



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Plan de negocio para la creación de un centro de servicio automotriz en la parroquia de Sangolquí

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Nelly Gabriela Mendoza Chanatasig

Tutor/a:

MSc. Ana Tulcán – MSc. Sebastián Pérez

Quito – Ecuador

2025

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Héctor Sebastián Pérez Manosalvas con C.I: 1721529186_ en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de negocio para la creación de un centro de servicio automotriz en la parroquia de Sangolquí.

Elaborado por: Nelly Gabriela Mendoza Chanatasig, de C.I: 1718375312, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, de la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL), como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 11 de marzo_de 2025

Firma

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucia Tulcán con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de negocio para la creación de un centro de servicio automotriz en la parroquia de Sangolquí.

Elaborado por: Nelly Gabriela Mendoza Chanatasig, de C.I: 1718375312, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, de la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL), como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 11 de marzo_de 2025

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Nelly Gabriela Mendoza Chanatasig con C.I: 1 718375312, autor/a del proyecto de titulación denominado: **Plan de negocio para la creación de un centro de servicio automotriz en la parroquia de Sangolquí**. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 11 de marzo de 2025

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	3
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	4
INFORMACIÓN GENERAL	10
Contextualización del tema.....	10
Problema de investigación	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos.....	14
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:	15
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	17
1.1. Contextualización general del estado del arte	17
1.2. Proceso investigativo metodológico	26
1.3. Análisis de resultados	30
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	38
2.1 Fundamentos teóricos aplicados	38
2.2 Descripción de la propuesta	44
2.3 Validación de la propuesta	79
2.4 Matriz de articulación de la propuesta	80
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS	90

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz FODA.....	47
Tabla 2 Proceso servicio al Cliente.....	48
Tabla 3 Proceso del área Comercial.....	49
Tabla 4 Por Tipo de Vehículo.....	51
Tabla 5 Necesidades del parque automotor.....	53
Tabla 6 Matriz de Competencias.....	54
Tabla 7 Plan de Marketing.....	57
Tabla 8 Plan de acción enfoque ambiental.....	67
Tabla 9 Equipos, muebles y enseres de oficina.....	69
Tabla 10 Maquinaria, equipos y herramientas.....	70
Tabla 11 Equipos área de Lavado.....	71
Tabla 12 Inventario Inicial.....	71
Tabla 13 Gastos Operacionales.....	71
Tabla 14 Inversión Inicial.....	72
Tabla 15 Tabla de Amortización.....	73
Tabla 16 Gastos Nómina mensual-anual.....	73
Tabla 17 Gastos mensuales fijos.....	74
Tabla 18 Gastos Mensuales.....	74
Tabla 19 Ingresos mensuales proyectados mano de obra.....	74

Tabla 20 Estado de situación inicial	75
Tabla 21 Flujo de caja	76
Tabla 22 Indicadores Financieros VAN - TIR.....	76
Tabla 23 Periodo de Recuperación de la Inversión	77
Tabla 24 Estrategias y técnicas utilizadas.....	78
Tabla 25 Matriz de articulación.....	80

Índice de figuras

Figura 1 Distribución de los gastos de un centro de servicio automotriz	18
Figura 2 ¿Indique su género?	30
Figura 3 ¿Cuántos vehículos posee?.....	30
Figura 4 ¿Con qué regularidad realiza el mantenimiento preventivo a su vehículo?	31
Figura 5 ¿En qué lugar realiza las reparaciones y mantenimiento de su vehículo?	31
Figura 6 ¿Indique cuál es la principal razón para elegir un taller de servicios automotrices?	32
Figura 7 ¿Qué servicios automotrices cree que son importantes que debe ofrecer un nuevo centro en la	32
Figura 8 ¿Qué grado de satisfacción le ofrecen los centros de servicios automotrices de la parroquia de Sangolquí?	33
Figura 9 ¿Qué importante considera usted la proximidad de un centro de servicios automotrices a su domicilio?	33
Figura 10 ¿Cuál es el factor más relevante para acudir a un centro de servicios automotrices?	34
Figura 11 ¿Pagaría un poco más por un centro de servicios automotrices que le ofrezca mejor calidad y el	34
Figura 12 ¿Con que frecuencia enfrenta averías en su vehículo?.....	35
Figura 13 ¿Cuál es el principal desafío que enfrenta los centros de servicios automotrices de la parroquia de Sangolquí?.....	35
Figura 14 ¿Qué tipo de promociones le gustaría que oferten en un centro de servicios? ...	36
Figura 15 ¿Cuál es el medio para contactar con un centro de servicios automotrices?	36

Figura 16 ¿Usted recomendaría un nuevo centro de servicios automotrices a sus amigos y familiares?.....	37
Figura 17 ¿Qué importancia tiene que un centro de servicios automotrices ofrezca servicios adicionales	37
Figura 18 Estructura Organizacional.....	45
Figura 19 Estructura organizacional “El Garage”	47
Figura 20 Ubicación centro de servicios automotrices “El Garage 593”	60
Figura 21 Diseño del centro de servicios automotrices “El Garaje”	60

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

La industria automotriz tiene una relevancia global significativa, abarca desde la producción y venta de vehículos hasta sus servicios de mantenimiento y otros relacionados. Se caracteriza por su dinamismo, alta competencia y estricta regulación, y está marcada por tendencias hacia la innovación tecnológica, el enfoque en la sostenibilidad y el mejoramiento de la seguridad. El mercado automotriz en Ecuador experimentó un notable crecimiento en 2023. Se proyecta que continuará expandiéndose a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 2,70% entre 2024 y 2032.

El mercado de automóviles en Ecuador ha mostrado un crecimiento continuo en los últimos años. Este aumento se ha visto impulsado por factores como la mejora en el poder adquisitivo, la mayor disponibilidad de opciones de financiamiento y las mejoras en la infraestructura vial. En 2023, el mercado alcanzó un tamaño significativo, reflejando una tendencia de recuperación y expansión. (Kumar, 2024)

Entre 2012 y 2021, el parque automotor aumentó en 977,695 vehículos, alcanzando un total de 2,535,853 vehículos, con un crecimiento promedio anual del 5.6%. En 2021, se matricularon aproximadamente 2.5 millones de vehículos motorizados, marcando un incremento del 7.4% en comparación con el año anterior. Tomando en consideración el incremento del parque automotor específicamente por el ingreso de autos de origen chino, representa mayores oportunidades para los centros de servicios automotrices ya que aumenta la demanda de servicios, ingresos adicionales y la captación y fidelización de nuevos clientes. (Hidalgo, 2022)

Se espera que el mercado continúe creciendo entre 2024 y 2032 a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 2,70%. Este crecimiento será favorecido por la incorporación de tecnologías avanzadas, la expansión de la red de concesionarios y una mayor variedad de modelos de vehículos que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores en Ecuador. (Kumar, 2024)

En resumen, la industria automotriz en Ecuador está transitando hacia una nueva etapa caracterizada por la sostenibilidad, la tecnología de vanguardia y un enfoque en el servicio al cliente. Al desarrollar un ecosistema completo que combine elementos estéticos, humanos y ambientales, está posicionada para ofrecer productos y servicios de alta calidad que cumplan con las expectativas de los consumidores globales del siglo XXI.

En los últimos años, los emprendimientos en Ecuador han ganado importancia como respuesta a diversos desafíos económicos y sociales. Este crecimiento se debe a varios factores que han favorecido el desarrollo de nuevas empresas y negocios.

Contexto Económico y Social, el país ha enfrentado dificultades económicas, como la volatilidad en los precios del petróleo y problemas fiscales, el espíritu empresarial ha aumentado. La necesidad de diversificar la economía, especialmente alejándose de sectores tradicionales como el petróleo, ha llevado a muchas personas a ver el emprendimiento como una opción viable.

Apoyo Gubernamental y Políticas: El gobierno de Ecuador ha implementado diversas medidas y programas para impulsar el emprendimiento, tales como incentivos fiscales, iniciativas de formación para emprendedores y la creación de zonas de desarrollo especial, lo que ha favorecido un entorno más propicio para nuevas empresas y pequeños proyectos.

Acceso a Financiamiento: Las opciones de financiación se han incrementado, con alternativas como microcréditos, fondos de inversión y plataformas de crowdfunding. Estas alternativas han facilitado el acceso de los emprendedores a los recursos necesarios para poner en marcha y hacer crecer sus negocios.

Innovación y Tecnología: La adopción de nuevas tecnologías y el impulso de la innovación han sido fundamentales en este proceso. Diversas startups en Ecuador están aprovechando la tecnología para ofrecer soluciones innovadoras en sectores como el comercio electrónico, fintech y la agricultura de precisión.

Cultura Emprendedora: El crecimiento de la cultura emprendedora y la mayor oferta

de educación empresarial han incentivado a más personas a emprender. Eventos de networking, incubadoras de empresas y comunidades emprendedoras han contribuido a crear un ecosistema más dinámico y colaborativo.

Desafíos y Oportunidades: A pesar de los avances, los emprendedores en Ecuador enfrentan retos como la burocracia, la falta de infraestructura en algunas regiones y la competencia tanto en el mercado local como internacional. Sin embargo, estos desafíos también ofrecen oportunidades para la innovación y el progreso.

Un emprendimiento es el esfuerzo que realiza una persona o grupo de personas para la creación, desarrollo y gestión de un nuevo negocio o proyecto con la finalidad de generar valor económico, social o cultural. Este término no se limita únicamente a iniciar una nueva empresa, sino que también abarca la innovación dentro de organizaciones existentes, de tal forma que el negocio crezca, permanezca y escale en el mercado.

A pesar de enfrentar desafíos como los recursos financieros y la necesidad de tener un equipo capacitado, existen también tendencias y oportunidades que deben ser canalizadas para sobresalir en el mercado. Es crucial tener una idea innovadora y factible que se distinga de la competencia y satisfaga las demandas de los clientes. Además, es fundamental estar al tanto de las tendencias del mercado para capitalizar las oportunidades que surjan.

Se debe tener en consideración que dentro del entorno administrativo y tecnológico se debe tener la perspectiva de organización y gestión, para lo cual mencionaremos algunos puntos clave a considerar:

En 2019, Ecuador mostró una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 36.2%, un incremento respecto al 29.62% registrado en 2017. Esto indica que alrededor de 3.6 millones de personas en el país estaban involucradas en la creación de un nuevo negocio. El aumento en la TEA se refleja claramente en sus componentes: la tasa de emprendedores nacientes alcanzó el 26.9% en 2019, mientras que la de negocios

nuevos fue del 10.8%. En comparación, en 2017 estas tasas eran de 21.2% y 9.8%, respectivamente. Esto sugiere que en 2019 hubo un aumento en el número de personas que estaban en las etapas iniciales de lanzar un negocio. Entre 2010 y 2019, la TEA se mantuvo por encima del 20%, con un crecimiento en las tasas de emprendedores nacientes y nuevos en 2019. Sin embargo, la proporción de negocios establecidos, es decir, aquellos que llevan más de 42 meses en funcionamiento, disminuyó al 14.7% desde el 15.4% en 2017. (Ledesma Andrade, 2022, pág. 18)

La parroquia de Sangolquí, ubicada en la región Andina, se caracteriza por un paisaje montañoso y terrenos irregulares en sus áreas rurales, lo que influye en el tipo de vehículos que utilizan sus residentes. En estas zonas, predominan las camionetas para el transporte de pasajeros y los vehículos 4x4 para el transporte de mercancías, considerando la actividad comercial que se desarrolla en la región. En las áreas urbanas, es común encontrar automóviles de pasajeros, tales como sedanes, hatchbacks y SUVs, tanto nuevos como usados, que representan una parte significativa de la flota vehicular en la localidad. Sangolquí se encuentra experimentando un aumento de población, con una combinación de residentes locales y personas que se mudan desde Quito en busca de un entorno más tranquilo y económico, este crecimiento demográfico lleva a un aumento en el número de vehículos, lo que, a su vez, incrementa la demanda de servicios automotrices.

La población de la parroquia abarca tanto a individuos de clase media como de altos ingresos, lo que puede traducirse en una demanda diversa de tipos de vehículos y servicios automotrices. La expansión de áreas residenciales y la presencia de comercios y empresas contribuyen a una variedad en el tipo y número de vehículos en la región. La economía de Sangolquí está en fase de desarrollo, con una combinación de actividades comerciales, agrícolas y residenciales. Este crecimiento económico y la expansión de las áreas residenciales presentan una oportunidad para establecer un centro de servicios automotrices que pueda atender tanto a vehículos particulares como comerciales.

Problema de investigación

En la parroquia de Sangolquí, algunos centros de servicios automotrices podrían estar enfrentando desafíos en cuanto a la calidad del servicio, lo que podría afectar la reputación del negocio y la satisfacción del cliente. Además, se observa que los costos de la mano de obra y los repuestos automotrices podrían ser elevados, y algunos repuestos utilizados podrían no ser de la mejor calidad, incluso genéricos. La falta de capacitación específica en el personal técnico podría estar influyendo en la eficiencia del servicio. También existe la posibilidad de que la comunicación entre el técnico y el cliente sobre el progreso de las reparaciones no sea la más efectiva. La infraestructura limitada de algunos centros podría dificultar que los técnicos cuenten con espacios adecuados de trabajo, así como que los clientes puedan realizar los trámites administrativos de manera cómoda. Finalmente, la falta de tecnología actualizada podría estar contribuyendo a retrasos en la entrega de los vehículos.

Se puede identificar que los residentes de la parroquia de Sangolquí a menudo deben desplazarse a otras localidades para recibir servicios de mantenimiento, reparación y acceso a repuestos para sus vehículos, lo que implica un gasto adicional tanto en tiempo como en dinero. Además, los clientes enfrentan largos tiempos de espera para poder agendar una cita, debido a la escasez de centros de servicio automotriz en la zona.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son las deficiencias en los centros de servicios automotrices de Sangolquí y cómo un nuevo centro puede satisfacer las necesidades de calidad, rapidez y atención personalizada?

Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para la creación de un centro de servicio automotriz de la parroquia de Sangolquí, que satisfaga la demanda local, ofreciendo servicios de alta calidad, eficiencia y atención personalizada

Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos recolectados de fuentes secundarias en base a los planes de negocio.
- Diagnosticar la situación actual del parque automotor de la parroquia de Sangolquí, mediante herramientas de investigación y conocer las necesidades de los clientes.
- Elaborar el plan de negocio, aplicando el estudio Estratégico, de Mercado, Marketing, Técnico y Financiero para evidenciar la viabilidad de la creación de un centro de servicio automotriz en la parroquia de Sangolquí.
- Validar el Plan de Negocio mediante especialistas en el campo, para verificar la viabilidad y la propuesta del proyecto.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Vinculación con la sociedad de manera directa ya que ayuda a contribuir al desarrollo local, permitiendo la generación de nuevas plazas de trabajo para técnicos y personal administrativo, también la generación de empleos de manera indirecta enfocados a proveedores; así como el desarrollo económico y social, contribuyendo a mantener el dinero dentro de la parroquia, y la reducción de desplazamientos de los residentes a otros lugares para contratar servicios automotrices.

El centro de servicio automotriz en Sangolquí aportará importantes ventajas a los propietarios de vehículos en la parroquia al ofrecer servicios y repuestos de alta calidad y contar con personal técnico especializado, se mejorará notablemente la experiencia del cliente, se promoverá la fidelización y se optimizarán los costos y tiempos relacionados con el mantenimiento y reparación de vehículos. Este enfoque integral no solo elevará el estándar de los servicios en la región, sino que también fortalecerá la conexión con la comunidad local, fomentando una relación sólida y duradera.

La apertura de un centro de servicio automotriz en Sangolquí beneficia a propietarios, trabajadores, clientes y la comunidad. Los propietarios obtienen rentabilidad económica, crecimiento y flexibilidad, además de un aumento en el valor del activo. Los

trabajadores se benefician de estabilidad laboral, desarrollo profesional y un entorno de trabajo seguro. Los clientes disfrutan de servicios de calidad y accesibilidad, mientras que la comunidad se ve favorecida por el desarrollo económico local, la creación de empleos y el impulso a la infraestructura y bienestar social de la zona.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

Centro de servicio automotriz

Los establecimientos industriales donde se llevan a cabo operaciones para restaurar las condiciones normales de funcionamiento de vehículos, equipos y sus componentes, cuando se detectan alteraciones después de su fabricación, se clasifican según su relación con el fabricante del vehículo. Se distinguen entre TALLERES GENÉRICOS o INDEPENDIENTES, que no están vinculados a ninguna marca específica, y TALLERES OFICIALES DE LA MARCA, que están asociados a un fabricante en particular (Instituto Galego do Consumo e da competencia, 2020).

Según Naranjo Pauta & Siguencia Mendez (2019) describe a un centro de servicio automotriz como, un establecimiento que se dedica a asegurar que los vehículos mantengan un alto nivel de funcionamiento. Para alcanzar lo propuesto se debe disponer de áreas adecuadas, equipos para el área técnica y que sean especializados, herramientas apropiadas, personal capacitado y procesos de trabajo establecidos y sistematizados para registrar los servicios realizados en cada vehículo. Hoy en día, un Centro de Mantenimiento Automotriz (CMA) debe poseer herramientas y maquinaria que estén a la vanguardia de la tecnología para mantenerse competitivo en el mercado y ofrecer garantías y calidad en los servicios proporcionados. (pág. 27)

El sector automotriz se organiza en tres principales áreas, ordenadas por el número de establecimientos: Comercio, Manufactura y Servicios. Según los datos del Censo Nacional Económico 2010, a nivel nacional hay 29,068 establecimientos dedicados al comercio automotriz. De estos, el 70% se dedica al mantenimiento y reparación de vehículos, mientras que el 30% restante se ocupa de la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos, la venta al por menor de combustibles y la comercialización de vehículos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012, pág. 1)

Taller Particular e Independiente

Según Naranjo Pauta & Sigüencia Méndez (2019) menciona que son establecimientos de propiedad independiente en los que el precio y el nivel de calidad del servicio pueden estar en constante variación significativamente de un taller a otro. Los dueños de vehículos a menudo prefieren estos talleres independientes ya que existe una diferencia económica en comparación con los concesionarios autorizados, así como su mejor ubicación y la mayor facilidad para recibir los servicios. (pág. 28)

Los talleres de reparación de vehículos automóviles y sus componentes

Son lugares especializados en llevar a cabo tareas de mantenimiento, diagnóstico y reparación de automóviles y sus partes. Estos talleres resuelven problemas mecánicos, eléctricos y electrónicos, realizan ajustes y sustituyen piezas para garantizar que los vehículos funcionen de manera óptima y segura. (Gencat, 2024)

Es crucial analizar los diversos gastos mensuales y el beneficio neto generado por las reparaciones realizadas en ese período. Nos enfocaremos en calcular el beneficio neto por cada reparación, descontando el costo de productos y repuestos, y teniendo en cuenta que el rendimiento del trabajador se ajusta a los estándares establecidos por los programas informáticos o boletines de tiempos de reparación.

