



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER DE SERVICIO  
MECANICO AUTOMOTRIZ EN LA CIUDAD DE AMBATO”

Autor

Francisco Xavier Durán Mora

Año  
2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER DE SERVICIO  
MECANICO AUTOMOTRIZ EN LA CIUDAD DE AMBATO”

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para obtener el título de Ingeniero en Marketing”

Profesor Guía:

Natasha Alejandra Burneo Galarza

Autor:

Francisco Xavier Durán Mora

Año

2019

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo “Plan de negocios para la creación de un taller de servicio mecánico automotriz en la ciudad de Ambato”, a través de reuniones periódicas con el estudiante Francisco Xavier Duran Mora, en el semestre 2019-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Natasha Alejandra Burneo Galarza

CI: 1723257232

## **DECLARACIÓN PROFESORES CORRECTORES**

“Declaro haber revisado este trabajo “Plan de negocios para la creación de un taller de servicio mecánico automotriz en la ciudad de Ambato”, de Francisco Xavier Durán Mora, en el semestre 2019-1, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

María Andrea Navas Recalde

CI: 1717878225

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

Declaro que este trabajo es original, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

---

Francisco Xavier Durán Mora

CI: 1803327038

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecimientos a mis padres por darme la oportunidad de estudiar en esta universidad, confiar en mí y darme fortaleza para terminar esta etapa.

## **DEDICATORIA**

A mis familiares y amigos más cercanos que estudiáis con apoyándome incondicionalmente en mi vida personal y estudios universitarios.

## RESUMEN

Luego de la eliminación de las salvaguardias que gravaban a los vehículos, sus partes y repuestos, las empresas del sector automotriz y de las actividades económicas relacionadas, como las de reparación y mantenimiento de vehículos registraron un aumento de sus niveles de ventas e ingresos, así como del número de empresas participantes en este sector. A este se les suman las revisiones a vehículos por parte de la Agencia Nacional de Tránsito, ya que las fallas mecánicas son una de las principales causas de accidentes de tránsito en el país. De modo que los servicios de los talleres mecánicos empezaron a ser más demandados por los propietarios de vehículos tanto para mantenimientos preventivos como correctivos. Siendo esta la oportunidad de negocio detectada por AUTO4, taller mecánico que a través de la venta de planes de mantenimiento de pagos mensuales de \$35, busca ofrecer a sus clientes un servicio mecánico automotriz profesional, empleando insumos y materiales de alta calidad, y que cumpla con los plazos y tiempo acordados con sus clientes. Al efectuarse estas estrategias, el proyecto de negocio es viable y rentable de ponerse en marcha, teniendo un VAN de \$ 6.531,66 y una TIR de 15,74%.

## **ABSTRACT**

After the elimination of safeguards on vehicles, their parts and spare parts, companies in the automotive sector and related economic activities, such as repair and maintenance of vehicles registered an increase in their sales and income levels, as well as as the number of companies participating in this sector. To this are added the revisions to vehicles by the National Traffic Agency, since mechanical failures are one of the main causes of traffic accidents in the country. So the services of the mechanical workshops began to be more demanded by the owners of vehicles for both preventive and corrective maintenance. This being the business opportunity detected by AUTO4, a mechanical workshop that through the sale of maintenance plans for monthly payments of \$ 35, seeks to offer its customers a professional automotive mechanical service, using high quality materials and supplies, and that meets with the terms and time agreed with your clients. When these strategies are carried out, the business project is viable and profitable to start up, having a NPV of \$ 6,531.66 and an IRR of 15.74%.

## INDICE

1.1	Justificación del trabajo .....	1
1.1.1	Objetivo general del trabajo .....	2
1.1.2	Objetivos específicos del trabajo .....	2
2.	ANÁLISIS DE ENTORNOS .....	3
2.1	Análisis del entorno externo-PEST .....	3
2.1.1	Clasificación CIU .....	3
2.1.2	Entorno político.....	4
2.1.3	Entorno económico .....	5
2.1.4	Entorno social.....	6
2.1.5	Entorno tecnológico .....	8
2.2	Análisis de la industria (Porter).....	9
2.2.1	Ingreso de nuevos competidores (Oportunidad).....	9
2.2.2	Poder de negociación de los clientes (Amenaza).....	9
2.2.3	Amenaza de productos sustitutos (Oportunidad).....	10
2.2.4	Poder de negociación de proveedores (Oportunidad) .....	10
2.2.5	Rivalidad entre competidores (Amenaza).....	11
2.3	Matriz EFE .....	11
2.4	Conclusiones del análisis de entornos.....	13
3.	ANÁLISIS DEL CLIENTE .....	14
3.1	Preguntas de investigación .....	14
3.2	Hipótesis de investigación .....	14
3.3	Objetivos de la investigación de mercado .....	14
3.4	Investigación cualitativa.....	15
3.4.1	Entrevista a expertos.....	15
3.4.2	Grupo focal .....	17
3.5	Investigación Cuantitativa.....	18
4.	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	20
4.1	Descripción de la oportunidad de negocio.....	20
5.	PLAN DE MARKETING.....	22

5.1	Estrategia general de marketing.....	22
5.1.1	Estrategia de posicionamiento.....	22
5.2	Mercado objetivo .....	23
5.2.1	Segmentación de mercado.....	23
5.3	Propuesta de valor .....	24
5.4	Mezcla de marketing .....	24
5.4.1	Servicio .....	24
5.4.2	Precio.....	27
5.4.3	Plaza .....	27
5.4.4	Promoción .....	29
6.	PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	33
6.1	Misión, visión y objetivos de la organización .....	33
6.1.1	Misión.....	33
6.1.2	Visión.....	33
6.1.3	Objetivos .....	33
6.2	Plan de Operaciones .....	34
6.2.1	Infraestructura, procesos, bienes y equipo.....	34
6.2.2	Bienes y equipos.....	34
6.2.3	Proceso.....	36
6.3	Estructura Organizacional .....	37
6.3.1	Diseño organizacional .....	37
6.3.2	Funciones del personal.....	39
6.3.3	Cadena de valor.....	41
7.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	43
7.1	Proyección de ingresos, costos y gastos .....	43
7.2	Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital ..	44
7.3	Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	45
7.4	Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración .....	48

7.5 Índices financieros.....	49
<b>CONCLUSIONES</b> .....	49
<b>REFERENCIAS</b> .....	52
<b>ANEXOS</b> .....	54

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación del trabajo

Mediante una investigación realizada por Men's Health Network (MHN) se llegó a la conclusión que, de acuerdo con la última encuesta realizada a 501 hombres, entre 25 y 60 años, el 70% de los encuestados consideran que están de acuerdo con cuidar a sus vehículos, más que su propia salud (Men's Health Network, 2018).

De acuerdo a la estadística de la Superintendencia de Compañías, en el Ecuador se registra 1376 compañías dedicadas al comercio al por mayor y al por menor de vehículos automotores y motocicletas, mientras que en el 2012 se registra un alza de 18%, llegando a 1669 empresas (Superintendencia de Compañías, 2012).

Según la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), en la actualidad, el número de vehículos matriculados en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, ha ido en aumento; ello justifica, que se ha presentado un incremento de alrededor 21%, siendo en el año 2016, 72.437 vehículos a 86.437 en el 2017 (Tránsito, 2017).

Con todo lo antes mencionado, existen en Ambato un total de 86.437 vehículos automotores, siendo una oportunidad para intervenir este mercado; cabe mencionar que el segmento de edades en el que se basará esta investigación oscila entre los 25 y 60 años, todos poseedores de un vehículo todoterreno.

Como se puede evidenciar, el país vive un crecimiento en cuanto a vehículos todoterreno, a la par que el interés por su cuidado.

### **1.1.1 Objetivo general del trabajo**

Desarrollar un análisis de factibilidad para la creación de un taller de mecánica automotriz en la Ciudad de Ambato, dirigido al género masculino, comprendido entre las edades de 25 a 65 años, que posean un vehículo.

### **1.1.2 Objetivos específicos del trabajo**

- Desarrollar el análisis del entorno externo a través de la metodología PEST y PORTER con el fin de conocer las variables que inciden en la realización del plan de negocios.
- Investigar el comportamiento de los propietarios de vehículos en cuanto al mantenimiento mecánico.
- Estructurar el plan de marketing en base a una estrategia general que delimite las acciones del marketing mix enfocado en las necesidades de los consumidores.
- Determinar la estructura organizacional que defina las funciones del personal en el proceso de atención al cliente.
- Verificar la viabilidad financiera del plan de negocios mediante el uso de criterios de valoración como el valor actual neto y tasa interna de retorno en los flujos de caja del proyecto.

## 2. ANÁLISIS DE ENTORNOS

### 2.1 Análisis del entorno externo-PEST

#### 2.1.1 Clasificación CIU

En la siguiente tabla se presenta la actividad económica a la que pertenece el presente proyecto.

Tabla No 1: Clasificación de la industria

INDUSTRIA		DETALLE
SECCIÓN	G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicleta
DIVISIÓN	G45	Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas
GRUPO	G452	Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas
CLASE	G4520	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores
ACTIVIDAD	G4520.01	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores: reparación mecánica, eléctrica, sistemas de inyección eléctricos, carrocerías, partes de vehículos automotores: parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Incluye el tratamiento anti óxido, pinturas a pistola o brocha a los vehículos y automotores, la instalación de partes, piezas y accesorios que no se realiza como parte del proceso de fabricación (parlantes, radios, alarmas, etcétera).

Tomado de: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012, p. 183)

## 2.1.2 Entorno político

### 2.1.2.1 Regulación de operación

Para que una empresa de reparación y mantenimiento de vehículos opere en el Ecuador debe cumplir con los permisos de funcionamiento dispuestos en el Art. 246 del Reglamento General para aplicación de la Ley de Tránsito y Transporte Terrestre, el cual se encuentra en concordancia con el Art. 150 de la Ley de Tránsito y Transporte, y el Reglamento para el Control y Funcionamiento de Talleres de Remarcación, Reparación, Estacionamientos o Garajes de Vehículos Automotores. Estableciéndose que para el funcionamiento de este tipo de negocios se deben presentar los siguientes requisitos:

- Copia de cédula de ciudadanía del propietario del taller
- Récord policial (actualizado)
- Copia de título de artesano en la materia debidamente refrendado o equivalente de las instituciones educativas autorizadas
- Copia de la escritura o contrato de arrendamiento del local debidamente legalizado (notariado)
- Permiso municipal (sobre uso de suelo y medio ambiente)
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Solicitud de especie valorada dirigida al Jefe de Tránsito de la Provincia donde opera
- RUC (Registro único de contribuyentes)

Con todos estos requisitos y luego de realizarse la inscripción respectiva, la Jefatura de Tránsito le puede conferir el permiso para su funcionamiento. Este factor se convierte en una oportunidad para las empresas del sector, debido a que limita la operación de organizaciones ilegales, que pueden afectar la imagen del resto.

### 2.1.3 Entorno económico

#### 2.1.3.1 Producto Interno Bruto

De acuerdo con datos del Banco Central del Ecuador (2017) el PIB del sector automotriz ha tenido un decrecimiento a partir del año 2013, reduciéndose de 6,80% a 3,40% en el año 2014, esta tendencia decreciente se acentuó en el año 2015 con un retroceso en el sector de -1,40%. Este comportamiento del PIB del sector automotriz tiene una relación con la imposición de regímenes arancelarios a las importaciones de bienes empleados por las empresas de esta industria. El crecimiento promedio del sector automotriz entre el año 2010 y 2015 fue 3,57%, siendo menor al crecimiento del PIB total, que en el mismo periodo fue de 4,58%.

Pero a partir del año 2017, este sector mostró una mejora como producto de la eliminación de las salvaguardias, siendo las empresas relacionadas con el comercio las que presentaron mejores indicadores, creciendo sus ventas con respecto al 2016 en un 65% y su producción en 43,1% (Ekos, 2018). En cuanto al PIB de la ciudad de Ambato, donde se enfoca ubicarse el presente proyecto. Este presenta una mayor contribución de las actividades de comercio al por mayor y al por menor, representando el 54,71% de los ingresos de la economía ambateña (INEC, 2016).

Por lo antes expuesto se puede concluir que el sector automotriz ha tenido una notable mejora en su desempeño, siendo una oportunidad para las empresas del sector.

#### 2.1.3.2 Tasas de interés

La tasa de interés para el segmento de pequeña y medianas empresas ha tenido un comportamiento estable, en el año 2016 su porcentaje promedio se estableció en 8,10%, para el año 2017 ha variado en el 7,38% y en el mes de octubre de 2018 se ubica en 8,34% (Banco Central del Ecuador, 2018).

Siendo esta una oportunidad para la industria en análisis, ya que puede beneficiarse de un crédito a una baja tasa de interés. Además, de que es importante mencionar que también puede acceder a líneas de créditos con facilidad, debido a que el Gobierno mantiene una política de apoyo a los nuevos emprendimientos.

#### 2.1.3.3 Inflación

La inflación en el mes de octubre de 2018 se ubicó en un porcentaje de 0,33%, en tanto que en el mismo periodo de 2017 fue de 0,09%. El porcentaje de inflación se ha incrementado en los meses de septiembre y octubre del año 2018, cambiando la tendencia que se mantenía desde noviembre de 2017, cuando el país experimentó cifras de negativas de inflación. La variación anual de precios en el sector objeto de estudio durante el mes de septiembre de 2018 fue de 1,63% con respecto al mismo mes del año pasado (Banco Central del Ecuador, 2018).

Por tanto, este factor es una amenaza para la industria debido a que el porcentaje de variación de los precios en el sector son mayores al promedio nacional.

#### 2.1.4 Entorno social

##### 2.1.4.1 Comportamiento del consumidor

“El transporte es un sector estratégico para la economía nacional, es el motor que impulsa las actividades particulares y productivas del país. Las personas necesitan moverse ya sea por razones de trabajo, estudio, turismo u otras” (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC, 2016), con el crecimiento poblacional la demanda por la compra de vehículos aumenta, es decir existe una relación directamente proporcional entre el número de habitantes

De acuerdo con cifras del INEC (2016) en el país existen 124 vehículos matriculados por cada 1000 habitantes. Mantener un automóvil implica incurrir en gastos para su cuidado, por ejemplo, sus propietarios deben pagar para que se les realicen mantenimientos preventivos y/o correctivos. Es por ello que el sector comercial de la industria automotriz se mantiene en constante crecimiento ya que todos los automóviles en circulación necesitan, cada cierto kilometraje, ser revisados y efectuarles cambios de aceite, entre otros para que puedan operar con normalidad, evitando complicaciones futuras.

Además, debido al aumento del parque automotriz desde el segundo trimestre del 2017 (Ekos, 2018), el aumento de la demanda del servicio de mantenimiento y reparación a vehículos ha presentado un crecimiento, ya que los propietarios de vehículos nuevos saben que para mantener el buen estado de sus automóviles deben realizar cada 5000 el mantenimiento respectivo.

