



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

TEMA:

**“REPOSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO
AUTOMOTRIZ MAVEAUTOS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA
DE IMBABURA”**

**Trabajo de investigación previo a obtener el grado de Magíster en
Administración de Negocios**

AUTOR:

Vicente Gerardo Torres Acosta

TUTOR:

Ing. Guillermo Brusil

Ibarra

2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el señor: Vicente Gerardo Torres Acosta previo la obtención del Título de MBA, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación (pública o privada) y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 19 días del mes de Agosto de 2013.

Firma



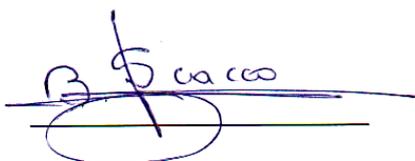
Ing. Guillermo Brusil

C.I.

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Por: Vicente Torres Acosta

Trabajo de Grado de Maestría aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte, por el siguiente jurado a los 19 días del mes de Agosto del 2013.



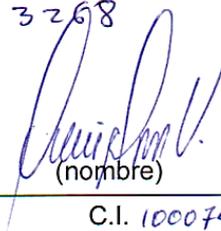
(nombre)

C.I. 1001243268



(nombre)

C.I. 0400986351



(nombre)

C.I. 1000748317



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100121663-7
APELLIDOS Y NOMBRES:	TORRES ACOSTA VICENTE GERARDO
DIRECCIÓN:	JOSE M. LARREA Y CARLOS BARAHONA. URBANIZACIÓN LA VICTORIA. CASA N° 2 CONDOMINIOS AMSTERDAM.
EMAIL:	dimaset.accesorios@gmail.com
TELÉFONO FIJO: 062616163	TELÉFONO MÓVIL: 0998751352

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“REPOSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO AUTOMOTRIZ MAVEAUTOS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR:	TORRES ACOSTA VICENTE GERARDO
FECHA:	2014/06/20
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
Programa:	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input checked="" type="checkbox"/>
Título por el que opta:	Magíster en Administración de Negocios
Tutor de tesis:	Ing. Guillermo Brusil

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

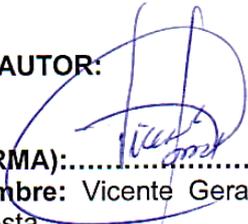
Yo, Vicente Gerardo Torres Acosta con cédula de identidad 100121663-7, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de marzo del 2015.

EL AUTOR:

(FIRMA): 
Nombre: Vicente Gerardo Torres
Acosta
C.C: 100121663-7

ACEPTACIÓN:

(FIRMA): 
Nombre: Ing. Betty Chávez M.
Cargo: Jefa de Biblioteca



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Vicente Gerardo Torres Acosta con cédula de identidad 100121663-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras de la obra o trabajo de grado denominado: "REPOSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO AUTOMOTRIZ MAVEAUTOS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de: Magíster en Administración de Negocios en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 28 días del mes de marzo del 2015.

EL AUTOR:

(FIRMA):.....

Nombre: Vicente Gerardo Torres Acosta

C.C: 100121663-7

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico a Dios por ser mi fuerza para luchar cada día y no dejarme vencer. A mi esposa y a mis hijos que son las inspiración del diario vivir y la consecución de logros. A mis maestros por su incansable labor educativa donde depositaron en mi la semilla del saber para ser un mejor profesional.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte que me permitió en sus aulas captar las enseñanzas aplicadas en el presente trabajo, de manera especial al Instituto de Postgrado.

Al Ing. Guillermo Brusil, que con su tutoría me brindó la orientación mediante su experiencia en el desarrollo del presente documento.

Al Sr. Julio Acosta propietario de Maveautos, por otorgarme la información requerida para la realización y desarrollo del presente trabajo de grado.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	iv
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvi
LISTA DE SIGLAS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Contextualización del problema	3
1.3 Determinación de causas y efectos.....	4
1.4 Formulación del problema de investigación.....	4
1.5 Objetivos	4
1.5.1 Objetivo general.....	4
1.5.2 Objetivos específicos	5
1.6 Preguntas de investigación	5
1.7 Justificación.....	5
1.8 Valor práctico del estudio	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2. Bases teóricas y científicas	7

2.1 La empresa	7
2.1.1 Microempresas	7
2.1.2 Administración	9
2.2 Higiene y seguridad industrial	12
2.2.1 El papel de la OIT	13
2.3 Contabilidad y finanzas	18
2.3.1 Importancia	18
2.3.2 Estados financieros.....	19
2.3.3 Activos	19
2.3.4 Pasivo	19
2.3.5 Patrimonio.....	19
2.3.6 Indicadores financieros	20
2.4 Mecánica automotriz	20
2.4.1 Taller mecánico automotriz.....	20
2.5 Mercadotecnia	24
2.5.1 La segmentación	24
2.5.2 Marketing mix	24
2.5.3.3 Plaza o lugar de distribución	25
2.5.3.4 Promoción.....	25
2.5.3.5 Personas:.....	25
2.5.3.5 Procesos:.....	26
2.5.3.6 Posicionamiento.....	26
CAPÍTULO III	27
METODOLOGÍA	27
3.1 Tipo y diseño de investigación	27
3.2 Población o universo	27
3.4 Variables	29
3.5 Indicadores.....	29
3.6 Matriz de relación diagnóstico	31
3.7 Métodos.....	32
3.8 Técnicas	33
3.8.1 Recolección de la Información	33

3.8.2 Información primaria	33
3.8.3 Información secundaria.....	33
3.9 Proceso de la investigación.....	34
CAPITULO IV.....	35
RESULTADOS.....	35
4.1 Análisis e interpretación de resultados:	35
4.1.1 Estudio realizado a propietarios de buses en la ciudad de Otavalo	35
4.1.2 Datos técnicos	46
4.1.4 Datos técnicos	59
4.1.5 Resultados de encuestas aplicadas a dueños de centros de mantenimiento.	61
4.2 Discusión de resultados:	75
4.3 Contrastación con las preguntas de investigación	77
CAPÍTULO V.....	81
SOLUCIÓN VIABLE.....	81
5.1 Validación de la propuesta:	81
5.2 Denominación de la empresa.....	83
5.3 Nombre o razón social.....	84
5.4 Base filosófica de la empresa.....	84
5.5 Principios y valores propuestos.....	85
5.6 Estrategias	86
5.7 Propuesta administrativa	86
5.7.1 Objetivos Organizacionales de la propuesta.....	86
5.7.2 Objetivos de mercado de la propuesta	93
5.7.3 Propuesta comunicacional.....	94
5.7.4 Análisis FODA	96
5.8 Determinación de la oportunidad de inversión	99
5.9 Estudio de mercado	100
5.9.1 Identificación del producto o servicio	100
5.9.2 Segmentación de mercado.....	100
5.9.3 Objetivo del Estudio de Mercado	101

5.9.4 Análisis de la demanda.....	101
5.9.5 Análisis de la oferta real.....	102
5.9.6 Demanda insatisfecha	103
5.10 Estudio técnico	104
5.10.1 Localización de la empresa (macro y micro).....	104
5.10.2 Ingeniería del proyecto	105
5.11 Estudio financiero	109
5.11.1 Presupuesto de ingresos	109
5.11.2 Presupuesto de egresos	110
5.11.3 Estado de pérdidas y ganancias proyectado	114
5.11.4 Flujo de caja proyectado.....	115
5.11.5 Evaluación financiera.....	116
5.11.6 Tasa interna de retorno.....	120
5.11.7 Período de recuperación de la inversión.....	121
CAPÍTULO VI.....	123
IMPACTOS	123
6.1 Impacto económico	123
6.2 Impacto de comercialización	124
6.3 Impacto social	125
6.4 Impacto general.....	126
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES.....	128
BIBLIOGRAFÍA.....	129
LINCOGRAFÍA.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Conformación del parque automotor del Ecuador.....	2
Tabla 2. Número de encuestas a aplicarse.....	28
Tabla 3 Plan de Medios Maveautos 2015.....	95
Tabla 4 FODA.....	97
Tabla 5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	101
Tabla 6 NÚMERO DE VEHÍCULOS MATRICULADOS EN LA CIUDAD DE OTAVALO.....	101
Tabla 7 ¿Cuántos clientes en promedio atiende al mes?	102
Tabla 8 NÚMERO TOTAL DE VEHÍCULOS ATENDIDOS AL MES	102
Tabla 9 Demanda insatisfecha mensual	103
Tabla 10 DEMANDA INSATISFECHA ANUAL	103
Tabla 11 CAPTACIÓN DE LA DEMANDA.....	104
Tabla 12 Inversión Maquinaria.....	106
Tabla 13 Construcción	107
Tabla 14 Herramientas	107
Tabla 15 Área administrativa	108
Tabla 16 Legales y Constitución.....	108
Tabla 17 Cuadro Resumen de Inversión	109
Tabla 18 Demanda	110
Tabla 19 Incremento cantidad.....	110
Tabla 20 Crecimiento inflación precio promedio	110
Tabla 21 Ingresos	110
Tabla 22 Costo del personal operativo	111
Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias	114
Tabla 24 Flujo de caja proyectado.....	115
Tabla 25 Tabla de amortización.....	116
Tabla 26 VAN.....	120
Tabla 27 Impacto económico.....	123
Tabla 28 Impacto de comercialización.....	124
Tabla 30 Impacto social	125
Tabla 31 Impacto general	126

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 tenencia de vehículo	35
Cuadro 2 Número de vehículos	37
Cuadro 3 Lugar donde realizan el mantenimiento	38
Cuadro 4 Calificación del servicio de mantenimiento.....	40
Cuadro 5 Percepción de los precios	41
Cuadro 6 Debilidades del centro de mantenimiento a donde acude.....	42
Cuadro 7 Tipo de incentivos adicionales que le gustaría tener.....	44
Cuadro 8 Edad.....	46
Cuadro 9 Género	47
Cuadro 10 Nivel de Instrucción	48
Cuadro 11 Posee vehículo.....	49
Cuadro 12 Cuantos vehículos dispone	50
Cuadro 13 Lugar de mantenimiento.....	51
Cuadro 14 Calificación del servicio proporcionado	54
Cuadro 15 Opinión sobre precios	55
Cuadro 16 Opinión sobre las debilidades	56
Cuadro 17 Incentivos adicionales	58
Cuadro 18 Edad.....	59
Cuadro 19 Género	60
Cuadro 20 Tipo se servicios que oferta el Centro de Mantenimiento.....	61
Cuadro 21 Equipos y maquinaria que dispone	63
Cuadro 22 Promedio de clientes por mes	65
Cuadro 23 Servicio que requieren con mayor frecuencia	66
Cuadro 24 Principal competidor.....	68
Cuadro 25 Fortalezas del competidor	69
Cuadro 26 Objetivos de ampliación para el futuro	70
Cuadro 27 Trabajadores a cargo	71
Cuadro 28 Capacitación a trabajadores.....	72
Cuadro 29 Frecuencia de capacitación.....	73
Cuadro 30 Servicios adicionales.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tenencia de vehículo	36
Gráfico 2 Número de vehículos.....	37
Gráfico 3 Lugar donde realizan el mantenimiento.....	39
Gráfico 4 Calificación del servicio de mantenimiento.....	40
Gráfico 5 Percepción de los precios	41
Gráfico 6 Debilidades del centro de mantenimiento a donde acude	43
Gráfico 7 Tipo de incentivos adicionales que le gustaría tener	44
Gráfico 8 Edad	46
Gráfico 9 Género	47
Gráfico 10 Nivel de Instrucción	48
Gráfico 11 Posee vehículo	49
Gráfico 12 Cuantos vehículos dispone	50
Gráfico 13 Lugar de mantenimiento.....	52
Gráfico 14 Calificación del servicio proporcionado	54
Gráfico 15 Opinión sobre precios	55
Gráfico 16 Opinión sobre las debilidades	56
Gráfico 17 Incentivos adicionales	58
Gráfico 18 Edad	59
Gráfico 19 Género	60
Gráfico 20 Tipo de servicios que oferta el Centro de Mantenimiento.....	62
Gráfico 21 Equipos y maquinaria que dispone	63
Gráfico 22 Promedio de clientes por mes	65
Gráfico 23 Servicio que requieren con mayor frecuencia	66
Gráfico 24 Principal competidor	68
Gráfico 25 Fortalezas del competidor	69
Gráfico 26 Objetivos de ampliación para el futuro	70
Gráfico 27 Trabajadores a cargo	71
Gráfico 28 Capacitación a trabajadores.....	72
Gráfico 29 Frecuencia de capacitación.....	73
Gráfico 30 Servicios adicionales	74

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 mapa de Otavalo	105
-------------------------------------	-----

LISTA DE SIGLAS

UTN	Universidad Técnica del Norte
PWC	Price Water house Coopers
OIT	Organización Internacional del Trabajo

REPOSICIONAMIENTO DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO AUTOMOTRIZ MAVEAUTOS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

Autor: Vicente Torres Acosta
Tutor: Guillermo Brusil
Año 2014.

RESUMEN

El presente proyecto brinda una investigación detallada para acerca del estudio situacional del mantenimiento vehicular en el cantón Otavalo y reposicionamiento del centro de diagnóstico automotriz MAVEAUTOS, oportunidad de inversión que resulta atractiva dado que es una actividad rentable siempre y cuando se disponga de los recursos necesarios y el personal adecuado. El objetivo de este proyecto fue: Identificar cuál es la situación actual del mantenimiento vehicular en el Cantón Otavalo. La metodología utilizada fueron encuestas a tres instancias: los propietarios de transporte pesado, propietarios de vehículos livianos y los dueños de Centros de Mantenimiento vehicular. Se encuestó a un total de 24, 292 y 14 respectivamente. A través de este proyecto, se pretende atender a los propietarios de vehículos tanto livianos como pesados. Se estima que sus ingresos sean mayores a sus costos y gastos, se cubrirán utilidades a los trabajadores y se pagarán los impuestos según la ley. El proyecto al ser evaluado económica y financieramente, dio como resultado un VAN de \$ 62.301,37; una TIR de 31,78% y un tiempo de recuperación de inversión de 4 años y 1 mes, lo cual se considera aceptable y por tanto factible de realizar. El proyecto generará impactos positivos en el aspecto económico, comercial, social y ambiental, por lo tanto se determina que Maveautos tiene una gran oportunidad de captar nuevos públicos y expandir sus servicios hacia la creación de nueva oferta para sus clientes. Lo más importante del diagnóstico a través de las encuestas fue encontrar la principal competencia que son los concesionarios y que Maveautos es la segunda en preferencia para los clientes tanto de transporte pesado como de liviano, por lo que el reposicionamiento debe enmarcarse en mejorar las falencias que los clientes consideren.

RESETTING DIAGNOSTIC CENTER AUTOMOTIVE THEREOF MAVEAUTOS IMBABURA PROVINCE.

Author: Vicente Torres Acosta
Tutor: William BRUSIL
Year: 2014.

ABSTRACT

The present project offers a detailed investigation about the situational study of the vehicular maintenance in Otavalo and specifically the expansion of the auto-motor diagnostic center named MAVEAUTOS. This will be an attractive investment opportunity, due to it is a profitable business, depending on the necessary resources and the adequate staff. The objective of this project was to identify the real situation of the vehicular maintenance in this city. The methodology used was based on surveys applied to three different groups of people: the owners of heavy transport, owners of light transport and owners of vehicular maintenance centers. The universe was 24,292 people and 14 garages. Through this project, it is pretended to give service to the owners of heavy and light transport. It is estimated that the entrepreneurs receive an income that surpass the costs and expenses to cover the utilities of the workers and the payment of the taxes according to the law. When evaluating the project economically and financially gave as a result a VAN of \$ 62.301,37; a TIR of 31,78% and an estimated time to recover the investment of 4 years and a month. That is why it is considered acceptable and feasible to do it. This project will generate positive impacts in the economical, commercial, social and environmental aspects. Therefore, it is determined that MAVEAUTOS has a great opportunity to catch a new public and expand its services towards the creation of a new offer for its customers. The most important information about the diagnosis through the surveys was to find the principal competence that MAVEAUTOS has is the Concesionarios, the authorized dealers of cars. MAVEAUTOS is in second position for the customers of heavy and light transport. So, the expansion must be framed in enhancing its services and correct the failures that its clients suggest.

INTRODUCCIÓN

Maveautos es una empresa que tiene 20 años en el mercado. Su experiencia en el negocio ha trascendido de generación en generación y se ha posicionado en la ciudad de Otavalo a través de su trabajo arduo. El presente proyecto ha estructurado las directrices para levantar un diagnóstico situacional del sector vehicular y por otro lado diseñar estrategias de reposicionamiento para que la empresa Maveautos fortalezca su imagen con los públicos.

El presente trabajo de investigación se encuentra estructurado en los siguientes capítulos: En el capítulo primero, consta el Problema de Investigación, Contextualización del problema, determinación de las causas y los efectos, definición de los criterios de inclusión y exclusión, la formulación del problema, objetivos, las preguntas de investigación y la justificación.

En el capítulo segundo consta el Marco Teórico que contiene la Teoría Base, la Teoría existente, el posicionamiento teórico y las leyes.

El capítulo tercero consta la Metodología, el tipo de investigación, diseño de la investigación, tipo de estudio, población y muestra, el plan de muestreo, las variables, indicadores, matriz de objetivos, métodos, técnicas e instrumentos

El capítulo cuarto consta los resultados obtenidos de la investigación, a través de la aplicación de encuestas a propietarios de vehículos livianos y pesados además de la competencia.

El capítulo quinto correspondiente al Marco Propositivo contiene el Desarrollo de la Propuesta, es decir el ámbito administrativo, comunicacional y financiero.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

El sector automotor en Ecuador tiene una participación muy importante en la economía del país por los ingresos que genera, se estima que el aporte al Fisco del sector por los impuestos aplicados a esta industria bordea los USD 400 millones. Además, es fuente de numerosas plazas de trabajo, llegando alcanzar en el 2010 cerca de 25,000 puestos de trabajo en las actividades directas e indirectas relacionadas a este sector; cerca del 30% del empleo generado se concentra en el área de ensamblaje y el 70% en el área de comercialización. El sector en los últimos años ha presentado un crecimiento sostenido, gracias a la dolarización, al envío de remesas del exterior y el financiamiento ofrecido por agencias bancarias y financieras del país.

Según un estudio realizado por la consultora Price wáter house Coopers (PWC), se estima que la producción mundial de automóviles en el año 2011 superará los 75.3 millones de unidades, lo cual significará un crecimiento del 6.2% con respecto al año 2010.

Según reporte del Servicio de Rentas Internas de Ecuador, en el año 2009 el parque automotor ecuatoriano estaba conformado por las siguientes marcas, siendo las más representativas CHEVROLET con un 24.33%, SUZUKI con 7.27%, TOYOTA con 6.95%, FORD con 5.67%, entre las principales. (ProEcuador, 2011)

Tabla 1 Conformación del parque automotor del Ecuador

CONFORMACIÓN DEL PARQUE AUTOMOTOR DE ECUADOR SEGÚN LA MARCA DEL VEHÍCULO		
Marca	No. Vehículos	Porcentaje
CHEVROLET	486,466	24.33%
SUZUKI	145,235	7.27%
TOYOTA	139,047	6.96%
FORD	113,364	5.67%
MAZDA	105,335	5.27%
HYUNDAI	92,882	4.65%
NISSAN	89,132	4.46%
YAMAHA	49,184	2.46%
MITSUBISHI	47,485	2.38%
VOLKSWAGEN	47,354	2.37%
HINO	39,785	1.99%
KIA	36,984	1.85%
SHINERAY	34,897	1.75%
HONDA	30,715	1.54%
FIAT	30,714	1.54%
LADA	24,858	1.24%
MOTOR UNO	24,746	1.24%
MERCEDES BENZ	21,804	1.09%
DATSUN	18,264	0.91%
TRAXX	18,068	0.90%
OTROS	402,737	20.15%
TOTAL	1,999,056	100.00%

Fuente: Servicio de Rentas Internas, SRI

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

Fuente: (ProEcuador, 2011)

Los coesionarios de vehículos para poder manejar el mercado manejan conceptos de infraestructura, recursos humanos, atención al cliente, y mix de Marketing, estrategias de crecimiento, que les permiten hacer un seguimiento constante de las variables para no perder el posicionamiento de mercado.

Desde hace una década atrás estas empresas de grandes capitales de inversión, porque son requisitos indispensables que deben hacer para poder seguir conservando la distribución de las diferentes marcas que existen en el mercado ecuatoriano.

Se debe investigar cuales son las necesidades que los clientes de vehículos tienen que los talleres automotrices autorizados por una marca, para poder satisfacer de buena manera dichas necesidades, entonces se hace necesario estudio e investigaciones del mercado en el cual se está desarrollando su actividad económica.

Se ha instalado una mecánica, con todos los elementos humanos, materiales y de equipamiento que permita que se pueda dar un buen servicio que ayude a conservar el mercado granado.

Pero si se ha tomado en cuenta cuales son los errores cometidos, que demuestran el nivel de insatisfacción de los clientes, que permitirán en este trabajo poner las estrategias necesarias para el reposicionamiento en el mercado de Maveautos.

Este estudio permitirá poner en evidencia dichos errores empresariales y la inversión necesaria para permitir con el diagnóstico llegar a las conclusiones y recomendaciones más acertadas para él retorno en el tiempo calculado de la inversión y ser más grande la participación en el mercado del cantón Otavalo.

1.2 Contextualización del problema

La fuente de ingresos generada por la compra, venta, mantenimiento y todo lo referente al área automotriz, es muy amplia; por lo que los profesionales que se dedican a esta área pueden ofertar sus servicios.

La centralización del servicio en los concesionarios de la ciudad de Otavalo, concentran el servicio de mantenimiento, por lo que la población puede recurrir en tiempos de espera prolongadas e inclusive de alto costo.

Este Centro de Diagnóstico Automotriz es una empresa que ya ha trabajado en esta área por algún tiempo, lo que se busca es el reposicionamiento de la misma para lograr mejorar calidad de atención, servicio rápido y eficaz.

1.3 Determinación de causas y efectos

- El servicio automotriz en la ciudad de Otavalo presenta deficiencias en cuanto se refiere a la transparencia en los procesos.
- La centralización del servicio de mantenimiento en los concesionarios, hace necesaria la búsqueda de nuevas alternativas.
- Al aumentar el parque automotor aumenta la demanda y por ende hay la posibilidad de aumentar la oferta de servicios

1.4 Formulación del problema de investigación

¿Cómo se logrará el reposicionamiento del centro de diagnóstico automotriz Maveautos del cantón Otavalo, provincia de Imbabura?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Realizar un estudio que determine las estrategias más adecuadas para el reposicionamiento del Centro de Diagnóstico Automotriz Maveautos del Cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar la situación actual del mantenimiento vehicular en el Cantón Otavalo.
- Realizar un estudio para determinar la oferta de servicios de mecánica en la ciudad de Otavalo.
- Realizar un estudio para determinar la demanda de mecánica en la ciudad de Otavalo
- Diseñar estrategias para el reposicionamiento del Centro de Diagnóstico Automotriz Maveautos de Otavalo.

1.6 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la situación actual del Centro de mantenimiento vehicular Maveautos del cantón Otavalo?
- ¿Cuál es la oferta de servicios de mecánica en la ciudad de Otavalo?
- ¿Cuál es la demanda de mecánica en la ciudad de Otavalo?
- ¿La propuesta servirá para el reposicionamiento del Centro de Diagnóstico Automotriz Maveautos de Otavalo?

1.7 Justificación

Hoy día tener un vehículo no constituye un lujo, para la mayoría de la población, es su medio de transporte y hasta su herramienta de trabajo, por tal motivo los mismos deben mantenerse en óptimas condiciones de operación, para así brindar seguridad a sus ocupantes y cumplir satisfactoriamente con sus actividades diarias, lo cual se logra con servicios de mantenimiento tanto preventivo como correctivos oportunamente.

Con el reposicionamiento de esta empresa se lograría que la ciudadanía de Otavalo tenga siempre la confianza de acudir no solo a las casas comerciales que venden automóviles al mantenimiento del vehículo, sino a un lugar donde profesionales puedan brindarle un servicio integral y de buena calidad.

Se logrará beneficiar al sector automotriz del cantón Otavalo, y el ingreso de la empresa.

1.8 Valor práctico del estudio

Los niveles de ingresos para la empresa se incrementarán puesto que más personas conocerán a la empresa MAVEAUTOS y a sus servicios, de esta manera la organización tendrá un mayor nivel de rentabilidad, al tiempo que contará con una liquidez empresarial que le permita realizar inversiones de acuerdo a las necesidades presentadas.

Se considera que siendo una empresa que tendrá responsabilidad social tanto con sus trabajadores como con la sociedad, mediante la posibilidad de ofertar productos y servicios de calidad a precios accesibles, además de la realización de procesos transparentes en el servicio de mecánica automotriz.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Bases teóricas y científicas

2.1 La empresa

La empresa se constituye en un ente donde confluyen personas capaces de cumplir objetivos organizacionales con el fin de producir un bien o servicio que satisfaga necesidades o deseos de un determinado mercado o de varios.

Una empresa es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. (Wikipedia, 2012)

Por lo tanto, la empresa es un conjunto organizado de personas las cuales realizan un conjunto de actividades y sistemas para cumplir un objetivo común propuesto.

2.1.1 Microempresas

2.1.1.1 Clasificación de la microempresas

De acuerdo a (Universitat de les Illes Balears, 2013) menciona que dentro de las actividades productivas informales las

microempresas pueden clasificarse según: su capacidad de acumulación, con las siguientes particularidades: microempresas de subsistencia o de supervivencia, microempresas con capacidades de acumulación simple y microempresas consolidadas en tránsito para la pequeña empresa.

2.1.1.2 Características de la microempresas

Según (Universitat de les Illes Balears, 2013) los aspectos principales que caracterizan a las microempresas llevadas a cabo por sectores sociales de bajos recursos, según Navas Vega, D. y Frediani, R. de la OIT (2001) son:

- a) El propietario administra y mantiene el control sobre la empresa
- b) Bajos niveles de ingreso, de productividad y de nivel tecnológico
- c) Escasos volúmenes de capital y de inversión
- d) Dirección poco especializada
- e) Uso de mano de obra familiar
- f) Vulnerables a cambios repentinos
- g) Carencia de eficiencia interna

2.1.1.3 Requisitos para formar una microempresa

Según (Torres, 2005) los requisitos para formar legalmente una microempresa son:

- a) Escritura pública de constitución de la compañía;

- b) Aprobación en la Superintendencia de Compañías;
- c) Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria;
- d) Inscripción en el Registro Mercantil ;
- e) Los tipos de sociedades mercantiles son: nombre colectivo, comandita simple, responsabilidad limitada, anónima y economía mixta.
- f) Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- g) Patente municipal
- h) Permiso sanitario de funcionamiento.
- i) Registro sanitario (de acuerdo al tipo de producto).

2.1.2 Administración

“Es la función de los gerentes que consiste en alcanzar las metas organizacionales en forma adecuada y eficiente planeando, organizando, dirigiendo y controlando los recursos”. (Daft, 2004)

La administración se constituye en la secuencia de metas organizadas en forma eficiente guiándose en la planificación, dirección y control.

2.1.2.1 Funciones de la administración

De acuerdo a (Daft, 2004) las funciones de la administración son:

Planeación

La planeación se constituye en un proceso de previsión de actividades que se quiere establecer en un futuro para el logro de objetivos en una empresa

La planeación indica donde quiere estar la empresa en el futuro y la manera como llegar allí. (Daft, 2004)

La planeación es preguntarse y conocer lo que desea y quiere llegar a ser una empresa y las herramientas y objetivos que va a utilizar para hacerlo.

Organización

La organización consiste en estructurar sistemáticamente todas aquellas actividades que fueron previstas en el proceso de planificación, (Daft, 2004)menciona: “La organización consiste en asignar las tareas, en agrupar las actividades en departamentos y en asignar la autoridad y los recursos en la organización”. (Página 7)

La organización es saber asignar un líder o gerente para asignar tareas y actividades de la mejor manera en segmentos departamentales, conociendo los recursos de la empresa.

Dirección

La dirección como herramienta de gestión consiste en guiar los recursos de la empresa tanto humanos, materiales, tecnológicos y financieros hacia la consecución de metas empresariales.