Figura 1

Distribución de los gastos de un centro de servicio automotriz



Nota. Gastos a considerar en un centro de servicios automotriz (Logística y comunicación en un taller de vehículos, segunda edición (pág. 4) Barrera Doblado & Rubén, 2015.

Características de un Centro de Servicio Automotriz

Según Naranjo Pauta & Siguencia Méndez (2019), un establecimiento es aquel que ofrece el espacio adecuado para llevar a cabo actividades de mantenimiento automotriz, y que también puede incluir servicios secundarios como lavado de vehículos, enderezada y pintura; el espacio debe estar organizado en áreas específicas para asegurar el orden y la limpieza en todos los puestos de trabajo.

El taller debe disponer de la tecnología para realizar todos los servicios de mantenimiento automotriz de manera eficiente, lo que permitirá reducir los tiempos de trabajo y mejorar la efectividad del servicio. Además, debe contar con un sistema de registro que permita el control detallado de cada vehículo y el seguimiento de los mantenimientos o servicios realizados. (pág. 29)

Organización de un centro de servicio automotriz

Una distribución eficiente de las distintas áreas del taller nos proporcionará mayores beneficios, tanto en términos de productividad, que se reflejará en ganancias económicas, como en confort, al crear un entorno de trabajo más relajado. Es importante señalar que una distribución completamente eficaz no siempre es factible, principalmente debido a las limitaciones de la estructura del local. El tamaño del área de trabajo del taller estará determinado por la cantidad de puestos de trabajo y el volumen de vehículos que ingresan al taller cada año.

- La zona del taller debe ser situada en una zona de fácil acceso a los repuestos, maquinaria, herramientas evitando así movimientos innecesarios del técnico.
- De igual manera la recepción debe estar ubicado lo más cercano a la entrada, proporcionando imagen del centro y evitando de esta manera que el cliente acceda directamente al taller.
- Zona de vestuarios, en la que los colaboradores se alistan para comenzar su jornada laboral.

- Zona de entrada y salida, debe ser luminosa, sin obstáculos, señalizada y amplia.
- Área de estacionamiento de vehículos: en esta sección se aparcarán los autos que entrarán en el proceso de mantenimiento o reparación, así como aquellos que están listos para su entrega.
- Oficinas, lugar donde se realiza la planificación y gestión administrativa.
- Bodegas, espacio donde se guarda herramientas, repuestos y materiales necesarios para realizar trabajos de reparación o mantenimiento.

Para Naranjo Pauta & Siguencia Méndez (2019) un centro de servicio automotriz abarca procesos, importantes para optimizar el correcto funcionamiento, garantizando la calidad, reducir los riesgos laborales y la satisfacción del cliente a continuación, se considera los siguientes puntos.

Planificación e Inspección: Esta etapa consiste en analizar los procesos de mantenimiento y los recursos necesarios para su ejecución, respondiendo a las preguntas clave: ¿qué? ¿cómo? ¿con qué? ¿con quién?

Ejecución: De acuerdo con los procesos establecidos, se lleva a cabo el mantenimiento o la reparación del vehículo utilizando las herramientas o máquinas apropiadas para el tipo de trabajo. Es crucial adoptar medidas de seguridad para proteger a los operarios y reducir el margen de error durante el procedimiento.

Análisis y Control: Esta etapa se centra en examinar los resultados luego de realizar el mantenimiento o la reparación del vehículo. Implica realizar pruebas para verificar que el vehículo funcione correctamente y, dependiendo de los resultados obtenidos, se hacen ajustes finales o se planifican mantenimientos adicionales. (pág. 31)

Modelo de Negocio

Según Rosado Salgado y Alberto (2021), un modelo de negocios es un sistema concebido para identificar a los clientes, establecer cómo interactuar con ellos para

satisfacer sus necesidades y generar ingresos a partir del valor que se ofrece. Este modelo abarca una estructura de procesos que facilita la creación y entrega de valor a los clientes, así como mecanismos para capturar una parte de ese valor. En resumen, el modelo de negocios ofrece un enfoque para que la innovación tecnológica y el conocimiento, junto con el uso de activos tangibles e intangibles, se transformen en una fuente de beneficios. (pág. 45)

Modelo Canvas

El modelo Canvas es una herramienta sumamente flexible que puede ser utilizada en todo tipo de organizaciones, ya sean pequeñas, medianas o grandes, sin importar su enfoque estratégico o público al que se dirigen. La forma más efectiva de describir un modelo de negocio es desglosarlo en nueve componentes fundamentales que muestran la lógica que una empresa utiliza para generar ingresos. Estos nueve componentes abarcan las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, propuesta de valor, infraestructura y viabilidad financiera (Inadem, 2019).

Modelo Tradicional

El modelo de negocio convencional es el enfoque más utilizado, en el que una empresa proporciona un producto o servicio a sus clientes y les cobra por ello. Este modelo ha sido la norma durante muchos años y ha demostrado ser efectivo para diversas empresas en diferentes industrias. Compañías destacadas que siguen este modelo incluyen a Coca-Cola, Nike y McDonald's (Ingrith, 2024).

Plan de Negocios

El plan de negocios, también conocido como plan económico y financiero, es una herramienta crucial para un proceso de planificación sistemática y efectiva. Debe considerarse como un estudio que, por un lado, abarca un análisis del mercado, el sector y la competencia, y por otro, describe el plan de la empresa para ingresar al mercado con un producto o servicio, una estrategia y una estructura organizativa. Este enfoque debe proyectar la visión a corto plazo mediante la cuantificación de las cifras

que determinen la viabilidad económica y financiera del negocio. A largo plazo, debe trazar una visión empresarial clara y consistente (Palacios Rodríguez, 2020, pág. 62).

Gaytán Cortés, Juan (2020) lo define como una herramienta que orienta a las organizaciones hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas, incluyendo la rentabilidad esperada. Además, facilita la identificación y resolución de posibles obstáculos durante la implementación y el desarrollo de las actividades futuras. También ayuda a la organización a evaluar su competitividad en el sector o mercado al que desea ingresar.

Para iniciar nuevas empresas o agregar unidades a empresas existentes, es vital elaborar un plan de negocios. Este documento es esencial para evaluar la viabilidad de una nueva iniciativa empresarial, reduciendo la incertidumbre y los riesgos asociados con la falta de planificación. El plan permite analizar el entorno en el que operará la empresa, definir claramente la idea y el modelo de negocio seleccionado, establecer metas específicas, diseñar estrategias para alcanzar el éxito, y detallar la organización de procesos clave como producción, ventas, logística, recursos humanos y finanzas. Este análisis minimiza el riesgo de fracaso, protege la reputación del emprendedor, establece expectativas claras sobre el rendimiento económico y financiero, y actúa como una herramienta eficiente para gestionar el crecimiento y desarrollo del nuevo negocio.

Un plan de negocios es un documento completo que establece los objetivos de una empresa o proyecto, así como los métodos para alcanzarlos. Incluye un análisis del mercado, estrategias de marketing y ventas, la estructura organizativa, un plan financiero, proyecciones económicas y otros aspectos clave. Este documento ayuda a los empresarios y administradores a tomar decisiones fundamentadas, garantizar la sostenibilidad del negocio y atraer inversores o financiamiento.

Plan de negocios para nuevas empresas En el caso de las nuevas empresas, desarrollar un plan de negocios es esencial, ya que transforma una idea inicial en un esquema

detallado y organizado para su ejecución. Este documento ofrece una descripción clara de la idea, los objetivos a alcanzar, las estrategias a implementar y los planes de acción concretos para cumplir con las metas establecidas.

Plan de negocios para nuevas empresas

Para las nuevas empresas, desarrollar un plan de negocios es fundamental ya que convierte una idea inicial en un esquema detallado y organizado para su ejecución. Este documento incluye una descripción clara de la idea, los objetivos a lograr, las estrategias a seguir y los planes de acción específicos para alcanzar las metas propuestas. Además de orientar el inicio del negocio, el plan de negocios actúa como una herramienta para ajustar y optimizar la empresa a medida que progresa, permitiendo realizar estimaciones, correcciones o ajustes necesarios durante su desarrollo.

Tipos de empresas

Según Encalada y Maximina (2023) las empresas del Sector Terciario o de Servicios, comprende a aquellas empresas cuya principal característica es la utilización de la capacidad humana para llevar a cabo tareas físicas o intelectuales. Este sector abarca una amplia gama de empresas, incluyendo transporte, servicios bancarios, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación y restaurantes.

Según su tamaño

Microempresas: son entidades económicas que cuentan con un máximo de 1 empleado en nómina y, por lo general, están dirigidas por un único socio que también realiza las tareas operativas de la empresa. Muchas de estas entidades tienen un gran potencial de crecimiento si se les considera para inversión. (Encalada & Maximina, 2023, pág. 12)

Según la propiedad de capital

Empresa Privada: “El capital y las inversiones provienen de personas naturales y jurídicas que buscan obtener beneficios y maximizar sus ganancias a través de la prestación de servicios y la comercialización de productos”. (Encalada & Maximina, 2023, pág. 12)

Según el ámbito de actividad

Empresas Locales: Una empresa local es una entidad económica que realiza sus operaciones principalmente en una ubicación específica o en una región limitada. Su objetivo es atender a los clientes y satisfacer las necesidades dentro de esa área concreta. Estas empresas suelen tener un mercado reducido, con operaciones, proveedores y clientes enfocados en la misma comunidad o región. (Encalada & Maximina, 2023, pág. 13)

Según su destino de los beneficios

Empresas con fines de lucro: Una empresa con fines de lucro es una entidad económica establecida principalmente para obtener beneficios financieros para sus propietarios o accionistas. Su objetivo es maximizar los ingresos mediante la venta de productos o servicios, y cualquier excedente de ingresos sobre los costos se dirige a los propietarios o se reinvierte en la empresa para promover su expansión y desarrollo.

Según la forma jurídica

Unipersonal: El empresario o propietario, que tiene la capacidad legal para llevar a cabo actividades comerciales, asume una responsabilidad ilimitada con respecto a todo su patrimonio frente a las personas que puedan verse perjudicadas por las acciones de la empresa.

La atención al cliente

Llvisaca Silva y Guevara Ortega (2022) menciona que la atención está enfocada en satisfacer las necesidades y superar las expectativas. El objetivo siempre es ofrecer un servicio superior al de la competencia. Para evaluar el servicio y la atención al cliente, se considera si el establecimiento dispone de un sistema formal de citas conforme al horario de trabajo, mantiene una base de datos de clientes, utiliza órdenes de trabajo para explicar claramente las labores realizadas, y proporciona garantías pos servicio.

Investigaciones previas

El trabajo titulado "**Plan de Negocios para el Funcionamiento de la Empresa Masterdirection en Ecuador**", tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocios, con el fin de facilitar su puesta en marcha y garantizar su sostenibilidad. Para ello, se empleó una metodología mixta ya que, incluyó observación no estructurada, análisis documental, encuestas y entrevistas. La observación no estructurada se realizó mediante el registro descriptivo y diario de campo. Los resultados obtenidos revelaron una clara necesidad de apoyo para las empresas ecuatorianas, ya que de los 5'819.834 contribuyentes registrados, solo 77.136 lograron constituirse como sociedades formales reguladas por la Superintendencia. Además, la investigación propuso una matriz de servicios integrales como una oferta clave para el desarrollo y crecimiento empresarial, identificando las estrategias y factores esenciales para su implementación exitosa, la investigación mencionada genera el aporte teórico y la parte metodológica. (Gaibor Martinez, 2022, pp. 3,12,43)

El objetivo de la investigación, según Calero Codutti (2023) es desarrollar un "**Modelo de negocio para la creación de una tienda de ropa online en la empresa Telos Boga en Ecuador**". La tienda al ser online evitará gastos físicos, más si incurrirá en gastos que correspondan a Ecommerce. La investigación adoptará un enfoque mixto, tanto cuantitativo como cualitativo, lo que permitirá obtener datos numéricos para tabular y graficar los resultados, y también realizar un análisis descriptivo de características y comportamientos, además de un enfoque exploratorio para tratar temas nuevos o difíciles de abordar. La propuesta presenta un concepto innovador de moda para mujeres, destacándose por un excelente servicio al cliente que incluye asesoría especializada, información clara sobre productos y precios, y entregas puntuales. Este modelo de negocio se considera rentable debido a los bajos costos asociados con el formato online, aunque requiere la implementación de estrategias de marketing, enfoque en el cliente y un servicio de alta calidad. Además, es crucial que los

colaboradores estén capacitados en el uso de redes sociales, ya que estas representan el canal principal para las ventas (pp. 3,5). El aporte que brinda al presente proyecto es la base teórica, porque presenta contextualización base para el desarrollo de la misma.

El proyecto de titulación "**Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Automotriz en la Parroquia de Quitumbe, Quito**" tiene como objetivo desarrollar un plan para establecer una empresa automotriz en el sector sur de la ciudad, tomando en consideración que la atención en los distintos centros automotrices no cuenta con el personal calificado y los servicios requeridos, se aplicó metodología cualitativa con enfoque de carácter descriptivo. El estudio financiero del proyecto muestra un VAN de 54.998,24, lo que demuestra su viabilidad. Además, con una TIR del 73%, el proyecto resulta financieramente aceptable, y la relación costo-beneficio de 2,3, superior a 1, valida su viabilidad. (Quintana Asimbaya, 2023) El proyecto de titulación proporciona información técnica y metodológica valiosa, que sirvió como base para desarrollar el plan del centro de servicio automotriz, asegurando que se ajuste a la realidad del sector y responda a las necesidades del mercado.

1.2. Proceso investigativo metodológico

Enfoque Cuantitativo

Es importante mencionar lo que manifestó Neill y Liliana (2018), el “enfoque cuantitativo, también llamada empírico-analítico, racionalista o positivista es aquel que se basa en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar información y datos” (pág. 13). Se considera que el conocimiento debe ser objetivo y es generado a partir del proceso deductivo.

Para el desarrollo del proyecto se aplicó el enfoque cuantitativo, permitiendo la recopilación de datos numéricos a través de encuestas dirigidas a propietarios de vehículos en la parroquia de Sangolquí. Estas encuestas permiten medir aspectos clave como la calidad

del servicio, precios, tiempos de espera y las expectativas de los clientes sobre los repuestos y tipos de servicio. Además, se complementa con la observación, que permite estudiar directamente el comportamiento de los clientes y la calidad del servicio en los talleres existentes, identificando patrones, problemas recurrentes y áreas de mejora en los procesos operativos. Esta combinación de técnicas proporciona una visión integral y medible del mercado, lo que facilita la toma de decisiones informadas y el diseño de un modelo de negocio que responda eficazmente a las necesidades del público objetivo.

Tipo de investigación

“Las técnicas específicas de la investigación de campo tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico relativos al tema escogido como objeto de estudio” (Baeza Paz, 2024, pág. 12).

Según Guevara Albán (2020), la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando, describiendo características principales de conjuntos parecidos y la utilización de criterios sistemáticos permitiendo establecer la estructura y el comportamiento de los fenómenos estudiados, con el fin de proporcionar información sistemática y comparable con la de otras fuentes. (pág. 4)

Para el desarrollo del proyecto de investigación, se aplicó una investigación de campo, ya que la recolección de datos se llevó a cabo a partir de fuentes primarias, específicamente personas que poseen vehículos livianos. Además, se empleó un enfoque descriptivo que permitió detallar las características y perfiles de los individuos, con el fin de identificar aspectos clave que deben ser considerados en la elaboración del plan de negocio. Esta metodología facilitó la obtención de resultados confiables, que aseguran la viabilidad y sostenibilidad financiera del proyecto a largo plazo.

Población y muestra

“Población está constituida por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que forman parte del fenómeno definido y delimitado en el análisis del

problema de investigación. ” (Toledo Díaz de León)

“Según el Censo de Población y Vivienda de 2022, a nivel nacional, 1.265.154 hogares en Ecuador disponen de al menos un vehículo para uso exclusivo del hogar, lo que representa el 24,4% del total de hogares.” (INEC, 2023)

En la provincia de Pichincha, el 38,8% de los hogares cuentan con un vehículo propio, siendo una de las provincias con mayor proporción de hogares con vehículos en el país. Aunque no se dispone de datos específicos para la parroquia de Sangolquí, al aplicar el porcentaje provincial del 38,8% a la estimación de 27.064 hogares en Sangolquí, se puede inferir que aproximadamente 10.500 hogares poseen al menos un vehículo liviano. Dado que el número de hogares con al menos un vehículo liviano en Sangolquí es 10.500, esta es una población finita. Por lo tanto, debes aplicar la fórmula de muestreo para población finita.

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

Donde:

n = tamaño de la muestra que deseamos calcular

N = tamaño de la población (en este caso, 10,500)

Z = valor Z correspondiente al nivel de confianza (para un nivel de confianza del 95%, Z = 1.96)

p = proporción estimada de la población (usualmente se usa 0.5 si no se sabe, ya que es el valor más conservador)

E = margen de error (normalmente se usa 0.05 para un 5% de margen de error)

Pasos para calcular el tamaño de la muestra:

N = 10,500

Z = 1.96

p = 0.5

E = 0.05

Sustituimos estos valores en la fórmula.

$$n = \frac{10,500 \cdot 1.962 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(0.052 \cdot (10,500-1)) + 1.962 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)} = \frac{10,080.2}{27.207910} = 370.87$$

Esto significa que, para una población de 10,500 personas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se necesitaría una muestra de **371** personas. Dado que el enfoque es no probabilístico, los participantes no serán seleccionados de manera aleatoria, sino que se escogerán de forma intencionada. La muestra incluirá a propietarios de vehículos particulares (familias, trabajadores independientes, etc.) que residan en la parroquia de Sangolquí, así como a propietarios de pequeñas y medianas empresas que utilicen vehículos comerciales o flotas en la zona. Además, se incluirán profesionales del sector automotriz, como técnicos, mecánicos y personal administrativo de otros centros de servicio, que puedan ofrecer una perspectiva sobre la oferta y demanda del mercado local, junto con comerciantes o proveedores de repuestos automotrices en la misma área.

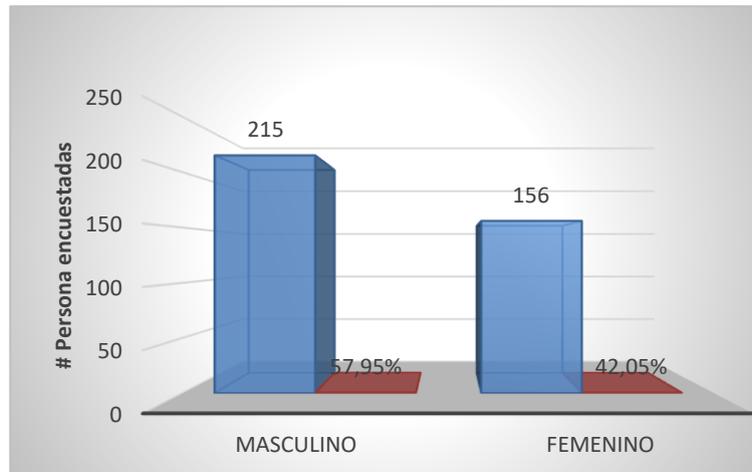
Métodos, técnicas e instrumentos

Se utilizó el método inductivo, comenzando con la técnica de observación, lo que permitió realizar un acercamiento directo con los clientes para recopilar información primaria. Esta observación fue fundamental para identificar la realidad y las necesidades del mercado automotriz en la parroquia de Sangolquí. Como instrumento de recolección de datos, se diseñó un cuestionario compuesto por 16 preguntas cerradas, las cuales fueron aplicadas mediante una encuesta a un grupo de personas, específicamente a los clientes que poseen vehículos livianos. Para facilitar el proceso, se utilizó el programa Google Forms para la recolección de datos y una hoja de cálculo en Excel para la tabulación, procesamiento de la información y creación de gráficos, lo que permitió presentar de manera más clara y comprensible los resultados obtenidos.

