



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
CARRERA DE MARKETING

TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MARKETING

Tema:

Investigación de mercado para la creación de una agencia de alquiler de automóviles en
la ciudad de Portoviejo.

Autor:

Diego Miguel Oquendo Villavicencio

Tutor:

Ing. Evelyn Jackeline Párraga Patiño. Mg.

Portoviejo – Manabí- Ecuador

2019-2020

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DEL ANÁLISIS DE CASO

Ing. Evelyn Jackeline Párraga Patiño, certifica que: El trabajo de titulación:

“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE ALQUILER DE AUTOMÓVILES EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”,

elaborado por el egresado Diego Miguel Oquendo Villavicencio es original y realizado bajo mi dirección.

Habiendo demostrado en el desarrollo de la investigación, eficiencia, responsabilidad y originalidad en todas las actividades relacionadas con el proceso; siendo varios criterios de propiedad exclusiva del autor.

Ing. Evelyn Jackeline Párraga Patiño
TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Quienes suscriben, docentes miembros del tribunal de sustentación del trabajo de titulación: **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE ALQUILER DE AUTOMÓVILES EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”**.

Certificamos que el presente trabajo ha cumplido con los requisitos reglamentarios que exige la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Tribunal:

ING. ANDREA RUIZ
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

ING. EVELYN PÁRRAGA
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACION

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El presente trabajo tiene como responsabilidad el caso de estudio, donde se presenta argumentos, ideas, análisis de resultados, conclusiones y posibles soluciones ante el tema planteado: **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE ALQUILER DE AUTOMÓVILES EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”**, el cual tiene pertenencia exclusiva del autor. Para lo cual en conjunto con el tutor designado se cumplieron con éxitos las actividades en el trabajo de titulación correspondiente. Así mismo cabe mencionar que cedo los derechos de autoría del presente trabajo de titulación a favor de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

DIEGO OQUENDO VILLAVICENCIO
EGRESADO DE LA CARRERA DE MARKETING

AGRADECIMIENTO.

Agradezco principalmente a Dios, que me ha brindado la vida, inteligencia, fe y paciencia para seguir en el camino del estudio y así poder finalizar esta carrera.

Esta tesis es el resultado del esfuerzo conjunto de los que formamos el grupo de trabajo, por esto agradezco a nuestra tutora Ing. Jackeline Párraga.

A todos quienes a lo largo de este tiempo han puesto todas sus ganas en el desarrollo de este trabajo, poniendo a prueba sus capacidades y conocimientos; y con la satisfacción del deber cumplido ya que la finalidad de este trabajo lleno todas nuestras expectativas

A mi familia, quienes a lo largo de mi vida me han apoyado en mi formación académica, creyeron y no dudaron de mis habilidades

A mis profesores, en especial al Ing. Galo Cano Pita, a quienes les debemos gran parte de los conocimientos adquiridos, gracias por su paciencia e instrucción

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo la cual abrió sus puertas a jóvenes como yo, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas y profesionales triunfantes

Millón palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles; a todos esperamos no defraudarlos y contar siempre con su apoyo sincero.

Diego Miguel Oquendo Villavicencio.

DEDICATORIA.

A Dios, por darme la vida, fortaleza, mi familia por permitirme cumplir una de mis metas trazadas.

De manera especial a mis padres: Ing. Miguel Oquendo Zambrano y Ec. María Leonor Villavicencio Reyes y a mis hermanos: Miguel, Julio y Angélica Oquendo.

Sin olvidarme de las personas que con su amor y comprensión siempre han estado en todo momento conmigo, a mi abuelita Leonor y tíos por brindarme su cariño, el amor y apoyo absoluto durante este camino.

A cada una de estas personas le dedico este trabajo porque forman parte fundamental en mi vida y ocupan un lugar muy trascendente en mi corazón.

Diego Miguel Oquendo Villavicencio

RESUMEN.

Con esta investigación se busca encontrar técnicas para la apertura y crecimiento de este negocio incrementando la buena atención y calidad del servicio procurando denotar las técnicas aprendidas, con el fin de optimizar los costos, incrementar la eficiencia y el uso del servicio de alquiler, buscando resaltar el afán de brindar a sus clientes un servicio eficaz, eficiente y responsable que satisfaga sus necesidades.

Las empresas deben posicionar en el mercado como una entidad que ofrece status, distinción e imagen en autos con modernos diseños que les brinda a los usuarios comodidad y seguridad con varios modelos que permiten gratificar los exigentes gustos de los clientes.

Es factible la realización de este proyecto ya que para posicionar la empresa en la mente del consumidor se aplicarán estrategias efectivas de marketing para así poder aumentar el nivel de alquiler.

Las actuales condiciones de crecimiento del turismo, ofrece ventajas en los cuales la empresa puede organizar y planificar el crecimiento realizando un plan de medios para invertir en publicidad.

Palabras claves: técnicas, calidad, servicio, posicionamiento, publicidad

ABSTRACT

This research seeks to find techniques for the opening and growth of this business by increasing the good service and quality of the service, trying to denote the techniques learned, in order to optimize costs, increase efficiency and use of the rental service, seeking to highlight the desire to provide its customers with an effective, efficient and responsible service that meets their needs.

Companies must position themselves in the market as an entity that offers status, distinction and image in cars with modern designs that provide users with comfort and safety with several models that allow gratifying the demanding tastes of customers. It is feasible to carry out this project as effective marketing strategies will be applied to position the company in the consumer's mind in order to increase the rental level.

The current conditions of growth of tourism, offers advantages in which the company can organize and plan the growth by making a media plan to invest in advertising.

Keywords: techniques, quality, service, positioning, advertising

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| Certificado del director del análisis de caso | i |
| Certificado del tribunal examinador | ii |
| Declaración de autoría | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN | vi |
| ABSTRACT | vii |
| Introducción | 1 |
| CAPITULO I | 3 |
| Problematización | 3 |
| Tema | 3 |
| Antecedentes Generales | 3 |
| Justificación del Tema | 4 |
| Delimitaciones | 5 |
| Objetivos | 6 |
| Objetivo general | 6 |
| Objetivos específicos | 6 |
| CAPITULO II | 7 |
| Contextualización | 7 |
| Marco Teórico | 7 |
| Marco Conceptual | 11 |
| Marco Legal | 13 |
| Marco Ambiental | 17 |

| | |
|---|----|
| CAPITULO III | 20 |
| Marco Metodológico | 20 |
| Tipo de Investigación | 20 |
| Método de Investigación | 20 |
| Técnicas de Investigación | 21 |
| Universo de Investigación | 22 |
| Tamaño de Muestra | 22 |
| Método de Muestreo | 23 |
| Método de Análisis de datos cuantitativos | 23 |
| Métodos de Análisis de datos cualitativos | 23 |
| CAPITULO IV | 25 |
| Informe final | 25 |
| Conclusiones | 42 |
| BIBLIOGRAFÍA | 45 |

ÍNDICE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Gráfico de interpretación de datos | 25 |
| Figura 2: Gráfico de interpretación de datos | 27 |
| Figura 3: Gráfico de interpretación de datos | 28 |
| Figura 4: Gráfico de interpretación de datos | 29 |
| Figura 5: Gráfico de interpretación de datos | 30 |
| Figura 6: Gráfico de interpretación de datos | 31 |
| Figura 7: Gráfico de interpretación de datos | 32 |
| Figura 8: Gráfico de interpretación de datos | 34 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Conocimiento sobre el servicio de alquiler de autos | 25 |
| Tabla 2: Utilidad del servicio | 27 |
| Tabla 3: Uso del servicio | 28 |
| Tabla 4: Empresas más utilizadas | 29 |
| Tabla 5: Uso de servicio | 30 |
| Tabla 6: Calificación de servicios | 31 |
| Tabla 7: Características o factores de una agencia de alquiler de vehículos | 32 |
| Tabla 8: Rentabilidad del negocio | 34 |

INTRODUCCIÓN.

Con el desarrollo de este trabajo investigativo el aporte académico y profesional es fundamental ya que se van a diseñar estrategias de marketing, para incrementar el uso del servicio de alquiler, por lo tanto, generando rentabilidad para los propietarios de las empresas.

Actualmente el servicio de alquiler ha disminuido, sean por factores económicos, la competencia ilegal, exigencias en el contrato, en fin, son algunas las causas, es por esta razón que esta investigación se analizara las estrategias más idóneas para lograr la apertura de este negocio.

