afirma sí conducir, mientras que el 44,1% restante no lo hace. Estos resultados sugieren que hay una necesidad de educar a las mujeres en el ámbito de la conducción, lo cual es alentador.

Esto es clave a la hora de mejorar el acceso a oportunidades laborales en un mundo en el que hay una cierta desigualdad en los salarios y el acceso a servicios.

Figura 4
Interés de conducir y tener licencia

Es de su interés aprender a conducir motocicleta?

111 respuestas

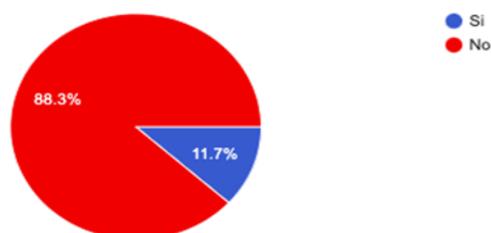
 Copiar



Posee licencia para el manejo de motocicleta?

111 respuestas

 Copiar



Los resultados de la encuesta realizada demuestran una marcada discrepancia, diferenciándose el 46,8% de los encuestados que sí tienen interés en aprender a conducir motocicleta, frente al 53,2% que no planea adquirir esta habilidad. Esto indica que hay una importante cantidad de personas que muestra interés por adquirir una nueva habilidad que les permita mejorar su vida laboral.

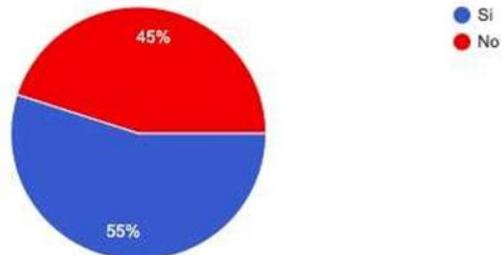
Los datos obtenidos por medio de la encuesta indicaron que el 88,3% de la población no posee la licencia para poder manejar motocicleta; mientras que el 11,7% sí cuenta con este documento. Esto se presenta como una oportunidad para lograr una mayor implementación de la Escuela de Conducción de Motos para Mujeres; con el objetivo de brindar un valor inmediato a la inserción laboral. Por lo tanto, resulta ineludible contar con establecimientos de estas características, con el fin de preparar a estas mujeres y así contribuir con el mercado laboral.

Figura 5
Intensión de inscripción y razón de elección

Le gustaría ser parte de una escuela de conducción de motos para mujeres, con una oferta de valor de inserción laboral inmediata al culminar el curso?

 Copiar

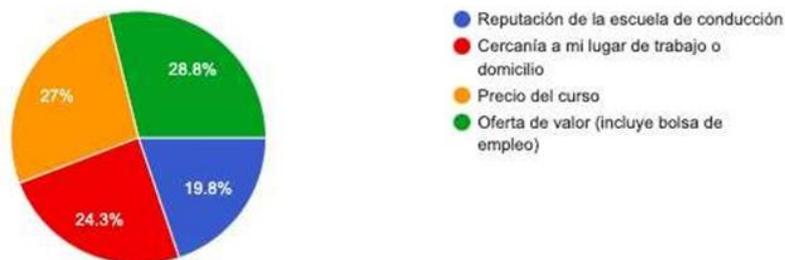
111 respuestas



Cuál sería la principal razón al momento de elegir una escuela de conducción?

 Copiar

111 respuestas



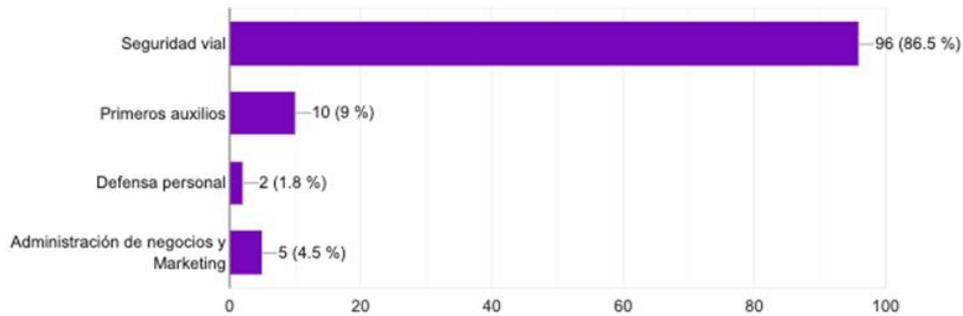
De acuerdo con los resultados obtenidos de la reciente encuesta, un 55% manifiesta que le gustaría formar parte de una escuela de conducción de motos para mujeres con oferta laboral inmediata, mientras que el 45% restante no está de acuerdo. Esto sugiere que una iniciativa así contaría con una base potencial de alumnas interesadas y comprometidas en el entrenamiento requerido, haciendo viable su desarrollo.