1.3. Análisis de resultados

Figura 2

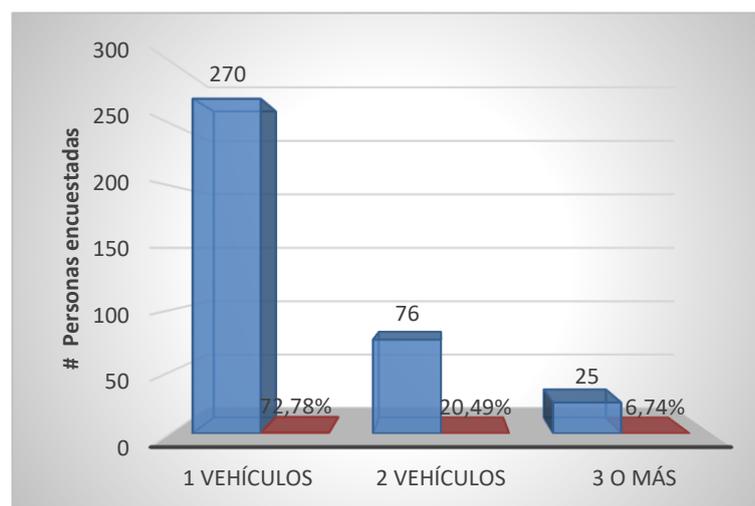
¿Indique su género?



Interpretación: El 57.95% de los encuestados corresponde al género masculino, mientras que el 42.05% al género femenino. Esto sugiere que se pueden desarrollar estrategias de ventas orientadas principalmente al público masculino.

Figura 3

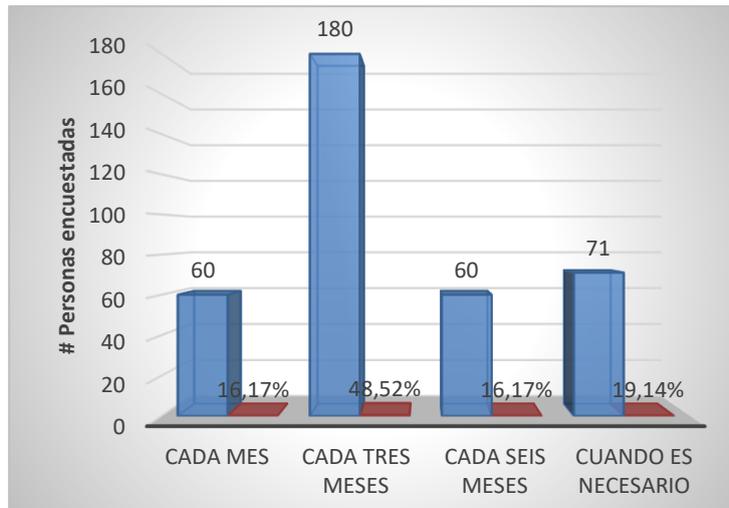
¿Cuántos vehículos posee?



Interpretación: El 72.78% de los encuestados indicó que posee un vehículo, el 20.49% posee dos vehículos y el 6.74% tiene tres o más, lo que evidencia que el parque automotor de la parroquia de Sangolquí es considerable y tiene el potencial de seguir incrementándose.

Figura 4

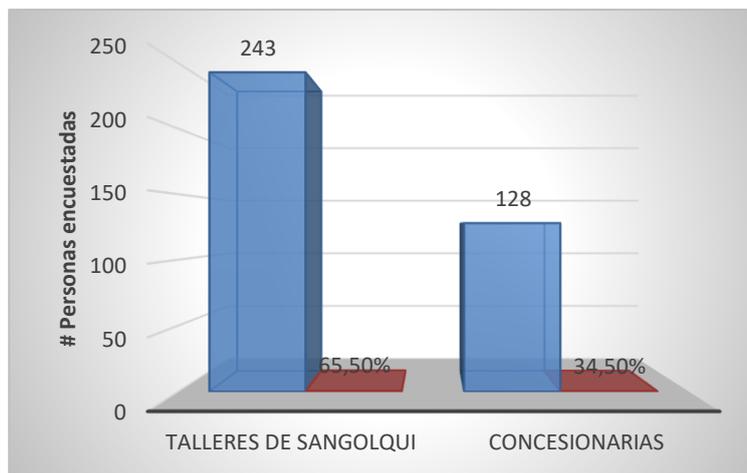
¿Con qué regularidad realiza el mantenimiento preventivo a su vehículo?



Interpretación: De las 371 personas encuestadas, el 48.52% indicó que realiza el mantenimiento preventivo de su vehículo cada tres meses, el 19.14% lo hace cuando es necesario, el 16.17% cada seis meses y el 16.17% cada mes. Esto demuestra que los propietarios son responsables en el cuidado y mantenimiento de sus vehículos.

Figura 5

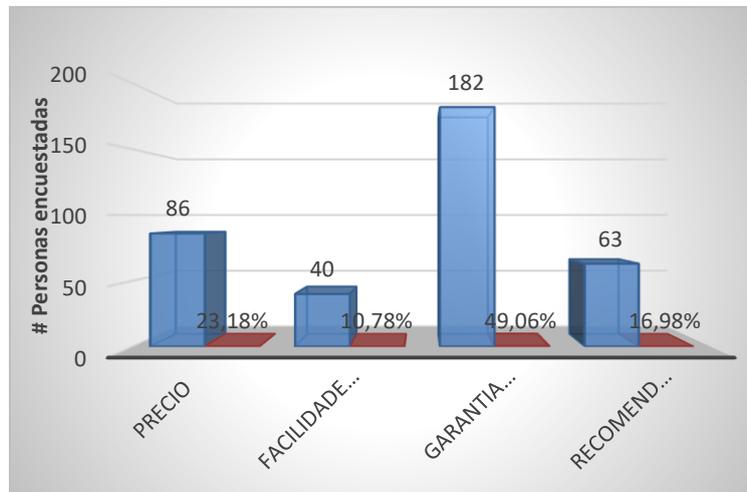
¿En qué lugar realiza las reparaciones y mantenimiento de su vehículo?



Interpretación: Es importante destacar que el 65.50% de los encuestados indicó que realizan las reparaciones y el mantenimiento de sus vehículos en los talleres de Sangolquí. Esto abre una oportunidad para avanzar con el plan de negocio y establecer un centro de servicios automotrices en el sector.

Figura 6

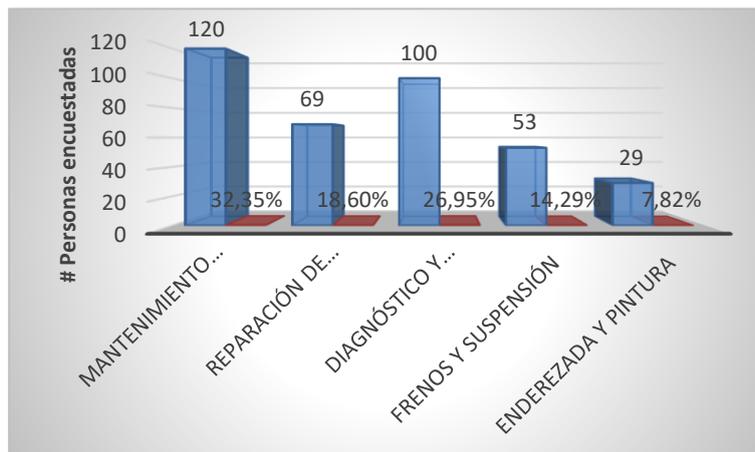
¿Indique cuál es la principal razón para elegir un taller de servicios automotrices?



Interpretación: Del total de encuestados el 49.06% respondió que la principal razón para elegir un taller es la garantía en los repuestos, seguido con un 23.18% mencionando que el precio es un factor fundamental para los clientes. Esto indica que una estrategia de negocio debe centrarse en ofrecer calidad de los repuestos y precios competitivos.

Figura 7

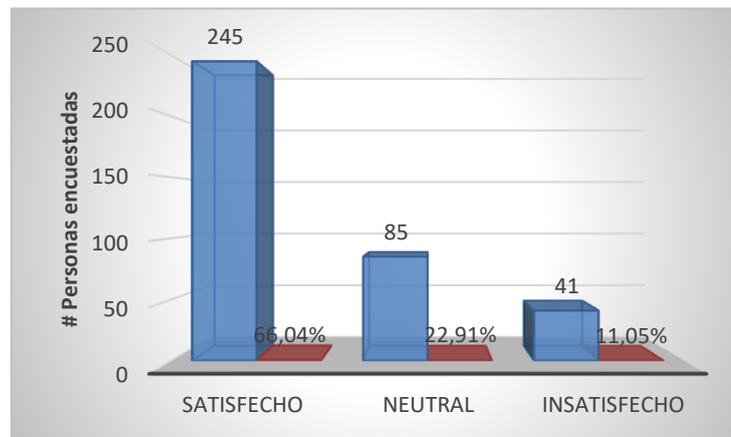
¿Qué servicios automotrices cree que son importantes que debe ofrecer un nuevo centro en la parroquia de Sangolquí



Interpretación: El mantenimiento preventivo con un 32.35%, el diagnóstico y reparación de sistemas eléctricos con un 26.95%, y la reparación de motores con un 18.60%, son los servicios esenciales que debe ofrecer un centro de servicios automotrices para ser más atractivo para la demanda de los clientes.

Figura 8

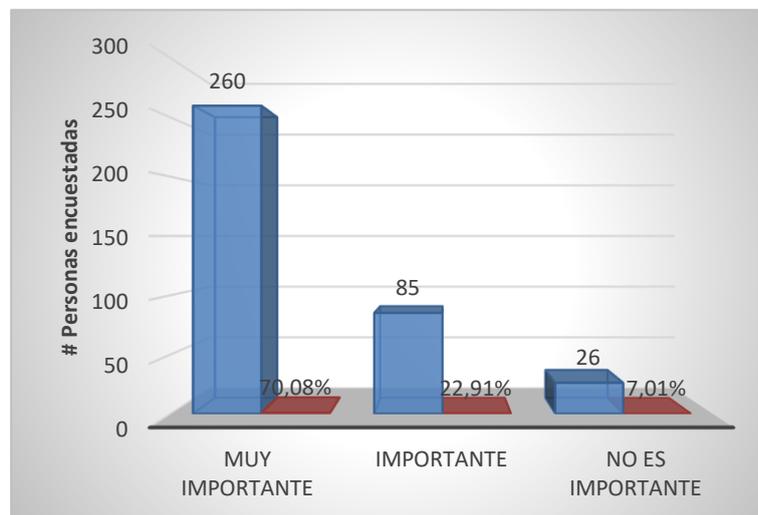
¿Qué grado de satisfacción le ofrecen los centros de servicios automotrices de la parroquia de Sangolquí?



Interpretación: De las 371 personas encuestadas, el 66.04% expresó estar satisfecha con los servicios que reciben actualmente de los centros de servicios automotrices de Sangolquí, mientras que el 22.91% se mostró neutral. Esto sugiere que un 11.05% de los encuestados no están conformes con los servicios ofrecidos en el sector.

Figura 9

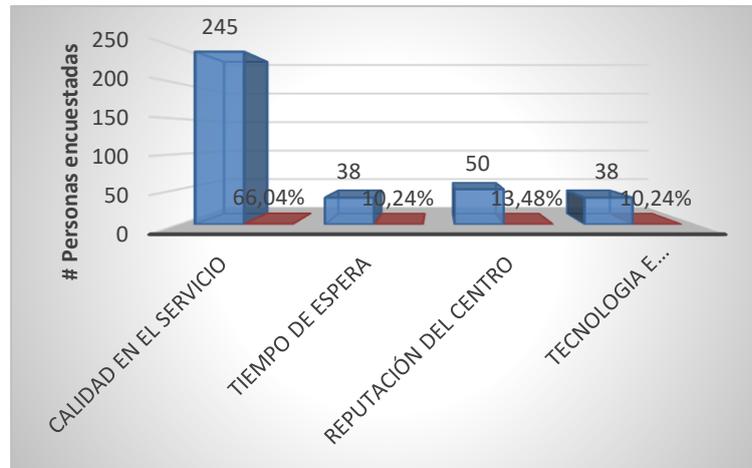
¿Qué importante considera usted la proximidad de un centro de servicios automotrices a su domicilio?



Interpretación: El 70,08% de los encuestados considera que la proximidad a su hogar de un taller mecánico es muy importante, mientras que el 22,91% lo considera que es importante, lo que da a conocer que el centro de servicio automotriz debe situarse en un lugar céntrico en la parroquia de Sangolquí.

Figura 10

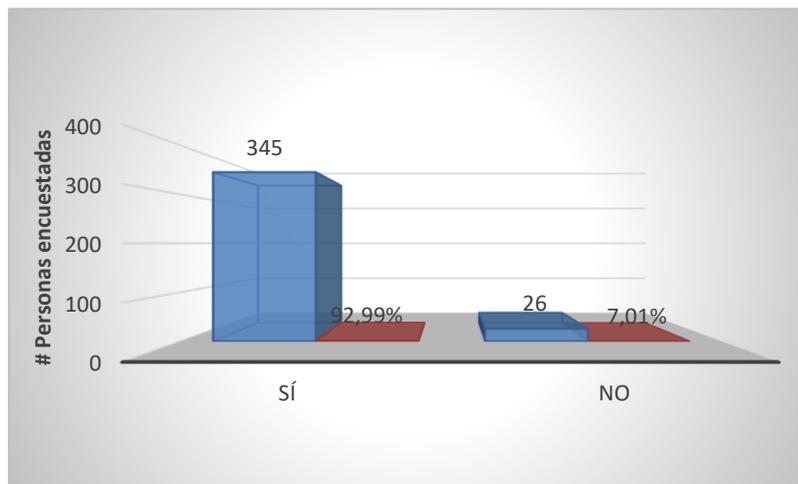
¿Cuál es el factor más relevante para acudir a un centro de servicios automotrices?



Interpretación: Se destaca que el 66.04% de los encuestados valora la calidad del servicio, lo que indica que, en el plan de negocio, se debe diseñar una propuesta de valor atractiva y novedosa para los futuros clientes. Además, el 13.48% considera que la reputación del centro es un factor importante a tener en cuenta.

Figura 11

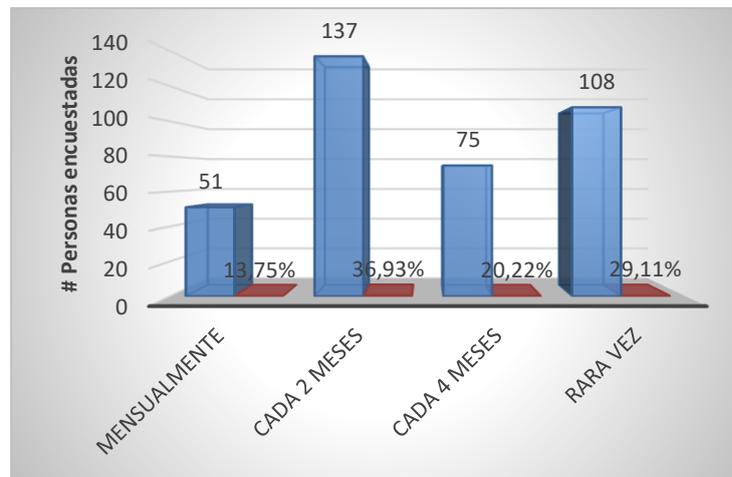
¿Pagaría un poco más por un centro de servicios automotrices que le ofrezca mejor calidad y el mismo se encuentre en la parroquia de Sangolquí?



Interpretación: El 92.99% de los encuestados afirmó que estaría dispuesto a pagar un poco más por un servicio de calidad, lo que evidencia que los clientes no están completamente satisfechos con los servicios que actualmente ofrecen los talleres.

Figura 12

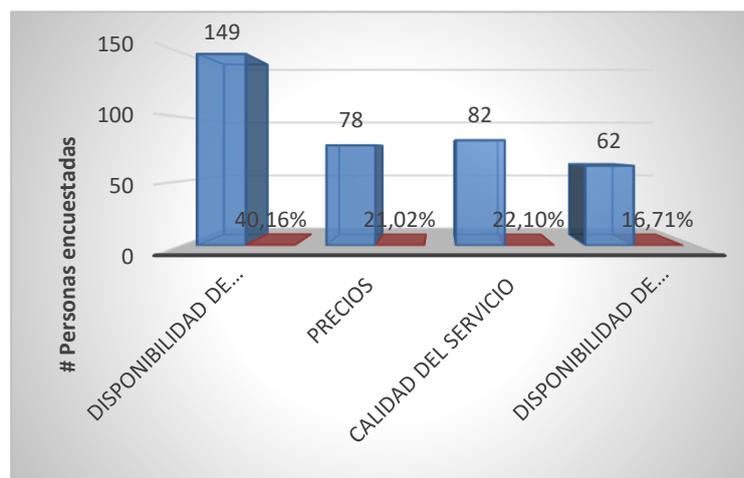
¿Con que frecuencia enfrenta averías en su vehículo?



Interpretación: El 36.93% de los encuestados indicó que su vehículo se avería cada dos meses, mientras que el 29.11% señaló que las averías ocurren rara vez y el 20.22% mencionó que suceden cada cuatro meses. Esto demuestra la necesidad de implementar una estrategia de ventas que incluya promociones en servicios de mantenimiento, repuestos y mano de obra.

Figura 13

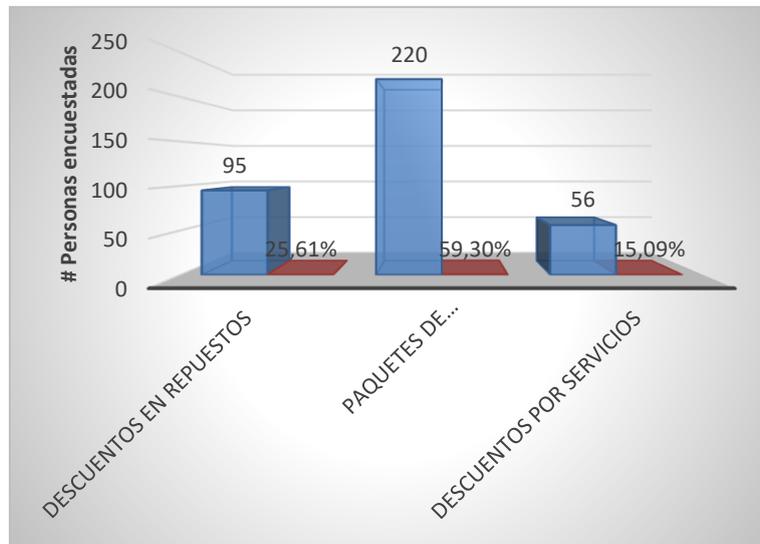
¿Cuál es el principal desafío que enfrenta los centros de servicios automotrices de la parroquia de Sangolquí?