“La dirección consiste en usar la influencia para motivar a los empleados para que alcancen las metas organizacionales”. (Daft, 2004)

La dirección es saber encaminar a los miembros de la empresa, guiándolos y motivándolos para que así alcancen los objetivos y las metas planteadas por la empresa.

Control

El control en una empresa se constituye en una actividad esencial para vigilar cada uno de los procesos en una organización.

Control significa vigilar las actividades de los empleados, determinar si la empresa se dirige a la consecución de sus metas y tomar las medidas correctivas que vayan necesitándose". (Daft, 2004)

El control implica entonces, supervisar si se están cumpliendo las actividades y metas establecidas por la empresa.

2.1.2.2 Eficacia

Es el nivel en el que se cumple las metas o los objetivos establecidos por la empresa (Daft, 2004, pág. 9) menciona: "Grado en que la empresa cumple con una meta establecida".

Eficiencia

"Cantidad de recursos que se utiliza para alcanzar una meta organización" (Daft, 2004, pág. 9)

La eficiencia es el número de recursos que van a ser utilizados para alcanzar el objetivo propuesto dentro de una empresa.

- **Desempeño**

El nivel de desempeño del equipo de trabajo debe medirse en función de sus capacidades y lo requerido en la empresa, (Daft, 2004)asevera:

“Capacidad de cumplir las metas organizacionales usando los recursos eficaz y eficientemente”. (Daft, 2004, pág. 10)

El desempeño es efectuar los objetivos empresariales siendo eficiente y eficaz.

2.2 Higiene y seguridad industrial

En el ámbito de los centros laborales, la seguridad industrial y la higiene tienen como objetivo el salvaguardar la vida y la preservación de la salud y la integridad física de los trabajadores.

Este objetivo será conseguido a través de mecanismos encaminados a proporcionar buenas condiciones de trabajo, así como una adecuada capacitación y adiestramiento en aspectos inherentes a la prevención de enfermedades y accidentes laborales

En este sentido, la seguridad y la higiene industrial, puede ser vista como el conjunto de conocimientos científicos y tecnológicos destinados a localizar, evaluar, controlar y prevenir las causas de los riesgos en el trabajo a que están expuestos los trabajadores en el ejercicio de su actividad laboral.

Se debe destacar por lo tanto que, la seguridad y la higiene industrial son instrumentos de prevención de los riesgos.

La Asociación de Higiene Industrial de los Estados Unidos, sostiene que la higiene industrial es una ciencia, y señala textualmente que es una “disciplina que consta de un conjunto de conocimientos y técnicas dedicadas a reconocer, evaluar y controlar los factores físicos, psicológicos o tensiones a que están expuestos los trabajadores en sus

centros de trabajo y que puedan deteriorar la salud y causar una enfermedad de trabajo. (Blog de Seguridad industrial , 2011)

2.2.1 El papel de la OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales. Fue fundada el 11 de abril de 1919, en virtud del Tratado de Versalles. Su Constitución, sancionada en 1919, se complementa con la Declaración de Filadelfia de 1944.

La OIT tiene un gobierno tripartito, integrado por los representantes de los gobiernos, de los sindicatos y de los empleadores. Su órgano supremo es la Conferencia Internacional del Trabajo, que se reúne anualmente en junio. Su órgano ejecutivo es el Consejo de Administración, que se reúne cuatrimestralmente en Ginebra.

Toma decisiones sobre políticas de la OIT y establece el programa y presupuesto que posteriormente son presentados a la Conferencia para su aprobación. También elige al Director General. En 2012 fue elegido para el cargo el británico Guy Ryder. La sede central se encuentra en Ginebra (Suiza).

En 1969 la OIT recibió el Premio Nobel de la Paz. Está integrada por 185 estados nacionales (2012). No tiene potestad para sancionar a los gobiernos. (Fundación Wikimedia, 2013).

2.2.1.1 Normas fundamentales de la OIT

Según la (OIT, 2010) la normativa de salud ocupacional es la siguiente:

La Constitución de la OIT establece el principio de que los trabajadores deben estar protegidos contra las enfermedades y los accidentes del trabajo. Sin embargo, para millones de trabajadores, la realidad es muy diferente. Unos dos millones de personas mueren cada año por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Se estima que 160 millones de personas sufren de enfermedades relacionadas con el trabajo, y hay unos 270 millones de mortales y no mortales, accidentes laborales por año. El sufrimiento causado por este tipo de accidentes y enfermedades a los trabajadores y sus familias es incalculable. En términos económicos, la OIT estima que el 4% del PIB anual mundial se pierde como consecuencia de las enfermedades profesionales y los accidentes. Los empleadores se enfrentan costosas jubilaciones anticipadas, pérdida de personal calificado, el absentismo ya elevadas primas de seguro por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Sin embargo, muchas de estas tragedias se pueden prevenir mediante la aplicación de buenas prácticas de prevención, la denuncia y la inspección. Normas de la OIT sobre seguridad y salud constituyen instrumentos esenciales para que los gobiernos, empleadores y trabajadores para establecer dichas prácticas y para proporcionar la máxima seguridad en el trabajo. En 2003, la OIT adoptó una estrategia global para mejorar la seguridad y la salud que incluye la introducción de una cultura de prevención en salud, la promoción y el desarrollo de instrumentos específicos, y asistencia técnica.

Se han tomado como referencia algunos artículos que mencionan la normativa en relación al a salud ocupacional:

Artículo 9

- 1. La aplicación de las leyes y reglamentos relativos a la seguridad y la salud y el medio ambiente de trabajo deberá estar asegurado por un sistema apropiado y conveniente de inspección.
- 2. El sistema de control deberá prever sanciones adecuadas en caso violaciones de las leyes y reglamentos.

Artículo 10

Deberán tomarse medidas para orientar a los empleadores ya los trabajadores para ayudarles a cumplir con sus obligaciones legales.

Artículo 11

Para dar efecto a la política a que se refiere el artículo 4 del presente Convenio, la autoridad o autoridades competentes deberán garantizar que las funciones siguientes realización progresiva:

- (A) la determinación, cuando la naturaleza y grado de los riesgos así lo requieran, de las condiciones que rigen la concepción, la construcción y acondicionamiento de las empresas, el inicio de sus operaciones, las transformaciones más importantes que requieran y toda modificación de sus fines iniciales, la seguridad del equipo técnico utilizado en el trabajo, así como la aplicación de procedimientos definidos por las autoridades competentes;
- (B) la determinación de los procesos de trabajo y de las sustancias y agentes de la exposición a la que haya de ser prohibida, limitada o sujeta a autorización o control por parte de la autoridad o autoridades competentes; riesgos para la salud debido a la exposición simultánea a varias sustancias o agentes tomarse en consideración;
- (C) el establecimiento y aplicación de procedimientos para la notificación de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, de los empleadores y, cuando proceda, instituciones de seguros y otros directamente interesados, y la elaboración de estadísticas anuales sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales;

- (D) la celebración de consultas, donde los casos de accidentes de trabajo, enfermedad profesional o cualquier otro daño para la salud acaecido durante el transcurso de, o en relación con éste parezca revelar una situación grave;
- (E) la publicación anual de informaciones sobre las medidas adoptadas en cumplimiento de la política mencionada en el artículo 4 del presente Convenio y sobre los accidentes del trabajo, enfermedades profesionales y otros daños para la salud acaecidos durante el trabajo o en relación con el trabajo;
- (F) la introducción o ampliación de los sistemas, teniendo en cuenta las condiciones y posibilidades nacionales, para examinar agentes químicos, físicos y biológicos en relación con el riesgo para la salud de los trabajadores.

Artículo 12

Se adoptarán medidas, de acuerdo con la legislación y la práctica nacionales, con miras a asegurar que las personas que diseñan, fabrican, importan, suministran o ceden máquinas, equipos o sustancias para uso profesional -

- (A) se aseguren, en la medida de lo razonablemente posible, la maquinaria, los equipos o las sustancias no impliquen ningún peligro para la seguridad y la salud de las personas que hagan uso correcto;
- (B) faciliten información sobre la instalación y utilización correctas de la maquinaria y equipo y el uso correcto de sustancias, sobre los riesgos que la maquinaria y equipo y las propiedades peligrosas de las sustancias químicas y agentes físicos y biológicos o productos, así como instrucciones sobre cómo prevenir los riesgos conocidos que deben evitarse;
- (C) efectúen estudios e investigaciones o de otra manera estar al día de los conocimientos científicos y técnicos necesarios para cumplir con los incisos (a) y (b) del presente artículo.

Artículo 13

Un trabajador que juzgue necesario interrumpir una situación de trabajo por tener motivos razonables para creer que ésta entraña un peligro inminente y grave para su vida o su salud debe ser protegido contra las consecuencias indebidas de conformidad con las condiciones y la práctica nacionales.

Artículo 14

Deberán tomarse medidas a fin de promover, de manera conforme a las condiciones y a la práctica nacionales, la inclusión de las cuestiones de seguridad y salud ocupacional y medio ambiente de trabajo en todos los niveles de educación y formación, incluida la enseñanza superior técnica, médica y profesional, en objeto de satisfacer las necesidades de formación de todos los trabajadores.

PARTE IV. ACCIÓN A NIVEL DE LA EMPRESA

Artículo 16

- 1. Los empleadores deberán velar por que, siempre que sea razonablemente posible, la maquinaria, el equipo y los procesos bajo su control sean seguros y sin riesgos para la salud.
- 2. Los empleadores deberán velar por que, siempre que sea razonable y factible, sustancias químicas, físicas y biológicas y agentes bajo su control no entrañan riesgos para la salud cuando las medidas adecuadas de protección se toman.
- 3. Los empleadores deberán prever, cuando necesario, ropa adecuada y equipo de protección para prevenir, en la medida en que sea razonablemente factible, los riesgos de accidentes o de efectos perjudiciales para la salud.

Artículo 19

Deberán adoptarse disposiciones a nivel de empresa en virtud de que -

- (A) los trabajadores, al llevar a cabo su trabajo, cooperen al cumplimiento por el empresario de las obligaciones que incumben al;
- (B) los representantes de los trabajadores en la empresa cooperen con el empleador en el ámbito de la seguridad y la salud;
- (C) los representantes de los trabajadores en la empresa reciban información adecuada sobre las medidas tomadas por el empleador para garantizar la seguridad y la salud y puedan consultar a sus organizaciones representativas acerca de esta información, a condición de no divulgar secretos comerciales;
- (D) los trabajadores y sus representantes en la empresa reciban una formación adecuada en materia de seguridad y salud.

2.3 Contabilidad y finanzas

2.3.1 Importancia

La contabilidad y finanzas en una empresa se constituyen en la base fundamental para determinar la situación de una organización en cuanto a sus ganancias o pérdidas. Proporciona datos reales cuantitativos acerca de las operaciones ocurridas durante el desarrollo de un ejercicio económico, con lo cual la gerencia de turno podrá tomar decisiones en torno a ello.

Éstas áreas de la empresa son un eje transversal en las demás áreas, pues dependen de los presupuestos y decisiones financieras que tomen los representantes de las mismas para actuar en base a ello, dirigiendo

sus acciones hacia el logro de objetivos que permitan a la empresa crecer y sostenerse en el tiempo. (El Autor)

2.3.2 Estados financieros

“Los estados financieros son documentos o informes que permiten conocer la situación financiera de una empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados que ha obtenido, la rentabilidad que ha generado, las entradas y salidas de efectivo que ha tenido, entre otros aspectos financieros de ésta.”
(Crece Negocios, 2012)

Los estados financieros muestran la situación actual de una empresa en relación a sus ganancias o pérdidas en un determinado ejercicio económico.

2.3.3 Activos

Se constituyen en todos los bienes que la empresa posee.

2.3.4 Pasivo

Se constituyen en las obligaciones que la empresa tiene con terceros.

2.3.5 Patrimonio

Corresponde al capital que la empresa posee y resulta de la diferencia entre los activos y pasivos.

2.3.6 Indicadores financieros

De acuerdo a (Turmero, 2012) menciona que un indicador financiero es una relación que compara los estados financieros en relación a otras cifras con el fin de obtener índices que expresen una información clara de la situación de la empresa.

2.4 Mecánica automotriz

“La mecánica automotriz es la rama de la mecánica que estudia y aplica los principios propios de la física y mecánica para la generación y transmisión del movimiento en sistemas automotrices, como son los vehículos de tracción mecánica” (Fundación Wikimedia, 2013)

Sin duda esta rama de la mecánica aporta de manera significativa a la comprensión de cada una de las piezas de los vehículos y su correcto funcionamiento para que a través de una sinergia entre cada uno de los componentes del mismo pueda darse lugar al movimiento.

2.4.1 Taller mecánico automotriz

Dentro del taller mecánico automotriz existen algunos componentes dentro de los cuales se encuentran:

2.4.1.1 Almacén de repuestos automotrices

De acuerdo a (Empresa iniciativa vendedora, 2011) existe una amplia gama de productos que puede comercializar una empresa de repuestos de automóvil; entre éstos se pueden destacar:

- a) Neumáticos
- b) Llantas
- c) Espejos
- d) Tubos de escape
- e) Amortiguadores
- f) Embragues
- g) Correas
- h) Cadenas de nieve
- i) Volantes
- j) Frenos de mano,
- k) Adhesivos
- l) Faros y artículos de iluminación.
- m) Filtros
- n) Silenciadores
- o) Pastillas de freno
- p) Rodamientos
- q) Retenes
- r) Bombas de agua
- s) Discos
- t) Aceites y anticongelantes

Las actividades del negocio comienzan con la compra de la mercancía. Esta compra debe estar perfectamente planificada para conseguir que el stock sea lo más ajustado posible, de manera que se garantice un buen surtido, evitando al mismo tiempo almacenamientos innecesarios.

Una buena representación de los artículos que vendemos debe ser expuesta en el escaparate, además de en el interior de la tienda. Por supuesto, el almacén debe estar perfectamente ordenado para que sea fácil y rápida la búsqueda de los artículos.

2.4.1.2 Requisitos para su funcionamiento

Según (CINAE, 2011) los requisitos para el funcionamiento de un taller de acuerdo a la norma INEN son los siguientes:

Los talleres de montaje deben contar con instalaciones y herramientas para realizar el montaje del equipo completo de conversión así como el recambio de los componentes de reparación. El área mínima del taller debe ser de 150 metros sin incluir el área administrativa y se debe atender a cada vehículo automotor en un área mínima equivalente al doble del área ocupada por el vehículo.

Con el propósito de lograr seguridad en las operaciones de montaje del equipo completo y recambio de piezas por reparación, el taller de montaje debe tener áreas de trabajo diferenciadas como por ejemplo: área de soldadura, área de montaje del equipo completo, área de modificación o adaptación de motores, área de mantenimiento de vehículos convertidos, y área de ensayos entre otros.

Cuando el taller disponga de fosos o rampas para las labores de conversión, mantenimiento e inspección de vehículos, éstos deben ser contruidos de manera que permitan soportar adecuadamente el peso de los vehículos y garanticen la existencia de un espacio suficiente para ejecutar las actividades antes indicadas.

Los elementos mínimos que debe tener el taller son los siguientes:

- a) Equipo de ensayo neumático a 20 MPa (200 bar), para lo cual se podrá utilizar aire comprimido o gases inertes.
- b) Manómetro con rango equivalente al ensayo neumático de alta presión.

- c) Manómetros con rango equivalente al ensayo neumático de presión regulada (baja presión).
- d) Manómetros patrones o equipos patrones para controlar los manómetros de los ítems anteriores.
- e) Detector de fugas.
- f) Calibres de roscas utilizadas.
- g) Dos (2) torquímetros. Uno en uso y otro para control.
- h) Lámpara estroboscópica.
- i) Medidor de compresión de cilindros del motor.
- j) Vacuómetro.
- k) Un equipo para el análisis de gases de combustión.
- l) Multímetro digital y pinza amperimétrica.
- m) Los talleres deben ser ventilados e iluminados.
- n) Sistema contra incendio.
- o) En cada zona constitutiva deben existir señales que expresen lo siguiente: PELIGRO NO FUMAR NI ENCENDER FUEGO, PELIGRO GAS COMBUSTIBLE, PELIGRO GAS ALTA PRESIÓN.
- p) Las señales deben ser fácilmente legibles a una distancia de 10 metros.

2.4.1.3 Lubricantes

De acuerdo a (Fundación Wikimedia, 2013) un lubricante es una sustancia que, colocada entre dos piezas móviles, no se degrada, y forma asimismo una película que impide su contacto, permitiendo su movimiento incluso a elevadas temperaturas y presiones.

Una segunda definición es que el lubricante es una sustancia (gaseosa, líquida o sólida) que reemplaza una fricción entre dos piezas en

movimiento relativo por la fricción interna de sus moléculas, que es mucho menor.

En el caso de lubricantes gaseosos se puede considerar una corriente de aire a presión que separe dos piezas en movimiento. En el caso de los líquidos, los más conocidos son los aceites lubricantes que se emplean, por ejemplo, en los motores. Los lubricantes sólidos son, por ejemplo, el disulfuro de molibdeno (MoS₂), la mica y el grafito.

2.5 Mercadotecnia

2.5.1 La segmentación

Dividir un mercado en grupos más pequeños con distintas necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas. (Kotler & Armstrong, 2012)

Segmentar consiste en el proceso el mercado es dividirlo en partes de acuerdo a características y necesidades diversas hasta llegar al grupo objetivo.

2.5.2 Marketing mix

“Conjunto de instrumentos de marketing, tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo”.(Koontz, 2008)

2.5.2.1 Producto

Hace referencia a la combinación de bienes y servicios que ofrece la empresa al mercado objetivo

2.5.3.2 Precio

Es la cantidad de dinero que tendrán que pagar los clientes para obtener el producto

2.5.3.3 Plaza o lugar de distribución

Incluye las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivos.

2.5.3.4 Promoción

Hace referencia a las actividades que comunican las ventajas del producto y que persuaden a los clientes objetivos para que lo compren.

2.5.3.5 Personas:

Cuando hablamos de la "P" de personas, nos referimos a que una empresa también cuenta con personal que atiende a nuestro consumidor, esto afecta en muchas empresas ya que un error que cometen es olvidar esta parte del negocio dejándolo a segundo término, pero básicamente los clientes siempre se verán afectados por el buen o mal servicio que reciban de su empresa.

2.5.3.5 Procesos:

Los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevará a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

2.5.3.6 Posicionamiento.

Corresponde al nivel de recordación que un cliente o potencial cliente llega a tener de una marca, producto o servicio.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es **descriptiva**, de diseño no experimental, de corte transversal, solo se la realizó una vez, en un período de tiempo; no hubo controles ni seguimientos, de tipo **Positivista**, porque se recolectó datos para cuantificarlos y posteriormente analizarlos; **Exploratoria**, porque es un problema que busca encontrar la factibilidad de la propuesta, **Cualitativa** ya que algunos datos recabados son de criterio, partiendo de la identificación de un problema.

Luego de realizado el estudio teórico se planteó el diagnóstico y con los resultados obtenidos el diseño de una propuesta de cambio.

3.2 Población o universo

Después de recopilar la información necesaria en varias entidades gubernamentales para determinar el número al que asciende el parque automotor en la ciudad de Otavalo, se ha podido identificar que el número de vehículos livianos es 3630 y el número de vehículos pesados es de 287.

3.3. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se procedió a sumar el número de vehículos livianos y pesados cuyo resultado es 3917 de ello se extrajo el porcentaje correspondiente a las categorías antes mencionados con los siguientes resultados:

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

$$n = \frac{3917 \times 1.96^2 \times 0.5^2}{0.05^2 (3917-1) + 0.5 \times 1.96^2}$$

n = 321 encuestas

Dónde:

- Puesto que la población es finita trabajamos con el 5% de error.
- Nivel de confianza: 95%
- Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25
- Valor tipificado “z” que corresponde a 1,96.
- Población: 3917 propietarios de vehículos.

Tabla 2. Número de encuestas a aplicarse

Tipo	Número Vehículos	Porcentaje	Número encuestas
Livianos	3630	93%	298
Pesados	287	7%	24
Total	3917	100%	321

Fuente: investigación

3.4 Variables

- Servicio
- Maquinaria
- Clientes
- Competencia
- Proyección
- Talento Humano
- Vehículo

3.5 Indicadores

Servicio

- Tipo de servicio que oferta
- Tipo de servicio que adquieren con más frecuencia
- Servicios adicionales
- Calificación del servicio
- Servicios adicionales

Maquinaria

- Tipo de maquinaria

Clientes

- Número de clientes

Competencia

- Principal competidor
- Fortalezas principal competidor
- Centro donde realiza revisiones vehiculares
- Calificación Precios
- Debilidades competencia

Proyección

- Ampliación en el futuro

Talento Humano

- Número de trabajadores que posee
- Capacitaciones que realiza
- Frecuencia capacitaciones

Vehículo

- Disponibilidad de vehículo
- Número de vehículos que dispone

3.6 Matriz de relación diagnóstico

Tabla 3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Realizar un estudio para determinar la oferta de servicios de mecánica en la ciudad de Otavalo	Servicio	Tipo de servicio que oferta	Primaria	Competencia
		Tipo de servicio que adquieren con más frecuencia	Primaria	Competencia
		Servicios adicionales	Primaria	Competencia
	Maquinaria	Tipo de maquinaria	Primaria	Competencia
	Clientes	Número de clientes	Primaria	Competencia
	Competencia	Principal competidor	Primaria	Competencia
		Fortalezas principal competidor	Primaria	Competencia
	Proyección	Ampliación en el futuro	Primaria	Competencia
	Talento Humano	Número de trabajadores que posee	Primaria	Competencia
		Capacitaciones que realiza	Primaria	Competencia
Frecuencia capacitaciones		Primaria	Competencia	
Realizar un estudio para determinar la demanda de servicios de mecánica en la ciudad de Otavalo	Vehículo	Disponibilidad de vehículo	Primaria	Potenciales clientes
		Número de vehículos que dispone	Primaria	Potenciales clientes
	Servicio	Calificación del servicio	Primaria	Potenciales clientes
		Servicios adicionales	Primaria	Potenciales clientes
	Competencia	Centro donde realiza revisiones vehiculares	Primaria	Potenciales clientes
		Calificación Precios	Primaria	Potenciales clientes
		Debilidades competencia	Primaria	Potenciales clientes

Elaborado por: Vicente Torres

3.7 Métodos

Se realizó una inducción y deducción de la información previa consultada en la parte teórica se emplearon métodos teóricos basados en el análisis y síntesis de los datos obtenidos en la investigación de campo.

Métodos Empíricos: Es primordial los datos recogidos en la investigación de campo a través entrevistas para la aplicación de encuestas, que dan al investigador información directamente de la fuente primaria sobre sus percepciones del problema y posibles soluciones.

Método Matemático - Financiero: Una vez realizada la investigación de campo, recolectados los datos necesarios para ser procesados estadísticamente utilizando medidas de tendencia central, se procedió a presentarlos a través de cuadros y gráficos, además de que la propuestas se basa específicamente en un estudio de mercado.

Método Descriptivo: Se describen los resultados obtenidos para analizar la situación actual del parque automotor, y realizar propuestas.

3.8 Técnicas

3.8.1 Recolección de la Información

3.8.2 Información primaria

a. Encuestas

Esta técnica se aplicó a los dueños de vehículos tanto livianos como pesados en la ciudad de Otavalo para determinar la demanda de servicios de mecánica en cuanto a su percepción de la atención prestada, precios y debilidades de la competencia, entre otros.

b. Entrevistas

Se realizó entrevistas a los propietarios (28) de los centros de mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo de los cuales 17 contestaron la entrevista y los 11 restantes no lo pudieron hacer. Este instrumento se aplicó para determinar el tipo de servicios que ofertan a sus clientes, sus proyecciones a futuro, la maquinaria que dispone, entre otros.

3.8.3 Información secundaria

Se recurrió a instituciones gubernamentales como Municipio de Otavalo, Gobierno Provincial de Imbabura para determinar el número al que asciende el parque automotor en la ciudad de Otavalo.

3.9 Proceso de la investigación

Primera fase: recopilación de información, y levantamiento de encuestas.

Segunda fase: análisis de la información recopilada, estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero.

Tercera fase: planteamiento y desarrollo de la propuesta.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

Los análisis que se presentan a continuación se hacen en tabla y en gráfico, se estableció estadística descriptiva como frecuencia y porcentaje. Se obtuvo información valiosa que sirvió como línea base para el planteamiento y desarrollo del a propuesta

4.1 Análisis e interpretación de resultados:

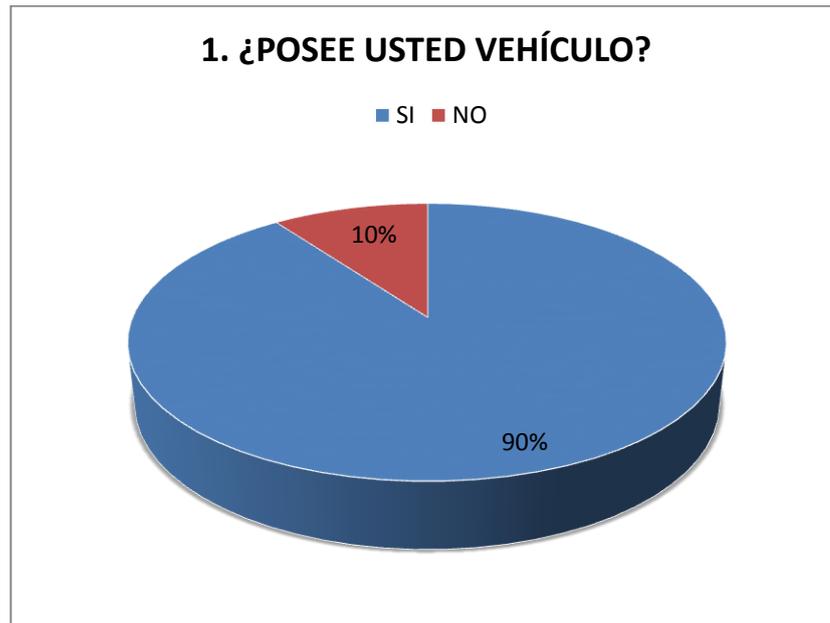
4.1.1 Estudio realizado a propietarios de buses en la ciudad de Otavalo

1. ¿POSEE USTED VEHÍCULO?

Cuadro 1 tenencia de vehículo

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	22	90%
NO	2	10%
TOTAL	24	100%

Gráfico 1 Tenencia de vehículo



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

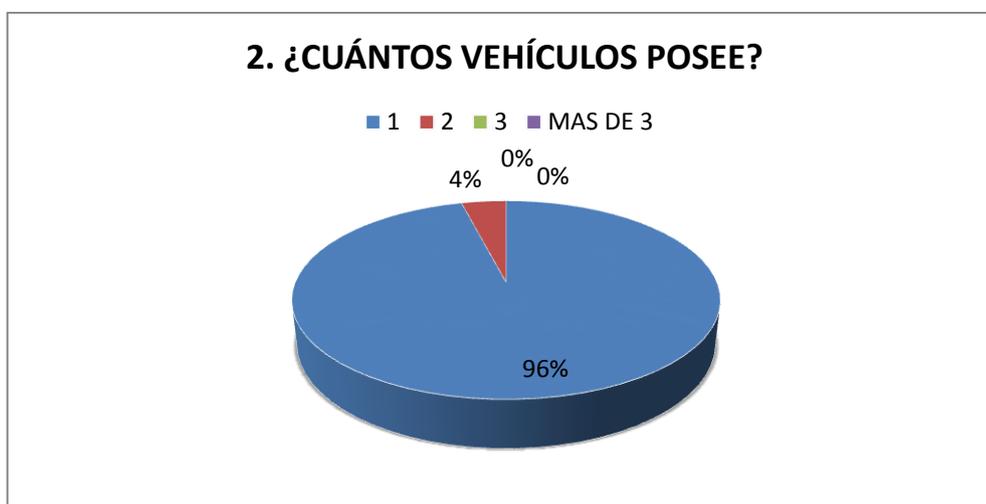
Como se puede apreciar existe un 10% de encuestados que no poseen vehículo de trabajo en este caso bus, para desarrollar sus actividades debido a que son choferes contratados por los dueños. El 90% restante corresponde a los propietarios de buses en la ciudad de Otavalo. Nos hace comprender que estos últimos son los que conducen sus vehículos la mayor parte del tiempo de laboral.

