



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MECARTRÓNICA GT,
UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL D.M DE QUITO.

AUTOR: Pepe Guato Juan Javier

TUTOR: Mg. Pastás Gutiérrez Ramiro Eduardo
TUTOR TÉCNICO: Mg. Aizaga Villate Miguel Ángel

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor metodológico y técnico del Proyecto : “Plan estratégico para la Empresa Mecatrónica GT, ubicada en el sector norte del D.M de Quito”, presentado por el ciudadano Pepe Guato Juan Javier, estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel, consideran que este trabajo investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de Grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

.....
Tutor Metodológico
Mg. Eduardo Ramírez Pastás Gutiérrez

.....
Tutor Técnico
Mg. Aizaga Villate Miguel Ángel

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Pepe Guato Juan Javier autorizo a la Universidad Tecnológica Israel a la publicación total o parcial de este trabajo de grado y reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Juan Javier Pepe Guato

CC: 1805041884

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El presente trabajo académico ha sido previamente revisado y autorizado para ser expuesto a la sustentación y defensa con la finalidad de obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas, de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Universidad Israel, por tanto, se autoriza al postulante a la continuación de la misma para efectos de presentación ante el tribunal designado.

Para constancia firman:
TRIBUNAL DE GRADO

Presidente del Tribunal

Vocal del Tribunal

Vocal del Tribunal

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por tenerme con salud para conseguir mi profesión que tanto e anhelado, a mis padres por su apoyo incansable, espiritual y económico, de igual manera a mi familia que día a día me han dado la fuerza para poder llegar a esta etapa importante en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Tecnológica Israel la cual me abrió las puertas para formarme como profesional. A mi director de tesis, Msg Ing. Pastas Gutiérrez Ramiro, a mi tutor técnico Mg. Aizaga Villate Miguel Ángel por sus esfuerzos y dedicación, quienes con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

Finalmente quiero agradecer a todos mis profesores por la doctrina impartida y por ser parte de mi formación profesional.

RESUMEN

Este trabajo investigativo está dirigido a desarrollar un plan estratégico que permita a la Empresa Mecatrónica GT, a contar con una planificación en función de mejorar los procesos financieros, operativo y administrativos, para lo cual en el siguiente proyecto de investigación se formulan objetivos e ideas claras para ponerlas en práctica en este taller mecánico automotriz, la misma que le proveerá a sus directivos y socios de la empresa las herramientas necesarias para la oportuna toma de decisiones respecto del manejo operativo y financiero, cuyos aspectos claves permitirán a la organización enfrentar nuevos retos y desafíos del sector.

Además, en la investigación permite la identificación de los actores que interactúan en el sector automotriz con sus deficiencias y ventajas; con toda la información recopilada pudimos elaborar planes y proyectos estratégicos con los que se pretende cumplir las metas y objetivos propuestos. Las actividades que complementan al sector automotriz se encuentran afectadas no solo por el hecho de no tener una participación individual clara dentro de las estadísticas económicas del país, sino que hay otro tipo de inconvenientes dentro de los cuales podemos evidenciar el incremento de la competencia, razón por la que se ve afectada la participación de los talleres dentro del mercado causando un decrecimiento en su economía interna.

Palabras claves: Planificación, Toma de decisiones, Manejo Operativo y Financiero, Sector Automotriz, Planes y Proyectos Estratégicos, Metas y Objetivo.

ABSTRACT

The present research work is aimed at developing a strategic plan that allows the Mecartronic Company to have a planning that allows improving financial and administrative processes, for which in the following research project we will formulate clear objectives and ideas to put them into practice in this automotive mechanic workshop, which will provide its executives and business partners with the necessary tools to make timely decisions regarding operational and financial management, whose key aspects will allow the organization to face new challenges and challenges in the sector. In addition, the research allowed us to identify the actors that interact in the automotive sector with their shortcomings and advantages; With all the information gathered, we were able to draw up strategic plans and projects with which we intend to achieve the goals and objectives proposed.

The activities that complement the automotive sector are affected not only by the fact of not having a clear individual participation within the economic statistics of the country, but there are other types of inconveniences within which we can show the increase of the competition, reason by which the participation of the workshops within the market is affected causing a decrease in its internal economy.

Keywords: Planning, Decision making, Operational and Financial Management, Automotive Sector, Strategic Plans and Projects, Goals and Objectives.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVO GENERAL.....	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
JUSTIFICACIÓN	4
CAPÍTULO I	6
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN ESPACIO TEMPORAL DEL PROBLEMA	6
1.1.1 Macro Entorno.....	6
1.1.2 Meso Entorno	7
1.1.3 Micro Entorno	8
1.2 INVESTIGACIONES PREVIAS	8
1.3 CUERPO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	12
1.3.1 Planificación Estratégica.....	12
1.3.2 Misión	12
1.3.3 Visión.....	13
1.3.4 Matriz FODA	13
1.3.5 Fortalezas	13
1.3.6 Debilidades	14
1.3.7 Oportunidades.....	14
1.3.8 Amenazas	14
1.3.9 Matriz EFI	15
CAPÍTULO II.....	16
2.1. ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.2. POBLACIÓN, UNIDADES DE ESTUDIO Y MUESTRA.....	17
2.3. MÉTODOS EMPÍRICOS Y TÉCNICAS EMPLEADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	18

2.4. ANÀLISIS ESTADÍSTICO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CLIENTES (Anexo N.1)	19
2.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TRABAJADORES. (Anexo N.2)	22
CAPÍTULO III.....	27
3.1 FASE I FILOSOFÍA EMPRESARIAL	27
3.1.1 Misión	27
3.1.2 Visión.....	27
3.1.3 Políticas.....	27
3.2.1.1 Políticas de Recursos Humanos	27
3.2.1.2 Política Ambiental.....	28
3.2.1.3 Política de Trabajo y Seguridad Laboral.....	28
3.1.4 Valores	28
3.1.5 Objetivos Organizacionales	29
3.2 FASE II ANÁLISIS MACRO Y MICRO ENTORNO	29
Macroentorno.....	29
3.2.1 Análisis Pest.....	29
3.2.1.4 Políticos.....	30
3.2.1.5 Económicos	31
3.2.1.6 Sociales.....	31
3.2.1.7 Tecnológicas.....	32
Microentorno.....	33
3.2.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	34
3.2.2.1 Poder de negociación de los clientes.....	34
3.2.2.2 Poder de negociación de los proveedores.....	35
3.2.2.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes (Competencia actual y futura)..	35
3.2.2.4 Amenaza de productos sustitutos	36
3.2.2.5 La rivalidad entre competidores	36
3.2.3 Matriz de Perfil Competitivo	37
3.3 FASE III ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA	38
3.3.1 Análisis de las capacidades	38
3.3.1.1 Análisis de la Capacidad Operativa.....	38
3.3.1.2 Capacidad de Ventas	40
3.4 FASE IV DIGNÓSTICO ESTRATÉGICO	40

3.4.1	Matriz FODA	40
3.4.2	Matriz de Factores Externos.....	41
3.4.3	Matriz de Factores Internos.....	42
3.4.4	Matriz DAFO	43
3.5	FASE V ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS	45
3.5.1	Estrategias de la Perspectiva Financiera	45
3.5.2	Estrategias de la Perspectiva del Cliente.....	45
3.5.3	Estrategias de la Perspectiva de Procesos Internos	45
3.5.4	Estrategias de la Perspectiva de Crecimiento y Aprendizaje	46
3.6	FASE VI IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	47
3.6.1	Plan de Acción	47
3.6.2	Diseño de la Organización	50
3.7	PRESUPUESTO	51
4.	CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	53
4.1	CONCLUSIONES	53
4.2	RECOMENDACIONES.....	54
	BIBLIOGRAFÍA	55
ANEXOS		
	Anexo N.1	59
	Anexo N. 2.....	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Servicio automotriz	19
Tabla 2. Frecuencia del servicio	19
Tabla 3. Preferencia del servicio	19
Tabla 4. Promoción a través de medios de comunicación	20
Tabla 5. Percances en los vehículos	20
Tabla 6. Servicio recurrente	20
Tabla 7. Recomendación del servicio	21
Tabla 8. Taller mecánico de confianza	21
Tabla 9. Tecnología y equipos de alta gama	21
Tabla 10. Recomendaciones	22
Tabla 11. Educación	22
Tabla 12. Tiempo	23
Tabla 13. Misión	23
Tabla 14. Tecnología	23
Tabla 15. Capacitación	24
Tabla 16. Accidentes	24
Tabla 17. Remuneración	24
Tabla 18. Puntualidad en el pago	25
Tabla 19. Puntualidad en el pago	25
Tabla 20. Relación empleados vs propietario	25
Tabla 21. Relación compañeros del trabajo	26
Tabla 22. Estructura física	26
Tabla 23. Proveedores	35
Tabla 24. Competidores	36
Tabla 25. Matriz Perfil Competitivo	37
Tabla 26. Resumen de inversiones	40
Tabla 27. FODA	41
Tabla 28. EFE	42
Tabla 29. EFI	43
Tabla 30. DAFO	44
Tabla 31. Plan de acción	47
Tabla 32. Presupuesto	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Demográfica.....	17
Figura 2. Taller Mecatrónica GT.....	17
Figura 3. Modelo Pest.....	29
Figura 4. Maquinaria.....	32
Figura 5 Infraestructura	33
Figura 6. Infraestructura Administrativa	33
Figura 7. Porter	34
Figura 8. Capacidad Operativa, plataforma grúa.....	39
Figura 9. Diseño Organizacional	50

INTRODUCCIÓN

Desde siempre la necesidad de transportación ha sido una prioridad para las personas, es por esto que tener un automóvil se encuentra dentro de las adquisiciones principales de un individuo. Tener un automóvil requiere de sus respectivos gastos de mantenimiento o de reparaciones, requiriendo repuestos automotrices, para no realizar un cambio inmediato del mismo, y es aquí donde la empresa Mecatrónica GT, encontró una necesidad de brindar soluciones mecánicas, hidráulicas, eléctricas y electrónicas a automóviles pequeños y medianos que lo requieren y conservarlos en un estado de eficiencia y seguridad.

“El modelo de la economía ecuatoriana y la distribución de recursos se ha desarrollado de forma inadecuada, motivo por el cual hemos evidenciado hasta la actualidad una variedad de problemas socio-económicos, altos índices de desempleo y subempleo, índices de inflación.” (Toapanta, 2014), los cuales son cada vez mayores que no permiten cubrir el costo de la canasta básica es por esta razón que los habitantes afectados han visto la necesidad de crear pequeñas empresas que ayuden a mejorar su calidad de vida y que contribuyan con la posibilidad de sustentar sus necesidades básicas

Bajo este contexto se desea implementar un plan estratégico para apoyar la optimización de los recursos, aumentar la eficiencia, efectividad y productividad del área administrativa, y reducir costos, es decir, permitir dar soluciones a las labores administrativas, garantizando por su parte un incremento en la operatividad y eficiencia de toda la empresa.

“Dentro de la economía se contempla al sector automotriz como una rama de actividad importante por su aporte sustancial al crecimiento del país, creando puestos de trabajo e ingresos fiscales con alrededor de 400 millones de dólares” (Tobar, 2019). Estos aportes están considerados por concepto de impuestos, tasas y aranceles, gracias al propio comercio que se genera como a todas las actividades relacionadas al mismo, además este sector está ligado al transporte indispensable de personas y productos para la generación de diferentes actividades. Es importante tomar en cuenta que el sector no se circunscribe sólo a la venta de vehículos nuevos, sino además deriva en varios subsectores que complementan su actividad productiva y comercial, como la actividad de los talleres, venta de llantas, lubricantes, financiamiento automotriz y otros negocios relacionados

como: seguros, dispositivos de rastreo, venta de combustibles, entre otros.

Es así el caso de las mecánicas automotrices del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito y en particular la Empresa Mecatrónica la cual es el objeto de estudio de la presente investigación y para el cual permitirá identificar la mejor alternativa para la organización y así optimizar los recursos económicos y financieros que posee la organización.