Según datos de la Agencia Nacional de Tránsito (2016) el parque automotor al 2016 estaba conformado por 2.267.344 vehículos matriculados livianos y comerciales, con una mayor concentración en las provincias del Guayas y Pichincha (58,5%), a nivel nacional del total de vehículos matriculados el 46,1% tiene más de diez años (2008 y años anteriores), los vehículos con menos de cinco años representan el 32,47%, es decir el parque automotor tiene una edad promedio de 14,94 años (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, 2016). El parque automotor de Tungurahua al 2017 se conformó con 128.758 vehículos matriculados entre livianos y comerciales, incrementándose en un 21,82% con respecto al 2016 (Asociación de empresas automotrices del Ecuador, AEADE, 2017).

Por tanto, este factor es una oportunidad para las empresas del sector objeto de estudio.

#### 2.1.4.2 Estructura socioeconómica

La estructura socioeconómica del país tiene se encuentra compuesta por la población que pertenece a los estratos A, B, C y C+ en un 35% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015), siendo este el porcentaje de ecuatorianos que disponen de los ingresos suficientes para adquirir un vehículo y cubrir los costos de su mantenimiento.

Por tanto, este factor se convierte en una oportunidad de mediano impacto para el proyecto.

### 2.1.5 Entorno tecnológico

#### 2.1.5.1 Inversión tecnología

El porcentaje de inversión en el Ecuador no ha tenido un incremento considerable ya que este no es uno de los sectores en el que el gobierno quiere invertir, como por ejemplo la innovación y el desarrollo. La inversión es de alrededor de 0,46% en relación al total del PIB, es por ello que muchas de las empresas se ven obligadas a importar tecnología como maquinaria y dispositivos electrónicos, tales como computadoras de vehículos.

También se ve afectada la importación de tecnología al país por las salvaguardias y por los aranceles específicos para cada industria, además del pago del IVA con valores del 12% y 20% respectivamente (Banco Mundial, 2016).

Esto ha generado que la compra y expansión tecnológica de las empresas se vea afectada de manera negativa, siendo una amenaza porque se ocasionan retrasos en el proceso de atención a clientes, en la reparación y diagnóstico de vehículos.

## **2.2 Análisis de la industria (Porter)**

### **2.2.1 Ingreso de nuevos competidores (Oportunidad)**

Entre las barreras de entrada para nuevos participantes están el tiempo y calidad de los bienes y servicios ofertados. El tiempo en el que toma el proceso de cada cliente para ser atendido es fundamental, ya que debido a lo ajetreado de la rutina de las personas se debe estar en la posibilidad de entregar un servicio de calidad, en el menor tiempo posible. La calidad en el servicio es imprescindible ya que existen en el mercado 29.068 negocios dedicados al área comercial del sector automotriz, razón por la que entregar un servicio de excelente calidad permite alcanzar la fidelidad de los clientes, aun cuando la competencia como los talleres de barrio manejen precios más bajos y los concesionarios cuenten con reconocimiento en el sector.

Para que una nueva empresa ingrese al mercado se requiere contar con una inversión de capital alta que puede oscilar entre los usd \$50.000,00 a usd \$85.000,00, ya que la competencia mantiene talleres mecánicos totalmente tecnificados, así como personal capacitado, contratando profesionales con título de tercer nivel para sus empresas, de modo que garantizan la excelencia del servicio. Además, las empresas nuevas deben cumplir con los permisos legales para poder operar con normalidad.

Por tanto, este factor es una oportunidad para las empresas del sector.

### **2.2.2 Poder de negociación de los clientes (Amenaza)**

Debido a que en el mercado existen numerosas empresas que ofrecen sus servicios de reparación y mantenimiento a los propietarios de vehículos, el poder de negociación de los clientes es medio, ya que provoca que las empresas, sobre todo las pequeñas, compitan entre ellas fijando precios más

bajos que les permitan atraer a un mayor número de clientes. Además, los clientes exigen calidad en el servicio adquirido, así como cumplimiento de plazos, quedando el factor económico en tercer plano.

Se puede decir que el poder es medio ya que existen talleres autorizados para marcas específicas en las que el cliente puede dirigirse y no perder la garantía de su vehículo, razón por la que los talleres mecánicos independientes deben brindar un servicio de calidad a un precio más bajo que el de las empresas grandes.

### **2.2.3 Amenaza de productos sustitutos (Oportunidad)**

Los sustitutos identificados para las empresas del sector son los servicios de taller mecánico a domicilio, siendo aquellos negocios que se dirigen a realizar la reparación al lugar donde se encuentre el cliente, siempre y cuando esta sea de poca complejidad.

Por tanto, este factor es una oportunidad para las empresas del sector, ya que los sustitutos no pueden brindar un servicio completo a los clientes.

### **2.2.4 Poder de negociación de proveedores (Oportunidad)**

Tanto a nivel nacional como en la provincia de Tungurahua existen múltiples empresas que pueden brindar a las organizaciones del sector de los materiales y suministros (lubricantes, aceites, partes, repuestos, etc.) necesarios para su funcionamiento, pudiendo la empresa realizar negociaciones en los precios de los bienes necesarios para su funcionamiento, así como solicitar crédito para el pago de los mismos.

Por tanto, este factor es una oportunidad para las empresas del sector.

### **2.2.5 Rivalidad entre competidores (Amenaza)**

De acuerdo con datos de la Agencia Nacional de Tránsito, el 97% de los accidentes de tránsito se dan por fallas humanas. Aunque los desperfectos mecánicos también son causantes de accidentes. Además, debido al aumento de accidentes de tránsito en el país, los talleres mecánicos han ido aumentando en todo el territorio nacional, siendo los más usados por los propietarios de vehículos, sobre todo nuevos, los talleres de los concesionarios. El precio de un cambio de aceite y revisión regular en un taller de concesionario bordea los \$300, en tanto que los talleres independientes cobran por el mismo servicio \$80 aunque al igual que su principal competencia cuentan con personal capacitado (ingenieros o tecnólogos automotrices) (El telégrafo, 2018).

Es por ello que las empresas más destacadas del sector de acuerdo a sus ingresos son los concesionarios, siendo los principales General Motors del Ecuador S.A con ingresos por \$599.706.389; Omnibus BB Transportes S.A con \$391.590.683 y Continental Tire Andina S.A. con \$153.302.284 (Ekos, 2018).

Empresas que aparte de dedicarse a la venta o ensamblaje de automóviles también brindan a sus clientes el servicio de taller mecánico, empleando para ello tecnología de punta en todo el proceso.

Por tanto, este factor se convierte en una amenaza para las empresas del sector.

## **2.3 Matriz EFE**

En la siguiente matriz se resumen los factores analizados en el entorno e industria, a cada factor se asigna una calificación en base a su peso en la implementación del proyecto:

Tabla No 2: Matriz EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVES	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Regulación a empresas	0,1	3	0,3
2	Acceso a crédito	0,1	4	0,4
3	Mano de obra de calificada	0,05	2	0,1
4	Comportamiento consumidor hacia la adquisición de autos	0,05	2	0,1
5	Estructura sociodemográfica	0,1	3	0,3
6	Sustitutos no brindan servicio completo	0,1	4	0,4
7	Facilidad acceso a maquinaria y equipos	0,1	4	0,4
8	Bajo poder de negociación de proveedores	0,05	3	0,15
	<b>SUBTOTAL OPORTUNIDADES</b>	<b>0,65</b>		<b>2,15</b>
<b>AMENAZAS</b>				
9	Aumento precios de insumos del sector	0,1	4	0,2
10	Poder de negociación de los clientes	0,08	4	0,4
11	Lenta recuperación económica afecta al sector	0,08	3	0,15
14	Alta rivalidad de competidores	0,09	3	0,15
	<b>SUBTOTAL AMENAZAS</b>	<b>0,35</b>		<b>0,9</b>
<b>VALORACIÓN TOTAL</b>			<b>1</b>	<b>3,05</b>

El resultado de la matriz EFE concluye que las oportunidades tienen un mayor peso en la calificación final, éstas alcanzaron un puntaje de 2.15, este valor supera a la calificación de las amenazas que tuvieron un puntaje de 1.30. Siendo las principales oportunidades para la nueva empresa la facilidad para adquirir maquinaria y equipo, el bajo poder de competitividad de los sustitutos y el acceso al crédito. En tanto que la amenaza más relevante es el aumento del precio de los insumos.

## 2.4 Conclusiones del análisis de entornos

El entorno político representa una oportunidad, debido a que en el país existe una normativa específica para la creación de empresas que brinden el servicio de reparación y mantenimiento de vehículos, a fin de evitar problemas delincuenciales que dañan la imagen del resto de organizaciones que integran el sector y que cumplen con lo establecido en la Ley.

El entorno económico permite observar que durante los últimos dos años el sector automotriz ha ido mejorando como consecuencia de la eliminación de las salvaguardias, mismas que generaron un decrecimiento durante 2015 y 2016. Siendo esta política arancelaria la que ha provocado que la inflación en el sector sea mayor a la del promedio nacional en el mes de septiembre del 2018.

Como producto de la eliminación de las salvaguardias en el país se incrementaron la venta de automóviles, mismos que para un correcto funcionamiento requieren ser sometidos a reparaciones y mantenimientos preventivos y/o correctivos. Razón por la que los talleres automotrices se han incrementado tanto a nivel nacional como en la provincia de Tungurahua, teniendo que competir entre los talleres independientes por precios, pero brindando un servicio de alta calidad y con entregas de los servicios en el tiempo requerido.

Las empresas nuevas para integrar al sector deben, para poder ser competitivas, realizar una inversión alta de capital de modo que puedan adquirir maquinaria y equipo de última tecnología que les ayude a estar a la par de los talleres de concesionarios, los cuales son la principal competencia para los talleres independientes, pese a que estos también cuentan con personal profesional y capacitado. Siendo los talleres de concesionarios la primera opción para los propietarios de vehículos nuevos.

## **3. ANÁLISIS DEL CLIENTE**

### **3.1 Preguntas de investigación**

- ¿Cuáles son las necesidades de los clientes que buscan contratar un plan de mantenimientos para sus vehículos en la ciudad de Ambato?
- ¿Cuál es el comportamiento de los propietarios de vehículos con respecto al servicio de mantenimientos de sus vehículos?
- ¿Cómo deben ser las características de un plan de mantenimientos preventivos en cuanto a precio, plaza y promoción que se ajustan a las necesidades de los propietarios de vehículos de la ciudad de Ambato?

### **3.2 Hipótesis de investigación**

Los propietarios de vehículos en la ciudad de Ambato se encuentran interesados en adquirir un plan de servicios de mantenimientos preventivos para sus vehículos que cumpla con características específicas de precio, calidad y tiempo de entrega.

### **3.3 Objetivos de la investigación de mercado**

- Investigar las necesidades de los clientes que buscan contratar un plan de mantenimientos preventivos para sus vehículos en la ciudad de Ambato.
- Conocer el comportamiento de los propietarios de vehículos con respecto al servicio de mantenimiento preventivo de vehículos.
- Describir las características de un plan de mantenimientos preventivos en cuanto a precio, plaza y promoción que se ajustan a las necesidades de los propietarios de vehículos de la ciudad de Ambato.

### 3.4 Investigación cualitativa

#### 3.4.1 Entrevista a expertos

En la siguiente tabla se muestra el perfil de los expertos entrevistados y en el Anexo 1 se presenta el cuestionario de entrevista aplicado.

Tabla No 3: Entrevistados

	<b>Experto 1</b>	<b>Experto 2</b>
<b>Nombres y apellidos</b>	Sebastián Mora	Daniel Holguín
<b>Edad</b>	32 años	38 años
<b>Profesión</b>	Ingeniero Mecánico	Ingeniero Automotriz
<b>Educación</b>	Superior	Superior
<b>Experiencia</b>	Propietario de la mecánica Novauto	Jefe de taller Check Point
<b>Fecha de la entrevista</b>	15 abril 2018	17 abril 2018
<b>Duración de la entrevista (minutos)</b>	33 minutos	25 minutos
<b>Tipo entrevista (presencial, telefónica, correo electrónico, virtual)</b>	Presencial	Presencial

##### 3.4.1.1 Resultados de la entrevista

Al realizarse la entrevista a los expertos, se obtuvo la siguiente información:

- El comportamiento del mercado automotriz en la ciudad de Ambato ha sufrido una afectación por los altos impuestos que tiene el sector automotriz, haciendo referencia específicamente a que los precios de repuestos y aditivos se han incrementado bastante en muchas de las marcas para autos. Por lo que, varias de las mecánicas tradicionales se han visto en problemas ya que ellos no cuentan con un manejo administrativo de sus talleres y en muchos casos no están en capacidad o no tienen el conocimiento para poder realizar los cambios oportunos a sus negocios ocasionando el cierre de los mismos, uno de los factores son los de diferenciación de los productos y servicios que son beneficiarios los clientes.

- Los factores determinantes es el servicio al cliente, repuestos con garantía y mano de obra especializada. Muchos de los casos las personas están cansadas de las mecánicas no sean legales y reutilicen o abusen de la confianza de sus clientes entregándoles lubricantes o haciendo reparaciones sin el cuidado requerido.
- Los aspectos fundamentales es el equipamiento de máquinas y herramientas de trabajo, es muy importante que una mecánica disponga de todos los implementos necesarios, ya que si se presenta el caso de reparar un vehículo y no se dispone de las herramientas ese cliente no va a volver porque es un servicio incompleto.
- En el taller la disposición inmediata de repuestos es un problema, ya que en varias ocasiones los clientes necesitan su auto para el mismo día o como máximo para el día siguiente, en otros casos cuando el taller está lleno, llegan clientes esperan ser atendidos y se los tiene que agendar para el día siguiente y esto ocasiona que algunos ya no regresen.
- Existen muchas marcas en el mercado y conseguir proveedores no representa ningún problema, en muchos de los casos ellos llegan a golpear las puertas y ofrecer sus productos con algunas facilidades como el pago a 30 45 y 60 días como se ha dado el caso.
- Los servicios más demandados por los clientes son: Cambio de aceite motor (aceite y filtros), Cambio de suspensión, Cambio de pastillas de freno, Chequeo "ABC" de motor, Lavado del vehículo, Cambio de Bujías, Alineación y Balanceo, Cambio de plumas del parabrisas, Cambio de líquidos (Refrigerante- Aceite de caja de cambios- Coronas - Transfer) y Reparación de motores a gasolina.
- Los clientes que componen el mercado objetivo del proyecto, tienen una edad media y quieren algo seguro y confiable. En muchas de las ocasiones los clientes me comentan que vienen al taller porque se ve confiable y manifiestan que los precios son justos ya que años anteriores por acceder a un precio oferta y promociones con precios bajos en varias mecánicas, hubo fallas en el servicio y "lo barato sale caro" es por esto que los clientes ya tienen experiencia de muchos años en servicios

de mecánica automotriz y prefieren un taller especializado que les dé el servicio que desean.