En relación al estudio realizado, se identificó que el 28,8% de los encuestados optan por una escuela de conducción basándose en la oferta de valor, el 27% por el precio del curso, el 24,3% por la cercanía a su lugar de trabajo o domicilio, y el 19,8% por la reputación del establecimiento. Esto permite concluir que la oferta de valor es un factor determinante para que las personas elijan esta escuela, siendo seguido de manera estrecha por el precio del curso y luego la cercanía a su lugar de trabajo o domicilio.

Figura 6
Temas más importantes de aprendizaje

Cuáles son los temas más importantes que consideras debe abarcar el aprendizaje de una escuela de conducción de motos? [Copiar](#)

111 respuestas

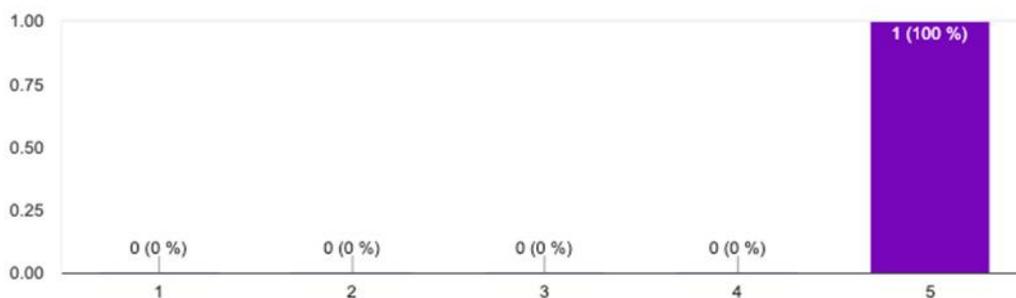


Los resultados mostraron que el 86.5% de las encuestadas considera la seguridad vial como el tema más importante que se abarcaría en el proceso de enseñanza-aprendizaje, seguido por el 9% que eligieron los primeros auxilios, el 4,5% que optó por administración de negocios y marketing y el 1,8% que se decidió por defensa personal. Este resultado refleja la preocupación latente que existe en la sociedad acerca de la seguridad en las vías y la necesidad de educar y concientizar a las personas en este aspecto.

Figura 7
Importancia de oferta de valor

En la escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante) Qué tan importante es para usted la oferta de valor; es decir los beneficios que puede entregar una escuela de conducción sin costo adicional, para beneficio del cliente final? [Copiar](#)

1 respuesta



Se evidenció que el 100% de los encuestados consideraron muy importante la oferta de valor, es decir los beneficios que puede brindar una escuela de conducción sin costo

adicional, para beneficio del cliente final. Este hallazgo es significativo, ya que demuestra que el público objetivo valora enormemente la posibilidad de contar con una formación en conducción de motos que no solo les permita adquirir habilidades técnicas, sino que también les brinde oportunidades de empleo una vez finalizado el programa.

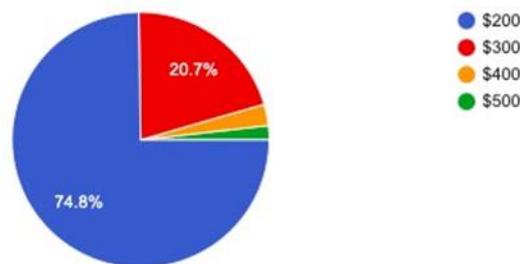
Figura 8

Valor dispuesto a pagar

Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por una escuela de conducción de motos para mujeres, que tiene como oferta de valor una bolsa de empleo para trabajos con motocicleta en empresas públicas y privadas inmediatamente terminado el curso?



111 respuestas



Los resultados mostraron que el 74,8% de los encuestados están dispuestos a pagar \$200 por una escuela de conducción de motos para mujeres y el 20,7% optó por \$300. Esto demuestra que existe una demanda latente por parte de las mujeres que desean incursionar en este ámbito y están dispuestas a invertir en su formación.

1.1.1.2. Análisis

La información recopilada por medio de la encuesta revela que, en cuanto al estado civil, se observa que la mayoría de las encuestadas son solteras, representando el 48,6% de la muestra, seguidas de las casadas con un 35,1%. Esto podría ser indicativo de que las mujeres sin una relación formal tienen mayor disposición y flexibilidad para participar en una escuela de conducción de motos y buscar nuevas oportunidades laborales.

En cuanto a la edad, se destaca que el grupo más numeroso se encuentra en el rango de 31 a 40 años, representando el 46.8%, seguido por aquellos que poseen de 20 a 30 años. Estos datos podrían indicar que hay una demanda potencial de mujeres de diferentes

edades interesadas en aprender a conducir motos y buscar oportunidades laborales en este ámbito.

En relación con el nivel educativo, se destaca que la mayoría de los participantes tienen un nivel de estudios superior, representando el 57,7% de la muestra. Esto implica que las mujeres que están interesadas en obtener una formación en conducción de motos y una potencial inserción laboral inmediata poseen un grado de formación más elevado que la media. Por otro lado, se observa que el segundo nivel de estudio con mayor representación es la educación secundaria, alcanzando solo un 29,7%. Dichos aspectos podrían indicar que hay una oportunidad de captar féminas con un nivel educativo más bajo y brindarles la posibilidad de desarrollarse profesionalmente en el ámbito de la conducción de motos.