Uno de los factores graves e inconvenientes que afecta a los talleres automotrices pequeños y medianos en nuestro país, especialmente a los ubicados en el sector norte de Quito es la falta de organización interna y no poseer metas definidas para corto, mediano y largo plazo, así como también el hecho de enfrentarse a los avances tecnológicos de los grandes talleres, es así que tomando en cuenta todos estos motivos permitirá a los diferentes talleres que se dedican a esta actividad a ampliar sus conocimientos, espacios físicos y brindar servicios especializados que permitan satisfacer las necesidades de los clientes.

El presente trabajo tiene como fin realizar un análisis de la empresa para poder ofrecer un plan estratégico para la misma y así optimizar la productividad para mantener y aumentar la longevidad del negocio actual, bajo este contexto se desea implementar un plan estratégico que permita apoyar la optimización de los recursos, aumentar la eficiencia, efectividad y productividad del área administrativa, y reducir costos, es decir, permitir dar soluciones a las labores administrativas, garantizando por su parte un incremento en la operatividad y eficiencia de toda la empresa.

Por las razones expuestas se hace atractivo desarrollar el presente estudio aplicado a una empresa de servicios de reparación automotriz multimarcas, bajo la metodología de planificación estratégica, fijando el objetivo final, en determinar planes de trabajo y control de indicadores que permitan aumentar las ventas y mejorar la experiencia del cliente.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad el Taller Automotriz “Mecatrónica”, posee un inadecuado manejo en la parte de Procesos Operativos y Administrativa, es debido a esta problemática que ha ocasionado una serie de inconvenientes en la planificación del trabajo, en la administración de los recursos, así como en la coordinación y en el cumplimiento efectivo del servicio en términos de calidad para los clientes por lo cual se define que existe dentro de la organización poco conocimiento del personal e inexperiencia de prestación de servicios, tiene una inexistencia alta de profesionales comprometidos, su poca capacitación ha repercutido en sus empleados dejando como resultado la poca preocupación por poseer conocimientos tecnológicos actuales, además la actualización de herramientas y equipo para que el taller pueda brindar un mejor servicio al cliente, será muy útil actualizar sus equipos con los de última tecnología y completar aquellas herramientas faltantes que se encuentran en mal estado o con desgaste.

Actualmente en la Empresa “Mecatrónica GT” se evidencia un decrecimiento en sus ingresos en los dos últimos años.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan estratégico para la Empresa Mecatrónica GT, utilizando indicadores de gestión para incrementar los ingresos y posicionarse en el mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fundamentar teóricamente la propuesta.
2. Diagnosticar la situación actual del taller mecánico “Mecatrónica GT”, a fin de establecer la matriz FODA y determinar acciones estratégicas.
3. Elaborar planes de acción aplicables al taller mecánico automotriz “Mecatrónica GT”, en base al modelo definido para el sector destinado a lograr una mejor gestión administrativa y financiera.

Idea a defender

La elaboración del plan estratégico permitirá a la empresa incrementar los ingresos

Variable independiente

Plan estratégico

Variable dependiente

Mayor rentabilidad y posicionamiento

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, la mayoría de las empresas definen una estructura organizativa con el objetivo de basar sus actividades tendientes a satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos, bajo este contexto muchas organizaciones cuentan con una guía del levantamiento de los procesos de la empresa, como un documento de referencia para que las instituciones determinen sus funciones, acciones, estructuras y requerimientos de una manera sistemática, estandarizada y normalizada y de ésta manera contribuir en mejorar la calidad de los productos y/o servicios y en la gestión administrativa y financiera de la misma.

“En los últimos años Ecuador se ha encaminado al desarrollo, basándose principalmente en las exigencias de los parámetros internacionales en cuanto a talleres automotrices que le han permitido introducirse paulatinamente en el mundo globalizado y competitivo.” (Beatriz, 2015), es decir tanto a nivel local como nacional, esto ha provocado una serie de cambios muy importantes que dan lugar a un entorno empresarial más exigente que requiere la eficiente participación de los que se encuentran involucrados.

“En la última década el Ecuador se ha encaminado al desarrollo, basándose fundamentalmente en las exigencias de los parámetros internacionales que le han permitido insertarse paulatinamente en el mundo globalizado y competitivo.” (Andres, 2015), esto ha provocado una serie de cambios importantes que dan lugar a un entorno empresarial más exigente que requiere la eficiente participación de los involucrados.

El medio en el que se desenvuelve actualmente las empresas es muy competitivo y exige mucha innovación y la adaptación a cambios que se presentan, para lo cual las empresas deben estar preparadas y mantenerse a la vanguardia.

La alta dirección de la empresa debe alinear su estrategia en función de ciertos aspectos relevantes que deciden su crecimiento a mediano y largo plazo; estos aspectos son Factores críticos de éxito y modelo de competencia conocidos como los cuatro pilares del direccionamiento estratégico que permiten determinar el mapa de procesos y reconocer los problemas causantes de la poca productividad de la empresa.

La microempresa “MECARTRÓNICA GT” ha ganado mercado en los últimos años, sin embargo, la falta de lineamientos administrativos y la falta de un plan estratégico genera problemas internos y acarrea una serie de dificultades con los clientes y

proveedores. Lo que exige a la empresa contar con plan estratégico y socializarlo con todas las áreas con el fin de generar mayores beneficios para los empleados, clientes, proveedores y la empresa.

Por lo que es importante tener una alternativa adecuada de servicio automotriz, que siendo destinado al mantenimiento vehicular cumpla con las expectativas de la demanda insatisfecha proporcionando servicios de calidad. Por esta razón, los talleres automotrices permanentemente buscan mejorar sus servicios implementando las opciones más viables de cambio.

Esta investigación debe permitir a la organización cumplir con las metas que se propone para el desarrollo económico del taller, señalar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, así como identificar la posible necesidad de expansión; con el fin de mejorar su administración, aplicando conceptos de desarrollo lucrativo y sustentable de las actividades micro empresariales, además se buscará fortalecer su posicionamiento dentro del mercado.

Consecuentemente está orientado a mejorar la competitividad de la empresa mediante el desarrollo de un plan estratégico, que permitirá a la empresa ser más productiva, eficiente y eficaz.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN ESPACIO TEMPORAL DEL PROBLEMA

1.1.1 Macro Entorno

Se debe considerar que a nivel mundial las Pymes dedicadas al mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos, no cuentan con una estrategia de marketing digital, que les permita el posicionar la marca de manera adecuada tanto en el país como internacionalmente, siendo un punto importante en el crecimiento de las empresas en la globalización, el posicionamiento es relevante para una empresa tomando en cuenta que los talleres de mantenimiento han ido creciendo en nuestro país paulatinamente de acuerdo, al número de vehículos que ingresa al Ecuador, se conoce que la industria mundial de automóviles en el año 2014 supera los 75.3 millones de unidades, lo que significa un crecimiento del 6.2% con respecto al año 2015. (AEDA, 2018)

En el año 2009 se destaca que la industria automotriz ha impulsado a otras industrias del sector productivo como la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, de este modo, el sector automotriz integra a diferentes actores, tanto para las firmas autopartistas proveedoras de partes y piezas; así como para las ensambladoras que son las firmas que imponen los estándares productivos en cadena. La producción automotriz a nivel mundial empezó en la década de los años 50, cuando empresas del sector metal mecánico y del sector textil, comenzaron la fabricación de carrocerías, asientos para buses, algunas partes y piezas metálicas, en la actualidad, la contribución de la industria automotriz tiene un gran peso en el aparato económico del mundo. (AEDA, 2018)

En relación a lo referenciado por el autor se evidencia el cómo se involucra los procedimientos en cuanto a planificación, en nuestro caso adaptándolo a un taller automotriz con el objetivo de materializar en un buen plan de largo plazo, el entendimiento que una organización debe tener en sus actividades y las decisiones que debe tomar en relación a dónde está el negocio y el porqué de ello, además se hace énfasis

a dónde se quiere llegar para ganar en el mercado y cómo hacerlo creando una ventaja sostenible y valor superior a la competencia, concluyendo que una buena planificación estratégica involucra un proceso integrado de decisiones que ayuda a la organización a desarrollarse y por ende a incrementar sus ingresos.

1.1.2 Meso Entorno

Las Pymes que se encuentran dedicadas al mantenimiento preventivo y correctivo de automóviles a nivel del Ecuador es importante que establezcan un eje de comunicación digital, ya que la competencia en este sector es creciente por ello una estrategia innovadora que permita al taller a posicionarse a nivel regional y nacional que permite mejorar su estructura organizacional en marketing llegando a ser más eficientes y eficaces al momento de hacer llegar las promociones a los usuarios.

En el Ecuador se está haciendo muy imprescindible que los talleres de mantenimiento automotriz tengan su propia herramienta de acceso al público como es el Internet, de allí crecerán las expectativas de crecimiento laboral y técnico a través de la participación de dos necesidades, la de utilizar un buen taller de mantenimiento; y, la de proporcionar un buen servicio al cliente. (INEC, 2011), el uso de Internet a nivel de la provincia de Pichincha en el año 2017 son 4.526 personas que tienen acceso a Internet, en cambio en el año 2018 fue de 24.230 personas que tienen acceso, es decir que claramente se puede detectar una oportunidad interesante de negocios en cuanto a llegar a más clientes de manera efectiva y a bajo costo, con los objetivos que la empresa los determine oportunamente siendo estos como el posicionamiento, incrementar las ventas, fidelizar al cliente, etc.

El buen uso de la tecnología ayuda a toda organización a posicionarse en el mercado generando ingresos, de igual forma en relación a lo mencionado anteriormente se conoce

las condiciones del mercado actual de la provincia donde se encuentra ubicado el taller Mecatrónica GT, el cual permite tomar las mejores decisiones.

1.1.3 Micro Entorno

En la actualidad en Quito los autos usados son bienes de alta demanda es por ello que la comercialización de automotores usados, implica algunas condiciones, uno de ellos es la aprobación del automotor en la RTV (Revisión Técnico Vehicular), un trámite, cuya función es: entre otras cosas, garantizar las funciones mínimas de seguridad de los vehículos, tomando en cuenta criterios relacionados a su diseño y fabricación, así como hacer cumplir ciertas normativas ambientales y de esta forma, emitir un informe de idoneidad del funcionamiento adecuado de un automotor por consiguiente si una persona compra un auto usado, debe obligatoriamente realizarle una revisión mecánica antes de traspasar su dominio.

En la ciudad de Quito la industria automotriz se ha incrementado notablemente, el mantenimiento de vehículos es un sector clave para el desarrollo local y regional. Por ello para la empresa “Mecatrónica GT” plantea desarrollar y establecer de manera adecuada un plan que permita mejorar el posicionamiento del taller mecánico en la región debido a que es una empresa que está en constante evolución en lo referente brindar servicios mecánicos, hidráulicos, eléctricos y electrónicos a automóviles.

1.2 INVESTIGACIONES PREVIAS

1.1.2. En la Tesis de David González, titulada *“Propuesta del plan estratégico para el taller de mantenimiento automotriz “Servichaval”, bajo la metodología de análisis de brechas y enmarcados en los lineamientos 4.1 de la norma ISO 9001:2015*, Ecuador, desarrollada en los años 2015 - 2016.