- El enfoque del cliente está totalmente en el servicio que se entrega, el precio si tiene un grado de determinación al momento de elegir servicios extras o complementarios como es un lavado completo del automóvil o una revisión extra de suspensión, frenos o por un servicio que no estaba contemplado desde el principio.
- Es determinante el uso de tecnología en el taller, ya que esto te brinda en primera instancia seguridad y en segunda el tiempo en el que puedes reparar o instalar un repuesto en el vehículo en el que se esté trabajando

### **3.4.2 Grupo focal**

En el grupo focal asistieron 8 personas, con edades comprendidas entre 25 y 32 años, la composición por género fue 5 hombres y 3 mujeres, todos los asistentes contaban con vehículo y residían en la ciudad de Ambato. En el Anexo 2 se presenta el cuestionario aplicado.

#### **3.4.2.1 Resultados del grupo focal**

- Varias personas indicaron que el servicio de mecánica automotriz es muy diferente en cada mecánica, y que el servicio de talleres es de muy buena calidad y son fieles a la marca, otros comparten que han tenido malas experiencias en los talleres y que no se sienten cómodos recibiendo un servicio deficiente y han cambiado de taller mecánico por varias ocasiones.
- Las personas indicaron que los factores más importantes para elegir realizar sus mantenimientos son la experiencia de las personas que laboran en el taller, facilidad de conseguir los repuestos, precio, veracidad en el diagnóstico, calidad de servicio al cliente y tiempo de entrega.

- Las promociones y bajos precios en los talleres crean incertidumbre o rechazo ya que perciben como de baja calidad los insumos que pueden ser utilizados. Por ello, se concluye que el precio no es determinante al momento de contratar el servicio, ya que los usuarios buscan un precio que vaya acorde a la calidad de los insumos y materiales que se utilicen genera más confianza y satisfacción en la compra de los servicios que un descuento u ofertas de precios más bajos y gangas. Los precios que están dispuestos a pagar por el servicio más común que es el cambio de aceite más filtro es de \$35 para automóviles sedan, sugieren que se deba agregar el lavado gratis a la oferta de cambio de aceite. El precio no debería bajar, se debe agregar más beneficios.

### 3.5 Investigación Cuantitativa

Con el propósito de realizar una investigación cuantitativa adecuada, en necesario realizar el cálculo del tamaño de la muestra, cuya fórmula utilizada es:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + z^2 * p * q}$$

#### Donde:

- N =** Tamaño de la población: 88.243 personas  
**Z =** Valor obtenido mediante valores de confianza, en este caso será del 95% que equivale a 1.96  
**P =** Probabilidad de éxito, será considerado en un 50%  
**Q =** Probabilidad de fracaso, será considerado en un 50%  
**e =** Error muestral considerado en un 5%  
**n =** Tamaño de la muestra

Al aplicar la fórmula se obtuvo una muestra de 384 encuestas, sin embargo, considerando el propósito académico de esta investigación, la encuesta se realizó a 60 personas aleatorias en la ciudad de Ambato, obteniendo los siguientes resultados:

- El 40% de los encuestados respondieron como un factor determinante para el servicio de un taller mecánico son: precio, servicio al cliente y tiempo de entrega.
- Los pagos seleccionados por los clientes para el pago de los servicios fueron efectivo y tarjeta de crédito.
- El 74% de las personas refieren a que si están dispuestos a contratar un plan anual de mantenimientos preventivos de pagos mensuales.
- Las redes sociales que utilizan con más frecuencia es Facebook y Whatsapp. Las personas desean recibir la información de los servicios por Email y Redes Sociales
- El precio óptimo del plan de mantenimientos preventivos es de \$35,00, el precio mínimo de venta es de \$30,00 y el precio máximo es de \$38,00.
- Del análisis correlacional (Anexo 3) se obtuvo como resultados que las personas que cuentan con un seguro vigente se encuentran interesadas en el plan de mantenimientos vehicular. Así como que quienes conocen un taller mecánico lo han hecho por medio de las redes sociales.
- Las personas que tienen un rango de edad entre 18 y 22 años realizan mantenimiento a su vehículo cada 8 meses, las personas mayores a 45 años realizan mantenimiento entre 2 y 5 meses.
- Las personas que realizan con mayor frecuencia a su vehículo se encuentran en el rango entre 23 a 36. Esto permite concluir que las personas con mayor edad se preocupan en mayor medida por su vehículo.

## **4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

### **4.1 Descripción de la oportunidad de negocio**

El servicio de mantenimiento y reparación de vehículos durante los últimos dos años ha presentado un crecimiento sostenido, así como una recuperación producto de la eliminación de las salvaguardias a repuestos y vehículos que se habían aplicado en el año 2016, factores que incidieron en el decrecimiento del sector automotriz y las diferentes actividades económicas relacionadas a esta.

De modo que se generó un aumento de los precios de los bienes y servicios necesarios para que las empresas pertenecientes al sector pudieran brindar a los clientes sus servicios y vender sus productos, de modo que los costos aumentaron para los empresarios, teniendo que ser trasladados estos incrementos de precios hacia los consumidores.

Como producto de la eliminación de las salvaguardias el parque automotor tanto a nivel nacional como en la provincia de Tungurahua creció de 2016 a 2017, así como los ingresos y ventas de las empresas pertenecientes al sector automotriz, siendo parte de ellas las organizaciones que brindan el servicio de mantenimiento y reparación de vehículos.

Debido al aumento de los accidentes de tránsito tanto a nivel nacional como en la provincia de Tungurahua, el número de talleres mecánicos ha ido en aumento, ya que son las fallas en los vehículos las que provocan en muchas ocasiones la generación de accidentes que terminan en la pérdida total o parcial del vehículo o vehículos implicados, así como la muerte de sus ocupantes o transeúntes.

En el Ecuador, los talleres mecánicos son regulados por la Ley de Tránsito, normativa donde constan los requisitos que deben cumplir quienes quieren poner en marcha este tipo de negocio. La Autoridad establece dichos requisitos

con el objetivo de evitar que se monten pseudo talleres mecánicos, los cuales en realidad son deshuesaderos de vehículos que se dedican a la venta de partes y accesorios de automóviles robados. Dañando la imagen de los negocios legales, así como creando inseguridad para la ciudadanía.

Los talleres mecánicos actualmente pueden tecnificarse totalmente, gracias al desarrollo de la tecnología, permitiendo entregar a sus clientes un mejor servicio, a un costo más bajo para sus propietarios y en menor tiempo. Siendo este tipo de tecnología empleada especialmente por los talleres de los concesionarios de automóviles, ya que la inversión para su adquisición es alta.

Es por esta razón que son este tipo de talleres los más empleados por los propietarios de vehículos, sobre todo de últimos modelos, ya que los concesionarios les ofrecen una garantía si realizan sus mantenimientos en sus talleres, aunque su precio es muy alto, al compararlo con talleres mecánicos independientes. El costo de un mantenimiento en un taller de concesionario oscila los \$300, en tanto que en un taller independiente cuesta alrededor de \$30.

La diferencia en precios radica en el uso de tecnología de punta, así como por el reconocimiento de las marcas comerciales. Por ello, los talleres mecánicos independientes deben competir ofreciendo un servicio de alta calidad, una entrega a tiempo, emplear materiales de calidad y un precio más bajo, pero justo ya que los clientes desconfían de un servicio muy barato. Además, la forma más común y efectiva de atraer clientes es por medio de recomendaciones de clientes frecuentes.

Por tanto, se ha encontrado una oportunidad de negocio para la venta de planes de mantenimientos preventivos para vehículos nuevos (2016 en adelante), siendo el taller mecánico propuesto el encargado de realizar los mantenimientos de estos automotores al cumplir los 5.000 kilómetros de rodaje o cada 6 meses (lo que suceda primero).

## **5. PLAN DE MARKETING**

### **5.1 Estrategia general de marketing**

La estrategia general de marketing seleccionada para la empresa es la de enfoque combinada con diferenciación, para Porter (1991) “la estrategia de enfoque busca especializarse en un mercado reducido, pero bien definido, al cual se conocerá por sus características y necesidades con el fin de lograr su satisfacción y conseguir la rentabilidad deseada por la empresa; y, la diferenciación consiste en alcanzar mejores resultados con base a alguna ventaja importante que valore la mayor parte del mercado” (Porter, 1982, p. 42).

En este sentido, la empresa ofrecerá el servicio mecánico automotriz en el taller a una cuota del mercado que comparte características homogéneas y necesidades similares como es el caso del mantenimiento preventivo y correctivo de sus vehículos, a través de la venta de planes de mantenimientos. La diferenciación radica en ofrecer un servicio mecánico automotriz oportuno, confiable, eficiente, seguro y que utiliza insumos de calidad a cargo de personas que conocen lo que hacen y cuentan con la debida experiencia permitiendo satisfacer los requerimientos de los clientes.

#### **5.1.1 Estrategia de posicionamiento**

La empresa buscará posicionarse en la mente de los clientes a través de la creación de una ventaja competitiva que genere un mayor valor para los clientes y esto se logra considerando los atributos y beneficios del servicio, así como los requerimientos de los clientes con el fin de que el servicio a más de satisfacer sus necesidades, ocupen un lugar claro, distintivo y deseable respecto de los servicios ofrecidos por la competencia.

Estos beneficios que serán atribuidos al mercado objetivo se traducen en ser distintivos, superiores, eficientes, rápidos y oportunos por lo cual estarían

dispuestos a pagar un precio mayor que la competencia al percibir un mejor servicio, en este sentido, se plantea una propuesta de valor basado en el posicionamiento “más por más” que según Kotler & Armstrong (2012, p. 273) implica un precio mayor por un mayor beneficio. Mercado objetivo

## 5.2 Mercado objetivo

Para definir el mercado objetivo al cual dirigir el servicio se utiliza criterios de segmentación que, de acuerdo con Kotler & Armstrong (2013, p. 249), consiste en “dividir un mercado en grupos individuales con necesidades, características y comportamiento comunes que podrán requerir productos, servicios o combinaciones de marketing específicas”.

### 5.2.1 Segmentación de mercado

Los criterios de segmentación del mercado objetivo son los siguientes:

Tabla No 4: Segmentación de Mercado

SEGMENTO	CANTIDAD
Total Autos País 2016 (Automóviles 46,69%, Camionetas 29,61%, Jeep 23,7%)	1.362.834
Total Autos Prov. Tungurahua 2016 (Automóviles 5%, Camionetas 6,4%, Jeep 3,7%)	69.592
Población Parroquias Urbanas Cantón Ambato 50,08 %	34.852
Nivel Socio Económico (C- 49,3%, C+ 22,8%, B 11,2% y A 1,9%) Media-Media Alta Y Alta 85,20% %	29.694

Adaptado de: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

El segmento de mercado del proyecto serán los propietarios de vehículos que pertenecen a la clase económica media, media alta y alta, cuyos vehículos circulan en la provincia de Tungurahua.

La tasa de participación de mercado es del 5.94% que corresponde a 1728 unidades para el 1er año con el servicio básico y para el 5to año corresponde

una tasa de participación de mercado del 14.26% de una capacidad instalada de Auto4 de 29.694 unidades.

### 5.3 Propuesta de valor

Kotler & Armstrong (2013, p. 278) define a la propuesta de valor como el “posicionamiento completo de una marca, esta abarca la unión de todos los beneficios que diferencian y posicionan una marca de otras”, para este caso la propuesta de valor se esquematiza en el modelo Canvas como se muestra a continuación:

<p><b>ASOCIADOS CLAVE</b></p>  <p>Proveedores de los principales equipos tecnológicos para la instalación del taller de servicio mecánico automotriz</p> <p>Proveedor de insumos y repuestos requeridos en la operación de la empresa</p>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p>  <p>Diseño de las estrategias de comercialización</p> <p>Negociación con los proveedores.</p> <p>Proceso de operación del servicio</p> <hr/> <p><b>RECURSOS CLAVE</b></p>  <p>Compra de insumos y equipos</p> <p>Talento humano calificado y con experiencia</p> <p>Estrategia de comercialización</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p>  <p>Se ofrece planes de mantenimientos preventivos que se ejecutan a través de un servicio de mecánica automotriz oportuno, confiable, eficiente, seguro, la confianza se basa en la utilización de equipos y repuestos de calidad en cada servicio, el cual está a cargo de personas que conocen lo que hacen y cuentan con la debida experiencia, manteniendo el contacto directo y personalizado siempre con el cliente</p>	<p><b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b></p>  <p>Promoción del servicio, tiempo de entrega, servicio personalizado y atención al cliente.</p> <hr/> <p><b>CANALES</b></p>  <p>Venta directa ofrecido en el taller de mecánica automotriz</p>	<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b></p>  <p>Conformado por 29,694 personas de los estratos A, B, C y C+ que poseen vehículos de modelo 2017 en adelante que circulan en la provincia de Tungurahua</p>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p>  <p>Gastos relacionados con la compra de los insumos y repuestos automotrices, administración, promoción del servicio y personal de la empresa</p>		<p><b>FUENTE DE INGRESOS</b></p>  <p>Ingreso por las ventas de planes de mantenimientos preventivos para vehículos modelo 2016 en adelante</p>		

Figura No 1: Modelo Canvas

### 5.4 Mezcla de marketing

#### 5.4.1 Servicio

La empresa ofrecerá a sus clientes planes de mantenimiento preventivo para sus vehículos, el cual cubrirá el mantenimiento del automóvil desde los 5.000 km hasta los 100.000 km o N cantidad de kilómetros. Siendo diferenciado el servicio a realizarse por parte del taller mecánico Auto4 cada 5.000 km, para

ello en el Anexo 5 se presentan los trabajos específicos a cubrirse de acuerdo al rodaje del automotor.

Dentro de los servicios complementarios que se ofrecerán, está el de retirar el vehículo del lugar de trabajo y de residencia de cada cliente que lo requiera, servicio incorporado de acuerdo a resultados obtenidos en la investigación de mercados realizada previamente. Uno de los factores que impiden realizar un mantenimiento oportuno es la disponibilidad de tiempo, las personas están en su jornada laboral y requieren que un operario retire el vehículo y lo traslade al taller de mecánica automotriz, realicen el mantenimiento o procedimiento y se entregue en su lugar de trabajo o residencia.

En el servicio de mecánica automotriz la mano de obra contempla uno de los factores más importantes ya que el tiempo de espera y solución está ligado a la experticia y herramientas disponibles para el mecánico. El horario de atención será flexible y estará ligado a la demanda de los clientes, el horario de atención preferencial es de 08:00h a 18:00h. El horario extendido de trabajo está disponible para 3 horas más adicionales a la jornada laboral y los procedimientos disponibles son los básicos y de media complejidad.

#### 5.4.1.1 La marca

El nombre del taller de mecánica automotriz es "Auto4" y su slogan es "Mecánica Especializada". La marca comercial AUTO4 nace de la unión de las palabras "automóvil" y "four". La forma principal es la propia palabra de la marca, una tipografía gruesa y sencilla de formas, da al logotipo una fortaleza que transmite liderazgo. La sencillez de sus formas le aportan, proximidad y compromiso como valores añadidos. Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía personalizada, que aporta a la marca una identidad propia y modernidad, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

#### 5.4.1.2 Branding

El diseño de la marca para la empresa fue seleccionado en base a los nombres e imágenes representativos para la industria automotriz, que reflejen y provean un mismo mensaje de identificación del tipo de servicio.