Interpretación: La disponibilidad de los servicios (40.16%) y la calidad en el servicio (22.10%) son los principales desafíos que enfrentan los centros automotrices. En este sentido, es fundamental que el plan de negocios contemple la ampliación de la oferta de productos y servicios, con el objetivo de satisfacer de manera más completa las necesidades de los clientes.

Figura 14

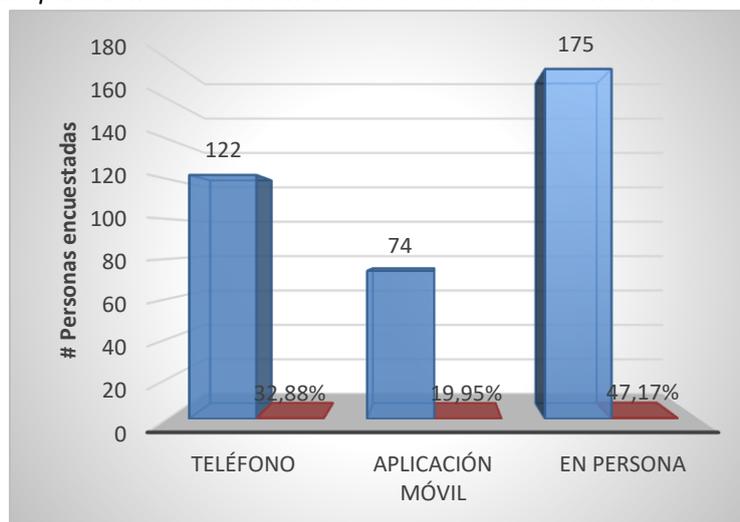
¿Qué tipo de promociones le gustaría que oferten en un centro de servicios?



Interpretación: Los encuestados afirmaron con un 59,30% que les gustaría promociones en los paquetes de mantenimiento, lo que se debe tomar en consideración que ese servicio es el más requerido entre los propietarios de vehículos, también se debe promocionar descuentos en repuestos, para lograr la fidelización de los clientes.

Figura 15

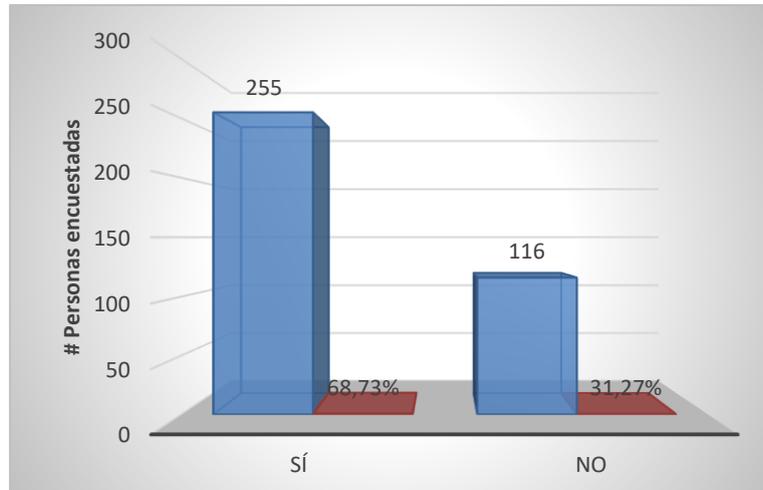
¿Cuál es el medio para contactar con un centro de servicios automotrices?



Interpretación: Los encuestados indicaron que el principal medio para contactar a un centro automotriz es por teléfono (WhatsApp), con un 47.17%, seguido por un 32.88% que prefiere utilizar una aplicación móvil. Esto resalta la importancia de la tecnología como herramienta clave para potenciar el negocio y facilitar la comunicación con los clientes.

Figura 16

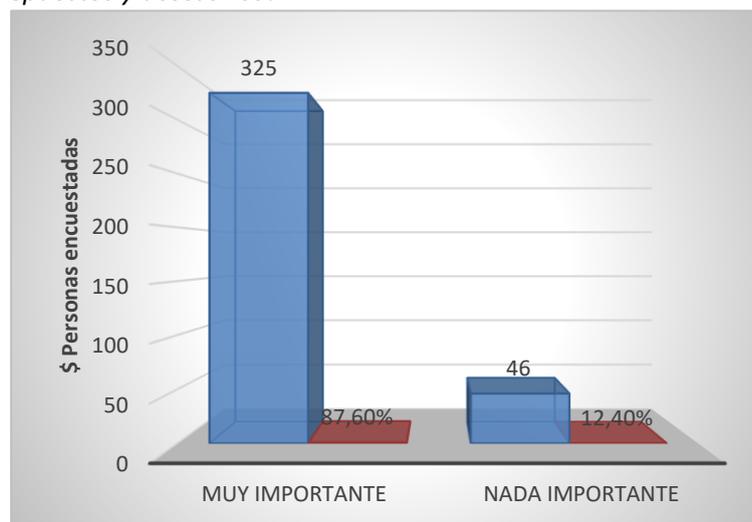
¿Usted recomendaría un nuevo centro de servicios automotrices a sus amigos y familiares?



Interpretación: El 68.73% de los encuestados indicó que recomendaría un nuevo centro automotriz. La publicidad de persona a persona ha sido una estrategia utilizada durante mucho tiempo, contribuyendo a la fidelización de los clientes, siempre y cuando el servicio ofrecido sea de calidad.

Figura 17

¿Qué importancia tiene que un centro de servicios automotrices ofrezca servicios adicionales como venta de repuestos y accesorios?



Interpretación: El 87.60% de los encuestados considera muy importante que un centro automotriz ofrezca repuestos y accesorios, reduciendo la necesidad de desplazarse y perder tiempo en la compra de estos productos.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1 Fundamentos teóricos aplicados

Según Quintana Asimbaya (2023), un plan de negocios es un documento detallado que describe la visión, estrategias y objetivos de una empresa, sirviendo como una guía para su creación, expansión y éxito. Este documento es fundamental tanto para emprendedores como para inversores y prestamistas, ya que facilita la evaluación de la viabilidad del proyecto, la identificación de riesgos y oportunidades, y la toma de decisiones informadas. El plan abarca diversas secciones, como un resumen ejecutivo, la descripción del negocio, el análisis de mercado, la estrategia de marketing, la estructura organizativa, las proyecciones financieras y el análisis de riesgos y contingencias. Cada una de estas partes es crucial, ya que proporciona información clave para asegurar el éxito del negocio. (pág. 17). Para el desarrollo de este proyecto, se considera la estructura del plan de negocios, ya que define de manera sistemática los fundamentos teóricos que respaldan la propuesta.

Estudio Estratégico

Un estudio estratégico es un análisis minucioso que una empresa realiza para entender la situación actual, identificar oportunidades y amenazas, y diseñar planes a largo plazo para el cumplimiento de los objetivos, considerando tanto sus recursos internos como las condiciones del mercado.

Misión: Define el propósito fundamental de la empresa y su razón de ser, proporcionando una guía tanto para los empleados como para los clientes y la comunidad. En esencia, la misión establece qué hace la empresa, a quién sirve y por qué lo hace. Debe ser clara y concisa para que todos los involucrados comprendan la naturaleza de la organización. Además, una misión bien establecida puede motivar y alinear a todos los miembros de la empresa, creando una base sólida para la toma de decisiones y el fomento de una cultura corporativa coherente. (México, 2022)

Visión: Expone el camino que la empresa debe seguir para lograr sus metas, asegurándose de que sean alcanzables y respondan preguntas clave como: ¿Qué aspiramos lograr?, ¿Cuál es nuestra dirección?, ¿Qué acciones debemos tomar?

Valores: Los valores de una empresa refuerzan su misión y visión, representando los principios que guían sus decisiones y comportamientos. Estos valores establecen las normas de trabajo dentro de la organización y tienen un impacto directo en el crecimiento de la empresa, la dinámica del equipo, la calidad del servicio al cliente, la reputación de la marca y la responsabilidad social y ambiental de la empresa. (Santander, 2024)

Organigrama: Se entiende como una representación visual de la estructura y jerarquía dentro de una empresa, mostrando de manera clara las distintas unidades organizativas y las interrelaciones entre ellas. Este gráfico resulta ser una herramienta útil para la empresa, ya que facilita el análisis de su estructura organizativa y ayuda a identificar posibles problemas en la asignación de roles, como solapamientos o duplicaciones (Pérez Gregorio, 2020).

FODA: Según Vargas Felicita (2019), las fortalezas y debilidades reflejan las condiciones internas de la empresa. Las fortalezas son los aspectos favorables dentro de la organización que apoyan el logro de sus metas, mientras que las debilidades son los factores internos que dificultan alcanzar esos objetivos. De manera similar, las amenazas y oportunidades están relacionadas con factores externos que pueden tener un impacto positivo o negativo sobre la empresa. Las oportunidades son circunstancias externas que podrían beneficiar a la empresa, mientras que las amenazas son factores externos que podrían perjudicarla. (pág. 12)

Estudio de Mercado

Segmentación de mercado: “Es el proceso de descomponer un extenso mercado de consumidores o empresas, que incluye tanto clientes actuales como potenciales, en subgrupos de clientes basados en características comunes” (Sabry, 2023).

Necesidad del mercado: La demanda de un mercado hace referencia a la solicitud de bienes o servicios por parte de consumidores y empresas para satisfacer sus requerimientos o deseos. Esta demanda puede surgir debido a la falta de un producto determinado, el interés por mejorar el bienestar o la necesidad de hallar soluciones más eficientes a problemas actuales. Entender estas demandas permite a las empresas detectar oportunidades, desarrollar propuestas apropiadas y elaborar estrategias de marketing que se ajusten a las expectativas de sus posibles clientes.

Análisis de la competencia: El análisis de la competencia es una herramienta clave para entender el mercado y fortalecer la posición de una empresa. Consiste en estudiar tanto a competidores directos como indirectos para identificar sus fortalezas, debilidades, estrategias y tendencias, lo que permite a la empresa tomar decisiones más informadas. Este análisis es vital para el éxito empresarial, ya que ofrece una comprensión más profunda del mercado en el que se opera y permite encontrar formas de mejorar la posición competitiva de la empresa. (Santos D., 2024)

Ventaja competitiva: Las estrategias ofensivas o defensivas de una empresa para consolidar una posición sólida dentro de un sector son respuestas a las cinco fuerzas competitivas, que el autor identifica como factores esenciales que determinan el nivel y la naturaleza de la competencia en el entorno empresarial. Estas acciones buscan garantizar un rendimiento superior sobre la inversión al enfrentar y adaptarse a estas fuerzas competitivas. (Empresarial, 2019)

Estudio de marketing

Producto: El producto es el elemento central de cualquier estrategia de marketing. Este puede ser un bien físico, un servicio o incluso una idea que una empresa utiliza para satisfacer las necesidades de sus clientes potenciales. Es fundamental definir claramente qué tipo de producto se va a ofrecer, especificar sus características y beneficios, y explicar cómo cumple con las necesidades de los usuarios. (Santander, 2024)

Promoción: Según Feijoo y Guerrero Jirón (2019), la promoción tiene como objetivo

crear un mensaje para los consumidores, con el fin de dar a conocer y fomentar la compra del producto, resaltando sus ventajas y diferencias frente a la competencia. Además, se determina el canal más eficaz para ejecutar la campaña publicitaria. Las empresas suelen emplear incentivos y diversas estrategias promocionales para expresar su agradecimiento hacia los clientes. (pág. 52)

Punto de venta: Los canales de distribución permiten que los compradores accedan al producto. Para lograrlo, la empresa debe gestionar sus recursos de manera eficiente, asegurando que el producto llegue al consumidor en la cantidad adecuada, en el momento justo y en las condiciones requeridas. Esto se consigue utilizando diversos canales de distribución o intermediarios. (2019, pág. 59)

Precio: El precio es el monto que el cliente debe pagar para obtener el producto o servicio. Es una estrategia clave en marketing, ya que fijar un precio incorrecto puede restringir considerablemente las oportunidades de venta. Por lo tanto, es esencial establecer un precio adecuado. (Santander, 2024)

Estudio Técnico

Ubicación: La ubicación geográfica se refiere a la posición exacta de un lugar en el planeta, utilizando herramientas como mapas, brújulas, coordenadas o sistemas de geolocalización. Hoy en día, esta información es crucial en el ámbito tecnológico, ya que facilita la identificación en tiempo real de un punto específico en la Tierra y permite rastrear la ubicación de dispositivos, personas o animales. (Significados, 2024) |

Infraestructura: Según Reduction (2019), la infraestructura se entiende como "las estructuras físicas y organizativas, así como las redes o sistemas necesarios para el adecuado funcionamiento de una sociedad y su economía. La infraestructura física abarca las instalaciones que conectan diversas áreas y proporcionan los servicios fundamentales requeridos para su operación" (pág. 2).

RUC: Es un mecanismo diseñado para registrar e identificar a los contribuyentes con

enfoques fiscales y ofrecer esta información a la Administración Tributaria. Su propósito es permitir la realización de actividades económicas, ya sean permanentes u ocasionales, en Ecuador. Se refiere al número de identificación asignado a individuos y/o empresas que poseen bienes o derechos sujetos a impuestos. (Internas, 2024)

Constitución legal de una Empresa: Una empresa unipersonal de responsabilidad limitada debe ser propiedad de una sola persona y no puede ser compartida, salvo en el caso de una sucesión por fallecimiento según lo establecido en el artículo 37 de esta Ley y la persona física que posee una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se denomina gerente-propietario. (Vlex, 2016)

El Registro Nacional de Emprendimiento (RNE): Es una base de datos gestionada por el organismo gubernamental con el propósito de registrar, monitorear y apoyar a los nuevos emprendimientos, considerado también como una “Es una herramienta diseñada para impulsar el crecimiento de nuevos negocios en todo el país, y también facilita el acceso a los beneficios previstos en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (Ministerio de Producción, 2024).

Permisos Municipales: Para el inicio de las actividades del centro de servicio automotriz se requiere el permiso de la autoridad cantonal, para lo cual compete regular de acuerdo a las normativas del Cantón Rumiñahui y se requiere obtener 2 documentos habilitantes que son la Patente y la Licencia única de funcionamiento (LUF). (LlumiQuinga LlumiQuinga, 2024, pág. 58)

Enfoque Ambiental: Es de responsabilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui a través de la Empresa Pública Municipal de Residuos Sólidos Rumiñahui-Aseo, EPM en coordinación con los gestores ambientales calificados, con las instituciones públicas y privadas y con la coparticipación de la ciudadanía: la recolección, transporte, tratamiento y disposición final de los residuos domésticos, asimilables a domésticos, industriales y hospitalarios. (Municipal, 2014)

Estudio Financiero

Inversión inicial: Se refiere al capital o recursos que se asignan al inicio de un proyecto o empresa para cubrir los gastos esenciales para su establecimiento. Este tipo de inversión puede abarcar:

- Adquisición de activos: Compra de bienes necesarios para operar, como maquinaria, equipos o propiedades.
- Costos operativos: Gastos iniciales para el funcionamiento, incluyendo alquiler, servicios públicos y suministros.
- Desarrollo de productos o servicios: Inversión en la creación o producción de lo que se ofrecerá.
- Publicidad y marketing: Gastos destinados a promover y dar a conocer el negocio.
- Permisos y licencias: Costos asociados con el cumplimiento de las normativas legales y reglamentarias.

Balance de Situación Inicial: Proporciona una visión detallada de la situación financiera de una empresa en el momento en que comienza a operar o al inicio de un nuevo año fiscal. Este informe contable muestra los activos y pasivos de la empresa, reflejando su posición económica en ese punto específico en el tiempo, además, sirve para evaluar el rendimiento del negocio durante el ciclo contable anterior. En esencia, el balance de situación inicial ofrece una instantánea de la realidad financiera de la empresa al comenzar sus operaciones. (Pichincha, 2021)

Flujo de caja: Representa la cantidad neta de dinero que entra o sale de una empresa o individuo. Es un elemento clave en la gestión financiera, ya que permite a las empresas y particulares cumplir con sus compromisos financieros y realizar inversiones futuras sin incurrir en riesgos. El flujo de caja se puede evaluar de diferentes maneras, principalmente mediante la comparación de ingresos con gastos o de activos con

pasivos. Además, es crucial monitorear el flujo de caja durante un período determinado para mejorar la previsión y toma de decisiones financieras futuras. (School, 2022)

VAN: Es la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los gastos relacionados con una inversión a lo largo de un período específico.

TIR: Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo futuros sea igual a cero; en otras palabras, es la tasa que iguala el Valor Actual Neto (VAN) a cero.

2.2 Descripción de la propuesta

El propósito de esta investigación es proporcionar los lineamientos necesarios para determinar la viabilidad de establecer un centro de servicio automotriz en la parroquia de Sangolquí, que ofrecerá servicios con altos estándares de calidad y una atención personalizada enfocada al cliente. La empresa utilizará insumos y repuestos de calidad, con el objetivo de asegurar la satisfacción del cliente y el crecimiento de la empresa.

Actualmente, existe una demanda en el sector automotriz que no está siendo plenamente atendido, se debe a que los talleres automotrices existentes presentan deficiencias en la infraestructura, no cuentan con herramientas especializadas, la calidad de servicio y sobretodo que los servicios que ofrecen no se encuentran en un solo centro automotriz, lo que ocasiona que los clientes tengan que acudir a varios centros para solucionar sus problemas. Por lo tanto, existe una oportunidad en el mercado automotriz para que el nuevo centro de servicio automotriz se enfoque en ofrecer servicios de calidad, repuestos con garantía, mano de obra especializada, atención personaliza y que todos los servicios lo encuentren en un solo lugar.

a. Estructura general

Figura 18

Estructura Organizacional



b. Explicación del aporte

ESTUDIO ESTRATÉGICO

Nombre de la Empresa: “El Garage 593”

Descripción del Negocio: El Garage es una empresa dedicada a ofrecer soluciones automotrices de alta calidad para vehículos livianos de diversas marcas y modelos. Con un equipo de expertos altamente capacitados, nos especializamos en diagnósticos computarizados, mantenimiento preventivo, reparaciones correctivas y servicios especializados que aseguran el óptimo rendimiento y seguridad de cada vehículo.