Por último, los resultados revelan que el 72,1% de las mujeres encuestadas poseen un trabajo estable, mientras que el 27,9% no tiene un régimen laboral estable. Esto implica que existe un porcentaje significativo de féminas que tienen la posibilidad de beneficiarse de una oferta de valor de inserción laboral inmediata que brinde la escuela de conducción de motos. Ellas podrían encontrar en este programa una oportunidad para obtener un empleo constante y mejorar su situación laboral. Además, se podría inferir que la formación en conducción de motos puede ser una alternativa interesante para mujeres que no cuentan actualmente con un trabajo regular, brindándoles la posibilidad de ingresar a un campo laboral con demanda y oportunidades de crecimiento.

Los resultados obtenidos en el estudio sobre la conducción de un vehículo revelan datos interesantes sobre la muestra encuestada. En primer lugar, se observa que un 55,9% de los participantes afirman que sí conducen, mientras que el restante 44,1% no lo hace. Esto puede ser consecuencia de diversos factores, como la falta de interés, de confianza en sus habilidades o incluso limitaciones económicas.

Otro dato pertinente se obtuvo al preguntar a los encuestados sobre su interés en aprender a conducir motocicleta, ya que el 46,8% manifestó tener intención de adquirir esta habilidad, mientras que el 53,2% no planea hacerlo. Esto demuestra una demanda para adquirir los servicios de conducción, lo que puede ser consecuencia de diferentes factores, como la conveniencia y accesibilidad de las motocicletas como medio de transporte, así

como la posibilidad de obtener empleo en el campo de las entregas a domicilio, servicios de mensajería o repartos en general, donde el uso de motos es muy común.

En cuanto a la posesión de licencia para conducir motocicleta, se observa que el 88,3% de la población encuestada no la tiene, mientras que el 11,7% sí cuenta con este documento. Uno de los factores que puede influir en esta baja posesión de licencias para conducir motocicletas es la falta de una oferta educativa adecuada. Es posible que muchas mujeres no cuenten con la oportunidad de acceder a una escuela de conducción de motos que les brinde la capacitación necesaria para obtener su licencia de manejo. La falta de programas específicos dirigidos a mujeres puede estar limitando su acceso a este tipo de formación.

Al abordar el tema de una escuela de conducción de motos para mujeres con oferta laboral inmediata, se nota una división entre los encuestados. Un 55% manifiesta estar de acuerdo con esta propuesta, mientras que el 45% restante no comparte la misma opinión. Esto puede deberse a diversos motivos, como la percepción de la demanda laboral en el sector, las preferencias personales o las circunstancias individuales de cada encuestado.

Al preguntar por los factores que influyen en la elección de una escuela de conducción, se obtuvieron resultados interesantes. El 28,8% de los encuestados valora la oferta de valor como criterio principal, seguido por el 27% que considera el precio del curso, el 24,3% que prefiere la cercanía a su lugar de trabajo o domicilio, y el 19,8% que toma en cuenta la reputación del establecimiento. Esto demuestra que las personas evalúan varios aspectos al momento de seleccionar una escuela de conducción, y que la oferta de valor es un factor importante para ellos.

En cuanto a la temática que consideran más importante abordar durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, el 86,5% de los encuestados considera que la seguridad vial es el tema prioritario. Esto refleja la conciencia y preocupación por la seguridad al momento de conducir motocicletas. El 9% elige los primeros auxilios como temática relevante, lo cual puede estar relacionado con la percepción de riesgo en este tipo de vehículo. Además, un 4,5% optó por la administración de negocios y marketing, esto puede indicar el interés por emprender o trabajar en el ámbito de las motocicletas.

Finalmente, se destaca que el 100% de los encuestados considera muy importante la oferta de valor de una escuela de conducción, es decir, los beneficios adicionales que esta pueda ofrecer sin costo adicional. Esto significa que los beneficios adicionales que la escuela pueda ofrecer sin costo adicional son valorados de manera significativa por las potenciales alumnas.

En cuanto a la disposición a pagar por una escuela de conducción de motos para mujeres, se observa que el 74,8% de las encuestadas estaría dispuesto a pagar \$200, mientras que el 20,7% optó por cancelar \$300. Esto indica que la mayoría de los participantes está dispuesta a invertir un monto considerable en su formación y capacitación en la conducción de motocicletas.

1.1.1.2.1. Mercado objetivo y potencial

El mercado objetivo y potencial para el proyecto "Mujeres sobre Ruedas" se delineó cuidadosamente a partir de datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], (2020) Según el informe, la población total del cantón Guayaquil se cifra en 2'723.665 habitantes. De este conjunto, un segmento crucial se encuentra conformado por individuos con edades comprendidas entre los 25 y 45 años, lo que representa aproximadamente el 29,42% del total poblacional, equivalente a 801.191 personas.