2. ¿CUÁNTOS VEHÍCULOS POSEE?

Cuadro 2 Número de vehículos

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1	23	96%
2	1	4%
3	0	0%
MAS DE 3	0	0%
TOTAL	24	100%

Gráfico 2 Número de vehículos



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

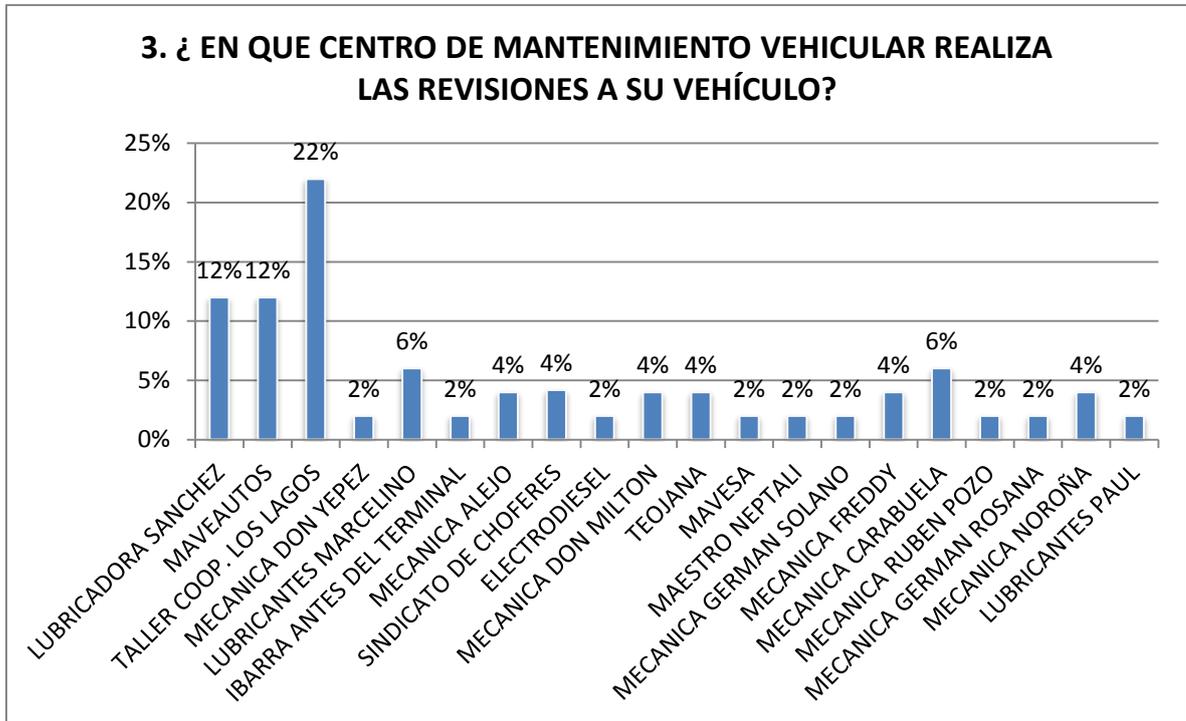
En cuanto al número de vehículos que poseen el grupo de encuestados, se pudo determinar que el 96% de ellos tienen un bus, mientras que un porcentaje del 4% posee hasta dos buses; esta variable permitirá proyectar la demanda potencial de servicio de mantenimiento vehicular en cuanto a la cantidad de vehículos existentes que actualmente circulan en la ciudad de Otavalo, que abre da la posibilidad de poder trabajar directamente con los propietarios.

3. ¿EN QUÉ CENTRO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR REALIZA LAS REVISIONES A SU VEHÍCULO?

Cuadro 3 Lugar donde realizan el mantenimiento

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
LUBRICADORA SANCHEZ	3	12%
MAVEAUTOS	3	12%
TALLER COOP. LOS LAGOS	5	22%
MECANICA DON YEPEZ	0	2%
LUBRICANTES MARCELINO	1	6%
IBARRA ANTES DEL TERMINAL	0	2%
MECANICA ALEJO	1	4%
SINDICATO DE CHOFERES	1	4%
ELECTRODIESEL	0	2%
MECANICA DON MILTON	1	4%
TEOJANA	1	4%
MAVESA	0	2%
MAESTRO NEPTALI	0	2%
MECANICA GERMAN SOLANO	0	2%
MECANICA FREDDY	1	4%
MECANICA CARABUELA	1	6%
MECANICA RUBEN POZO	0	2%
MECANICA GERMAN ROSANA	0	2%
MECANICA NOROÑA	1	4%
LUBRICANTES PAUL	0	2%
TOTAL	24	100%

Gráfico 3 Lugar donde realizan el mantenimiento



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

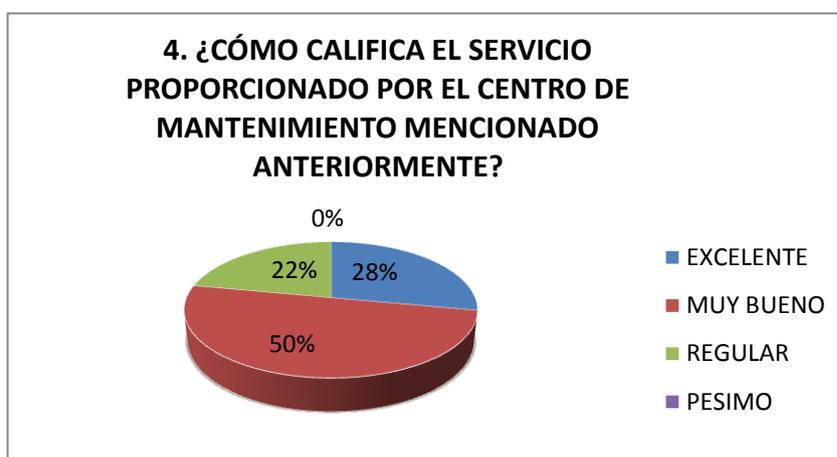
En cuanto a la participación de mercado se pudo determinar que el liderazgo lo tiene Taller Cooperativa Los Lagos con un 22%, le sigue Maveautos y Lubricadora Sánchez con el 12% para las dos empresas cuya posición en el mercado es de retadoras y el resto de la lista se constituye en seguidoras. Podemos interpretar que la empresa motivo del presente trabajo tiene un posicionamiento de mercado con el mismo se puede determinar una mejor proyección comercial.

4. ¿CÓMO CALIFICA EL SERVICIO PROPORCIONADO POR EL CENTRO DE MANTENIMIENTO DE SU PREFERENCIA?

Cuadro 4 Calificación del servicio de mantenimiento

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	7	28%
MUY BUENO	12	50%
REGULAR	5	22%
PESIMO	0	0%
TOTAL	24	100%

Gráfico 4 Calificación del servicio de mantenimiento



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

En cuanto se refiere a la calificación del servicio la 50% de los encuestados señalan que los servicios de mantenimiento vehicular en su centro de preferencia son muy buenos, mientras que existen opinan que el servicio es excelente el 28% y regular el 22%. Estos criterios son muy valiosos a la hora de realizar un análisis a la competencia para determinar sus fortalezas y debilidades y en torno a ello diseñar las estrategias más apropiadas. Existe un porcentaje del 22% de encuestados cuyo nivel de insatisfacción es preocupante con los cuales se debe empezar a trabajar para ayudar al reposicionamiento y con el 50% para llegar a la excelencia en el servicio.

5. SEGÚN SU OPINIÓN LOS PRECIOS QUE ÉSTA EMPRESA COBRA POR LOS SERVICIOS PRESTADOS SON:

Cuadro 5 Percepción de los precios

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
ALTOS	3	14%
ACCESIBLES	17	70%
BAJOS	4	16%
TOTAL	24	100%

Gráfico 5 Percepción de los precios



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

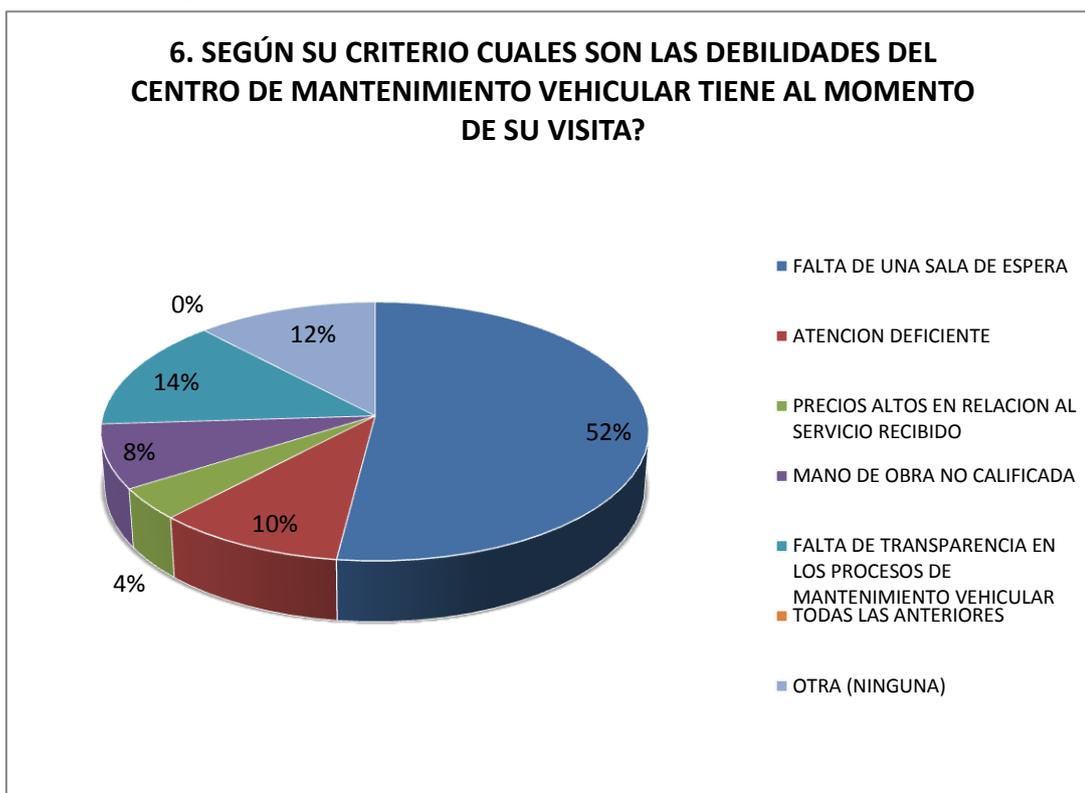
En relación a la percepción de los precios, el 70% de encuestados afirmó que los centros de mantenimiento vehicular de su preferencia mantienen precios accesibles, mientras que porcentajes similares mencionaron que son altos el 14% y bajos el 16%. Esta percepción permite evidenciar que la mayoría considera justo el precio que paga por el servicio recibido.

6. ¿SEGÚN SU CRITERIO CUALES SON LAS DEBILIDADES DEL CENTRO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR TIENE AL MOMENTO DE SU VISITA?

Cuadro 6 Debilidades del centro de mantenimiento a donde acude

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
FALTA DE UNA SALA DE ESPERA	12	52%
ATENCION DEFICIENTE	2	10%
PRECIOS ALTOS EN RELACION AL SERVICIO RECIBIDO	1	4%
MANO DE OBRA NO CALIFICADA	2	8%
FALTA DE TRANSPARENCIA EN LOS PROCESOS DE MANTENIMIENTO VEHICULAR	3	14%
TODAS LAS ANTERIORES	0	0%
OTRA (NINGUNA)	3	12%
TOTAL	24	100%

Gráfico 6 Debilidades del centro de mantenimiento a donde acude



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

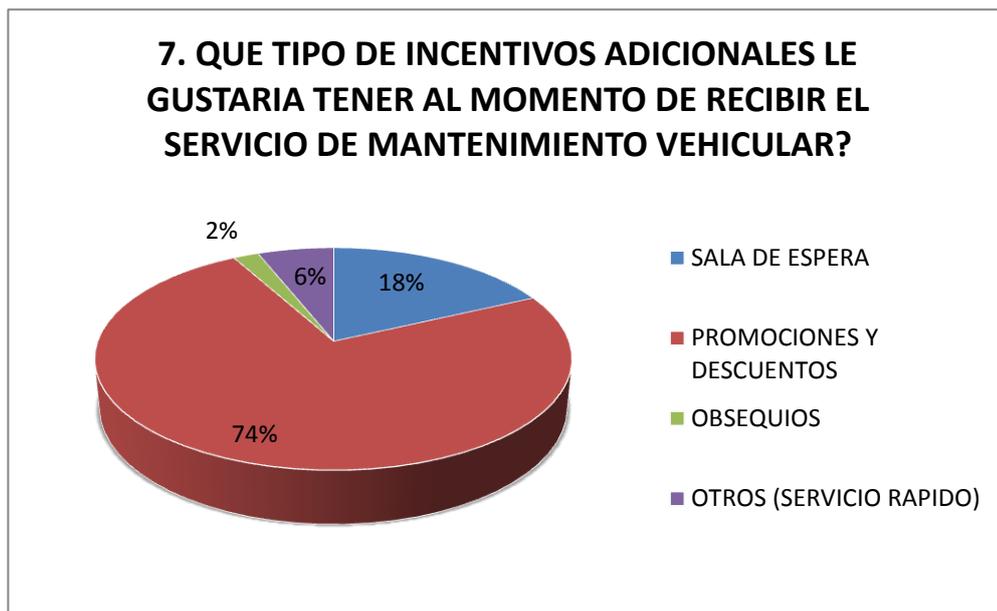
Las debilidades que tienen los centros de mantenimiento vehicular según las personas encuestadas encabezando la lista con el 52% carecen de una sala de espera, seguido del 14% falta de transparencia en los procesos de mantenimiento vehicular, el 10% atención deficiente, mano de obra no calificada el 8% lo que sin duda contribuye a que los trabajos solicitados no sean realizados con calidad. Se debería tomar mucho en cuenta la comodidad que se debe dar al cliente el momento en el que lleva su vehículo para su mantenimiento vehicular espera para su factura y entrega.

7. ¿QUE TIPO DE INCENTIVOS ADICIONALES LE GUSTARIA TENER AL MOMENTO DE RECIBIR EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR?

Cuadro 7 Tipo de incentivos adicionales que le gustaría tener

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SALA DE ESPERA	4	18%
PROMOCIONES Y DESCUENTOS	18	74%
OBSEQUIOS	0	2%
OTROS (SERVICIO RÁPIDO)	1	6%
TOTAL	24	100%

Gráfico 7 Tipo de incentivos adicionales que le gustaría tener



Fuente: Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

Los incentivos adicionales que les gustaría recibir a los encuestados en el centro de mantenimiento vehicular de su preferencia son: promociones y descuentos de acuerdo el 74% de ellos, seguido 18% sala de espera equipada y obsequios por la compra de servicios automotrices el 6%. Se debe tener un plan promocional que permita un mejor reposicionamiento.

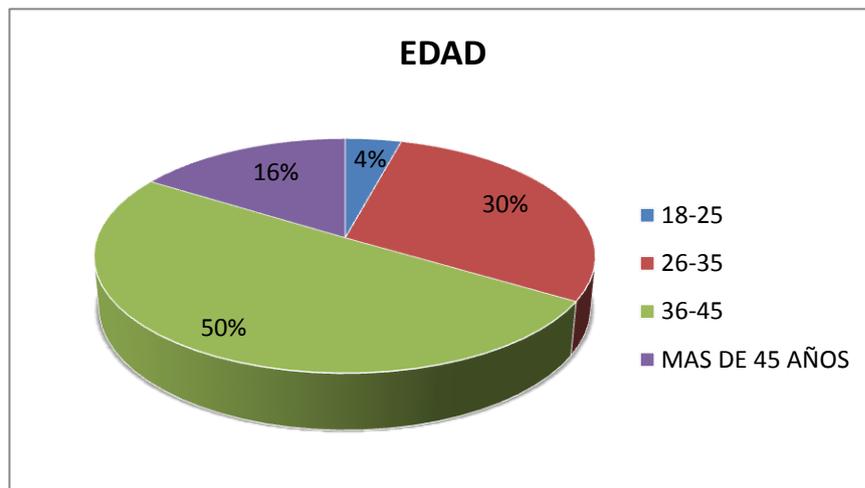
4.1.2 Datos técnicos

EDAD:

Cuadro 8 Edad

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
18-25	1	4%
26-35	7	29%
36-45	12	50%
MAS DE 45 AÑOS	4	16%
TOTAL	24	100%

Gráfico 8 Edad



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

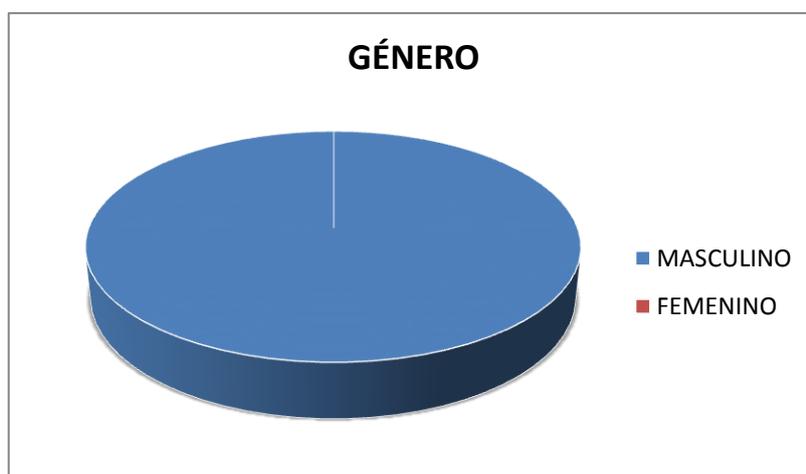
En cuanto a la edad, el 50% de los encuestados se encuentra edades entre 35 y 45 años, mientras que la mitad restante se reparte entre 18 – 25 y 26-35 años respectivamente, considerando que a partir del segundo segmento mencionado las personas tanto hombres como mujeres tienen la facultad de obtener su licencia de conducción. Podemos mencionar que este porcentaje de mayoría pertenece a la sociedad económicamente activa a la cual el nivel de ingresos son independientes así como la decisión de compra.

GÉNERO

Cuadro 9 Género

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MASCULINO	24	100%
FEMENINO	0	0%
TOTAL	24	100%

Gráfico 9 Género



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

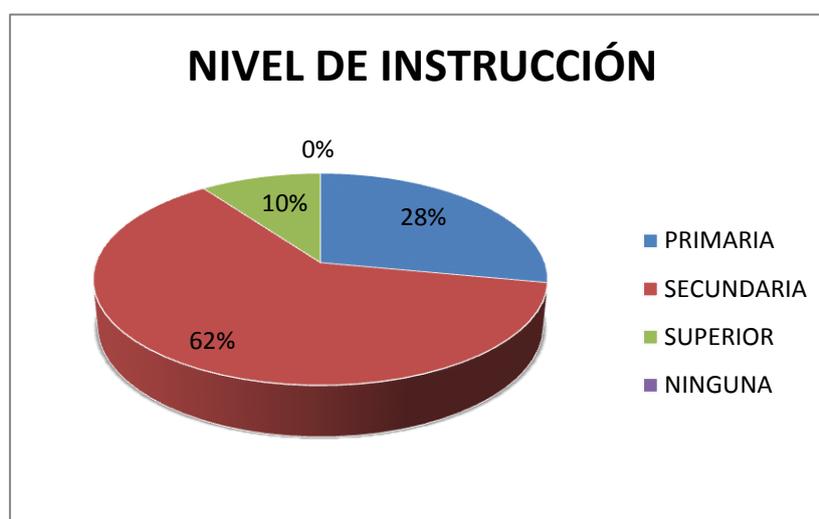
En cuanto al género, la totalidad de las encuestas fueron realizadas a hombres siendo éstos dueños o choferes contratados, en la investigación realizada a propietarios de buses no existió ninguna mujer a cargo de las unidades. El género masculino predomina en este tipo de trabajo.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN:

Cuadro 10 Nivel de Instrucción

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PRIMARIA	7	28%
SECUNDARIA	15	62%
SUPERIOR	2	10%
NINGUNA	0	0%
TOTAL	24	100%

Gráfico 10 Nivel de Instrucción



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

En relación al nivel de instrucción, se pudo determinar que el 62% de personas poseen un nivel de instrucción secundaria, seguido de otro grupo que tan solo alcanzó el nivel primario y apenas unos pocos han logrado cursar estudios superiores. Con estas cifras se puede manifestar que se puede realizar talleres, seminarios de capacitación de mantenimiento vehicular programado.

4.1.3 Vehículos livianos

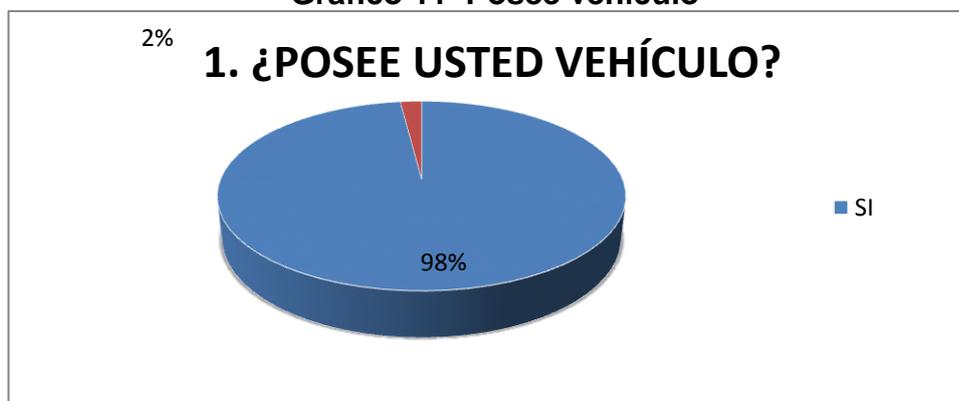
De acuerdo a la muestra calculada se han restado de los vehículos pesados (24), los livianos para completar el valor dado en la muestra el mismo que es de 298.

1. ¿POSEE USTED VEHÍCULO? SI CONTESTÓ AFIRMATIVAMENTE CONTINÚE EN LA SIGUIENTE PREGUNTA.

Cuadro 11 Posee vehículo

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	292	98%
NO	6	2%
TOTAL	298	100%

Gráfico 11 Posee vehículo



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

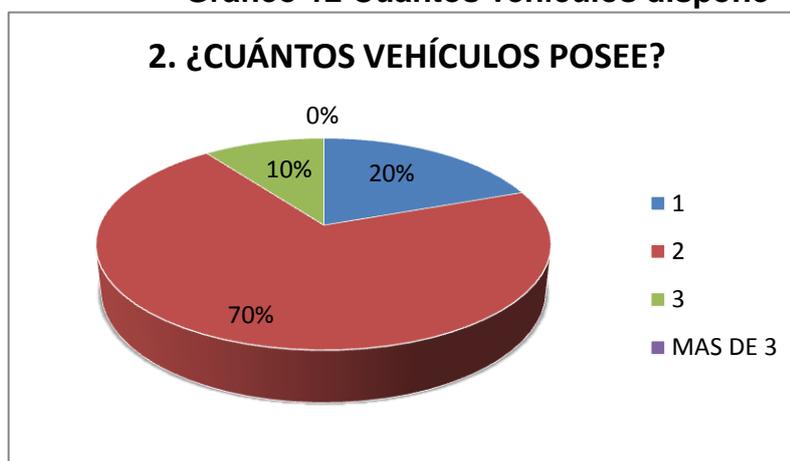
En relación a esta variable investigada se pudo determinar que casi la totalidad de personas encuestadas el 98% poseen vehículo ya sea como taxi, particular o camioneta para trabajo, mientras que un mínimo porcentaje no posee vehículo. Es muy positivo poder trabajar directamente con los propietarios.

2. ¿CUÁNTOS VEHÍCULOS POSEE?

Cuadro 12 Cuantos vehículos dispone

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1	57	20%
2	205	70%
3	30	10%
MAS DE 3	0	0%
TOTAL	292	100%

Gráfico 12 Cuantos vehículos dispone



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

En relación al número de vehículos existentes, el 70% de propietarios de medios de transporte encuestados, mencionaron que poseen dos vehículos para transportarse o trabajar; mientras que un 10% afirmó tener tres seguido de un 20% que aseveró poseer sólo uno. Es necesario hacer un énfasis en el porcentaje más alto para poder tener siempre en servicio aquel vehículo que corresponde al sustento diario de su familia. Cabe aclarar, que el total de encuestados es 292 debido a que 6 de los 298 no poseen vehículo.

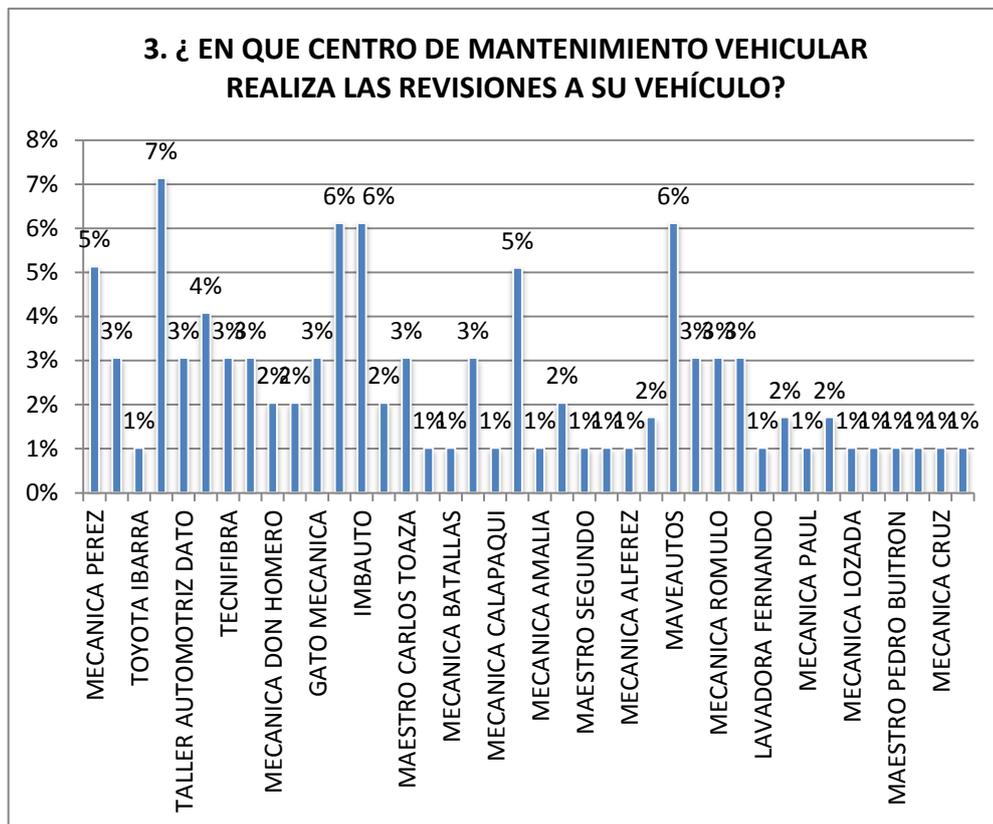
3. ¿EN QUÉ CENTRO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR REALIZA LAS REVISIONES A SU VEHÍCULO?