“El taller de mecánica automotriz “SERVICHAVAL” hace parte del grupo de empresa pequeñas conocidas como Pymes de régimen simplificado. La cual genera empleo para un grupo 5 personas de manera directamente y de 8 personas indirectamente, y que está registrada ante Cámara De Comercio De Bogotá. “SERVICHAVAL” es una empresa de carácter familiar que cuenta con una trayectoria de más de 5 décadas, trabajando basado en la experiencia. Lo cual, y debido a la limitada de preparación académica por parte de

los propietarios, no se ha administrado como una empresa que esté basada en procesos, si no como un negocio convencional, poniendo en riesgo su continuidad en el sector automotriz. Por tal razón es de gran importancia que la empresa “SERVICHAVAL” se enfoque en organizar sus procesos con la estructuración de un direccionamiento estratégico bajo la metodología de análisis de brechas y enmarcado en el apartado 4.1 de la normas ISO 9001 2015. El presente proyecto tendrá como fin presentar una propuesta de direccionamiento estratégico que el taller a organizar sus procesos en la cadena de valor y a emplear un enfoque para la mejora continua a fin de propiciar la supervivencia y la competitividad en el largo plazo.” (2015;2016, pág. 5)

La presente investigación con respecto al plan de direccionamiento estratégico realizado mediante el análisis de brechas, propone una metodología para dar cumplimiento al requisito 4.1 de la norma ISO 9001:2015, mediante el cual permite tener una clara percepción de la organización y su entorno, determinando particularmente a aquellas cuestiones internas y externas tanto positivas como negativas que logran impactar el desarrollo sostenible de una organización, El uso de las herramientas de control estadístico de la calidad permite a nuestra organización a tener una visión del estado de los procesos, lo que en conjunto con el análisis de brechas facilita identificar y establecer un plan de acciones para eliminar y/o minimizar los impactos y riesgos que se pueden dar en el taller mecánico.

1.1.3. En la Tesis de Jessica Toapanta titulada *“Diseño e implementación de un plan estratégico para el taller mecánico automotriz “LV” ubicado en el sector norte de Quito”*, Ecuador, desarrollada en los años 2014 – 2015.

“El taller mecánico automotriz “L.V” mantiene su actividad de mantenimiento preventivo y correctivo de buses a diésel por el lapso de 12 años en el sector de Carapungo al norte de Quito, su clientela fue relevante pero hoy en día no es suficiente, ya que se necesita obtener una adecuada administración de sus recursos, e implementar estrategias, esto se convirtió en un gran problema ya que el taller no era reconocido en el mercado, es así como surge la necesidad de diseñar e implementar un plan , con ayuda de la metodología del marco lógico en donde se establece el problema central, identificando minuciosamente el grupo de personas e instituciones que mantienen un vínculo con el proyecto , analizando las causas y los efectos que conllevo a la organización a no implementar un plan estratégico ,definiendo, componentes y actividades del proyecto se

lograra implementar estrategias e indicadores de una manera más innovadora y causar mejores expectativas los integrantes de la organización.”(2014;2015, pág. 3)

En el diseño de implementación propuesto por el autor permite determinar que una planeación estratégica ayuda al taller Mecatrónica a concentrarse en los objetivos y determinar los factores externos que ofrece el entorno. La existencia del plan estratégico en los procesos de la investigación consiste en determinar los peligros que surgen dentro de la empresa, permitiendo que se tome las decisiones correctas en el desarrollo del diseño estratégico.

1.1.4. En la Tesis de Valentina Lobos titulada *“Planificación estratégica aplicada a empresas de servicios de reparación automotriz multimarcas”*, desarrollada en los años 2016 – 2018

“En el presente trabajo se realiza una planificación estratégica para una empresa que realiza mantenimiento y reparación de vehículos automotores multimarcas, para el periodo 2016 a 2018. Durante el año 2012, mediante proceso de adquisición y fusión, dicha empresa se expande llegando a contar con 20 locales, los cuales se distribuyen desde la región de la Araucanía y hasta la región de Antofagasta. Sin embargo, dicho crecimiento implicó acrecentar falencias como la baja estandarización de procesos, careciendo de procesos de medición y control sistemático, baja comunicación entre los puntos de venta y las áreas de soporte, exponiendo de forma peligrosa la imagen de marca. Por lo anterior los ejecutivos de la compañía han optado por desarrollar y aplicar estrategias que reconozca mejorar los procesos que dificultan la gestión, a través de la alineación de objetivos, siendo uno de los objetivos estratégicos: la experiencia de los clientes. Para llevar a cabo la planificación estratégica se analizó la situación actual, tanto del mercado como de la empresa. Con dicho análisis y habiendo replanteado la misión y visión, fueron establecidos los objetivos de los ejecutivos de la compañía, siendo definida la estrategia a seguir, la cual se pretende desplegar además a todos los niveles de la empresa.”. (2016; 2018, pág. 23)

A la empresa Mecatrónica el análisis de la investigación permite tener conocimientos e información en base a la segmentación de los clientes aprovechando las fortalezas de las empresas en combinación con las coyunturas que se presenten, esta planificación estratégica fue realizada para una empresa de reparación automotriz que tras un proceso de fusión, debió estandarizar procesos especialmente alineando objetivos en cada una de

las áreas, estableciendo métodos de control y seguimiento dentro de la organización, facilitando así a la organización tener claro los objetivos a lograr.

1.1.5. En la Tesis de Johanna Cartuche, titulada ***“Plan estratégico para el taller automotriz Rafael Cartuche de la ciudad de Loja”*** Loja, Ecuador.

“El presente trabajo de tesis tiene como propósito diseñar un “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL TALLER AUTOMOTRÍZ RAFAEL CARTUCHE DE LA CIUDAD DE LOJA”, considerándolo como una herramienta que permita organizar de forma eficiente las actividades de la misma con la finalidad de mejorar el trabajo en equipo y la adecuada toma de decisiones, superar las diferentes deficiencias existentes en la empresa, las mismas que fueron identificadas con un proceso metodológico, en donde se aplicó algunos métodos y técnicas de investigación que sirvieron para extraer la información necesaria y establecer la situación real de cómo se encuentra la misma. Los objetivos se cumplieron en base al desarrollo de un diagnóstico situacional en el que se hace constar el análisis externo e interno del entorno de esta empresa. Así mismo con el propósito de corregir las falencias existentes, tales como la falta de estrategias para incrementar el número de clientes, mejorar el poder de negociación con los proveedores, la falta de estrategias en promocionar sus servicios, y el no capacitar al personal; son motivos por los cuales no le permite crecer y hacer frente a la competencia, por tanto se ha propuesto un “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL TALLER AUTOMOTRÍZ RAFAEL CARTUCHE DE LA CIUDAD DE LOJA”, de tal manera que se logre mejorar los servicios existentes, conseguir una buena atención a la ciudadanía con servicio de calidad, apuntando siempre a conseguir la satisfacción del cliente.”(2016;2018, pág. 76)

Este proyecto aporta a la empresa Mecatrónica en cómo realizar una matriz de factores internos y externos con el que se determina un sin número de debilidades y amenazas y lograr así la máxima optimización de recursos, además en el entorno externo también se presentan oportunidades que se las debe considerar para el crecimiento del taller, tomando en cuenta los ámbitos económicos, sociales y tecnológicos. Se recomienda la implementación de un plan en el taller, a través del mismo se puede mejorar las actividades de la mecánica y dar cumplimiento a su misión y visión propuestas. Otro aporte de vital importancia de parte de la presente investigación previa es que se debe aplicar un análisis FODA para conocer los puntos fuertes y débiles que le permitan tener un mejor desenvolvimiento prestando sus servicios y así incrementar y poder incrementar los planes de publicidad y promociones dirigidos a atraer nuevos clientes.

1.3 CUERPO TEÓRICO – CONCEPTUAL.

1.3.1 Planificación Estratégica.

“La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos”. (Armijo, 2016, pág. 31)

La Planificación Estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (Dumorné, 2018, pág. 2)

Por consiguiente, el autor da a conocer que la planificación es un instrumento primordial que sirve a las organizaciones para tomar las mejores decisiones, partiendo del diagnóstico a través de mecanismos como el análisis de brechas, además la planificación estratégica ayuda a establecer cuáles son las diferentes acciones que la empresa llegara a tomar a futuro el mismo que debe ser considerado a diferentes plazos.

1.3.2 Misión

Una Misión es aquella que responde a cuatro preguntas básicas: ¿Qué hace su empresa que es único y no lo hace nadie más en su campo de acción? ¿Cómo trabaja su institución: ¿hay algo diferente en su método, en el medio o en la forma de llegar a sus objetivos? ¿Para quién trabaja su empresa, cuáles son sus partes constituyentes y su grupo objetivo de servicio? ¿Por qué hace lo que hace, qué es lo que nunca podría dejar de hacer, cuál es la justificación social de su existencia? Estas preguntas implican la identidad institucional, la capacidad que la distingue de otras, sus concretos valores y responsabilidades sociales. (Ogliastri, 2017)

A través de la misión el taller automotriz se define con claridad la dirección de la organización, ayudando a definir las estrategias, objetivos para alcanzar la máxima efectividad.

1.3.3 Visión

“Como menciona Enrique Ogliastri. “La Visión son hechos concretos, resultados esperados, responde a la pregunta: ¿Cómo nos imaginamos, cómo queremos que sea la empresa dentro de diez años? Las buenas declaraciones de Visión producen un silencio reflexivo de las instituciones, seguido por la determinación de alcanzar una meta que vale la pena”. (2017, pág. 45)

La visión es el motivo o razón de una organización, la visión dentro de una empresa o una institución se enfoca en el presente, es decir es la actividad que justifica lo que el personal e integrantes quieren lograr a futuro.

1.3.4 Matriz FODA

La matriz de análisis foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz foda en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis foda permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinoza, 2019)

Tener una perspectiva de cómo pudiera ser el nuevo proyecto en el mercado desde el principio hasta el final, esta herramienta permite al taller automotriz Mecatrónica GT, realizar un diagnóstico interno y externo el cual permite a la organización a mejorar y a reconocer las debilidades y amenazas y así convertirlas en fortalezas y oportunidades, el análisis FODA además permite encontrar el modelo exacto para la planeación estratégica del taller automotriz.

1.3.5 Fortalezas

Según Mendoza “Actividades que realiza con un alto grado de eficiencia. Atributos internos de una organización que contribuyen al logro de sus objetivos” (2015, pág. 25).

Las fortalezas dentro del taller automotriz permiten realizar de manera correcta las actividades y funciones, las fortalezas potencian las debilidades que se presentan estas pueden ser frente a la competencia.

1.3.6 Debilidades

Según Mendoza “Todas aquellas actividades que realiza con bajo grado de eficiencia. Atributos internos de una organización que dificultan su éxito” (2015, pág. 52)

Conocer las debilidades en este caso del taller mecánico es fundamental para el análisis FODA, y así determinar las mejores estrategias y aplicarlas al proceso. Por ejemplo, la capacidad limitada de producción es una debilidad.

1.3.7 Oportunidades

La oportunidad marca la conjugación de la posibilidad que se presenta o existe de que una persona realice una acción para conseguir o alcanzar algún tipo de mejora, para lograr una mejora o un beneficio se debe aprovechar de ciertas circunstancias en un momento específico. (Beatriz, 2015)

Es importante resaltar que la oportunidad que se presenta en el entorno del desarrollo de este proyecto al taller automotriz implica mejora o beneficio y que el aprovechamiento de dicha oportunidad depende de la aplicación de las actividades y funciones en el taller, en definitiva, la oportunidad que se presenta o existe en el taller siempre busca conseguir o alcanzar algún tipo de beneficio.

1.3.8 Amenazas

Según Martí “Fenómeno, sustancia, actividad humana o condición peligrosa que puede ocasionar la muerte, lesiones u otros impactos a la salud, al igual que daños a la propiedad, la pérdida de medios de sustento y de servicios, trastornos sociales y económicos, o daños ambientales” (2017, pág. 155)

En efecto la amenaza es un reto que toda organización debe tomar en consideración, ya que a través de la misma permite al taller tener un diagnóstico claro de las dificultades

que debe afrontar , las amenazas pueden perjudicar a una empresa a corto o largo plazo, las mismas que pueden ser situaciones del entorno exterior.

1.3.9 Matriz EFI

Matriz EFI: O también conocida como Matriz de evaluación de factores internos, es un instrumento que sirve para evaluar los factores internos de la organización a ser estudiada como son la parte financiera, organizacional, de talento humano y operativa, para la identificación y evaluación de las relaciones de las partes constitutivas de la empresa y de esta manera conocer las fortalezas y debilidades clave de la empresa. (Paredes, 2019)

La presente matriz permite tener una técnica para generar estrategias y evaluar las fortalezas y debilidades más importantes dentro de las áreas del taller automotriz, además permite identificar las relaciones entre los diferentes procesos.