Tabla No 5: Branding

<b>Nombre</b>	Auto4	Taller de mecánica automotriz
<b>Imagen</b>	Vehículo tipo jeep	Recepción de vehículos todo terreno
<b>Slogan</b>	Mecánica especializada	Empresa dedicada a la reparación de automóviles
<b>Color Principal</b>	Rojo	Representa pasión, poder y vitalidad
<b>Color Secundario</b>	Negro	Representa la elegancia



Figura No 2: Logotipo Auto4

### 5.4.2 Precio

La estrategia de precio que se contempla para el desarrollo es la de "alineamiento" la estrategia con el precio óptimo obtenido en la investigación de mercado es de \$35,00 (Anexo 4) basándonos en la media del mercado se está manteniendo con una diferencia de alrededor de \$5.00. Este precio de venta que es considerado como el servicio principal de los talleres que realizan mantenimientos a vehículos: Cambio de Aceite y Filtro, y revisión del automotor.

### 5.4.3 Plaza

#### 5.4.3.1 Estrategia de distribución

El servicio que ofrece Auto4 se establece en un solo establecimiento, el servicio va directo del productor al cliente de sin intermediarios en el canal de distribución, la clasificación de la estrategia es exclusiva. Los servicios de mantenimientos preventivos se realizarán únicamente en el taller autorizado Auto4 y se dispone de un solo local ubicado en la ciudad de Ambato en la parroquia de Ficoa, el costo del arrendamiento del local es de \$500,00 mensuales. El canal de distribución es directo y no contempla intermediarios.

El inmueble arrendado será de 200 metros cuadrados, al mismo se le realizarán las adecuaciones necesarias para el funcionamiento óptimo del taller mecánico. El local se distribuirá en 6 secciones:

- Zona de recepción y entrega de vehículos
- Área de taller
- Almacén productos
- Administración
- Baños públicos
- Vestidor para empleados

Siendo la sección 2: Área de taller la que ocupe el mayor espacio, debido a que en ella se realizarán los servicios de revisión del vehículo y cambio de aceite y filtro. Por tanto, es en esta zona en la que se realizará una mayor inversión en maquinaria, equipo y señalética, y donde se ubicará la mayoría de trabajadores de la empresa.

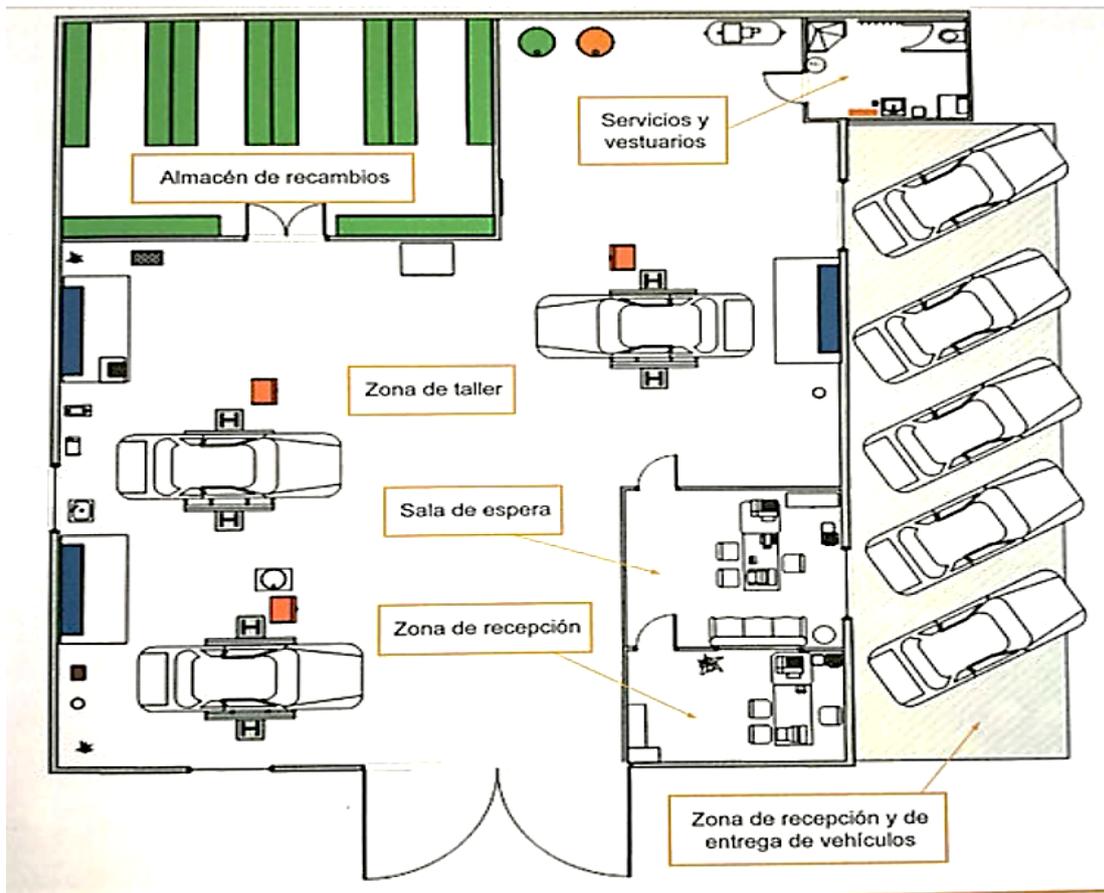


Figura No 3: Plano taller mecánico

Tabla No 6: Costo estrategia plaza

Plaza	Arriendo local	\$500.00
	Adecuaciones local	\$2.857,14
	<b>Total</b>	<b>\$3.357,14</b>

## 5.4.4 Promoción

### 5.4.4.1 Estrategia Promocional

La estrategia promocional que se empleará para la venta de servicios de mecánica automotriz de Auto4 es la de "Pull", el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores, siendo necesario para ello la definición de un presupuesto para la promoción de los servicios ofertados por la empresa.

Debido a que la población objetivo es mayoritariamente adulta (40 años en adelante) y en menor medida joven-adulta (27 a 35 años), la promoción de los servicios ofertados por Auto4 se realizarán principalmente por los medios tradicionales como radio, prensa escrita, volantes, afiches y vallas publicitarias; y, en menor medida a través de medios digitales como Facebook, Instagram, correo electrónico y página web.

### 5.4.4.2 Publicidad

La publicidad en medios masivos está ligada al conocimiento, presencia y reconocimiento de marca, estos factores ayudarán a que la marca "Auto4" gane posicionamiento y esté presente en la mente del consumidor. Logrando una integración y empatía en la comunidad de automovilismo de la ciudad de Ambato.

Se utilizará una estrategia de "Conciencia de tu automóvil" basándonos en esto se creará contenido relacionado al mantenimiento correctivo y preventivo en un vehículo, los riesgos que están inmersos si no se realizan revisiones oportunas, posibles accidentes, averías de componentes mecánicos del automóvil en carretera entre otras.

La publicidad en medios tradicionales se realizará de la siguiente manera:

- Radio: se contratarán un paquete publicitario de cuñas en la Radio Bandida 89.7 FM, las cuales se anunciarán a las 7am y 6pm, los días lunes, miércoles y viernes. De modo que sea escuchada por las

personas que conducen sus vehículos en dirección a su lugar de trabajo y de regreso a casa.

- Prensa Escrita: se contratará un paquete anual de publicidad en el periódico El Heraldó.
- Volantes: se entregarán en las principales calles de la ciudad de Ambato. Siendo repartidos de lunes a sábado de 10 a 14 horas.
- Vallas publicitarias: se alquilará una valla publicitaria en el centro de la ciudad de Ambato, por un lapso de 3 meses.

En cuanto a la publicidad por medios digitales, se realizará lo siguiente:

- Redes sociales: Facebook nos da las herramientas de definir un presupuesto basado en la audiencia potencial que se establezca mediando la segmentación. Se define un presupuesto de \$1500.00 para promoción de la página en Facebook "Auto4" para la obtención de 5000 seguidores. Las publicaciones mensuales y creación de contenido tendrán un presupuesto de \$300.00. La plataforma de Instagram tendrá el mismo contenido de Facebook y se pagará \$50.00 mensuales por promocionar a la empresa.
- Mailing: se utilizará el CRM (Customer Relationship Manager) de la plataforma HubSpot para el envío de mail masivo, base de datos de los clientes para obtener información para futuras promociones y mantenimientos requeridos en base al histórico de atención en el taller con un presupuesto de \$200.00 para este rubro.
- Página web: se creará una página web de la empresa, donde se colocará la filosofía empresarial, precios y servicios ofertados, números de contacto y ubicación de la empresa, así como la opción para agendar una cita. Para ello se destinará un presupuesto de \$1500 para su construcción y \$100 para el mantenimiento trimestral de la página.
- Anuncios Google Adwords: Se utilizará el buscador de Google para la creación de la ficha empresarial y se pautará en Adwords con palabras clave en las que los usuarios buscan en Google y los dirige a la página web, de "Auto4" logrando una interacción más directa gracias al servicio

de buscadores masivos de información y posicionamiento, se determina un presupuesto de \$100.00 mensuales por este servicio.

Finalmente, las promociones entregadas a los clientes de Auto4 serán las siguientes:

- Paga tres servicios iguales y el cuarto es gratis
- Cartilla de servicios, al completar 20 servicios iguales o diferentes obtiene 20% de descuento en su siguiente servicio.
- Se entregará un descuento de 5% en un servicio básico por cada 5 clientes referidos

Tabla No 7: Costo publicidad y promoción

<b>Publicidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Radio	6 semanales cada 3 meses	720,00	2880,00
Prensa Escrita	15 días cada 3 meses	150,29	601,16
Volantes	6 días cada 2 meses	110,00	660,00
Valla Publicitaria	6 meses	75,00	450,00
Redes Sociales	5 meses	350,00	1750,00
Mailing	1 vez	200,00	200,00
Anuncios Adwords	12 meses	100,00	1200,00
Página web	cada 3 meses	1500,00	1500,00
Mantenimiento página web		100,00	400,00
Promociones		100,00	1200,00

#### 5.4.4.3 Merchandising

Se diseñará toda la papelería y artículos para Merchandising que se ocuparán en el taller automotriz, de igual forma se entregarán a varios clientes muestras de artículos con la marca de la empresa.



Figura No 4: Merchandising

## **6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **6.1 Misión, visión y objetivos de la organización**

#### **6.1.1 Misión**

Auto4 es una empresa ecuatoriana dedicada a brindar un servicio automotriz de excelencia que responda de manera rápida y eficiente ante las necesidades de todos sus clientes del parque automotor de la ciudad de Ambato. Contando para ello con personal confiable y altamente capacitado, así como con los recursos tecnológicos disponibles para la industria.

#### **6.1.2 Visión**

Ser un centro automotriz líder a nivel nacional, brindando un servicio de calidad que se adapte a las diferentes necesidades de nuestros clientes, mediante el uso de recursos tecnológicos de vanguardia, contando con profesionales en el área, de modo que aumentemos nuestra participación en el mercado para poder generar mayores beneficios a nuestros accionistas y colaboradores.

#### **6.1.3 Objetivos**

##### **6.1.3.1 Mediano plazo**

- Incrementar las ventas del servicio en al menos un 3% para el segundo año de operaciones de la empresa.
- Aumentar en al menos un 6% el margen neto de ganancias en el cuarto año de funcionamiento de la empresa.
- Obtener un mínimo de 75% en el nivel de satisfacción del cliente en el segundo año de la puesta en marcha del negocio.

### 6.1.3.2 Largo plazo

- Incrementar en al menos un 10% la capacidad de atención de la empresa para el sexto año de operaciones de la empresa.
- Reducir los costos fijos en al menos 1% en el quinto año de funcionamiento de la empresa, en relación al año anterior.
- Alcanzar un mínimo de 90% en el nivel de satisfacción al cliente para el quinto año de operaciones de la empresa.

## 6.2 Plan de Operaciones

### 6.2.1 Infraestructura, procesos, bienes y equipo

#### 6.2.1.1 Infraestructura

Auto4 ofrecerá sus servicios de centro automotriz en sus instalaciones que tienen un área de 100 metros cuadrados ubicada en la ciudad de Ambato en la parroquia de Ficoa, lugar escogido por su alto movimiento comercial y de tránsito, resulta ser una ubicación privilegiada para este tipo de actividad, permitiendo un rápido y fácil acceso y desplazamiento hacia las instalaciones de Auto4.