Cuadro 13 Lugar de mantenimiento

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MECANICA PEREZ	15	5%
FULL EXPRESS	9	3%
TOYOTA IBARRA	3	1%
MECANICA ESPINOZA	21	7%
TALLER AUTOMOTRIZ DATO	9	3%
CHEVROLET OTAVALO	12	4%
TECNIFIBRA	9	3%
MECANICA AGUILAR	9	3%
MECANICA DON HOMERO	6	2%
MECANICA DON MARCELINO	6	2%
GATO MECANICA	9	3%
MECANICA HARO	18	6%
IMBAUTO	18	6%
TECNIAUTO	6	2%
MAESTRO CARLOS TOAZA	9	3%
TRA GUARD	3	1%
MECANICA BATALLAS	3	1%
HYUNDAI	9	3%
MECANICA CALAPAQUI	3	1%
MECANICA VENEZOLANO	15	5%
MECANICA AMALIA	3	1%
LUBRIAUTO	6	2%
MAESTRO SEGUNDO	3	1%
MECANICA PITA	3	1%
MECANICA ALFEREZ	3	1%
MAZDA	5	2%
MAVEAUTOS	18	6%
FRENOSEGURO	9	3%
MECANICA ROMULO	9	3%
MECANICA ALISTER	9	3%
LAVADORA FERNANDO	3	1%
MECANICA CONEJO	5	2%
MECANICA PAUL	3	1%
MECANICA MARIA JOSE	5	2%

MECANICA LOZADA	3	1%
COCHE ROJO	3	1%
MAESTRO PEDRO BUITRON	3	1%
MECANICA MENA	3	1%
MECANICA CRUZ	3	1%
MECANICA FLORES	3	1%
TOTAL	292	100%

Gráfico 13 Lugar de mantenimiento



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

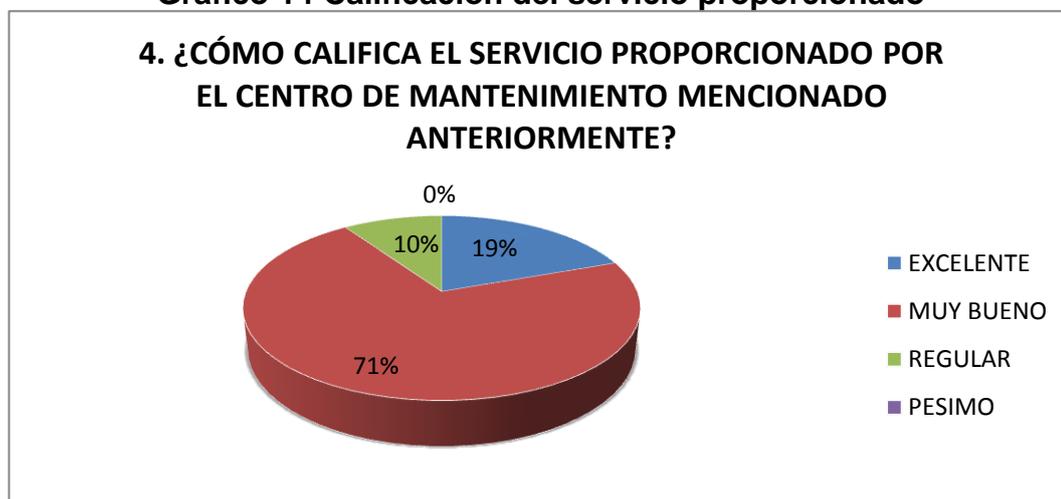
En cuanto a la participación de mercado y la posición en el mismo de cada centro de mantenimiento vehicular, se puede observar que Mecánica Espinoza tiene el nivel de preferencia más alto pero no tan significativo frente a Maveautos, Mecánica Haro e Imbauto. Se puede notar además que existe gran cantidad de oferta de servicios de mantenimiento en la ciudad de Otavalo ascendiendo a un número de 40 lugares los determinados en el presente estudio. Se puede observar que siguiendo las estrategias de crecimiento podemos obtener la clientela necesaria para poder cumplir un plan financiero adecuado.

4. ¿CÓMO CALIFICA EL SERVICIO PROPORCIONADO POR EL CENTRO DE MANTENIMIENTO MENCIONADO ANTERIORMENTE?

Cuadro 14 Calificación del servicio proporcionado

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	57	20%
MUY BUENO	207	71%
REGULAR	28	10%
PESIMO	0	0%
TOTAL	292	100%

Gráfico 14 Calificación del servicio proporcionado



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación realizada a los usuarios de mantenimiento vehicular, se pudo determinar que su apreciación acerca del servicios proporcionado en cuanto a la calidad en un mayor porcentaje es muy buena, seguida de un porcentaje que la califica como excelente y un pequeño grupo de encuestados afirma que es pésima. Si bien el 71% manifiesta que es muy buena, se debe hacer mejoras para poder llegar a la excelencia y mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.

5. SEGÚN SU OPINIÓN LOS PRECIOS QUE ÉSTA EMPRESA COBRA POR LOS SERVICIOS PRESTADOS SON:

Cuadro 15 Opinión sobre precios

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
ALTOS	52	18%
ACCESIBLES	216	74%
BAJOS	24	8%
TOTAL	292	100%

Gráfico 15 Opinión sobre precios



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

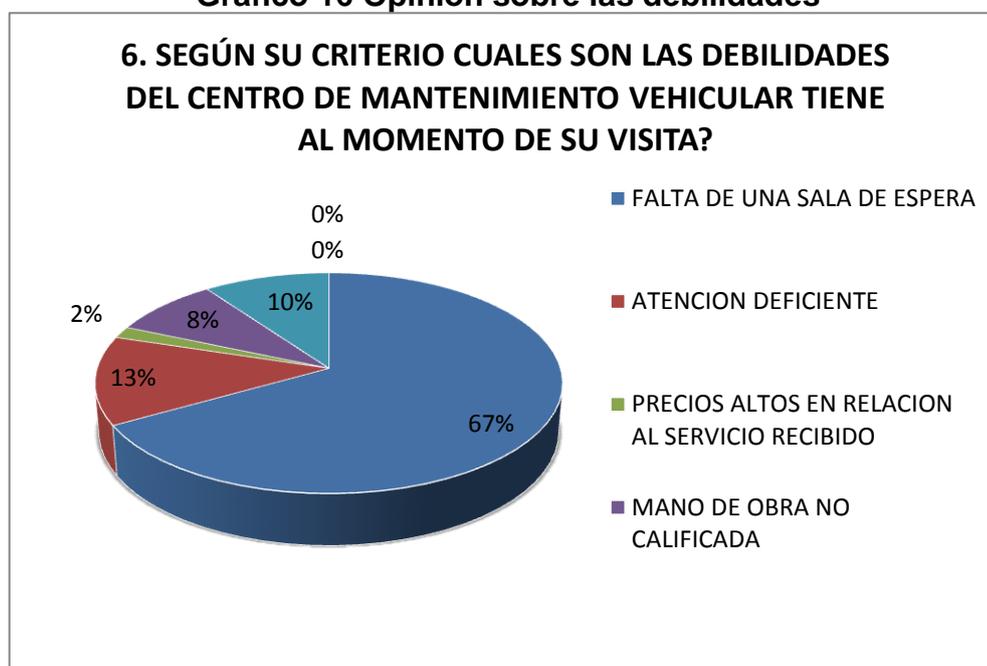
En relación a la percepción de precios de las personas encuestadas, manifestaron en su mayoría que son accesibles, seguido de un porcentaje que mencionaron que de acuerdo a su opinión eran altos en relación al servicio recibido y un pequeño grupo aseveró que de acuerdo a su percepción son bajos. Se puede apreciar que este cálculo es el adecuado de cuanto el cliente está dispuesto a pagar por un servicio determinado.

6. SEGÚN SU CRITERIO CUALES SON LAS DEBILIDADES DEL CENTRO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR TIENE AL MOMENTO DE SU VISITA?

Cuadro 16 Opinión sobre las debilidades

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
FALTA DE UNA SALA DE ESPERA	195	67%
ATENCION DEFICIENTE	38	13%
PRECIOS ALTOS EN RELACION AL SERVICIO RECIBIDO	5	2%
MANO DE OBRA NO CALIFICADA	25	9%
FALTA DE TRANSPARENCIA EN LOS PROCESOS DE MANTENIMIENTO VEHICULAR	29	10%
TODAS LAS ANTERIORES	0	0%
OTRA (NINGUNA)	0	0%
TOTAL	292	100%

Gráfico 16 Opinión sobre las debilidades



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

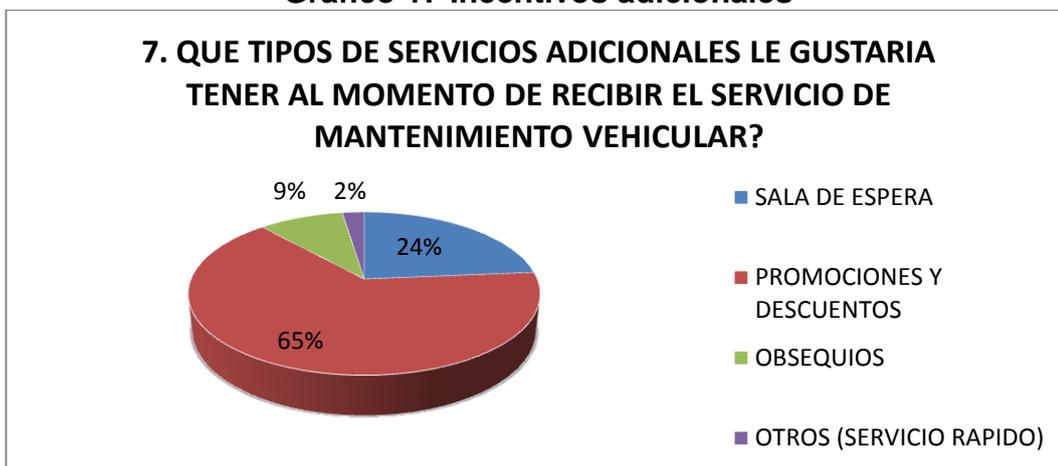
En relación a las debilidades de los centros de mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo, los propietarios de vehículos encuestados mencionaron en la investigación realizada en su gran mayoría que lo que más hace falta es una sala de espera particular coincidente con el primer estudio realizado a los dueños y choferes de buses, otro grupo menciona como a la atención deficiente como debilidad, mientras que otras personas consideran a la falta de transparencia en los procesos de mantenimiento vehicular como uno de los aspectos más relevantes. En el nuevo diseño sugerido se debe implementar una sala de espera, con elementos complementarios importantes para dar comodidad en el momento de espera del cliente.

7. ¿QUE TIPO DE INCENTIVOS ADICIONALES LE GUSTARIA TENER AL MOMENTO DE RECIBIR EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR?

Cuadro 17 Incentivos adicionales

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SALA DE ESPERA	69	24%
PROMOCIONES Y DESCUENTOS	189	65%
OBSEQUIOS	27	9%
OTROS (SERVICIO RAPIDO)	7	2%
TOTAL	292	100%

Gráfico 17 Incentivos adicionales



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

Los incentivos adicionales que les gustaría recibir a los propietarios de vehículos en la ciudad de Otavalo en su mayoría son promociones y descuentos cuando acuden a adquirir alguno de los servicios que ofertan los centros de mantenimiento con un 64%, seguido por un porcentaje menor que asevera que la sala de espera sería un factor importante a la hora de incentivar su compra, finalmente un grupo minoritario menciona que les gustaría recibir obsequios. Las promociones hacen decidir la compra o la preferencia de un lugar por determinado servicio.

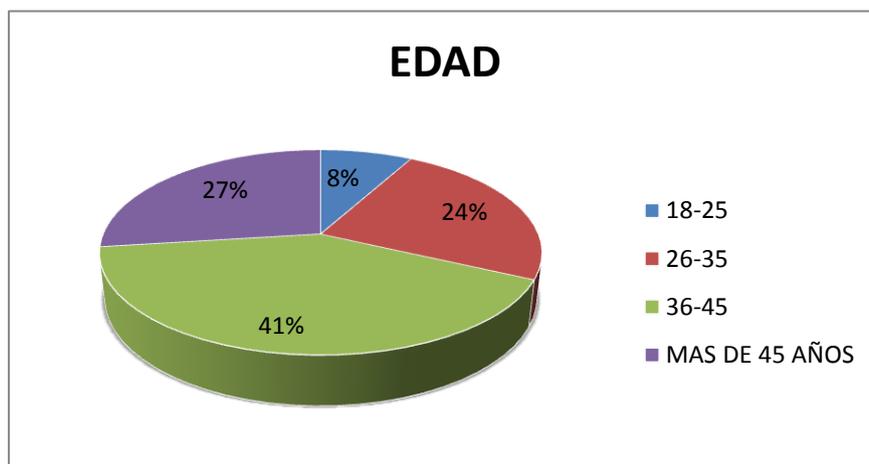
4.1.4 Datos técnicos

EDAD

Cuadro 18 Edad

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
18-25	24	8%
26-35	72	24%
36-45	122	41%
MAS DE 45 AÑOS	80	27%
TOTAL	298	100%

Gráfico 18 Edad



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

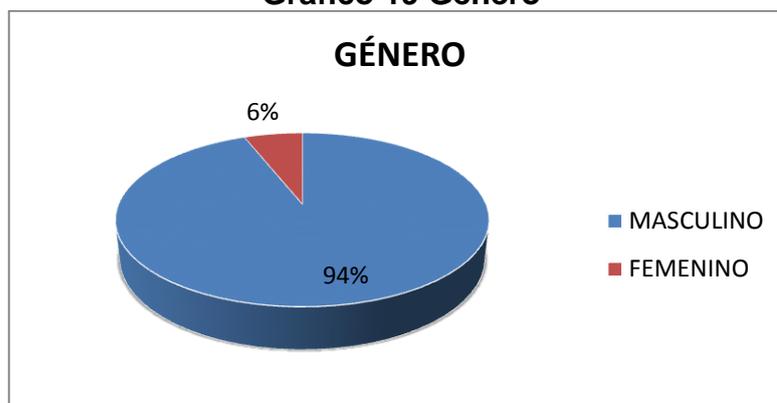
Las edades de encuestados oscila entre 36 y 45 años con un 41%, seguido de un porcentaje que alcanza los 45 años y más con un 27%. Con un 24% de personas que actualmente están entre los 26 y 35 años; finalmente existe un pequeño grupo que se encuentra en edades entre 18 y 25 años, con un 8%. Con estos porcentajes se refleja de manera clara que sumados los porcentajes de 18 hasta 45 años en adelante en las variables determinantes de Marketing van a servir de elementos fundamentales para cumplir los objetivos del proyecto.

GÉNERO

Cuadro 19 Género

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MASCULINO	280	94%
FEMENINO	18	6%
TOTAL	298	100%

Gráfico 19 Género



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas corresponde al género masculino, mientras que un porcentaje mínimo representa al género femenino, esto es debido a que en este segmento de vehículos livianos se tomó en cuenta a taxis y camionetas de alquiler que mayormente son conducidos por hombres.

4.1.5 Resultados de encuestas aplicadas a dueños de centros de mantenimiento.

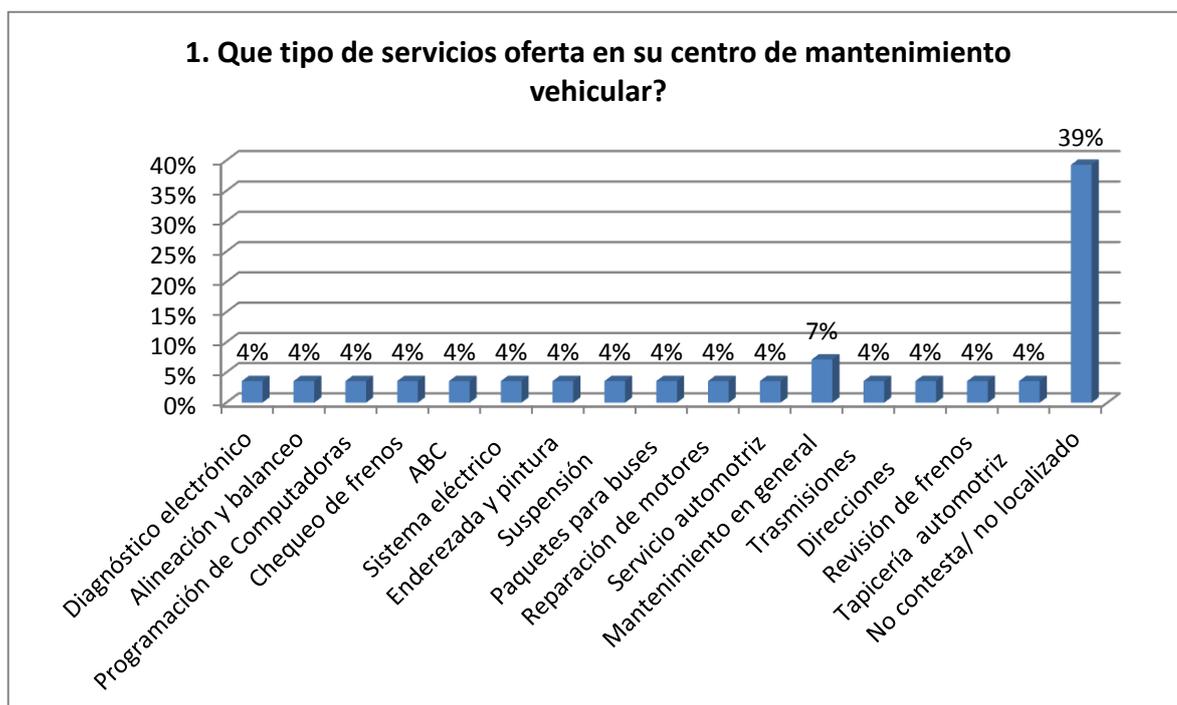
Para aplicar las encuestas a los dueños de los centros de mantenimiento que ascienden a 28, se pudo localizar solo a 17, por lo que los resultados a partir de la segunda pregunta ascienden en su totalidad al número mencionado anteriormente.

1. ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS OFERTA EN SU CENTRO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR?

Cuadro 20 Tipo se servicios que oferta el Centro de Mantenimiento

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diagnóstico electrónico	1	4%
Alineación y balanceo	1	4%
Programación de Computadoras	1	4%
Chequeo de frenos	1	4%
ABC	1	4%
Sistema eléctrico	1	4%
Enderezada y pintura	1	4%
Suspensión	1	4%
Paquetes para buses	1	4%
Reparación de motores	1	4%
Servicio automotriz	1	4%
Mantenimiento en general	2	7%
Trasmisiones	1	4%
Direcciones	1	4%
Revisión de frenos	1	4%
Tapicería automotriz	1	4%
No contesta/ no localizado	11	39%
TOTAL	28	100%

Gráfico 20 Tipo se servicios que oferta el Centro de Mantenimiento



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

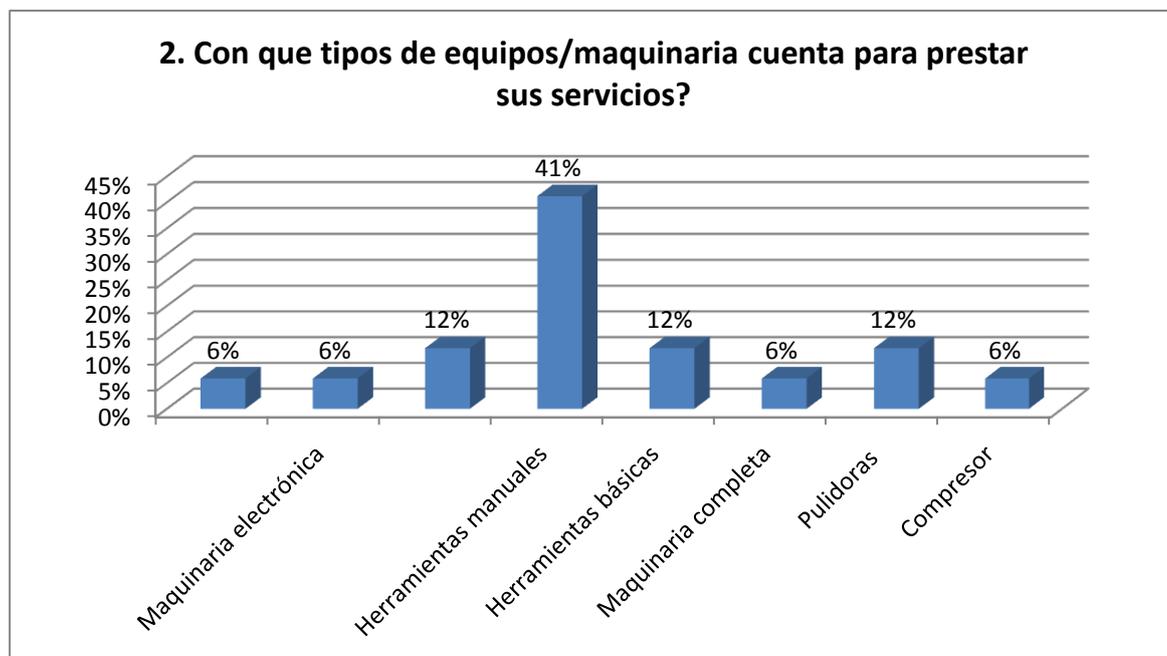
Se ha podido establecer que de acuerdo a la opinión de los propietarios de centros de mantenimiento en la ciudad de Otavalo, los principales servicios que ofertan a los propietarios de vehículos son: mantenimiento en general con el mayor porcentaje, seguido de porcentajes iguales en relación a otros servicios como diagnóstico electrónico, alineación y balanceo, programación de computadoras, chequeo de frenos, ABC, sistema eléctrico, enderezada y pintura, suspensión, paquetes para buses, reparación de motores, servicio automotriz, transmisiones, direcciones, revisión de frenos, tapicería automotriz. Existió un porcentaje de personas que no contestaron la encuesta por falta de tiempo y otro grupo de propietarios de centros de mantenimiento vehicular que no se los pudo localizar porque se encontró cerrado el mismo. Entonces el mantenimiento programado se hace totalmente necesario.

2. ¿CON QUÉ TIPOS DE EQUIPOS/MAQUINARIA CUENTA PARA PRESTAR SUS SERVICIOS?

Cuadro 21 Equipos y maquinaria que dispone

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Maquinaria de última tecnología	1	6%
Maquinaria electrónica	1	6%
Suelda autógena y suelda eléctrica	2	12%
Herramientas manuales	7	41%
Herramientas básicas	2	12%
Maquinaria completa	1	6%
Pulidoras	2	12%
Compresor	1	6%
TOTAL	17	100%

Gráfico 21 Equipos y maquinaria que dispone



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

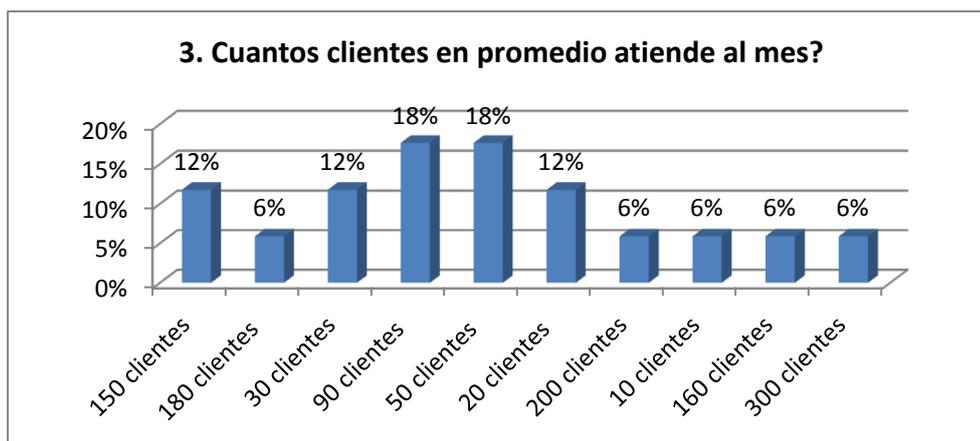
La gran mayoría de personas encuestadas manifestó que en cuestión de equipos y maquinarias que manejan en sus centros de mantenimiento vehicular, en su gran mayoría cuentan con herramientas manuales, seguido de porcentajes iguales que manifiestan que poseen soldas autógenas, herramientas básicas y pulidoras. Adicionalmente existe otro grupo de encuestados que manifiesta por igual el poseer en su negocio maquinaria de última tecnología, maquinaria electrónica, maquinaria completa y compresor. es necesario que las instalaciones y la tecnología estén de acuerdo a la realidad actual, con constante renovación de acuerdo a su cambio constante.

3. ¿CUÁNTOS CLIENTES EN PROMEDIO ATIENDE AL MES?

Cuadro 22 Promedio de clientes por mes

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
150 clientes	2	12%
180 clientes	1	6%
30 clientes	2	12%
90 clientes	3	18%
50 clientes	3	18%
20 clientes	2	12%
200 clientes	1	6%
10 clientes	1	6%
160 clientes	1	6%
300 clientes	1	6%
TOTAL	17	100%

Gráfico 22 Promedio de clientes por mes



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

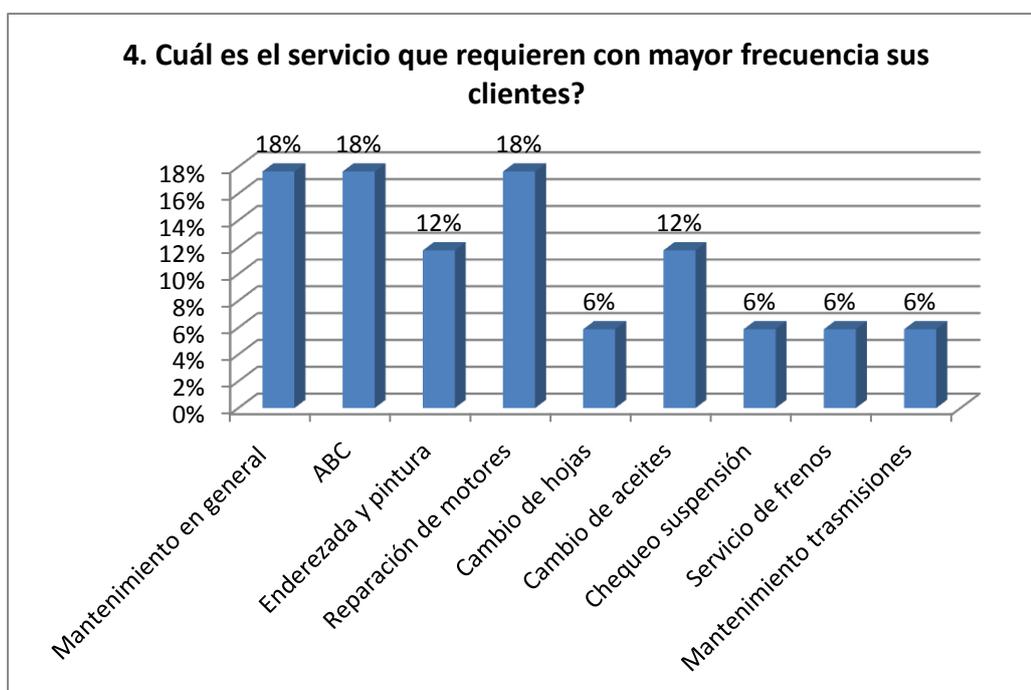
En relación al número de clientes que atienden al mes los propietarios de centros de mantenimiento automotriz se pudo determinar a través de la investigación realizada que en porcentajes iguales, las personas encuestadas manifestaron atender al mes entre 90 y 50 clientes respectivamente, mientras que existen otros centros que atienden hasta 150 clientes en promedio en el mes y un porcentaje más bajo atienden hasta 300 clientes en el mes.

4. ¿CUÁL ES EL SERVICIO QUE REQUIEREN CON MAYOR FRECUENCIA SUS CLIENTES?

Cuadro 23 Servicio que requieren con mayor frecuencia

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Mantenimiento en general	3	18%
ABC	3	18%
Enderezada y pintura	2	12%
Reparación de motores	3	18%
Cambio de hojas	1	6%
Cambio de aceites	2	12%
Chequeo suspensión	1	6%
Servicio de frenos	1	6%
Mantenimiento trasmisiones	1	6%
TOTAL	17	100%

Gráfico 23 Servicio que requieren con mayor frecuencia



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

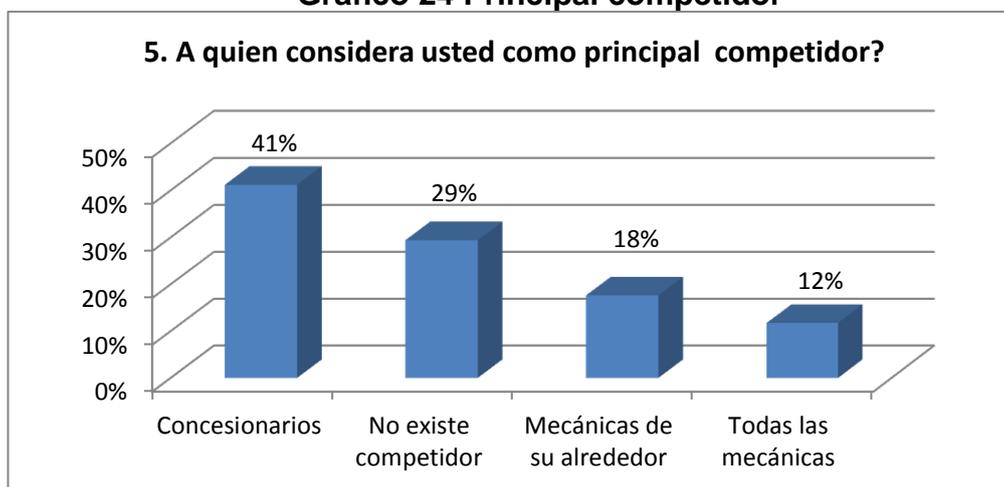
Dentro de los servicios que los clientes requieren con más frecuencia se encuentran el mantenimiento en general, el ABC y reparación de motores. Otro grupo de encuestados menciona que la enderezada y pintura son los servicios más requeridos en sus centros de mantenimiento vehicular, mientras que un porcentaje minoritario afirma que los servicios más utilizados son el cambio de hojas, chequeo de suspensión, servicio de frenos y mantenimiento de transmisiones.