Objetivo: Ofrecer servicios automotrices de manera integral, garantizando la seguridad del vehículo, mediante la eficiencia operativa y cumpliendo las expectativas de los

clientes para de esta manera generar fidelización a la empresa.

Misión: Somos una empresa que brinda servicios automotrices para vehículos livianos en la parroquia de Sangolquí enfocados en la calidad, seguridad y satisfacción del cliente, utilizando tecnología innovadora mediante un equipo de profesionales capacitados y responsables con el medio ambiente.

Visión: Convertirnos en el centro de servicios automotrices líder en la parroquia de Sangolquí y ser reconocidos por nuestra excelencia técnica, atención al cliente e innovación en nuestros servicios superando las expectativas de nuestros clientes.

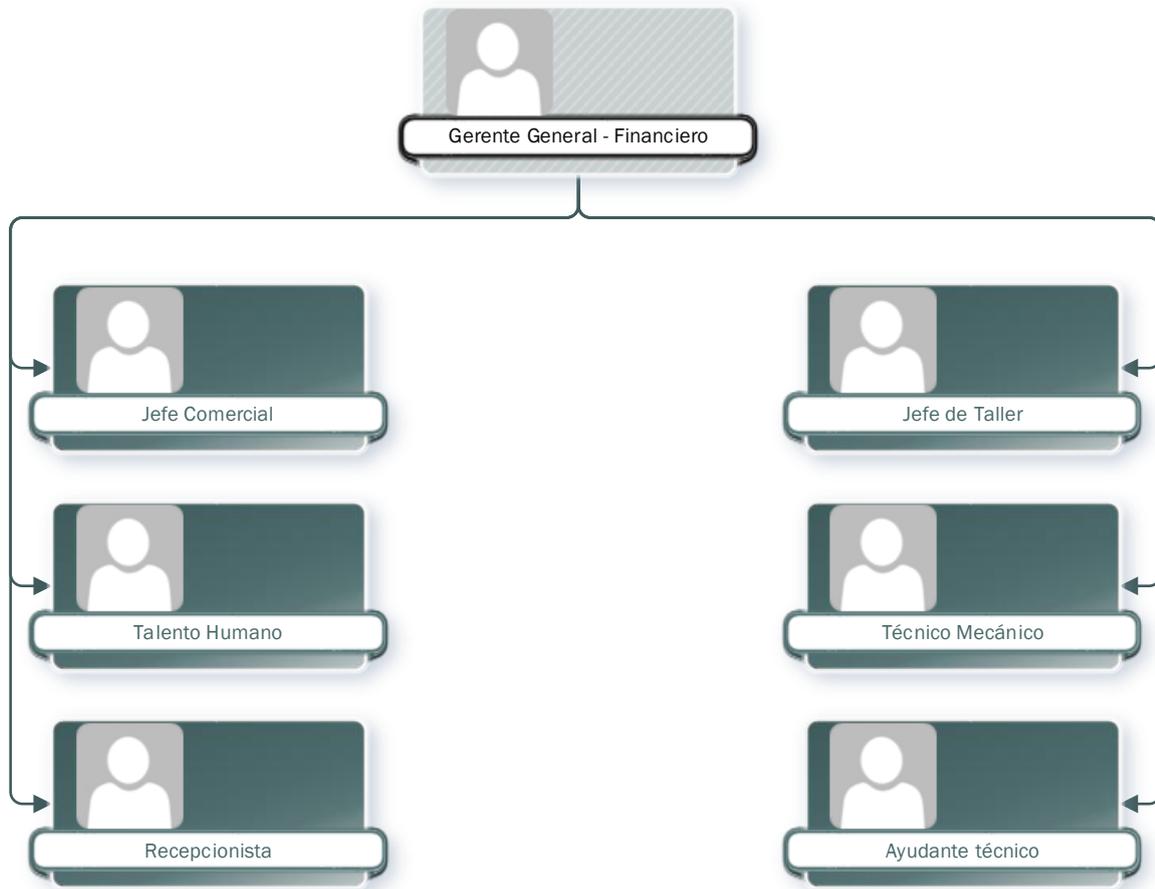
Valores:

- **Calidad:** Cumplimos con estándares de calidad, empleando tecnología avanzada, repuestos y materiales de confianza garantizando la seguridad de los vehículos.
- **Transparencia:** Garantizamos una comunicación transparente con nuestros clientes acerca de los servicios, costos y los plazos de reparación, fomentando la satisfacción y confianza con nuestros clientes internos y externos.
- **Atención al cliente:** Brindamos un servicio de manera personalizada, prestando atención a las necesidades individuales de cada cliente.
- **Trabajo en equipo:** Promovemos un entorno de trabajo enfocado en el respeto y la colaboración para alcanzar nuestros objetivos brindando un servicio de calidad.
- **Seguridad:** Nos aseguramos que los vehículos que atendemos cumplan con todos los estándares de seguridad, garantizando la protección de los vehículos e integridad de los clientes.
- **Responsabilidad Ambiental:** Implementamos practicas responsables, reduciendo el impacto en el medio ambiente y promoviéndola correcta gestión de residuos.

Organigrama

Figura 19

Estructura organizacional "El Garage"



Análisis FODA

Tabla 1

Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal capacitado con experiencia en distintas marcas y modelos de vehículos livianos.	El crecimiento del parque automotor en el Valle de los Chillos, nos ofrece la oportunidad de expansión.
Variedad de repuestos originales y alternos para toda marca de vehículos.	Los avances tecnológicos enfocados en la parte automotriz nos ayuda a mejorar la eficiencia y ampliar nuestra oferta de servicios.

Ubicación estratégica, ya que nos encontramos cerca a zonas residenciales y altamente pobladas.	Formar alianzas estratégicas con cooperativas de camionetas y taxis del sector para brindar nuestro servicio ofreciendo promociones y descuentos.
Amplia gama de servicios desde un mantenimiento hasta reparaciones de vehículos.	Contar con certificaciones ambientales nos ayudará a mejorar la imagen del centro y atraerá a un nuevo segmento de clientes.
Empleamos equipos y herramientas con tecnología, que permite realizar reparaciones y diagnósticos de calidad.	Agregar servicios adicionales enfocados al área automotriz como accesorios y asistencia técnica emergente.
DEBILIDADES	AMENAZAS
No contamos con el personal suficiente para atender los fines de semana.	Competencia con todos los centros de servicios automotrices de la parroquia.
Limitaciones financieras, para la adquisición de repuestos de todas las marcas de vehículos.	Nuevas normas ambientales y regulaciones por parte del municipio de Sangolquí, pueden generar mayor costo operativo.
Dependemos de proveedores externos para la adquisición de repuestos y materiales.	Las fluctuaciones en la economía del país, reduce la capacidad en los clientes para gastar en servicios automotrices.
La fluctuación en la demanda de servicios por cambios en la economía del sector, puede generar un impacto en la parte financiera.	Alteraciones en el comportamiento de los consumidores ya sea por factores económicos y sociales, puede disminuir la demanda de servicios.
Actualización constante de conocimientos y tecnología en la parte automotriz.	Avance en la tecnología del sector automotriz-

Procesos para el Centro de Servicios Automotriz “El Garage”

Tabla 2

Proceso servicio al Cliente

Fase del Proceso	Actividad	Resultado
Recepción del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción del vehículo por el personal de atención - Revisión de los servicios solicitados - Completar la información del cliente y vehículo - Registro en el sistema (CRM) 	Información del cliente y vehículo registrada
Evaluación Inicial y	- Inspección visual del vehículo	Diagnóstico claro y

Diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico con herramientas especializadas - Comunicación de hallazgos y recomendaciones - Elaboración del presupuesto y tiempos de reparación 	presupuesto aprobado
Aprobación del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del presupuesto detallado - Respuesta a dudas del cliente - Aprobación formal y firma del contrato - Establecimiento del plazo de entrega 	Aprobación del cliente para los servicios y tiempos
Ejecutar el Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Entrega del vehículo a los mecánicos - Realización de los trabajos acordados - Seguimiento si es un servicio complejo 	Servicio realizado, estado final del trabajo informado
Control de Calidad y Verificación	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión por parte de un supervisor - Prueba de calidad del servicio - Inspección adicional de errores 	Vehículo aprobado para la entrega
Entrega al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto con el cliente para informar disponibilidad - Entrega de detalles y factura - Verificación de inquietudes del cliente - Pago del servicio y entrega de recibo 	Cliente recibe su vehículo con el servicio realizado
Seguimiento Post-Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de seguimiento post-servicio - Encuesta de satisfacción - Recordatorio de futuros servicios y ofertas personalizadas 	Retroalimentación y fidelización del cliente

Tabla 3

Proceso del área Comercial

<i>Fase del Proceso</i>	<i>Actividad</i>	<i>Objetivo</i>
Prospección de Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar clientes potenciales (nuevos dueños de vehículos, empresas, flotas, etc.) - Crear campañas publicitarias y de marketing (en línea, en medios locales, redes sociales, etc.) 	Generar una base de clientes nuevos e incrementar el alcance.
Promoción de Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y distribución de promociones y descuentos (descuentos en mantenimiento preventivo, servicios especiales, etc.) - Publicidad de nuevos servicios o actualizaciones en el taller 	Aumentar la demanda de servicios específicos o generales.

Atención y Consultas Comerciales	- Atención telefónica, por correo electrónico o en persona para responder consultas sobre servicios - Proporcionar presupuestos y detalles de servicios	Resolver dudas y generar confianza en los clientes.
Asesoramiento Personalizado	- Realizar diagnósticos previos con el cliente (asesoría sobre el mantenimiento adecuado, recomendaciones de reparaciones o mejoras del vehículo).	Ofrecer soluciones adecuadas a las necesidades del cliente.
Ventas de Servicios	- Ofrecer servicios adicionales a los clientes (como cambios de aceite, revisiones adicionales, etc.). - Realizar ventas de productos automotrices como aceites, filtros, etc.	Incrementar las ventas y agregar valor al servicio ofrecido.
Cierre de Venta	- Confirmación de la aceptación del cliente sobre servicios y precios. - Asegurar que el cliente firme el contrato o acuerdo de servicio.	Formalizar la relación comercial y asegurar el compromiso.
Seguimiento Post-Venta	- Contacto con el cliente después de la realización del servicio para evaluar la satisfacción. - Enviar encuestas de satisfacción y promociones futuras.	Mantener la fidelización y asegurar la calidad del servicio.
Gestión de Quejas y Reclamos	- Recibir y resolver quejas relacionadas con el servicio prestado. - Proporcionar soluciones y compensaciones si es necesario.	Mantener la satisfacción del cliente y mejorar el servicio.
Fidelización de Clientes	- Enviar ofertas personalizadas, recordatorios de mantenimientos preventivos y descuentos exclusivos. - Crear programas de lealtad o recompensas para clientes frecuentes.	Mantener a los clientes recurrentes y atraer nuevos clientes.
Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)	- Registrar interacciones con los clientes en el sistema CRM. - Realizar seguimiento de la relación a lo largo del tiempo.	Optimizar las relaciones con los clientes y ofrecer un servicio más personalizado.

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de Mercado

Sangolquí, una parroquia con una población aproximada de 27,064 hogares, presenta un mercado potencial significativo para un centro de servicio automotriz. Aplicando el porcentaje provincial de 38.8%, se estima que aproximadamente 10,500 hogares en la

parroquia son propietarios de al menos un vehículo liviano. Esta cifra refleja una base considerable de clientes potenciales que requieren servicios automotrices regulares.

Actualmente, en la parroquia existen 20 talleres automotrices, distribuidos de la siguiente manera: 5 talleres especializados en mantenimiento preventivo, tales como cambios de aceite, filtros, entre otros, y 15 talleres que ofrecen una variedad de servicios, que incluyen mantenimiento correctivo, reparaciones especializadas y diagnósticos.

La estructura de propiedad vehicular en la zona es diversa, ya que la población de Sangolquí posee tanto vehículos nuevos como antiguos. Este escenario genera una demanda heterogénea de servicios automotrices, lo que requiere una oferta que abarque tanto el mantenimiento preventivo y de rutina, como reparaciones complejas de sistemas mecánicos, eléctricos y de motor.

Este panorama presenta una oportunidad para un centro de servicio automotriz integral que pueda atender de manera eficiente las necesidades del mercado local, aprovechando la demanda variada de servicios tanto para vehículos nuevos como para vehículos de mayor antigüedad, además de la conveniencia de ofrecer soluciones integrales bajo un mismo techo.

Segmentación de Mercado

Tabla 4

Por Tipo de Vehículo

Segmento	Objetivo/Clientes	Necesidades Específicas	Características
Vehículos Livianos Nuevos	Propietarios de vehículos livianos nuevos, especialmente en zonas urbanas.	Mantenimiento preventivo regular: cambios de aceite, filtros, revisiones periódicas para optimizar el rendimiento y garantizar la longevidad del vehículo.	Vehículos con desgaste mínimo, requieren servicios de calidad para mantener las garantías del fabricante. Buscan conveniencia en términos de ubicación y tiempos de atención.

Vehículos Livianos Usados	Propietarios de vehículos livianos usados, con mayor presencia en parroquias rurales.	Reparaciones frecuentes debido al desgaste: diagnóstico y reparación de fallas en sistemas mecánicos, eléctricos y de motor. Se prioriza mantenimiento correctivo.	Vehículos con alto kilometraje, desgaste significativo en diversas partes. Buscan servicios con costos competitivos que garanticen durabilidad y seguridad del vehículo.
Flotas Empresariales	Empresas locales con flotas de vehículos, como compañías de taxis y camionetas en parroquias rurales.	Mantenimiento regular y preventivo en volumen, asegurando eficiencia operativa y minimizando tiempo de inactividad. Mantenimiento programado para toda la flota.	Vehículos de uso intensivo, requieren mantenimiento constante para mantener la operatividad. Buscan rapidez, eficiencia, reducción de costos operativos y precios preferenciales en volumen.

Segmentación Geográfica

Parroquias Urbanas (San Rafael y Sangolquí)

En las parroquias urbanas, como San Rafael y Sangolquí, se observa una predominancia de vehículos livianos de gama media y alta. Estos vehículos, que incluyen marcas reconocidas y modelos modernos, son principalmente utilizados para fines familiares. Los propietarios de estos vehículos demandan un mantenimiento preventivo regular con el fin de optimizar el rendimiento y prolongar la vida útil de los automóviles. Es crucial que el servicio que se ofrezca en estas áreas se enfoque en la calidad, conveniencia y eficiencia, ya que los residentes de estas parroquias valoran la facilidad de acceso a servicios confiables y rápidos. La reputación del servicio, la disponibilidad de repuestos originales y la atención al detalle son factores clave en este segmento de mercado.

Parroquias Rurales (Cotogchoa y Rumipamba)

En las parroquias rurales cercanas a Sangolquí, como Cotogchoa y Rumipamba, la flota de vehículos está formada principalmente por automóviles ligeros de gama media-baja

y camionetas. Estos vehículos se utilizan tanto para el transporte familiar como para actividades comerciales y laborales. Debido a las condiciones de las carreteras, en su mayoría de segundo y tercer nivel, estos vehículos sufren un desgaste acelerado, lo que genera una mayor necesidad de mantenimiento correctivo y reparaciones frecuentes.

Los clientes en estas áreas rurales valoran principalmente la accesibilidad y la durabilidad de los servicios de mantenimiento. Dado que estos vehículos son sometidos a un uso más intensivo, los propietarios buscan soluciones efectivas y duraderas para los problemas mecánicos y de carrocería más comunes. Además, dado el alto nivel de uso de los vehículos y la naturaleza de los desplazamientos, la flexibilidad en los horarios de servicio y la capacidad de gestionar reparaciones de manera eficiente son factores determinantes para este segmento. Estos clientes buscan centros de servicio que puedan ofrecer respuestas rápidas a sus necesidades, asegurando la mínima interrupción de sus actividades diarias.

Necesidades del mercado:

Para abordar de manera efectiva las necesidades del mercado automotriz en la parroquia de Sangolquí, se analizó la información recolectada de los propietarios de vehículos livianos. Esta información ha permitido identificar y definir claramente las siguientes necesidades del mercado:

Tabla 5

Necesidades del parque automotor

<i>Categoría de Servicio</i>	<i>Necesidad de mercado</i>	<i>Descripción</i>
Mantenimiento Preventivo	Servicios regulares de mantenimiento	Servicios como cambio de aceite , revisión de filtros, ajustes de frenos, y rotación de neumáticos para garantizar el rendimiento y seguridad del vehículo.
Mantenimiento Correctivo	Reparaciones especializadas	Servicios de reparación de motores, transmisiones, sistemas de dirección, y aire acondicionado , necesarios para restaurar el rendimiento del vehículo tras fallos.

Servicios Especializados	Diagnósticos y reparaciones avanzadas	Diagnóstico y reparación de sistemas eléctricos, sistemas de frenos y suspensión , dirigidos a vehículos con tecnologías complejas y necesidades específicas.
Enfoque en Calidad y Atención al Cliente	Calidad en el servicio y experiencia del cliente	La atención al cliente debe ser personalizada , con precios competitivos, transparencia en procesos de diagnóstico y reparación, asegurando alta calidad .
Servicios de Valor Añadido	Personalización y accesorios	Instalación y mantenimiento de accesorios como sistemas de audio, tecnología avanzada o kits de carrocería , dirigidos a vehículos de gama media y propietarios que buscan mejorar la experiencia de conducción.

Análisis de Competencia:

En la parroquia de Sangolquí, existe una considerable concentración de talleres automotrices, con un total de 20 establecimientos operativos. De estos, 5 se especializan en servicios de mantenimiento preventivo, como cambios de aceite y filtros, mientras que los 15 restantes ofrecen una gama más amplia de servicios, que incluyen mantenimiento correctivo, diagnósticos y reparaciones especializadas. A continuación, se presenta un análisis detallado de la competencia en esta área:

Tabla 6

Matriz de Competencias

Competencia	Talleres de Mantenimiento Preventivo (5 talleres)	Talleres de Servicios Diversos (15 talleres)	Oportunidad para Nuevo Taller
Diversidad de Servicios	Servicios limitados a mantenimiento preventivo (aceite, filtros)	Servicios más amplios (diagnósticos, reparaciones, alineación, etc.)	Crear un taller que ofrezca una gama completa de servicios para satisfacer todas las necesidades del cliente en un solo lugar.
Satisfacción del Cliente	Alta insatisfacción por la falta de otros servicios en un solo lugar	Insatisfacción debido a la necesidad de múltiples proveedores para diferentes servicios	Ofrecer un servicio integral que centralice todos los servicios automotrices en un solo taller.