### 6.2.2 Bienes y equipos

Para la prestación del servicio la empresa requerirá de los bienes y equipos que se muestran en la tabla siguiente:

Tabla No 8: Bienes y equipos

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
ESTACION TRABAJO ADMINISTRADOR	Unidad	1	\$300,00	\$300,00
SILLA EJECUTIVA	Unidad	3	\$80,00	\$240,00
ESTACIÓN TRABAJO	Unidad	2	\$200,00	\$400,00
ESTRACIÓN TRABAJO RECEPCIÓN	Unidad	1	\$200,00	\$200,00
ARCHIVADOR 4 GAVETAS	Unidad	4	\$90,00	\$360,00
SILLAS DE VISITA	Unidad	10	\$35,00	\$350,00
BASUREROS PEQUEÑOS	Unidad	7	\$10,00	\$70,00
BASUREROS GRANDES	Unidad	5	\$20,00	\$100,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$2.020,00</b>
<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS - TALLER</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
KIT COMPLETO DE HERRAMIENTAS	Unidad	1	\$4.800,00	\$4.800,00
ELEVADOR Y ALINEADORA	Unidad	1	\$13.500,00	\$13.500,00
DESMONTADORA DE RUEDA	Unidad	1	\$1.300,00	\$1.300,00
BALANCEADORA CON PANTALLA DIG	Unidad	1	\$1.800,00	\$1.800,00
ELEVADOR 2 POSTES Y ELEVADOR 1/2 ALTURA	Unidad	2	\$6.900,00	\$13.800,00
COMPROBADOR DE BATERIA	Unidad	1	\$250,00	\$250,00
ESCANER MULTIMARCA	Unidad	1	\$500,00	\$500,00
MAQUINA DE LAVADO	Unidad	1	\$500,00	\$500,00
COMPRESOR	Unidad	1	\$800,00	\$800,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$30.350,00</b>
<b>EQUIPOS OFICINA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
TELÉFONOS	Unidad	4	\$40,00	\$160,00
CELULARES ADM	Unidad	2	\$250,00	\$500,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$660,00</b>
<b>EQUIPOS COMPUTACIÓN</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
COMPUTADOR PC	Unidad	4	\$400,00	\$1.600,00
COMPUTADOR PORTATIL	Unidad	2	\$600,00	\$1.200,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	Unidad	2	\$190,00	\$380,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$3.180,00</b>

### 6.2.3 Proceso

Para un adecuado y eficiente funcionamiento de la empresa Auto4, se propone el siguiente flujograma con el detalle de los procesos:

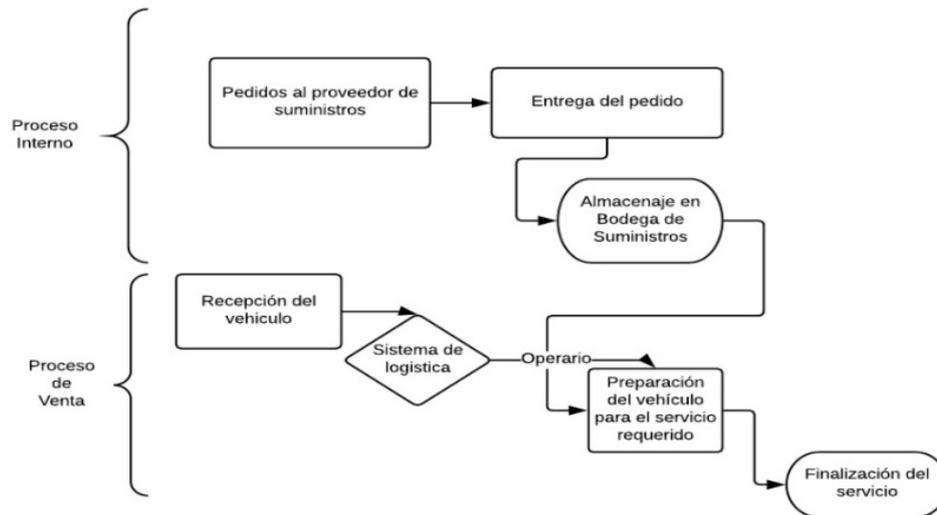


Figura No 5: Procesos Auto4



Figura No 6: Flujograma de operaciones Auto4

### 6.3 Estructura Organizacional

La empresa Autoservicios AUTOPLAZA S.A, se encuentra constituida como una sociedad Anónima compuesta por dos socios, siendo uno de ellos el encargado de la administración del negocio. En el caso de la empresa Auto4 también se constituirá como una sociedad Anónima, conformada por dos socios, siendo uno de ellos el encargado de la administración del negocio y otro de su dirección, cargos que se asignarán de acuerdo a sus capacidades, habilidades y experiencia, y no por su porcentaje de aportación, como lo ha realizado AUTOPLAZA S.A., esto con el fin de que cada socio aporte lo mejor de sí mismo a la empresa. Además, como estructura empresarial se define el modelo vertical, para que ayude a garantizar la funcionalidad, intercambio y adaptación de la empresa, contribuyendo a la interacción entre los colaboradores de la compañía.

Para la constitución y puesta en marcha de la empresa se requieren realizar los siguientes gastos:

Tabla No 9: Gastos de constitución

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
HONORARIOS LEGALES	\$ 500,00
DEPOSITO CONSTITUCION	\$ 400,00
NOTARIA	\$ 60,00
REGISTRO MERCANTIL	\$ 50,00
MUNICIPIO	\$ 50,00
PERMISO BOMBEROS	\$ 200,00
VARIOS (COPIAS, MOVIL)	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.380,00</b>

#### 6.3.1 Diseño organizacional

Considerando el proceso de operación es de la empresa, se elabora un organigrama para Auto4 que tendrá la siguiente estructura organizacional, en conformidad se propone el siguiente organigrama considerando también a la empresa de Autoplaza S.A

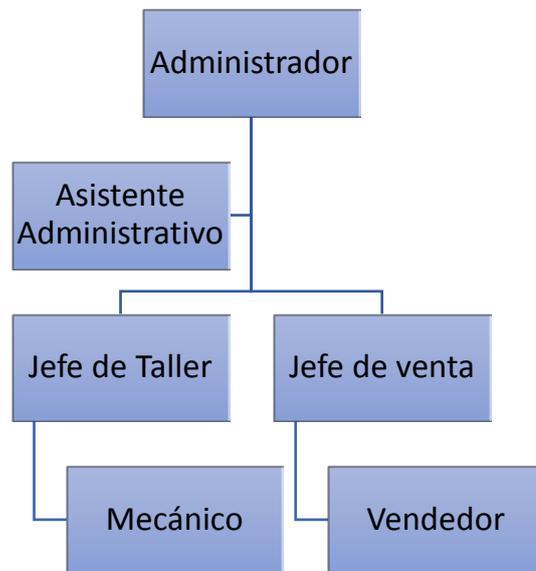


Figura No 7: Organigrama AUTOPLAZA S.A

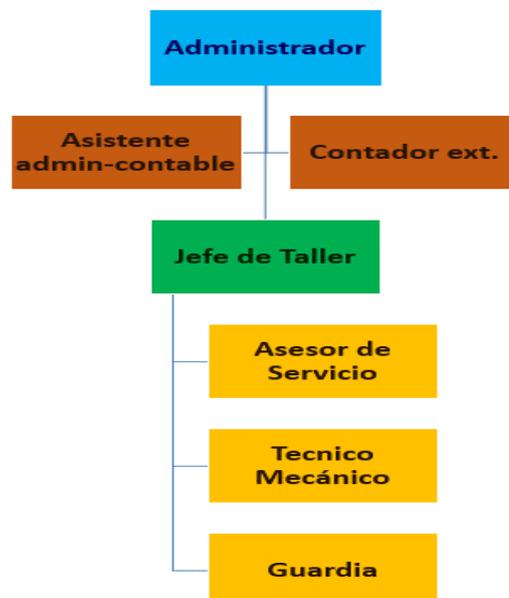


Figura No 8: Organigrama AUTO4

### 6.3.2 Funciones del personal

En la siguiente tabla se presentan las funciones de cada uno de los colaboradores de la empresa, de acuerdo con la estructura organizacional de Auto4

Tabla No 10: Funciones del Personal

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>Administración General</b>
<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Funciones</b>	<p>Establecer los objetivos, metas específicas y generales que tiene la empresa.</p> <p>Supervisar constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa para poder conocer el funcionamiento y el camino que toma enfocada al cumplimiento de sus objetivos.</p> <p>Controlar los recursos que la empresa posee para la realización de sus actividades.</p>
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>Operaciones</b>
<b>Cargo</b>	<b>Jefe de Taller</b>
<b>Funciones</b>	<p>Supervisar oportunamente las actividades realizadas por todo el personal del centro automotriz</p> <p>Gestionar y solucionar reclamos de los clientes</p> <p>Controlar situaciones de conflictos de personal y clientes.</p> <p>Establecer conjuntamente con el Administrador y personal a cargo los requerimientos de insumos</p> <p>Proponer estrategias de mejora de servicio</p>
<b>Cargo</b>	<b>Asesor Técnico</b>
<b>Funciones</b>	<p>Mantener contacto directo con el cliente</p> <p>Gestionar y solucionar reclamos de los clientes</p> <p>Contribuir activamente en la solución de problemas en esta área</p>

	Realizar ingreso de órdenes de trabajo y entrega de vehículos a clientes Brindar asesoría a clientes de acuerdo a sus necesidades
<b>Cargo</b>	<b>Técnicos</b>
<b>Funciones</b>	Recibir órdenes de trabajo Ejecutar de manera técnica, oportuna y eficiente el pedido de trabajo recibido en cada vehículo ingresado Solucionar inmediatamente cualquier reclamo técnico de cualquier cliente atendido anteriormente Brindar asesoría a clientes de acuerdo a sus necesidades
<b>Cargo</b>	<b>Guardia</b>
<b>Funciones</b>	Vigilancia y cuidado de las instalaciones y personal de Auto4 Mantenerse alerta ante emergencias y atentados contra las instalaciones de Auto4 y su respectivo personal Reportar a la Policía y Jefe de taller hechos sospechosos Controlar que se encuentren en su puesto de trabajo Emitir reportes al jefe de operaciones Brindar asesoría a clientes en caso de reclamos Atender los requerimientos de los jefes de departamento y gerente general Realizar llamadas para cobros a clientes
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>Administrativo = Contable</b>
<b>Cargo</b>	<b>Contador = externo</b>
<b>Funciones</b>	Controlar registros contables para determinar los costos y presupuestos. Diseñar y establecer los sistemas de contabilidad. Realizar declaraciones de impuestos respectivas Realizar pago de nómina Controlar el pago del servicio por parte de clientes Emitir las facturas de venta y contratos con clientes.

<b>Cargo</b>	<b>Asistente administrativa-contable</b>
<b>Funciones</b>	Atención al cliente. Facturación de servicios prestados en Auto4. Pago de proveedores. Asistencia directa a Administrador general y Contador externo

A continuación, se comparte la tabla con el costo salarial del primer año de operaciones propuesta para el personal del Centro Automotriz Auto4:

Tabla No 11: Nómina Año 1

C	Cargo	Sueldo (mensual)	Año de Contratación	Clasificación
1	Administrador General	1.000,00	1	GASTO
1	Asistente Adm-Contab	386,00	1	GASTO
1	Contador-externo	500,00	1	GASTO
1	Tecnico	450,00	1	M.O.D.
1	Guardia	386,00	1	C.I.F.
1	Jefe taller	800,00	1	C.I.F.
1	Asesor técnica	400,00	1	C.I.F.

### 6.3.3 Cadena de valor



Figura No 9: Cadena de valor

La Ventaja competitiva de Auto4 es la oferta de un plan de mantenimientos preventivos para los vehículos de los clientes que contraten este producto. De modo que el propietario del automóvil cada 5000 kilómetros, únicamente deberá agendar una cita para que se realice el mantenimiento preventivo, sin tener que pagar un valor adicional a su pago mensual. Adicionalmente, la empresa brinda la posibilidad a los clientes de que su vehículo sea retirado y entregado en su domicilio o lugar de trabajo, de modo que el cliente no pierda tiempo movilizándose hasta las instalaciones de la organización.

## 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

Los ingresos de Auto4 provendrán de la venta de planes de mantenimientos preventivos para los vehículos modelo 2017 que ruedan en la provincia de Tungurahua. Para la proyección de la demanda del servicio de mecánica ofrecido por la empresa se ha considerado el porcentaje de interesados en el servicio (74%), para el crecimiento de la demanda se considera el 14%, y una capacidad instalada del 40%. El precio del plan se proyecta a una tasa de crecimiento anual de 1,63% correspondiente a la inflación del sector.

Tabla No 12: Proyección ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad proyectada de ventas	1728	2333	2938	3542	4147
Precio promedio	\$ 35,00	\$ 35,57	\$ 36,15	\$ 35,67	\$ 35,19
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$ 60.480,00</b>	<b>\$ 82.985,98</b>	<b>\$ 106.209,58</b>	<b>\$ 86.585,87</b>	<b>\$ 68.794,48</b>

La política de cuentas por cobrar de la empresa es el pago de contado del 100% del servicio, se aceptará tarjeta de crédito con pago corriente. En tanto que el pago a los proveedores de la empresa, se realizará el 100% a crédito y se deberán pagar a un plazo de 30 días.

Para la proyección de los costos y gastos se ha contemplado a la inflación (1,63%) como porcentaje de incremento de los precios. Además, se contempla que los mantenimientos se realizarán a los vehículos que han contratado el plan cada 5.000 kilómetros o cada 6 meses (lo que ocurra primero).

Tabla No 13: Proyección costos

<i>Materia prima directa</i>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aceite para motor	\$ 7.512,00	\$ 9.864,39	\$ 12.360,39	\$ 14.736,39	\$ 17.172,39
Filtro	\$ 2.191,00	\$ 2.877,11	\$ 3.605,11	\$ 4.298,11	\$ 5.008,61
Shampoo para auto	\$ 28,66	\$ 37,63	\$ 47,16	\$ 56,22	\$ 65,47
<i>Materia prima indirecta</i>					
Franelas	\$ 12,65	\$ 16,61	\$ 20,81	\$ 24,81	\$ 28,89
Cera	\$ 28,66	\$ 37,63	\$ 47,16	\$ 56,22	\$ 65,47
Ambiental	\$ 28,66	\$ 37,63	\$ 47,16	\$ 56,22	\$ 65,47

Tabla No 14: Proyección gastos

Gastos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Suministros de Oficina	12,00	12,20	12,39	12,60	12,80
Seguros de maquinaria	182,10	182,10	182,10	182,10	182,10
Mantenimiento y reparaciones	60,00	60,98	61,97	62,98	64,01
Servicios básicos	1.200,00	1.219,56	1.239,44	1.259,64	1.280,17
Gasto arriendo	6.000,00	6.097,80	6.197,19	6.298,21	6.400,87
Publicidad	10.841,16	9.517,87	9.673,01	9.830,68	9.990,92
Gastos de Constitución	1.380,00	-	-	-	-
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>19.675,26</b>	<b>17.090,50</b>	<b>17.366,11</b>	<b>17.646,21</b>	<b>17.930,88</b>

## 7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

La inversión inicial del proyecto será de \$68.002,73 dentro de la cual se contempla la adquisición de la propiedad, planta y equipo, la compra de 1 software contable para PYMES; y, el capital de trabajo, mismo que se calculó empleando el método contable.

Tabla No 15: Inversión inicial

Inversiones PPE	37.612,14
Inversiones Intangibles	500,00
Capital de Trabajo	<u>29.890,59</u>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>68.002,73</b>

El capital necesario se obtendrá en un 30% de recursos propios y el 70% a través de un préstamo con un banco, a una tasa de interés anual de 11,40% a un plazo de 5 años, pagándose en 60 cuotas mensuales de \$1.046,89

Tabla No 16: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Propio	30,00%	20.400,82
Deuda L/P	70,00%	47.601,91
Razón Deuda Cap	2,333333333	

### 7.3 Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

Durante el primer año de operaciones de Auto4 obtendrá un margen bruto de 45,17%, un margen operacional y neto negativo de -33,47% y -41,88% respectivamente. A partir del tercer año de funcionamiento la rentabilidad del negocio empieza a mejorar, como producto del aumento de la demanda del servicio ofertado al mercado. Obteniéndose un margen bruto de 70,99%, un margen operativo de 39,07% y un margen neto de 25,58% para el quinto año de la puesta en marcha de la empresa.