5. ¿A QUIÉN CONSIDERA USTED COMO PRINCIPAL COMPETIDOR?

Cuadro 24 Principal competidor

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Concesionarios	7	41%
No existe competidor	5	29%
Mecánicas de su alrededor	3	18%
Todas las mecánicas	2	12%
TOTAL	17	100%

Gráfico 24 Principal competidor



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

Los propietarios de los centros de mantenimiento vehicular de la ciudad de Otavalo en su gran mayoría, consideran que sus principales competidores son los concesionarios, seguido de un porcentaje menor cuya opinión se enfoca en el criterio de no tener competidores en los servicios que prestan, mientras que porcentajes minoritarios aseveran que sus competidores son las mecánicas a su alrededor y otros afirman que su competencia son todas las mecánicas.

6. ¿QUÉ FORTALEZAS TIENE SU COMPETIDOR QUE USTED NO POSEE?

Cuadro 25 Fortalezas del competidor

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Publicidad	1	6%
Mano de obra capacitada	2	12%
Tecnología	8	47%
Precios más bajos	1	6%
Poder económico	1	6%
Maquinaria pesada	3	18%
Herramienta sofisticada	1	6%
TOTAL	17	100%

Gráfico 25 Fortalezas del competidor



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

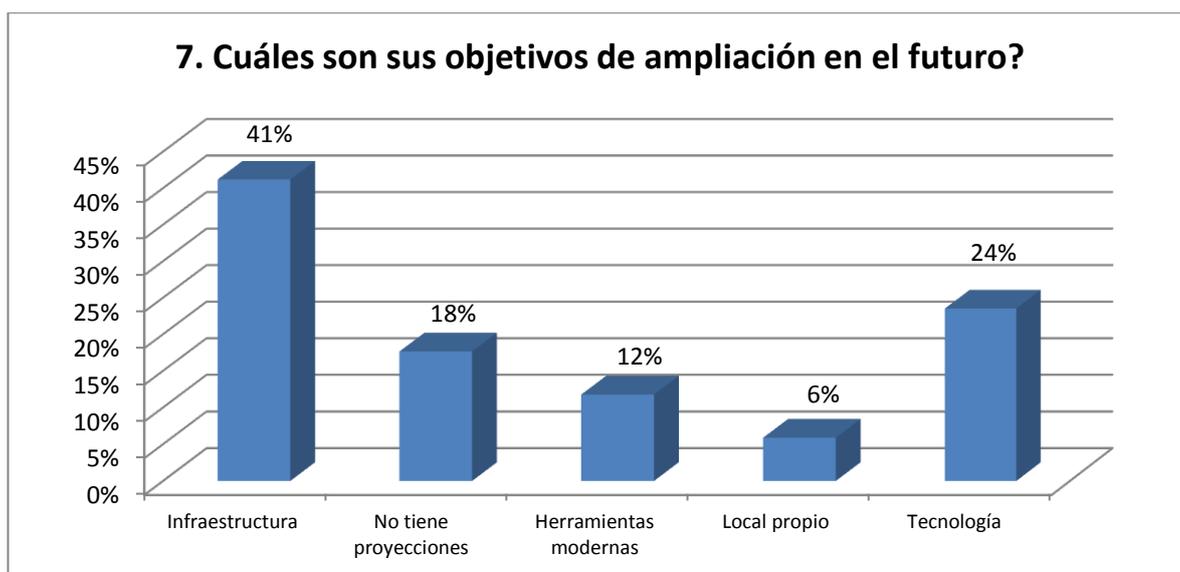
De acuerdo a los comentarios de las personas encuestadas, mencionaron que una de las fortalezas de su competencia más significativas es la tecnología que poseen actualmente en cuanto se refiere a equipos y maquinaria, le sigue un porcentaje que menciona que la maquinaria pesada es una de las fortalezas más representativas que poseen sus competidores, otro grupo de encuestados asevera que dentro de las fortalezas más relevantes de sus similares es la mano de obra capacitada que poseen para la prestación de servicios de mantenimiento vehicular.

7. ¿CUÁLES SON SUS OBJETIVOS DE AMPLIACIÓN EN EL FUTURO?

Cuadro 26 Objetivos de ampliación para el futuro

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Infraestructura	7	41%
No tiene proyecciones	3	18%
Herramientas modernas	2	12%
Local propio	1	6%
Tecnología	4	24%
TOTAL	17	100%

Gráfico 26 Objetivos de ampliación para el futuro



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

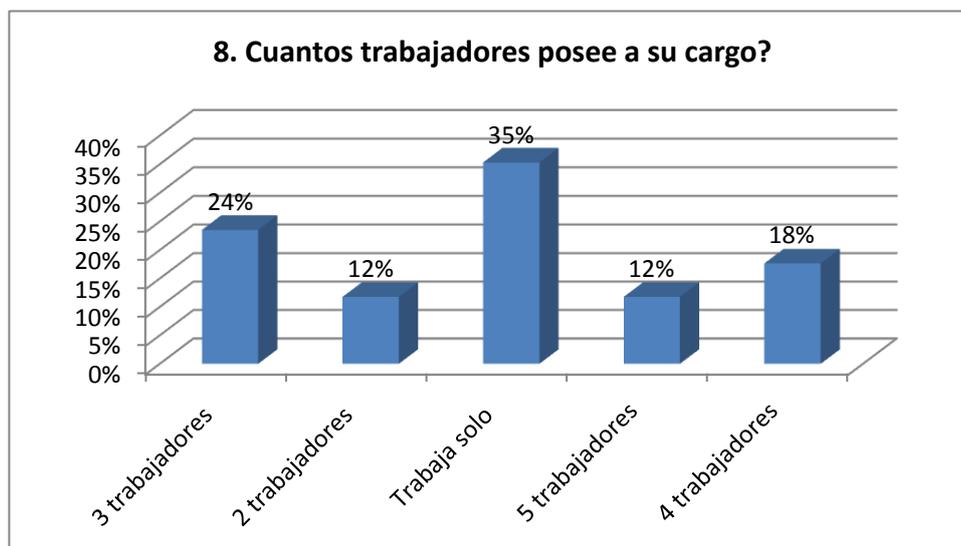
Dentro de las proyecciones al futuro que tienen los propietarios de los centros de mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo se encuentran: ampliar la infraestructura para prestar un mejor servicio al cliente, tecnología, herramientas modernas, tener un local propio y un porcentaje opina que al momento no tiene proyecciones para el futuro.

8. ¿CUÁNTOS TRABAJADORES POSEE A SU CARGO?

Cuadro 27 Trabajadores a cargo

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
3 trabajadores	4	24%
2 trabajadores	2	12%
Trabaja solo	6	35%
5 trabajadores	2	12%
4 trabajadores	3	18%
TOTAL	17	100%

Gráfico 27 Trabajadores a cargo



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

En relación al número de trabajadores que poseen las personas encuestadas un gran porcentaje afirmó que trabajan solos, seguido de un grupo que mencionó poseer tres empleados, otro porcentaje aseveró cuatro trabajadores, mientras que porcentajes iguales mencionaron tener a su cargo cinco y dos trabajadores respectivamente.

9. ¿REALIZA CAPACITACIONES A SUS TRABAJADORES?

Cuadro 28 Capacitación a trabajadores

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	14	82%
No	3	18%
TOTAL	17	100%

Gráfico 28 Capacitación a trabajadores



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

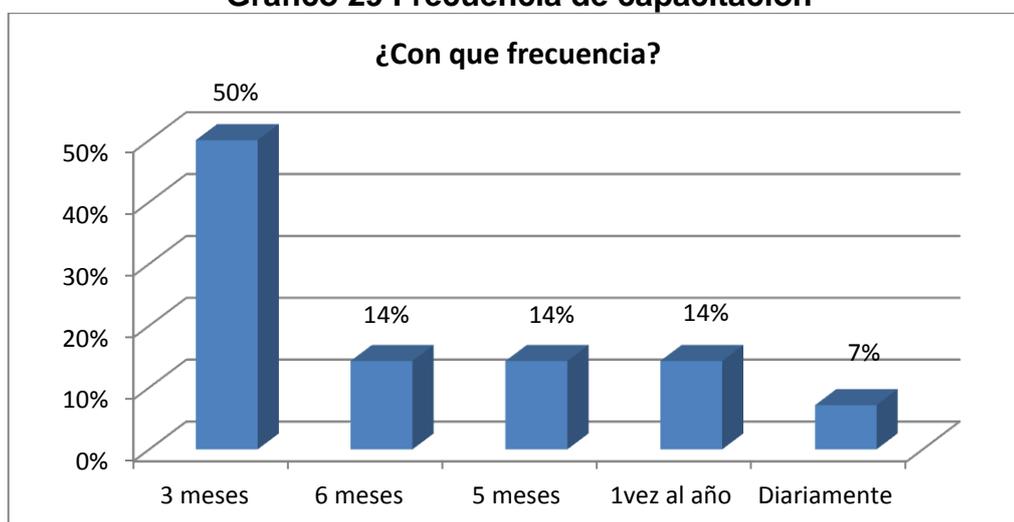
En relación a la realización de capacitaciones, los encuestados mencionaron en su gran mayoría que se constituye como parte de su planificación impartir conocimientos a sus trabajadores en aspectos técnicos para que se actualicen y puedan aplicar en su vida laboral al momento de resolver un problema a nivel de mantenimiento vehicular, mientras que un porcentaje menor asevera no capacitar nunca a su personal en ningún tema de interés.

10. ¿CON QUÉ FRECUENCIA?

Cuadro 29 Frecuencia de capacitación

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
3 meses	7	50%
6 meses	2	14%
5 meses	2	14%
1 vez al año	2	14%
Diariamente	1	7%
TOTAL	14	100%

Gráfico 29 Frecuencia de capacitación



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

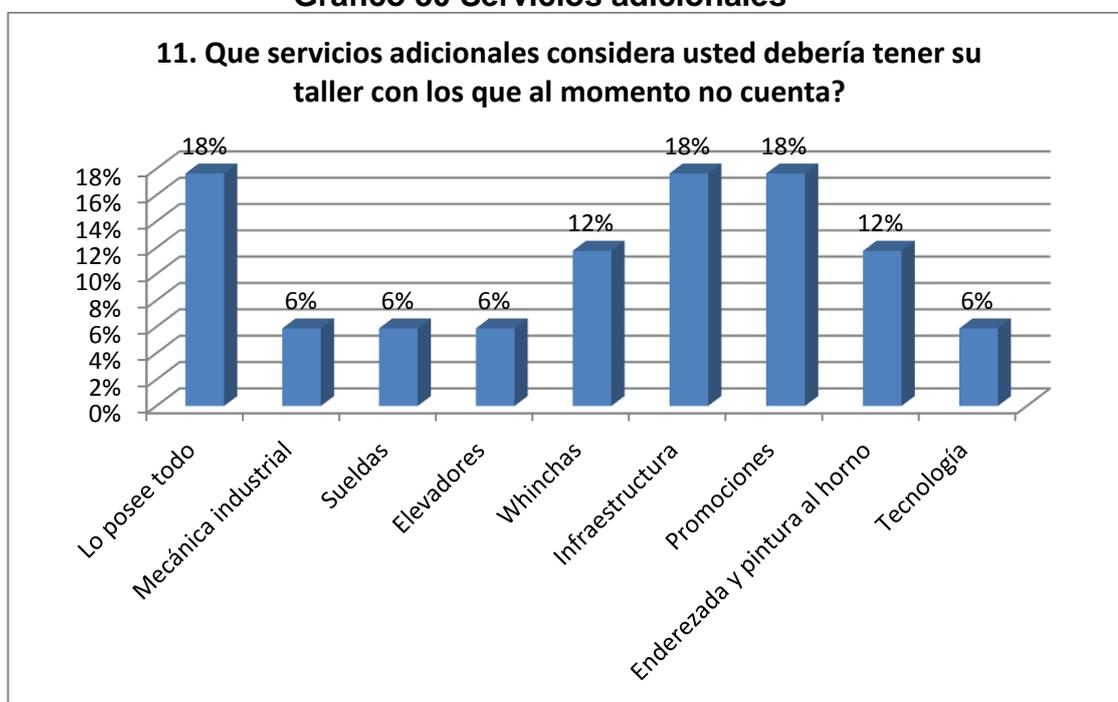
En relación a la frecuencia con que los propietarios de los centros de mantenimiento vehicular capacitan a su personal, mencionó la mayoría de ellos que la periodicidad con que lo hacen es cada tres meses, seguido de porcentajes iguales que manifiestan capacitar a su personal cada 6 meses, cada 5 meses, cada año respectivamente y hay quienes lo hacen diariamente.

11. ¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES CONSIDERA USTED DEBERÍA TENER SU TALLER CON LOS QUE AL MOMENTO NO CUENTA?

Cuadro 30 Servicios adicionales

OPCIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Lo posee todo	3	18%
Mecánica industrial	1	6%
Sueldas	1	6%
Elevadores	1	6%
Whinchas	2	12%
Infraestructura	3	18%
Promociones	3	18%
Enderezada y pintura al horno	2	12%
Tecnología	1	6%
TOTAL	17	100%

Gráfico 30 Servicios adicionales



Fuente: Investigación 2013

Elaborado por: Vicente Torres

Análisis e interpretación:

Los servicios adicionales que desearían tener las personas encuestadas de acuerdo a la investigación realizada son: promociones, infraestructura y hay quienes piensan que lo poseen todo y no requieren ningún cambio. Otro grupo menciona que le gustaría tener whinchas y enderezada así como pintura al horno.

4.2 Discusión de resultados:

- **En lo referente a los resultados arrojados por las encuestas aplicadas a los propietarios de transporte pesado se encontró:**
 - ✓ Casi la totalidad de estos propietarios tiene vehículos.
 - ✓ El mantenimiento vehicular la mayoría lo realiza en la Cooperativa de Transportes Lagos, y seguido se encuentra la empresa que se pretende reposicionar como líder en Mantenimiento vehicular. Esto es un buen referente, porque se cuenta con una pauta para poder trabajar en las falencias que se encontraron y mejorar la calidad del servicio prestado.
 - ✓ Al preguntar sobre la calidad del servicio a adonde acuden, lo califican como muy bueno, un porcentaje poco significativo lo califica como excelente.
 - ✓ En relación a costos manifiestan que es accesible el costo, que no hay inconveniente en este ámbito económico.
 - ✓ La falencia que manifestaron encontrar en el centro de mantenimiento de su preferencia fue el no contar con una sala de espera.
 - ✓ Y al preguntarles por lo que desearían recibir del centro mencionaron la mayoría recibir promociones y descuentos.

- **En lo referente a los resultados arrojados por las encuestas aplicadas a los propietarios de transporte liviano se encontró:**
 - ✓ En similitud a los datos encontrados en los dueños de transporte pesado, se encontró que el centro de preferencia en segunda instancia es la empresa MAVEAUTOS.
 - ✓ La misma falencia encontrada es la sala de espera.
 - ✓ Les gustaría también promociones y descuentos.

- **En lo referente a los resultados arrojados por las encuestas aplicadas a los propietarios de los centros de mantenimiento vehicular se encontró:**
 - ✓ La mayoría de estos centros utilizan herramientas manuales, y eso lo consideran de cierta forma como falencia frente a la competencia que consideran ellos son los Concesionarios.
 - ✓ Dentro de todos los servicios que ofertan consideran que sus clientes vienen más por el servicio de mantenimiento.
 - ✓ En promedio atienden mínimo 50 y máximo 300 clientes por mes. Es una demanda muy buena.

4.3 Contrastación con las preguntas de investigación

- **¿Cuál es la situación actual del Centro Automotriz Maveautos de la ciudad de Otavalo?**

El 12% de la población encuestada prefiere a Maevautos, se ve una competencia no tan significativa frente al centro de mantenimiento Sánchez, en lo referente a la preferencia de los usuarios encuestados, que mantiene el mismo porcentaje de participación.

Esta posición el mercado establece a Maveautos como seguidor conjuntamente con lubricadora Sánchez, en donde se disputan el liderazgo que mantiene al momento el taller automotriz Los Lagos.

Se identificaron las fortalezas y las debilidades que debe aprovechar y que se proponen en el siguiente capítulo para reposicionar a la empresa como líder en el cantón Otavalo. Dentro de sus fortalezas se encuentran la experiencia y posición en el mercado, mientras que sus puntos débiles son la infraestructura actual, equipamiento y mano de obra.

Además se establece un estudio de mercado y factibilidad con todos los parámetros que indican la situación actual y lo que se debe hacer para cumplir con el objetivo.

- **¿Cuál es la oferta de servicios de mecánica en la ciudad de Otavalo?**

La oferta que hay es amplia, existen varios centros dedicados a este tipo de servicios. Sin embargo se considera que en lo referente a transporte

pesado la máxima competencia es la Cooperativa de Transportes Lagos, y en los vehículos livianos son los concesionarios.

El servicio que presta la mayoría de talleres de mantenimiento automotriz es muy bueno según el criterio de los encuestados, mantienen precios accesibles pero les hace falta ofertar incentivos como descuentos y promociones.

Adicionalmente se pudo encontrar en los datos que arrojó el estudio que, de acuerdo a los comentarios de las personas encuestadas, una de las fortalezas de su competencia más significativas es la tecnología que poseen actualmente en cuanto se refiere a equipos y maquinaria, le sigue un porcentaje que menciona que la maquinaria pesada es una de las fortalezas más representativas que poseen sus competidores, otro grupo de encuestados asevera que dentro de las fortalezas más relevantes de sus similares es la mano de obra capacitada que poseen para la prestación de servicios de mantenimiento vehicular

- **¿Cuál es la demanda de mecánica en la ciudad de Otavalo?**

La demanda es muy grande como se mencionó en todo este capítulo, se encontró que en todos los centros de mantenimiento vehicular encuestados el mínimo de clientes por mes es de 50 y el máximo es de 300. Lo que indica una demanda promedio mensual de 175 vehículos.

Es importante acotar además que en relación a la demanda, se pudo identificar que los propietarios de vehículos pesados y livianos requieren servicios adicionales como pintura al horno, servicio de winchas, sala de espera, entre otros.

- **¿La propuesta servirá para el reposicionamiento del Centro de Diagnóstico Automotriz Maveautos de Otavalo?**

Definitivamente si servirá porque se ha establecido estudio técnico, financiero, y de mercado por demás favorable para la empresa MAVEAUTOS, en esta propuesta se logran identificar las falencias, y fortalezas que la empresa debe tomar en cuenta.

Además tomando en consideración la participación de mercado existente y su posicionamiento, la propuesta servirá para poder captar otros clientes y proporcionar a los actuales otros servicios adicionales para fidelizarlos.

CAPÍTULO V

SOLUCIÓN VIABLE

5.1 Validación de la propuesta:

La presente propuesta está validada por el propietario de Maveautos, la cual se adjunta a continuación:

ACUERDO DE DIAGNÓSTICO E IMPLEMENTACIÓN

A través del diagnóstico se pudieron determinar variables del entorno que inciden en el presente proyecto, así como los datos estadísticos de fuentes secundarias como la Agencia de Tránsito y los GAD`s acerca de la información proporcionada del número de vehículos matriculados en la ciudad de Otavalo que sirvió como base fundamental para la estructurar las estrategias y la nuevas propuestas de oferta de servicios, para ello se tiene que hacer un correcto dimensionamiento del mercado potencial de manera real y objetiva.

Con el estudio de mercado se estableció la situación de las mecánicas en relación a sus falencias, como nuestro cliente consumidor tiene necesidades y expectativas que están en relación a los servicios que ofertan los centros de mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo.

Esta investigación permitió determinar la demanda insatisfecha la misma que se espera captar en el futuro, que relación directa a la base de datos real investigada, para poder hacer una adecuada proyección de captación

de mercado y también estrategias de reposicionamiento a de acuerdo como plantean los indicadores financieros.

A través del estudio técnico se pudieron establecer los equipos herramientas y nuevos espacios requeridos para su mejora lo cual permita servir de una manera más oportuna a los clientes y que permita además de anexar nuevos clientes para cumplir con la proyección planteada.

Del estudio económico financiero se determinó la inversión que se necesita para la creación de la microempresa como persona natural y será de \$ 89.642,00, la misma que se podrá financiar con el 30% capital propio y el 70% mediante un préstamo con un plazo de 10 años en el Banco Nacional de Fomento.

El proyecto al ser evaluado económicamente y financieramente, dio como resultado un VAN de \$ 62.301,37; una TIR de 31,78%, con un tiempo de recuperación de la inversión de 4 años y 1 mes, lo cual se considera un tiempo considerable y aceptable para que la realización del proyecto sea factible.

Se deben realizar estudios de manera periódica para determinar las necesidades y expectativas de los clientes de tal manera que la información obtenida sirva para realizar mejoras al interior de la empresa, así como estar al día con los desarrollos tecnológicos en cuanto se refiere a equipos, herramientas y maquinarias para entregar servicios más oportunos a los clientes.

Se deben realizar mejoras en la distribución interior del centro de mantenimiento apoyados en los principios del merchandising para proyectar una imagen más profesional de la empresa hacia los públicos.

Es necesario tener campañas de captación de nuevos clientes que permitan que el crecimiento proyectado se cumpla a cabalidad.

Es importante realizar análisis del presupuesto con el que se cuenta para invertir mediante el cálculo de la rentabilidad de la empresa y el retorno del monto invertido para sobre la base de esta información tomar decisiones más acertadas

Se sugiere analizar los resultados de los indicadores financieros de forma minuciosa para determinar la factibilidad de implementación de un determinado proyecto, esto ayudará al inversor a tener un menor nivel de riesgo en el momento de destinar su dinero en un futuro negocio. . En cuanto se refiere a posibles reinversiones o implementación de sucursales donde el mercado potencial lo exija.

Para constancia firman:

SR. JULIO CÉSAR ACOSTA ORTIZ
COM. VICENTE TORRES ACOSTA
GERENTE
AUTOR DEL PROYECTO

ING.

5.2 Denominación de la empresa

La empresa tendrá la representatividad de **persona natural** ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) cuyo representante legal es el Sr. Julio Acosta.

5.3 Nombre o razón social

El nombre o razón social de la empresa es Maveautos.

5.4 Base filosófica de la empresa

Misión propuesta:

Somos un equipo de profesionales dedicados a entregar servicios de mecánica automotriz de manera eficiente, proporcionando soluciones adecuadas a todos nuestros clientes mediante un diagnóstico oportuno y los mejores productos para un trabajo de calidad.

Visión propuesta:

Para el año 2018 seremos líderes en el Cantón de San Luis de Otavalo en la prestación de servicios de mecánica integral, implementando nueva tecnología, siendo transparentes en cada uno de los procesos requeridos de tal forma que generemos constantemente valor

5.5 Principios y valores propuestos

- **Excelencia**

Implica trabajo con apego a estándares propios e internacionales y realizado de una manera eficaz y eficiente, mejora continua, profesionalismo, cultura de servicio y actitud positiva.

- **Integridad**

Se refiere a aplicar ética y moral en todo tipo de actuación, respeto, honestidad, lealtad y rectitud como parte del ambiente laboral y discreción.

- **Trabajo en equipo**

Implica colaboración y compromiso entre los miembros del equipo para alcanzar objetivos y cumplir responsabilidades además, sinergia en el trabajo y coordinación óptima entre las diferentes áreas y procesos.

- **Actitud positiva**

Se refiere a la disposición para acoplarse a nuevas situaciones generadas por el cambio del entorno y capacidad para manejar riesgos y aprovechar oportunidades además de la proactividad e iniciativa en la búsqueda de soluciones.

5.6 Estrategias

En relación a las estrategias que se propone en el presente trabajo se hará especial énfasis en el área administrativa y comunicacional para promover y fortalecer el posicionamiento con el público interno y externo.

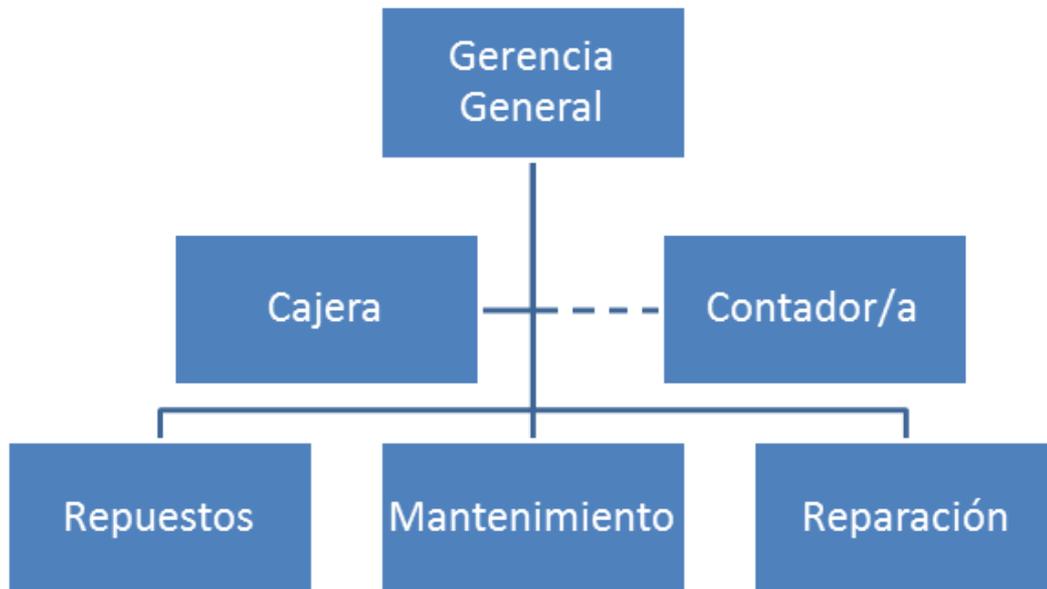
5.7 Propuesta administrativa

5.7.1 Objetivos Organizacionales de la propuesta

- Diseñar el organigrama funcional de la empresa, en donde cada integrante de la misma conozca sus tareas y cumpla con responsabilidades encomendadas.
- Establecer procesos de atracción, selección e incorporación de personal.
- Diseñar un manual de calidad para mejorar los procesos de atención al cliente por parte de los trabajadores.

a. **Desarrollo de objetivos.**

❖ **ORGANIGRAMA**



❖ **Descripción de funciones:**

Gerente General

Actúa como representante legal de la empresa funciones principales serán:

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares

Perfil:

- Estudios superiores con título de mecánico industrial o afines.
- Experiencia en trabajos de mecánica.
- Capacidad de liderazgo.
- Manejo de paquetes informáticos.
- Manejo de inglés básico.

Cajera:

Esta persona se encargará de recibir a los clientes, tomar las llamadas telefónicas además de realizar la facturación y cobro una vez terminado el servicio al cliente. Sus funciones serán:

- Realizar cierres de caja diariamente.
- Archivar todas las facturas para su entrega posterior al contador/a.
- Realizar comprobantes de depósito.
- Informar al cliente de las promociones existentes para su beneficio.