Tecnología y Herramientas	Limitada, tecnología básica para mantenimiento preventivo	Muchas carencias tecnológicas para reparaciones especializadas	Incorporar tecnología avanzada, como diagnósticos electrónicos y herramientas especializadas para trabajos complejos.
Infraestructura	Espacio limitado y sin áreas de espera para clientes	Infraestructura básica, falta de comodidades como áreas de espera	Mejorar la infraestructura con un taller espacioso, área de espera cómoda y condiciones óptimas de trabajo.
Horarios de Atención	Horarios restringidos (lunes a viernes, 08:00-17:00, sábados hasta las 12:00)	Mismos horarios limitados, sin atención los feriados	Establecer horarios más flexibles incluyendo atención los feriados y sábados completos, para atraer más clientes.
Ubicación	Generalmente céntrica, accesible	Muchos también ubicados en zonas centrales	Mantener una ubicación céntrica para asegurar facilidad de acceso para los clientes.
Precios	Costos moderados para mantenimiento preventivo	Precios elevados, especialmente en mano de obra y repuestos	Ofrecer precios más competitivos, especialmente en repuestos, y considerar opciones económicas para atraer a clientes sensibles al costo.

Ventaja competitiva

Horarios Flexibles y Extendidos: Ofrecer horarios flexibles y prolongados, incluyendo la atención a emergencias fuera del horario habitual, constituye una ventaja importante. Al estar disponibles durante las noches y los fines de semana, nuestro centro de servicio automotriz en Sangolquí responde a las necesidades de los clientes que tienen agendas complicadas o enfrentan problemas imprevistos fuera del horario laboral estándar.

Esta flexibilidad no solo facilita el acceso a nuestros servicios, sino que también refuerza nuestra imagen como un proveedor confiable en situaciones urgentes. Al estar disponibles en momentos críticos, fortalecemos nuestra reputación de confiabilidad y compromiso, lo cual puede llevar a una mayor fidelidad y satisfacción de los clientes.

Uso de Equipos y Tecnología Avanzada: La incorporación de equipos modernos y

tecnología de punta en nuestras operaciones de reparación y mantenimiento asegura una ejecución precisa y eficiente. Con herramientas de diagnóstico avanzadas y equipos especializados, podemos realizar reparaciones detalladas y efectivas, manteniendo o mejorando el rendimiento del vehículo.

Utilizar tecnología avanzada no solo mejora la calidad del servicio, sino que también reduce errores y tiempos de reparación. Los clientes aprecian la eficacia y precisión, y al ofrecer resultados consistentes y de alta calidad, nuestro centro se destaca en el mercado. Esto también minimiza la posibilidad de problemas recurrentes, lo que aumenta la satisfacción del cliente y fomenta la confianza en nuestros servicios.

Promociones y Programas de Fidelización: El diseño de promociones atractivas y programas de fidelización es clave para atraer y retener clientes. Ofrecer descuentos exclusivos, paquetes de mantenimiento a precios preferenciales y recompensas por referencias son estrategias eficaces para incentivar a los clientes y fomentar relaciones duraderas.

Estas promociones y programas no solo ayudan a atraer nuevos clientes, sino que también fortalecen la lealtad de los actuales. Al premiar la repetición de compras y el compromiso, se refuerza nuestra base de clientes y se nos distingue de la competencia, al ofrecer un valor adicional que los clientes aprecian. Esto puede aumentar el valor del cliente a largo plazo y consolidar nuestra posición en el mercado.

Prácticas Responsables con el Medio Ambiente: Adoptar prácticas ambientalmente responsables, como el reciclaje y la gestión adecuada de residuos, es fundamental para cumplir con las expectativas cada vez mayores sobre sostenibilidad. Esto abarca la disposición correcta de aceites usados, neumáticos y otros materiales desechables, así como el uso de productos ecológicos siempre que sea posible. Implementar una estrategia ecológica no solo ayuda a proteger el medio ambiente, sino que también mejora nuestra imagen y atrae a clientes que valoran el compromiso con la responsabilidad ambiental.

Además, las prácticas sostenibles pueden reducir los costos operativos a largo plazo y cumplir con las normativas medioambientales, lo que refuerza la confianza del cliente y demuestra un compromiso real con la comunidad y el planeta.

Estas ventajas competitivas colocan a nuestro centro de servicio automotriz en Sangolquí como una opción destacada en el mercado local. Al ofrecer horarios extendidos y flexibles, utilizar tecnología avanzada, implementar promociones y programas de fidelización, y adoptar prácticas ambientales responsables, no solo satisfacemos las necesidades del mercado, sino que también establecemos una base sólida para el crecimiento y diferenciación en el sector automotriz. Estas estrategias mejoran la experiencia del cliente y promueven una imagen positiva y un compromiso duradero con la excelencia y la sostenibilidad.

ESTUDIO DE MARKETING

Tabla 7

Plan de Marketing

1. Producto: Diversificación y Valor Añadido		
Especialización en Marcas y Tipos de Vehículos	Servicios especializados para vehículos de lujo o marcas específicas como Audi, BMW, Mercedes, etc.	"Servicio especializado en marcas premium: Audi, BMW, Mercedes."
Vehículos Eléctricos	Ofrecer servicios especializados para autos eléctricos (carga de baterías, mantenimiento de sistemas electrónicos).	"Servicio para vehículos eléctricos: Carga de baterías y diagnóstico avanzado."
Tecnología y Herramientas Avanzadas	Implementar tecnología avanzada de diagnóstico automotriz (escáneres de última generación).	"Diagnóstico rápido y preciso con tecnología de escáneres de última generación."
Servicios Exclusivos o Premium	Ofrecer un servicio premium con beneficios como recogida y entrega de vehículos.	"Servicio Premium: Recogemos y entregamos tu vehículo con mantenimiento completo por \$179."
Programas de Mantenimiento Preventivo Personalizado	Paquetes de mantenimiento anual con descuentos por pago	"Compra nuestro paquete de mantenimiento anual y ahorra un 15% en cada visita."

anticipado.

2. Precio: Estrategias e Precios Dinámicos y Segmentados

Precios por Segmento de Clientes	Descuentos exclusivos para clientes recurrentes y empresas con flotas grandes.	"Cliente frecuente: 10% de descuento en tu siguiente servicio después de 3 visitas."
Modelos de Precios Transparentes	Publicar precios claros en el sitio web para evitar incertidumbre.	"Consulta nuestros precios para servicios básicos: Cambio de aceite, alineación de neumáticos, revisión de frenos."
Descuentos Estacionales y Ofertas Relámpago	Descuentos durante temporadas clave (verano, invierno) y promociones limitadas.	"Promoción de Invierno: 20% de descuento en revisión de calefacción y neumáticos en diciembre."
Ofertas Relámpago	Crear ofertas limitadas que generen urgencia para los clientes.	"¡Solo hoy! Cambio de aceite y revisión completa de frenos por solo \$49 (valor normal \$69)."

3. Plaza: Distribución local y digital

Expansión de la Visibilidad Digital	Optimización de Google My Business, SEO local y citas online para facilitar la interacción.	"Reserva tu cita en línea fácilmente a través de nuestro sistema de reservas. Visítanos en Sangolquí."
Red de Puntos de Servicio	Crear puntos de servicio móviles, pop-up shops o stands en eventos locales.	"Estaremos en la feria local con un stand de mantenimiento automotriz, ¡aprovecha descuentos exclusivos!"
Ubicación Estratégica	Colocar el taller en una zona de alto tránsito o área estratégica de Sangolquí, con buena visibilidad.	"Visítanos en el corazón de Sangolquí, cerca de la estación de servicio, ¡te esperamos!"

4. Promoción: Estrategias de Comunicación y Engagement

Publicidad Local y Medios Tradicionales	Anuncios en emisoras locales y transporte público para aumentar la visibilidad en la zona.	"¡Aprovecha nuestra promoción del mes en mantenimiento preventivo! Solo este fin de semana, descuento del 20%."
Marketing de Influencers Locales	Colaborar con influencers locales para promocionar los servicios en redes sociales.	"Sigue a [influencer local] y obtén un 10% de descuento en tu siguiente servicio al mencionar su código."
Campañas en Redes Sociales	Realizar concursos y sorteos en plataformas como Facebook e Instagram para aumentar la interacción.	"¡Gana un cambio de aceite gratis! Solo sigue nuestra cuenta y etiqueta a dos amigos."

Contenido Educativo y Testimonios	Crear contenido informativo sobre el mantenimiento de vehículos y compartir testimonios de clientes satisfechos.	"¡Mira lo que dicen nuestros clientes! Lee sus testimonios en nuestro sitio web y redes sociales."
Campañas de Email Marketing	Enviar boletines mensuales con ofertas exclusivas, consejos de mantenimiento y novedades sobre el taller.	"¿Sabías que puedes mejorar el consumo de combustible con una alineación de neumáticos? ¡Ven hoy y recibe un 15% de descuento!"
Descuentos de Fidelización	Crear un programa de puntos para premiar a los clientes recurrentes.	"Acumula puntos con cada servicio y canjéalos por descuentos en futuras visitas. ¡Haz de cada mantenimiento un ahorro!"

ESTUDIO TECNICO

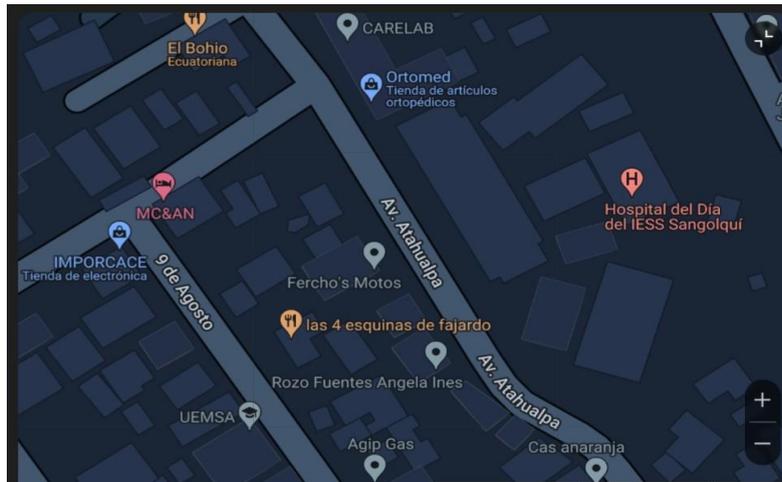
Ubicación

El centro de servicio automotriz estará situado en un punto estratégico de la parroquia de Sangolquí, en la intersección de las avenidas Atahualpa y 25 de Octubre. Este lugar es ideal debido a su alta circulación vehicular y a la afluencia constante de personas, dado que se encuentra cerca del Hospital IESS Sangolquí y rodeado de numerosos negocios del sector automotriz y otros comercios.

La avenida Atahualpa es una vía principal que conecta varias zonas de Sangolquí, ofreciendo así una gran visibilidad y fácil acceso para los clientes. La cercanía al Hospital IESS, que atrae a un flujo continuo de visitantes, incrementa la exposición del centro, mientras que la presenciade otros negocios en la zona favorece la integración con las necesidades automotrices locales.

Figura 20

Ubicación centro de servicios automotrices “El Garage 593”

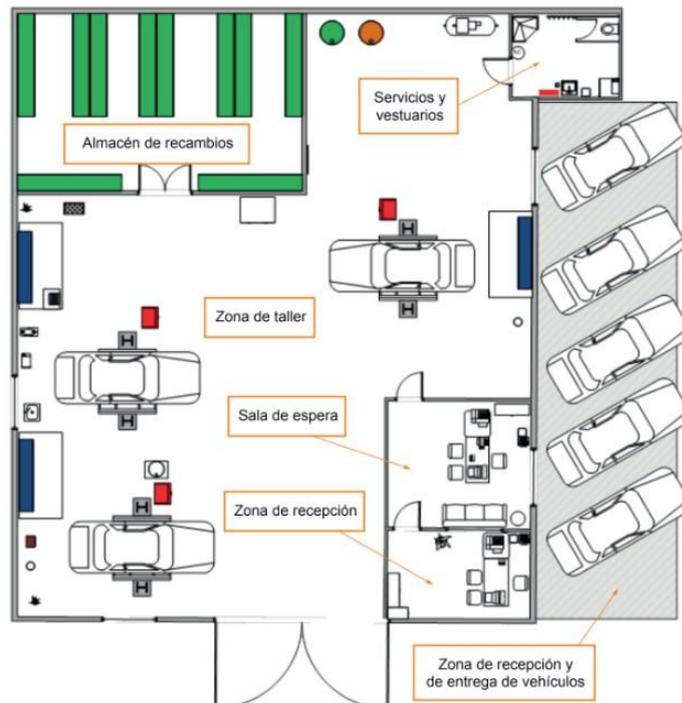


Fuente: <https://maps.google.com>

Estructura y diseño

Figura 21

Diseño del centro de servicios automotrices “El Garaje”



El diseño del espacio físico del centro de servicio automotriz ha sido cuidadosamente planificado para maximizar la eficiencia y comodidad en cada área. La disposición de las zonas es la siguiente:

- Almacén de Recambios: Ubicado cerca del taller, este almacén guarda repuestos, lubricantes y herramientas pequeñas. Su ubicación estratégica permite a los técnicos acceder rápidamente a los materiales necesarios durante las tareas de mantenimiento y reparación.
- Zona de Taller: El taller está dispuesto de manera centralizada para asegurar que los técnicos tengan fácil acceso a herramientas, maquinaria y repuestos. Esta organización optimiza la eficiencia operativa y minimiza el tiempo de desplazamiento dentro del área de trabajo.
- Zona de Recepción: Este espacio está dedicado a la administración y atención de clientes. Aquí se gestionan las solicitudes, se coordinan las citas y se responden las consultas, ofreciendo una experiencia profesional y eficiente para los clientes.
- Sala de Espera: Diseñada para proporcionar comodidad a los clientes y visitantes mientras esperan, la sala está equipada con asientos cómodos y otros elementos que hacen la espera lo más agradable posible.
- Servicios y Vestuarios: Un espacio destinado para que el personal técnico se prepare para su jornada laboral, que incluye vestuarios y áreas de servicio. Este diseño contribuye a mantener altos estándares de higiene y presentación del equipo.
- Zona de Entrega: Un área específica para el estacionamiento de vehículos, tanto para la llegada de autos nuevos al centro como para la entrega de vehículos reparados o mantenidos. Esta zona facilita un flujo eficiente de vehículos y una transición fluida para los clientes.
- Muebles y Enseres: Incluye los artículos y objetos necesarios para amueblar y equipar las oficinas del centro, como escritorios, sillas, estanterías y otros elementos que brindan funcionalidad y confort a las áreas administrativas.

Este diseño integral está orientado a optimizar el flujo de trabajo y a proporcionar una experiencia positiva tanto para los clientes como para el personal, contribuyendo al buen

funcionamiento del centro.

Constitución legal de la empresa

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: Trámite mediante el cual un ciudadano puede constituir una compañía en línea a través del Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada, con minuta estándar o propia.

- Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros www.supercias.gob.ec
- Seleccionar la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS.
- Presionar la opción CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA.
- Ingresar su usuario y contraseña.
- Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.
- Ingresar la información en el formulario SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales.
- Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.
- Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.
- Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.

El sistema mostrará un mensaje confirmando la generación correcta del trámite con el número de identificación correspondiente. Usted recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que deberá cancelar en el Banco del Pacífico.

Una vez realizado el pago, el notario revisará su solicitud de constitución y le otorgará una cita para que acuda a firmar la escritura y los nombramientos.

Luego, el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción.

Una vez inscritos, usted recibirá una notificación electrónica confirmando la constitución electrónica exitosa de su compañía.

Ruc: El **Registro Único de Contribuyentes (RUC)** es el documento esencial para iniciar cualquier actividad comercial. Este registro, que se obtiene a través del Servicio de Rentas Internas (SRI), es imprescindible para cualquier nuevo emprendimiento en Ecuador, ya que es el organismo encargado de la administración y supervisión tributaria en el país. Este registro no solo confirma la legalidad del negocio, sino que también lo incorpora al sistema tributario del país, facilitando el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y el acceso a diversos beneficios y servicios disponibles.

Proceso para obtener el Ruc:

- Cédula de Identidad
- Comprobante de Residencia
- Certificado de Registro de la Empresa, no aplica ya que la empresa es un emprendimiento y tendrá un único dueño
- Dirección de la Oficina o Local Comercial
- Visita el Sitio Web del SRI
- Registro en Línea
- Ingreso de Datos
- Cargar Documentos
- Revisión de Información
- Validación por el SRI
- Recepción del Número de RUC
- Descarga del Certificado
- Apertura de Cuenta Bancaria
- Inscripción en el Registro Mercantil

- Declaración y Pago de Impuestos

El Registro Nacional de Emprendimiento (RNE):

¿A quién está dirigido?

Los beneficiarios son todos los emprendedores, sean estas personas naturales o jurídica con antigüedad menor a cinco años, a la fecha de entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, y que mantiene menos de 49 trabajadores y ventas menores a \$1.000.000,00 en sus empresas.

¿Qué necesito para hacer el trámite?

- Copia simple de la Escritura de la empresa (solo personas jurídicas)
Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales
- Certificado de cumplimiento tributario
Nómina de empleados

Proceso para obtener el certificado de emprendimiento:

- Ingresar a la página web del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca
(www.produccion.gob.ec) http://servicios.produccion.gob.ec/site_rne/rne.html
- Seleccionar la opción "Servicios en Línea" y elegir "Registro Nacional de Emprendimiento"
- Llenar todos los datos y adjuntar requisitos solicitados en el formulario.
- Recibir correo electrónico de notificación de aprobación de su registro y descargar certificado adjunto.

Permisos municipales

Proceso para obtener la Licencia Única de Funcionamiento

- Registro de RUC
- Cédula de Identidad: Cédula de identidad del propietario o representante legal del centro.
- Planos del Local: Planos arquitectónicos del local que muestren la distribución del

espacio y las instalaciones.

- **Permiso de Funcionamiento:** Documento que acredite que el negocio cumple con las normativas de funcionamiento y seguridad.
- **Formulario de Solicitud:** Completa el formulario de solicitud para la Licencia Única de Funcionamiento, que puedes obtener en el Gobierno Municipal de Sangolquí o en su sitio web.
- **Pago de Derechos:** Realiza el pago de los derechos administrativos correspondientes para la obtención de la licencia. Guarda el comprobante de pago como parte de la documentación.
- **Solicitud de Inspección:** Solicita una inspección del local por parte de las autoridades municipales para verificar que el centro cumple con los requisitos de seguridad, salubridad y normativas locales.
- **Adecuaciones Requeridas:** Si la inspección revela deficiencias o áreas de no conformidad, realiza las modificaciones necesarias según las recomendaciones del inspector.
- **Revisión de Documentación:** Una vez completada la inspección y ajustadas las áreas de no conformidad, el municipio revisará toda la documentación presentada.
- **Emisión de la Licencia:** Si todo está en orden, se emitirá la Licencia Única de Funcionamiento. Este documento te permitirá operar legalmente el centro de servicio automotriz en Sangolquí.

Proceso para obtener la Patente Municipal

- **Documentos de Identificación:** Cédula de identidad del propietario o representante legal.
- **Registro de RUC:** Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) que certifica que

el negocio está registrado en el Servicio de Rentas Internas.