Por estas razones estos negocios deben prepararse para enfrentar el reto, fundamentando en estrategias agresivas, autos de calidad que aseguren el bienestar de los choferes y formatos de contratos eficientes y orientados hacia la seguridad de la empresa, y agilidad a la hora de adquirir un auto, con ello a elevar la calidad del servicio y el nivel de vida de la sociedad de Portoviejo, Manabí y ecuatoriana.

La estructura de esta investigación se encuentra dividido en 4 capítulos:

En el CAPITULO I contiene la problematización e información general del tema escogido: en el CAPITULO II engloba toda la contextualización que será el marco de esta investigación y primordial para establecer juicios referentes a la información recaudada y estudiada en el último capítulo.

En el CAPITULO III corresponde a la metodología necesaria para realizar esta investigación.

En el CAPITULO IV se analizan los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas y entrevistas efectuadas es el informe final, donde estableceremos conclusiones y resultados finales según lo estudiado e investigado.

CAPITULO I

Problematización.

Tema

Investigación de mercado para la creación de una agencia de alquiler de automóviles de la ciudad de Portoviejo.

Antecedentes Generales

En la actualidad, uno de los grandes problemas que atraviesan los individuos de zonas urbanas principalmente es la movilización, ya que vivimos en mundo globalizado que avanza con gran velocidad en diferentes índoles.

La importancia de la movilización radica en agilizar el transporte de un lugar a otro de individuos con la finalidad de aprovechar el tiempo en actividades productivas, así mismo, otro de los aspectos más relevantes de la movilización es el transporte de alimentos para ser comercializados, representando así una oportunidad de mejoramiento económico y por ende social.

Se puede acceder a la movilización de diferentes formas y de estas depende el tiempo de la movilización, existen diferentes medios de transporte, los buses urbanos son utilizados por la población media-baja, es decir un número bastante alto por su bajo costo, pero este conlleva mayor tiempo de movilización, luego están las motocicletas que son utilizadas en su mayoría por una población joven aunque este es el medio que más accidentes de tránsito en el país y el mundo.

Luego tenemos al medio más factible de movilización, los automóviles, por su composición estructural mecánica, brinda mayor seguridad en caso de accidentes y brindan mayor comodidad en el proceso de transporte.

Paradójicamente, el precio final de un automóvil es un tanto elevado en algunos casos inaccesible su obtención, por lo que los individuos optan medidas más convenientes a su economía, una de estas medidas es el alquiler de automóviles, ya que, de esta manera, logran moverse en un ambiente cómodo y agradable con un precio bastante razonable, pero esto solo realizan cuando realmente necesitan del servicio.

Sin embargo, en la provincia de Manabí, existe una gran deficiencia de lugares de alquiler de automóviles, pese a la gran necesidad de sus habitantes por una cómoda movilización.

Es por ello que la creación de una agencia de alquiler de automóviles favorecería a la satisfacción de esta necesidad.

Justificación del Tema.

Desde el punto de vista académico esta investigación es relevante, ya que resalta la importancia del marketing para el desarrollo de cualquier tipo de negocio, haciendo uso de las herramientas aprendidas a lo largo que se considera la carrera universitaria, logrando una investigación del mercado manabita y considerar las necesidades de movilización por las cuales podría surgir la creación de una agencia de alquiler de automóviles.

Por medio de esta investigación se pueden buscar alternativas válidas y útiles para incrementar el nivel de rentabilidad, puesto que, si no se conoce el su producto o servicio, jamás se logrará conseguir una buena comercialización.

Desde el punto de vista profesional nos ayuda a aplicar las herramientas y conocimientos que se aprendieron de forma teórica llevadas al práctico, lo que nos da las pautas para poder desarrollar mejores propuestas que favorecen al crecimiento y formación integral como profesionales.

Desde el punto de vista social la creación de una agencia de alquiler de automóviles en nuestra provincia surge la necesidad del mercado y el deseo de un medio de transporte más seguro y mejor estructurado, así mismo la oportunidad de movilizarse en un auto más lujoso y agradable a la vista, de igual manera es una forma de economizar el servicio de transportación en ciertas cosas, este tipo de servicio de movilización favorece a empresas que pagan altos precios para trasladar a sus empleados de un lugar a otro.

Delimitaciones

Líneas de Investigación: Nuevas tendencias del Marketing.

Campo: Empresarial.

Área: Servicio.

Aspecto: Automóviles.

Problema: insatisfacción de los usuarios por la falta de un buen servicio de renta car.

Tema: Investigación de mercado para la creación de una agencia de alquiler de automóviles en la ciudad de Portoviejo.

Delimitación Espacial: La presente investigación se realizará en la Ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí, República del Ecuador

Delimitación temporal: El tiempo para la investigación es de Septiembre 2019 - Febrero 2020.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el mercado de la ciudad de Portoviejo para la creación de una agencia de alquiler de automóviles

Objetivos específicos

- Realizar un análisis del entorno del negocio de alquiler de automóviles en la ciudad de Portoviejo.
- Investigar el mercado para determinar la potencialidad de la creación de una agencia de alquiler de automóviles.
- Identificar las herramientas de marketing necesarias para el diseño de una agencia de alquiler de automóviles.

CAPITULO II

Contextualización

Marco Teórico

Importancia de la transportación

En la actualidad se ha producido una importancia en el crecimiento de transporte en la economía, al tiempo que ha tenido lugar un cambio en el papel que desempeñan los medios de transportes, en muchos países se observa una mayor utilización del transporte urbano en los desplazamientos diarios, sobre todo a los relacionados con el transporte a su lugar de trabajo.

El arrendamiento de automóviles encaja en el concepto de arrendamiento de cosas, definido en el Código Civil como aquel contrato por el que "una de las partes se obliga a dar a la otra el goce o uso de una cosa por tiempo determinado y precio cierto" (art. 1.543), la circunstancia de ser un automóvil la cosa arrendada a este arrendamiento una caracterización muy singular. De esta forma, el ser el objeto arrendado un medio de transporte provoca una intervención administrativa, cuya finalidad es la regulación de los aspectos jurídico-públicos del arrendamiento de automóviles cuando el mismo constituya una actividad empresarial, sin que tal intervención provoque que el contrato pierda su carácter esencial de institución de Derecho Civil. (Cerroloza, 2011)

Medios de transporte

En la medida que la tecnología avanza y mejora, crece el sector turismo, se persigue con el presente artículo analizar la importancia e interrelación del avance tecnológico-científico del transporte y su aporte al turismo, el soporte teórico se

fundamentó en investigadores como Hunziker y Krapf, Leiper Organización mundial de turismo. Metodológicamente la investigación se enfocó documental, puesto que Los medios de transporte han cooperado notablemente con el crecimiento y desarrollo del sector turístico; porque el hombre ha buscado desplazarse de un lugar a otro y ha contado con los avances de la ciencia y tecnología (Viloria Cedeño, 2012)

Alquiler de vehículos

Dentro de la industria de alquiler de automóviles existen características básicas que se deben reconocer, renunciar al derecho de hacerse cargo de los choques y los daños que puedan ocurrir al vehículo, esto se da frente al alto nivel de accidentes que se registran en el país y el mundo, asegurando así que en caso de choques o daños existirá una empresa aseguradora que cubrirá el gasto.

Se debe crear una extensa y variada cartera de productos para que los clientes tengan diferentes opciones de diferentes precios generando inclusión entre las diferentes economías. (Villacis, 2018)

Agencias de alquiler de vehículos

Dentro de las agencias en Manabí reconocidas mayormente en la provincia se encuentran más concentradas en la ciudad de Manta, de las más conocidas:

- Manta Car
- Tour Rent a Car
- Renta de Carro Manta
- Mareauto Avis Manta Aeropuerto
- Advance Rentadora de Vehículos

- Dina Renta Car
- Mantarentacar
- América renta car S.A
- Romero rent a car
- Pacific rent a car Manta

Esto posiciona a Manta como una de las ciudades con más fluencia de locales de alquiler, cubriendo la mayoría del mercado provincial de alquiler de vehículos y creando un vacío dentro del sector de servicios de alquiler en el resto de la provincia, principalmente en la capital, Portoviejo. (Avis, 2019)

Servicio de alquiler por internet

Existen diversos conceptos sobre las transformaciones tecnológicas que están arraigadas a los servicios nuevos que surgen en el mercado. (Freire, 2008) Afirma que:

En la sociedad contemporánea, gracias a la tecnología de la información y las comunicaciones, las organizaciones sociales adquieren nuevas tipologías (más abiertas y con mayor frecuencia de vínculos débiles) y escalas (tamaños de grupo mayores) abriendo posibilidades insospechadas de colaboración y producción colectiva. (p.585)

Al encontrarnos en una sociedad globalizada y de cambios, los seres humanos estamos inmersos en evoluciones en todo el aspecto de la vida, principalmente, la tecnología ha generado gran incremento de comunicaciones y cambios en el mundo, dentro del contexto de esta investigación, gracias al internet se han creado plataformas de promoción de servicios, que facilitan su introducción en un mercado nuevo, y asimismo en un futuro, el incremento de su rentabilidad.