Contador General

Será una persona que tendrá la responsabilidad de llevar la contabilidad de la empresa, deberá contar con la autorización del Colegio de Contadores Públicos, no tendrá relación de dependencia sino que será contratado externamente; deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Revisar, legalizar y presentar los estados financieros de acuerdo con las NEC´S, NIF´S dinámica contable y normativa dispuesta para la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas por las leyes, reglamentos internos en concordancia con las NEC y NIF`S
- Realizar, analizar y legalizar comprobantes contables
- Realizar declaración de obligaciones tributarias ante el Servicio de Rentas Internas
- Elaborar y Remitir anexos transaccionales de información al Servicio de Rentas Internas
- Revisar, analizar y aprobar ajustes, reversas y reclasificaciones por error operativos.
- Elaborar y presentar informe de Notas a los Estados Financieros
- Elaborar y presentar datos para la evaluación presupuestaria
- Elaborar Conciliación Tributaria.

- Generar y cuadrar el anexo transaccional de acuerdo a las retenciones efectuadas.
- Realizar y remitir el detalle de adquisición de Activos Fijos

Perfil:

- Título de Contador Público Autorizado/a
- Experiencia mínima 2 años.
- Capacidad de solución de problemas.
- Manejo de paquetes informáticos

Repuestos:

El encargado del área de repuestos deberá darle un adecuado funcionamiento a la bodega donde se encuentren almacenados los mismos y tendrá que cumplir las siguientes funciones:

- Realizar inventario de los repuestos periódicamente.
- Realizar pedidos a los proveedores cuando sea requerido.
- Realizar informes dirigidos a Gerencia cada mes de los movimientos de esta área tanto en ingresos como en egresos.
- Mantener en orden la bodega.
- Colocación en perchas los repuestos por tipo.

Perfil:

- Conocimiento amplio en el área de repuestos.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Integridad en el trato con los clientes.
- Conocimiento de paquetes informáticos básicos

Mantenimiento:

La persona encargada del área de mantenimiento recibirá a los vehículos que no requieran reparaciones sino procedimientos más sencillos como cambio de aceite, lavado express, aspirado, aire, entre otros cuyas funciones serán las siguientes:

- Realizar una ficha de ingreso del vehículo.
- Determinar qué tipo de mantenimiento necesita el vehículo para solicitar los productos en bodega.
- Registrar en la ficha los productos que se han utilizado en el vehículo para entregarla en el área de repuestos.

Perfil:

- Conocimiento amplio en el área de mantenimiento vehicular, mínimo 2 años de experiencia.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Integridad en el trato con los clientes.
- Conocimiento de paquetes informáticos básicos

Reparación:

La persona encargada del área de reparación realizará trabajos más complejos como enderezada, pintura, arreglos de motor, cambio de piezas, entre otros cuyas funciones serán las siguientes:

- Realizar una ficha de ingreso del vehículo.
- Determinar qué tipo de reparación necesita el vehículo para solicitar los repuestos en bodega.
- Registrar en la ficha los repuestos que se han utilizado en el vehículo para entregarla en el área de repuestos.

Perfil:

- Conocimiento amplio en el área de reparación de vehículos.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Integridad en el trato con los clientes.
- Conocimiento de paquetes informáticos básicos

❖ PROCESOS DE ATRACCIÓN, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL.

Para iniciar con el proceso se tomará como referencia el modelo de (Alles, 2012) el cual se cita a continuación:

1. Planeación de un proceso de búsqueda



2. Elección de métodos y canales de búsqueda.

- Colocación de avisos de empleo en carteleras u otros medios internos.
- Llevar un eficiente inventario del personal, con un banco de datos que indique habilidades y aptitudes.
- Planificar reemplazos y sucesiones.

3. Selección

Los pasos para un proceso de selección son:

- 3.1 Necesidad de cubrir una posición.
- 3.2 Solicitud de personal.
- 3.3 Revisión de la descripción del puesto.
- 3.4 Recolectar información sobre el perfil.
- 3.5 Análisis sobre eventuales candidatos internos.
- 3.6 Decisión sobre realizar búsqueda interna o no.
- 3.7 Definición de las fuentes de reclutamiento.
- 3.8 Recepción de candidaturas.
- 3.9 Primera revisión de antecedentes.
- 3.10 Entrevistas 1 o 2 rondas.
- 3.11 Evaluaciones específicas y psicológicas.
- 3.12 Formación de candidaturas.
- 3.13 Confección de informes sobre finalistas.
- 3.14 Presentación de finalistas al cliente interno.
- 3.15 Selección del finalista por cliente interno.
- 3.16 Negociación.
- 3.17 Oferta por escrito.
- 3.18 Comunicación a postulantes fuera del proceso.
- 3.19 Proceso de admisión.
- 3.20 Inducción.

Manual de calidad (Ver Anexos)

5.7.2 Objetivos de mercado de la propuesta

- Cubrir una demanda insatisfecha anual de por lo menos el 5% del mercado.
- Diseñar un plan promocional que premie la preferencia que tienen los clientes actuales además de captar nuevos clientes.

- Lograr al finalizar el primer año de actividades un posicionamiento reconocido dentro del mercado.

5.7.3 Propuesta comunicacional

La presente propuesta tiene como finalidad realizar el diseño de estrategias que permitan comunicar adecuadamente la marca en los públicos, fundamentándose en el presupuesto disponible, el segmento de mercado, y los criterios emitidos por los clientes en el estudio de mercado.

5.7.3.1 Imagen corporativa:

a) Logotipo



Se ha usado el color azul ya que significa seriedad y confianza, la tipografía es Berlin Sans FB, sus rasgos son rectos y proyectan formalidad. El imagotipo hace referencia a herramientas utilizadas en el proceso de mecánica para dar mayor identidad y fuerza a la imagen.

5.7.3.2 Estrategias

En la siguiente tabla se estructuran estrategias para un año como se detalla a continuación:

Tabla 3 Plan de Medios Maveautos 2015

PLAN DE MEDIOS MAVEAUTOS 2015		
MES	ESTRATEGIA	PRESUPUESTO
Enero	Diseño imagen corporativa	200
Marzo	Gestión de redes sociales donde se destaque la responsabilidad social de Maveautos en el cuidado del medio ambiente con el tratamiento de desechos. No se ha dispuesto un costo debido a que desde la Gerencia se realizará la gestión de redes sociales a través de la incorporación del asistente comercial contratado anteriormente por la Gerencia	0
	Capacitación al personal de Maveautos a través del convenio firmado por el gremio de mecánicos con el Colegio Otavalo, dicha capacitación no tiene costo y se impartirán temas técnicos para actualización del personal	0
Abril- Diciembre	Publicidad radial en la radio Exa y Satélite	4000
Mayo	Evento de lanzamiento de las nuevas instalaciones	1500

Junio	Obsequio de fundas ecológicas de cambrela a clientes frecuentes.	632
Julio	Campaña de cuidado del medio ambiente a través de la impresión en vasos desechables conde especifique que todos los insumos que usan Maveautos se recicla. Impresión de vasos desechables con el logotipo de la empresa para obsequiar café a los clientes mientras esperan.	250
Septiembre	Auspicio evento Reina del Yamor	500
Septiembre	Auspicio 4x4	500
Diciembre	Entrega de botellas de vino a clientes frecuentes	150
Total inversión publicidad		7732

5.7.4 Análisis FODA

Una vez realizado el diagnóstico situacional, se procede a continuación a analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Maveautos.

Tabla 4 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Maveautos cuenta con una cartera de clientes establecida • La mayoría de encuestados opina que el servicio prestado es muy bueno. • Los precios son accesibles de acuerdo a la opinión mayoritaria • Posicionamiento de mercado establecido por parte de las mecánicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de nuevos servicios. • Utilización de productos no contaminantes para contribuir al cuidado del medio ambiente. • Captación de nuevos clientes mediante estrategias de publicidad y promoción.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de sala de espera. • Atención deficiente de acuerdo a los datos proporcionados por los encuestados. • Mano de obra no calificada. • Falta de transparencia en los procesos. • Falta de un programa de publicidad y promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de nuevos competidores. • Fijación de precios de la competencia por debajo de los del mercado. • Estrategias de captación de clientes por parte de competidores. • Incremento en los precios de repuestos.

5.7.4.1 Cruces estratégicos

FO

- Creación de servicios a domicilio, en el sector urbano y rural con una furgoneta móvil dentro del cantón.
- Interacción en redes sociales, para ofertar todos los productos, precios, dirección, alianzas comerciales estratégicas, promociones, descuentos, seminarios, talleres.
- Incremento de captación de clientes cada año para poder cubrir los costos.

DO

- Construcción de una sala de espera cómoda para los clientes.
- Selección adecuada de personal, con personas de Colegios Técnico de la provincia, con un plan de inducción de dos meses.
- Compra de repuestos por parte de los clientes, con alianzas estratégicas con empresas comercializadoras para su ahorro económico buscando siempre las mejores opciones de compra y la seguridad de que el repuesto que compra será cambiado y reciclado con su autorización el usado defectuoso.
- Receptar sugerencias por parte de los clientes para el establecimiento de nuevos servicios, y la modificación permanente la oferta de los mismos.

FA

- Creación de una ficha personal por cliente y por vehículo.
- Medición mensual del nivel de satisfacción de los clientes.
- Pedir a los clientes, referidos para captarlos y además cumplir con el porcentaje de crecimiento planteado.
- Estar siempre pendientes a las variaciones de los precios para comunicar a los clientes los cambios y las razones de los mismos, así como los precios de la competencia.

-Realizar talleres, seminarios y conferencias, de nuevos productos, nuevos servicio, cambio y adaptación a nuevas tecnologías, para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes así como su fidelización y el programa de referidos siga en incremento por aquella publicidad gratuita que ellos mismos proporcionen.

DA

- Pasar en la sala de espera videos promocionales de Maveautos, los constantes cambios tecnológicos del parque automotriz mundial y nacional, regulaciones y leyes de conducción, información de cursos para la recuperación de puntos de las licencias de los conductores.
- Establecer herramientas para poder calificar mensualmente la atención al cliente, como encuestas, entrevistas y cliente fantasma.
- Recuperación de clientes insatisfechos a través de llamadas, mensajes de texto e interacción en redes sociales.
- Medición constante de la efectividad de la publicidad y promoción en la captación de nuevos clientes y nuevos nichos de mercado.

5.8 Determinación de la oportunidad de inversión

Una vez realizado el estudio de mercado tanto para vehículos livianos, pesados y propietarios de centros de mantenimiento vehicular se han podido identificar varias oportunidades para Maveautos en relación a su mejoramiento como empresa las cuales se citan a continuación:

- Captación de nuevos clientes.
- Creación de nuevos servicios.
- Ampliación de la infraestructura.
- Incorporación de más personal para el centro de mantenimiento vehicular.
- Creación de sucursales en otras ciudades

En este sentido y luego de identificar las circunstancias que se podrían propiciar en el futuro para el reposicionamiento de Maveautos se justifica plenamente la implementación de este proyecto después de estudiar varios aspectos de la investigación y las variables que conformar el análisis FODA, se ha determinado que es factible invertir en esta propuesta tomando en consideración la demanda de servicios automotrices identificados en el presente estudio.

5.9 Estudio de mercado

El presente estudio de mercado se realizó en base al levantamiento de información realizado en el capítulo IV, mediante la aplicación de encuestas los propietarios de vehículos tanto livianos como pesados y también a propietarios de centros de mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo.

5.9.1 Identificación del producto o servicio

Los servicios que se prestarán en la mecánica son: reparación, mantenimiento y repuestos.

5.9.2 Segmentación de mercado

Para segmentar el mercado, se han tomado en cuenta las siguientes variables de acuerdo al tipo de segmentación como se muestra a continuación:

Tabla 5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Segmentación Geográfica:	Ciudad: Otavalo-Ecuador Zona: Norte Población: 3917 (propietarios de vehículos pesados y livianos)
Segmentación Demográfica:	Género: Hombres y mujeres Edad: 18- 60 años
Segmentación Psicográfica:	Clase social: media y media alta

5.9.3 Objetivo del Estudio de Mercado

Realizar un análisis de la oferta y la demanda de servicios de mecánica en la ciudad de Otavalo para determinar el porcentaje posible de captación de demanda insatisfecha.

5.9.4 Análisis de la demanda

En relación a la demanda se ha podido determinar que existe un gran número de vehículos circulando por la ciudad de Otavalo tanto livianos como pesados. El presente cuadro se tomó en base a datos proporcionados por la Agencia de Tránsito de Otavalo en relación a los vehículos matriculados en el año 2012 como se muestra a continuación:

Tabla 6 NÚMERO DE VEHÍCULOS MATRICULADOS EN LA CIUDAD DE OTAVALO

DEMANDA MENSUAL	
CATEGORÍA	CANTIDAD DE VEHÍCULOS
Pesados	287
Livianos	3630
Total	3917

5.9.5 Análisis de la oferta real

En cuanto a la oferta se ha determinado a través del estudio de mercado el número de centros de mantenimiento vehicular y la cantidad de clientes que atienden mensualmente como se muestra a continuación:

Tabla 7 ¿Cuántos clientes en promedio atiende al mes?

Número de clientes atendidos/ mes	NUMERO DE ENCUESTADOS	Total vehículos atendidos
150	2	300
180	1	180
30	2	60
90	3	270
50	3	150
20	2	40
200	1	200
10	1	10
160	1	160
300	1	300
TOTAL	17	1670

Tabla 8 NÚMERO TOTAL DE VEHÍCULOS ATENDIDOS AL MES

OFERTA MENSUAL	
CATEGORÍA	CANTIDAD DE VEHÍCULOS
Pesados	117
Livianos	1553
Total	1670

5.9.6 Demanda insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha, se procedió a restar los valores de la demanda real menos la oferta real cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 9 Demanda insatisfecha mensual

DEMANDA INSATISFECHA MENSUAL	
CATEGORÍA	CANTIDAD DE VEHÍCULOS
Pesados	170
Livianos	2077
Total	2247

Tabla 10 DEMANDA INSATISFECHA ANUAL

DEMANDA INSATISFECHA ANUAL	
CATEGORÍA	CANTIDAD DE VEHÍCULOS
Pesados	2041
Livianos	24923
Total	26964

Para calcular el porcentaje de captación de demanda se tomó el 5% el primer año y se incrementó en 1 punto cada año debido a que las estadísticas de crecimiento vehicular de autos nuevos, muestran un decrecimiento desde 2011 y al no existir estadísticas de vehículos usados se procedió a colocarse como meta iniciar con el 5% de captación de la demanda insatisfecha.

Tabla 11 CAPTACIÓN DE LA DEMANDA

CLIENTES/VEHÍCULOS ATENDIDOS POR MAVEAUTOS AL AÑO	DEMANDA A CAPTAR MENOS LOS CLIENTES ATENDIDOS	CAPTACIÓN DE LA DEMANDA				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
84	1957	98	117	137	157	176
1116	23807	1190	1428	1666	1905	2143
1200	25764	1288	1546	1803	2061	2319

Como conclusión del capítulo diagnóstico, se puede determinar que existe un gran número de clientes que se podría captar con esfuerzos publicitarios y tecnológicos, para iniciar un proceso de crecimiento sostenido de la empresa Maveautos en donde siempre se tome en cuenta los criterios del público externo e interno para realizar cambios que apoyen la renovación constante de la organización.

5.10 Estudio técnico

5.10.1 Localización de la empresa (macro y micro)

La empresa Maveautos se encuentra actualmente localizada en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura. En cuanto a la microlocalización, Maveautos está ubicado en la Panamericana Norte y Av. 31 de octubre.

Ilustración 1 mapa de Otavalo



Fuente: (Viajandox, 2011)

5.10.2 Ingeniería del proyecto

5.10.2.1 Infraestructura física

En cuanto se refiere a la infraestructura física, se realizarán varias adecuaciones al interior del centro de mantenimiento vehicular, en base a las opiniones vertidas en el estudio de mercado por parte de los propietarios de vehículos tanto nuevos como usados y en base a la normativa dictada por CINAIE.

5.10.2.2 Tecnología

En cuanto a la tecnología se realizará una inversión significativa en equipos que se ajusten a las exigencias de los nuevos procesos en mecánica automotriz.

5.10.2.3 Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que se requiere para la ampliación de Maveutos es la siguiente:

Tabla 12 Inversión Maquinaria
INVERSIÓN MAQUINARIA/EQUIPO
MAVEAUTOS

<i>Cant.</i>	<i>Descripcion</i>	<i>Precio Unit.</i>	<i>Monto Total</i>
3	Elevadores	1.166,67	3.500,00
1	Compresor	1.000,00	1.000,00
1	Torno	5.000,00	5.000,00
1	Pluma hidráulica	1.000,00	1.000,00
2	Scanner	2.000,00	4.000,00
2	Compresómetro	1.600,00	3.200,00
1	Multímetro	1.000,00	1.000,00
1	Equipo de alineación y balanceo	5.000,00	5.000,00
1	Rectificadora de piso	7.000,00	7.000,00
1	Lavador de inyectores	3.000,00	3.000,00
Total			33.700,00

5.10.2.4 Infraestructura

Para implementar los equipos se requiere adecuar la infraestructura actual por una más funcional que cumpla con todo los requerimientos. Se adjunta además el plano de distribución de las nuevas instalaciones:

**Tabla 13 Construcción
CONSTRUCCIÓN**

MAVEAUTOS		
<i>Descripción</i>	<i>Precio Unit.</i>	<i>Monto Total</i>
Adecuación infraestructura	52.500,00	52.500,00
	Total	52.500,00

5.10.2.5 Inversión Herramientas

Se realizará inversión en nuevas herramientas para renovar las antiguas por un monto aproximado de \$2000.

**Tabla 14 Herramientas
HERRAMIENTAS**

<i>Descripción</i>	<i>Precio Unit.</i>	<i>Monto Total</i>
Herramientas	2000,00	2.000,00
	Total	2.000,00

5.10.2.6 Inversión área administrativa

El área administrativa también será readecuada por lo que requerirá los siguientes implementos:

Tabla 15 Área administrativa
AREA ADMINISTRATIVA

<i>Cant.</i>	<i>Descripción</i>	<i>Precio Unit.</i>	<i>Monto Total</i>
1	Escritorio	300,00	300,00
1	laptop	700,00	700,00
1	impresora	90,00	90,00
4	Sillas	18,00	72,00
1	Scanner	60,00	60,00
1	archivador	90,00	90,00
Total			1.312,00

5.10.2.7 Intangibles

Los rubros por concepto de permiso de funcionamiento son los siguientes:

Tabla 16 Legales y Constitución

LEGALES Y DE CONSTITUCION			
<i>Cant.</i>	<i>Descripción</i>	<i>Precio Unit.</i>	<i>Monto</i>
1	permiso de funcionamiento	10,00	10,00
1	permiso de sanidad	30,00	30,00
1	patente municipal	10,00	10,00
1	permiso bomberos	80,00	80,00
Total			130,00

5.10.2.8 Cuadro resumen de la inversión:

A continuación se presenta un resumen de la inversión:

Tabla 17 Cuadro Resumen de Inversión

RESUMEN INVERSIÓN	
<i>Descripción</i>	<i>Monto Total</i>
Maquinaria y equipo	33.700,00
Construcción y adecuaciones	52.500,00
Herramientas	2.000,00
Área administrativa	1.312,00
Activos intangibles	130,00
Total inversión	89.642,00

La inversión total requerida para este proyecto es de \$89.642,00

5.11 Estudio financiero

5.11.1 Presupuesto de ingresos

Para calcular el presupuesto de ingresos se procedió a tomar como base la captación de demanda insatisfecha y el presupuesto promedio por cliente:

Tabla 18 Demanda

DEMANDA A CAPTAR MENOS LOS CLIENTES ATENDIDOS	CAPTACIÓN DE LA DEMANDA				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1957	98	117	137	157	176
23807	1190	1428	1666	1905	2143
25764	1288	1546	1803	2061	2319

Tabla 19 Incremento cantidad

Detalle	Incremento Cantidad				
	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Servicios Maveautos	1288	1546	1803	2061	2319

Tabla 20 Crecimiento inflación precio promedio

Crecimiento inflación
precio promedio

Precio	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Servicios Maveautos	55,00	56,71	58,47	60,29	62,17

Tomando en consideración una inflación de 3,11% de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

Tabla 21 Ingresos

Producto	Ingresos				
	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Servicios Maveautos	70851	87665	105457	124271	144152

La empresa tendrá ingresos totales al primer año de \$70851.

5.11.2 Presupuesto de egresos

Dentro del presupuesto de egresos se encuentran los siguientes rubros:

Costo de personal operativo

Tabla 22 Costo del personal operativo

SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL OPERATIVO				ANOS						
CANT.	CARGO	Valor Unit.	Valor Mes	1	2	3	4	5	TOTAL	
1	Subtotal personal	1.020,00	1.020,00	12.240,00	12.665,95	13.106,73	13.562,84	14.034,83	65.610,35	
	Fondos de Reserva		8,33%	-	1.055,07	1.091,79	1.129,78	1.169,10	4.445,75	
1	(+) Décimo Cuarto	340,00	340,00	340,00	340,00	357,00	357,00	374,85	1.768,85	
	(+) Décimo Tercero	-	1.020,00	1.020,00	1.055,50	1.092,23	1.130,24	1.169,57	5.467,53	
TOTAL			2.380,08	13.600,00	15.116,52	15.647,74	16.179,86	16.748,35	77.292,48	
(+)			Aporte patronal IESS	12,15%	1.652,40	1.836,66	1.901,20	1.965,85	2.034,92	9.391,04
(-)			Descuento empleados IESS	9,35%	1.271,60	1.413,39	1.463,06	1.512,82	1.565,97	7.226,85
TOTAL SUELDO A PAGAR				12.328,40	13.703,13	14.184,68	14.667,05	15.182,38	70.065,63	
TOTAL IESS A PAGAR				2.924,00	3.250,05	3.364,27	3.478,67	3.600,89	16.617,88	
TOTAL COSTO DE PERSONAL OPERATIVO				15.252,40	16.953,18	17.548,95	18.145,72	18.783,27	86.683,51	

PERSONAL ADMINISTRATIVO		AÑOS					
CARGO	Valor Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
Subtotal personal administrativo	990,00	11.880,00	12.474,00	13.097,70	13.752,59	14.440,21	65.644,50
	-	-	-	-	-	-	-
Fondos de Reserva (8.33%)	8,33%	989,60	1.039,08	1.091,04	1.145,59	1.202,87	5.468,19
(+) Décimo Cuarto	552,00	552,00	552,00	579,60	579,60	608,58	2.871,78
(+) Décimo Tercero	990,00	990,00	1.039,50	1.091,48	1.146,05	1.203,35	5.470,37
TOTAL	2.532,00	14.411,60	15.104,58	15.859,81	16.623,82	17.455,02	79.454,84
(+) Aporte patronal IESS	12,15%	1.751,01	1.835,21	1.926,97	2.019,79	2.120,78	9.653,76
(-) Descuento empleado IESS	9,35%	1.347,48	1.412,28	1.482,89	1.554,33	1.632,04	7.429,03

TOTAL SUELDO A PAGAR

13.064,12	13.692,31	14.376,92	15.069,50	15.822,97	72.025,81
3.098,49	3.247,49	3.409,86	3.574,12	3.752,83	17.082,79

TOTAL IESS A PAGAR

GASTOS DE OFICINA		AÑOS					
DESCRIPCIÓN	Valor Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
Agua, luz, teléfono	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65	1.657,69
Mantenimiento	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	1.326,15
Materiales de oficina	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
TOTAL GASTOS DE OFICINA		900,00	945,00	992,25	1.041,86	1.093,96	4.973,07
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		17.062,61	17.884,79	18.779,03	19.685,48	20.669,76	94.081,67

5.11.3 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCION	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	70.851,00	87.665,36	105.457,04	124.270,58	144.152,32
Costos de personal operativo.	15.252,40	16.953,18	17.548,95	18.145,72	18.783,27
Gastos administrativos	17.062,61	17.884,79	18.779,03	19.685,48	20.669,76
UTILIDAD OPERATIVA	38.535,99	52.827,39	69.129,07	86.439,38	104.699,29
Impuesto a la Renta (de acuerdo a tabla)	3.413,00	6.933,00	6.933,00	11.335,00	18.376,00
Utilidades a trabajadores (15%)	5.780,40	7.924,11	10.369,36	12.965,91	15.704,89
UTILIDAD NETA	29.342,59	37.970,28	51.826,71	62.138,48	70.618,40

5.11.4 Flujo de caja proyectado

Tabla 24 Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones	(89.642,00)					
INGRESOS						
Ingresos	-	70.851,00	87.665,36	105.457,04	124.270,58	144.152,32
Reinversión año anterior		-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	-	70.851,00	87.665,36	105.457,04	124.270,58	144.152,32
EGRESOS						
Gastos Administrativos	-	17.062,61	17.884,79	18.779,03	19.685,48	20.669,76
Costos personal Operativo	-	15.252,40	16.953,18	17.548,95	18.145,72	18.783,27
Costo insumos		24.000,00	24.746,40	25.516,01	26.309,56	27.127,79
Depreciaciones		3.658,53	3.658,53	3.658,53	3.658,53	3.658,53
TOTAL EGRESOS	-	59.973,55	63.242,90	65.502,52	67.799,29	70.239,35
Utilidad Operativa		10.877,45	24.422,46	39.954,52	56.471,29	73.912,97
(-) Impuesto a la renta (de acuerdo a tabla)		2.393,04	5.372,94	8.789,99	12.423,68	16.260,85
(-) 15% Utilidades a trabajadores		3.413,00	6.933,00	6.933,00	11.335,00	18.376,00
Utilidad Neta		5.071,41	12.116,52	24.231,53	32.712,61	39.276,12
(+) Valor de Salvamento						6.990,40
(+) Depreciaciones		3.658,53	3.658,53	3.658,53	3.658,53	3.658,53
Flujos Efectivos del proyecto	(89.642,00)	8.729,95	15.775,05	27.890,06	36.371,14	49.925,05
Desembolso bancario	62.749,40					
(-) Pago Préstamo Bancario	(26.892,60)	3.090,54	3.554,12	4.087,24	4.700,32	5.405,37
Flujo de efectivo	(89.642,00)	5.639,41	12.220,93	23.802,82	31.670,82	44.519,68

5.11.5 Evaluación financiera

Tabla 25 Tabla de amortización

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS							
importe	62.749	PAGOS TOTALES PRINCIPAL 62.749,40 INTERESES 47.454,23 COMISIÓN 0,00 <hr/> TOTAL 110.203,63 <hr/>					
años	10						
comisión de apertura							
interés nominal	15,00%						
periodo de pago	12						
tipo amortización	2						
cuotas constantes							
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td>coste efectivo</td> <td>16,08%</td> </tr> </table>		coste efectivo	16,08%	-			
coste efectivo	16,08%						
meses	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente		
0					62.749,40		
1	1.307,28	784,37	522,91	522,91	62.226,49		
2	1.300,74	777,83	522,91	1.045,82	61.703,58		
3	1.294,21	771,29	522,91	1.568,74	61.180,67		
4	1.287,67	764,76	522,91	2.091,65	60.657,75		
5	1.281,13	758,22	522,91	2.614,56	60.134,84		
6	1.274,60	751,69	522,91	3.137,47	59.611,93		
7	1.268,06	745,15	522,91	3.660,38	59.089,02		
8	1.261,52	738,61	522,91	4.183,29	58.566,11		
9	1.254,99	732,08	522,91	4.706,21	58.043,20		