1.3 Matriz EFE

Matriz EFE: O también conocida como Matriz de evaluación de factores externos, es aquella que evalúa los aspectos que no puede controlar la empresa, como son los aspectos legales, socio-culturales, ambientales, competitivos, jurídicos y tecnológicos, que permiten conocer las amenazas y oportunidades que tiene la organización. (Paredes, 2019).

Herramienta de diagnóstico que permite al taller automotriz a realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de los competidores del sector, este instrumento facilita la formulación de diversas estrategias claves para aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros en el taller mecánico.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente plan de mejoramiento se lo desarrollará por medio del método cualitativo y cuantitativo que permitirá diagnosticar tanto el mercado y el comportamiento de clientes, como las apreciaciones de los dueños, a través de los datos extraídos por las encuestas respectivamente.

Tipo de investigación

En el presente trabajo investigativo se desarrollará dos tipos de investigación para el diagnóstico del problema las cuales están detalladas a continuación para mejor comprensión.

De campo

Es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema que ha sido planteado previamente. (David, 2015)

Al realizar la investigación de campo se desarrolló un diagnóstico para obtener datos de los clientes y los dueños de los talleres mecánicos del sector aplicando técnicas de recolección de fuentes primarias, es decir encuestas.

Descriptiva

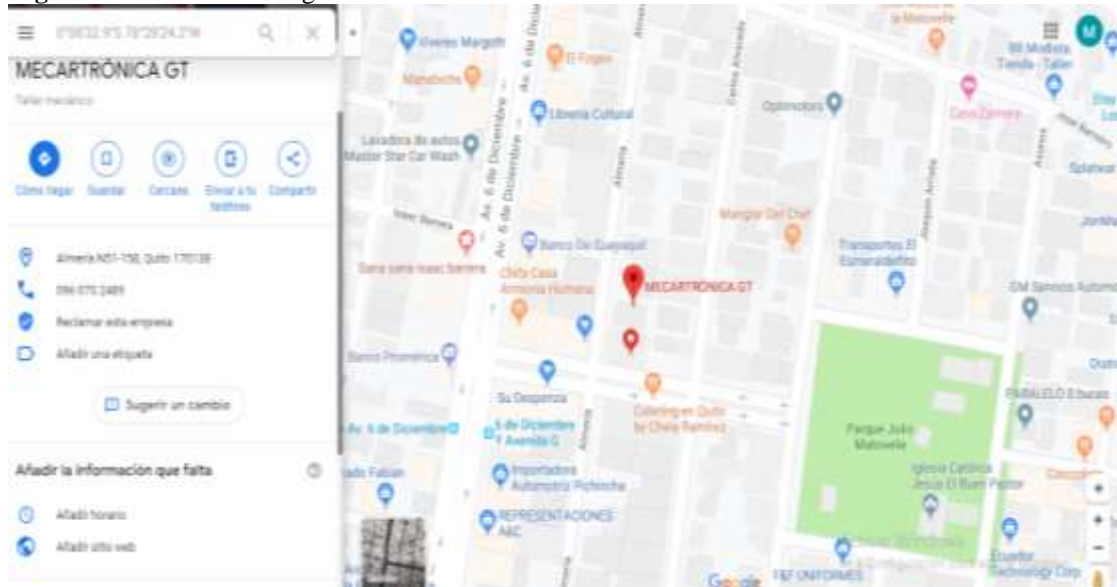
Se encarga mostrar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación, en otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre. (Castellanos, 2014)

El presente estudio permitirá conocer las características necesarias y suficientes de la demanda y oferta de la utilización del servicio, para luego analizarlas y desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos.

2.2. POBLACIÓN, UNIDADES DE ESTUDIO Y MUESTRA

Para la presente investigación es necesario precisar el tamaño de la muestra para ello se tomará en cuenta el número habitantes del barrio San Isidro del Inca del Distrito Metropolitana de Quito, provincia de Pichincha que según el último censo poblacional el sector cuenta con un total de 42.071 (Comercio.com, 2017)

Figura 1. Ubicación Demográfica



Fuente: Google maps

Figura 2. Taller Mecatrónica GT



Fuente: Taller Mecatrónica GT.

MUESTRA

N = Población

Z = Nivel de confianza

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

p = probabilidad de éxito

$$n = \frac{(42071) * (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}{(0,05)^2(42071-1) + (1,96)^2(0,5) * (0,5)}$$

q = Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{40405}{106}$$

e = Error

n = Muestra

$$n = 381$$

N=42071

Z=95%

Desviación=1,96

p=0,5

q=0,5

e=5%

2.3. MÉTODOS EMPÍRICOS Y TÉCNICAS EMPLEADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la presente investigación se utilizarán como instrumentos: la encuesta, aplicada a clientes que permitirá conocer el comportamiento del mercado, para ello se considera a una muestra de la población su selección será aleatorio simple, ya que todos tienen una misma oportunidad para ser incluidos en la investigación.

Encuestas. - Una técnica realizada mediante preguntas cerradas o abiertas la cual es utilizada para recolectar información en base a un cuestionario. (Espinoza, 2019)

En este estudio serán 10 preguntas cerradas, las mismas que serán aplicadas a clientes que visiten la empresa “Mecatrónica GT” los mismos que serán de diferentes géneros y distintos niveles socioeconómicos, el objetivo de la encuesta será conocer la satisfacción del cliente en cuanto al servicio.

2.4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CLIENTES (Anexo N.1)

Pregunta 1. Requiere usted de servicios automotriz.

Tabla 1. Servicio automotriz

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	267	70%
NO	114	30%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis. - En su mayoría las personas encuestadas mencionan requerir de un servicio automotriz, mientras que en su minoría manifiesta no requerir de un servicio automotriz.

Pregunta 2. Con que frecuencia visita usted un taller mecánico cuando se daña el vehículo

Tabla 2. Frecuencia del servicio

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cuando necesita mantenimiento	170	45%
Cuando se daña el vehículo	140	37%
Nunca	71	18%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- El mayor porcentaje representa a las personas encuestadas que manifiestan cuando necesita mantenimiento, le sigue cuando se daña el vehículo.

Pregunta 3. Cómo prefiere que el servicio mecánico sea.

Tabla 3. Preferencia del servicio

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Lento	6	2%
Rápido	190	50%
Garantizado	185	49%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis:

La mayoría manifiesta que prefiere un servicio mecánico rápido, la que le sigue es que prefiere un servicio garantizado mientras que en su minoría es lento.

Pregunta 4. Cómo le gustan las instalaciones de un taller mecánico.

Tabla 4. Promoción a través de medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Seguras	135	35%
Limpias	120	32%
Amplias	126	33%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis. - El total de los encuestados consideran que es necesario que exista para un buen servicio las instalaciones de la mecánica sean seguras, siguiéndole que sean amplias y limpias.

Pregunta 5. Cuándo su vehículo sufre algún percance a qué lugar acude.

Tabla 5. Percances en los vehículos

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Medios de Concesionarias	122	32%
Talleres mecánicos	259	68%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis. - En su mayoría los encuestados de ellos consideran que acuden cuando su vehículo sufre algún percance mecánico a talleres mecánicos y en su minoría acude a las concesionarias.

Pregunta 6. Qué es lo que más realiza en su vehículo.

Tabla 6. Servicio recurrente

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cambio de filtro y aceite	121	32%
Cambio de aceite del motor	118	31%
Todo lo relacionado a la suspensión y dirección	72	19%
Todo lo relacionado con frenos	70	18%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis. - La totalidad de los encuestados contestaron que lo que más realizan cuando acuden a una mecánica es por cambio de filtro y aceite y por lo que menos acuden es por todo lo relacionado al chequeo de frenos.

Pregunta 7. Cuándo va a un taller mecánico que toma en consideración.

Tabla 7. Recomendación del servicio

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Su infraestructura e instalaciones	154	40%
La atención al cliente	111	29%
El conocimiento de su propietario y empleados	116	31%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis. - En su mayoría las personas encuestadas cuando acuden a un taller mecánico es por su infraestructura e instalaciones de igual forma por el conocimiento de su propietario y empleados.

Pregunta 8. Cuenta con un taller mecánico de confianza.

Tabla 8. Taller mecánico de confianza

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	70	18%
No	311	82%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis. - Con un alto porcentaje califica que las personas encuestadas no cuentan con un taller mecánico de confianza y en su minoría manifiesta que si lo cuenta.

Pregunta 9. Cree usted que un taller mecánico debe contar con tecnología y equipos de alta gama.

Tabla 9. Tecnología y equipos de alta gama

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	325	85%
No	56	15%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- En su mayoría se recomienda que un taller mecánico debe contar con tecnología y equipos de alta gama, mientras que en su minoría manifiesta lo contrario.

Pregunta 10. Qué recomienda usted para los talleres mecánicos.

Tabla 10. Recomendaciones

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Instalaciones con excelente infraestructura	125	33%
Rápidos y eficaces	95	25%
Tecnología y equipos de alta gama	104	27%
Ser honestos y responsables	57	15%
Total	381	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- La mayoría de los encuestados recomiendan que se debería contar con instalaciones con excelente infraestructura, seguido de tecnología y equipos de alta gama, mientras que en un porcentaje menor que deben ser honestos y responsables.

2.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TRABAJADORES. (Anexo N.2)

Pregunta 1. Existe un modelo de medición del clima laboral.

Tabla 11. Educación

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	1	12%
NO	7	88%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- La mayoría de los empleados encuestados manifiestan que el taller mecánico si cuenta con un modelo de medición del clima laboral, mientras que tan solo uno indica lo contrario.

Pregunta 2. Cree usted que las instalaciones del taller mecánico cuenta son adecuadas.

Tabla 12.Tiempo

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	7	88%
NO	1	12%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier**Fuente:** Encuestas online

Análisis.-La mayoría de los empleados encuestados indican que el taller mecánico si cuenta con las instalaciones adecuadas para desempeñar sus actividades.

Pregunta 3. Conoce la misión y visión de la mecánica.

Tabla 13.Misión

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	1	12%
No	7	88%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier**Fuente:** Encuestas online

Análisis:

El mayor porcentaje de los empleados encuestados manifiestan que no conocen la misión y visión del taller automotriz mientras que solo unos de los encuestados si conocen la misión y visión.

Pregunta 4. Cómo califica usted la tecnología que se utiliza para ofrecer el servicio a los clientes.

Tabla 14.Tecnología

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy bueno	3	38%
Bueno	3	38%
Regular	2	24%
Malo	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier**Fuente:** Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan que la tecnología con la que cuenta el taller automotriz es muy bueno y bueno mientras tan solo dos de los encuestados manifiestan que es regular.

Pregunta 5. El proceso de comunicación que existe en el taller mecánico es eficiente y efectivo.

Tabla 15.Capacitación

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Un porcentaje intermedio de los encuestados indica que, si existe una comunicación eficiente y efectiva, mientras que la otra mitad de los encuestados indican lo contrario.

Pregunta 6. Cree usted que dentro del taller existen mecanismos para medir el desempeño.

Tabla 16.Accidentes

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.-Se manifiesta en su totalidad que no existen mecanismos para medir el desempeño

Pregunta 7. Cree usted que el taller mecánico controla sus estrategias y evalúa los resultados.

Tabla 17.Remuneración

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan en su totalidad que el taller mecánico no controla las estrategias empleadas y evalúa sus resultados.

Pregunta 8. Existe puntualidad en el pago de su trabajo.

Tabla 18. Puntualidad en el pago

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan en su totalidad manifiestan que existe puntualidad en el pago por realizar sus actividades en el taller automotriz.

Pregunta 9. Tiene total libertad al momento de tomar una decisión sobre su trabajo.

Tabla 19. Puntualidad en el pago

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por:

Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan en su totalidad manifiestan que existe puntualidad en el pago por realizar sus actividades en el taller automotriz.

Pregunta 10. Cómo es la relación entre usted y el propietario del taller.