El Internet ha revolucionado el consumo en todos los campos, tal es así que, para los emprendimientos de negocios, se debe tomar muy en cuenta el tener como mejor aliado al uso de la Tecnología. (Bayas Rojas, 2018)

Por lo anterior, es indispensable para las empresas, nuevas, sobre todo, que se formen parte del comercio electrónico, pues de esta manera, se brinda un servicio más fácil de obtener agilizando procesos de comercialización del producto o servicio.

Servicio de transporte

Transporte es el medio por el cual son trasladados datos, objetos o seres vivos de un lugar a otro. El transporte es importante porque facilita el movimiento de un conjunto de personas, bienes o mercancías al mismo tiempo de un lugar a otro. Además, el transporte ahorra tiempos de viaje y traslado si es gestionado de forma efectiva y eficiente. (Significados.com , 2013)

Servicio de renta de vehículos

La renta, arrendamiento o alquiler de vehículos es un acto jurídico mediante el cual el arrendador concede al arrendatario, persona natural o jurídica, el goce de un vehículo de transporte terrestre, sin conductor, para el uso particular del arrendatario, teniendo como contraprestación el pago en dinero de un valor pactado entre el arrendador y el arrendatario. (Tránsito, 2014)

Empresa automotriz

A nivel global, la importancia de la industria automotriz en las economías nacionales y su papel como propulsor para el desarrollo de otros sectores de alto valor agregado, han provocado que diversos países tengan como uno de sus principales objetivos el desarrollo y/o fortalecimiento de esta industria. (economía, 2012)

Amplia cartera de productos

El término corresponde al conjunto de productos que vende una determinada empresa, esta cartera está compuesta por una o varias líneas de productos. (Riquelme, 2018)

Para hacer más variado e interesante la adquisición de nuestros servicios, el cliente podrá elegir entre la gama de vehículos y además podrá optar por conducir un coche de combustión interna que sea automático o con cambios, se contará con diversos tipos de modelos de automóviles, entre autos, camionetas y furgonetas de marcas más reconocidas, a pesar de que esto aumente su valor adquisitivo, y como consecuencia de ello su precio final, los clientes se verán deslumbrados por el nivel de los productos y alta amplitud de la cartera de productos. (Landa, 2017)

Marco Conceptual

Alquiler: este término corresponde a la prestación de alguna cosa para hacer uso de ella por un tiempo y precio determinados. (Española, 2005)

Automóviles: es un medio de transporte, vehículo mecánico de propulsión propia destinado al transporte de personas, generalmente con cuatro ruedas y capacidad entre

una y nueve plazas y representa el medio de transporte más utilizado en la actualidad.
(El Chapista, 2019)

Implementación: es el uso de herramientas gerenciales y organizativas para alcanzar los resultados específicos estratégicos (Hrebiniack, 1984)

Mercado: grupo de personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad para gastarlo. (Stanton, 2007)

Rentabilidad: la definición más técnica y sencilla de rentabilidad es el resultado de dividir el “beneficio obtenido” entre el “capital invertido” y corresponde también a un indicador de rendimiento financiero de alguna entidad. (Moreno, 2018)

Investigación de mercado: es la sistemática y objetiva identificación, obtención, registro, análisis, presentación y distribución de datos e información acerca de una situación específica de mercadotecnia que enfrenta la empresa, con el propósito de mejorar la toma de decisiones para la solución de problemas y/o la identificación de oportunidades de mercadotecnia y agilizar los procesos rentables de un negocio.
(Thompson, 2016)

Marketing: el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios por medio de uso de estrategias creativas de promoción. (García, 2017)

Marketing de servicios: es la parte de la mercadotecnia que se encarga de comercializar y dar a conocer bienes intangibles para satisfacer las necesidades del nicho de mercado. (Peralta, 2017)

Marketing digital: se basa principalmente en difusión de las marcas, darles conocimiento, crear preferencia y aumentar las ventas empleando nuevos canales de mercadeo en el ciberespacio y en particular las redes sociales. (López, 2018)

Estrategias: es un conjunto de acciones planificadas, que son diseñadas para facilitar la toma de decisiones y orientadas a alcanzar un determinado resultado. (Porporatto, 2015)

Marco Legal

LEY DE COMPAÑIAS

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima; y, La compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

SECCION VI

DE LA COMPAÑIA ANONIMA

CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos. Art. 2.- La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: El derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización interculturalidad e inclusión a personas con discapacidad.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: La equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

Art. 3.- El Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

Art. 4.- Es obligación del Estado garantizar el derecho de las personas a ser educadas y capacitadas en materia de tránsito y seguridad vial, en su propia lengua y ámbito cultural. Para el efecto, el Ministerio del Sector de la Educación en coordinación con la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, desarrollarán los programas educativos en temas relacionados con la prevención y seguridad vial, principios, disposiciones y normas fundamentales que regulan el tránsito, su señalización considerando la realidad lingüística de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el uso de las vías públicas, de los medios de transporte terrestre y dispondrán su implementación obligatoria en todos los establecimientos de educación, Públicos y privados del país.

REQUISITOS PARA APERTURAR UNA EMPRESA DE ARRENDAMIENTO DE CARROS Y AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO PARA LAS COMPAÑÍAS DE RENTA, ARRENDAMIENTO O ALQUILER DE VEHÍCULOS

La renta, arrendamiento o alquiler de vehículos es un acto jurídico mediante el cual el arrendador concede al arrendatario, persona natural o jurídica, el goce de un vehículo de transporte terrestre, sin conductor, para el uso particular del arrendatario, teniendo como contraprestación el pago en dinero de un valor pactado entre el arrendador y el arrendatario.

REQUISITOS:

- Copia de la escritura de constitución jurídica de la compañía y último acto societario, debidamente inscritos en el Registro Mercantil del cantón correspondiente.
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil, el mismo que deberá encontrarse vigente.
- Copia simple y legible de la Cédula de Identidad o Ciudadanía vigente o Pasaporte del Representante legal.
- Copia simple legible de la Papeleta de Votación vigente.
- Copia de Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito vigente SOAT, de cada vehículo por el cual solicite la autorización. (Legible y a color).
- Copia certificada de la póliza de seguro del vehículo, que incluya Responsabilidad Civil contratada por cada unidad de servicio, con el fin de que en caso de accidente cubra el riesgo por pérdidas materiales propias y de terceros.
- Pago del impuesto predial del año que corresponda de dichos inmuebles de agencia principal y sucursales.
- Copia de contrato de arrendamiento o escrituras del lugar donde se encuentran sus instalaciones, debidamente legalizado.
- Copia del formato de contrato que otorga la compañía con opción de servicios, conjuntamente con el tarifario de servicios, acorde a disposiciones de la ANT.
- Uso de suelo, del lugar donde se encuentren sus instalaciones (matriz y sucursales).

Los requisitos deberán ser entregados y receptados únicamente con los formularios de solicitud para la autorización de funcionamiento.

Procedimiento:

- El usuario descarga el formulario en la página web de la ANT.
- El usuario con el respectivo formulario y requisitos completos ingresa el trámite en el área de Atención al Usuario únicamente en la ANT Matriz.
- El área de Atención al Usuario entrega la documentación en la Dirección de Títulos Habilitantes en el área de Renta de Vehículos.
- Se revisa, analiza y emite el informe respectivo para su negación o aprobación.

Tiempo estimado de entrega:

Las compañías de renta, arrendamiento o alquiler de vehículos que se encuentran actualmente en funcionamiento, tendrán un plazo de 180 días a partir de la emisión de la Resolución N. 085-DIR-2013-ANT de fecha 15 de mayo de 2013, para presentar toda la información y documentación necesaria para obtener la autorización de funcionamiento de la ANT.