En el contexto específico de este proyecto, se presta especial atención a la población femenina, que constituye el 12,65%, equivalente a 101.349 mujeres. Además, se observa que la gran mayoría de las féminas pertenecen a los estratos socioeconómicos C+ y C-, que abarcan un impresionante 72,10% de esta población femenina, sumando un total de 73.073 individuos (INEC, 2011).

Estos datos son de gran relevancia para "Mujeres sobre Ruedas", ya que representan el mercado potencial de estudio. Es decir, estas 73.073 féminas, que se encuentran dentro de los rangos de edad específicos y pertenecen a los estratos socioeconómicos mencionados, conforman el grupo de interés principal al que se dirige este proyecto.

Así, "Mujeres sobre Ruedas" se ha propuesto como objetivo central satisfacer las necesidades y demandas de movilidad de este grupo demográfico, proporcionando

soluciones efectivas que mejoren su calidad de vida y les brinden un servicio de transporte seguro y eficiente.

Población			
Habitantes de Guayaquil			2'723.665
Edades	De 25-30 años	9.50%	258.628
	De 31 a 35 años	7.24%	197.136
	De 36 a 40 años	6.67%	181.788
	De 41 a 45 años	6.01%	163.639
Grupo objetivo Edades			801.191
Mujeres		12.65%	101.349
Grupo objetivo de género			101.349
Nivel socioeconómico	C+	22.8%	23.108
	C-	49.3%	49.965
Grupo objetivo de NSE			73.073
Grupo objetivo del proyecto			73.073

El mercado potencial de las escuelas de conducción en Ecuador es prometedor, impulsado por un aumento en la conciencia de seguridad vial y la necesidad de conductores calificados. Empresas como Aneta, Manejo Seguro y Conductores Expertos están aprovechando esta demanda creciente al ofrecer programas de formación adaptados a las necesidades específicas de los conductores. A pesar de los desafíos, el futuro de este sector parece brillante, con oportunidades para el crecimiento y la innovación en un país que valora cada vez más la seguridad en las carreteras.

1.1.1.2.2. Mapa de la competencia

En primer lugar, Aneta sobresale en la calidad de sus servicios al ofrecer una amplia gama de conocimientos relacionados con la conducción de motos. No se limita únicamente a la instrucción técnica de manejo, sino que también abarca aspectos como la mecánica de las motocicletas, la gestión y administración de esta actividad, la defensa personal para los estudiantes, estrategias de promoción y publicidad, la atención al cliente, la navegación efectiva, y la incorporación de tecnología en la conducción. Este enfoque holístico

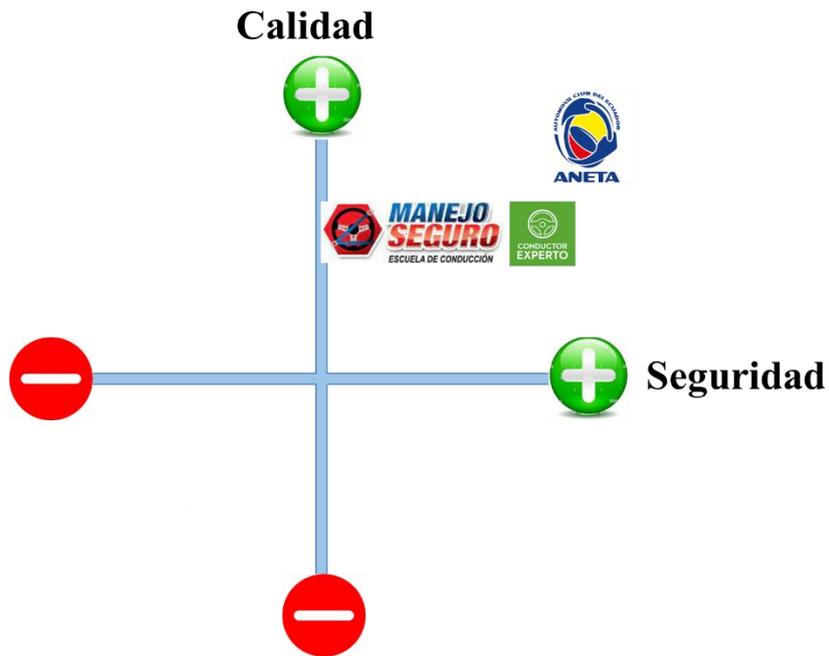
garantiza que los conductores adquieran una formación integral que mejora significativamente la seguridad en las carreteras.

Además, ofrece un valioso acompañamiento en el proceso de obtención de la licencia de conducir, lo que contribuye a fortalecer la seguridad de los conductores al asegurarse de que estén plenamente capacitados y cumplan con los requisitos legales. Asimismo, la opción de financiamiento a través de crédito directo hasta 3 meses facilita el acceso de los interesados a estos servicios de alta calidad y seguridad.