Tabla No 17: Estado de Resultados

	1	2	3	4	5
Ventas	60.480,00	82.985,98	106.209,58	130.131,48	154.842,36
(-) Costo de los productos vendidos	33.160,09	38.385,23	40.556,45	42.711,20	44.926,39
(=) <b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>27.319,91</b>	<b>44.600,75</b>	<b>65.653,13</b>	<b>87.420,28</b>	<b>109.915,97</b>
(-) Gastos sueldos	26.810,79	28.643,81	28.699,44	29.559,84	30.029,08
(-) Gastos generales	19.433,16	16.847,43	17.122,04	17.401,13	17.684,77
(-) Gastos de depreciación	1.217,37	1.314,57	1.411,77	1.420,64	1.606,17
(-) Gastos de amortización	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.</b>	<b>(20.241,41)</b>	<b>(2.305,06)</b>	<b>18.319,88</b>	<b>38.938,68</b>	<b>60.495,96</b>
(-) Gastos de intereses	5.088,40	4.182,08	3.165,85	2.026,40	748,77
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(25.329,82)</b>	<b>(6.487,14)</b>	<b>15.154,03</b>	<b>36.912,28</b>	<b>59.747,18</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	2.273,10	5.536,84	8.962,08
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(25.329,82)</b>	<b>(6.487,14)</b>	<b>12.880,93</b>	<b>31.375,44</b>	<b>50.785,11</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	2.833,80	6.902,60	11.172,72
(=) <b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(25.329,82)</b>	<b>(6.487,14)</b>	<b>10.047,12</b>	<b>24.472,84</b>	<b>39.612,38</b>

Para atender a los clientes que lleguen a realizar sus mantenimientos, se considera mantener como inventario de productos terminados y productos en proceso un 10% para cada uno, y un inventario de 100% de la materia prima, de modo que se pueda atender a los clientes que completaron sus 5.000 km de manera breve.

En el cuarto año de operaciones de la empresa se realizará una reinversión en equipo de computación debido a que han cumplido con su vida útil. Así mismo en el quinto año desaparece la deuda a largo plazo mantenida con el banco.

Tabla No 18: Estado Situación Financiera

	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>	<b>68.018,54</b>	<b>35.978,88</b>	<b>21.237,90</b>	<b>5.438,30</b>	<b>26.379,88</b>	<b>54.973,57</b>
<i>Corrientes</i>	<i>29.906,40</i>	<i>1.871,06</i>	<i>(8.865,60)</i>	<i>(20.660,88)</i>	<i>1.016,69</i>	<i>33.614,70</i>
Efectivo	29.890,59	1.819,17	(8.914,52)	(20.706,85)	972,22	33.614,29
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-
Inventarios Prod. Terminados	-	35,88	32,86	29,86	28,30	-
Inventarios Materia Prima	15,59	15,59	15,59	15,59	15,59	-
Inventarios Sum. Fabricación	0,22	0,41	0,47	0,53	0,58	0,41
<i>No Corrientes</i>	<i>38.112,14</i>	<i>34.107,82</i>	<i>30.103,50</i>	<i>26.099,18</i>	<i>25.363,19</i>	<i>21.358,87</i>
Propiedad, Planta y Equipo	37.612,14	37.612,14	37.612,14	37.612,14	37.612,14	37.612,14
Depreciación acumulada	-	3.904,32	7.808,64	11.712,96	12.348,95	16.253,27
Intangibles	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Amortización acumulada	-	100,00	200,00	300,00	400,00	500,00
<b>PASIVOS</b>	<b>47.617,72</b>	<b>40.863,32</b>	<b>32.467,74</b>	<b>22.482,06</b>	<b>12.254,65</b>	<b>802,61</b>
<i>Corrientes</i>	<i>15,81</i>	<i>735,69</i>	<i>720,71</i>	<i>131,87</i>	<i>440,75</i>	<i>802,61</i>
Cuentas por pagar proveedores	15,81	(36,31)	(51,29)	(68,14)	(81,88)	(113,29)
Sueldos por pagar	-	772,00	772,00	772,00	772,00	772,00
Impuestos por pagar	-	-	-	(571,99)	(249,38)	143,90
<i>No Corrientes</i>	<i>47.601,91</i>	<i>40.127,63</i>	<i>31.747,03</i>	<i>22.350,19</i>	<i>11.813,91</i>	<i>-</i>
Deuda a largo plazo	47.601,91	40.127,63	31.747,03	22.350,19	11.813,91	-
<b>PATRIMONIO</b>	<b>20.400,82</b>	<b>(4.929,00)</b>	<b>(11.416,14)</b>	<b>(1.369,01)</b>	<b>23.103,83</b>	<b>62.716,21</b>
Capital	20.400,82	20.400,82	20.400,82	20.400,82	20.400,82	20.400,82
Utilidades retenidas	-	(25.329,82)	(31.816,95)	(21.769,83)	2.703,01	42.315,39

Los Estados de Flujo de Efectivo y Caja de AUTO4 evidencian que la empresa dispondrá de la liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones con sus colaboradores, proveedores y entes de control (SRI), pudiendo operar con normalidad. El bajo efectivo durante los primeros años de operación de la empresa, se debe a que la demanda del servicio, provocando pérdidas en los dos primeros años.

Tabla No 19: Estado Flujo de Efectivo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Actividades Operacionales</b>	<b>(20.597,14)</b>	<b>(2.353,08)</b>	<b>13.704,49</b>	<b>29.035,36</b>	<b>44.455,98</b>
Utilidad Neta	(25.329,82)	(6.487,14)	10.047,12	24.472,84	39.612,38
Depreciaciones y amortización					
+ Depreciación	3.948,87	4.046,07	4.143,27	4.152,14	4.337,67
+ Amortización	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- Δ CxC	-	-	-	-	-
- Δ Inventario PT	(35,88)	3,02	3,00	1,55	28,30
- Δ Inventario MP	-	-	-	-	15,59
- Δ Inventario SF	(0,19)	(0,05)	(0,06)	(0,05)	0,17
+ Δ CxP PROVEEDORES	(52,12)	(14,98)	(16,85)	(13,73)	(31,42)
+ Δ Sueldos por pagar	772,00	-	(0,00)	-	0,00
+ Δ Impuestos	-	-	(571,99)	322,61	393,28
<b>Actividades de Inversión</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(16.100,00)</b>	<b>(3.180,00)</b>	<b>-</b>
- Adquisición PPE y intangibles	-	-	(16.100,00)	(3.180,00)	-
<b>Actividades de Financiamiento</b>	<b>(7.474,28)</b>	<b>(8.380,61)</b>	<b>(9.396,83)</b>	<b>(10.536,29)</b>	<b>(11.813,91)</b>
+ Δ Deuda Largo Plazo	(7.474,28)	(8.380,61)	(9.396,83)	(10.536,29)	(11.813,91)
- Pago de dividendos	-	-	-	-	-
+ Δ Capital	-	-	-	-	-
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>(28.071,42)</b>	<b>(10.733,69)</b>	<b>(11.792,34)</b>	<b>15.319,07</b>	<b>32.642,07</b>
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	29.890,59	1.819,17	(8.914,52)	(20.706,85)	(5.387,78)
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>1.819,17</b>	<b>(8.914,52)</b>	<b>(20.706,85)</b>	<b>(5.387,78)</b>	<b>27.254,29</b>

Tabla No 20: Estado Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$ -	\$ (20.241,41)	\$ (2.305,06)	\$ 18.319,88	\$ 38.938,68	\$ 60.495,96
(+) Gastos de depreciación	\$ -	\$ 3.948,87	\$ 4.046,07	\$ 4.143,27	\$ 4.152,14	\$ 4.337,67
(+) Gastos de amortización	\$ -	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.273,10	\$ 5.536,84	\$ 8.962,08
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.833,80	\$ 6.902,60	\$ 11.172,72
<b>(=) I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (17.907,33)</b>	<b>\$ 431,65</b>	<b>\$ 16.389,35</b>	<b>\$ 30.068,48</b>	<b>\$ 44.546,49</b>
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ (29.890,59)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -	\$ 28.755,22	\$ 10.721,67	\$ 11.206,44	\$ (21.368,69)	\$ (32.236,15)
(+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32.812,09
<b>(=) II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>\$ (29.890,59)</b>	<b>\$ 28.755,22</b>	<b>\$ 10.721,67</b>	<b>\$ 11.206,44</b>	<b>\$ (21.368,69)</b>	<b>\$ 575,95</b>
INVERSIONES	\$ (38.112,14)	\$ -	\$ -	\$ (16.100,00)	\$ (3.180,00)	\$ -
RECUPERACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28.402,06
(+) Recuperación vehículos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación equipo de computación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.796,37
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	<b>\$ (38.112,14)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (16.100,00)</b>	<b>\$ (3.180,00)</b>	<b>\$ 30.198,43</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>\$ (68.002,73)</b>	<b>\$ 10.847,89</b>	<b>\$ 11.153,32</b>	<b>\$ 11.495,79</b>	<b>\$ 5.519,79</b>	<b>\$ 75.320,87</b>

## 7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración

Tabla No 21: Flujo de Caja del Inversionista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ (68.002,73)	\$ 10.847,89	\$ 11.153,32	\$ 11.495,79	\$ 11.879,79	\$ 75.320,87
(+) Préstamo	\$ 47.601,91	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos de interés	\$ -	\$ (5.088,40)	\$ (4.182,08)	\$ (3.165,85)	\$ (2.026,40)	\$ (748,77)
(-) Amortización del capital	\$ -	\$ (7.474,28)	\$ (8.380,61)	\$ (9.396,83)	\$ (10.536,29)	\$ (11.813,91)
(+) Escudo Fiscal	\$ -	\$ 1.714,79	\$ 1.409,36	\$ 1.066,89	\$ 682,90	\$ 252,34
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (20.400,82)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (0,00)</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 63.010,52</b>

Tabla No 22: Tasa de descuento

Tasa libre de riesgo	1,15%	<b>Precio S&amp;P 500</b>	
Rendimiento del Mercado	9,95%	<b>Hoy</b>	<b>Hace 5 Años</b>
Beta	0,74	2.043,94	1.271,87
Beta Apalancada	1,64		
Riesgo País	8,03%		
Tasa de Impuestos	22,00%		
Participación Trabajadores	15%		
Escudo Fiscal	33,70%		
Razón Deuda/Capital	2,33		
Costo Deuda Actual	11,50%		
		<b>TASAS DE DESCUENTO</b>	
		<b>WACC</b>	12,97%
		<b>CAPM</b>	25,46%

Tabla No 23: Criterios de Valoración

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA	
VAN	\$6.531,66	VAN	\$1.482,52
IR	1,10	IR	1,07
TIR	15,74%	TIR	27,23%

Para el cálculo del VAN del proyecto se empleó el WACC, y para obtener el VAN del inversionista se utilizó el CAPM, tasas de descuento calculadas a partir de los datos presentados en la Tabla 22.

Como se muestra en la Tabla 23 el proyecto es viable ya que presenta un VAN de \$ 6.531,66 y una TIR de 15,74% superando al WACC dando la viabilidad al proyecto. Así mismo, por el lado de los inversionistas, se observa que la evaluación arroja un VAN positivo de \$ 1.482,52 y una TIR de 27,33% sobrepasando las tasas de descuento u oportunidad de rendimiento que ofrece el mercado ratificando la factibilidad del proyecto y atracción de éste para los inversionistas.

## 7.5 Índices financieros

Al comparar los índices financieros de la AUTO4 con los de la industria N452: Actividades de Reparación y mantenimiento de vehículos se evidencia que la organización presenta un desenvolvimiento inferior al promedio del sector, esto como producto de una demanda baja del servicio durante los dos primeros años de su puesta en marcha, que empieza a mejorar a partir del cuarto año.

Tabla No 24: Índices financieros

<i>Razones de liquidez</i>							<i>Industria</i>
Razón circulante	veces	2,54	-12,30	-156,68	2,31	41,88	2,8559
<i>Razones de apalancamiento</i>							
Razón de deuda a capital	veces	(8,29)	(2,84)	(16,42)	0,53	0,01	2,5508
Cobertura del efectivo	veces	(4,74)	(1,24)	5,23	18,92	81,94	0,5875
<i>Razones de actividad</i>							
Periodo de cuentas por pagar	días	(0,40)	(0,49)	(0,61)	(0,70)		54,301
Periodo de inventario	días	0,39	0,31	0,27	0,24		3,1316
<i>Razones de rentabilidad</i>							
Margen de utilidad	%	(0,42)	(0,08)	0,09	0,19	0,26	0,5335
ROA	%	(0,70)	(0,31)	1,85	0,93	0,72	0,1806
ROE	%	5,14	0,57	(7,34)	1,06	0,63	0,5503

## CONCLUSIONES

Como producto de la aplicación de salvaguardias a productos, partes, repuestos y vehículos durante el año 2016, el sector automotriz, así como las actividades económicas relacionadas a esta industria, presentaron un decrecimiento significativo. Situación que cambió luego de la eliminación de las salvaguardias, generando un crecimiento considerable de las ventas e ingresos de las empresas que integran este sector.

Debido al despegue del sector, el aumento del parque automotor a nivel nacional, así como de los controles vehiculares por parte de la Agencia Nacional de Tránsito, se incrementaron el número de empresas dedicadas a la reparación y mantenimiento de vehículos. De igual manera, se incrementaron los controles a este tipo de negocios, en vista de que los delincuentes usaban de fachada a los talleres mecánicos para vender y comprar partes y repuestos

de vehículos robados, poniendo en riesgo la confianza de los consumidores sobre los talleres legales.

Dentro del sector objeto de estudio, se destacan los talleres de los concesionarios de vehículos, los cuales ofrecen a sus clientes garantía de 5 años o 100.000 kilómetros si realizan sus mantenimientos preventivos durante este tiempo en sus talleres, cobrando por dicho trabajo alrededor de \$300, y empleando tecnología de punto y personal capacitado. Teniendo los talleres mecánicos independientes que competir ofreciendo a los clientes un servicio y materiales de calidad, a un precio justo e inferior al de los talleres de concesionarios.

A causa de la fuerte competencia en el sector, los talleres mecánicos independientes tienen que realizar una inversión significativa en maquinaria y equipo de última tecnología que les permita poder alcanzar a su principal competencia. En su lucha por volverse más competitivos, actualmente contratan personal capacitado y con experiencia, como ingenieros y técnicos mecánicos, mientras los bachilleres entrenados en mecánica son contratados como asistentes.

De acuerdo con la investigación de mercado realizada al público objetivo, los factores que son más importantes para los propietarios de los vehículos son: en primer lugar, la calidad del servicio, seguido por el cumplimiento del tiempo de entrega y el de menor relevancia es el precio.

Los propietarios de vehículos en un 74% se encuentran interesados en adquirir un plan anual de mantenimientos preventivos para sus vehículos nuevos, realizando pagos mensuales por el mismo. Siendo importante para ellos poder cancelar los valores con efectivo y con tarjeta de crédito o débito. Estando dispuesto a pagar por este producto \$35,00.

En cuanto a los medios de publicidad y promoción, los clientes esperan que se lo realiza tanto por medios tradicionales como la radio, prensa escrita, volantes y vallas publicitarias, y a través de los medios digitales como las redes sociales, correo electrónico y página web.

La empresa AUTO4 buscando ingresar al mercado, al menos en igualdad de condiciones a las de su competencia más cercana (talleres mecánicos independientes), ha visto necesario adquirir maquinaria y equipo de última tecnología que le permita realizar sin inconvenientes y en el menor tiempo, los mantenimientos a los vehículos que han contratado el plan con la empresa, el cual tuvo una aceptación del 74% por parte del mercado objetivo.

Entre los factores diferenciadores del producto y servicio ofertado por AUTO4 se encuentra el hecho de que los consumidores al adquirir el plan de mantenimientos preventivos de pagos mensuales, al recorrer los 5.000 kilómetros o transcurridos 6 meses (lo que ocurra primero) únicamente deben indicar a los funcionarios de la empresa donde recoger el vehículo y donde entregarlo, sin tener que cancelar un valor adicional para que se realice el trabajo, es decir, se convierte en un pago adelantado por el servicio, de modo que no deben desembolsar todo el monto en un solo momento.

En cuanto al servicio, AUTO4 se destacará por ofertar un servicio profesional, empleando insumidos de alta calidad, y una entrega en los plazos y tiempos acordados con el cliente, ofreciéndole la facilidad de un horario extendido de atención, así como el retiro y entrega de su vehículo en su domicilio o lugar de trabajo. Preocupándose en todo momento por la satisfacción del cliente, debido a que la publicidad de boca en boca, es la que permite la atracción de un mayor número de clientes en este tipo de negocios.

Al aplicarse estas estrategias, se evidencia que el negocio es viable y rentable de ponerse en marcha, teniendo un VAN de \$ 6.531,66 y una TIR de 15,74%. Y para los inversionistas un VAN de \$ 1.482,52 y una TIR de 27,23%.

## REFERENCIAS

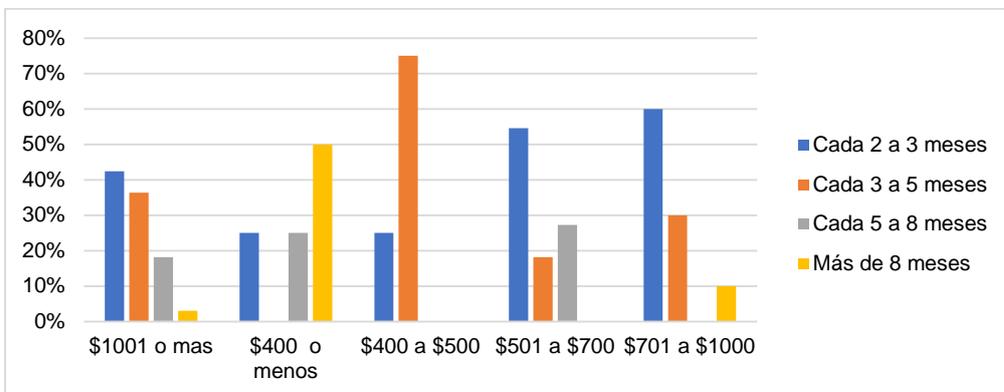
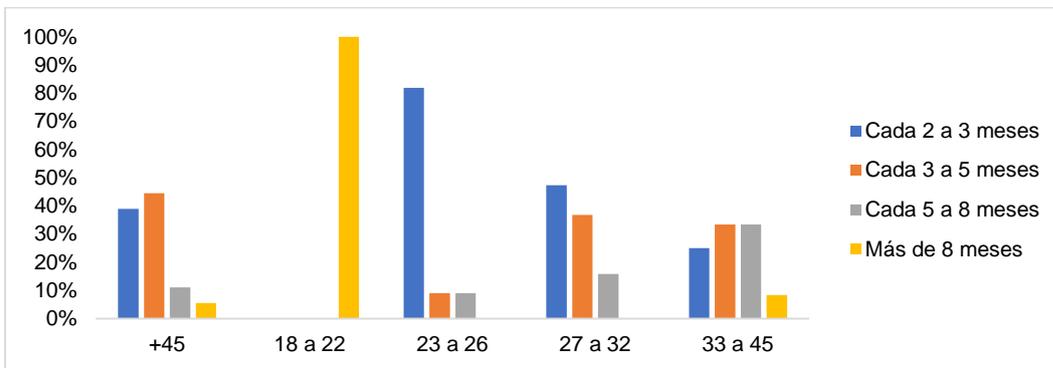
- Asociación de empresas automotrices del Ecuador, AEADE. (2017). Sector automotor. *AEADE*(4), 4-16. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de [http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2017/01/Sector-en-cifras-4\\_enero-2017-1.pdf](http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2017/01/Sector-en-cifras-4_enero-2017-1.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (junio de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Publicaciones Generales : <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/776>
- Banco Central del Ecuador. (marzo de 2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Publicaciones Generales: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/776>
- Ekos. (5 de Abril de 2018). *2017, Un buen año para el sector automotriz*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10409>
- El telégrafo. (28 de Octubre de 2018). *Mecánicos y talleres avalados, un pendiente en el país*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/mecanicos-talleres-avalados-ecuador>
- INEC. (2016). *Resultados Censo Económico*. Quito: INEC.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC. (2016). *El transporte terrestre de pasajeros en Ecuador y Quito: Perspectiva histórica y situación actual*. Quito: INEC. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios\\_Economicos/Transporte\\_Quito.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Economicos/Transporte_Quito.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012, Junio). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU 4.0*. Retrieved from INEC: <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres\\_y\\_Hombres\\_del\\_Ecuador\\_en\\_Cifras\\_III.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Anuario de Transporte*. Retrieved from INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016\\_AnuarioTransportes\\_%20Principales%20Resultados.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_%20Principales%20Resultados.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. (2016). *Anuario de Estadística de Transporte*. Quito: INEC. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016\\_AnuarioTransportes\\_Resumen%20Metodol%C3%B3gico.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_Resumen%20Metodol%C3%B3gico.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. (9 de Diciembre de 2016). El parque automotor de Ecuador creció 57% en cinco años. *Noticias*. Quito. Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/el-parque-automotor-de-ecuador-crecio-57-en-cinco-anos/>

## **ANEXOS**

## Anexo 1. ANALISIS CORRELACIÓN

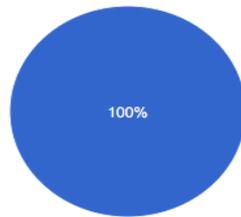
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
Pregunta 1	1,00								
Pregunta 2	0,14	1,00							
Pregunta 3	0,07	-0,14	1,00						
Pregunta 4	-0,06	-0,28	-0,02	1,00					
Pregunta 5	0,04	0,09	0,03	-0,38	1,00				
Pregunta 6	0,33	0,01	0,36	0,09	-0,12	1,00			
Pregunta 7	-0,07	0,10	0,06	-0,06	0,18	-0,08	1,00		
Pregunta 8	0,22	-0,07	-0,09	-0,03	0,07	0,13	-0,36	1,00	
Pregunta 9	-0,06	-0,32	0,13	0,12	-0,03	-0,02	0,12	-0,01	1,00
Pregunta 10	0,11	-0,18	-0,08	-0,08	0,30	-0,13	0,06	0,16	0,62
Pregunta 11	0,19	0,15	0,08	-0,10	0,37	0,12	-0,03	0,12	0,25
Pregunta 12	0,02	-0,10	-0,09	0,00	0,22	-0,14	0,07	-0,03	0,54
Pregunta 13	0,11	-0,12	0,16	0,04	-0,11	0,14	-0,15	0,23	-0,02
Pregunta 14	0,19	-0,13	0,13	-0,04	-0,04	0,08	-0,40	0,07	-0,05
Pregunta 15	0,09	-0,12	0,21	0,07	-0,14	0,18	-0,16	0,00	-0,06



## Anexo 2. RESULTADOS ENCUESTA

¿Tiene usted un vehículo automotor?

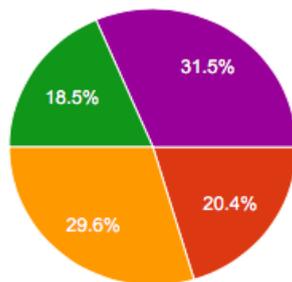
52 responses



● Si  
● No

Edad

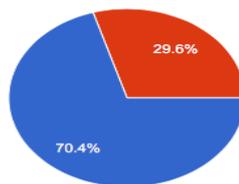
54 responses



● 18 a 22  
● 23 a 26  
● 27 a 32  
● 33 a 45  
● +45

Genero

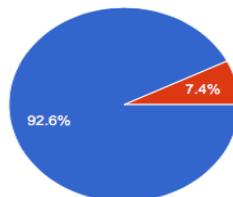
54 responses



● Masculino  
● Femenino  
● Otro

¿ Ha realizado mantenimientos preventivos y correctivos en su vehículo?

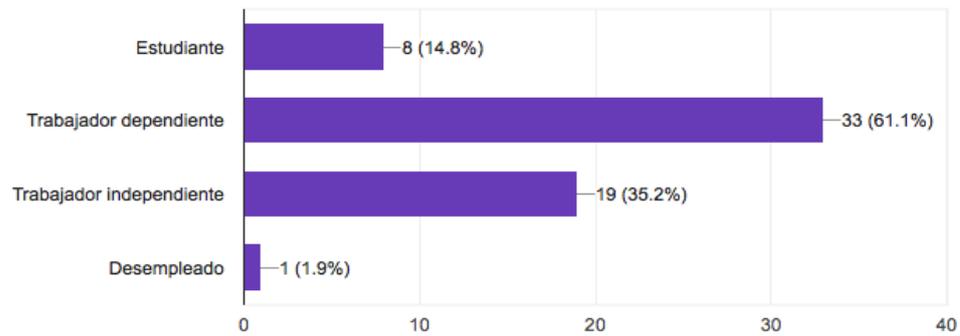
54 responses



● Si  
● No

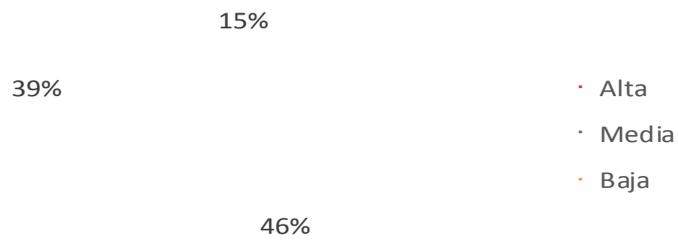
## Ocupación actual

54 respuestas



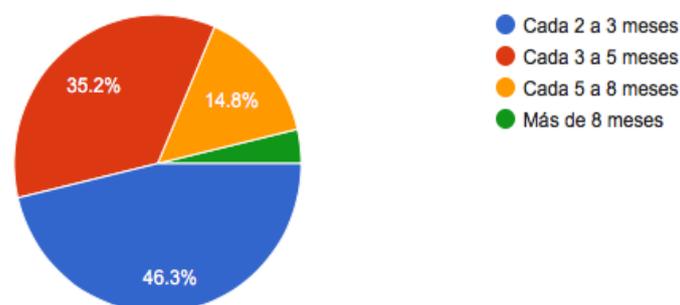
## ¿Qué gama es su vehículo?

□



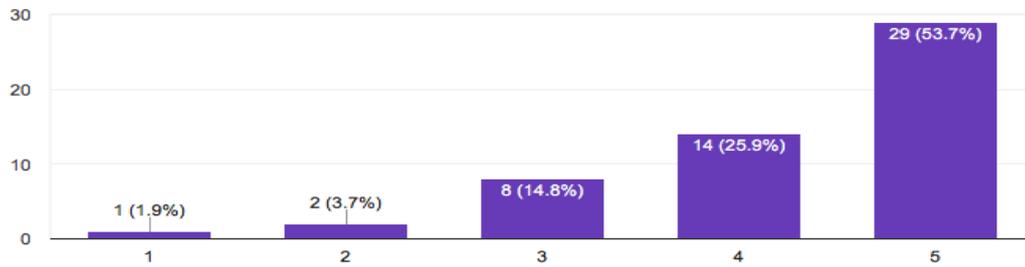
## ¿Que tan frecuente realiza el mantenimiento a su vehículo?

54 respuestas



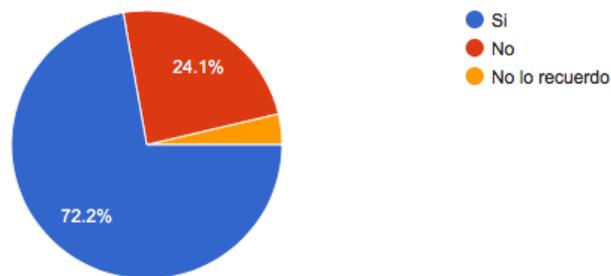
### ¿Que tan importante considera que es el trabajo en horario extendido en un taller mecánico?

54 respuestas



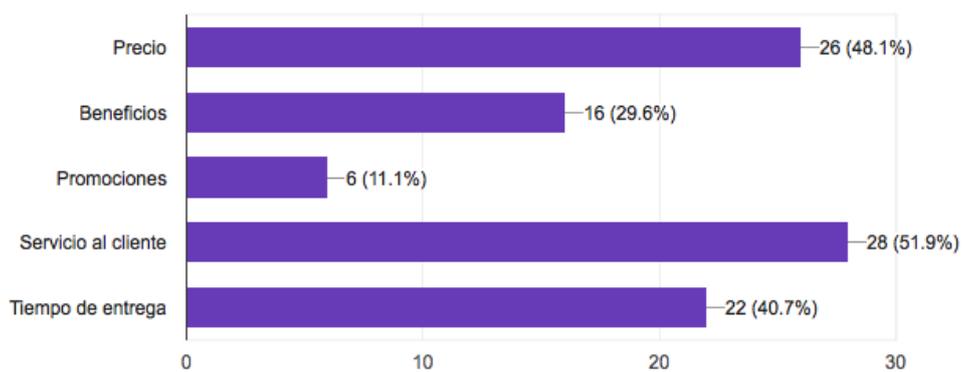
### ¿Conoce talleres de mecánica automotriz en la ciudad de Ambato?

54 respuestas



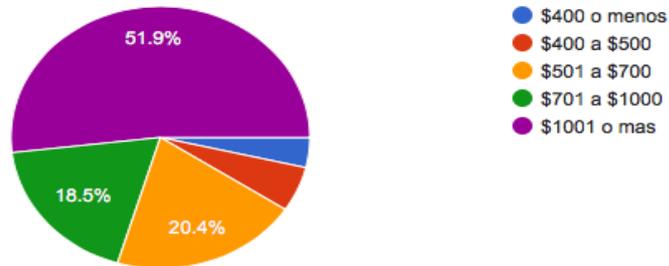
### En su opinión ¿Cual es el factor que determina la compra del servicio en un taller mecánico?