Marco Ambiental

Contaminación ambiental

La contaminación del aire por los gases particulados liberados por estos vehículos, tanto particulares como de servicio público, los conductores hacen uso y abuso de claxon, sirenas y otras formas de producir el ruido, causando que la contaminación por este medio (el ruido) adquiera un asunto preocupante por su efecto en la salud y la conducta de los ciudadanos. (Cruz, 2007)

Desde hace varias décadas la contaminación del aire se ha asociado con ciertos efectos nocivos para la salud de las poblaciones. En 1948 los niveles extremadamente altos de contaminación del aire, se caracterizaron por elevados niveles de partículas, bióxido de azufre y mezclas. Por otra parte, los niveles de contaminación del aire no tan extremos también se han asociado con mortalidad prematura. Los análisis de datos procedentes de Londres han mostrado una asociación entre la mortalidad y un amplio rango de concentraciones de contaminantes, sin que exista evidencia de un umbral. La relación con partículas fue independiente de los niveles de bióxido de azufre, pero no viceversa. En otros países se han notificado hallazgos similares. (Marina Lacasaña-Navarro, Aguilar-Garduño, & M.C., 1999)

Contaminación por monóxido de carbono

El monóxido de carbono es un gas incoloro e inodoro que se forma por la combustión incompleta de material orgánico, en presencia deficitaria de oxígeno. Es considerado uno de los mayores contaminantes de la atmósfera terrestre, y uno de los mayores problemas ambientales de América Latina. Las principales fuentes productoras de este contaminante son los vehículos automotores que utilizan como combustible gasolina o diésel; los procesos industriales; los incendios forestales y urbanos y la incineración de materia orgánica. Los vehículos automotores y los procesos industriales son responsables de aproximadamente 80% de las emisiones de monóxido de carbono a la atmósfera. (Téllez, 2006)

Repercusiones en la salud

En las últimas décadas se reportan evidencias sobre la asociación entre los contaminantes atmosféricos y el incremento de las consultas de urgencias por enfermedades respiratorias.

Los estudios epidemiológicos demuestran que la exposición a diferentes contaminantes ambientales, incluso a niveles por debajo de las normas internacionales, se asocian con un incremento en la incidencia de asma, severidad en el deterioro de la función pulmonar, así como mayor gravedad en la presentación de las enfermedades respiratorias de niños y adolescentes. (Romero Placeres, 2006)

CAPITULO III

Marco Metodológico

Tipo de Investigación

Cuando se habla de la investigación descriptiva, nos referimos a la descripción valga la redundancia, de las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos, es decir tratar de representar una situación.

En el caso de esta investigación se realizó de tipo descriptiva ya que es frecuente que los gerentes de marketing necesiten determinar quién compra un producto, indagar el tamaño del mercado, identificar las acciones de sus competidores, las necesidades principales de sus consumidores, etc.

La investigación descriptiva se enfocó en las preguntas quién, qué, cuándo, dónde y cómo. A menudo la investigación descriptiva ayuda a mostrar el perfil de los segmentos de mercado. (William G. Zikmund., 2007)

Método de Investigación

Cuando se refiere al método deductivo, nos referimos a un método de investigación que va de lo general, a lo particular. (Gabrielsson, 2012)

En el caso de esta investigación, se comenzó estudiando el mercado de la ciudad de Portoviejo, puesto que, al ser la capital de Manabí, y no poseer aún una agencia con branding o poder de marca en la ciudad, se estudió a los individuos de esta ciudad, y así se conocieron los pro y contra de la implementación de esta agencia de alquiler de vehículos.

Técnicas de Investigación

Las técnicas que se utilizaron en la investigación fueron las entrevistas y las encuestas. La encuesta se aplicó directamente a los pobladores de la ciudad de Portoviejo, esta técnica es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

La entrevista se aplicó a expertos en el área del Marketing de Servicio y a directivos de agencias de renta de vehículos, dentro de las agencias más importantes tenemos:

- Travel Rentacar Centro
- Rentacar Paquita
- El patio rentacar

Los individuos que participaron en la encuesta representan principalmente los posibles consumidores del servicio de alquiler de vehículos (personal de empresas que necesiten constante movilización).

Las personas entrevistadas fueron:

- Ec. Leonardo Álava: Propietario del local Orlando Álava Rentacar, con 30 años de experiencia en el negocio.
- Ing. Carlos Macías: Propietario del local Rentacar Paquita, con 2 años de experiencia en el negocio.
- Ing. Luis Moreira: Propietario del local El patio rentacar, 5 años de experiencia en el negocio.

Universo de Investigación

La población en esta investigación es de 280029 habitantes del cantón Portoviejo, por fuentes del INEC del último censo realizado en el 2010.

Tamaño de Muestra

Para obtener la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

| |
|--------------------------------------|
| a = Tamaño de la Muestra |
| P.Q = Varianza media de la Población |
| N = Población o Universo |
| E = Error |
| Z = Nivel de Confiabilidad |

$$a = \frac{(Z)^2 P * Q * N}{(Z)^2 P * Q + e^2 N}$$

$$a = \frac{1.96^2 (0.50)(0.50)(280029)}{1.96^2 (0.50)(0.50) + (0.05)^2(280029)}$$

$$a = \frac{3.841(0.50)(0.50)(280029)}{3.841(0.50)(0.50) + (0.05)^2(280029)}$$

$$a = \frac{3.841(0.50)(0.50)(280029)}{3.841(0.50)(0.50) + 0.0025(280029)}$$

$$a = \frac{268398516}{7010329}$$

$$a = 383.63$$

a = El tamaño de la muestra es de 384

Método de Muestreo

En el presente trabajo se utilizó el método de muestreo aleatorio ya que se va a extraer de nuestra población total un número determinado de muestras, para poder obtener nuestro cálculo se aplicó la formula finita y luego para confirmar el resultado utilizamos la muestra ajustada con la población que tenemos y se procedió a obtener el mismo resultado.

Método de Análisis de datos cuantitativos

En análisis cuantitativo se da por medio de un proceso analítico de la información recolectada, se deben seguir lo siguiente:

- Medición
- Análisis de resultados
- Resultados objetivos
- Muestras amplias para producir resultados generalizados y válidos

Métodos de Análisis de datos cualitativos

En análisis cualitativo se da por medio de un proceso de categorización:

Objetivo: Indagar las necesidades de los consumidores finales respecto a la transportación y acoplarlas a los servicios de la agencia de alquiler de autos para satisfacer la necesidad del mercado.

Recolección de datos: por medio de entrevistas se procederá a obtener datos para luego ser tabulados y así, tener un apoyo y que sirvan como fundamento para la obtención del resultado final de esta investigación.

Contexto: individuos de la provincia de Manabí que cuenten con licencia de conducir, que deseen adquirir los servicios de una agencia de alquiler de automóviles.

CAPITULO IV

4. Informe final

4.1. Análisis de los resultados de la investigación

En base a las encuestas realizadas a 384 personas de la Ciudad de Portoviejo se obtuvo:

Pregunta 1: ¿Conoce usted sobre el servicio de alquiler de vehículos?

Tabla 1: Conocimiento sobre el servicio de alquiler de autos.

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| SI | 215 | 56% |
| NO | 43 | 11% |
| POCO | 126 | 33% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

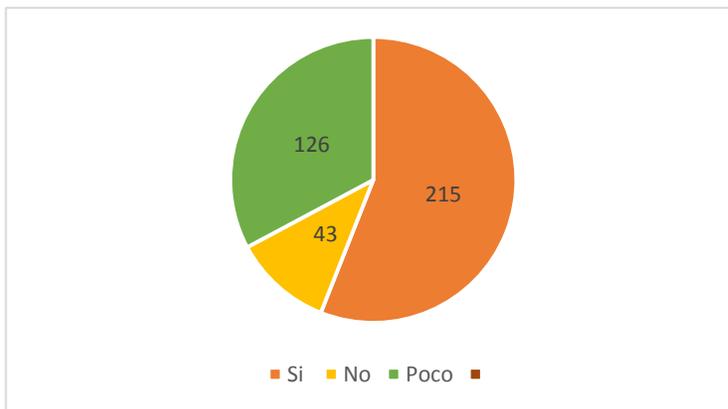


Figura 1: Gráfico de interpretación de datos

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

Análisis e Interpretación:

De las personas encuestadas dentro de las parroquias urbanas de la Ciudad de Portoviejo el 56% afirmó que si conocen del servicio de alquiler de vehículos. Sin embargo, el 11% de las personas encuestadas afirmó que no conocen de este servicio mientras el 33% conoce poco; por lo cual pudimos observar mediante la encuesta que la mayoría de los habitantes conocen del servicio de alquiler de vehículos.

Pregunta 2: ¿Considera este servicio útil según sus necesidades?

Tabla 2: Utilidad del servicio

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| SI | 302 | 79% |
| NO | 14 | 4% |
| POCO | 67 | 17% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

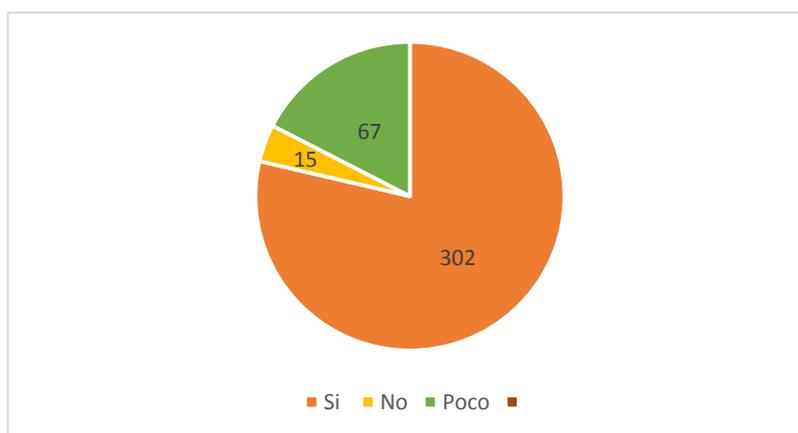


Figura 2: Gráfico de interpretación de datos

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

Análisis e Interpretación:

Dentro de la consideración del servicio el 79% le parece útil a la necesidad que brinda cada habitante, mientras el 17% considera poco útil y el 15% no lo considera necesario; ya que pudimos analizar que la mayoría de los habitantes lo consideran necesario para tener una comodidad en transportarse algún lugar de destino.

Pregunta 3: ¿Alguna vez ha hecho uso de este servicio?

Tabla 3: Uso del servicio

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| SI | 223 | 58% |
| NO | 67 | 17% |
| POCO | 94 | 25% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

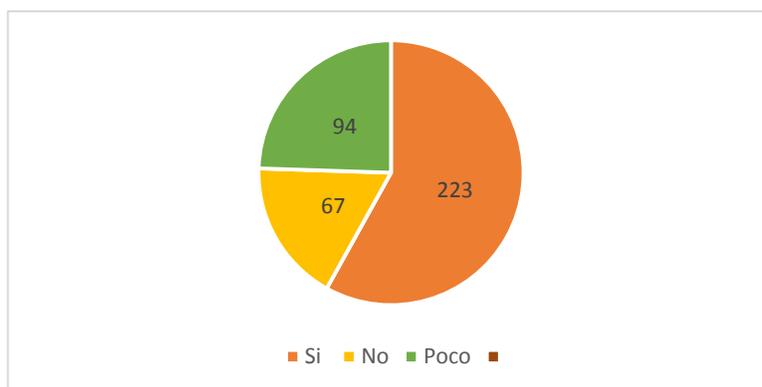


Figura 3: Gráfico de interpretación de datos

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

Análisis e Interpretación:

En la encuesta pudimos percatarnos que el 58% de la población si usa el servicio de alquiler de vehículo, mientras el 25% poco utiliza este servicio y el 17% no lo utiliza por ende nos pudimos dar cuenta que este servicio es muy útil para la población que no tiene vehículo para poderse trasportan con facilidad.

Pregunta 4: De las siguientes empresas de alquiler de vehículos, marque con una x cual usted conoce o ha hecho uso de sus servicios

Tabla 4: Empresas más utilizadas

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|-------------|
| Travel Rentacar Centro | 306 | 80% |
| El patio rentacar | 78 | 20% |
| Rentacar Paquita | 0 | 0% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

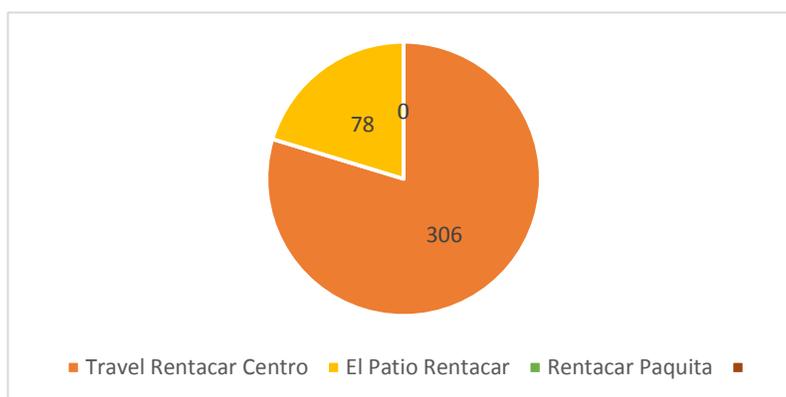


Figura 4: Gráfico de interpretación de datos

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

Análisis e Interpretación:

Alrededor del 80% de las personas encuestadas conocen la empresa TRAVEL RENTACAR CENTRO ya que tiene algunos años brindando sus servicios dentro de nuestra ciudad, mientras el 20% conoce el PATIO RENTACAR ya que tiene poco tiempo en el campo laboral y el 0% no conoce la empresa RENTACAR PAQUITA.

Pregunta 5: ¿Usa este servicio de forma regular?

Tabla 5: Uso de servicio

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| SI | 312 | 81% |
| NO | 72 | 19% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

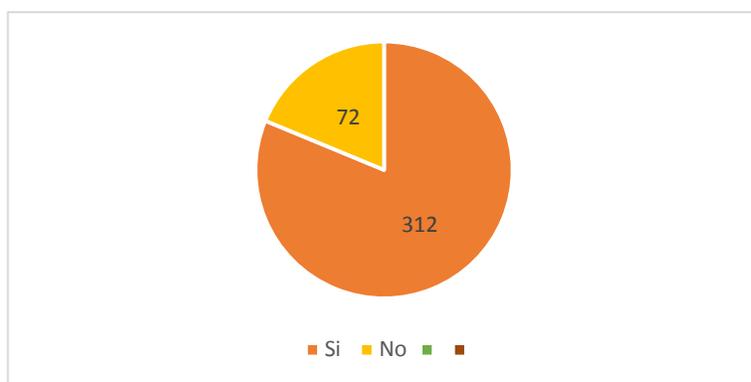


Figura 5: Gráfico de interpretación de datos

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio.

Análisis e Interpretación:

Realizando las encuestas a los habitantes de las parroquias de la ciudad de Portoviejo pudimos darnos cuenta que el 81% si usa de forma regular el servicio de alquiler de vehículos, mientras el 19% no usa este servicio.

Pregunta 6: Califique el servicio de las agencias de alquiler de vehículos en la ciudad de Portoviejo

Tabla 6: Calificación de servicios

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| Excelente | 204 | 55% |
| Muy bueno | 180 | 47% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Regular | 0 | 0% |
| Pésimo | 0 | 0% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio.

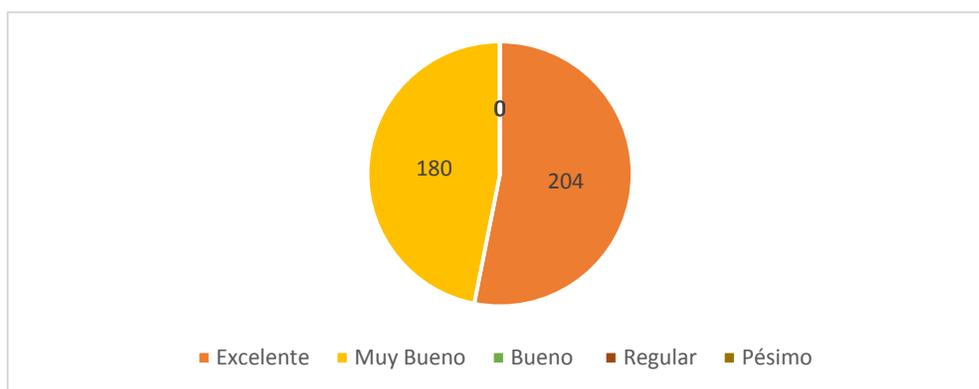


Figura 6: Gráfico de interpretación de datos.

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio.

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada el 53% califico como excelente el servicio de las agencias de alquiler de vehículo, mientras 47% califico como muy bueno.

Pregunta 7: ¿Cuáles son las características o factores que considera importante al momento de adquirir el servicio de alquiler de vehículos?

Tabla 7: Características o factores de una agencia de alquiler de vehículos

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Precio | 133 | 35% |
| Garantía | 119 | 31% |
| Modelo de vehículo | 32 | 8% |
| Formas de contrato | 46 | 12% |
| Tiempo de servicio | 54 | 14% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

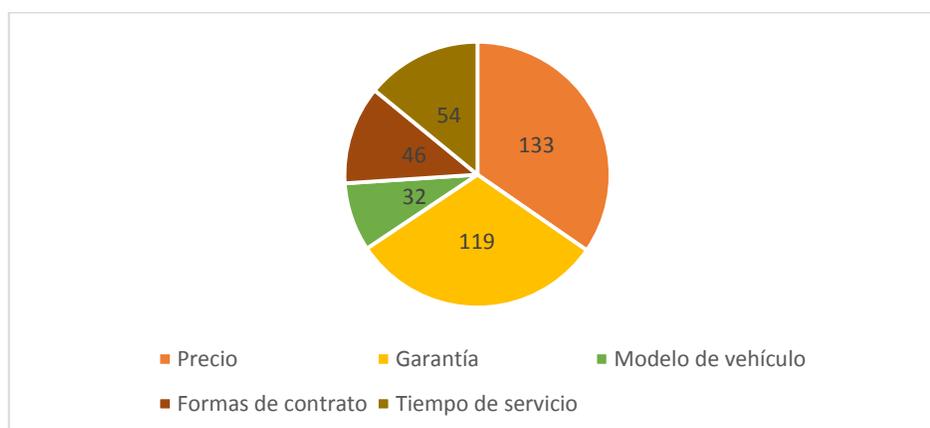


Figura 7: Gráfico de interpretación de datos.

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

Análisis e interpretación:

La población encuestada indicó que el 35% considera el precio antes de alquilar un vehículo, mientras el 31% las garantías que piden cada empresa para poder realizar el alquiler, el 14% tiempo de servicio ya que en algunas empresas solo brindan este

servicio por pocos días, 12% formas de contrato por lo que hay cláusulas muy estrictas y por último 8% modelo de vehículo ya que dependiendo del modelo es el valor del alquiler.

Pregunta 8: ¿Cree usted que sería rentable la apertura de una nueva agencia de alquiler de vehículos en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 8: Rentabilidad del negocio

| Consideraciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| Si | 204 | 57% |
| No | 180 | 43% |
| TOTAL | 384 | 100% |

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio

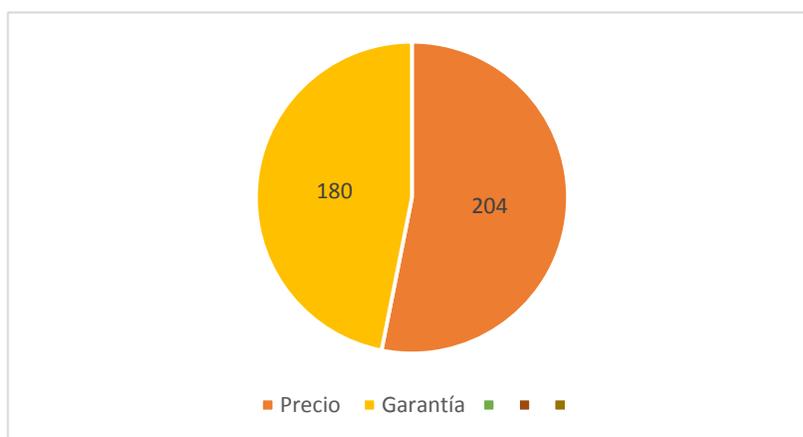


Figura 8: Gráfico de interpretación de datos.

Elaborado por: Diego Oquendo Villavicencio.

Análisis e interpretación:

Alrededor del 57% considera rentable este tipo de empresa en la actualidad, mientras el 43% no considera rentable por lo que ya existen algunas empresas brindando este servicio.

Por otra parte, se pretende contrastar la información recolectada con otras herramientas de investigación, para ello, se realizarán entrevistas abiertas, mismas que permitirán conocer otros datos relevantes con respecto a las encuestas realizadas.

Las entrevistas fueron realizadas a tres personas con grados académicos de cuarto nivel, específicamente especializados en ingeniería comercial (Ing. Carlos Macías), (Ing. Luis Moreira) y economista vinculado en el área (Ec. Leonardo Álava) quienes dieron a conocer los aspectos más relevantes a partir de una serie de preguntas



establecidas:

Se le realizó la entrevista al Economista relacionado en el área comercial **Leonardo Álava**, propietario de un local de arrendamiento de vehículos en la ciudad de Portoviejo.

1. ¿Qué le motivo a usted aperturar este negocio?

Necesitaba invertir un dinero que había recibido y vi conveniente en aperturar este negocio debido al crecimiento y la gran acogida de este servicio.

2. ¿Qué tipo de modelo utiliza, y cuál es el costo?

Tiene una gran variedad de lo que es auto y camionetas, a gasolina y a diésel. Los precios varían depende del auto.

El precio más económico es de \$55 por las 24 horas un auto como lo es el Sail y Aveo, luego hay precios de \$60, \$70, \$80, \$90 que son autos también pero mejor equipados y de año más actual. Y de \$ 100 y \$120 q es el precio más alto es de una Dimax 2019 a Diesel de excelente estado.

3. ¿Cuáles son las cláusulas que maneja en el contrato de servicio?

Una de las cláusulas que tenemos en mi negocio son:

Referencia personal

Rol de pago

RUC o RISE

Copia de cédula a color

Copia de certificado de votación a color

Copia de licencia de conducir a color

Un recibo de servicio básico

Dirección domiciliaria

\$150 garantía (la garantía se devuelve 8 días laborables después de entregado el vehículo, por cuestiones de tránsito)

4. Considera usted que este servicio cumple con la demanda actual de
transportación en la ciudad de Portoviejo

Creo que sí, aunque como todo negocio hay temporadas buenas y malas. Comenta que es un negocio muy rentable q pasando el tiempo deben de ir actualizando y mejorando el servicio.

5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que ha detectado en este tipo de negocios?

VENTAJAS: Que Manabí es un lugar turístico y atrae a gente de otras partes:

Cercanía de playas

Cartera de clientes ya fija

Negocio rentable para el futuro

DESVENTAJAS: Mala economía del país, temporadas bajas.

Clientes irresponsables.

Competencia ilegal

6. ¿Cuál fue la inversión inicial en su negocio, y con cuantos carros empezó?

El negocio lo empezó hace 30 años con un solo carro que era propio, y en la actualidad tiene 11 que también son propios y los alquilas todos y le hacen falta en temporadas buenas como carnavales y fin de año.

7. ¿Qué estrategia de publicidad y promoción aplica en su negocio?

Para la publicidad usa las redes sociales que son Facebook y WhatsApp. Y también medios tradicionales como la radio. Y a sus clientes fijos cuando le alquilan por más de 2 días le regala algunas horitas de más.

Se le realizó la entrevista al Ingeniero relacionado en el área comercial **Carlos Macías**, propietario de un local de arrendamiento de vehículos en la ciudad de Portoviejo.



1. ¿Qué le motivo a usted aperturar este negocio?

Necesitaba junto a mi esposa invertir un dinero que hemos ahorrado durante años para poder tener un negocio estable y rendidor.

2. ¿Qué tipo de modelo utiliza, y cuál es el costo?

Tenemos solo vehículos pequeños ya que tenemos poco tiempo en el comercio.

El precio más económico es de \$25 por las 8 horas un auto como lo es el Aveo, luego hay precios de \$50 y \$60 que son autos también pero mejor equipados y de año más actual.

3. ¿Cuáles son las cláusulas que maneja en el contrato de servicio?

Una de las cláusulas que tenemos en mi negocio son:

Referencia comercial

Copia de cédula a color

Copia de certificado de votación a color

Un recibo de servicio básico

\$100 garantía (la garantía se devuelve 5 días laborables después de entregado el vehículo, por cuestiones de tránsito)

4. Considera usted que este servicio cumple con la demanda actual de
transportación en la ciudad de Portoviejo

Creo que sí, aunque como todo negocio hay temporadas buenas y malas. Pero hasta ahora ha sido muy rentable ya que hay muchos clientes que no tienen la facilidad de tener su propio vehículo.

5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que ha detectado en este tipo de negocios?

VENTAJAS: Nuestro país tiene muchos lugares turísticos y por ello nuestros clientes a veces no solo viajan a lugares de la Costa sino también de la Sierra y Oriente.

DESVENTAJAS: En la actualidad nuestro país cuenta con poca fluidez de dinero.

6. ¿Cuál fue la inversión inicial en su negocio, y con cuantos carros empezó?

El negocio lo empezó hace 2 años con un solo carro que era propio, y en la actualidad tiene 6 que también son propios y los alquilas todos y le hacen falta en temporadas.

7. ¿Qué estrategia de publicidad y promoción aplica en su negocio?

Para la publicidad usa las redes sociales que son Facebook y WhatsApp.



Se le realizó la entrevista al Ingeniero relacionado en el área comercial **Luis Moreira**, propietario de un local de arrendamiento de vehículos en la ciudad de Portoviejo.

1. ¿Qué le motivo a usted aperturar este negocio?

Me arriesgue a invertir este dinero porque mis hijos se fueron a estudiar al exterior y yo necesitaba tener un ingreso extra para poder seguir a delante.

2. ¿Qué tipo de modelo utiliza, y cuál es el costo?

Tenemos solo vehículos pequeños, medianos y grandes ya que tenemos algunos años en el comercio.

El precio más económico es de \$40 por las 24 horas un auto como lo es el Sail, luego hay precios de \$70 y \$80 que son autos con más horas de alquiler, mientras los carros más grandes están en \$90 a \$100.

3. ¿Cuáles son las cláusulas que maneja en el contrato de servicio?

Una de las cláusulas que tenemos en mi negocio son:

Referencia comercial

Copia de licencia de conducir a color

Un recibo de servicio básico

\$130 garantía (la garantía se devuelve el día que se entrega el vehículo)

4. Considera usted que este servicio cumple con la demanda actual de transportación en la ciudad de Portoviejo

Creo que sí, aunque como todo negocio hay temporadas buenas y malas.

5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que ha detectado en este tipo de negocios?

VENTAJAS: Manabí es tiene muchos lugares turísticos.

DESVENTAJAS: En la actualidad hay mucho desempleo por ende no hay mucho dinero.

6. ¿Cuál fue la inversión inicial en su negocio, y con cuantos carros empezó?

El negocio lo empezó hace 5 años con un solo carro que era propio, y en la actualidad tiene 8 que también son propios y los alquilas todos y le hacen falta en temporadas.

7. ¿Qué estrategia de publicidad y promoción aplica en su negocio?

Para la publicidad usamos la radio y la publicidad en el periódico.

4.2. Discusión de resultados

Referente a los resultados obtenidos mediante las encuestas se ha determinado que el 56% de la población en la ciudad de Portoviejo conoce sobre las agencias de alquiler de vehículo, también se determinó que, de estos, el 81% utiliza este servicio de manera regular, lo que aumenta las posibilidades de integrar el servicio de la agencia de alquiler de vehículos. Por otro lado, en los últimos años han aumentado los niveles de competencia en esta línea de servicios de alquiler de vehículos.

Otro de los resultados más relevantes fue que dentro de las características principales que buscan los consumidores, el 35% reflejaba importancia al precio y el 31% a la garantía, mostraron gran interés en la garantía puesto a que esta va en relación al momento del retorno del vehículo y del estado en que este sea devuelto.

Es importante tomar en cuenta la competitividad del mercado y buscar la manera de la implementación de algún valor agregado al servicio para lograr diferenciación respecto a la competencia, principalmente contar con precios módicos que permitan a la población de diferentes economías acceder al servicio.

Finalmente, los encuestados manifestaron que independientemente de la competencia estarían dispuestos a probar el servicio, siempre y cuando la calidad del mismo la amerite y sobre todo si existen buenas promociones.

4.3. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos de la investigación, la observación y la información obtenida en el análisis de mercado para la implementación de una agencia de alquiler de vehículos en la ciudad de Portoviejo, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Dentro del entorno competitivo de agencias de alquiler de vehículos, se necesita buscar variedades de servicios para ganar participación de mercado.
- Posterior a un estudio del mercado, se concluye que, mediante una buena presentación y calidad, caracterizada por colocar valor agregado dentro del servicio, se fortalecería el proceso de comercialización del servicio.

- Una de las principales herramientas de marketing es el conocimiento del servicio para promocionar por redes sociales y atraer la atención de los posibles usuarios.

4.4. Planteamiento de soluciones

- **Identificar los problemas de la implementación de la agencia de alquiler de vehículos**

A partir de la investigación desarrollada anteriormente, se procederá a elaborar una propuesta, misma que permitirá centrarse en la implementación de la agencia de alquiler de vehículos, buscando estrategias que permitan a comerciantes de este rubro, fortalecer las ventas.

Se conoce por el nivel de competitividad en el mercado, que las agencias de vehículo ocupan una gran parte del mercado a nivel de la provincia, representando a una gran preparación respecto a este servicio, sin embargo, existe una gran carencia respecto a la implementación de herramientas de marketing que favorezcan al desarrollo de estas agencias.

Se debe identificar a la competencia más representativa, y de la misma manera buscar clientes potenciales.

- **Determinar la demanda y oferta del servicio de alquiler de vehículos en Portoviejo**

Las estrategias propuestas como resultado del estudio están orientadas a innovar en diferentes aspectos del marketing de servicios en el caso de esta investigación de alquiler de vehículos, buscando tener una alta calidad en los vehículos y brindándoles pertinentes revisiones para evitar daños en los vehículos y reducir las fallas del servicio.

Brindar servicios y combos especiales a empresas, para establecer convenios a empresas que requieran de movilización continua de su personal, brindándoles seguridad y buen servicio.

REFERENCIAS

auto, C. b. (2018). *Conceptos básicos sobre el alquiler de auto*. Obtenido de <http://www.comprarboletosdeavion.com/conceptos-basicos-sobre-el-alquiler-de-autos/>

Avis. (2019). Obtenido de <https://www.avis.com/es/locations/ec/manta>

Bayas Rojas, M. A. (2018). *PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA EXPRESS RENTA CAR (Bachelor's thesis, Quito)*. Obtenido de <http://157.100.241.244/bitstream/47000/1706/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2018-036.pdf>

Cerrolaza, M. M. (2011). *Vlex*. Obtenido de <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/importancia-arrendamiento-automoviles-180120>

Cruz, E. S. (2007). Contaminación sonora por ruido vehicular en la avenida Javier Prado. *Industrial Data*, 11-15.

El Chapista, C. y. (2019). *Elchapista.com*. Obtenido de http://www.elchapista.com/informacion_automoviles.html

Española, D. d. (2005). *WordReference.com*. Obtenido de [WordReference.com: https://www.wordreference.com/definicion/alquiler](https://www.wordreference.com/definicion/alquiler)

Freire, J. (2008). Redes sociales: ¿modelos organizativos o servicios digitales?. *El profesional de la información*, 17(6), 585-588. Obtenido de [El profesional de la información:](http://www.profesionaldeinformacion.com)

https://www.researchgate.net/profile/Juan_Freire2/publication/250197097_Nets_sociales_modelos_organizativos_o_servicios_digitales/links/5beb2b44299bf1124fd0e029/Redes-sociales-modelos-organizativos-o-servicios-digitales.pdf

Gabrielsson, S. (2012). *Métodos para enseñar la gramática española como una lengua extranjera-Un análisis cualitativo de los métodos deductivo, inductivo y aprender haciendo*. Obtenido de <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=2341608&fileOId=2362725>

García, A. (2017). *Marketing Zaragoza*. Obtenido de Marketing Zaragoza: <https://marketingzaragoza.es/definicion-marketing/>

Guzmán. (2012). *Estadística poblacional. Técnicas de muestreo*. México D.F.: Editorial Trillas.

Hrebiniack, L. y. (1984). *Implementing Strategy, New York*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/30041809.pdf>

Landa, P. A. (29 de Junio de 2017). *CONSTITUCIÓN Y VIABILIDAD DE UNA EMPRESA DE AUTOMÓVILES*. Obtenido de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/24840/TFG_Abaunza.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, O. B. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 7(2), 39-56. Obtenido de

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-EstrategiasDeMarketingDigitalPorMedioDeRedesSocial-6553438.pdf

Marina Lacasaña-Navarro, L., Aguilar-Garduño, C., & M.C., I. R. (1999). *Salud pública de México*. Obtenido de https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S0036-36341999000300008&script=sci_arttext&tlng=en

Medina, I. G. (2011). Marketing digital multimedia: nuevos formatos y tendencias. *Revista Géminis*, 2(2), 37-45.

Mesquita, R. (23 de julio de 2018). *Blog*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Moreno, D. (14 de Marzo de 2018). *Finanza para mortales*. Obtenido de Finanza para mortales: <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>

Peralta, E. O. (18 de Diciembre de 2017). *El diario*. Obtenido de El diario: <https://eldiariony.com/2017/12/18/que-es-el-marketing-de-servicios/>

Porporatto, M. (7 de Julio de 2015). *Que significado* . Obtenido de <https://quesignificado.com/estrategia/>

Riquelme, M. (20 de Diciembre de 2018). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/cartera-de-productos/>

Romero Placeres, M. D. (2006). La contaminación del aire: su repercusión como problema de salud. . *Revista cubana de higiene y epidemiologia*, 44(2), 0-0.

Stanton, E. y. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Distrito Federal: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Téllez, J. &. (2006). Contaminación por monóxido de carbono: un problema de salud ambiental. *Revista de salud pública*, 108-117. Obtenido de https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S0124-00642006000100010&script=sci_arttext&tlng=en

Thompson, I. (2016). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>

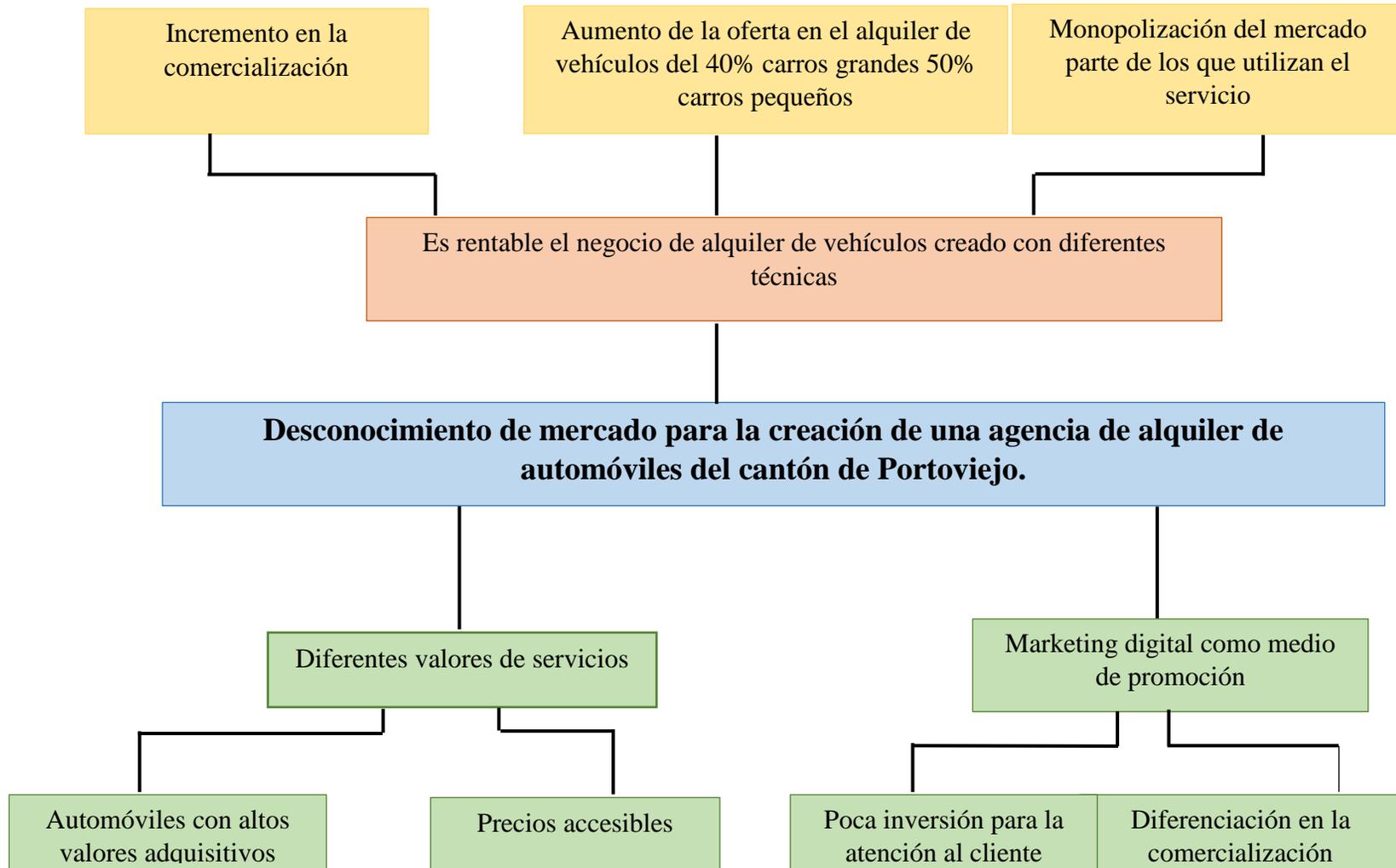
Viloria Cedeño, N. (2012). *Gestión Turística*. Obtenido de DESARROLLO TURÍSTICO Y SU RELACIÓN CON EL TRANSPORTE: <http://revistas.uach.cl/index.php/gestur/article/view/1763>

William G. Zikmund., B. J. (2007). *Investigación de mercados*. South-Western.

APÉNDICES

Apéndice B

ÁRBOL DE PROBLEMA.



Apéndice C



UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE MARKETING

ENCUESTA.

La presente encuesta servirá como herramienta para un trabajo de investigación académica y tiene la finalidad de analizar el mercado de la ciudad para la implementación de un negocio de alquiler de vehículos. Será de uso exclusivo para los estudiantes que realizan la investigación.

RESPONSABLE: Diego Miguel Oquendo Villavicencio.

OBJETIVO GENERAL: Investigación de mercado para la creación de una agencia de alquiler de automóviles de la ciudad de Portoviejo.

DATOS DEL ENCUESTADO:

Género:

Femenino_____

Masculino_____

Edad:

De 18 a 30 años_____ De 31 a 50 años _____ De 51 a 70 años_____

1. ¿Conoce usted sobre el servicio de alquiler de vehículos?

SI _____ NO _____ POCO _____

2. ¿Considera este servicio útil según sus necesidades?

SI _____ NO _____ POCO _____

3. ¿Alguna vez ha hecho uso de este servicio?

SI ___ NO ___ POCO___

4. ¿Usaría este servicio de forma regular?

SI ___ NO ___

5. ¿Cree que hay buenas agencias de alquiler de vehículos en la ciudad?

SI ___ NO ___

6. ¿Cree que sería rentable la apertura de una nueva agencia de alquiler de vehículos en la ciudad?

SI ___ NO ___

Apéndice D



UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE MARKETING

ENTREVISTA.

La presente entrevista será utilizada con fines académicos, con la finalidad de analizar el mercado de la ciudad de Portoviejo para la implementación de un negocio de alquiler de vehículos.

RESPONSABLE: Diego Miguel Oquendo Villavicencio

OBJETIVO GENERAL: Analizar el mercado de la ciudad de Portoviejo para la implementación de un negocio de alquiler de vehículos.

DATOS DEL ENTREVISTADO:

Nombres: _____ **Cargo:** _____

- 1. ¿Qué le motivo a usted a aperturar este negocio?**
- 2. ¿Qué tipo de modelo utiliza, y cuál es el costo?**
- 3. ¿Cuáles son las cláusulas que maneja en el contrato de servicio?**
- 4. Considera usted que este servicio cumple con la demanda actual de transportación en la ciudad de Portoviejo**
- 5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que ha detectado en este tipo de negocios?**

- 6. ¿Cuál fue la inversión inicial en su negocio, y con cuantos carros empezó?**

- 7. ¿Qué estrategia de publicidad y promoción aplica en su negocio?**

Apéndice E

IMÁGENES DE LA ENCUESTA REALIZADA



Apéndice F

IMÁGENES DE LA ENTREVISTA REALIZADA



Ec. Leonardo Álava



IMÁGENES DE LA ENTREVISTA REALIZADA



Ing. Carlos Macías