Tabla 20. Relación empleados vs propietario

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	3	38%
Muy bueno	2	25%
Bueno	2	25%
Regular	1	13%
Malo	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan en su mayoría tener una excelente relación con el propietario del taller mientras que en su minoría manifiesta tener una relación regular con el propietario.

Pregunta 11. Cómo es la relación entre usted y sus compañeros de trabajo.

Tabla 21.Relación compañeros del trabajo

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	5	63%
Muy bueno	2	25%
Bueno	1	13%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan en su mayoría tener una excelente relación con el entre compañeros.

Pregunta 12. En cuanto a la estructura física de la mecánica cree que es la adecuada para realizar sus actividades.

Tabla 22. Estructura física

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	5	62%
No	3	38%
Total	8	100%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Fuente: Encuestas online

Análisis.- Los empleados encuestados manifiestan en su mayoría que cuentan con una excelente infraestructura para realizar sus actividades, mientras que un menor porcentaje manifiestan lo contrario.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

En relación a la información obtenida se planteará una propuesta para la empresa Mecatrónica GT, en donde se da a conocer las falencias encontradas y su posible solución a fin de minimizar los errores que se han producido en los procesos administrativos y operativos de la misma.

3.1 FASE I FILOSOFÍA EMPRESARIAL

3.1.1 Misión

Brindar un servicio automotriz de manera eficaz y eficiente, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes en el menor tiempo, con un personal altamente calificado y la innovación continua de los servicios administrativos y operativos.

3.1.2 Visión

Ser reconocido como una empresa líder en mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos, mantener un crecimiento continuo basado en satisfacer las necesidades del cliente, comprometidos con el desarrollo de la sociedad.

3.1.3 Políticas

Para el análisis de la propuesta a implementar al taller mecánico Mecatrónica GT, se toma en consideración tanto políticas de Recursos Humanos como políticas ambientales.

3.2.1.1 Políticas de Recursos Humanos

Proveer al recurso humano de condiciones óptimas para el desempeño de las actividades, tales como: ambiente adecuado de trabajo, pago oportuno de sueldos y beneficios sociales, equipos de protección y herramientas de trabajo.

3.2.1.2 Política Ambiental

Conservar el ambiente natural y social que rodea al taller Mecatrónica GT, mediante el cumplimiento responsable de las ordenanzas y leyes vigentes, con el compromiso el personal de este taller.

3.2.1.3 Política de Trabajo y Seguridad Laboral

La integridad física del personal administrativo y operativo del taller, además de los bienes, deberán ser precautelados por los procedimientos y normas básicas de seguridad y salud ocupacional vigentes, tales como el mantenimiento de las estaciones y lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, revisión periódica de estaciones de emergencia y la organización del personal en caso de emergencia.

3.1.4 Valores

Calidad. - Orientado a realizar las funciones con responsabilidad y cumpliendo los estándares con la más alta calidad, satisfaciendo las exigencias de los clientes.

Compromiso. - Orientado a cumplir con entusiasmo y calidad el trabajo y servicio hacia los clientes, optimizando el tiempo con eficacia y eficiencia.

Responsabilidad. Implica emplear iniciativa propia en todas las funciones y actividades que se realice.

Puntualidad. - Cumplir diariamente con nuestras tareas dentro de la empresa sin demoras y con calidad y así evitar pérdidas económicas.

Eficiencia. - Aprovechamiento óptimo de recursos físicos y humanos, ayuda a la organización a cumplir las metas planteadas.

Orden y limpieza. – Permite mantener una óptima organización y orden en todos los niveles, así como también permite optimizar el tiempo en la realización de las tareas.

Trabajo en equipo. – Pilar fundamental que contribuye al personal a comprometerse para alcanzar los objetivos planteados, ayuda a generar un excelente clima laboral.

3.1.5 Objetivos Organizacionales

Diseñar un plan estratégico que permita consolidar la estructura organizativa de la empresa Mecatrónica GT de manera que pueda posicionarse y expandirse dentro del mercado local, generando confianza de los servicios que ofrece a los clientes manteniendo siempre la calidad y satisfacción de sus clientes.

3.2 FASE II ANÁLISIS MACRO Y MICRO ENTORNO

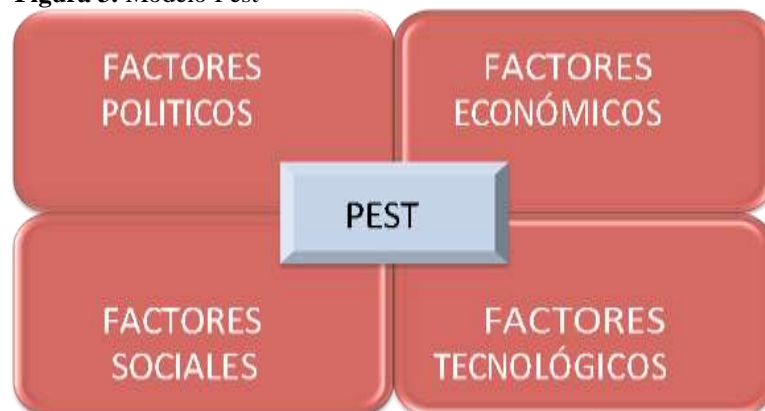
Macroentorno

Para analizar el macro entorno relacionado con el taller Mecatrónica GT, se realizó el modelo P.E.S.T una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un determinado mercado, y en consecuencia, la posición potencial y dirección de un negocio. Es un análisis estratégico del macro entorno externo en el que trabaja la organización.

3.2.1 Análisis Pest

El análisis denominado PEST, por la sigla de sus factores: político, económico, social y tecnológico, es una herramienta que permite establecer los condicionamientos externos que tienen las organizaciones. (Marcela, 2015)

Figura 3. Modelo Pest



Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

En base a lo referido este análisis permite al taller mecánico Mecatrónica GT analizar las oportunidades y amenazas, las mismas que darán una perspectiva clara del pronóstico económico, político, socio- cultural y tecnológico del taller.

3.2.1.4 Políticos

Entre los factores políticos que pueden tener relación con los objetivos planteados del taller tenemos:

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), establece dentro de sus políticas, varios incentivos que buscan promover la actividad empresarial bajo parámetros de calidad y sostenibilidad, que se alineen con la transformación de la matriz productiva, la misma que plantea la incorporación de mayor valor agregado a las industrias nacionales. Los artículos 59 y 60 contemplan los mecanismos que el Gobierno está ejecutando para la reactivación de los sectores productivos, tales como: facilitación del acceso a mejor tecnología, promoción de la innovación en la manufactura de productos, así como en la entrega de servicios, apertura hacia nuevos mercados, optimización de los procesos de producción, programas de crédito para el desarrollo corporativo, especialmente del sector MIPYME, deducciones y exoneración del pago de ciertos impuestos como el de salidas de capitales (ISD) para la adquisición de maquinaria nueva para la producción o prestación de servicios, etc. (Lexis, 2018)

Un aspecto que genera preocupación son las restricciones que ha sufrido la industria automotriz en los últimos años, principalmente en la importación de repuestos, los cuales se han visto afectados en el tema de costos debido a los aranceles que pagan por el ingreso al país.

Dependiendo de las piezas de los vehículos los aranceles oscilan entre 5% y 30%, encareciendo el producto final y generando mermas en la rentabilidad de los negocios respecto a la venta de repuestos, que en la mayoría de talleres constituye una fuente de ingresos al momento de la realización de un trabajo de reparación o mantenimiento. (Comercio E. , 2018)

3.2.1.5 Económicos

En relación a las actividades que se realiza en el taller mecánico se evidencia que los factores económicos de mayor relevancia serían: la inflación, el riesgo país, la tasa de interés y el PIB.

- El índice de inflación es un factor que mayor influencia genera ya que afecta a la subida de precios, y su tendencia esta decreciente, puesto que en los dos últimos años (enero 2017 – diciembre 2018) cerró en 3.55%, luego de haberse ubicado en valores de hasta 4.11%, lo cual es beneficioso para que exista estabilidad en los precios. (Andres, 2015)
- El riesgo país determina el nivel de una economía, respecto a la situación política y económica, Para el taller Meartrónica GT, es fundamental este indicador, porque para el desarrollo de un plan estratégico habrá que realizar una inversión que espera recuperarse en el plazo de 5 años y así determinar si el proyecto ha sido rentable o no.
- El Producto Interno Bruto constituye un factor que mide el crecimiento económico, ha visto una mejora sustancial al presentar tasas de crecimiento superiores al 3,5% en promedio en el período 2017 – 2018. (AEDA, 2018)

Concluyendo que las políticas económicas que ha implementado el gobierno ofrecen grandes oportunidades para el desarrollo en el ámbito automotriz.

3.2.1.6 Sociales

Con respecto a los factores sociales se tiene en consideración analizar alguno de ellos que ayuda a interpretar el comportamiento del consumidor, así como también su la situación económica del país y la disposición de consumo, para lo cual se toma en consideración los siguientes puntos:

Estándar del consumidor ecuatoriano. - la revista Ekos Negocios en el año 2018 sobre la “*Nueva Ruta de Consumo en Ecuador*”, se explicaron ciertas variables que describen un estándar del consumidor ecuatoriano y cómo ha evolucionado en los últimos años. De acuerdo a esta investigación, se puede establecer que la sociedad ecuatoriana en su mayoría está conformada por los estratos sociales de nivel medio. Asimismo, el consumo de estas personas fue realizado a través de la utilización de tarjetas de crédito (32%) y

que la mayoría de estas personas (44%) posee un ingreso entre los \$ 400.00 y \$ 1,000.00 mensuales. Lo que supone un dato importante al momento de canalizar estrategias para el posicionamiento del “Taller Los Turbos”, en el cantón la Libertad (EKOS, 2015)

Índice de confianza del Consumidor. - La confianza del consumidor, es un indicador importante porque sirve para establecer el grado de confianza existente por parte de los ciudadanos respecto al estado general de la economía. Por ello, según los datos del Banco Central del Ecuador, se puede apreciar que entre 2017 y 2018 este indicador presenta un comportamiento creciente llegando a 41.6%; por ello (ECUADOR), este aspecto permite identificar el valor agregado de un producto o servicio y así garantizar la mayor afluencia de usuarios al negocio.

3.2.1.7 Tecnológicas

Sin duda los factores tecnológicos son sinónimo de inversión, el taller Mecatrónica GT posee grandes ventajas puesto que utiliza equipos con tecnología de punta para la realización de los diferentes servicios y mantenimiento.

En el mismo sentido, como punto a favor se establecen las políticas orientadas a la innovación de los servicios en cuanto la realización eficaz de los trabajos, a través de herramientas y técnicas que ofrezcan mayor grado de satisfacción a los clientes.

En relación a la infraestructura posee una distribución adecuada de los espacios y equipos como podemos observar en los siguientes gráficos:

Figura 4. Maquinaria



Fuente: Mecatrónica GT

Figura 5 Infraestructura



Fuente: Mecatrónica GT

Figura 6. Infraestructura Administrativa



Fuente: Mecatrónica GT

Las herramientas y equipos de mantenimiento automotriz hacen que el taller tenga una ventaja competitiva generando de esta forma confianza en los clientes en relación a brindar un excelente diagnóstico para el mantenimiento o reparación de los vehículos.

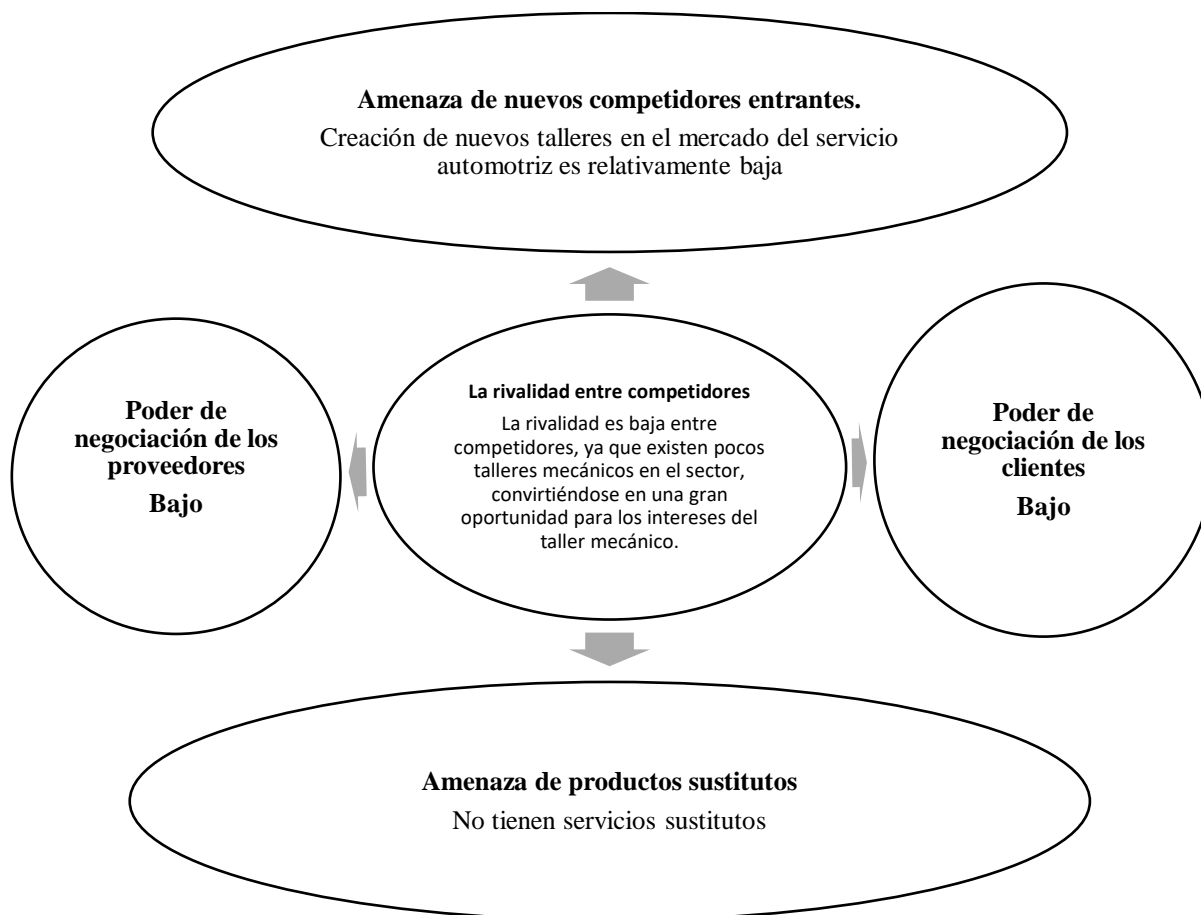
Microentorno

El taller Mecatrónica GT está ubicado en una dirección estratégico de la ciudad de Quito, al ser una zona de gran afluencia vehicular y esto resultaría beneficioso, justificado por las encuestas realizadas a clientes. Otro beneficio es el fácil acceso y situado en una vía que presenta buenas condiciones y con una amplitud suficiente permitiendo un fácil ingreso y salida de los vehículos

3.2.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Mecatrónica GT, es una empresa que compite en el sector automotriz. Según Michael Porter utilizando las cinco fuerzas se determina la incidencia de la competencia y la rentabilidad.

Figura 7. Porter



Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

3.2.2.1 Poder de negociación de los clientes

Contar con clientes potenciales y estadísticamente se cuenta con más de 350000 autos circulando por las calles del Distrito Metropolitano de Quito. (EKOS, 2015), y al existir pocos proveedores de este tipo de servicio, en el sector, los clientes disminuirán su capacidad de negociación ya que tienen menor posibilidad de cambiar de proveedor de mayor y mejor calidad, en definitiva existe un poder de negociación bajo de los clientes.

3.2.2.2 Poder de negociación de los proveedores

El taller mecánico “Mecatrónica GT” cuenta con proveedores estratégicos quienes brindan servicios, productos y maquinaria de calidad, proveedores de partes, piezas y herramientas necesarios para llevar a cabo un trabajo de servicio y diagnóstico mecánico de calidad.

En la actualidad en el mercado ecuatoriano, a pesar de las políticas restrictivas aplicadas a la importación de este tipo de productos, se cuenta con varias opciones para su adquisición, por lo que se concluye que el poder de los proveedores es bajo.

Tabla 23. Proveedores

PROVEEDOR	PRODUCTOS/SERVICIOS	OBSERVACIONES
RECAMIOS NAVACHI	Maquinaria, Repuestos hidráulicos, Bandas, servicio de torno	Empresa líder en suministros hidráulicos
PQ MAQUINARIA	Herramientas, Ruedas, equipamiento como prensas, compresores, gatos, extractores.	Distribuidores mayoristas en equipamiento para talleres mecánicos
RECAMBIOS MERES	Recambios y accesorios	Distribuidora oficial de marcas de prestigio

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Para un mejor servicio de calidad el taller mecánico Mecatrónica GT, trabaja directamente con proveedores de primera línea como se observa en la tabla anterior, los cuales brinda garantía y calidad.

3.2.2.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes (Competencia actual y futura)

La implementación de nuevos talleres por lo general está condicionada por la existencia o no de barreras de entrada, tales como patentes, requisitos altos de capital, acceso a la tecnología, las políticas municipales, etc.

En el caso de servicios automotrices, si bien cualquiera puede decidir abrir un nuevo taller o mecánica, existen muchas barreras que obstaculizan la entrada de competidores significativos.

En consideración, los talleres que brindan este tipo de servicios son empresas que se benefician por tener maquinaria especializada, personal capacitado, y que cuentan con experiencia en el sector automotriz.

Otro punto a considerar es el nombre, la imagen y la buena reputación de la marca, este es un claro indicador de prestigio y posicionamiento.

En conclusión, la amenaza de la creación de nuevos talleres en el mercado del servicio automotriz es relativamente baja.

3.2.2.4 Amenaza de productos sustitutos

Una de las amenazas que se determina es que no tienen servicios sustitutos considerando las características propias ofrecidas por “Mecatrónica GT”, es decir, no se ofrece un servicio con todas esas ventajas, además, existen servicios a menor escala, ya que se pueden prestar servicios iguales al de un taller automotriz pero no con la maquinaria ni con el personal adecuado.

3.2.2.5 La rivalidad entre competidores

La rivalidad es baja entre competidores, ya que existen pocos talleres mecánicos en el sector, convirtiéndose en una gran oportunidad para los intereses del taller mecánico.

Tabla 24. Competidores

NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	PRODUCTOS/SERVICIOS
OPTI MOTORS S.A	AV. 6 de Diciembre N52-33, Isaac Barrera	Revisión y mantenimiento vehicular
STAHL RECTIFICADORA	E10 A Joaquin Arrieta y N52	Mantenimiento, rectificadora vehicular
CAR SHOCK S.A	Calle E-16 N60-10 de los Nogales	Revisión y mantenimiento vehicular

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

3.2.3 Matriz de Perfil Competitivo

En la realización de la presente matriz, se tomó como referencia a los talleres que se encuentran cercanos geográficamente y tienen características similares o superiores al taller mecánico Mecatrónica GT, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 25. Matriz Perfil Competitivo

		OPTIMOTORS S.A		STAHL RECTIFICADORA		CAR SHOCK S.A	
Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Participación en el mercado.	0,1	2	0,24	4	0,48	3	0,36
Competitividad de precios.	0,12	3	0,36	2	0,24	3	0,36
Posición financiera.	0,12	2	0,24	4	0,48	1	0,12
Calidad del producto.	0,12	3	0,36	4	0,48	3	0,36
Lealtad del cliente.	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48
Tecnología	0,1	3	0,3	4	0,4	1	0,1
Nuevos Productos.	0,1	1	0,1	3	0,3	1	0,1
Servicio al cliente.	0,2	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Total	1		2,88		3,66		2,48

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Como se observa OPTIMOTORS S.A. tiene mayor ventaja competitiva que STAHL RECTIFICADORA del taller CAR SHOCK S.A, lo cual indica que tiene mejores factores para conseguir el éxito en las actividades desarrolladas en beneficio de su cliente, considerado como factores críticos para el éxito de este tipo de empresas.

3.3 FASE III ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

3.3.1 Análisis de las capacidades

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo tomamos en consideración la capacidad de operativa y de ventas del taller Mecatrónica GT como podemos observar a continuación.

3.3.1.1 Análisis de la Capacidad Operativa

El Taller Mecatrónica GT constara con varias secciones de trabajo que detallamos a continuación.

✓ Sección de Espera

En esta sección consiste en mantener el vehículo que le falte algún repuesto que no se encuentre en el mercado o algún inconveniente que este fuera del alcance del taller y que por lo tanto tenga que esperar el vehículo para su totalidad reparación o retiro del mismo.

✓ Sección de Acabado

En esta sección es en donde se acoplaran todos los accesorios y repuestos que fueron sacados del vehículo siniestrado para su ensamblaje final para luego así poder comprobar que este en óptimas condiciones para ser entregado al cliente.

✓ Sección Mecánica - Eléctrica.

Los trabajos que se desarrollarán en esta sección, se fundamentan en las siguientes actividades:

❖ Mecánica Automotriz

- Mantenimiento General (ABC, el motor).
- Reparación de frenos.
- Reparación de suspensión y dirección.
- Reparación de motores de gasolina y diesel.
- Reparación de transmisiones manuales y automáticas.

- Limpieza de inyectores.
- Baqueteada de y construcción de radiadores.
- Rectificadora de discos.
- ❖ Electricidad Automotriz
 - Diagnóstico Electrónico.
 - Reparaciones del sistema de inyección.
 - Reparación de instalaciones eléctrica (cableado y circuito).
 - Reparaciones de motores de arranque y alternadores.
 - Mantenimiento y reparación de AC.
 - Alineación de Faros
- ✓ **Sección de Servicios Express:**
 - Mantenimiento preventivo (Cambio de aceite, filtros, etc.).
 - Lubricación.
 - Alineación, balanceo y enllantaje.
 - Reparación de sistema de escape.
 - Venta de repuestos.
 - Servicio de grúa plataforma.

Figura 8. Capacidad Operativa, plataforma grúa



Fuente: Taller Mecatrónica GT.

✓ Sección de bodega

Donde se almacenará los repuestos que necesitaran el vehículo para su reparación, las partes y accesorios que se desarmaron del vehículo, como también los materiales a utilizarse.

3.3.1.2 Capacidad de Ventas

Para la realización de los cálculos de ingresos previstos en los próximos 5 años, se tomó como base el número de vehículos diarios que realizan el mantenimiento y reparación en la mecánica, que son alrededor de 8 a 10 por día en este momento, mismos que son enviados al proceso correspondiente dependiendo la reparación que se realice.

Tabla 26. Resumen de inversiones

Construcciones e instalaciones	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Maquinaria y equipo			
Plataforma 4000 con grúa de 4 ton, herramientas	1	15.000,00	15.000,00
Construcciones e instalaciones			
Reacondicionamiento de oficina	1	2.500,00	2.500,00
Mesas de trabajo y estantes	3	800	2.400,00
Muebles y enseres			
Juego de muebles y enseres	1	350	350
Total inversiones		18.350,00	20.250,00

Elaborado por: Pepe Guato Javier

3.4 FASE IV DIGNÓSTICO ESTRATÉGICO

3.4.1 Matriz FODA

Por consiguiente, la matriz FODA para el taller mecánico esta descrita en la siguiente tabla donde se identifica cada uno de los factores que influyen al taller Mecatrónica GT.

Tabla 27.FODA

		FORTALEZAS		DEBILIDADES
INTERIOR	F1	Experiencia y personal capacitado	D1	Ausencia de un plan de marketing
	F2	Liderazgo de los jefes del taller	D2	La publicidad del taller mecánico no está correctamente direccionado por lo que el flujo de clientes no es el adecuado.
	F3	Equipos y maquinaria de punta para proporcionar los servicios de mantenimiento	D3	Falta de un plan estratégico que permita a la empresa tener una mejor estructura interna.
	F4	Responsabilidad efectiva en el desempeño de sus funciones		
	F5	Infraestructura adecuada		
	F6	Se cuenta con un número adecuado de personal para atender las necesidades de los clientes		
		OPORTUNIDADES		AMENAZAS
EXTERIOR	O1	Nuevas tecnologías	A1	Incremento del valor económico de los insumos con los que trabaja el taller
	O2	Continuo crecimiento del parque automotor	A2	Crecimiento de talleres mecánicos en el sector
	O3	Fácil accesibilidad de créditos para adquirir vehículos y repuestos	A3	Dificultad de importar los repuestos por los aranceles
			A4	Incremento del valor económico de los insumos con los que trabaja el taller

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

3.4.2 Matriz de Factores Externos

La matriz es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos. (Yiminshum, 2017)

Tabla 28. EFE

Factores Críticos para el Éxito	Peso	Calificación	Ponderación
OPORTUNIDADES			
O1 Nuevas tecnologías	0,18	1	0,18
O2 Continuo crecimiento del parque automotor	0,21	3	0,63
O3 Fácil accesibilidad de créditos para adquirir vehículos y repuestos	0,23	2	0,46
AMENAZAS			
A1 Incremento del valor económico de los insumos con los que trabaja el taller	0,06	1	0,07
A2 Crecimiento de talleres mecánicos en el sector	0,04	3	0,04
A3 Dificultad de importar los repuestos por los aranceles	0,06	4	0,16
A4 Alza de precios de las materias primas	0,12	2	0,24
A5 Incremento del valor económico de los insumos con los que trabaja el taller	0,1	2	0,3
TOTAL	1		2,08

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

La implementación de esta herramienta en el taller mecánico “Mecatrónica GT” permite identificar las estrategias para aprovecharlas y así maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas. A cada factor determinado se le asigna un peso relativo y una calificación subjetiva con un valor de 1 a 4, siendo 1 bajo y 4 alto multiplicando ambas se obtiene la ponderación.

3.4.3 Matriz de Factores Internos

La matriz es una herramienta que permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto; dentro del instrumento que permite evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes en cada área y así formular nuestras estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos. (Yiminshum, 2017)

Tabla 29. EFI

Factores Críticos para el Éxito	Peso	Calificación	Ponderación
FORTALEZAS			
F1 Experiencia y personal capacitado	0,05	3	0,18
F2 Liderazgo de los jefes del taller	0,11	3	0,36
F3 Equipos y maquinaria de punta para proporcionar los servicios de mantenimiento	0,1	2	0,2
F4 Responsabilidad efectiva en el desempeño de sus funciones	0,13	3	0,39
F5 Infraestructura adecuada	0,12	4	0,48
F6 Se cuenta con un número adecuado de personal para atender las necesidades de los clientes	0,06	2	0,12
DEBILIDADES			
A1 Ausencia de un plan de marketing	0,14	1	0,14
A2 La publicidad del taller mecánico no está correctamente direccionado por lo que el flujo de clientes no es el adecuado.	0,16	2	0,32
A3 Falta de un plan estratégico que permita a la empresa tener una mejor estructura interna.	0,13	4	0,52
TOTAL	1		2,70

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

A cada factor determinado se le asigna un peso relativo y una calificación subjetiva con un valor de 1 a 4, siendo 1 bajo y 4 alto multiplicando ambas se obtiene la ponderación.

A través de la matriz de factores internos el taller mecánico “Mecatrónica GT” permite analizar el efecto que conllevo aplicar las estrategias y analizar el impacto y consecuencias de este modo permite tomar decisiones que ayuden a reforzar los procesos internos del taller.

3.4.4 Matriz DAFO

Tabla 30.DAFO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ESTRATEGIAS FODA	F1 Experiencia y personal capacitado.	D1 Ausencia de un plan de marketing.
	F2 Liderazgo de los jefes del taller.	D2 La publicidad del taller mecánico no está correctamente direccionado por lo que el flujo de clientes no es el adecuado.
	F3 Equipos y Maquinaria de punta para proporcionar los servicios de mantenimiento.	D3 Falta de un plan estratégico que permita a la empresa tener una mejor estructura interna.
	F4 Responsabilidad en el cumplimiento del trabajo	
	F5 La infraestructura adecuada	
	F6 Se cuenta con un número adecuado de personal para atender las necesidades de los clientes	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1 Nuevas tecnologías	FO1 Aprovechar el crecimiento del parque automotor, para ofrecer a los clientes, un servicio de calidad a todas las marcas existentes en el mercado.	DO1 Implementar estrategias de publicidad tales como promociones utilizando medios de comunicación masivos como por ejemplo la prensa, televisión y radio (spots publicitarios).
O2 Continuo crecimiento del parque automotor.		
O3 Fácil accesibilidad a créditos para la adquisición de repuestos.		
	FO2 Actualizar los equipos y maquinarias de trabajo, con la implementación de las nuevas tecnologías que están presentes en el mercado.	DO2 Implementar un plan de marketing que permita promocionar el servicio de la empresa al parque automotor de la ciudad.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1 Incremento del valor económico de los insumos con los que trabaja el taller	FA1 Con la experiencia y constante capacitación que tienen los empleados de la empresa, se cubrirá las necesidades de servicio no solo de la zona norte, sino de otros sectores de la ciudad.	DA1 Mediante el diseño de estrategias se buscará soluciones para conseguir capital, que permita comprar repuestos directos sin intermediarios. Facilidad en los créditos por parte de instituciones.
A2 Crecimiento de talleres mecánicos en el sector .		
A3 Dificultades al importar los repuestos por los aranceles.		
A4 Incremento del valor económico de los insumos con los que trabaja el taller		

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

3.5 FASE V ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

Las estrategias que se plantea para el desarrollo de la propuesta van acorde a la metodología y en busca del posicionamiento y el incremento de ingresos del taller Mecatrónica GT.

3.5.1 Estrategias de la Perspectiva Financiera

- Aumentar los ingresos en un 5%, lograr liquidez financiera y rentabilidad.
- Crear un sistema financiero como herramienta para la planificación y control.
- Asignar un responsable para el manejo financiero que gestione directamente los cobros.

3.5.2 Estrategias de la Perspectiva del Cliente

Crear mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción de los servicios que ofrece el taller mecánico.

- Generar mecanismos que brinden a los clientes una atención inmediata a través de promociones y atractivos financieros.
- Realizar las gestiones necesarias e identificar a las organizaciones que cuenten con parque automotor y ofrecer nuestros servicios.
- Realizar pruebas del servicio prestado luego de realizado el mantenimiento de reparación con la finalidad de conocer si el vehículo cumple con los parámetros.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes actuales y así mantener una imagen posicionada del taller mecánico.

3.5.3 Estrategias de la Perspectiva de Procesos Internos

Crear un reglamento interno que permita conocer cada una de las funciones y actividades a realizar en el taller.

- Crear una herramienta que la llamaremos “Gestión a tiempo”, la cual permite mantener un stock de inventario en cuanto a repuestos confiable.

- Eliminar tareas repetitivas e innecesarias a través de la elaboración de un flujograma de actividades para así reducir el tiempo en cada tarea.

3.5.4 Estrategias de la Perspectiva de Crecimiento y Aprendizaje

- Realizar programas de integración con todo el personal administrativo y operativo, para mejorar el ambiente laboral.
- Crear un manual de funciones y procedimientos y así tener delineada cada una de las actividades y sus responsables.
- Seleccionar el personal idóneo para que el taller mecánico alcance excelencia en productividad y competitividad.
- Contratación de personal idóneo para cada área.
- Capacitar a todo el personal administrativo y operativo en cada una de sus áreas.
- Difundir los objetivos del taller mecánico conformando un equipo de trabajo leal y comprometido.
- Utilizar los medios digitales para realizar publicidad masiva a bajo costo, con el objetivo de que el taller sea identificado fácilmente.
- Elaborar un plan de incentivos económicos para todos los trabajadores del taller Mecatrónica GT.

3.6 FASE VI IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS

3.6.1 Plan de Acción

Tabla 31. Plan de acción

PLAN DE ACCION DEL TALLER MECANCO "MECARTRONICA GT"					
PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA					
Objetivo: Diseñar un plan estratégico que permita consolidar la estructura organizativa de la empresa Mecatrónica GT de manera que pueda posicionarse y expandirse dentro del mercado local, generando confianza de los servicios que ofrece a los clientes manteniendo siempre la calidad y satisfacción de sus clientes.					
Estrategias	Actividades	Meta	Tiempo		Responsable
			Inicio	Fin	
Actualización de la Misión.	Reuniones periódicas con los líderes de los procesos	Definir el objetivo central del taller Mecatrónica Gt, teniendo en consideración el porcentaje de cada uno de los valores planteados	Sep 2019	Se propone como estrategia permanente.	Gerencia Financiera
Actualización de la Visión.	Dar a conocer a los trabajadores de la reestructuración del direccionamiento de la empresa	Dirigir los esfuerzos individuales hacia los objetivos organizacionales del taller			

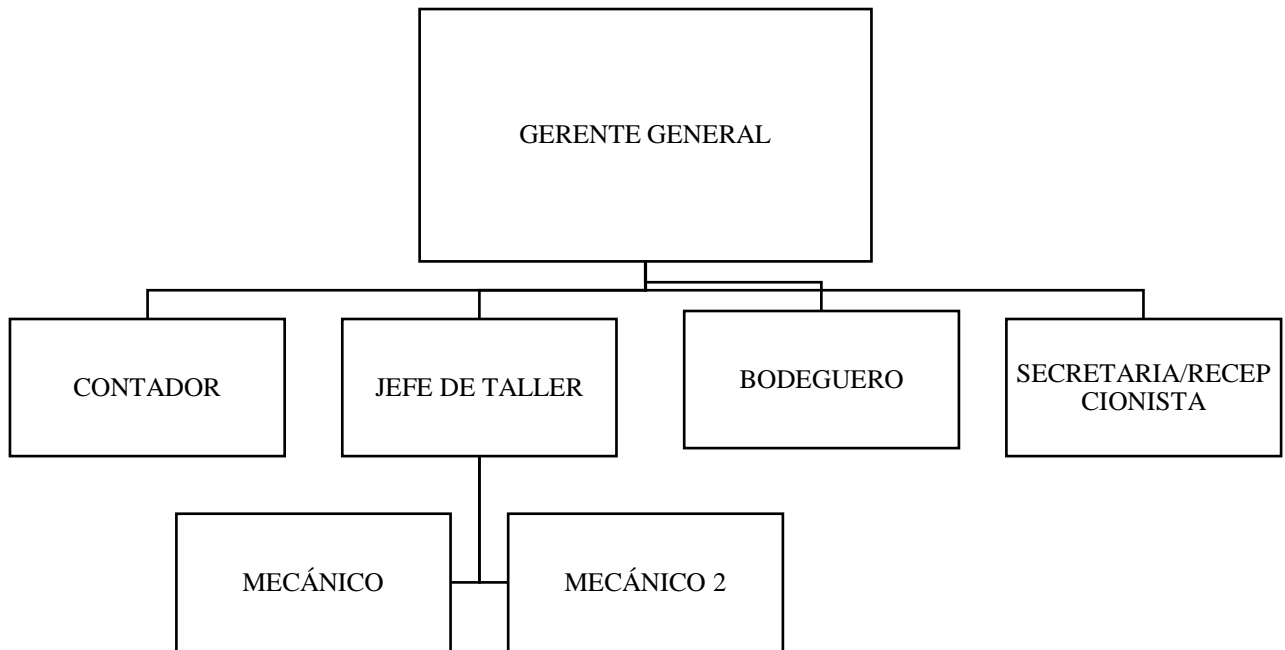
Establecimiento de los Objetivos empresariales.	Pedir sugerencias al personal para mejorar	Lograr la situación interna deseada que la empresa pretende para el futuro.			
Actualización de las Políticas.	Pedir sugerencias al personal para mejorar	Direccionar a la empresa en la toma de decisiones.			
Estrategias de perspectiva financiera	1. Crear un sistema financiero como herramienta para la planificación y control.	Aumentar los ingresos en un 5%, lograr liquidez financiera y rentabilidad.	nov-19	Se propone como estrategia permanente.	Gerencia General
	2. Asignar un responsable para el manejo financiero que gestione directamente los cobros				
Estrategias de perspectiva del cliente	1. Generar mecanismos que brinden a los clientes una atención inmediata a través de promociones y atractivos financieros.	Crear mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción de los servicios que ofrece el taller mecánico.	dic-19	Se propone como estrategia permanente.	Gerencia General
	2. Realizar pruebas del servicio prestado luego de realizado el mantenimiento de reparación con la finalidad de conocer si el vehículo cumple con los parámetros.				
	3. Realizar pruebas luego de concluido el trabajo de reparación con la finalidad de conocer si el vehículo cumple con los parámetros de calidad.				
	4. Satisfacer las necesidades de nuestros clientes actuales y así mantener una imagen posicionada del taller mecánico.				
Estrategias de perspectiva de procesos internos	1. Crear una herramienta que la llamaremos “Gestión a tiempo” , la cual permite mantener un stock de inventario en cuanto a repuestos confiable	Optimizar el tiempo de realización de cada tarea	ene-20		Gerencia General
	2. Eliminar tareas repetitivas e innecesarias a través de la elaboración de un flujograma de actividades para así reducir el tiempo en cada tarea.				
Estrategias de perspectiva de crecimiento y aprendizaje	1. Crear un manual de funciones y procedimientos y así tener delineada cada una de las actividades y sus responsables.	Crecimiento organizacional Administrativos, financieros, operativos y comerciales del taller mecánico	feb-20	mar-20	Gerencia General y Líderes de Procesos
	2. Crear un manual de funciones y procedimientos y así tener delineada cada una de las actividades y sus responsables.				