Por otro lado, "Manejo Seguro" también juega un papel crucial en la mejora de la calidad y seguridad en la conducción, dado que bien su nivel de calidad y seguridad se encuentra en el rango medio-alto, destaca por su compromiso en brindar apoyo a los conductores en la obtención de la licencia de conducir. Este aspecto es fundamental, ya que asegura que los estudiantes se encuentren legalmente habilitados para circular en las vías públicas, lo que contribuye a reducir incidentes y accidentes de tránsito. Asimismo, proporciona asesoramiento legal para resolver problemas relacionados con el tráfico, lo que añade un nivel adicional de seguridad al garantizar que los conductores estén bien informados sobre sus derechos y responsabilidades legales. Además, al igual que Aneta, ofrece la posibilidad de financiamiento a través de crédito directo hasta 3 meses, lo que facilita el acceso a sus servicios y promueve la seguridad vial.

Por último, Conductores Expertos desempeña un papel relevante en la mejora de la calidad y seguridad en la conducción, al igual que las otras competencias, ofrece acompañamiento en la obtención de la licencia de conducir, lo que es esencial para garantizar que los conductores estén debidamente capacitados y autorizados para circular en las carreteras. Asimismo, contribuye a la seguridad de los estudiantes al asegurarse de que se encuentren informados sobre los procedimientos legales adecuados en situaciones conflictivas y tiene como método de pago crédito directo hasta 3 meses.

Figura 9
Mapa de competencia



1.1.1.3. Análisis de las 5 Cs

1.1.1.3.1. Contexto

Este modelo de negocio se centra en una escuela de conducción para mujeres con fines de inserción laboral. El proyecto es pertinente en estos tiempos cambiantes de incertidumbre política, económica y social, donde se ha complicado tener acceso a empleos, más aún en mujeres de bajo recursos económicos que no han tenido oportunidad de estudios. Aunque existen limitantes que no ayudan al desarrollo de la sociedad, se cuenta con alianzas de empresas privadas que ayudarán con esta inserción laboral.

Factores socio políticos

La conmoción política que vive el país puede provocar inestabilidad, en el cual muchas empresas grandes podrían desestabilizarse y estarían revisando la reducción de personal. Sin embargo, se presenta una oportunidad para emprender y ver nuevos negocios que sean de fácil acceso para personas de escasos recursos económicos. Por tal motivo, en la empresa de conducción de este proyecto se busca que las alumnas formen parte de un plan laboral.

En el Ecuador, de acuerdo al INEC, el número de mujeres ocupadas en la construcción es de 3,9% mientras que el 7,8% de personas que conducen transporte pesado son mujeres,

una realidad cuyos motivos están relacionados con la discriminación de género, la falta de instrucción dirigida a dicho género para ejercer estas actividades y las concepciones negativas hacia el trabajo de la mujer en la construcción (ONU Mujeres, 2023).

Factores socio económicos

La creación de esta empresa tiene varios detonadores para llevarla a cabo. Uno de ellos es el componente emprendedor, esto se contrasta con la tasa de desempleo que es alta en el Ecuador, más en mujeres. Con este proyecto se busca ayudar a que mujeres que requieren de un trabajo y no tienen la capacidad de conseguir uno puedan aprender a conducción con una opción de trabajo inmediato.

De acuerdo a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), el territorio ecuatoriano presenta algunas debilidades estructurales que dificultan la generación de empleos formales. En el año 2022, la tasa de desempleo en Ecuador se ubicó en el 5.4%, mientras que dentro del grupo de mujeres fue del 6.7% superior a los hombres con el 4.5%. Estas cifras muestran cómo en esta comunidad queda mucho espacio para la inserción laboral de mujeres adultas.

Factores culturales

La poca cultura de ver una mujer manejando moto, emprendiendo en la misma un negocio o aplicarlo en un empleo, es la oportunidad para hacer de este modelo de negocio un éxito para que más mujeres tengan la posibilidad de aprender a conducir este medio de transporte de manera responsable y obtener un empleo.

Es importante tener en cuenta las percepciones y estereotipos de género arraigados en la sociedad ecuatoriana. Aunque la participación de las mujeres en el ámbito laboral ha ido en aumento en los últimos años, todavía persisten ciertas expectativas tradicionales de roles de género, lo que puede generar resistencia o prejuicios en relación con las mujeres que eligen profesiones o actividades no convencionales para su género. Según datos actualizados del INEC (2022) de Ecuador, la tasa de participación laboral femenina en el país es del 53,4%. Esta cifra evidencia el avance de las mujeres en el ámbito laboral, pero también indica que aún existe margen para promover su inserción en diferentes sectores, como el de la conducción de motos.

Factores Tecnológicos

Cada día la innovación en tecnología permite acceder a nuevos y mejores productos y servicios en el mercado automotriz, el objetivo principal siempre será otorgar seguridad y esto debe aplicarse a las capacitaciones constantes de manera personal, a través de las escuelas de conducción. Sin embargo, existen restricciones al acceso por los costos elevados que pueden tener las diferentes herramientas. De acuerdo con Varus (2023), en el Ecuador durante el año 2021 se vendieron 102 motos eléctricas, en el 2022 se adquirieron 172, siendo las más vendidas la marca Tekno con 159 unidades, mientras que en el 2023 se han obtenido 18.

1.1.1.3.2. Compañía

Esta es una empresa con fin social, que busca promover la inserción de mujeres en el mercado laboral a través de la capacitación y alianza con empresas de servicio de transporte y traslados de alimentos.

Misión

Formar conductoras de motos con mentalidad crítica y reflexiva, dotadas de principios y valores, actitud y conocimientos positivos, que sean capaces de desarrollar habilidades y destrezas que permitan transitar con seguridad, siguiendo leyes y reglamentos de tránsito y que también promuevan el cambio y transformación social y a través de nuestros programas y alianzas a fin de ayudarlas a una segura inserción laboral para el crecimiento laboral femenino.

Visión

En el marco de los principios integrados, promover a las conductoras de motos en el desarrollo de habilidades y competencias intelectuales que aseguren la excelencia en el futuro y que sus habilidades y esfuerzos estén encaminadas al servicio de la sociedad, promoviendo el bienestar y reduciendo el número de accidentes de tránsito en motos en el país, dentro de un marco de principios y valores integrales, características de nuestras conductoras.

Análisis FODA

De acuerdo con la información levantada a través de las diferentes fuentes de información: medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, Agencia

Nacional de Tránsito y demás fuentes de información del sector, así como (la presente investigación de mercados y grupos focales) a continuación se detalla el análisis FODA:

Tabla 4
Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura y tecnología adecuada para el proceso de capacitación. • Docentes e instructores debidamente capacitados. • Educación de Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de escuelas de conducción. • Apertura de extensiones de la escuela de conducción profesional a nivel nacional. • Crecimiento de la población joven femenina.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tope del valor inversión. • Poco posicionamiento en el mercado. • Demora en los procesos de inicio de operaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posible aumento de los aranceles e impuestos a la importación de motos y repuestos. • Escasez de fuentes de trabajo para conductores profesionales por el subempleo que existe en la provincia. • Bajos ingresos en la población económicamente activa. • Posible aumento de inseguridad lo que impide que se brinde un servicio de calidad en cuanto a las motos. • Aumento de la inflación y disminución de la capacidad económica de la población económicamente activa.

1.1.1.3.3. Clientes

En el contexto socioeconómico contemporáneo, caracterizado por desafíos financieros y la necesidad de adaptación, emerge un modelo de negocio destinado a empoderar a mujeres que han enfrentado limitaciones en su acceso a la educación formal. Estas mujeres, imbuidas de un espíritu emprendedor, aspiran a forjar su propio camino en la

búsqueda de un crecimiento personal sustentable y la capacidad de proveer para sus familias.

El público objetivo de este emprendimiento está compuesto por mujeres de diversas edades, cuya motivación principal radica en adquirir habilidades para conducir una motocicleta, con el propósito fundamental de mejorar sus perspectivas de empleo. Este enfoque responde a la realidad demográfica y socioeconómica específica del Ecuador, más precisamente, de la ciudad de Guayaquil, donde se encuentra una población de aproximadamente 100.386 individuos pertenecientes a los estratos sociales medio y medio bajo.

1.1.1.3.4. Competencia

En el contexto de la industria en la que se encuentra, la empresa “Mujeres sobre Ruedas” se ha destacado por su capacidad para ofrecer servicios altamente distintivos y auténticos, lo que le ha permitido sobresalir en todos los aspectos perceptibles por parte de sus clientas.

Un análisis exhaustivo de la situación reveló que la competencia ejerce una influencia indirecta sobre “Mujeres sobre Ruedas”, en gran parte debido a la presencia de escuelas de conducción alternativas que, si bien en la actualidad no igualan los servicios diferenciadores proporcionados por esta firma, podrían potencialmente desarrollarlos en el futuro.

ANETA:

- Curso de conducción de motos con oferta de instrucción en temas de: Mecánica, administración de negocio, defensa personal, promoción y publicidad, atención al cliente, navegación y tecnologías.
- Acompañamiento en la obtención de la licencia con preferencia en tiempos en coordinación con la ANT.
- Acompañamiento legal en programas con la escuela de conducción para problemas de tránsito.
- Precio del curso con opción de financiamiento hasta 3 meses, con crédito directo.

Manejo seguro:

- Acompañamiento en la obtención de la licencia con preferencia en tiempos en coordinación con la ANT
- Precio del curso con opción de financiamiento hasta 3 meses, con crédito directo.

Conductores expertos:

- Acompañamiento en la obtención de la licencia con preferencia en tiempos en coordinación con la ANT.
- Precio del curso con opción de financiamiento hasta 3 meses, con crédito directo.

1.1.1.3.5. Colaboradores

Una de las etapas críticas en el análisis de una empresa, con un impacto directo en su potencial éxito, radica en la selección adecuada de sus proveedores. Estos actores desempeñan un papel fundamental al constituir el núcleo de la cadena de suministro que sustenta la oferta de productos o servicios. En este contexto, las alianzas estratégicas que se forjarán como parte de la estrategia empresarial servirán para reforzar la credibilidad de la marca "Mujeres sobre ruedas".

Se busca concretar alianzas con Club Ecuador y la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana - AMCHAM quienes se unirán mediante una alianza estratégica para trabajar en promover y fortalecer la diversidad, equidad e inclusión, como estrategia que logre un cambio en la cultura organizacional de las empresas más grandes del país. En esta alianza se contará con más de 25 empresarias ecuatorianas, representantes de distintas compañías locales y multinacionales de más de ocho diferentes sectores económicos.

El análisis de las 5 Cs revela la factibilidad y pertinencia de este modelo de negocio centrado en una escuela de conducción para mujeres con el propósito de inserción laboral. En un contexto de incertidumbre política y económica, el proyecto busca aprovechar la oportunidad de empoderar a mujeres de bajos recursos económicos con la capacitación en una habilidad demandada en el mercado laboral. A pesar de los desafíos socio-políticos y económicos, como la inestabilidad política y la alta tasa de desempleo, la iniciativa se

alinea con la necesidad de generar empleo formal para las mujeres ecuatorianas. Además, aborda factores culturales arraigados al desafiar estereotipos de género y promover la inclusión de las mujeres en profesiones no convencionales. Sin embargo, se debe prestar atención a las restricciones tecnológicas y costos asociados a las herramientas necesarias para la formación en conducción.

2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tras una exhaustiva investigación de mercado, se ha confirmado la demanda real de mujeres pertenecientes a estratos socioeconómicos medio y medio bajo, con edades entre 25 y 45 años, que buscan aprender a conducir motocicletas como una oportunidad de crecimiento personal y laboral. Los resultados del estudio de mercado revelan que la mayoría de los encuestados son mujeres, lo que indica un interés y una necesidad por parte de este grupo demográfico en adquirir habilidades de manejo de motos. Además, la mayoría de las mujeres en el mercado objetivo se encuentran en el rango de edad de 20 a 40 años, lo que sugiere un público joven y activo en busca de oportunidades de desarrollo profesional y laboral. Asimismo, la encuesta demuestra que existe una necesidad real de educación en conducción, ya que predominan las féminas que no saben conducir.

La falta de licencias de conducción para motocicletas en la mayoría de las encuestadas también presenta una oportunidad significativa para la Escuela de Conducción de Motos para Mujeres, ya que podría ayudar a llenar este vacío y preparar a las mujeres para el mercado laboral. Además, la disposición de un 55% de las participantes a unirse a una escuela de manejo con oportunidades laborales inmediatas respalda la demanda de un programa de capacitación de este tipo. En cuanto a los factores que influyen en la elección de una escuela de conducción, la oferta de valor es considerada el factor más importante, lo que destaca la importancia de ofrecer un programa integral que vaya más allá de la enseñanza técnica de la conducción. Finalmente, la seguridad vial se identifica como el tema principal de interés para las alumnas potenciales, lo que refleja una preocupación genuina en la sociedad sobre la temática y la posibilidad de brindar educación en esta área.

Tras analizar detenidamente los resultados obtenidos del focus group, se ha identificado que la falta de empleo apropiado es una preocupación común entre los participantes, quienes definen un trabajo adecuado como aquel que ofrece estabilidad laboral, afiliación al seguro social, un sueldo fijo y beneficios como décimos. A pesar de considerar que el trabajo adecuado existe en el país, la mayoría de los encuestados no lo tienen en la actualidad, y esta situación es aún más complicada para las mujeres. Las razones para la dificultad en la búsqueda de empleo apropiado se relacionan principalmente con la ausencia de educación y las barreras para emprender.

No obstante, existe un consenso general en que obtener una licencia de conducir aumentaría las posibilidades de conseguir un empleo adecuado, especialmente en plataformas de servicio a domicilio. Además, la condición económica mejora al contar con un vehículo y una licencia, ya que facilita el acceso a trabajos informales mientras se busca uno estable. Los participantes muestran un alto interés y apoyo hacia un proyecto de escuela de conducción de motos para mujeres con inserción laboral inmediata, considerando que serían parte de este plan de negocio como usuarias y que valorarían una oferta que incluya una bolsa de empleos en colaboración con compañías privadas e instituciones públicas.

Después de un análisis minucioso del mercado para el proyecto "Mujeres sobre Ruedas", se ha concluido que existe un sólido respaldo demográfico y económico que respalda su viabilidad. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en la ciudad de Guayaquil, hay un segmento importante de féminas de entre 25 y 45 años, pertenecientes a los estratos socioeconómicos C+ y C-, que conforman un mercado potencial de aproximadamente 73,073 individuos. Este grupo demográfico se presenta como el principal público objetivo del proyecto, que tiene como objetivo satisfacer sus necesidades de movilidad y mejorar su calidad de vida mediante un servicio de transporte seguro y eficiente. Además, el mercado de las escuelas de conducción en Ecuador muestra un panorama prometedor, impulsado por la creciente conciencia de seguridad vial y la demanda de conductores calificados.