10	1.248,45	725,54	522,91	5.229,12	57.520,28
11	1.241,92	719,00	522,91	5.752,03	56.997,37
12	1.235,38	712,47	522,91	6.274,94	56.474,46
13	1.228,84	705,93	522,91	6.797,85	55.951,55
14	1.222,31	699,39	522,91	7.320,76	55.428,64
15	1.215,77	692,86	522,91	7.843,68	54.905,73
16	1.209,23	686,32	522,91	8.366,59	54.382,81
17	1.202,70	679,79	522,91	8.889,50	53.859,90
18	1.196,16	673,25	522,91	9.412,41	53.336,99
19	1.189,62	666,71	522,91	9.935,32	52.814,08
20	1.183,09	660,18	522,91	10.458,23	52.291,17
21	1.176,55	653,64	522,91	10.981,15	51.768,26
22	1.170,01	647,10	522,91	11.504,06	51.245,34
23	1.163,48	640,57	522,91	12.026,97	50.722,43
24	1.156,94	634,03	522,91	12.549,88	50.199,52
25	1.150,41	627,49	522,91	13.072,79	49.676,61
26	1.143,87	620,96	522,91	13.595,70	49.153,70
27	1.137,33	614,42	522,91	14.118,62	48.630,79
28	1.130,80	607,88	522,91	14.641,53	48.107,87
29	1.124,26	601,35	522,91	15.164,44	47.584,96
30	1.117,72	594,81	522,91	15.687,35	47.062,05
31	1.111,19	588,28	522,91	16.210,26	46.539,14
32	1.104,65	581,74	522,91	16.733,17	46.016,23
33	1.098,11	575,20	522,91	17.256,09	45.493,32
34	1.091,58	568,67	522,91	17.779,00	44.970,40
35	1.085,04	562,13	522,91	18.301,91	44.447,49
36	1.078,51	555,59	522,91	18.824,82	43.924,58
37	1.071,97	549,06	522,91	19.347,73	43.401,67
38	1.065,43	542,52	522,91	19.870,64	42.878,76
39	1.058,90	535,98	522,91	20.393,56	42.355,85
40	1.052,36	529,45	522,91	20.916,47	41.832,93
41	1.045,82	522,91	522,91	21.439,38	41.310,02
42	1.039,29	516,38	522,91	21.962,29	40.787,11
43	1.032,75	509,84	522,91	22.485,20	40.264,20
44	1.026,21	503,30	522,91	23.008,11	39.741,29
45	1.019,68	496,77	522,91	23.531,03	39.218,38
46	1.013,14	490,23	522,91	24.053,94	38.695,46
47	1.006,60	483,69	522,91	24.576,85	38.172,55

48	1.000,07	477,16	522,91	25.099,76	37.649,64
49	993,53	470,62	522,91	25.622,67	37.126,73
50	987,00	464,08	522,91	26.145,58	36.603,82
51	980,46	457,55	522,91	26.668,50	36.080,91
52	973,92	451,01	522,91	27.191,41	35.557,99
53	967,39	444,47	522,91	27.714,32	35.035,08
54	960,85	437,94	522,91	28.237,23	34.512,17
55	954,31	431,40	522,91	28.760,14	33.989,26
56	947,78	424,87	522,91	29.283,05	33.466,35
57	941,24	418,33	522,91	29.805,97	32.943,44
58	934,70	411,79	522,91	30.328,88	32.420,52
59	928,17	405,26	522,91	30.851,79	31.897,61
60	921,63	398,72	522,91	31.374,70	31.374,70
61	915,10	392,18	522,91	31.897,61	30.851,79
62	908,56	385,65	522,91	32.420,52	30.328,88
63	902,02	379,11	522,91	32.943,44	29.805,97
64	895,49	372,57	522,91	33.466,35	29.283,05
65	888,95	366,04	522,91	33.989,26	28.760,14
66	882,41	359,50	522,91	34.512,17	28.237,23
67	875,88	352,97	522,91	35.035,08	27.714,32
68	869,34	346,43	522,91	35.557,99	27.191,41
69	862,80	339,89	522,91	36.080,91	26.668,50
70	856,27	333,36	522,91	36.603,82	26.145,58
71	849,73	326,82	522,91	37.126,73	25.622,67
72	843,20	320,28	522,91	37.649,64	25.099,76
73	836,66	313,75	522,91	38.172,55	24.576,85
74	830,12	307,21	522,91	38.695,46	24.053,94
75	823,59	300,67	522,91	39.218,38	23.531,03
76	817,05	294,14	522,91	39.741,29	23.008,11
77	810,51	287,60	522,91	40.264,20	22.485,20
78	803,98	281,07	522,91	40.787,11	21.962,29
79	797,44	274,53	522,91	41.310,02	21.439,38
80	790,90	267,99	522,91	41.832,93	20.916,47
81	784,37	261,46	522,91	42.355,85	20.393,56
82	777,83	254,92	522,91	42.878,76	19.870,64
83	771,29	248,38	522,91	43.401,67	19.347,73
84	764,76	241,85	522,91	43.924,58	18.824,82
85	758,22	235,31	522,91	44.447,49	18.301,91

86	751,69	228,77	522,91	44.970,40	17.779,00
87	745,15	222,24	522,91	45.493,32	17.256,09
88	738,61	215,70	522,91	46.016,23	16.733,17
89	732,08	209,16	522,91	46.539,14	16.210,26
90	725,54	202,63	522,91	47.062,05	15.687,35
91	719,00	196,09	522,91	47.584,96	15.164,44
92	712,47	189,56	522,91	48.107,87	14.641,53
93	705,93	183,02	522,91	48.630,79	14.118,62
94	699,39	176,48	522,91	49.153,70	13.595,70
95	692,86	169,95	522,91	49.676,61	13.072,79
96	686,32	163,41	522,91	50.199,52	12.549,88
97	679,79	156,87	522,91	50.722,43	12.026,97
98	673,25	150,34	522,91	51.245,34	11.504,06
99	666,71	143,80	522,91	51.768,26	10.981,15
100	660,18	137,26	522,91	52.291,17	10.458,23
101	653,64	130,73	522,91	52.814,08	9.935,32
102	647,10	124,19	522,91	53.336,99	9.412,41
103	640,57	117,66	522,91	53.859,90	8.889,50
104	634,03	111,12	522,91	54.382,81	8.366,59
105	627,49	104,58	522,91	54.905,73	7.843,67
106	620,96	98,05	522,91	55.428,64	7.320,76
107	614,42	91,51	522,91	55.951,55	6.797,85
108	607,88	84,97	522,91	56.474,46	6.274,94
109	601,35	78,44	522,91	56.997,37	5.752,03
110	594,81	71,90	522,91	57.520,28	5.229,12
111	588,28	65,36	522,91	58.043,20	4.706,20
112	581,74	58,83	522,91	58.566,11	4.183,29
113	575,20	52,29	522,91	59.089,02	3.660,38
114	568,67	45,75	522,91	59.611,93	3.137,47
115	562,13	39,22	522,91	60.134,84	2.614,56
116	555,59	32,68	522,91	60.657,75	2.091,65
117	549,06	26,15	522,91	61.180,67	1.568,73
118	542,52	19,61	522,91	61.703,58	1.045,82
119	535,98	13,07	522,91	62.226,49	522,91
120	529,45	6,54	522,91	62.749,40	0,00

Valor actual neto

El valor actual neto se calculó en base a los flujos de efectivo, tomando en consideración la tasa mínima aceptable de rentabilidad que se calculó con la tasa activa y pasiva de acuerdo al Banco Nacional de Fomento donde se va a obtener el préstamo.

Tabla 26 VAN

		Inversión	%	Costo del Capital	
Financiamiento Propio		26.892,60	30,00%	5%	1,36%
Financiamiento Externo		62.749,40	70,00%	8%	5,72%
TOTAL		89.642,00	100,00%		7,08%

VAN= \$ \$ 85.128,67

5.11.6 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno se calculó tomando en cuenta los flujos netos y estimando al menos obtener un 20% de rentabilidad aplicando las herramientas de cálculo de Excel.

Entonces,

TIR= 39,37%

5.11.7 Período de recuperación de la inversión.

TIEMPO DE = # AÑOS ENTEROS VALOR QUE FALTA POR

RECUP.INV. ANTES DE RECUPERAR INVERSION + RECUPERAR FLUJOS DE EFECT. EN LOS CUALES SE RECUPERA LA TOTALIDAD DE LA INVERSION

Flujos					
(89.642,00)	5.639,41	12.220,93	23.802,82	31.670,82	44.519,68

$$\text{TRI} = 4 + \frac{16308}{117854}$$

$$\text{TRI} = 4 + 0,13837515$$

$$\text{TRI} = 4 \text{ AÑOS, 2 MESES}$$

El período de recuperación de la inversión será en 4 años y 2 meses.

CAPÍTULO VI

IMPACTOS

Para el análisis de impactos se ha tomado la siguiente escala para su evaluación:

Niveles de impactos:

- 3 Impacto alto negativo
- 2 Impacto medio negativo
- 1 Impacto bajo negativo
- 0 No hay impactos
- 1 Impacto positivo
- 2 Impacto medio positivo
- 3 Impacto alto positivo

6.1 Impacto económico

Se escogió este impacto ya que a través de las ventas que obtenga la empresa se obtendrán ganancias, rentabilidad y se crearán fuentes de empleo.

Tabla 27 Impacto económico

IMPACTO ECONÓMICO							
NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Creación de empleo							x
Ingresos							X
Rentabilidad							X
Liquidez empresarial						X	
TOTAL						2	9

$$\Sigma = 11$$

$$NI = 11 / 4 = 2,75$$

Nivel de impacto económico =

Alto positivo

El impacto económico tiene una connotación alta positiva, tomando en cuenta que con la aplicación del proyecto los niveles de ingresos para la empresa se incrementarán puesto que más personas conocerán a Maveautos y a los servicios que oferta, de esta manera la organización tendrá un mayor nivel de rentabilidad, al tiempo que contará con una liquidez empresarial que le permita realizar inversiones de acuerdo a las necesidades presentadas.

6.2 Impacto de comercialización

Se tomó como referencia este impacto ya que mediante la buena atención al cliente y satisfaciendo sus expectativas con un servicio de calidad se pueden elevar los niveles de venta para la empresa año a año.

Tabla 28 Impacto de comercialización

IMPACTO DE COMERCIALIZACIÓN							
NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Nivel de ventas						X	
Atención al cliente							x
Comunicación comercial						X	
Nuevos clientes							x
Posicionamiento						X	
TOTAL						6	6

$$\Sigma = 12$$

$$NI = 12 / 5 = 2.4$$

Nivel de impacto económico =

Medio positivo

El impacto de comercialización tiene una valoración alta positiva. Se considera que el nivel de ventas en la empresa tendrá un incremento

importante, aplicando las estrategias que se propone en el presente proyecto, lo cual permitiría a la empresa crecer y desarrollarse de tal manera que sea un ícono reconocible en el mercado.

6.3 Impacto social

Este impacto se escogió debido a que si la empresa se implanta se crearán fuentes de empleo además de que la gestión para mejorar el nivel de ventas propenderá a mejorar la calidad de vida de los trabajadores brindándoles estabilidad y un sueldo justo.

Tabla 29 Impacto social

IMPACTO SOCIAL							
NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Fuentes de empleo							x
Calidad de vida de los trabajadores							x
Trabajo en equipo							x
Estabilidad laboral						x	
TOTAL						2	9

$$\Sigma = 11$$

$$NI = 11 / 4 = 2.75$$

Nivel de impacto económico = **Alto positivo**

El presente proyecto refleja un impacto social alto positivo, ya que a través de la implementación de las estrategias aquí propuestas, se crearán fuentes de empleo garantizando al personal cumplir con las leyes vigentes para que exista una estabilidad laboral.

6.4 Impacto general

Tabla 30 Impacto general

IMPACTO GENERAL							
NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Económico							X
Comercialización						X	
Social							x
TOTAL						2	6

$$\Sigma = 8$$

$$NI = 7 / 3 = 2.7$$

Nivel de impacto general =

Alto positivo

El impacto general de este proyecto se encuentra en un nivel alto positivo, resultado del análisis de los impactos económico, de comercialización y social, de tal manera que la aplicación del presente proyecto se hace factible.

CONCLUSIONES

- A través del diagnóstico se pudieron determinar variables del entorno que inciden en el presente proyecto, así como los datos estadísticos de fuentes secundarias como la Agencia de Tránsito y los GAD`s acerca de la información proporcionada del número de vehículos matriculados en la ciudad de Otavalo que sirvió como base fundamental para la estructuración de los capítulos posteriores.
- Con el estudio de mercado se estableció la situación de las mecánicas en relación a sus falencias, así como las necesidades y expectativas de los propietarios de vehículos en relación a los servicios que ofertan los centros de mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo; adicionalmente esta investigación permitió determinar la demanda insatisfecha para determinar el porcentaje de la misma que se espera captar en el futuro.
- A través del estudio técnico se pudieron establecer los equipos y herramientas requeridas para la ampliación de la empresa lo cual permita servir de una manera más oportuna a los clientes y que permita además captar nuevos.
- Del estudio económico financiero se determinó la inversión que se necesita para la creación de la microempresa será de \$ 89.642,00, la misma que se podrá financiar con el 30%capital propio y el 70% mediante un préstamo con un plazo de 10 años en el Banco Nacional de Fomento.
- El proyecto al ser evaluado económicamente y financieramente, dio como resultado un VAN de\$ \$ 85.128,67; una TIR de 39,37%, con un tiempo de recuperación de la inversión de 4 años y 1 mes, lo

cual se considera un tiempo considerable y aceptable para que la realización del proyecto sea factible.

RECOMENDACIONES

- Se deben realizar estudios de manera periódica para determinar las necesidades y expectativas de los clientes de tal manera que la información obtenida sirva para realizar mejoras al interior de la empresa, así como estar al día con los desarrollos tecnológicos en cuanto se refiere a equipos, herramientas y maquinarias para entregar servicios más oportunos a los clientes.
- Se recomienda realizar mejoras en la distribución interior del centro de mantenimiento para que el aspecto técnico del proyecto se desarrolle de la mejor manera.
- Es importante realizar análisis del presupuesto con el que se cuenta para invertir mediante el cálculo de la rentabilidad de la empresa y el retorno del monto invertido para sobre la base de esta información tomar decisiones más acertadas.
- Se sugiere analizar los resultados de los indicadores financieros de forma minuciosa para determinar la factibilidad de implementación de un determinado proyecto, esto ayudará al inversor a tener un menor nivel de riesgo en el momento de destinar su dinero en un futuro negocio.
- Es importante realizar un análisis financiero detallado de los costos en los que se va a incurrir para determinar la factibilidad de su implementación y los réditos que se puede generar en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M. (2012). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. Argentina: Ediciones Granica.
- Daft, R. (2004). *Administración*. México: Thomson.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson.
- Costa, J. (2012). *El DirCom hoy*. Barcelona: iGrafic.
- Hellriegel, D., & Slocum, J. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson
- Koontz, H. W. (2008). *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Lussier, R., & Achua, C. (2011). *Liderazgo*. México: Cengage Learning.
- Ritter, M. (2008). *Cultura organizacional*. Buenos Aires: La Crujía.

LINCOGRAFÍA

- Blog de Seguridad industrial . (21 de agosto de 2011). *Blogspot*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://seguridadindustrialapuntos.blogspot.com/2011/08/un-concepto-de-higiene-y-seguridad.html>
- CINAIE. (2011). *CINAIE*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de http://www.cinae.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=69&lang=es
- Crece Negocios. (21 de febrero de 2012). *Crece Negocios*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/los-estados-financieros/>
- Empresa iniciativa vendedora. (6 de octubre de 2011). *Empresa iniciativa vendedora*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de

<http://www.empresaeiniciativaemprededora.com/?Montar-un-negocio-de-Repuestos-de>

- Fundación Wikimedia. (8 de marzo de 2013). *Wikipedia*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Internacional_del_Trabajo
- Fundación Wikimedia. (14 de marzo de 2013). *Wikipedia*. Recuperado el 2013 de marzo de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Mec%C3%A1nica_automotriz
- Fundación Wikimedia. (11 de marzo de 2013). *Wikipedia*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Lubricante>
- Hernández, J. (2007). *ETP*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://www.etp.uda.cl/areas/electromecanica/MODULOS%20%20ERCERO/MODIFICACI%C3%93N%20Y%20REPARACI%C3%93N/Gu%C3%ADa%20N%C2%BA%201%20Herramientas%20y%20m%C3%A1quinas.pdf>
- OIT. (2006). *OIT*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://www.oit.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc95/pdf/rep-vi.pdf>
- OIT. (2010). *OIT*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://www.ilo.org/global/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/occupational-safety-and-health/lang-en/index.htm>
- ProEcuador. (2011). *ProEcuador*. Recuperado el 28 de febrero de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/03/PROEC-AS2011-AUTOMOTRIZ.pdf>
- Torres, L. (julio de 2005). *Sidweb*. Recuperado el 2013 de marzo de 2013, de

<https://www.sidweb.espol.edu.ec/public/download/doDownload?attachment=126255&websiteId=2589&folderId=17&docId=127294&websiteType=1>

- Turmero, I. (7 de noviembre de 2012). *Monografías*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos94/indicadores-financieros/indicadores-financieros.shtml>
- Universitat de les Illes Balears. (2013). *UIB*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de <http://fci.uib.es/Servicios/libros/investigacion/Bukstein/IX.-Clasificacion-de-las-microempresas.cid217666>
- Viajandox. (2011). *Viajandox*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de <http://www.viajandox.com/imbabura/otavalo-canton.htm>
- Wikipedia. (12 de junio de 2012). *Wikipedia*. Recuperado el 2013 de febrero de 11, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

ANEXOS

MANUAL DE CALIDAD



MAVEAUTOS

NORMA ISO 9001:2008

ÍNDICE

1. Introducción
2. Objeto y Campo de Aplicación
 - 2.1. Objeto
 - 2.2. Campo de Aplicación
3. Requisitos
 - 3.1. Requisitos Generales
4. Responsabilidad de la Dirección
 - 4.1 Compromiso de la Dirección
 - 4.2. Enfoque al cliente
 - 4.3 Política de calidad
5. Infraestructura
 - 5.1. Instalaciones de Trabajo
 - 5.1.1. Generalidades
 - 5.1.1.1 Consultorios
 - 5.1.1.2 Equipamiento
6. Realización del Producto/ Prestación del Servicio
 - 6.1. Gestión Comercial
 1. Análisis de datos y mejora continua
 - 7.1 Generalidades
 - 7.2 Seguimiento y medición
 - 7.2.1 Satisfacción del cliente
 - 7.2.2 Auditoría interna

1. Introducción

El presente Plan de Calidad describe el conjunto de acciones que se deben implementar para la mejora de la calidad en el servicio, teniendo como objetivos principales el aumento de la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los requisitos reglamentarios.

Los planes de calidad se constituyen como una herramienta eficaz que permita aumentar la satisfacción del cliente mediante la mejora continua de la gestión de los procesos internos. Para lograr este objetivo, la empresa debe ofertar productos y servicios de calidad a nivel automotriz.

Los planes de calidad deben responder a un compromiso corporativo en donde es necesario que la adopción de un plan de calidad responda a una decisión estratégica de la dirección, que fomenta una cultura de calidad y de empoderamiento en cada uno de los procesos a nivel operacional y administrativo en la compañía.

La implantación del presente plan de calidad supone un paso hacia la implantación de sistemas de gestión de la calidad más completos (sobre todo a nivel documental) y está en línea con la Norma Internacional UNE-EN ISO 9001: 2008.

2. Objeto y Campo de Aplicación

2.1. Objeto

El objeto del presente plan es establecer las acciones a realizar por parte de los miembros de Maveautos para brindar una atención de calidad a sus clientes en todo momento.

Los objetivos del presente plan son:

- Asegurar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus expectativas y necesidades.
- Proporcionar a los clientes productos de calidad para asegurar la efectividad de cada uno de los procesos de mantenimiento vehicular ofertados por Maveautos.
- Brindar una atención de calidad con personal calificado que tenga proceso de preparación profesional y personal constante.

2.2. Campo de Aplicación

Este plan se aplica a cualquier organización perteneciente al sector de mantenimiento automotriz. La implantación de todas las cláusulas descritas en el presente plan asegurarán la calidad en cada uno de los procesos desde la atención desde el momento de la llegada del cliente hasta el recibimiento del servicio según el diagnóstico vehicular.

La efectiva operación del Sistema de Gestión de Calidad es responsabilidad Gerente General y responsables de los procedimientos de mantenimiento automotriz.

3. Requisitos

3.1. Requisitos Generales

La estructura de la documentación definida para Maveautos, tiene como finalidad soportar el Sistema de Gestión de Calidad consta de cuatro niveles de documentación:

- a) **Manual de calidad:** establece la política y objetivos de calidad y describe el sistema de Gestión de Calidad.
- b) **Reglamento Interno:** describe las normas al interior de la organización para su cumplimiento
- c) **Procedimientos:** se define las actividades o tareas que deben ejecutarse y quienes son los responsables de las mismas.
- d) **Instrucciones de trabajo:** definen la forma de ejecutar tareas específicas.
- e) **Registros:** presentan los resultados obtenidos y proporcionan evidencia de las actividades realizadas.

4. Responsabilidad de la Dirección

4.1 Compromiso de la Dirección

El Gerente General de Maveautos, tiene la responsabilidad de comprometerse con el desarrollo, implementación y mejoramiento del Sistema de gestión de Calidad a través de:

- a) Comunicar oportunamente al personal acerca de la importancia de satisfacer los requerimientos de los clientes y los requisitos legales.
- b) Informar a todos los miembros de la organización las políticas y objetivos de calidad.

- c) Realizar reuniones periódicas para la revisión de niveles de cumplimiento.
- d) Suministrar recursos, tanto humanos como técnicos, materiales y financieros para el cumplimiento adecuado del presente plan.

4.2. Enfoque al cliente

La Gerencia General debe hacer un seguimiento al cumplimiento de los requisitos establecidos mediante los resultados de las encuestas realizadas a clientes y potenciales clientes de Maveautos. Con base a los resultados obtenidos, se establecen acciones de mejora para aquellos aspectos que los clientes los consideran bajos.

4.3 Política de calidad

La Gerencia General de Maveautos establece, divulga y aprueba la siguiente política de calidad:

Maveautos, oferta servicios de diagnóstico y mantenimiento vehicular con altos estándares de calidad, con personal competente y comprometido, para evitar acciones que puedan perjudicar el adecuado funcionamiento del vehículo y así alcanzar la eficacia a través de la mejora continua en sus procesos, encaminada a la satisfacción del cliente y superación de sus expectativas.

5. Infraestructura

La organización debe proporcionar y mantener las instalaciones necesarias para asegurar la calidad tanto de sus productos como de sus servicios.

5.1. Instalaciones de Trabajo

5.1.1. Generalidades

5.1.1.1 Área de repuestos:

- a) El área de repuestos debe ser suficientemente amplia para ubicar perchas y poder caminar libremente en los pasillos.
- b) Las paredes, techo, suelo, debe estar en buen estado (conservación, limpieza, pintura, etc.).
- c) La fachada exterior del área de repuestos debe mantenerse limpia y debe existir una identificación en la parte exterior para que sea visible a los/las clientes.
- d) Esta área debe poseer iluminación adecuada.
- e) Los accesos al interior del área de repuestos deben estar limpios y espaciosos para que sea fácil acceder a las diferentes áreas.
- j) Debe existir un área específica donde se encuentren herramientas e insumos de seguridad (extintor, botiquín de primeros auxilios) en caso de algún acontecimiento como incendio o terremoto.

5.1.1.2 Área de reparación y mantenimiento:

a) Equipamiento:

La empresa debe proporcionar y mantener los equipos necesarios para asegurar la calidad en cada uno de los procedimientos de diagnóstico y mantenimiento vehicular, para este fin se deben tomar en cuenta las siguientes normas:

- Apagar los equipos después de cada procedimiento.
- Realizar limpieza de manera periódica.

- Encender los equipos con las manos debidamente lavadas y desinfectadas, para evitar contaminación de bacterias.

b) Uniformes de trabajo:

Los trabajadores deben utilizar sus mandiles de trabajo durante la jornada laboral con su respectiva identificación.

6. Realización del Producto/ Prestación del Servicio

6.1. Gestión Comercial

Maveautos, debe disponer de los medios necesarios para asegurar que se satisfacen las expectativas del cliente en los procesos derivados de la gestión comercial; se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- a) La gestión comercial debe estar sustentada por una sistematización de datos tanto de clientes, como proveedores, comunicación organizacional y con públicos externos.
- b) La organización debe disponer de una política clara de promociones y descuento que deben ser comunicados oportunamente a sus clientes.
- c) La organización debe disponer de catálogos de repuestos que deben estar actualizados periódicamente y con un fácil acceso para el personal de las diferentes áreas de la empresa.

7. Análisis de datos y mejora continua

7.1 Generalidades

Maveautos debe planificar e implementar los procesos de medición, análisis y mejora necesarios para:

Demostrar la conformidad del servicio, asegurar la conformidad del sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia, mediante el seguimiento a sus objetivos

7.2 Seguimiento y medición

7.2.1 Satisfacción del cliente

Maveautos debe realiza un seguimiento a la satisfacción de sus clientes a través de estudios periódicos que midan el nivel de fidelidad e inconformidad con ciertos aspectos que evalúen como bajos.

7.2.2 Auditoría interna

Maveautos debe realizar auditorías internas de su Sistema de Gestion de Calidad para determinar su conformidad con la Norma ISO 9001:2208, su implementación y mantenimiento eficaz.

Estas auditorías se realizan en forma periódica, para garantizar el cumplimiento de objetivos y medición de niveles de desempeño en el servicio.

REGLAMENTO INTERNO



MAVEAUTOS

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Sr. Julio Acosta

Maveautos Otavalo

CAPÍTULO PRIMERO DEL PROPOSITO Y LAS LEYES APLICABLES

JULIO ACOSTA, es una persona natural cuya actividad es la prestación de servicios de diagnóstico y mantenimiento vehicular en la ciudad de Otavalo.

Art. 1. Del propósito

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 64 del Código de Trabajo y para los fines previstos en el numeral 12 del Art. 42, del literal e) del Art. 45 del mismo Código y en general para el cumplimiento de disposiciones legales vigentes en materia laboral, JULIO ACOSTA domiciliado en la ciudad de Otavalo, dicta el presente Reglamento con el propósito de regular el manejo del sistema laboral entre JULIO ACOSTA y su personal.

El cumplimiento de las disposiciones descritas en el presente documento facilitara el adecuado relacionamiento entre empleados JULIO ACOSTA y su convivencia positiva, evitando posibles inconvenientes, para brindar un servicio de excelencia a los clientes.

Art. 2. Ámbito de aplicación:

En el presente Reglamento Interno se utilizará los términos EMPLEADOR para referirse a JULIO ACOSTA., y se usará la palabra "TRABAJADORES" para denominar a los empleados y trabajadores en general. El uso de los términos en masculino incluirá el femenino, el uso de tiempo singular y viceversa.

El presente Reglamento se aplicará y será obligatorio para todos los trabajadores que estén sujetos al Código de Trabajo.

Art. 3. Sujeción

Tanto JULIO ACOSTA como sus trabajadores quedan sujetos a estricto cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y a las normas del Código del Trabajo las cuales se entenderán incorporadas a todos los contratos individuales de trabajo celebrados entre JULIO ACOSTA y los trabajadores.

Se presume su conocimiento, y por tanto, su desconocimiento no podrá ser alegado y no será excusa para ningún trabajador, para lo cual EL

EMPLEADOR se responsabilizará de la entrega física de Reglamento con la debida capacitación y explicación del caso.

Art. 4. De los órganos de administración del recurso humano

Son funciones de la Administración del Recurso Humano de JULIO ACOSTA, como representante de la Gerencia General y la Jefatura Administrativa, cuyas funciones serán de cumplir y hacer cumplir las disposiciones generales y las leyes laborales y normas establecida dentro del mismo y del Código legal vigente.

CAPÍTULO SEGUNDO CONTRATOS DE TRABAJO

Art5. Tipos de contratos

El Empleador podrá celebrar válidamente, cualquier tipo de contrato de trabajo con sus empleados utilizando cualquiera de las modalidades permitidas por la ley.

Art.6. Condiciones de los contratos

Todos los trabajadores de JULIO ACOSTA serán contratados por escrito, todos los contratos serán sujetos a las condiciones establecidas en el Código del Trabajo.

Los contratos individuales que la empresa celebra por primera vez, tendrán necesariamente un período de prueba de noventa días. En este período o al término del mismo, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato, mediante simple notificación.

La empresa podrá celebrar contratos a plazo fijo, por tiempo indefinido, ocasionales, eventuales, o cualquier otro determinado por la ley, en la medida que considere necesario y estipulando las condiciones particulares en cada caso.

Art.7. Vacantes

Cuando se produzca vacantes o nuevas necesidades de personal, JULIO ACOSTA buscará la persona más idónea para llenar la vacante. La selección de candidatos será efectuada por la Gerencia, a través de un proceso técnico de selección diseñado para el efecto. Los resultados de las pruebas tendrán el carácter de confidencial y serán evaluadas también por el gerente de área que lo requiere. Los mecanismos, procesos y

procedimientos para dicha selección serán bajo el diseño y formato de la empresa según su conveniencia y funcionalidad.