54 respuestas



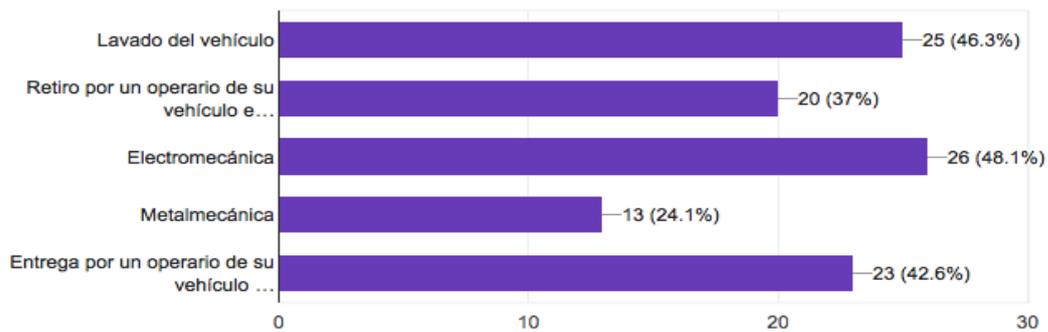
## Nivel de ingresos mensuales

54 respuestas

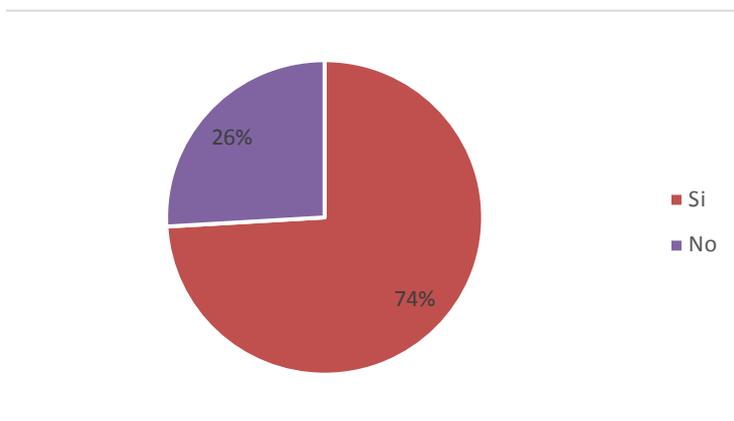


## ¿Cuáles son los siguientes servicios adicionales le gustaría que cuente el taller mecánico?

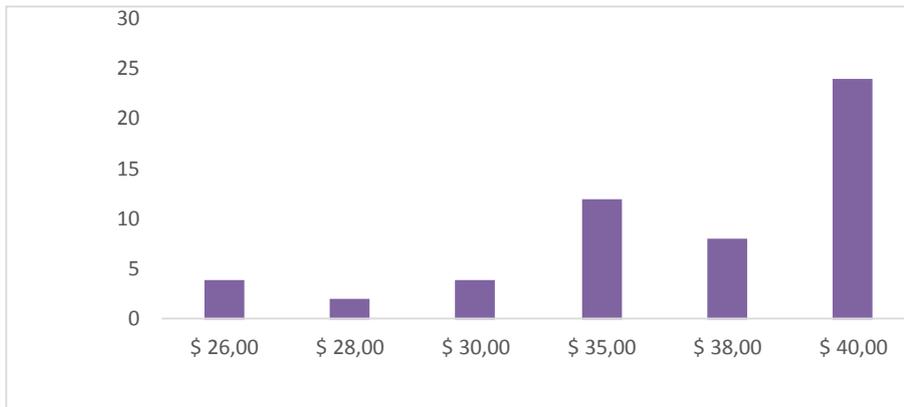
54 respuestas



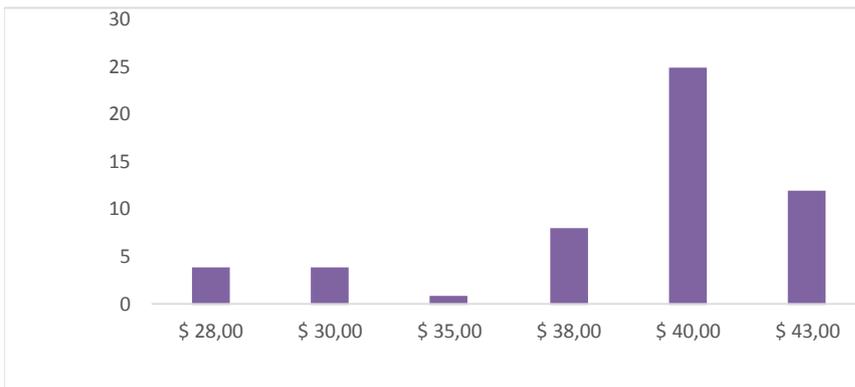
## ¿Se encuentra interesado en contratar un plan de mantenimientos preventivos (de pagos mensuales) para su vehículo?



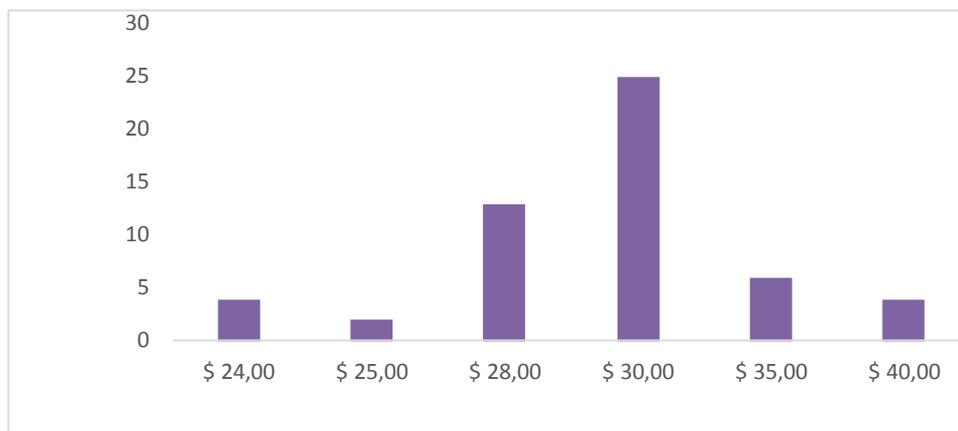
**¿A qué precio no contrataría el plan de mantenimientos preventivos por considerarlo demasiado caro?**



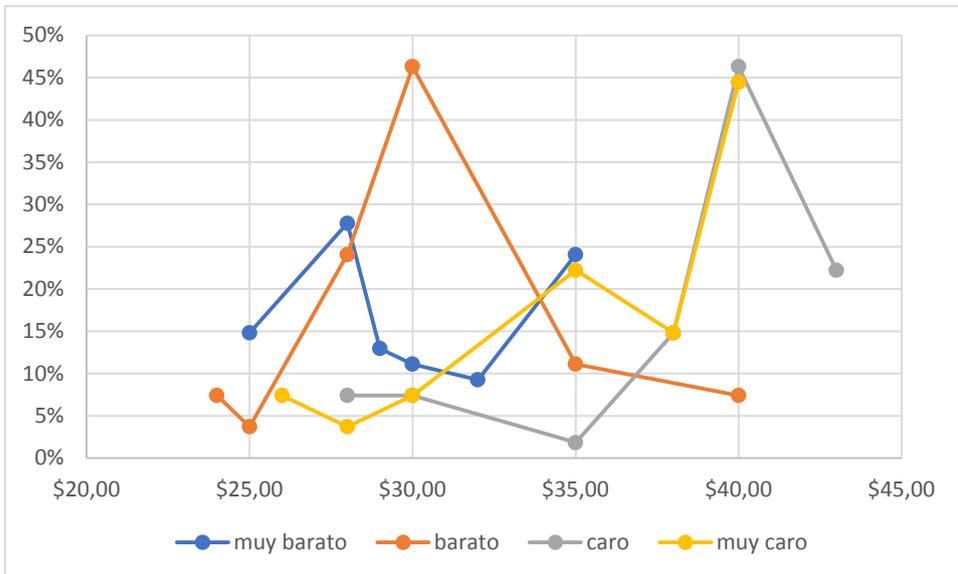
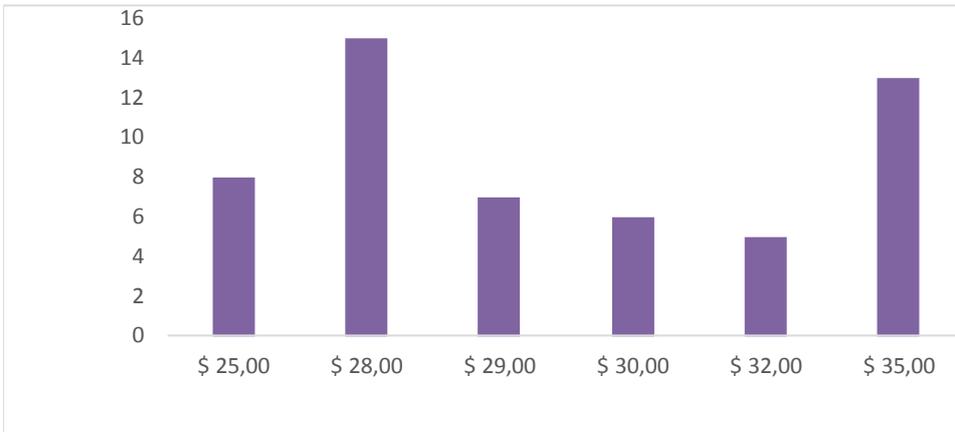
**¿A qué precio consideraría que el plan de mantenimientos preventivos comienza a ser caro, pero aun así es aceptable?**



**¿A qué precio consideraría demasiado barato el plan de mantenimientos preventivos?**

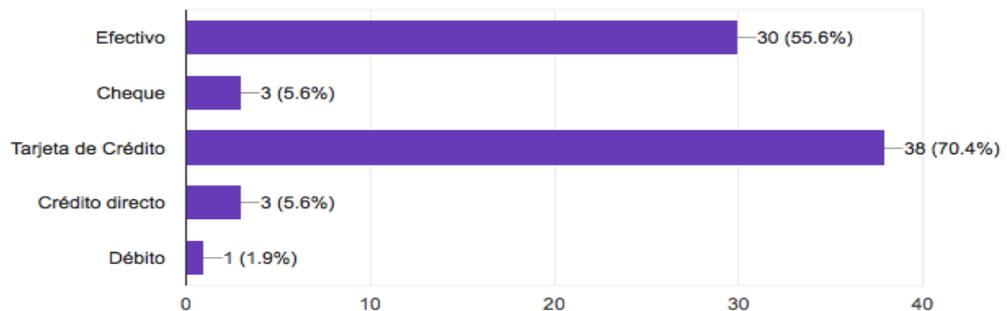


## ¿A qué precio consideraría que el plan de mantenimientos preventivos es barato?



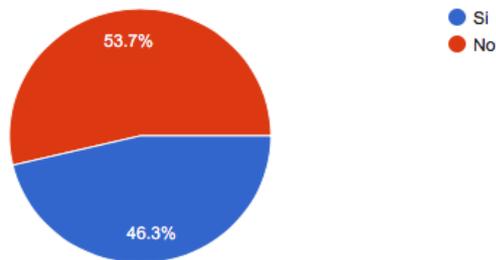
## ¿Cuál forma de pago consideraría usted que sería la más apropiada para contratar el servicio?

54 responses



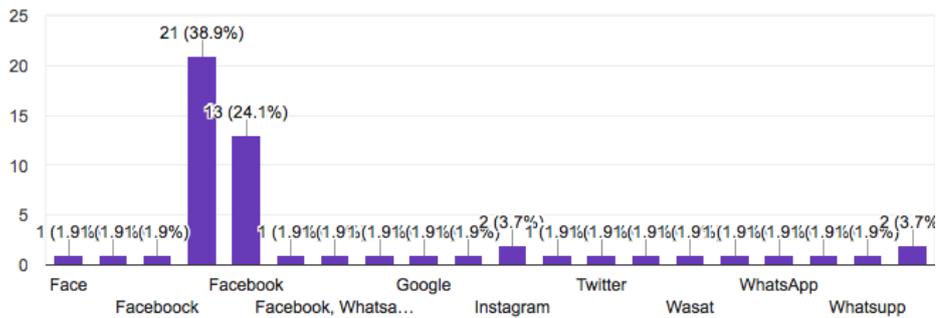
### ¿Tiene su automóvil un seguro de colisiones vigente en este año 2018?

54 responses



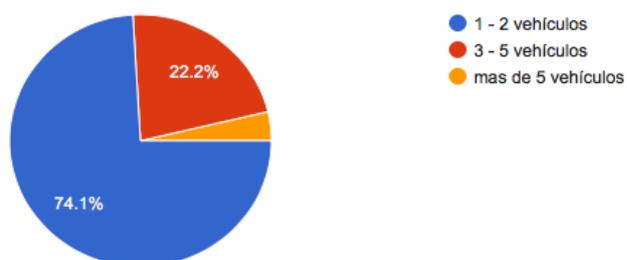
### ¿Qué red social utiliza con más frecuencia?

54 responses



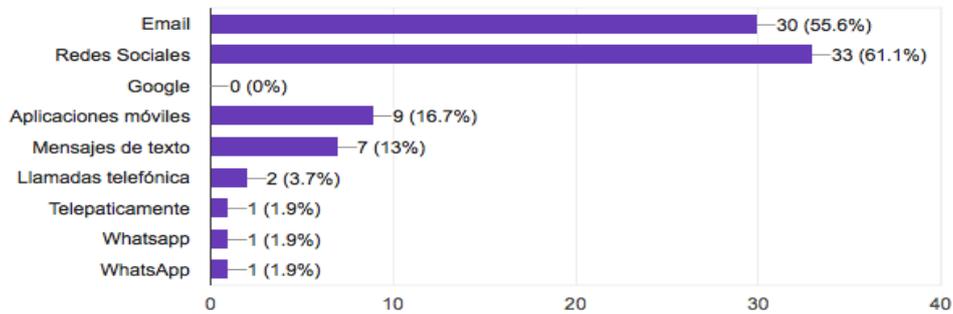
### ¿Con cuántos vehículos cuenta su familia que vive con usted?

54 responses



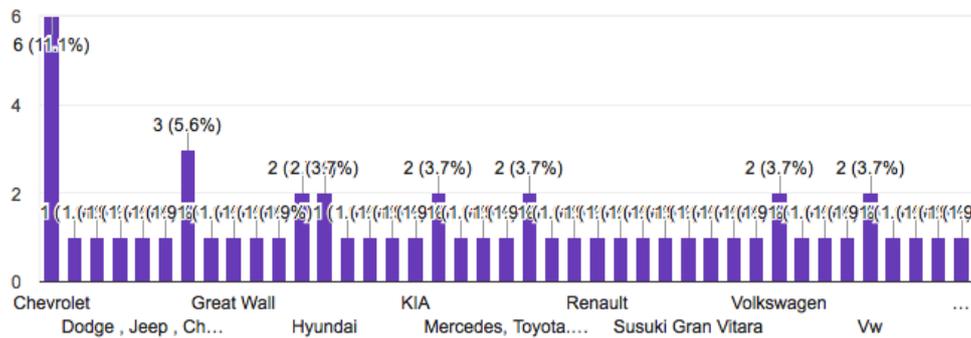
## ¿Por qué medio digital desea recibir ofertas e información sobre los servicios para su automóvil?

54 respuestas



## ¿Cuál es la marca del vehículo suyo y el de sus familiares que viven con usted?

54 respuestas



## ¿De qué año es el vehículo suyo y el de sus familiares que viven con usted?

54 respuestas