- **Licencia de Funcionamiento:** A veces se requiere una licencia de funcionamiento o permiso de operación que demuestre que el negocio cumple con las normativas locales.
- **Formulario de Solicitud:** Completa el formulario de solicitud para la patente municipal, que puedes obtener en el Gobierno Municipal de Sangolquí o en su sitio web oficial.
- **Pago de Derechos:** Realiza el pago de los derechos de inscripción y otros cargos administrativos que puedan aplicarse. Guarda el comprobante de pago.
- **Inspección Municipal:** Solicita una inspección del local por parte del personal municipal para verificar que el centro de servicio automotriz cumple con los requisitos de seguridad, higiene y normativas locales.
- **Adecuaciones:** Si la inspección revela áreas de no conformidad, realiza las adecuaciones necesarias según las recomendaciones del inspector.
- **Revisión de Solicitud:** Una vez completados los pasos anteriores y aprobada la inspección, el Municipio revisará toda la documentación presentada.
- **Recepción de la Patente:** Si todo está en orden, se emitirá la patente municipal. Este documento autoriza legalmente a operar el centro de servicio automotriz en Sangolquí. **Renovación Anual:** La patente municipal generalmente debe renovarse anualmente. Asegúrate de cumplir con los requisitos de renovación y realizar los pagos correspondientes para mantener la vigencia de la patente.
- **Cumplimiento de Normativas:** Mantén el cumplimiento de las normativas locales y actualízate sobre cualquier cambio en las regulaciones que pueda afectar tu operación.

Obtener la patente municipal es un paso crucial para operar un centro de servicio automotriz en

Sangolquí. Al seguir estos pasos, podrás asegurar que tu negocio cumpla con todas las regulaciones locales y pueda funcionar de manera legal y eficiente.

Enfoque Ambiental

Implementar estrategias ambientales ayudará al centro de servicio automotriz a manejar eficientemente los residuos sólidos y líquidos y cumplir con las regulaciones contribuyendo a la sostenibilidad ambiental, para lo cual se consideró que se trabajará con la empresa Incinerox, quien se encargará de realizar de manera mensual la recolección de residuos sólidos y líquidos.

Tabla 8

Plan de acción enfoque ambiental

Acción	Descripción	Responsable	Fecha de Implementación
Clasificación de Residuos	Colocar contenedores claramente etiquetados para diferentes tipos de residuos (metal, plástico, papel, neumáticos, etc.) en áreas clave del centro	Jefe de Taller	Junio 2025
Recolección de Neumáticos Usados	Firmar un convenio con la empresa de reciclaje de neumáticos Incinerox para la recolección mensual de neumáticos usados.	Gerente – Ayudante técnico	Junio 2025
Mantenimiento de Áreas de Almacenamiento de Residuos	Diseñar y mantener áreas específicas para el almacenamiento temporal de residuos, con ventilación adecuada y protección contra contaminantes.	Inciinerox – Ayudante técnico	Abril 2025

Almacenamiento de Residuos Peligrosos (Aceites y Químicos)	Crear un área cerrada y señalizada para almacenar residuos peligrosos como aceites usados y productos químicos.	Incinerox – Jefe de taller	Abril 2025
Sistemas de Captura de Aceites Usados	Implementar tanques de almacenamiento seguros con sistemas de captura y prevención de derrames para aceites y lubricantes usados.	Incinerox – Jefe de taller	Abril 2025
Tratamiento de Aguas Residuales	Instalar un sistema de tratamiento de aguas residuales con filtros y separadores de grasa antes de su liberación.	Incinerox – Ayudante técnico	Abril 2025
Capacitación sobre Manejo de Productos Químicos	Capacitar al personal en la correcta manipulación y almacenamiento de productos químicos, y establecer procedimientos de emergencia.	Jefe de taller	Julio 2025
Protocolos de Manejo de Derrames	Realizar talleres trimestrales y mantener un kit de respuesta rápida para derrames en cada área de trabajo.	JIncinerox - efe de taller	Julio 2025
Registro de Gestión de Residuos	Mantener un registro detallado de la cantidad y tipo de residuos gestionados, así como de las	Ayudante técnico	Mensualmente

actividades de reciclaje y disposición.

Estudio Financiero

La inversión inicial del centro de servicio automotriz El Garage, en su fase de arranque incluye los recursos financieros que se destinarán a adquirir los activos necesarios para cubrir los gastos previos a la operación y ayuda a determinar cuánto capital se necesita para iniciar el negocio y cómo se estructurará esa inversión.

De describe a continuación lo que se requiere para implementar el centro:

Tabla 9

Equipos, muebles y enseres de oficina

OFICINA			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
3	ESCRITORIO	\$150,00	\$450,00
2	COMPUTADOR DE ESCRITORIO	\$200,00	\$400,00
1	LAPTOP	\$300,00	\$300,00
1	IMPRESORA	\$90,00	\$90,00
4	SILLAS	\$45,00	\$180,00
1	UTILES DE OFICINA	\$150,00	\$150,00
1	SERVICIO DE INTERNET	\$150,00	\$150,00
1	DATA FAST	\$450,00	\$450,00
1	TELEFONO CELULAR	\$200,00	\$200,00
1	TELEVISOR	\$350,00	\$350,00
1	CAFETERA	\$80,00	\$80,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	\$80,00	\$80,00
1	SILLON Y MESA SALA DE ESPERA	\$300,00	\$300,00
	SUMINISTROS DE OFICINA	\$300,00	\$300,00
1	GARANTIA ARRIENDO	\$1.500,00	\$1.500,00
	TOTAL		\$4.980,00

Tabla 10

Maquinaria, equipos y herramientas

TALLER			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	ELEVADOR	\$2.500,00	\$2.500,00
1	COMPRESOR DE AIRE	\$900,00	\$900,00
1	LINEA DE AIRE Y MANGUERAS	\$500,00	\$500,00
1	SUCCIONADOR DE ACEITE	\$300,00	\$300,00
1	GATA PARA CAJAS	\$190,00	\$190,00
1	GATO TIPO LAGARTO 3 TON	\$125,00	\$125,00
4	CABALLETES 3 TON	\$35,00	\$140,00
1	CARGADOR DE BATERIAS	\$160,00	\$160,00
1	SOPORTE DE MOTORES	\$125,00	\$125,00
1	PLUMA PARA MOTORES 2TON	\$350,00	\$350,00
1	SCANNER MULTIMARCA	\$1.500,00	\$1.500,00
1	COMPUTADOR DE ESCRITORIO	\$200,00	\$200,00
1	MULTIMETRO AUTOMOTRIZ	\$300,00	\$300,00
2	CAJA DE HERRAMIENTAS TECNICO	\$1.500,00	\$3.000,00
4	EXTENSIONES ELECTRICAS	\$20,00	\$80,00
1	ESMERIL	\$30,00	\$30,00
1	ENTENALLA	\$30,00	\$30,00
2	MESA DE TRABAJO	\$150,00	\$300,00
2	PISTOLA NEUMATICA	\$65,00	\$130,00
1	MEDIDOR DE COMPRESION	\$70,00	\$70,00
1	MANOMETRO DE PRESION	\$100,00	\$100,00
1	CAUTIN Y ESTAÑO	\$25,00	\$25,00
2	LAMPARAS	\$20,00	\$40,00
1	ESTETOSCOPIO	\$25,00	\$25,00
1	TALADRO DE AIRE	\$35,00	\$35,00
1	AMOLADORA	\$35,00	\$35,00
1	PURGADOR DE FRENOS	\$350,00	\$350,00
1	BOMBA DE ACEITE PARA CAJAS	\$50,00	\$50,00
1	COMPRESOR DE ESPIRALES	\$70,00	\$70,00
1	COMPROBADOR DE FUGAS DE REFRIGERANTE	\$110,00	\$110,00
2	EQUIPOS DE PROTECCION	\$40,00	\$80,00
1	CONTENEDOR DE ACEITE QUEMADO	\$120,00	\$120,00
1	HERRAMIENTAS ESPECIALES VARIAS	\$500,00	\$500,00
	TOTAL		\$12.470,00

Tabla 11*Equipos área de Lavado*

AREA DE LAVADO			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	HIDROLAVADORA	\$300,00	\$300,00
1	ASPIRADORA	\$240,00	\$240,00
1	INSUMOS	\$50,00	\$50,00
	TOTAL		\$590,00

Se detalla el listado de los lubricantes y repuestos automotrices que se requerirán para realizar los mantenimientos preventivos de los vehículos livianos al inicio de las actividades del centro.

Tabla 12*Inventario Inicial*

COSTO INICIAL STOCK REPUESTOS Y LUBRICANTES					
Cantidad	Descripción Lubricantes	Precio de costo	P.V.P. Unitario	Subtotal precio costo	Total PVP
205	LITRO DE ACEITE SINTETICO 10W30	\$9,00	\$13,05	\$1.845,00	\$ 2.675,25
205	LITRO DE ACEITE MINERAL 15W40	\$2,64	\$3,83	\$541,20	\$ 784,74
50	FILTROS DE ACEITE MOTOR	\$5,00	\$7,25	\$250,00	\$ 362,50
20	FILTROS DE AIRE	\$8,00	\$11,60	\$160,00	\$ 232,00
24	SPRAY LIMPIADOR DE FRENO	\$4,50	\$6,53	\$108,00	\$ 156,60
4	SPRAY LIMPIADOR DE CARBURADOR	\$4,80	\$6,96	\$115,20	\$ 167,04
	TOTAL			\$3.019,40	\$ 4.378,13

Se detalla los gastos operacionales adicionales que se requerirán para la publicidad, constitución del centro de servicio y los EPP.

Tabla 13*Gastos Operacionales*

GASTOS OPERACIONALES	
Descripción	Valor
Gastos Constitución	\$ 200,00
Equipos de Protección	\$ 1000,00
TOTAL	\$ 1200,00

Activo Corriente: También conocidos como activos circulantes, activos líquidos, activos realizables a corto plazo y es el activo de cualquier entidad o empresa que puede hacerse líquido, es decir, que puede convertirse en dinero en un plazo de tiempo menor a los 12 meses, también indica que la empresa tiene suficiente liquidez para operar sin problemas. En general, esto sucede cuando el valor del activo corriente es superior al pasivo corriente.

Caja Chica: Este fondo estará destinado a cubrir las necesidades imprevistas que puedan surgir durante la ejecución del proyecto, también conocido como caja chica. En este caso, el monto asignado para este propósito será de USD 1000,00.

Bancos: Es el valor con el que iniciará la cuenta bancaria del centro de servicio, el valor será asignado por decisión del propietario y será de USD 6000,00 contribuyendo de manera progresiva a la compra de repuestos automotrices.

Tabla 14

Inversión Inicial

INVERSIÓN FIJA	
Descripción	Valor
Gastos Operacionales	\$ 1200,00
Caja	\$ 1.000,00
Bancos	\$ 6.000,00
Muebles y enseres de oficina	\$ 4.980,00
Maquinaria, equipos y herramientas	\$ 13.060,00
Stock repuestos y lubricantes	\$ 3.019,40
TOTAL	\$ 29.259,40

La inversión inicial para el centro automotriz se desglosa en varios componentes, alcanzando un total de \$29.259,40. Este monto incluye los costos asociados con la creación del centro, como la adquisición de maquinaria, equipos, herramientas, suministros etc., necesarios para iniciar las operaciones.

Financiamiento: El financiamiento para iniciar las actividades operativas del centro automotriz será de tipo mixto. Incluirá recursos propios la cantidad de USD 20.000 que corresponde al 57,14%, y un crédito de USD 15.000 equivalente al 42,86% que será financiado por una cooperativa local y el cuál se cancelará en el periodo de 36 meses.

Tabla 15

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN – COOPERATIVA SAN JUAN DE COTOGCHOA						
Institución Financiera	Fecha de pago	Capital	Tasa de interés anual	Cuotas a pagar	Periodo	Valor total
Cooperativa San Juan de Cotogchoa	02 de cada mes	\$15.000,00	11,58 %	\$579,37	36	\$20.857,32
TOTAL						\$20.857,32

A continuación, se detallan los gastos mensuales asociados a la nómina del personal y los gastos fijos. Estos costos son fundamentales para la operación continua del negocio y deben ser considerados cuidadosamente en la planificación financiera. Los gastos de nómina incluyen los salarios y beneficios del personal, que son esenciales para mantener un equipo de trabajo motivado y eficaz. Los gastos fijos abarcan todos aquellos costos recurrentes que no varían con el volumen de producción o ventas, tales como el alquiler de instalaciones, servicios públicos, y otros costos operativos que son necesarios para el funcionamiento diario del negocio.

Tabla 16

Gastos Nómina mensual-anual

NOMINA PERSONAL							
PERSONAL	TOTAL SALARIOS	D. Tercer Sueldo	D. Cuarto Sueldo	IESS Patronal	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
1 GERENTE GENERAL/FINANCIERO	\$900,00	\$75,00	\$39,17	\$109,35	\$37,50	\$1.161,02	\$13.932,20
1 RECEPCIONISTA	\$600,00	\$50,00	\$39,17	\$72,90	\$25,00	\$787,07	\$9.444,80
1 JEFE COMERCIAL	\$800,00	\$66,67	\$39,17	\$97,20	\$33,33	\$1.036,37	\$12.436,40
1 TALENTO HUMANO	\$700,00	\$58,33	\$39,17	\$85,05	\$29,17	\$911,72	\$10.940,60
1 JEFE DE TALLER	\$800,00	\$66,67	\$39,17	\$97,20	\$33,33	\$1.036,37	\$12.436,40
1 TÉCNICO MECÁNICO	\$600,00	\$50,00	\$39,17	\$72,90	\$25,00	\$787,07	\$9.444,80

1	AYUDANTE TÉCNICO	\$460,00	\$38,33	\$39,17	\$55,89	\$19,17	\$612,56	\$7.350,68
	TOTAL						\$6.332,16	\$75.985,88

Tabla 17

Gastos mensuales fijos

GASTOS MENSUALES FIJOS	
ARRIENDO	\$1.500,00
CUOTA MENSUAL PRESTAMO	\$579,37
SERVICIOS BASICOS	\$200,00
PUBLICIDAD	\$100,00
SUBMINISTROS DE OFICINA	\$200,00
SERVICIOS CONTABLES EXTERNOS	\$100,00
GASTO REPUESTOS Y LUBRICANTES	\$500,00
TOTAL	\$3.179,37

Tabla 18

Gastos Mensuales

GASTOS MENSUALES TOTALES	
GASTOS FIJOS MENSUALES	\$3.179,37
GASTO SUELDOS	\$6.332,16
TOTAL	\$9.511,53

Un punto que se destaca es los ingresos que se proyecta de manera mensual por concepto de facturación de mano de hora, la misma se deberá cumplir de manera constante para que cubra los gastos y genere un margen de utilidad.

Tabla 19

Ingresos mensuales proyectados mano de obra

INGRESOS MENSUALES PROYECTADOS EN MANO DE OBRA			
VALOR MANO DE OBRA POR HORA	JEFE DE TALLER	TÉCNICO MECÁNICO	AYUDANTE TÉCNICO
\$30,00	6 horas	6 horas	4 horas
TOTAL FACTURACIÓN POR TÉCNICO	\$3.780,00	\$4.410,00	\$2.520,00

TOTAL MENSUAL FACTURACIÓN**\$10.710,00**

Con base en los valores proyectados, los gastos mensuales se estiman en \$7.559,28, mientras que los ingresos mensuales provenientes de la mano de obra se proyectan en \$9.000,00. Esto resulta en un margen de ganancia mensual de \$1.440,72. Este margen positivo indica que, después de cubrir todos los gastos operativos, la empresa tiene la capacidad de generar una ganancia mensual significativa.

Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial ofrece un panorama claro y detallado de la situación actual del centro de servicio automotriz al momento de su inauguración. Este informe proporciona una visión integral de los activos, pasivos, y el capital disponible, estableciendo un punto de referencia esencial para el análisis financiero. Sirve como una base fundamental para la toma de decisiones estratégicas y la planificación de acciones futuras, permitiendo a los gestores identificar áreas de fortaleza y debilidad, proyectar necesidades de financiación, y desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos financieros y operativos.

Tabla 20

Estado de situación inicial

Estado de Situación Inicial			
Activo		Pasivo	
Activo Corrientes		Pasivo Corriente	\$1.000,00
Caja Chica	\$1.000,00		
Bancos	\$6.000,00		
Inventario	\$3.019,40		
Equipos de Protección	\$1.000,00		
Total activo corriente	\$11.019,40	Total Pasivo Corriente	\$1.000,00
Activo no corriente		Pasivo no corriente	
Muebles y enseres de oficina	\$4.980,00	Garantía arriendo	\$1.500,00

Maquinaria y equipos	\$13.060,00	Préstamos	\$20.857,32
<hr/>			
Total activo no corriente	\$18.040,00	Total pasivo no corriente	\$22.357,32
<hr/>			
Activo Diferido		TOTAL PASIVOS	\$23.357,32
Constitución empresa	\$200,00	Capital	\$5.902,08
<hr/>			
	\$200,00	Total Patrimonio	\$5.902,08
TOTAL ACTIVOS	\$29.259,40	Total Pasivo + Patrimonio	\$29.259,40

Tabla 21

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Tiempo	5 años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Ventas	\$128.520	\$134.946	\$145.742	\$160.316	\$192.379	
Egresos	\$121.091	\$122.004	\$122.963	\$116.977	\$117.952	
Gastos fijos	\$38.152	\$38.458	\$38.804	\$39.153	\$39.505	
Gastos sueldos	\$75.986	\$76.594	\$77.207	\$77.824	\$78.447	
Préstamo	\$6.952	\$6.952	\$6.952			
Subtotal	\$7.429	\$12.942	\$22.779	\$43.339	\$74.427	
<hr/>						
Impuesto a la renta	\$1.857	\$3.236	\$5.695	\$10.835	\$18.607	
Inversión inicial	-					
	\$29.259,40					
FLUJO	\$5.572	\$9.707	\$17.084	\$32.504	\$55.820	

VAN: El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta utilizada para evaluar inversiones, la cual actualiza los ingresos y gastos de un proyecto para determinar cuánto se ganará o perderá con dicha inversión. También se le conoce como Valor Neto Actual (VNA), Valor Actualizado Neto o Valor Presente Neto (VPN).

Tabla 22

Indicadores Financieros VAN - TIR

Año	Ingresos	Egresos	Subtotal
0			-\$29.259,40

1	\$128.520	\$121.091	\$7.429	\$5.572
2	\$134.946	\$122.004	\$12.942	\$9.707
3	\$145.742	\$122.963	\$22.779	\$17.084
4	\$160.316	\$116.977	\$43.339	\$32.504
5	\$192.379	\$117.952	\$74.427	\$55.820
VAN				\$53.524
TIR				46%

Análisis: Los cálculos de los indicadores VAN y TIR se han llevado a cabo mediante las funciones del software EXCEL, y los resultados están detallados en la Tabla 15. El cálculo muestra un valor de \$ 53.524 lo que indica que es un valor positivo y el proyecto es viable. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida es del 46%, que permite interpretar que el proyecto genera \$46 por cada \$100 invertido, mencionando que el proyecto es viable y rentable en el tiempo.

Tabla 23

Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Flujo de caja	Acumulado	Saldo restante de Inversión	Comentario
1	\$5,572	\$5,572	\$23.687.40	Recuperado parcialmente
2	\$9,707	\$15,279	\$13.980.40	Recuperado parcialmente
3	\$17,084	\$32,363	\$0.00	Recuperación completada, se alcanza la inversión inicial
<i>TOTAL</i>		<i>\$32,363</i>		<i>Recuperación completada en 2 años y 9 meses</i>

Inversión Inicial: \$25,640

- Año 1: El flujo de caja es \$5,572, por lo que el flujo acumulado es \$5,572, y el saldo restante de la inversión es \$29,259.40 - \$5,572 = \$23,687.40.
- Año 2: El flujo de caja es \$9,707, sumando un total acumulado de \$15,279, y el saldo restante es \$23,687.40 - \$9,707 = \$13,980.40.
- Año 3: El flujo de caja es \$17,084, lo que cubre el saldo restante de \$13,980.40 y deja un saldo positivo de \$3,103.60. La inversión inicial ya está completamente recuperada.

El Período de Recuperación de la Inversión es 2.82 años (2 años y 9 meses).

c. Estrategias y/o técnicas

En el presente proyecto, se han utilizado diversas estrategias y técnicas para realizar una evaluación exhaustiva del nuevo centro de servicio automotriz en la parroquia Sangolquí. A continuación, se presentan las principales estrategias y métodos aplicados:

Tabla 24*Estrategias y técnicas utilizadas*

Fase/Estudio	Propósito	Estrategias y Técnicas Utilizadas
Estudio Estratégico	Definir la estructura organizacional Identificar y evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.	- Establecer jerarquías claras, definir roles específicos - Crear estrategias que aprovechen las fortalezas y oportunidades, mientras se mitigan las debilidades y amenazas.
Estudio de mercado	Obtener datos sobre las necesidades, expectativas y nivel de aceptación de los consumidores respecto al centro de servicio automotriz en la parroquia Sangolquí.	- Encuesta estructurada: Preguntas sobre servicios requeridos, expectativas de precios y percepciones del mercado actual. - Muestra representativa de la población objetivo.
Estudio Técnico	Determinar los requisitos de infraestructura y recursos técnicos necesarios para el funcionamiento del centro.	- Diseño de instalaciones para el centro de servicio. - Selección de equipo técnico y especificaciones de los servicios. - Consultar con proveedores para estimación de costos.
Estudio de Marketing	Mejorar la imagen del centro, posicionarlo en el mercado y atraer clientes.	- Desarrollo de una estrategia de marketing con identidad de marca. - Campañas publicitarias dirigidas y promociones. - Análisis de mercado para identificar mejores canales de comunicación.

Plan Financiero	Evaluar la viabilidad económica del proyecto y planificar la inversión.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un plan de inversión detallado. - Estimación de capital necesario y costos operativos. - Proyecciones de flujo de caja a 5 años, cálculo de VAN y TIR.
------------------------	---	---

2.3 Validación de la propuesta

Presente la validación de la propuesta a través del método de criterios de especialistas.

2.4 Matriz de articulación de la propuesta

Tabla 25

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
	Naranjo Pauta & Siguencia Méndez (2019) Centro de servicio automotriz, es un establecimiento que se dedica a asegurar que los vehículos mantengan un alto nivel de funcionamiento. Ingrith202, El modelo de negocio tradicional es el enfoque más comúnmente utilizado, en el que una empresa ofrece un producto o servicio a sus clientes y	Enfoque Cuantitativo ya que permitió la recopilación y el análisis de datos numéricos, para obtener conclusiones objetivas. Investigación de Campo, ya que la recolección de información se llevó a cabo de fuentes primarias. Enfoque Descriptivo que permitió detallar las características y perfiles de los individuos	Estudio Estratégico Estudio de mercado Estudio de marketing Estudio Técnico Estudio Financiero	Los centros de servicios no logran generar una respuesta positiva generalizada entre los usuarios, ya que no aseguran un mantenimiento adecuado de los vehículos. Valor Actual Neto (VAN) de \$57,144, indicando que generará ingresos superiores a la inversión inicial. Además, con una	En el presente proyecto se aplicó la técnica de la encuesta, mediante un cuestionario de 16 preguntas cerradas que fue diseñado para recopilar información de todas las 371 personas que formaron parte de la muestra.

	<p>les cobra por ello</p> <p>Plan de negocios, estudio que incluye el análisis de mercado, del sector y la competencia. (Palacios Rodríguez, 2020, pág. 62)</p> <p>Según Vargas Felicita, (2019) las fortalezas y debilidades representan las condiciones internas de la empresa. Las fortalezas son los aspectos positivos dentro de la organización que favorecen el logro de sus objetivos, mientras que las debilidades son las carencias que dificultan su consecución</p>			<p>Tasa Interna de Retorno (TIR) del 52%, el proyecto ofrece una rentabilidad anual significativamente superior al costo de oportunidad, lo que lo hace viable y rentable para los inversores.</p>	
--	---	--	--	--	--

CONCLUSIONES

Para el desarrollo del proyecto de investigación se fundamentó en diversas teorías elaboradas por diferentes autores que emplean una amplia gama de herramientas de investigación. Además, se ha establecido una estructura detallada para el desarrollo del plan de negocios, con el propósito de proporcionar datos precisos y confiables para la toma de decisiones en relación al centro automotriz.

El estudio de mercado realizado ha revelado que los centros de servicios automotrices en la parroquia de Sangolquí enfrentan diversos desafíos. En primer lugar, los servicios que ofrecen no logran generar una respuesta positiva generalizada entre los usuarios, ya que no aseguran un mantenimiento adecuado de los vehículos. Además, presentan deficiencias en la implementación de prácticas medioambientales, como el uso de productos biodegradables y el cumplimiento de las normativas ambientales vigentes. A su vez, los centros de servicio automotriz en la zona no brindan una oferta de servicios completa, lo que limita la satisfacción y fidelización de los clientes.

El estudio de mercado ha identificado varios desafíos en los centros de servicios automotrices de Sangolquí. Estos incluyen una falta de mantenimiento adecuado de los vehículos, deficiencias en las prácticas medioambientales, como el uso de productos biodegradables y el cumplimiento de normativas ambientales, y la ausencia de una oferta completa de servicios, lo que afecta la satisfacción y fidelización de los clientes.

El análisis financiero del proyecto muestra un Valor Actual Neto (VAN) de \$53.524, indicando que generará ingresos superiores a la inversión inicial. Además, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 46%, el proyecto ofrece una rentabilidad anual significativamente superior al costo de oportunidad, lo que lo hace viable y rentable para los inversores.

En el mismo sentido, la validación por parte de especialistas fue altamente efectiva,

evaluando el proyecto de titulación en términos de impacto, aplicabilidad, conceptualización y calidad técnica. Esta revisión exhaustiva asegura que el proyecto no solo sea relevante y aplicable, sino que también esté sólidamente fundamentado y cumpla con altos estándares técnicos, lo que contribuye a su robustez y éxito potencial.

RECOMENDACIONES

Para asegurar el éxito del proyecto en el contexto de los centros de servicios automotrices en la parroquia de Sangolquí, se recomienda realizar una **revisión periódica y actualización continua** de las teorías y herramientas de investigación utilizadas en el análisis de mercado y en la planificación estratégica. Este enfoque permitirá adaptar el **plan de negocios** a los cambios del mercado local, como la evolución de las expectativas de los clientes, la competencia, las normativas medioambientales y las nuevas tendencias tecnológicas emergentes en la industria automotriz.

Se recomienda que los centros de servicios automotrices en Sangolquí mejoren la calidad del mantenimiento vehicular, capacitando al personal y estableciendo estándares rigurosos. Además, deben adoptar prácticas medioambientales responsables, como el uso de productos biodegradables y cumplir con las normativas vigentes. Es crucial ampliar la oferta de servicios para cubrir más necesidades automotrices, lo que aumentará la satisfacción y fidelización de los clientes. Estas acciones ayudarán a mejorar la competitividad y asegurar la rentabilidad a largo plazo.

Para asegurar la viabilidad continua del proyecto en el futuro, se recomienda mantener una revisión periódica de los indicadores financieros, como el VAN y la TIR, para ajustar las estrategias según las condiciones del mercado y el desempeño económico. Además, considerar la reinversión de parte de las ganancias en la mejora de los servicios y en la expansión del negocio puede maximizar el retorno sobre la inversión y fortalecer la posición financiera a largo plazo.

Se recomienda realizar una validación continua por parte de especialistas a lo largo del desarrollo del proyecto, evaluando aspectos clave como el impacto, la aplicabilidad, la conceptualización y la calidad técnica. Esta revisión exhaustiva garantizará que el proyecto se mantenga relevante, aplicable y sólidamente fundamentado, cumpliendo con altos estándares técnicos. Además, contribuirá a fortalecer su robustez y aumentar las posibilidades de éxito en su implementación.

BIBLIOGRAFÍA

- Baeza Paz, G. (2024). *Metodología de la investigación*. México, México: Editorial Patria. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n/6aCEBgAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=tipos+de+investigaciones+pdf&printsec=frontcover
- Barrera Doblado, O., & Ruben, C. A. (2015). *Logística y comunicación en un taller de vehículos*, segunda edición. Madrid, España: Ediciones Parainfo S.A. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Log%C3%ADstica_y_comunicaci%C3%B3n_en_un_taller.html?id=E7YbCgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Empresarial, C. e. (2019). *Universidad Ricardo Palma*. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>
- Encalada, V., & Maximina, t. (2023). *La Gerencia y la Empresa*. Universidad del Rosario. doi:https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=007TEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=cuales+son+los+tipos+de+empresas,+tama%C3%B1o,+propiedad+de+capital.+ambito.+estino+de+los+beneficiarios&ots=NlxqQLoIZA&sig=mD9JBDNyotVVPBg_D9VP2ZML4s#v=onepage&q&f=false
- Fajardo Campaña, I. M., Luis, U. S., & Gabriela, S. R. (2010). *Espol.edu.ec*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13775/1/D-42876.pdf>
- Feijoo, I., & Guerrero Jirón, J. (2019). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala, Ecuador: Editorial UTMACH. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14271/1/Cap.3-Producto%2C%20precio%2C%20plaza%2C%20publicidad%20y%20promoci%C3%B3n.pdf>
- Gaytán Cortés, Juan. (10 de Octubre de 2020). Obtenido de Scielo: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext
- Gencat. (26 de Abril de 2024). *Canalempresa.gencat.cat*. Obtenido de https://canalempresa.gencat.cat/es/03_sectors_d_activitat/comerc/tallers-reparacio-vehicles/index.html

- Guevara Albán, G. (2020). *Dialnet*. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- Hidalgo, G. (Septiembre de 2022). *Ecuador en cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/ESTRA_2021/2021_BOLETIN_ESTRA.pdf
- Inadem. (2019). *Academia.edu*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/LECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2-libre.pdf?1463795228=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf&Expires=1723786904&Signature=daMm-qCMZCD0dddqyxAfoyl57yfnB80-B96K0uNP
- Ingrith, G. (2024). *Udelistmo.edu*. Obtenido de <https://www.udelistmo.edu/blogs/9-modelos-de-negocio-existentes>
- Instituto Galego do Consumo e da competencia. (2020). *Consumo.xunta.gal*. Obtenido de <https://consumo.xunta.gal/es/consumidores/artigos/que-son-los-talleres-de-reparacion-de-vehiculos-y-como-se-clasifican>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos*. (01 de Noviembre de 2012). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info7.pdf>
- Internas, S. d. (2024). *SRI.gob.ec*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/ruc-personas-naturales>
- Kumar, N. (3 de Juli de 2024). *Linkedin.com*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/el-crecimiento-del-mercado-automotriz-en-ecuador-tendencias-kumar-hkbf/>
- Ledesma Andrade, A. A. (2022). Impacto del Covid 19 en las organizaciones. Innovación y Emprendimiento en la ciudad de Cuenca. Cuenca, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ucacue.edu.ec/server/api/core/bitstreams/fa890a7b-5dfd-435f-a816-c717b98eb052/content>
- Lluisaca Silva, B. X., & Guevara Ortega, E. M. (2022). *Dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22635/1/UPS-CT009791.pdf>
- Llumiquinga Llumiquinga, R. P. (2024). *Repositorio.uisrael.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/4152/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-PRO-378.242-2024-011.pdf>
- México, U. N. (2022). *Suayed - FCA*. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1143/1143_u3_a2_anexo1.pdf

- Ministerio de Producción, C. E. (2024). *www.gob.ec/mpceip/tramites/registro-nacional*.
Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/registro-nacional-emprendimiento>
- Municipal, G. A. (2014). *Rumiñahui-aseo-gob.ec*. Obtenido de http://www.ruminahui-aseo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/cuarta_ref_ordenanza_gest_amb.pdf
- Naranjo Pauta, E. O., & Sigüencia Méndez, G. F. (2019). *Dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18319/4/UPS-CT008676.pdf>
- Neill, D., & Liliana, C. (2018). *Repositorio.utmachala.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Palacios Rodríguez, M. Á. (9 de Octubre de 2020). *Revistas uned.ac.cr*. Obtenido de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/2756/4332>
- Pérez Gregorio, M. G. (2020). *Academia.edu*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/235859997.pdf>
- Pichincha, B. d. (22 de Septiembre de 2021). *Pichincha.com*. Obtenido de <https://www.pichincha.com/blog/balance-situacion-inicial>
- Quintana Asimbaya, A. R. (2023). *Repositorio uisrael.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/3811/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-378.242-2023-015.pdf>
- Real Martín, J. (21 de Enero de 2024). *Consumoteca.com*. Obtenido de <https://www.consumoteca.com/motor/vehiculo-a-motor/>
- Reduction, I. S. (2019). *Eird.org*. Obtenido de <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>
- Rivera, O. (1991). *Academia.edu*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53655475/Mision___Vision_y_Proposito_Estrategico-libre.pdf?1498402802=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLOS_CONCEPTOS_DE_MISION_VISION_Y_PROPOS.pdf&Expires=1723615412&Signature=K~meYpTCQ5dLLCwUdnZ2ERbs
- Rosado Salgado, L. A., & Alberto, O. L. (8 de Junio de 2021). *Scielo.org.co*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2011-21062020000100066&script=sci_arttext

- Ruiz Bueno, A. (2019). *Diposit.ub.edu*. Obtenido de https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/67615/1/LA_OBSERVACI%C3%93N_Parte_I.pdf
- Sabry, F. (2023). *Segmentación de mercado*. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado/iYfwEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+la+segmentacion+de+mercados&printsec=frontcover
- Santander, B. (2024). *Santander Academy*. Obtenido de <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>
- Santos, D. (2024). *Blog.hubspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>
- Santos, D. d. (1994). *El plan de negocios: Guías de gestión de la pequeña empresa*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Sarli, R. R. (1993). *Academia.edu*. ¿Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/84474714/sarlirfo-912015-libre.pdf?1650380685=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalisis_FODA_Swot_analysis.pdf&Expires=1723686770&Signature=TYKa8WDZcPAbOxMTV05f3iia9Xb2eXfdm6HOWxkjWtnmCBPkd~tT5-PMW4j
- School, M. B. (2022). *Munich-business-school.de*. Obtenido de <https://www.munich-business-school.de/es/l/diccionario-de-estudios-empresariales/flujo-de-caja>
- Significados, E. (2024). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/ubicacion-geografica/>
- Stewart, L. (2024). *Atlasti.com*. Obtenido de <https://atlasti.com/es/research-hub/muestreo-de-conveniencia>
- Thompson, A. (2019). *Promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>
- Toledo Díaz de León, N. (s.f.). *Core.ac.uk*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Vargas Felicita, C. E. (2019). *Repositorio.Uisrael.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1952/1/UISRAEL-EC-ADME->

378.242-2019-030.pdf

- Viniegra, S. (2021). En *Entendiendo el Plan de Negocios*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JcoXAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=que+es+un+plan+de+negocios&ots=3_zfhprjoq&sig=jxPJ3l_CE64Gx16aPz8FsXu78Oo#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20de%20negocios&f=false
- Vlex. (2016). *Vlex.ec*. Obtenido de <https://vlex.ec/vid/ley-27-ley-empresas-643461593>
- Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.

ANEXOS

Cuestionario de Evaluación de Necesidades para un Centro de Servicios Automotrices en la parroquia de Sangolquí.	
N°	Preguntas
1	¿Indique su género?
	Masculino
	Femenino
2	¿Cuántos vehículos posee?
	1 vehículos
	2 vehículos
	3 o más
3	¿Con qué regularidad realiza el mantenimiento preventivo a su vehículo?
	Cada mes
	Cada tres meses
	Cada seis meses
	Cuando es necesario
4	¿En qué lugar realiza las reparaciones y mantenimiento de su vehículo?
	Talleres de Sangolquí
	Concesionarias
5	¿Indique cuál es la principal razón para elegir un taller de servicios automotrices?
	Precio
	Facilidades de pago
	Garantía en repuestos
	Recomendaciones
6	¿Qué servicios automotrices cree que son importantes que debe ofrecer un nuevo centro en la parroquia de Sangolquí?
	Mantenimiento preventivo
	Reparación de motores
	Diagnóstico y reparación de sistemas eléctricos
	Frenos y suspensión
	Enderezada y pintura

7	¿Qué grado de satisfacción le ofrecen los centros de servicios automotrices de la parroquia de Sangolquí?
	Satisfecho
	Neutral
	Insatisfecho
8	¿Qué importante considera usted la proximidad de un centro de servicios automotrices a su domicilio?
	Muy importante
	Importante
	No es importante
9	¿Cuál es el factor más relevante para acudir a un centro de servicios automotrices?
	Calidad en el servicio
	Tiempo de espera
	Reputación del centro
	Tecnología e infraestructura
10	¿Pagaría un poco más por un centro de servicios automotrices que le ofrezca mejor calidad y el mismo se encuentre en la parroquia de Sangolquí?
	Sí
	No
11	¿Con que frecuencia enfrenta averías en su vehículo?
	Mensualmente
	Cada 2 meses
	Cada 4 meses
	Rara vez
12	¿Cuál es el principal desafío que enfrenta los centros de servicios automotrices de la parroquia de Sangolquí?
	Disponibilidad de servicios
	Precios
	Calidad del servicio
	Disponibilidad de stock de repuestos
13	¿Qué tipo de promociones le gustaría que oferten en un centro de servicios?
	Descuentos en repuestos
	Paquetes de mantenimiento

	Descuentos por servicios
14	¿Cuál es el medio para contactar con un centro de servicios automotrices?
	Teléfono
	Aplicación móvil
	En persona
15	¿Usted recomendaría un nuevo centro de servicios automotrices a sus amigos y familiares?
	Sí
	No
16	¿Qué importancia tiene que un centro de servicios automotrices ofrezca servicios adicionales como venta de repuestos y accesorios?
	Muy importante
	Nada importante