CAPÍTULO TERCERO DE LA ADMISIÓN

Art.8. La admisión

La etapa previa a la contratación de un trabajador juega un importante papel dentro de la selección del personal. Para ello JULIO ACOSTA requerirá del aspirante las siguientes condiciones:

- Ser mayor de edad;
- Poseer título académico, técnico o profesional, o el cumplimiento de los requisitos académicos mínimos necesarios para el cabal cumplimiento de sus responsabilidades;
- Comprobación de las calidades profesionales mediante exámenes técnicos;
- Demostrar antecedentes personales satisfactorios y de buena conducta;
- Presentar una solicitud de empleo en los formularios que la empresa estime conveniente y llenar las hojas de información respectiva.

Art.9. Comprobación de datos y documentación

El o la solicitante declarará que todos los datos son verdaderos y que no ha omitido u ocultado ninguna información que pueda ser relevante para la decisión de su contratación por parte del EMPLEADOR. La presentación de documentos falsos o alterados, constituyen faltas graves a este reglamento y son causa para la terminación del contrato de trabajo, de acuerdo al Art. 310, No. 2; del Código de Trabajo, previo tramite de Visto Bueno.

JULIO ACOSTA se reserva el derecho de realizar las investigaciones necesarias para establecer la veracidad de los antecedentes e historial del aspirante a ocupar una vacante. Después de verificar los datos, la Empresa se reserva también la potestad de contratar o no al aspirante, sin que esto le otorgue ningún derecho a ocupar dicha vacante.

Adicionalmente para el ingreso de personal se requiere presentar los siguientes documentos:

- Cédula de ciudadanía
- Certificado del último sufragio
- Certificado actualizado del último trabajo
- Dos certificados actualizados de honorabilidad y honradez
- Partida de nacimiento de los hijos (de existir)

- 4 fotografías tamaño carne
- Certificado de tipo de sangre
- Ficha médica de la empresa
- Record policial

Art. 10. Referencias

JULIO ACOSTA podrá solicitar las referencias que estime necesarias sobre el aspirante y se reserva la libertad de verificar la información antes y/o después de su contratación, así como los demás datos presentados.

CAPÍTULO CUARTO JORNADAS Y HORARIOS LABORALES

Art. 11. Jornadas de trabajo

Cada trabajo en la Empresa es crítico, por la naturaleza médica de la Empresa para alcanzar las necesidades de nuestros clientes /pacientes, por lo que es importante que el personal que se encuentre presente listo y a tiempo para empezar la jornada laboral en el taller. Lo cual incluye el empezar su trabajo y también el retorno de descansos y almuerzos.

Los horarios serán establecidos por la Gerencia General, de acuerdo a la conveniencia de la Empresa y previa la autorización de la Dirección Regional de Trabajo.

Art.12. De los horarios especiales

Previo acuerdo del titular de Recursos Humanos con los trabajadores, siempre que las necesidades de trabajo así lo requieran, los empleados deberán laborar un horario extraordinario de trabajo. Los trabajos que excedan la jornada ordinaria se pagarán conforme a lo que establece los Arts. 50 y 55 del Código de Trabajo. Previa autorización de la Dirección del Trabajo.

Art.13. No llamar / no presentarse

En caso de ausencia y en la medida de lo posible, los empleados y trabajadores deberán comunicarse antes de que su horario de trabajo empiece, tal inobservancia daría como resultado una acción disciplinaria. Para ello se deberá consultar con su inmediato superior en cuanto a cuándo y cómo se debe comunicar a tiempo.

Art. 14. Puntualidad

Todos los trabajadores se presentarán a desempeñar sus funciones con absoluta puntualidad. En razón de la actividad de la Empresa, la puntualidad es indispensable, por lo que existirá un margen de tolerancia de 10 minutos. En caso de producirse un atraso, se procederá a tomar una acción disciplinaria.

Art.15. Control de asistencia

El Empleador a través de su sistema se realizara el control de asistencia y puntualidad de sus empleados y trabajadores.

Art. 16. Relevo de funciones

Sin embargo de lo establecido anteriormente, si un trabajador se atrasare o faltare a un turno sin previo aviso, quien estuviere cumpliendo el turno inmediato anterior, dará aviso del hecho al responsable del área, que mientras se solucione el trabajador en medida de lo posible esperara para entregar su turno, ante lo cual se le pagará los recargos de acuerdo a la Ley.

Art.17. Registro de ingreso del personal

JULIO ACOSTA, contará con un registro físico de ingreso y salida del personal, con la finalidad de evitar acciones engañosas por parte de los empleados para el registro de su ingreso, por lo cual la falta de registro que es individual, única e indelegable será considerada como no hecha y se tomaran como falta grave.

La omisión del registro a la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada.

El incumplimiento de estas disposiciones reglamentarias será sancionado como falta grave de indisciplina y dará lugar a la imposición de una sanción prevista en este reglamento. En el caso de los empleados que estén ausentes de la oficina por comisión de servicios o por enfermedad la falta de registro deberá ser justificada debidamente por el jefe inmediato ante la Jefatura Administrativa.

Art. 18. Jornada extraordinaria y suplementaria

Cuando fuere necesario y previa autorización de la Gerencia para el efecto y aceptación del trabajador, los trabajadores deberán laborar en jornadas suplementarias o extraordinarias, según fuere acordado, acogiéndose a las normas y procedimientos establecidos en la ley.

Por la prestación de servicio de JULIO ACOSTA se requiere que el personal esté atento para ser llamado por emergencia, cirugías o tratamientos especiales, siendo ésta jornada considerada como horas suplementarias o extraordinarias a ser canceladas acorde a lo establecido en el articulado correspondiente del Código de Trabajo.

Art.19. Autorización de trabajo durante horas suplementarias o extraordinarias.

Salvo casos de emergencia, previo acuerdo expreso entre las partes se laborará horas suplementarias o extraordinarias. Consecuentemente ninguna declaración de trabajo suplementario o extraordinario será

aceptada por la Empresa, si no ha existido el acuerdo correspondiente con la Gerencia General.

Art. 20. Horas de compensación

No se consideran horas suplementarias o extraordinarias, los trabajos desempeñados luego de la jornada ordinaria o en días de descanso, con el objetivo de compensar el tiempo perdido ya sea por los días feriados no obligatorios cuando así lo disponga la Autoridad competente.

CAPÍTULO QUINTO REMUNERACIONES Y REEMBOLSOS

Art. 22. Pago de remuneraciones

La Empresa liquidará mensualmente los valores correspondientes a ingresos y deducciones que tengan lugar de conformidad con la Ley con respecto a las remuneraciones, la misma que será cancelada por mes cumplido incluyendo todos los beneficios que determina la Ley. Las horas nocturnas y/o extraordinarias se pagarán una vez que se encuentren registradas en los formularios respectivos.

CAPÍTULO SEXTO AUSENCIAS

Art. 23. Abandono del trabajo

El abandono del trabajo por más de tres días consecutivos en un mes sin justa causa debidamente comprobada, constituirá falta grave y será sancionada de acuerdo a lo estipulado en el Código de Trabajo y dará lugar a la terminación de su relación laboral previo visto bueno.

Art. 24. Permiso para salir del trabajo

Ningún trabajador podrá abandonar su sitio de trabajo durante las horas de labor sin cumplir con las siguientes disposiciones:

- Son permisos las autorizaciones concedidas por, Gerente General para que puedan ausentarse temporalmente del lugar de trabajo. Los permisos remunerados serán concedidos únicamente por calamidad doméstica, requerimiento por escrito de autoridad competente, ejercicio del derecho a voto, enfermedad, orden médica, y en los demás casos previstos en la Ley y en este reglamento.
- Los empleados están obligados a pedir personalmente permiso por lo menos con 48 horas de anticipación y no podrán ausentarse del lugar de trabajo sin haber recibido la correspondiente autorización.

- En caso de calamidad doméstica, el funcionario o empleado por cualquier medio en forma inmediata de acontecida esta situación, deberá informar de la misma a su inmediato superior o manager.
- La ausencia por enfermedad deberá ser justificada mediante certificado médico en plazo máximo de 72 horas.
- Si después de vencido el plazo de permiso el empleado no se reintegra sin causa justificada, se sujetará a las sanciones disciplinarias correspondientes.

Art.25. Permisos dentro del horario de trabajo

Ningún permiso podrá exceder de 8 horas diarias. En el caso de que un trabajador se ausentara de su lugar de trabajo con permiso dentro de su horario de trabajo o en el caso que ocupe funciones que pueda requerir un contacto urgente e inmediato, el mismo deberá disponer de cualquier medio para ser contactado, como: celular, teléfonos de contacto en donde se encuentre, etc..

Art.26. De las calamidades

Se entenderá por calamidad doméstica, los siguientes hechos:

- La muerte de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Accidentes o enfermedades graves que requieran de la hospitalización de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Todo hecho que requiera la presencia urgente y necesaria del trabajador en su domicilio a fin de evitar un desastre. Enfermedades graves del cónyuge, conviviente o hijos que requieran de la compañía del trabajador.

Todos los permisos otorgados por cualquier índole o naturaleza por la empresa a través de las personas autorizadas deberán ser justificados y respaldados con los documentos pertinentes para cada caso a satisfacción total de la empresa. Caso contrario se tomarán las medidas pertinentes.

Art. 27. Licencia sin sueldo

Es la situación en que se encuentra un empleado autorizado por JULIO ACOSTA a quien se le permite ausentarse temporalmente del desempeño del cargo asignado, sin remuneración. En el presente caso, el empleado deberá consignar el valor correspondiente al pago de sus aportaciones personales al IESS, a fin de depositar estos valores en dicho Instituto.

Art. 28. Licencia con sueldo

JULIO ACOSTA podrá autorizar licencia con sueldo en los siguientes casos:

- En aquellos contemplados por el reglamento específico del IESS en caso de enfermedad del trabajador.
- Por maternidad durante 12 semanas.
- Por lactancia 2 horas diarias, al principio o final de cada jornada diaria de labor, durante 9 meses posteriores al parto.
- Por calamidad doméstica debidamente justificada.

CAPÍTULO SÉPTIMO LUGAR DE TRABAJO

Art. 29. Lugar de trabajo libre de acoso

JULIO ACOSTA se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Cualquier empleado que cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento. Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad y que se trate de:

- a) Tener el propósito de crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Tener el propósito de interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar en las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.30. Comportamiento dentro del lugar de trabajo

Son comentarios no aceptables

- Hacer comentarios fuera de lugar ya sean estos escritos o verbales, también demostrar un comportamiento en contra de un individuo ya sea por su color, raza, religión, sexo, nacionalidad, edad y discapacidad. Demostrar estereotipos, tratos y hechos negativos relacionados a color, raza, religión, sexo, nacionalidad, edad y discapacidad.

- No se permite hacer comentarios verbales o escritos ofensivos.
- No se permitirá el uso de rótulos colocados sobre paredes, posters y cualquier tipo de circular que atente a la identidad de una persona.
- Se considera anomalía en el comportamiento de la empresa cualquier comentario que afecte a los profesionales, colaboradores o la imagen misma de la empresa tanto entre empleados y trabajadores como a los pacientes que acuden a la misma.

Art.31. Acoso sexual

JULIO ACOSTA estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso en el lugar de trabajo. Acoso sexual no se refiere a cumplidos ocasionales o comentarios que son socialmente aceptados. Se entenderá acoso sexual a lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se refiere a una conducta implícita o explícita es decir con el fin de ser promovido. Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Cuando se intenta interferir en el desempeño de labores de un individuo. El acoso sexual puede incluir una variedad de comportamientos y hechos que se presentan en varios niveles: Contacto físico inapropiado como innecesarias caricias, rasguños, toques y palmadas. El forzar a un individuo a tener relaciones sexuales o favores sexuales.
- Acoso verbal en donde hay un abuso de la naturaleza sexual donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.
- Usar términos o gestos sexuales sugestivos para describir el cuerpo de una persona, vestimenta o actividad sexual o inclinación sexual, colgar rótulos, hojas, email, volantes sexualmente ofensivos en el lugar de trabajo.

Art.32. Sanciones por acoso sexual

Si alguien ha incurrido en uno de los tipos de acoso sexual ya mencionados, JULIO ACOSTA tiene la responsabilidad reportarlos al

organismo gubernamental competente, para iniciar las investigaciones pertinentes.

Art.33. De los reclamos

JULIO ACOSTA no tolerará ninguna forma de reprimenda o acción negativa en contra de un empleado que haya hecho un reclamo de buena fe, de acoso y discriminación. Todo reclamo será investigado, y será tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.34. Uso de internet

Los empleados solo pueden hacer uso de Internet para tareas oficiales de la empresa, por lo cual se encuentra estrictamente prohibido el uso de Internet para conversar, leer, navegar, bajar música, paginas sociales y otros en horas de oficina ya que esto interfiere en el desempeño de labores. Si un empleado fuese encontrado haciendo mal uso del Internet en horas de trabajo, este será sancionado conforme al presente reglamento. El uso de Internet para labores que no son de oficina se permitirá, únicamente en horas de almuerzo, antes o después de horas de oficina o feriados, con un máximo de 1 hora en cada periodo autorizado por la Empresa, caso contrario la empresa ejercerá la acción disciplinaria que corresponda.

Art.35. Política de drogas, alcohol y tabaco

JULIO ACOSTA reconoce que su futuro depende de la salud física y mental de sus trabajadores. El uso y comercialización de drogas afecta la imagen de la empresa. La posesión, uso y venta de drogas ilegales y el consumo de bebidas alcohólicas durante horas de trabajo, se encuentra estrictamente prohibido.

Cualquier empleado bajo la influencia del alcohol o drogas que no demuestre juicio alguno, desempeño o seguridad a los empleados u otros dentro de la propiedad de la empresa, durante horas de trabajo, será sancionado conforme el presente reglamento.

Todo empleado está en la obligación de notificar a la compañía el uso de medicación que pueda afectar su desempeño y comportamiento.

Si alguno de los empleados ha ingerido alcohol o acudió en estado etílico a su lugar de trabajo, éste será inmediatamente retirado de su lugar de trabajo, con la debida consecuencia de la amonestación establecida por la ley.

CAPÍTULO OCTAVO VACACIONES ANUALES

Art.36. De las vacaciones

A partir del primer año cumplido de trabajo en la Empresa, el trabajador tiene derecho a quince días ininterrumpidos de vacaciones anuales pagadas, las que no podrán ser compensadas con dinero a excepción de los días adicionales que a partir del quinto año le corresponde al trabajador según el Art.69 del Código del Trabajo.

Art.37. Planificación de las vacaciones

JULIO ACOSTA determinará la época en que cada trabajador gozará de sus vacaciones, estableciendo un cronograma anual del mismo que será publicado con tres meses de anticipación.

Art.38. Negación de vacaciones

En caso de funciones técnicas y de dirección puede negarse al trabajador las vacaciones de un año, para que las goce necesariamente el año próximo.

Art.39. Acumulación de vacaciones

El empleado y/o trabajador de JULIO ACOSTA tiene el derecho de acumular sus vacaciones hasta por tres años consecutivos a fin de gozarlas en el cuarto año.

CAPÍTULO NOVENO RECLAMOS Y CONSULTAS

Art.40. De las consultas

Los empleados y trabajadores de JULIO ACOSTA tienen derecho a ser escuchados en sus reclamos o consultas provenientes de las reclamaciones de trabajo.

Art.41. De las reclamaciones

Los reclamos y consultas deben presentarse a JULIO ACOSTA como gerente general y como administradora, quien solucionará en cada caso de acuerdo a la ley y ciñéndose estrictamente a las disposiciones del presente reglamento interno.

CAPÍTULO DÉCIMO

SANCIONES Y TERMINACIÓN DE LA RELACION LABORAL

Art.42. De las sanciones

De acuerdo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, se aplicará una de las sanciones aquí detalladas; la inobservancia de las prohibiciones y el incumplimiento de las obligaciones aquí previstas se considerarán como faltas sancionadas de acuerdo a su gravedad y/o al perjuicio que hubiera ocasionado a la compañía en caso de haberlo hecho:

- a) Amonestación verbal;
- b) Amonestación escrita;
- c) Multa de hasta el 10% de la remuneración que percibe el trabajador; y,
- d) Terminación del contrato de trabajo previo Visto Bueno.

Las funciones y responsabilidades de cada trabajador y empleado de JULIO ACOSTA deberán ser reportadas y documentadas en su respectiva carpeta personal por parte de la GERENCIA GENERAL, así como también las llamadas de atención, amonestaciones, sanciones y demás documentación referente a su comportamiento.

Art.43. Aplicación de las sanciones

La aplicación de las sanciones enumeradas en el artículo anterior siempre que se verifique transgresiones de cualquiera de las disposiciones del presente reglamento, obedecerán al más alto criterio de justicia, tolerancia y equidad, salvaguardando el respeto jerárquico y la disciplina interna de la empresa.

Art.44. Autoridad que impone las sanciones

EL EMPLEADOR puede imponer cualquiera de las sanciones establecidas en el Art. 42 de este Reglamento, previa notificación escrita al trabajador.

Art.45. Terminación de la relación laboral

JULIO ACOSTA es la única persona en capacidad para dar por terminada la relación laboral con cualquier trabajador, previo trámite legal correspondiente.

Art.46. Responsabilidad sobre las sanciones

Será responsable el Empleador con todos aquellos que en abuso de su autoridad causen daño a la empresa por la aplicación de las sanciones anotadas.

Art.47. Del visto bueno

EL EMPLEADOR tiene el derecho y podrá solicitar el Visto Bueno necesario para dar por terminadas las relaciones laborales con el trabajador que ha incurrido en cualquier falta grave señalada en este Reglamento Interno y a lo dispuesto en el Art. 172 del Código del Trabajo.

CAPÍTULO DÉCIMO PRIMERO GASTOS DE VIAJE, ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN

Art. 48. De la movilización

El trabajador que por orden de la Empresa tuviere que movilizarse fuera del lugar habitual de su trabajo, tendrá derecho a recibir viáticos para cubrir los gastos de viaje.

Art. 49. Registro de gastos

Dicho trabajador está obligado a elaborar una cuenta de gastos, adjuntando los respectivos recibos originales, liquidando los viáticos solicitando el reembolso por la diferencia.

Art. 50. Suspensión de viaje

Si dicho trabajador suspendiese el viaje por calamidad doméstica, fuerza mayor o imposibilidad física, está obligado a comunicar a JULIO ACOSTA la razón alegada.

Si faltase esta comunicación la Empresa podrá considerar como falta injustificada de asistencia al trabajo.

CAPÍTULO DÉCIMO SEGUNDO DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 51. Obligaciones de los empleados y trabajadores

Son obligaciones de los trabajadores, a más de las constantes en el Art. 45 del Código del Trabajo, y las determinadas por la Ley, el contrato de trabajo, y el presente Reglamento Interno, las que a continuación enumeradas y cuyo incumplimiento serán consideradas como faltas leves, siempre y cuando no haya reincidencia.

- a) Cumplir con eficacia, buena voluntad y espíritu de colaboración las labores encomendadas siguiendo obediente y cumplidamente las órdenes emanadas por la empresa en apego para las funciones para las que contratado a través de su representante o de la persona encargada de su Departamento.

- b)** Respetar a sus superiores y cultivar la más sana armonía con sus compañeros de trabajo durante las horas de labor o fuera de ellas, respetando la dignidad ajena y evitando disgustos, discordias e intrigas entre compañeros.
- c)** Observar buena conducta intachable en el trabajo guardando las normas de buena educación y ética entre sí y con sus superiores.
- d)** Sujetarse y cumplir fielmente las leyes laborales, el contrato, el reglamento, el horario y las instrucciones verbales o escritas que reciban de sus superiores inmediatos.
- e)** Velar y responsabilizarse por la integridad y buen estado de todos los objetos tanto implementos, instrumental y equipos que le entregue para el desarrollo de su labor diaria.
- f)** Presentarse al trabajo cuidando de su arreglo personal y usar la ropa de trabajo y uniformes suministrados por la empresa, en forma permanente mientras preste sus servicios.
- g)** Defender los intereses morales y materiales de la empresa, de los clientes, proveedores y público en general, evitando toda clase de daños y perjuicios y poniendo siempre adelante el prestigio de la empresa.
- h)** Hacer uso responsable de los insumos que JULIO ACOSTA entregue para el uso y desarrollo de su trabajo, mientras que en caso de existir excedentes de insumos, éstos serán entregados al departamento correspondiente.
- i)** Realizar inventarios de los equipos, útiles de trabajo y más implementos o pertenencias de la empresa que estén a su cargo, cuando lo ordene un superior jerárquico.
- j)** Mantener limpio y ordenado el sitio de trabajo, en donde realiza su labor, observando las medidas de higiene y cuidado, precautelatorios de la salud señalados por la empresa y las que naturalmente influyen en la conservación de la salud.
- k)** Cuidar las pertenencias de los clientes que les sean confiadas y responder por ellos en caso de pérdida, destrucción o daño, que provenga de negligencia debidamente comprobada por la autoridad competente, y no como casos fortuitos o de fuerza mayor.

- l)** Someterse a las medidas usuales de higiene, de seguridad y de prevención de accidentes y riesgos del trabajo prescritas por las autoridades del ramo y las que ordene la empresa de conformidad con la ley.

- m)** Ejecutar las labores que le correspondan no debiendo encargar a otra persona la realización del trabajo que le ha sido encomendado ni cambiar de puesto de trabajo, ni alterar las horas de labor o reducirlas o suspender el servicio sin sujetarse a la reglamentación respectiva de turnos y horarios asignados.

- n)** Permanecer dentro del área del trabajo durante las horas laborables, salvo el caso de los trabajadores que por su función tengan que concurrir a otras áreas o instalaciones.

- o)** Realizar otras tareas que sus superiores les encomienden.

- p)** Proporcionar a la Gerencia, los datos requeridos sobre su cambio de domicilio, estado civil, nacimiento de hijos, etc., con la correspondiente justificación cuando fuere del caso.

- q)** Utilizar el teléfono de la empresa para asuntos de trabajo y no abusar de su empleo con fines particulares.

- r)** Tratar al público en general y en especial a los clientes de la empresa, con la cortesía del caso, brindándoles además un trato delicado y amable en todo momento, fomentando el progreso de la empresa y de todos los trabajadores de la misma; si por cualquier circunstancia se suscitare algún incidente con un cliente o proveedor; el trabajador o empleado antes de contradecir llevará el caso a su inmediato superior fin de que lo resuelva.

- s)** Exponer sus quejas o reclamos en forma comedida al superior jerárquico.

- t)** Reportar a sus superiores jerárquicos los hechos o circunstancias que causen daño a la empresa o que afecten o impidan el cumplimiento de sus labores.

- u)** Cuidar del mantenimiento de los equipos, instrumental y herramientas con las cuales labora el trabajador y en caso de pérdida, desperfecto o daño, dar aviso inmediato al superior.

- v) Asistir a los eventos de capacitación programados por EL EMPLEADOR dentro de los horarios establecidos para los mismos.
- w) No intervenir ni dirigir actividades políticas, religiosas o de proselitismo dentro de las dependencias de la empresa.
- x) No emplear, sin autorización de la empresa, útiles, herramientas, instrumental, equipos y otros bienes de propiedad de la misma o destinarlos a usos distintos de los que les son naturales; ni disponer de estos implementos o de materiales o de bienes de la empresa, en cualquier forma, sin perjuicio de que pudiere ser catalogada como una falta grave dependiendo del perjuicio que causare a la compañía.

Art. 52. Prohibiciones a los empleados y trabajadores

A más de las prohibiciones establecidas para los trabajadores en el Art. 46 del Código del Trabajo, se suman aquellas contravenciones al presente Reglamento Interno de Trabajo cuyas violaciones constituirán indisciplina, desobediencia o falta grave al mismo o al empleador, cuyas sanciones se encuentra estipulada en el Art. 42 del presente Reglamento.

- A) Concurrir al lugar de trabajo bajo efectos de bebidas alcohólicas aun cuando no se encuentre en estado de embriaguez, o bajo los efectos de estupefacientes o drogas.
- B) Introducir o ingerir bebidas alcohólicas, estupefacientes o drogas durante la jornada de trabajo en los vehículos o en los predios de la empresa.
- C) Promover algarazas, reyertas o escándalos en los lugares de trabajo.
- D) Portar armas de cualquier clase en el centro de trabajo, salvo el caso del personal de guardianía o vigilancia y aquel que esté autorizado por escrito.
- E) Alterar el horario asignado para la alimentación o excederse en el tiempo establecido para el efecto se considera una falta leve.
- F) Agredir o injuriar de manera verbal o escrita a los clientes, proveedores, compañeros de trabajo o superiores jerárquicos.

- G)** Causar grave daño a los bienes o pertenencias de la empresa, de los compañeros de trabajo o de los clientes o ponerlos en grave riesgo.
- H)** Hacer afirmaciones o propagar rumores falsos que vayan en detrimento de la empresa o de alguno de sus personeros o que creen inquietud y malestar en el personal o entre la empresa y sus clientes.
- I)** Desatender o suspender la ejecución de las labores, promover o participar en dichas suspensiones o abandonar el sitio de trabajo sin fundamento legal.
- J)** Boicotear o limitar maliciosamente su trabajo o el de los demás con el objeto de reducir los volúmenes de producción de la empresa.
- K)** Exigir a los clientes / pacientes de la empresa la entrega de dinero, propinas o beneficios por los servicios prestados a ellos.
- L)** Tomar o usar arbitrariamente cualquier objeto de propiedad de los clientes, proveedores o compañeros o usar en provecho propio los bienes y servicios destinados exclusivamente al uso de los clientes.
- M)** Disponer del dinero recibido de los clientes por la venta de servicios pago de los servicios prestados por la empresa.
- N)** Firmar a nombre de la empresa sin la autorización escrita correspondiente o utilizar para asuntos personales a nombre de la compañía o sus papeles, sellos o logotipos.
- O)** Hacer competencia a la empresa o comercializar con sus productos, servicios o materias primas, negocios de la misma rama de actividad.
- P)** Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude y otros que impliquen de delito o contravención de Policía, reservándose la Empresa el derecho de tomar las acciones legales que considere pertinentes.
- Q)** Informarse del contenido de comunicaciones o de cualquier otra información confidencial de la empresa, salvo que haya sido autorizado, y en todo caso, bajo obligación de reserva.

- R) Divulgar cualquier dato de carácter reservado de la empresa, sea de carácter técnico, industrial, comercial, administrativo o de cualquier índole que hubiere llegado a su conocimiento.
- S) Realizar durante las horas de trabajo, dentro o fuera de la empresa según el cargo que desempeñe, trabajos para otras personas naturales o jurídicas, sin autorización escrita concedida por el empleador.
- T) Acosar a clientes, proveedores o compañeros de trabajo tanto dentro como fuera de las instalaciones de la Empresa.
- U) Cobrar honorarios en forma particular dentro de la jornada de trabajo, quienes no deban hacerlo ya que perciben una remuneración para ello.
- V) Las demás contempladas en el Código del Trabajo.

CAPITULO DECIMO TERCERO OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Art. 53. Obligaciones de JULIO ACOSTA

Son obligaciones JULIO ACOSTA aparte de las establecidas en las leyes, las siguientes:

- A) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico, salud y bioseguridad.
- B) Llevar un registro actualizado en el que consten nombres, edades, datos personales, estado civil, cargas familiares, antigüedad en el servicio y en general todo hecho que se relacione con la prestación de labores y actividades de los trabajadores de la empresa.
- C) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones, así como ropa de trabajo apropiada, uniformes e implementos de seguridad industrial.
- D) Tratar a los empleados o trabajadores con el natural respeto y la consideración que se merecen.
- E) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos de los trabajadores.

- F)** Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.

- G)** Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

El presente REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO, regirá a partir de la aprobación y registro en la DIRECCION REGIONAL DE IMBABURA-IBARRA.

JULIO ACOSTA
Persona Natural

RUC.

FORMULARIOS



MAVEAUTOS

A) Formato registro de asistencia trabajadores

 REGISTRO DIARIO DE ASISTENCIA			
Fecha:			
Nombres y Apellidos	Hora de ingreso	Hora de salida	Firma

b) Formato de requerimiento de materiales

MAVEAUTOS



HOJA DE REQUERIMIENTO DE MATERIALES

Nombres y Apellidos	Fecha	Detalle del requerimiento	Firma

e) Formato de sugerencias clientes Maveautos



FORMATO DE SUGERENCIAS CLIENTES

Nombres y Apellidos Cliente:

Teléfono:

Correo electrónico:

Fecha:

Sugerencias: