



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE MARKETING**

**TEMA:**

**Las Estrategias Comunicacionales Empleadas por las Empresas de Alquiler de Automóviles en la Ciudad de Guayaquil.**

**AUTORA:**

**Cajo Saldarriaga, Zully Katuska**

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención  
del grado de INGENIERO EN MARKETING**

**REVISOR**

**Moreira García, Juan Arturo**

**Guayaquil, Ecuador  
15 de septiembre del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE MARKETING**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Cajo Saldarriaga Zully Katuska**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

**REVISOR**

f. \_\_\_\_\_  
**Moreira García, Juan Arturo**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.**

**Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE MARKETING**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Cajo Saldarriaga, Zully Katuska**

**DECLARO QUE:**

El componente práctico del examen complejo: **Las Estrategias Comunicacionales Empleadas por las Empresas de Alquiler de Automóviles en la Ciudad de Guayaquil**. Previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021**

**AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

  
**Cajo Saldarriaga, Zully Katuska**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE MARKETING**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Cajo Saldarriaga, Zully Katuska**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo: Las Estrategias Comunicacionales Empleadas por las Empresas de Alquiler de Automóviles en la Ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_  
**Cajo Saldarriaga, Zully Katuska**

# REPORTE DE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, the browser address bar shows the URL: [secure.orkund.com/olq/view/106910410-290188-256395fqTbKLvayto7VUSrOTM/LTMMTseLTIWYMggFAA==](https://secure.orkund.com/olq/view/106910410-290188-256395fqTbKLvayto7VUSrOTM/LTMMTseLTIWYMggFAA==). The page header includes the URKUND logo and a user profile for Juan Arturo Moreira García. The main content area is divided into two sections: document metadata and a list of sources.

**Document Metadata:**

- Documento: [Las Estrategias Comunicacionales Enlazadas por las Empresas de Alover de Avanzadas en la Ciudad de Guayaquil.docx \(0112204426\)](#)
- Presentado: 2021-09-01 18:10 (06:00)
- Presentado por: Juan Arturo Moreira García (juan.moreira02@cu.ucsg.edu.ec)
- Recibido: juan.moreira02.ucsg@analysis.orkund.com

**Source List:**

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	<a href="http://201.159.221.188/bitstream/1317/16051/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-613.pdf">http://201.159.221.188/bitstream/1317/16051/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-613.pdf</a>
	<a href="http://repositorio.ucsp.edu.ec/bitstream/2017/21363/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-DM-221.pdf">http://repositorio.ucsp.edu.ec/bitstream/2017/21363/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-DM-221.pdf</a>
	<a href="http://repositorio.ucsp.edu.ec/bitstream/2017/21363/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-651.pdf">http://repositorio.ucsp.edu.ec/bitstream/2017/21363/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-651.pdf</a>
	<a href="http://201.159.221.188/bitstream/1317/16076/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-DM-147.pdf">http://201.159.221.188/bitstream/1317/16076/1/T-UCSG-PRE-ESP-DM-DM-147.pdf</a>
	<a href="https://docplayer.es/50015924-Facultad-de-Ejecutivos-emerciales-carerra-de-...">https://docplayer.es/50015924-Facultad-de-Ejecutivos-emerciales-carerra-de-...</a>

**Document Content:**

la Ciudad de Guayaquil.

AUTORA: Cajo Saldarriaga, Zully Katuska

Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del grado de INGENIERO EN MARKETING

REVISOR:

Moreira García, Juan Arturo

Guayaquil, Ecuador 28 de agosto del 2021

INCLUDEPICTURE

"http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/59/Logo\_UCSG.svg/2900px-Logo\_UCSG.svg.png" ! MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE

"http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/59/Logo\_UCSG.svg/2900px-Logo\_UCSG.svg.png" ! MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE

"http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/59/Logo\_UCSG.svg/2900px-Logo\_UCSG.svg.png" ! MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE

"http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/59/Logo\_UCSG.svg/2900px-Logo\_UCSG.svg.png" ! MERGEFORMATINET

## AGRADECIMIENTO

Querido Dios, gracias por darme tu amor, bondad, salud y sabiduría para permitirme finalizar este trabajo de titulación que ha sido una gran bendición y que gracias a ti cumplí una meta más en mi vida.

Querido Emerson, la ayuda que me has brindado ha sido muy importante, gracias por esas palabras de aliento y motivación, por tu amor incondicional y mucha paciencia. No fue sencillo culminar con éxito este proyecto de mi vida, sin embargo siempre estuviste a mi lado y depositaste tu confianza en mí. Porque me ayudaste incluso más de lo que llegué a pensar. Mi pareja de toda la vida ¡gracias!

Querido Cesar, has trabajado duro toda tu vida siempre con el propósito de darnos lo mejor, gracias por la educación que me diste, por los valores y hábitos que nos enseñaste, gracias por lo que soy y como soy, por el apoyo incondicional. Fuiste parte de esta meta desde que inicié y hoy te agradezco por creer en mí, por decirme que te sientes orgulloso, aunque para mí es un orgullo decirte padre. Este logro es gracias a ti, ¡este es nuestro logro!

Querida Isabella, espero que cuando estés grande puedas ver este agradecimiento, varias veces fuiste mi imán de motivación con un beso, un abrazo y un te amo para seguir en la lucha. Gracias hija por ser parte de mí y por tanto amor verdadero que me das.

## **DEDICATORIA**

Dedico cada día y noche que realicé este trabajo a Dios. Su presencia en cada oración permitió que finalizara este ensayo.



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f.

\_\_\_\_\_  
**Juan Arturo Moreira García,**  
REVISOR

f.

\_\_\_\_\_  
**Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.**  
DIRECTORA DE CARRERA

f.

\_\_\_\_\_  
**Ing. Jaime Samaniego López, PhD.**  
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



# ÌNDICE

1. Introducción .....	2
2. Problemática .....	4
3. Justificación .....	5
4. Marco Teórico.....	5
5. Análisis del Macroentorno .....	8
5.1. Político-Legal.....	8
5.2. Económico .....	10
5.3. Social / Cultural .....	11
5.4. Tecnológico.....	11
5.5. Análisis PEST .....	12
6. Análisis del Microentorno.....	13
6.1. Cinco Fuerzas de Porter .....	13
6.1.1. Poder de negociación de los clientes.....	13
6.1.2. Poder de negociación de los proveedores .....	14
6.1.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores .....	14
6.1.4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos. ....	15
6.1.5. Rivalidad dentro de la industria .....	16
6.2. Conclusiones de Microentorno .....	17
7. Investigación de Mercado .....	17
7.1. Objetivos .....	17
7.1.1. Objetivo General.....	17
7.1.2. Objetivos Específicos.....	18
7.2. Diseño Investigativo .....	18
7.2.1. Tipo de Investigación.....	18
7.2.2. Fuente de Información .....	18
7.2.3. Tipo de Datos .....	19
7.2.4. Herramienta Investigativa .....	19
7.2.6. Guía de preguntas.....	19
7.3. Resultados Investigación Fuentes Primarias .....	20
7.4. Resultados Investigación Fuentes Secundarias .....	25
8. Conclusiones .....	36
9. Recomendaciones .....	38
REFERENCIAS.....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Búsqueda alquiler de autos Guayaquil - SEM.....	25
Figura 2. Búsqueda alquiler de autos Guayaquil - SEO.....	26
Figura 3. Figura 1. Búsqueda descuentos de alquiler de autos Guayaquil - SEM.....	27
Figura 4. Figura 1. Búsqueda descuentos de alquiler de autos Guayaquil - SEO .....	28
Figura 5. Página principal Avis .....	29
Figura 6. Página principal Europcar .....	30
Figura 7. Servicio personalizado al escoger el vehículo, Europcar .....	31
Figura 8. Página principal Budget.....	31
Figura 9. Primer paso para reservar un auto .....	32
Figura 10. Segundo paso para reservar un auto.....	32
Figura 11. Tercer paso para reservar un auto .....	33
Figura 12. Cuarto paso para reservar un auto.....	34
Figura 13. Quinto paso para reservar un auto .....	34
Figura 14. Instagram Avis .....	35
Figura 15. Instagram Europcar .....	35
Figura 16. Instagram Budget.....	36
Figura 17. Infografía de conclusiones de estrategias comunicacionales.....	37

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis PEST de la industria de alquiler de autos. ....	12
Tabla 2. Poder de negociación de los clientes.....	13
Tabla 3. Poder de negociación de los proveedores .....	14
Tabla 4. Amenaza de entrada de nuevos competidores .....	14
Tabla 5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos. ....	15
Tabla 6. Rivalidad dentro de la industria.....	16
Tabla 7. Periodo de ventas de 2010 hasta 2014.....	16

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis sobre las estrategias comunicacionales que tienen las empresas de alquiler de autos en la ciudad de Guayaquil, con el fin de validar cuáles son los tipos de comunicación que más usan las empresas en la actualidad.

El alquiler de autos es un negocio que permite rentar un carro por un tiempo determinado cumpliendo ciertos requisitos para transportarse de forma independiente y segura. Es por eso que se hará un análisis del macro-entorno y micro-entorno de la industria de alquiler de autos, cuál es la participación de mercado, cuál es el público objetivo, cómo llegan al consumidor o clientes potenciales y cómo afectó el Covid 19 a este mercado.

Al finalizar el trabajo se conocerá cuáles son las estrategias comunicacionales que más utilizan las empresas en la nueva normalidad, entre ellas están: publicidad pagada, relaciones públicas, marketing directo, marketing digital y merchandising.

**Palabras Claves:** Estrategias comunicacionales, publicidad, internet, Redes sociales, alquiler de autos.

## **ABSTRACT**

The objective of this work is to carry out an analysis of the communication strategies that car rental companies have in the city of Guayaquil, in order to validate which are the types of communication that companies use the most today.

Car rental is a business that allows you to move independently and safely in the city or in the country. That is why an analysis will be made of the macro-environment and micro-environment of the car rental industry, what is the market share, what is the target audience, how they reach the consumer or potential customers and how Covid 19 affected to this market.

At the end of the work, it will be known which communication strategies are most used by companies in the new normal, among them are: paid advertising, public relations, direct marketing, digital marketing and merchandising.

**Keywords:** Communication strategies, advertising, internet, Social networks, rental car

## 1. Introducción

Un suceso económico particular se ha evidenciado en el sector automotriz del país en los últimos dos años en el sector de ventas, la demanda ha ido en caída considerablemente hasta en un 45%. Según cifras proporcionadas en un reportaje elaborado en el mes de septiembre por El Universo (2020), en el Ecuador, a la fecha 88.523 vehículos fueron vendidos, mientras que en el mismo periodo del año siguiente, solo un poco más de 48 mil. Este acontecimiento ha generado un impacto desalentador económico en territorio nacional que necesita ser analizado.

Para comprender este fenómeno se tomará en cuenta el siguiente hallazgo estadístico brindado por el diario El Universo (2020): *“La pandemia del coronavirus frenó a raya las ventas del sector automotor. Si al inicio de año el sector ya había previsto una baja del 10 % en las ventas por el desempleo, la falta de circulante y la contracción de la economía, el COVID-19 vino a complicar más la situación”*. Esto demuestra que el sector automotriz ya venía con una tendencia a la baja y junto con la declaración de emergencia sanitaria en territorio nacional; el inminente resultado fue una decadencia mayor en sus ventas. La Industria Automotriz - CINAIE (2021) muestra que la relación de los vehículos ensamblados entre finales del 2020 e inicios del 2021 se ha perdido seis puntos de participación en el mercado. Esto quiere decir que en el año pasado la participación de los vehículos ecuatorianos solo fue de un 11%.

Conforme a lo antes mencionado adquirir un vehículo propio actualmente no es posible por dos factores, el primero por las restricciones impuestas a causa de la pandemia del coronavirus COVID-19, y el segundo por la baja economía en la que se encuentra actualmente el país. Según el reportaje previamente mencionado, *“Esto se debe a que los meses de marzo, abril y mayo hubo un descenso considerable de las ventas.”* No obstante, los ecuatorianos pueden no estar comprando carros sino más bien alquilándolos.

Para brindar una mejor y clara información sobre esta hipótesis, se tendrá como muestra lo que indica el diario Portafolio (2020), *“Son más los hogares que son conscientes de la mala inversión que representa para sus finanzas comprar un carro, ya que para nadie es un secreto que un automóvil devenga gastos de impuestos, seguros, mantenimiento y pierde valor con el paso del tiempo.”* Así que, es mucho más rentable para muchas familias evitar ciertos gastos y ven como una opción más económica la renta de autos.

Actualmente, el sistema de alquiler o renta de auto ha crecido en el mercado de Latinoamérica como Brasil, México, Chile, Argentina, Perú, Guatemala y Ecuador. La revista Portafolio (2020) expone que la modalidad actual de renta de vehículos brinda la opción de estrenar con un contrato de arrendamiento el cual no eleva su capacidad de endeudamiento ni afecta impuestos tributarios vehiculares. Adicionalmente, Portafolio asegura que esta modalidad de adquisición *“incluye todos los gastos de impuestos, seguros, llantas y mantenimiento, que muchas veces es el dolor de cabeza de conductores y dueños de automóviles”*.

Como referencia, la empresa Motorexpress de Guayaquil se encuentra en una etapa de crecimiento. Se puede observar, según datos históricos de la empresa tuvo un crecimiento paulatino de marzo del 2019 a diciembre del 2019 de 10%, de Enero del 2020 a Febrero del 2020 de 3% y de marzo 2020 a septiembre 2020 del 25%; es preciso indicar que los meses de cuarentena, debido a las restricciones vehiculares, Motorexpress vio una oportunidad en el mercado con los profesionales de primera línea (médicos y policías) que tuvieron la necesidad de movilizarse obligatoriamente, por lo que se incurrió en la emisión de salvoconductos autorizados por la Comisión de Tránsito del Ecuador (CTE), para que ellos puedan llevar a cabo todas sus actividades y esto ayudó a que la empresa tuviera un incremento mayor al del año anterior.

## 2. Problemática.

El diario El Comercio (2011), indica que el mercado de renta de autos cada día crece y que la demanda aumenta. Entre el 70% y 80% de los autos de las empresas están contratadas cada semana, en el país se encuentran registradas legalmente más de 50 empresas en el negocio; la más conocidas son las siguientes: Avis, Budget, Carmax, Car Drive, Ecu Car, Kayak, Despegar.com y Rentalcars.

En el mercado existe también la renta de autos informales, con tarifas más bajas pero sin la cobertura de seguros y mantenimiento. Estos están ubicados normalmente en las calles con letreros indicando “Alquiler de auto \$25 por día” también por medio de anuncios en medios comunicación o internet, a los alrededores de los aeropuertos y terminales del país. (El Comercio, 2011)

El 60% del mercado de renta de autos está dirigido al mercado corporativo que tiene como objetivo movilizar a ejecutivos y directivos de empresas, puesto que esto permite reducir gastos en la compra de un auto y el flujo de caja diario. *“Las empresas ya no tienen necesidad de comprar vehículos y gastan grandes cantidades de dinero. Ahora con un pago mensual tiene a su disposición carros de último modelo”* (El Comercio, 2011)

La temporada más dinámica del sector inicia en diciembre y termina en marzo, según estadísticas del diario El telégrafo (2020), la demanda en Fin de año y carnaval crece hasta un 140%, a diferencia del feriado de semana santa donde la demanda baja en la costa. Los clientes que más demandan este servicio son personas que vienen de otras provincias, turistas extranjeros, ejecutivos y ecuatorianos residentes en Estados Unidos y Europa que visitan el país. Su principal factor es la comodidad, seguida de la seguridad e independencia al momento de moverse. (El Telégrafo, 2020)



### **3. Justificación**

Los precios de alquiler de auto varían de acuerdo a la temporada o fechas en el año, como por ejemplo: Carmax Renta Car, ofrece precios desde \$40 por día en un modelo de Chevrolet Aveo. Los precios varían de acuerdo al tipo, marca y modelo del vehículo. Empresas de alquiler de autos comentan que el alquiler no puede ser por un solo día porque descuadra todo el inventario de autos y su trabajo. La empresa Reval Renta Car ofrece paquetes desde \$250 por cuatro días en feriado con un modelo de carro: Kia Río 2019. Los precios de alquiler de autos varían de acuerdo a la cantidad de días a alquilar y modelo de carro, Los días normales tienden a tener precios más bajos. (El Telégrafo, 2020)

Dentro de los medios de comunicación que se han encontrado en esta primera parte de la investigación son: los anuncios publicitarios, internet, redes sociales, páginas web oficiales y plataformas de alquiler de autos o Marketplace. Se realizará una investigación para indagar cuáles son las estrategias comunicacionales que tienen las empresas de la ciudad de Guayaquil referente al alquiler de vehículos adaptadas a los nuevos requerimientos del público objetivo estando en esta “nueva normalidad”.

### **4. Marco Teórico**

Dentro del Marco teórico se va a identificar los conceptos básicos del marketing, estrategias de marketing con un enfoque a las estrategias comunicacionales.

Según Kotler & Armstrong, el marketing es: *“un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros”* (2003, pág. 5)

Otro concepto que ofrece Scharch Kirberg, *“el marketing es un elemento clave para ayudar a encontrar, crear, validar, desarrollar, construir, ofrecer y vender nuevos productos o servicios, en organizaciones establecidas o nuevas empresas”* (2016, pág.10)

En base a estos dos conceptos se da a entender que el marketing es un conjunto de herramientas de análisis, estudio de mercado, publicidad y ventas con el fin de desarrollar un impacto en el mercado referente a una marca o empresa.

Para dar un mejor enfoque del marketing se tomará en cuenta Las 4P y 4C.

**Producto / Cliente:** Producto o servicio de una marca o empresa. En el marketing actual está concentrado en la necesidad del cliente, es decir ya no se crea cualquier producto para vender, este debe satisfacer realmente la necesidad del cliente. (Sivera Bello, 2011)

**Precio / Costo:** Valor del producto o servicio al momento de comprar. En el marketing actual el costo se refiere al esfuerzo que tiene el consumidor al momento de adquirir el producto o servicio, si el costo del producto va de acuerdo a sus necesidades. (Sivera Bello, 2011)

**Plaza / Conveniencia:** Lugar donde se adquiere el producto o servicio. En el marketing actual es establecer un sistema de distribución más accesible y cómodo para el consumidor al momento de obtener su producto o servicio. (Sivera Bello, 2011)

**Promoción / Comunicación:** Canales que utiliza la empresa para dar a conocer su producto o servicio. En el marketing actual es una comunicación en relación a lo que desea el consumidor, atraer al consumidor según su necesidad. (Sivera Bello, 2011)

Los especialistas en Marketing presentaron el concepto de que las 4p deberían estar precedidas por un pensamiento estratégico STP: Segmentación, definición de cliente objetivo (targeting) y posicionamiento.

## **Segmentación**

Según Philip Kotler y Gary Armstrong (2008), *“La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más*

*pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores”*

Procedimiento de dividir un mercado en varios subconjuntos de consumidores. Que tienen necesidades y características similares, esto permite escoger uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante estrategias de marketing. (Schiffman & Lazar Kanuk, 2005, pág. 50)

### **Posicionamiento:**

Según Philip Kotler (2003) y Equipo Vértice (2008), el posicionamiento tiene como objetivo ser diferenciado y reconocido en la mente del consumidor. Esto inicia con un producto: mercancía, servicio, empresa, institución o una persona. El posicionamiento no es lo que hace el “producto” es lo que hace en la mente del prospecto, consumidor o público objetivo.

### **Estrategias comunicacionales.**

Existen 5 modos de comunicación principales: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo. La publicidad: Es cualquier forma pagada, no personal, de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador que se identifica. Promoción de ventas: Conjunto variado de herramientas e incentivos a corto plazo o en un tiempo determinado, para estimular la prueba o compra del producto o servicio. Relaciones Públicas: Abarcan diversos programas diseñados para promover o proteger la imagen de una empresa, marca, producto o servicio. (Kotler, 2003)

Para Kotler y Armstrong (2003), el marketing directo "consiste en las conexiones directas con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, a fin de obtener una respuesta inmediata y de cultivar relaciones duraderas con los clientes"

## **Estrategias SEO y SEM**

*Search Engine Optimization* (SEO) es una optimización de motor de búsqueda, mientras más genere contenido las empresas en internet más probable es que aparezca dentro de las primeras apariciones. Es decir, optimizar el motor de búsqueda, generando contenidos. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)

*Search Engine Marketing* (SEM) Es marketing en el motor de búsqueda, el cuál pagas a google para que te ponga en los primeros lugares al momento de buscar, cuando aparece la palabra ANUNCIO es porque la empresa pagó para ser parte de los primeros que aparecen. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)

### **5. Análisis del Macroentorno**

#### **5.1. Político-Legal**

La siguiente información se basa en un artículo brindado por la revista Líderes (2013), en el que indica cuales son los requisitos que debe tener una empresa para el servicio de renta de vehículos.

**Actividad:** La renta o alquiler de vehículo es un acto jurídico entre el arrendador y el arrendatario (sea persona natural o jurídica) en el que el arrendatario paga un costo monetario al arrendador por el uso de un carro sin conductor por tiempo determinado.

#### **¿Quiénes pueden ofrecer este servicio?**

Toda empresa que desee obtener dinero realizando esta actividad. El empresario debe pagar en la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) USD 27 por la especie única de título habilitante de transporte terrestre.

#### **Requisitos**

- Ningún auto en renta debe exceder los cinco años de antigüedad

- Para ser reconocida por la ANT, la compañía deberá disponer con una flota conformada por mínimo cinco vehículos de su propiedad.

### **Formularios:**

Son tres formularios que se deben presentar en la ANT antes de abrir el negocio de alquiler de vehículos.

- El primer formulario es una solicitud de permiso
- El segundo es una solicitud para la aprobación del primero.
- El tercero, el listado de vehículos y solicitud de permiso de funcionamiento.

(Se pueden descargar en la página [www.ant.gob.ec](http://www.ant.gob.ec))

### **El trámite**

- Los vehículos en alquiler deben pasar por una supervisión técnica
- Los requisitos deben ser entregados junto con los formularios de solicitud ante la ANT.
- Se deben presentar los tres formularios junto con las copias de la escritura de constitución jurídica de la compañía, el seguro obligatorio de accidentes de tránsito de cada vehículo, el formato del contrato que otorga la compañía a sus clientes, el tarifario de servicios, acorde a disposiciones de la ANT, entre otros.

### **Las prohibiciones.**

- Las empresas de renta de vehículos no pueden prestar servicios de manera directa en el traslado de personas o mercaderías.
- Los vehículos en alquiler pueden ser utilizados en el traslado de personas únicamente por personas naturales o jurídicas que los renten sin que estos cobren por el transporte.

Tampoco es permitido realizar transporte de servicio público o comercial

En caso de incumplir con esta disposición existen sanciones.

### **Los requisitos para que un cliente pueda alquilar un vehículo son los siguientes:**

Ser mayor de edad, tener cédula de ciudadanía o pasaporte (para extranjeros), licencia vigente y una garantía con tarjeta de crédito de un valor entre \$500 a \$1500 dólares, esto es por cualquier daño, multas de tránsito o accidente. Adicionalmente los vehículos cuentan con un sistema de rastreo en todo el país. (El Telégrafo, 2020)

Por lo general el arrendamiento de vehículo incluye: mantenimientos preventivos y correctivos predecibles, matrícula, seguro, y unas firmas ofrecen dispositivo de telemática que entrega informes completos y en línea sobre el uso del carro. (El Universo, 2021)

### **5.2. Económico**

Según datos brindados por el Diario el Universo (2021), Corporación Favorita, Corporación El rosados y las empresas relacionadas al sector de agricultura, ganadería y pesca son las que más generaron ventas. El sector de la salud y asistencia social también se vieron beneficiadas por motivos del COVID -19, Suministro de energía eléctrica en un 4 %; actividades financieras y de seguros en un 2 %; y agricultura, ganadería y pesca en un 1 %, con respecto al año anterior. Mientras que los sectores más golpeados fueron los de la hotelería y servicios de comida (-36%), entretenimiento y recreación (-34%), construcción (-20%), educación (-18%), transporte (-17%).

En Ecuador, alrededor de 480 empresas usan el modelo de renting (alquiler de vehículos) para fines de turismo o corporativos. Este negocio comenzó a tomar fuerza desde el 2008, cuando aparecieron firmas o empresas internacionales. El negocio de alquiler de vehículos entre el 2010 y 2019 tuvo un crecimiento promedio anual del 10% en el país. La ventas entre los meses de enero y mayo en el año 2019 fueron aproximadamente de \$123'000.000.00, en el 2020 de \$100'000.000.00 y en el año 2021 de \$67'000.000.00. Debido a la situación económica actual y por motivo de la pandemia estas ventas se vieron afectadas,

pero a pesar de ello las empresas han encontrado en el modelo de renting una alternativa que les permite generar ahorros y aportes en la generación de valor liberando recursos financieros destinados a inversiones relacionadas con su giro de negocio. (El Universo, 2021)

### **5.3. Social / Cultural**

Según reporte en el diario El Portafolio (2020), el uso de autos particulares es parte de la nueva normalidad, debido a que existe en las personas el miedo a contagiarse por usar transporte público. Es por ello que se observa una ventaja para las empresas que se encuentran en el mercado de alquiler de carros y carsharing, en especial para fin de año.

Información brindada por el Portal de Turismo (2021), *“El Gobierno de Ecuador dio inicio a la campaña de vacunación en el sector del turismo”*. Esto beneficiará a 35.000 en Ecuador siendo 15.0000 en Guayaquil servidores turísticos y transporte turístico con el fin de reactivar la económica en el sector de turismo y transporte que se vio afectado por motivos de COVID-19.

### **5.4. Tecnológico.**

Hoy en día la mayor parte de las empresas se da a conocer por medio del internet, redes sociales y muchas veces lo hacen a través de un teléfono celular. Datos indican que en Ecuador existen 11,7 millones (57,3%) de usuarios de internet en enero de 2021 y que además desde el 2020 en el país existen 14,00 millones de usuarios que cuentan con redes sociales que es aproximadamente un 78,8% del total. En el 2021 la cantidad de conexiones móviles equivale al 77,8% de la población total. (El Telégrafo, 2021)

Esto permite a las empresas hacer uso de esta tecnología (internet) y llegar más rápido, directo y económico al público deseado. La mayor parte de las empresas de alquiler de autos

cuentan con sistema de rastreo satelital a nivel nacional que va de la mano del uso de internet, puesto que trabajan con carros últimos modelos de máximo 5 años de antigüedad.

Los autos que tienen Global Positioning System o Sistema de Posicionamiento Global (GPS) permite conocer su ubicación en tiempo real por medio de un rastreo satelital y de esta forma tener conocimiento de donde se encuentra el carro al momento de que las empresas de alquiler de autos ofrecen el servicio. Actualmente los carros de último modelo o con antigüedad de 5 años (que es lo permitido para estas empresas) ya cuentan con ese sistema incorporado, como por ejemplo General Motors que incluye un sistema conocido como OnStar, que ofrece los servicios de: tecnología GPS, bloqueo de encendido de motor, desaceleración de vehículos robados, información al dueño directo del carro cuando encienden el motor, reporte de robo de batería del carro, etc. (El Universal, 2017)

## 5.5. Análisis PEST

Tabla 1.

*Análisis PEST de la industria de alquiler de autos*

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ningún auto en renta debe exceder los cinco años de antigüedad</li> </ul>
<b>P</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para ser reconocida por la ANT, la compañía deberá disponer con una flota conformada por mínimo cinco vehículos de su propiedad</li> </ul>
<b>E</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las empresas han encontrado en el modelo de Renting una alternativa que les permite generar ahorros y aportes en la generación de valor liberando recursos financieros destinados a inversiones relacionadas con su giro de negocio.</li> </ul>
<b>S</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El uso de vehículos particulares es una realidad que crece en tiempos de pandemia, debido al temor generalizado que existe entre las personas de contagiarse por utilizar otros medios como el transporte público</li> </ul>
<b>T</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de rastreo satelital a nivel nacional con Internet</li> <li>• Los modelos de autos tienen un máximo de 5 años de antigüedad.</li> </ul>



## **Análisis del Microentorno**

### **5.6. Cinco Fuerzas de Porter**

Para analizar el impacto de cada una de las FUERZAS DE PORTER, se realizará un análisis con las variables más relevantes que afecten a la industria de alquiler de autos en el mercado ecuatoriano, estas deberán ser ponderadas del 1 al 5, donde 1 es el valor con menor puntuación y 5 el de mayor.

#### **5.6.1. Poder de negociación de los clientes**

*Tabla 2.*

*Poder de negociación de los clientes*

<b>ÁREAS A ANALIZAR</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
SENSIBILIDAD AL PRECIO					x
VARIEDAD DE OFERTAS EN EL MERCADO					x

Para analizar este punto se va a considerar la información tomada de una Tesis de la Universidad de Guayaquil (2017), *“Los factores que influyen en la decisión de compra o para el alquiler de vehículos son: el precio, el servicio, el posicionamiento de la marca tanto local e internacional, el tiempo en el mercado, y los modelos de los vehículos. La sensibilidad del precio en la industria afecta porque los precios son comparados con los valores que se ofertan en otros países que son más económicos.”*

El alquiler de vehículos está dirigido para cualquier persona que desee trasladarse o movilizarse en su ciudad o para viajes dentro del país. Las empresas ofrecen todo tipo de vehículos y modelos, desde Vehículo Utilitario Deportivo (SUV), Todoterrenos, furgonetas, sedanes, camionetas, hasta vehículos de alta gama. Solo deben ser mayores de edad, tener licencia de conducir vigente y tarjeta de crédito. La mayoría de las empresas ofrecen un servicio de asistencia de 24 horas por cualquier anomalía con el auto, las reservan las pueden hacer vía

internet, WhatsApp o presencial. Todos los autos son de última tecnología ya que es parte del requisito para tener una empresa de alquiler de auto. (El Diario, 2021)

### 5.6.2. Poder de negociación de los proveedores

Tabla 3.

*Poder de negociación de los proveedores*

ÁREAS A ANALIZAR	1	2	3	4	5
# DE PROVEEDORES				x	
DISPONIBILIDAD					x

La compra de vehículos requiere una elevada inversión, los vehículos tienen un impuesto que puede llegar hasta el 35% y estos deben estar registrados a nombre de la empresa. Por motivo de la pandemia y la baja de la economía en el país, adquirir un auto es muy costoso incluso para las empresas de alquiler de auto. Un reporte en Coches.com & Ramos Penabad (2021), indica que la materia prima y el transporte se han encarecido y eso causa que el precio de los autos aumenten, las ventas se vieron un poco salvadas gracias al auge de los coches de alquiler tras un año y medio de cifras bajas. En Julio del 2021 el aumento de costo de un auto se produce prácticamente en todos los modelos y segmentos.

### 5.6.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Tabla 4.

*Amenaza de entrada de nuevos competidores*

ÁREAS A ANALIZAR	1	2	3	4	5
INVERSIÓN O CAPACIDAD INSTALADA	x				
POLÍTICAS SECTOR			x		
TECNOLOGÍA					x
NORMA Y REGULACIONES REQUERIDAS				x	

Ecuador es uno de los países con más alto porcentaje de emprendedores entre los 18 y 45 años, con un porcentaje entre los 36% y 40%. Sin embargo, más del 70% no llegan a los 2 años de haberla creada y muchas de ellas son informales. El costo mínimo para iniciar un negocio llega a \$1.629,5. (La Hora, 2021)

#### 5.6.4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Tabla 5.

*Amenaza de ingreso de productos sustitutos.*

ÁREAS A ANALIZAR	1	2	3	4	5
# PRODUCTOS SUSTITUTOS					x
PRECIOS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS					x

Dentro de los productos sustitutos que se puede observar son los servicios de taxis informales como Uber y Didi.

Uber es una de las empresas que lleva en Ecuador 3 años y a pesar de varias políticas, normas y regulaciones en el país, se ha visto en la pandemia un registro de 150.000 personas adicionales. Es por eso que crearon nuevos servicios para sus clientes estos son:

- Uber Pass, que es un producto de suscripción que cuesta \$7 por mes, donde el usuario recibe descuentos en viajes y Ubereats.
- Uber Promo, que ofrece en determinadas horas tarifas más bajas;
- Uberx, con autos más amplios para llevar compras
- Uber Planet, donde el usuario puede compensar su huella de carbono con un pequeño monto adicional para la compra de bonos ambientales.

(El Universo, 2021)

La empresa Didi es nueva en el mercado ecuatoriano y como inicio ofrece variedad de promociones y costos. El Universo (2021) indica: *“La plataforma desarrollará actividades para aportar al desarrollo de zonas de comercio de la ciudad, así como facilitar los*

*desplazamientos de grupos prioritarios en el contexto de la coyuntura sanitaria. A nivel global manejan: taxi, exprés, bicicletas compartidas, envíos, alquiler y uso de vehículos, entre otras.”*

### 5.6.5. Rivalidad dentro de la industria

Tabla 6.

*Rivalidad dentro de la industria*

ÁREAS A ANALIZAR	1	2	3	4	5
# DE COMPETIDORES					x
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO					x

Datos tomados de la Universidad de Guayaquil (2017), se puede observar la rivalidad que tienen las empresas en el mercado de alquiler de autos, se tomará en cuenta las 3 principales: Avis con 22 años en la industria llega a Ecuador en el 2009, maneja 2300 vehículos en sus 11 establecimientos y abarca el 74% de participación en el mercado. Budget con 34 años en la industria, en Ecuador posee 7 establecimientos y tiene un 11% de participación en el mercado. Europcar lleva en la industria 23 años, 6 establecimientos en Ecuador y 4% de participación en el mercado.

Avis es la empresa con mayor venta en el mercado ecuatoriano, según datos estadísticos la empresa vendió en el año 2014 \$29.382.006 y como segunda posicionada en el mercado es Budget con ventas en el 2014 de \$4217858. (Universidad de Guayaquil, 2017)

Tabla 7.

*Periodo de ventas de 2010 hasta 2014*

AÑO	AVIS		BUDGET		LOCALIZA	
	Ventas	Variación	Ventas	Variación	Ventas	Variación
2010	\$16.860.000	27,72%	\$3.571.581	No hay datos 2009	\$ 393.324	64,5%
2011	\$15.210.000	-9,79%	\$3.197.036	-10,49%	\$ 1.168.838	197,00%
2012	\$20.222.476	32,96%	\$4.291.146	34,22%	\$ 1.559.436	33,00%
2013	\$23.924.360	18,31%	\$3.895.553	-9,22%	\$ 1.480.759	-5,00%
2014	\$29.382.006	22,81%	\$4.217.858	8,27%	\$ 1.131.446	-24,00%

*Nota: Universidad de Guayaquil, 2017*

## **5.7. Conclusiones de Microentorno**

Se puede evidenciar que el alquiler de autos es un negocio que ha ido creciendo con el pasar de los años, a pesar de la baja economía que tuvieron las empresas por motivos de la pandemia este mercado logró y se encuentra aún en la lucha por recuperar las ventas.

Las ventajas que brindan estas empresas es la comodidad para transportarse ya sea dentro o fuera de su ciudad, con precios que varían de acuerdo al modelo de carro que desea rentar, también brindan una seguridad en el proceso de compra, tecnología en sus autos y seguros de alto riesgo. Su objetivo es que este servicio no sea solo para turistas extranjeros sino también para los habitantes de la ciudad que lo usen como un medio de transporte diario, sin la necesidad de comprar un auto.

La empresa que más venta tiene y con mayor participación de mercado es Avis y los productos sustitutos que se encuentran son Uber y Didi, ofreciendo un servicio similar pero con la diferencia que tienen una persona que lo transporte y el costo de la movilización es por el tiempo o distanciamiento, ellos no manejan un contrato de alquiler, su negocio es netamente por una plataforma que también ofrecen alquiler de autos por varios días y diferentes tipos de carros.

## **6. Investigación de Mercado**

### **6.1. Objetivos**

#### **6.1.1. Objetivo General**

Conocer las Estrategias comunicacionales empleadas por las empresas de alquiler de automóviles en la Ciudad de Guayaquil.

### **6.1.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los tipos de estrategias comunicacionales que usan las empresas de alquiler de auto
- Analizar el motivo de uso de cada estrategia comunicacional para el alquiler de autos.
- Conocer el costo de acuerdo a la estrategia comunicacional que usan las empresas de alquiler.

## **6.2. Diseño Investigativo**

### **6.2.1. Tipo de Investigación**

**Exploratoria:** Mediante la investigación exploratoria se realizará el levantamiento de información con el objetivo de explorar, sondear y descubrir las estrategias comunicacionales que tienen las empresas de alquiler de autos en la ciudad de Guayaquil.

### **6.2.2. Fuente de Información**

Para el presente ensayo se tomará en cuenta las 2 técnicas de estudio de mercado siendo las fuentes primarias y secundarias, logrando obtener de estos; información que permita averiguar un poco más acerca de las estrategias comunicacionales que tiene la industria de alquiler de autos en la ciudad de Guayaquil.

**Primaria:** Descubrir las estrategias comunicacionales que usan las empresas de alquiler de autos para dar a conocer sus servicios y marca.

**Secundaria:** Como medios de información secundaria se recaudará información establecida en periódicos, revistas, artículos, páginas de internet. Esta información ya se encuentra levantada y esto permitirá hacer un análisis del macroentorno.

### **6.2.3. Tipo de Datos**

**Cualitativo:** Adquirir información de los expertos del mercado de alquiler de autos para conocer las distintas estrategias y tipos de comunicación que utilizan actualmente en la ciudad de Guayaquil.

### **6.2.4. Herramienta Investigativa**

**Herramienta Cualitativa:** Entrevista a profundidad, para conocer más a fondo las opiniones y percepciones que tienen las empresas en la ciudad de Guayaquil.

### **6.2.5. Perfil de aplicación (Para Inv. Cualitativa).**

Con el apoyo de la empresa MotorXpress de la ciudad de Guayaquil; tres colaboradores realizarán la entrevista siendo ellos del área comercial y administrativa.

### **6.2.6. Guía de preguntas**

NOMBRE:

CARGO:

Entrevista para conocer las estrategias comunicacionales empleadas por las empresas de alquiler de automóviles en la ciudad de Guayaquil.

¿Qué hacen actualmente como estrategia de comunicación para sus clientes finales y potenciales?

¿Qué herramientas de comunicación utilizan actualmente?

¿Qué relaciones públicas realizan? ejemplo: ferias de vehículos

¿En qué periodo del año realizan?

¿Qué hacen de publicidad? (tv, revista, diarios, prensa escritas) (publicidad exterior)

¿En qué periodo del año lo realizan?

¿Qué hacen como fuerza de ventas?

¿Tienen vendedores / ejecutivos de ventas?

¿Realizan llamadas telefónicas para ventas?

¿Hacen promociones de ventas?

¿Tipo de promociones de ventas?

¿Tienen promociones especiales y en temporadas específicas?

¿Cuáles son las épocas de ventas más altas y más bajas en el año?

¿Realizan marketing directo?

¿Qué actividades realizan en Redes sociales?

¿Qué actividades realizan WhatsApp Marketing?

¿Qué actividades realizan telemarketing?

¿Qué actividades realizan en correos electrónicos?

¿Realizan merchandising?

Manejan: habladores, cenefas, rollup

Lugar donde lo ubican

Utilizan: Folletos o material publicitario impreso

### **6.3. Resultados Investigación Fuentes Primarias**

#### **ENTREVISTADO 1:**

**Jorge Arreaga / Dpto: Comercial**

#### **1. ¿Qué hacen actualmente como estrategia de comunicación para sus clientes finales y potenciales?**

Como estrategia de comunicación, utilizamos mailing. Debido a la situación actual, es costoso para la empresa captar un nuevo cliente por lo que optamos por fidelizar a nuestra cartera de clientes, otorgándoles cupones de descuentos, recordándoles fechas especiales como fecha de cumpleaños etc., a través de correos electrónicos.



**2. ¿Qué herramientas de comunicación utilizan actualmente?**

Digital

**3. ¿Qué relaciones públicas realizan?**

Si realizamos una feria, por lo general la realizamos cada aniversario de la empresa, y es donde exponemos nuevos modelos que se incorporan a la empresa o las modificaciones que se les hacen a los vehículos. Por ejemplo, el año 2019 se realizó una pequeña feria donde se invitó a toda la cartera de clientes y amigos para que conozcan los servicios que ofrecemos más el plus que se le puede agregar a un vehículo, es decir si un cliente desea un vehículo, pero necesita que ese vehículo cuente con audio extra, se le coloca el audio; o si el cliente prefiere una silla de bebe, se le facilita la silla.

**4. ¿Qué hacen de publicidad? (tv, revista, diarios, prensa escritas)**

No realizamos este tipo de publicidad.

**5. ¿Qué hacen como fuerza de ventas?**

Por temas de pandemia, se realizan únicamente llamadas telefónicas, no hay vendedores.

**6. ¿Hacen promociones de ventas?**

Si se realizan promociones. A través de cupones, y estos descuentos son otorgados por el monto de dinero que hace el cliente. Incentivamos a que vuelva a alquilar el vehículo.

**7. ¿Cuáles son las épocas de ventas más altas y más bajas en el año?**

Las más altas en diciembre a abril. El resto se denomina baja.

**8. ¿Realizan marketing directo?**

Si realizamos, se realizan pautas en redes sociales.

**9. ¿Realizan merchandising?**

No maneja

## **ENTREVISTADO 2:**

**Fabian Martinez / Dpto: Comercial**

- 1. ¿Qué hacen actualmente como estrategia de comunicación para sus clientes finales y potenciales?**

Normalmente la empresa suele usar estrategia de mail. Sin embargo, siempre estamos en busca de clientes corporativos o tratar de ofrecer un servicio de exclusividad. Ej: Cuando hubo restricciones vehiculares, se ofreció expreso para los médicos de clínicas privadas.

- 2. ¿Qué herramientas de comunicación utilizan actualmente?**

Netamente digital

- 3. ¿Qué relaciones públicas realizan?**

Año a año se realiza feria de aniversario, que es para dar a conocer los servicios que ofrecemos. Su aforo es mínimo, porque la empresa tiene corto tiempo en el mercado y justo coincide con la pandemia.

- 4. ¿Qué hacen de publicidad? (tv, revista, diarios, prensa escritas) (publicidad exterior)**

No manejamos, es costoso.

- 5. ¿Qué hacen como fuerza de ventas?**

Fuerza de ventas ya no hay, la pandemia hizo que la empresa tenga un recorte de personal y actualmente se ve afectada por lo acontecido.

- 6. ¿Hacen promociones de ventas?**

Cupones por medio de correo electrónico. A un cliente que cumpla años, se le otorga un descuento en el valor diario de alquiler.

- 7. ¿Cuáles son las épocas de ventas más altas y más bajas en el año?**

Los fines de semana y feriados son las más altas.

- 8. ¿Realizan marketing directo?**

Tratamos de impulsar mucho a través de redes sociales, pautas, comunicación vía WhatsApp.

**a. ¿Qué actividades realizan en Redes sociales?**

Se realizan sorteos en redes sociales.

**b. ¿Qué actividades realizan WhatsApp Marketing?**

Se mantiene un feedback con el cliente por medio de WhatsApp

**c. ¿Qué actividades realizan telemarketing?**

Llamadas ofreciendo los productos y descuentos.

**d. ¿Qué actividades realizan en correos electrónicos?**

Mailing

**9. ¿Realizan merchandising?**

No manejamos

**ENTREVISTADO 3:**

**Rubén González / Dpto: Administrativo**

**1. ¿Qué hacen actualmente como estrategia de comunicación para sus clientes finales y potenciales?**

La empresa ahora se enfoca en mantener su cartera de clientes, ya que resulta más económico y traer uno nuevo, motivo por el cual su estrategia es fidelización de esa cartera de clientes.

**2. ¿Qué herramientas de comunicación utilizan actualmente?**

La empresa usa medios digitales (redes sociales) para dar a conocer las actividades, aniversarios, días de descuento, información relevante.

**3. ¿Qué relaciones públicas realizan?**

El evento más importante es la feria anual de aniversario de la empresa.

**4. ¿Qué hacen de publicidad? (tv, revista, diarios, prensa escritas) (publicidad exterior)**

Por el momento no lo manejamos

**5. ¿Qué hacen como fuerza de ventas?**

**a. ¿Tienen vendedores / ejecutivos de ventas?**

En este momento no tenemos muchos vendedores, por motivo de la economía actual del país.

**b. ¿Realizan llamadas telefónicas para ventas?**

A nuestra cartera de clientes

**6. ¿Hacen promociones de ventas?**

Realmente la empresa es muy pequeña, y se vio muy afectada por la emergencia sanitaria, aun así, entrega descuentos pequeños que para el cliente final significa mucho.

**7. ¿Cuáles son las épocas de ventas más altas y más bajas en el año?**

Ferriados

**8. ¿Realizan marketing directo?**

Tratamos de adaptarnos a una nueva era, una era digital, por eso hacemos uso de esta herramienta para llegar al cliente final.

**a. ¿Qué actividades realizan en Redes sociales?**

Realizamos sorteos en redes, en Instagram se trata de tener presencia, de recordarle al cliente que aún estamos para ellos.

**b. ¿Qué actividades realizan WhatsApp Marketing?**

WhatsApp es una herramienta muy útil, se publican todas las novedades de la empresa. Si desean realizar una separación de vehículo o cotización lo pueden hacer por este medio

**c. ¿Qué actividades realizan telemarketing?**

Las llamadas telefónicas nos sirven para hacer una retroalimentación del servicio brindado.

**d. ¿Qué actividades realizan en correos electrónicos?**

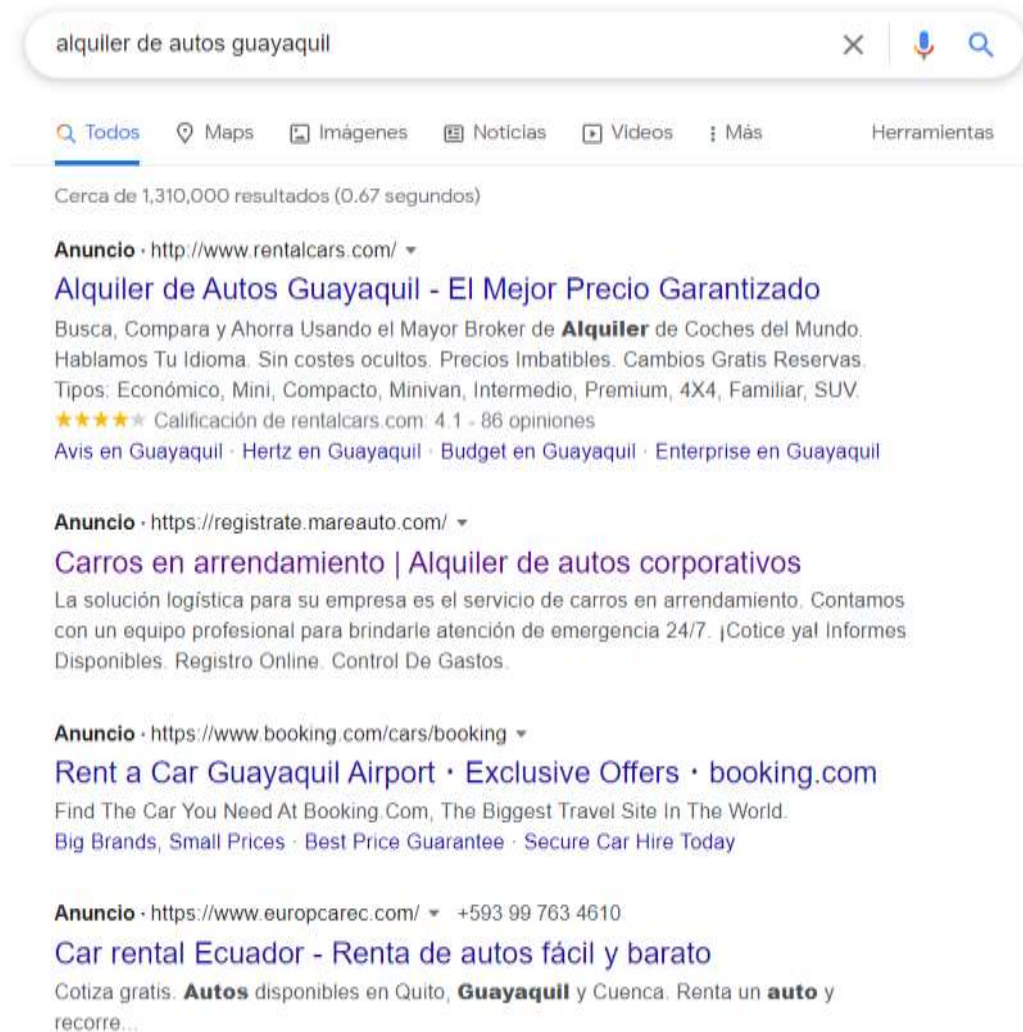
Enviamos correos masivos a nuestra cartera de clientes

**e. ¿Realizan merchandising?**

Todo es digital. No usamos medios impresos, estamos acoplándose a la nueva normalidad.

## 6.4. Resultados Investigación Fuentes Secundarias

### Análisis de estrategias SEM Y SEO



alquiler de autos guayaquil

× | 🔊 | 🔍

🔍 Todos | 📍 Maps | 🖼️ Imágenes | 📰 Noticias | 📺 Videos | ⋮ Más | Herramientas

Cerca de 1,310,000 resultados (0.67 segundos)

**Anuncio** · <http://www.rentalcars.com/> ▾  
**Alquiler de Autos Guayaquil - El Mejor Precio Garantizado**  
Busca, Compara y Ahorra Usando el Mayor Broker de **Alquiler** de Coches del Mundo. Hablamos Tu Idioma. Sin costes ocultos. Precios Imbatibles. Cambios Gratis Reservas. Tipos: Económico, Mini, Compacto, Minivan, Intermedio, Premium, 4X4, Familiar, SUV. ★★★★★ Calificación de rentalcars.com: 4.1 - 86 opiniones  
[Avis en Guayaquil](#) · [Hertz en Guayaquil](#) · [Budget en Guayaquil](#) · [Enterprise en Guayaquil](#)

**Anuncio** · <https://registrate.mareauto.com/> ▾  
**Carros en arrendamiento | Alquiler de autos corporativos**  
La solución logística para su empresa es el servicio de carros en arrendamiento. Contamos con un equipo profesional para brindarle atención de emergencia 24/7. ¡Cotice ya! Informes Disponibles. Registro Online. Control De Gastos.

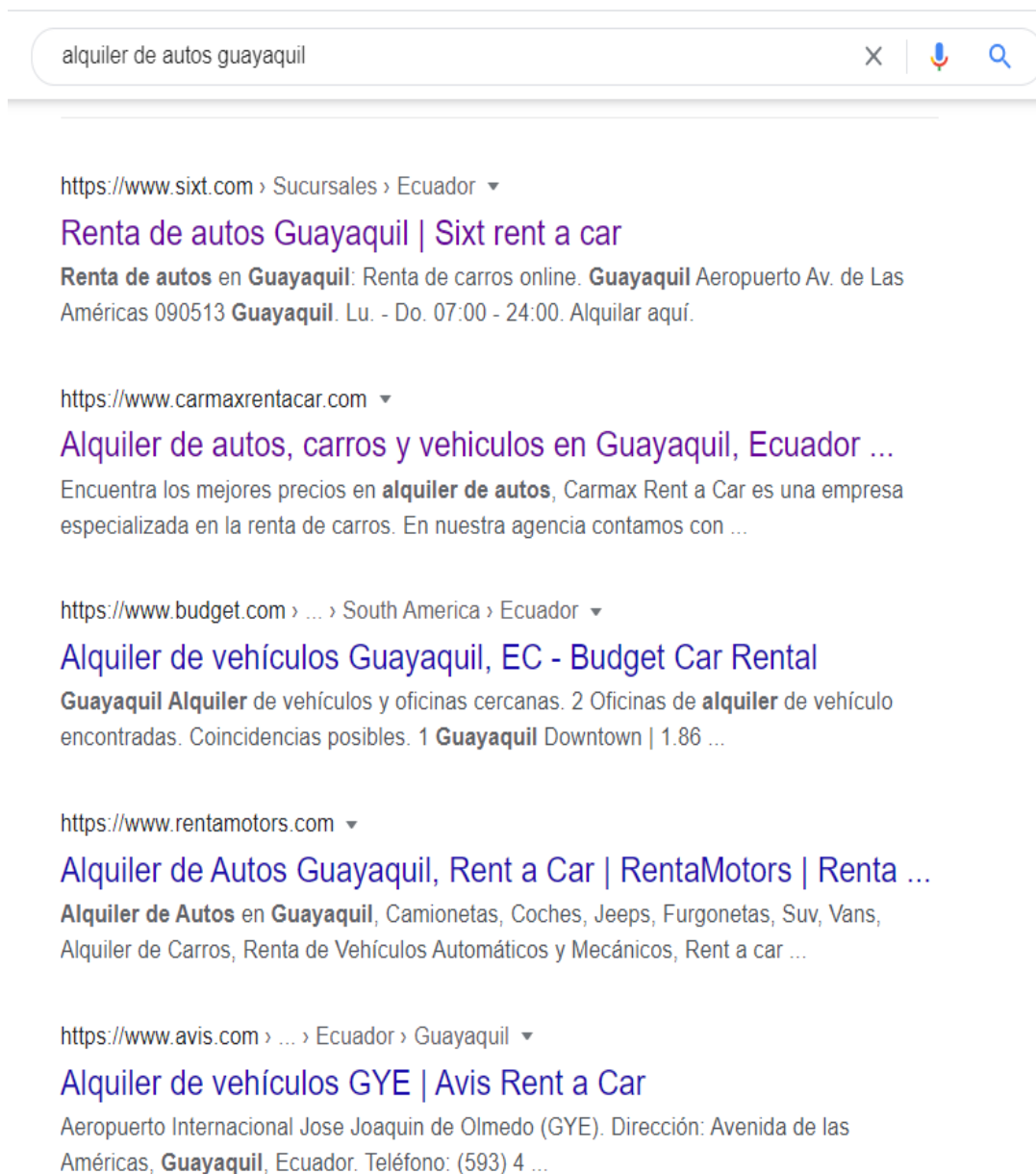
**Anuncio** · <https://www.booking.com/cars/booking> ▾  
**Rent a Car Guayaquil Airport · Exclusive Offers · booking.com**  
Find The Car You Need At Booking Com, The Biggest Travel Site In The World.  
[Big Brands, Small Prices](#) · [Best Price Guarantee](#) · [Secure Car Hire Today](#)

**Anuncio** · <https://www.europcarec.com/> ▾ +593 99 763 4610  
**Car rental Ecuador - Renta de autos fácil y barato**  
Cotiza gratis. **Autos** disponibles en Quito, **Guayaquil** y Cuenca. Renta un **auto** y recorre...

Figura 1. Búsqueda alquiler de autos Guayaquil - SEM

Las tres primeras páginas son negocios long tail con estrategias SEM, es decir que son plataformas que ofrecen diferentes tipos de servicios de turismo como el alquiler de autos de diferentes tipos de empresas.

Luego de las 3 primeras plataformas long tail, se evidencia la primera empresa de alquiler autos Europcar que maneja una estrategia SEM.



*Figura 2. Búsqueda alquiler de autos Guayaquil - SEO*

Luego de la única empresa con estrategia SEM que fue Europcar continúan otras empresas de alquiler de autos con estrategia SEO: Sixt, Carmaxrentacar, Budget, Rentamotors y Avis.

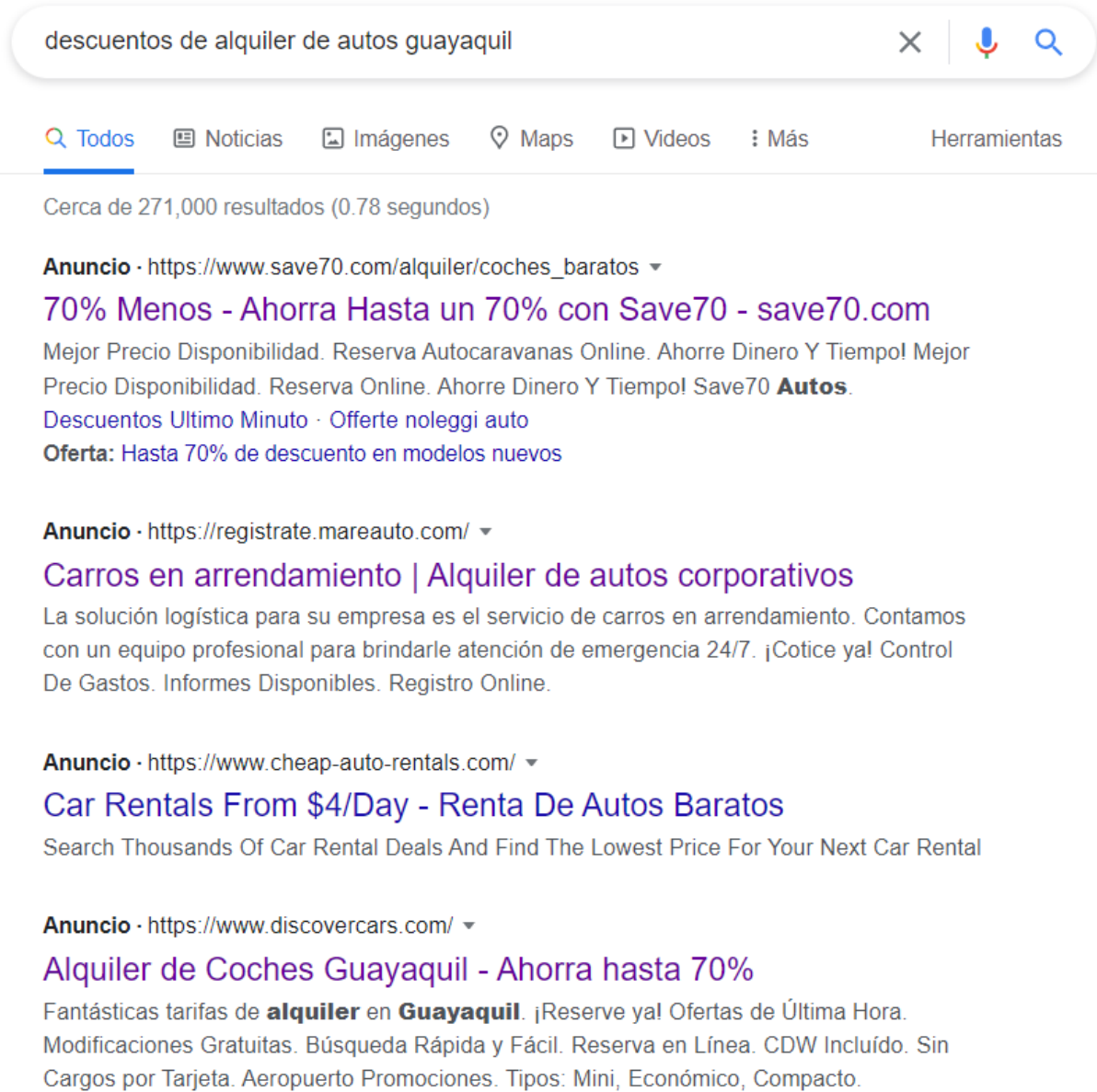


Figura 3. Figura 1. Búsqueda descuentos de alquiler de autos Guayaquil - SEM

Al colocar: Descuentos de alquiler de autos en la ciudad de Guayaquil se evidencia nuevamente los negocios tipo long tale como primeros en la lista y con estrategia tipo SEM y no existe ninguna empresa de alquiler de autos con estrategia tipo SEM

descuentos de alquiler de autos guayaquil



<https://www.carmaxrentacar.com> ▼

### Alquiler de autos, carros y vehiculos en Guayaquil, Ecuador ...

Encuentra los mejores precios en **alquiler de autos**, Carmax Rent a Car es una empresa especializada en la renta de carros. En nuestra agencia contamos con ...

<https://www.rentamotors.com> ▼

### Alquiler de Autos Guayaquil, Rent a Car | RentaMotors | Renta ...

**Alquiler de Autos** en **Guayaquil**, Camionetas, Coches, Jeeps, Furgonetas, Suv, Vans, Alquiler de Carros, Renta de Vehículos Automáticos y Mecánicos, Rent a car ...

<https://www.budget.com> > ... > South America > Ecuador ▼

### Alquiler de vehículos Guayaquil, EC - Budget Car Rental

Reserve directamente y prepague en línea para obtener los mejores ahorros en **Guayaquil**, EC con Budget **Car** Rental. ... Se ha aplicado su **descuento** de miembro.

<https://www.avis.com> > ... > Ecuador > Guayaquil ▼

### Alquiler de vehículos GYE | Avis Rent a Car

Aeropuerto Internacional Jose Joaquin de Olmedo (GYE). Dirección: Avenida de las Américas, **Guayaquil**, Ecuador. Teléfono: (593) 4 ...

<https://www.rentcars.com> > ... > Budget Rent a Car ▼

### Budget Rent a Car en el Aeropuerto de Guayaquil (GYE)

... de **Guayaquil** (GYE), Ecuador. ✓ Las mejores **ofertas** ✓ **Descuentos** Exclusivos. ... **Autos para alquilar** en el Aeropuerto de **Guayaquil** (GYE), Ecuador.

<https://www.rentcars.com> > ... > Hertz Rent a Car ▼

### Hertz Rent a Car en el Aeropuerto de Guayaquil (GYE), Ecuador

Hertz Rent a **Car** en el Aeropuerto de **Guayaquil** (GYE), Ecuador. ✓ Las mejores **ofertas** ✓

Figura 4. Figura 1. Búsqueda descuentos de alquiler de autos Guayaquil - SEO

Las primeras páginas de alquiler de autos con estrategias SEO que aparecen al colocar: Descuentos de alquiler de autos en la ciudad de Guayaquil son: Carmaxrentacar, Rentamotors, Budget, Avis y Rentcars.



## Análisis de las páginas web de las principales empresas de alquiler de autos de Guayaquil.

### AVIS



Figura 5. Página principal Avis

#### La página cuenta con:

- Los clientes pueden realizar una cotización de acuerdo a los días y el lugar donde desea recoger el auto y entregarlo.
- Chat Avis para dudas e inquietudes
- Los clientes pueden ver las reservas y las transacciones que realizan.
- En la parte de Empresa y Avis explican una breve reseña de la empresa y los servicios que brindan (Corporativo y Renting)
- Categoría y tipo de vehículos
- Cuentan con una sección de venta de vehiculos
- Blog
- Contacto: Reservas, felicitaciones o Reclamos.

# EUROPCAR



Figura 6. Página principal Europcar

## La página cuenta con:

- Búsqueda y Reserva
- Opción de crear usuario para iniciar sesión.
- Ofertas de alquiler autos en diferentes ciudades
- Chat en línea
- Ubicación de las oficinas en el País
- Manejan dos tipos de servicios: Corporativos y Renting
- Cuentan con blog
- Flota de vehículos: Ofrecen un servicio personalizado al momento de escoger el vehículo de acuerdo a la cantidad de personas, maletas, entre otras opciones como se puede evidenciar en la siguiente figura.



Figura 7. Servicio personalizado al escoger el vehículo, Europcar

## BUDGET



Figura 8. Página principal Budget

### La página cuenta con:

- Búsqueda y cotización de reserva
- No cuenta con chat en línea
- Los usuario pueden registrarse e iniciar sesión
- Cuentan con ofertas en su página web
- Muestran los servicios y tipo de vehículos.

Las tres empresas tienen la opción de reservar desde la página web y funciona casi de la misma manera, como ejemplo se va a tomar a la empresa Avis:

## 1. Seleccione lugar, día y hora

**Haz tu reserva**   **Ver reserva**   **Ver Transacciones**

LOS CAMPOS CON \* SON OBLIGATORIOS

LUGAR DE RETIRO \*      GUAYAQUIL CENTRO (GYE)      ▼      ⌚

RETORNAR A UN LUGAR DISTINTO

---

DÍA Y HORA DE RETIRO:\*      DÍA Y HORA DE REGRESO:\*

31-agosto-2021      📅      09:00      ▼      01-septiembre-2021      📅      09:00      ▼

EDAD:\*      Seleccionar edad      ▼

Figura 9. Primer paso para reservar un auto

## 2. Seleccione el Vehículo

1. Seleccione un vehículo      2. Servicios      3. Datos personales      4. Datos de Pago

---

**Retiro:**      **GUAYAQUIL CENTRO (GYE)**  
lunes, 30 de agosto de 2021 a las 09:00

**Retorno:**      **GUAYAQUIL CENTRO (GYE)**  
martes, 31 de agosto de 2021 a las 09:00

100 Km. diarios incluidos       Kilometraje Libre







	<b>CATEGORÍA B</b> Chevrolet Spark GT o similar <a href="#">Ver Detalles [-]</a>	<b>\$53,00</b> <b>PAGAR AHORA</b> AHORRA 0% 
	<b>CATEGORÍA C</b> Chevrolet Aveo o similar <a href="#">Ver Detalles [-]</a>	<b>\$60,00</b> <b>PAGAR AHORA</b> AHORRA 0% 
	<b>CATEGORÍA D</b> Chery modelo Tiggo 2 o similar <a href="#">Ver Detalles [-]</a>	<b>\$90,00</b> <b>PAGAR AHORA</b> AHORRA 0% 

Figura 10. Segundo paso para reservar un auto

### 3. Seleccione el servicio

1. Seleccione un vehiculo      **2. Servicios**      3. Datos per

---

#### PROTECCION Y COBERTURA

<b>PROTECCION LDW AMPLIADA</b> - (Loss Damage Waiver) – Total <a href="#">Ver Detalles [+]</a>	\$29,46	<input type="radio"/>
<b>PROTECCION PARCIAL (PDW)</b> - (Partial Damage Waiver) – Parcial <a href="#">Ver Detalles [+]</a>	\$13,39	<input checked="" type="radio"/>
<b>PROTECCION ALI PLUS</b> - (Additional Liability Insurance Plus) – Adicional <a href="#">Ver Detalles [+]</a>	\$8,93	<input type="checkbox"/>
<b>PROTECCION TERCEROS (ALI)</b> - (Additional Liability Insurance) – Adicional <a href="#">Ver Detalles [+]</a>	\$4,46	<input type="checkbox"/>
<b>PROTECCION PAI</b> - (Personal Accident Insurance) – Adicional <a href="#">Ver Detalles [+]</a>	\$2,00	<input type="checkbox"/>

#### OTROS SERVICIOS

<b>ASIENTO DE BEBE</b> Porque también pensamos en los más pequeños de la familia, alquiler de Silla de Bebé.	\$3,00	<input type="text" value="0"/>
<b>CONDUCTOR AUTORIZADO</b> También podrá conducir otra persona de su entera confianza	\$3,00	<input type="text" value="0"/>
<b>GPS</b> Sistema global de navegación por satélite, de especial utilidad para encontrar direcciones.	\$6,00	<input type="checkbox"/>
<b>PEAJE RUMIÑAHUI</b>	\$0,47	<input type="checkbox"/>
<b>PEAJE INTERVALLES</b>	\$0,30	<input type="checkbox"/>

Figura 11. Tercer paso para reservar un auto

#### 4. Datos personales y validación de datos de la reserva

1. Seleccione un vehículo      2. Servicios      3. Datos personales

Tipo de Documento:\*       Cédula       Pasaporte

Documento de Identidad\*      Cédula/pasaporte

Nombres\*      Nombres

Apellidos\*      Apellidos

Correo\*      Correo

Deseo recibir promociones en mi email

\*Acepto ser mayor de edad y poseer licencia de conducir

Pais\*      Pais

Ciudad\*      Ciudad

¿Cómo nos encontraste?\*      Seleccionar: ▼


Teléfono\*      Teléfono

\*Acepto terminos y condiciones

Figura 12. Cuarto paso para reservar un auto

#### 5. efectuar el Pago.

**Resumen de reserva**  
**Categoría B - ECONOMY TM - Chevrolet Spark GT o similar.**

<b>Retiro:</b> GUAYAQUIL CENTRO (GYE) lunes, 30 de agosto de 2021 a las 09:00	<b>Renta por: 1 día</b>
<b>Retorno:</b> GUAYAQUIL CENTRO (GYE) martes, 31 de agosto de 2021 a las 09:00	<b>KILOMETRAJE:</b> 100 kilómetros incluidos
	<b>TARIFA:</b> \$53.00
	<b>PROTECCION PARCIAL (PDW):</b> \$13.39
	<b>FEE AEROP. RETIRO:</b> \$0.00
	<b>FEE AEROP. RETORNO:</b> \$0.00
	<b>SUBTOTAL:</b> \$66.39
	<b>IVA 12%:</b> \$7.97
	<b>TOTAL:</b> \$74.36

**RESERVAR**

Figura 13. Quinto paso para reservar un auto

## REDES SOCIALES

### AVIS

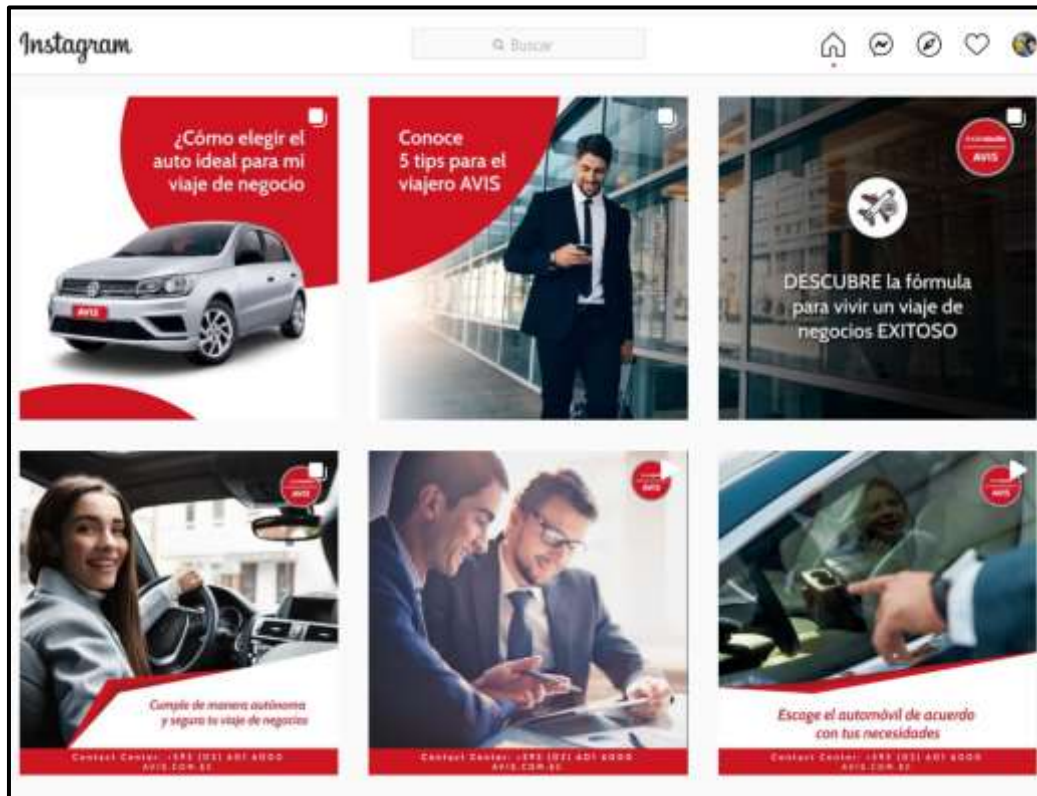


Figura 14. Instagram Avis

### EUROPCAR



Figura 15. Instagram Europcar

## BUDGET

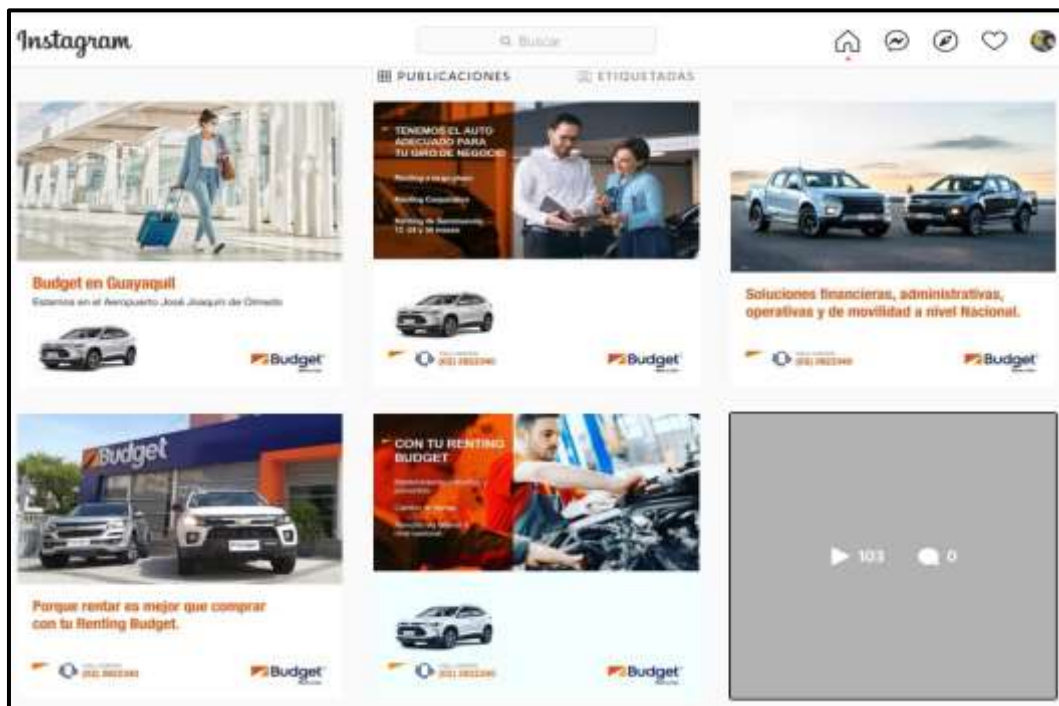


Figura 16. Instagram Budget

Las tres empresas manejan Instagram y Facebook de una forma diferente: Avis por ejemplo publica información sobre consejos al momento de escoger un auto según necesidades, Europcar pública promociones o descuentos de acuerdo a fechas importantes en el país y Budget pública información sobre sus servicios y la calidad de la empresa.

### 8. Conclusiones

La mayoría de las empresas de alquiler de autos cuentan con una página web, donde ofrecen diferentes tipos de servicios, dentro de ellos se puede hacer un cálculo de cuantos va a costar el alquiler de auto dependiendo las fechas y el tipo de vehículo, las páginas son dinámicas y fáciles de usar, cuentan con chat en línea que esto permite que el cliente pueda tener una mejor y más rápida respuesta.

Se logró evidenciar y confirmar que las empresas que ya se encuentran posicionadas en el mercado, no usan las redes sociales como medio de ventas o reservaciones, estas son usadas



como medios de comunicación para sus descuentos, información sobre temas relacionados a viajes, autos, entre otros. A diferencia de las pequeñas empresas que sí usan las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp) y plataformas como Marketplace y Olx para vender, realizar descuentos o promociones fomentando tráfico en las redes sociales.

La pandemia causó una baja en sus ventas y muchas de esas empresas son medianas y microempresas, a pesar de ello siguen en la lucha de estabilizarse económicamente y retomar sus funciones tanto internas como externas, es por eso que ven como una ventaja el internet y las redes sociales para que esas ventas no bajen y su marca no quede en el olvido.

También indican que las empresas se han mantenido gracias a sus clientes fijos y se han enfocado estos años solamente en ellos para de esta forma no perderlos.



Figura 17. Infografía de conclusiones de estrategias comunicacionales.

## 9. Recomendaciones

Se pudo evidenciar que el mercado de alquiler de autos es prometedor y que cada día va creciendo. El Internet y las redes sociales han crecido y han favorecido a muchas empresas, esto es una gran ventaja para las ventas y el crecimiento como marca.

Se debe aprovechar e implementar correctamente las estrategias de comunicación de acuerdo al público objetivo o al segmento que va dirigido, como por ejemplo: En la actualidad el uso de influencer ayudan a que tu marca se escuche y a su vez ellos recomiendan el servicio. Un influencer es una persona que cuenta con cierta credibilidad y tiene conocimientos en ciertos temas que por medio de las redes sociales permite influenciar a sus seguidores.

Otro estrategias es postear en las redes sociales tips informativos para que el cliente objetivo y consumidor se sientan parte de la empresa llegando a ellos por medio de esas recomendaciones de la vida diaria o al momento de viajar, claro está que las promociones y descuentos también ayudan al tráfico de redes.

Las relaciones públicas es una herramienta donde probablemente la empresa no obtenga cantidad en ventas pero sí tengan una cartera de clientes objetivos que pueden llegar a ser nuestros consumidores y hasta clientes fijos, por eso es importante estar presente en ciertas ferias relacionadas al turismo o ferias corporativas.

Tener página web ayuda a que el cliente se sienta seguro y tenga confianza al momento de adquirir el servicio, por eso es recomendable que toda empresa que se encuentra en este tiempo donde la tecnología cada día avanza tenga su página web y lo más importante con servicio de chat en línea.

Las plataformas de servicios de turismo como Kayak, Trivago, entre otros. Son también una buena herramienta para que clientes extranjeros que incluso antes de llegar al país ya han cotizado y hasta adquirido el servicio. Esto ayuda a que la empresa vaya adquiriendo reconocimiento en marca, precios y servicios.

## REFERENCIAS

- avis. (2021). *Protecciones Y Coberturas*. Recuperado El 19 De 07 De 2021, De <https://www.avis.com/es/products-and-services/protections>
- Cámara De Comercio De Bogotá. (20 De Agosto De 2020). *Estrategia De Marketing Digital*. Recuperado El 27 De Agosto De 2021, De Soy Empresario: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25723/Estrategia-De-Marketing-Digital-Beatriz-Tapia.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Cámara De La Industria Automotriz - Cinae. (Na De Enero De 2021). *Boletín Vehículos Nuevos - Cinae Enero 2021*. Recuperado El 28 De Marzo De 2021, De Boletín Vehículos Nuevosdec20: <https://www.cinae.org.ec/wp-content/uploads/2021/02/Boletin-Vehiculos-Nuevosene21-1.pdf>
- Conozca Cómo Obtener El Permiso Para Ofrecer Alquiler De Vehículos. (12 De Agosto De 2013). *Conozca Cómo Obtener El Permiso Para Ofrecer Alquiler De Vehículos*. Obtenido De <https://www.revistalideres.ec/lideres/conozca-obtener-permiso-ofrecer-alquiler.html>. Si Está Pensando En Hacer Uso Del Mismo, Por Favor, Cite La Fuente Y Haga Un Enlace Hacia La Nota Original De Donde Usted Ha Tomado Este Contenido. Elcomercio.Com
- De Freitas Guzmán, S. J. (Enero De 2017). Propuesta De Marketing Con El Fin De Incrementar Las Ventas En La Empresa Arrendauto S.A. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad De Guayaquil. Recuperado El 7 De Agosto De 2021, De Universidad De Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16475/1/Propuesta-De-Marketing-Para-Incrementar-Las-Ventas-De-Arrendauto-Sa-Stefanie-Johanna-De-Freitas.pdf>
- Diario El Universo. (15 De Mayo De 2020). En Ecuador Se Espera Una Caída Superior Al 50% De Las Ventas De Autos Nuevos. *El Universo*. Recuperado El 27 De Marz0 De 2021, De <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/13/nota/7840281/coronavirus-descenso-venta-autos-ecuador/>
- El Comercio. (26 De Noviembre De 2011). Más Opciones Para Alquilar Un Auto. *Más Opciones Para Alquilar Un Auto*. Obtenido De <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/mas-opciones-alquilar-auto.html>
- El Diario. (27 De Julio De 2021). Destacan Los Mitos Y Verdades Sobre El Alquiler De Carros. *Destacan Los Mitos Y Verdades Sobre El Alquiler De Carros*. Obtenido De <https://www.eldiario.ec/actualidad/ecuador/destacan-los-mitos-y-verdades-sobre-el-alquiler-de-carros/>
- El Portafolio. (16 De Diciembre De 2020). Alquiler De Autos, Una Alternativa Segura Para Viajar En Fin De Año. *El Temor A Utilizar Transporte Público Y Otros Medios De Alta Concentración De Personas Podría Disparar El Mercado De Alquiler De Autos*. Obtenido De <https://www.portafolio.co/tendencias/alquiler-de-autos-una-alternativa-segura-para-viajar-en-fin-de-ano-547569>

- El Telégrafo. (21 De Febrero De 2020). La Renta De Autos Crece Un 140% En Carnaval. *La Renta De Autos Crece Un 140% En Carnaval*. Obtenido De [Https://Www.Eltelegrafo.Com.Ec/Noticias/Economia/4/Alquiler-Vehiculos-Carnaval](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/alquiler-vehiculos-carnaval)
- El Telégrafo. (01 De Marzo De 2021). La Tecnología Crece En Ecuador Y Favorece A La Industria Deportiva. *La Tecnología Crece En Ecuador Y Favorece A La Industria Deportiva*. Obtenido De [Https://Www.Eltelegrafo.Com.Ec/Noticias/Otros-Deportes/7/La-Tecnologia-Crece-En-Ecuador-Y-Favorece-A-La-Industria-Deportiva](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/otros-deportes/7/la-tecnologia-crece-en-ecuador-y-favorece-a-la-industria-deportiva)
- El Universal. (04 De Octubre De 2017). Autos Con Gps Contra Robo. *El Sistema Onstar De General Motors Cubre Una Serie De Modelos*. Obtenido De [Https://Www.Eluniversal.Com.Mx/Autopistas/Los-Autos-Que-Tienen-Gps-Para-Evitar-Robo](https://www.eluniversal.com.mx/autopistas/los-autos-que-tienen-gps-para-evitar-robo)
- El Universo. (16 De Septiembre De 2020). Estas Son Las Marcas Y Modelos De Vehículos Más Vendidos En Lo Que Va Del 2020 En Ecuador. *El Universo*. Obtenido De [Https://Www.Eluniverso.Com/Noticias/2020/09/14/Nota/7977646/Marcas-Modelos-Carros-Vendidos-Ecuador-Coronavirus/](https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/14/nota/7977646/marcas-modelos-carros-vendidos-ecuador-coronavirus/)
- El Universo. (31 De Mayo De 2021). Didi, Una Nueva Aplicación De Movilidad Que Llega A Ecuador. *Didi, Una Nueva Aplicación De Movilidad Que Llega A Ecuador*. Obtenido De [Https://Www.Eluniverso.Com/Noticias/2021/05/31/Nota/7977646/Didi-Una-Nueva-Aplicacion-De-Movilidad-Que-Llega-A-Ecuador](https://www.eluniverso.com/noticias/2021/05/31/nota/7977646/didi-una-nueva-aplicacion-de-movilidad-que-llega-a-ecuador)
- El Universo. (8 De Julio De 2021). Estas Son Las 50 Empresas En Ecuador Que Más Ventas Generaron En El 2020. *Estas Son Las 50 Empresas En Ecuador Que Más Ventas Generaron En El 2020*. Obtenido De [Https://Www.Eluniverso.Com/Noticias/Economia/Estas-Son-Las-50-Empresas-En-Ecuador-Que-Mas-Ventas-Generaron-En-El-2020-Nota/](https://www.eluniverso.com/noticias/economia/estas-son-las-50-empresas-en-ecuador-que-mas-ventas-generaron-en-el-2020-nota/)
- El Universo. (27 De Junio De 2021). Más De 400 Empresas En Ecuador Recurren Al Renting Para Usar Flotas En Sus Operaciones. *Más De 400 Empresas En Ecuador Recurren Al Renting Para Usar Flotas En Sus Operaciones*. Obtenido De [Https://Www.Eluniverso.Com/Noticias/Economia/Mas-De-400-Empresas-En-Ecuador-Recurren-Al-Renting-Para-Usar-Flotas-En-Sus-Operaciones-Nota/](https://www.eluniverso.com/noticias/economia/mas-de-400-empresas-en-ecuador-recurren-al-renting-para-usar-flotas-en-sus-operaciones-nota/)
- El Universo. (25 De Marzo De 2021). Uber Suma Servicios En Ecuador Para Ampliar Su Base De Usuarios. *Uber Suma Servicios En Ecuador Para Ampliar Su Base De Usuarios*. Obtenido De [Https://Www.Eluniverso.Com/Noticias/Economia/Uber-Suma-Servicios-En-Ecuador-Para-Ampliar-Su-Base-De-Usuarios-Nota/](https://www.eluniverso.com/noticias/economia/uber-suma-servicios-en-ecuador-para-ampliar-su-base-de-usuarios-nota/)
- Equipo Vértice. (2008). *Marketing Estratégico*. Editorial Vértice.
- Europcar. (2021). *Vehículos*. Recuperado El 19 De 07 De 2021, De [Https://Europcarec.Com/Site/Fleet#](https://europcarec.com/site/fleet#)
- Kotler, P. (1999). *El Marketing Según Kotler: Cómo Crear, Ganar Y Dominar Los Mercados*. Grupo Planeta (Gbs).
- Kotler, P. (2003). *Dirección De Marketing: Conceptos Esenciales*. Pearson Educación.
- Kotler, P. (2008). *Las Preguntas Mas Frecuentes Sobre Marketing*. Editorial Norma.
- Kotler, P., & Armstrong, . (2008). *Principios De Marketing*. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos De Marketing*. Pearson.
- La Hora. (5 De Agosto De 2021). Iniciar Un Negocio En Ecuador Cuesta Más De \$ 1.600. *Iniciar Un Negocio En Ecuador Cuesta Más De \$ 1.600*. Obtenido De [Https://Www.Lahora.Com.Ec/Ecuador-Emprender-Alto-Costo/](https://www.lahora.com.ec/ecuador-emprender-alto-costo/)

- Portafolio. (10 De Marzo De 2020). El Renting, La Tendencia De Movilidad Del 2020 En Colombia. *Portafolio - Diario Líder En Economía Y Negocios*. Obtenido De [Https://Www.Portafolio.Co/Tendencias/El-Renting-La-Tendencia-De-Movilidad-Del-2020-En-Colombia-538911](https://Www.Portafolio.Co/Tendencias/El-Renting-La-Tendencia-De-Movilidad-Del-2020-En-Colombia-538911)
- Portal De Turismo. (12 De Julio De 2021). *Ecuador Inicia La Vacunación De 35,000 Trabajadores Del Sector Turismo*. Recuperado El 19 De Julio De 2021, De Ecuador Inicia La Vacunación De 35,000 Trabajadores Del Sector Turismo: [Https://Portaldeturismo.Pe/Noticia/Ecuador-Inicia-La-Vacunacion-De-35000-Trabajadores-Del-Sector-Turismo/](https://Portaldeturismo.Pe/Noticia/Ecuador-Inicia-La-Vacunacion-De-35000-Trabajadores-Del-Sector-Turismo/)
- Ramos Penabad, L. (12 De Julio De 2021). Suben Los Precios De Los Coches En Julio (Por Suerte No Todos). *Suben Los Precios De Los Coches En Julio (Por Suerte No Todos)*. Obtenido De [Https://Noticias.Coches.Com/Informes/Precios-De-Coches-Julio-2021/431257](https://Noticias.Coches.Com/Informes/Precios-De-Coches-Julio-2021/431257)
- Scharch Kirberg, A. (2016). *El Marketing Como Estrategia De Emprendimiento*. Ediciones De La U.
- Schiffman, L., & Lazar Kanuk, L. (2005). *Comportamiento Del Consumidor*. Pearson Educación.
- Sivera Bello, S. (2011). *Marketing Viral*. Editorial Uoc.
- Universidad De Guayaquil. (Enero De 2017). *Propuesta De Marketing Con El Fin De Incrementar Las Ventas En La Empresa Arrendauto S.A*. Recuperado El 7 De Agosto De 2021, De Propuesta De Marketing Con El Fin De Incrementar Las Ventas En La Empresa Arrendauto S.A: [Http://Repositorio.Ug.Edu.Ec/Bitstream/Redug/16475/1/Propuesta-De-Marketing-Para-Incrementar-Las-Ventas-De-Arrendauto-Sa-Stefanie-Johanna-de-Freitas.pdf](http://Repositorio.Ug.Edu.Ec/Bitstream/Redug/16475/1/Propuesta-De-Marketing-Para-Incrementar-Las-Ventas-De-Arrendauto-Sa-Stefanie-Johanna-de-Freitas.pdf)

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cajo Saldarriaga, Zully Katuska**, con C.C: # **0927326462** autora del **componente práctico del examen complejo: Las Estrategias Comunicacionales Empleadas por las Empresas de Alquiler de Automóviles en la Ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **15 de septiembre del 2021**



f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Cajo Saldarriaga Zully Katuska**  
C.C: **0927326462**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	<b>Las Estrategias Comunicacionales Empleadas por las Empresas de Alquiler de Automóviles en la Ciudad de Guayaquil.</b>		
<b>AUTORA</b>	<b>Zully Katuska Cajo Saldarriaga</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Juan Arturo Moreira García</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad De Ciencias Económicas, Administrativas Y Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Marketing		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Marketing		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>15 de septiembre del 2021</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>41</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Investigación de mercado, Estrategias comunicacionales, marketing directo</b>		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<b>Estrategias comunicacionales, publicidad, internet, Redes sociales, alquiler de autos.</b>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis sobre las estrategias comunicacionales que tienen las empresas de alquiler de autos en la ciudad de Guayaquil, con el fin de validar cuáles son los tipos de comunicación que más usan las empresas en la actualidad.</p> <p>El alquiler de autos es un negocio que permite rentar un carro por un tiempo determinado cumpliendo ciertos requisitos para transportarse de forma independiente y segura. Es por eso que se hará un análisis del macro-entorno y micro-entorno de la industria de alquiler de autos, cuál es la participación de mercado, cuál es el público objetivo, cómo llegan al consumidor o clientes potenciales y cómo afectó el Covid 19 a este mercado. Al finalizar el trabajo se conocerá cuáles son las estrategias comunicacionales que más utilizan las empresas en la nueva normalidad, entre ellas están: publicidad pagada, relaciones públicas, marketing directo, marketing digital y merchandising.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-999108064	<b>E-mail:</b> <b>zully.cajo@cu.ucsg.edu.ec</b>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Jaime Samaniego López		
	<b>Teléfono:</b> +593-4- 2209207		
	<b>E-mail:</b> Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			