El análisis FODA revela que la empresa que busca promover la inserción de mujeres en el mercado laboral a través de la capacitación en manejo de motos se encuentra en una posición favorable debido a sus fortalezas en infraestructura, tecnología, y personal capacitado. Además, el crecimiento de la población joven femenina y la escasez de escuelas de conducción presentan oportunidades para su expansión. Sin embargo, enfrenta desafíos relacionados con la inversión inicial, el posicionamiento en el mercado y la demora en el inicio de operaciones. Asu vez, las amenazas incluyen posibles aumentos en aranceles e impuestos, la escasez de fuentes de trabajo, la inseguridad y la situación económica de la población.

Se ha demostrado que existe una demanda latente en este mercado, compuesto por mujeres de diversos grupos etarios y estratos sociales, que buscan mejorar sus

oportunidades laborales a través de la obtención de nuevas competencias. Esto respalda la viabilidad de la iniciativa, ya que responde a una necesidad real y específica de la comunidad. Además, el espíritu emprendedor de estas féminas demuestra un alto potencial de compromiso y dedicación en el proceso de capacitación, lo que podría contribuir al éxito del negocio. Sin embargo, es fundamental considerar la importancia de proporcionar un programa de formación integral y accesible que se adapte a sus circunstancias económicas para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Es evidente que la empresa ha logrado destacarse en el mercado al ofrecer servicios altamente distintivos y auténticos, lo que ha sido percibido positivamente por sus clientas. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que la competencia, representada por escuelas de conducción alternativas como ANETA, aunque actualmente no iguala los servicios diferenciadores de "Mujeres sobre Ruedas", posee el potencial para desarrollar servicios similares en el futuro. Esta amenaza no debe ser subestimada, y "Mujeres sobre Ruedas" debe estar preparada para innovar y mantener su ventaja competitiva.

La selección de proveedores se revela como una etapa crítica, dado su impacto directo en el éxito potencial del negocio. Las alianzas estratégicas planificadas con Club Ecuador y la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana - AMCHAM representan un paso crucial para fortalecer la cadena de suministro y mejorar la credibilidad de la marca. Además, la colaboración con más de 25 empresarias ecuatorianas de diversos sectores económicos respalda la estrategia de diversidad e inclusión. La vinculación con asociaciones feministas y la nueva Ley Orgánica para Impulsar la Economía Violeta consolidan aún más el compromiso de la empresa con la equidad de género y el desarrollo económico.

Se recomienda avanzar con el proyecto "Mujeres sobre Ruedas" debido a la sólida base demográfica y socioeconómica que respalda su viabilidad. Sin embargo, se debe considerar la importancia de proporcionar un programa de formación integral y accesible que se adapte a las circunstancias económicas de las participantes para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Además, es esencial mantener la ventaja competitiva ofreciendo servicios altamente distintivos y estar preparados para posibles competidores en el futuro. La selección de proveedores y las alianzas estratégicas planificadas deben ser cuidadosamente gestionadas para fortalecer la cadena de suministro y mejorar la credibilidad de la marca.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hidalgo, K. (2020, agosto 7). *¿Emprendedor, socio o trabajador? Encuesta sobre condiciones laborales de lxs repartidorxs de Apps*. Wambra Medio Comunitario. <https://wambra.ec/emprendedor-socio-trabajador-repartidorxs-apps/>
- INEC. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- INEC. (2020). *INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales* |. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>
- INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), enero 2022*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf
- INEC. (2023). *Estadísticas Laborales*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-enemdu/>
- OIT. (2022, marzo 3). *América Latina y Caribe: Políticas de igualdad de género y mercado de trabajo durante la pandemia* [Publicación]. http://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_838520/lang--es/index.htm
- OIT. (2023, marzo 6). *Las diferencias de género en el empleo son mayores de lo que se pensaba, según un informe de la OIT* [Noticia]. http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_869932/lang--es/index.htm
- ONU. (2023, marzo 6). *La desigualdad de género en el empleo es mayor de lo que se pensaba*. <https://news.un.org/es/story/2023/03/1519117>
- ONU Mujeres. (2023, marzo 29). *Participamos en la graduación de la primera promoción de “Mujeres al volante”*. ONU Mujeres – Ecuador. <https://ecuador.unwomen.org/es/stories/noticia/2023/04/participamos-en-la-graduacion-de-la-primera-promocion-de-mujeres-al-volante>
- Varus. (2021). *Estadísticas—Completas en Ecuador*. VARUS. <https://varusecuador.com/estadisticas-motos-electricas-completas/>

4. ANEXOS