	3. Contratación de personal idóneo para cada área.				
	4. Capacitar a todo el personal administrativo y operativo en cada una de sus áreas.				
	5. Utilizar los medios digitales para realizar publicidad masiva a bajo costo, con el objetivo de que el taller sea identificado fácilmente.				
	6. Elaborar un plan de incentivos económicos para todos los trabajadores del taller Mecatrónica GT.				
Mejoramiento de la gestión de los procesos.	Implementar un manual de los procesos productivos.	Aumentar la satisfacción de los clientes mediante el buen funcionamiento del giro del negocio.	2019	Se propone como estrategia permanente.	Gerencia General y Empleados
Incluir nuevas características al servicio automotriz	Analizar la satisfacción de los clientes frente a nuevos servicios	Atraer a nuevos usuarios y asegurar a los clientes ya existentes.	2019	Se propone como estrategia permanente	Gerencia General

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

3.6.2 Diseño de la Organización

Figura 9. Diseño Organizacional



Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

En la figura anterior se representa las diferentes funciones que constituyen al taller mecánico Mecatrónica GT, con sus respectivos niveles jerárquicos comenzando por el Gerente General en el primer nivel, seguido por la parte administrativa y en el nivel final los mecánicos.

3.7 PRESUPUESTO

Tabla 32. Presupuesto

ITEM	CONCEPTO	VALOR	% DE INCIDENCIA
PERSPECTIVA FINANCIERA			35,50%
1	Estudio de mercado, proyección de ventas	\$200,00	11,83%
2	Sistema contable	\$300,00	17,75%
3	Grupos focales y reuniones	\$100,00	5,92%
PERSPECTIVA DEL CLIENTE			5,92%
4	Estrategias de competitividad, mejoramiento de satisfacción al cliente	\$100,00	5,92%
PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS			34,32%
5	Reglamento interno	\$150,00	8,88%
6	Herramienta “justo a tiempo”	\$200,00	11,83%
7	Actividades de monitoreo y seguimiento	\$80,00	4,73%
8	Flujograma de actividades	\$150,00	8,88%
PERSPECTIVA DE CRECIMIENTO Y APRENDIZAJE			24,26%
9	Programas de integración	\$100,00	5,92%
10	Capacitación administrativa de procedimientos	\$80,00	4,73%
11	Difusión de objetivos	\$50,00	2,96%
12	Publicidad por redes sociales	\$100,00	5,92%
13	Plan de incentivos económicos	\$80,00	4,73%
	TOTAL	\$1.690,00	100,00%

Elaborado por: Pepe Guato Juan Javier

Dentro del presupuesto se toma en consideración invertir en un estudio de mercado que permita a la Gerencia General del Taller Mecatrónica GT aumentar su proyección de ventas, para lo cual se invertirá USD\$200 dólares, de igual manera se invierte USD\$300 dólares en un sistema contable que permita tener una información veraz de los ingresos generados, para facilitar la toma de decisiones.

En relación a implementar estrategias de competitividad, mejoramiento de satisfacción al cliente se busca reducir la incidencia de insatisfacción a través de la implementación de mejoras como capacitar al personal de manera continua en atención al cliente, en primera instancia se invertirá USD\$100 dólares en formación al personal administrativo acerca de personalización al cliente.

Para la implementación de procesos internos se tiene previsto invertir un valor de USD\$580 dolares, el cual permite generar un valor agregado tanto de control como de calidad a la empresa Mecatrónica GT.

Uno de las estrategias a implementar es la perspectiva de crecimiento y aprendizaje, el cual permite difundir a través de medios nuestros productos y servicios, además brindar al personal una capacitación administrativa de procedimientos, de gual forma motivar a través de incentivos económicos con un porcentaje de incidencia del 24,26%

4. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- Se realizó la fundamentación teórica, mediante la cual ayudo a la investigación a obtener el conocimiento necesario para realizar la propuesta de un plan estratégico dentro del taller “Mecatrónica GT”, sustentando la propuesta en base a teorías de diferentes autores como la expresada en la investigación de la percepción de brechas que evidencia de manera objetiva la diferencia entre la situación deseada y la situación actual con respecto la Misión, la Visión, Valores Corporativos, Política de Calidad, Oferta de Valor, Capacidades Distintivas y Activos Estratégicos del direccionamiento estratégico.
- El 58% de los clientes encuestados confirman que los servicios que presta el taller Mecatrónica GT, tienen una demanda alta por lo que la implementación del presente plan estratégico es factible.
- Se realizó una evaluación diagnostica actual del taller Mecatrónica GT, por medio de la utilización de herramientas como el análisis de las 5 fuerzas de Porter, mediante la cual se determinó la incidencia de la competencia y la rentabilidad.
- El 53% de los trabajadores encuestados en relación al análisis interno y al direccionamiento estratégico confirman que se requiere para el taller Mecatrónica GT, un análisis interno, una planeación estratégica y un plan de acción que permitirá que la empresa se vuelva sostenible.
- Una de las novedades que se encontraron en el transcurso del análisis y desarrollo de la presente investigación es que en el taller mecánico existe falta de control en cada uno de los procesos.
- Se estableció las estrategias a implementar a través de un plan de acción que permitió conocer los problemas a través de indicadores y el presupuesto necesario para la puesta en marcha del proyecto.

En conclusión, el posicionamiento en el mercado permite la posibilidad de incrementar los ingresos y el posicionamiento de la empresa y a la vez de obtener nuevos clientes,

considerando las estrategias impuestas en el servicio que presta el taller ayudan a ser competitivos.

4.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Gerencia Comercial de la empresa Meartrónica GT, que para una mayor efectividad de la implementación del presente plan estratégico se integre un plan de marketing a través de redes sociales, se debe tener un cronograma de las actividades y funciones que se van a realizar para dar a conocer los productos y servicios por este medio, además través de estos medios se podrá implementar el sistema de aliados estratégicos, con los talleres de la zona, que remita a sus clientes cuando requieran nuestros servicios.
- Una vez obtenido los resultados de las encuestas se sugiere realizar un análisis más detallado de la información obtenida con el fin de implementar mejoras y reducir quejas de los potenciales clientes, de igual forma a través de los datos obtenidos de las encuestas a trabajadores analizar más a fondo la situación organizacional del taller mecánico Meartrónica GT.
- Se recomienda no demorar la toma de decisión por parte de la Gerencia para la implementación de la propuesta del plan estratégico, puesto que debe comenzar a tomar acciones administrativas para no quedar rezagado en el mercado de mantenimiento automotriz en relación a la competencia de la empresa Meartrónica GT.
- Se recomienda que los encargados de establecer estrategias estas sean constantes y limitados, ampliar mercado y mantener la calidad de los servicios, solo así se considera un crecimiento sustancial de los ingresos y a la vez el alcance de los objetivos propuestos.
- Una vez implementado el plan estratégico, se sugieres a la Gerencia General pedir una auditoria de tercer nivel para obtener la certificación ISO, con el propósito de generar mayor confianza al cliente final.

BIBLIOGRAFÍA

- AEDA. (2018). AEADE. (*Asociación de empresas automotrices del Ecuador*), 13.
- Amstrong, K. &. (2001). *La American Society For Quality*.
- Andres, S. (2015). *Glogalización Estrategica* (1 ed.). Valencia: Galaraga.
- Armijo. (2016). *La Planificación Estrategica como una necesidad organizacional* (1 ed., Vol. 2). Madrid: Armari.
- Beatriz, V. (2015). Gestión de negocios. *Analisis de competencias*, 15.
- Bernal, J. (22 de 10 de 2016). *Prezi* . Recuperado el 2018, de <https://prezi.com/z9kb7mludpem/sistema-de-administracion-del-talento-humano/>
- Cartuche, J. (2016;2018). *Plan Estratégico para el taller automotriz*. Loja.
- Castellanos, J. (2014). *Concepciones de gestión del desempeño en las organizaciones*. Mexico, D.F: Vitall.
- Castillo, A. (2017). Tenemos los Mejores Trabajos . *Líderes*, 18.
- Chavez, D. (2012; 2013). *Gestion por Procesos de la Direccion de Seguimiento y Monitoreo a las UATH del Ministerio de Relaciones Laborales* . Quito , Ecuador .
- Comercio. (2017). *Comercio.com*. Obtenido de Comercio.com: <https://www.elcomercio.com/tag/el-inca>
- Comercio, E. (25 de enero de 2018). Restricciones de la Industria Automotriz. pág. 5.
- Cordova, A. (2015). *Gerencia de Procesos para la Organización y Control de las*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- David, E. (2015). *Planificación* (2 ed.). Madrid: Garces .
- DAVID, G. (2015;2016). Propuesta del plan de direccionamiento. Quito.
- Dumorné, K. (2018). Diagnóstico económico, financiero y planificación estrategica de acopio de leche vinculados al centro de gestión de Paillaco, región de los Ríos, Chile, estudiosde casos. *Eumet*, 2.
- ECUADOR, B. C. (s.f.).
- EKOS. (2015). Negocios. *EKOS*, 5.
- Espinosa, R. (2016). *La matriz de analisis Dafo*.
- Espinoza, R. (2019). *Welcome to the new marketing*. (R. Espinoza, Ed.) Obtenido de Welcome to the new marketing: <https://robertoespinoza.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

- Folgueiras, P. (2017). *La Entrevista tecnica de recogida de información* (1 ed.). Madrid, España: La muralla.
- Gómez, B. C. (2008). Gestión de Recursos Humanos 5ta edición. En B. C. Gómez, *Gestión de Recursos Humanos 5ta edición* (págs. 8,9). España: PEARSON EDUCACION S.A.
- Gomez, P. S. (2009).
- INEC. (2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Quito.
- Jessica, T. (2014;2015). Diseño e implementación de un plan estrategico para el taller . Quito.
- Kotler, P. (2014). *Dirección de Marketing*. (10° edición ed.). Mc Graw Hill.
- Krell, H. (2008). *Que son Alianzas Estratégicas*.
- Marcela, P. (2015). *Clima de negocios e inversiones para el desarrollo de las MIPyME* (2 ed.). Quito: Didact.
- Marengo, K. (2018). *¿Qué es direccionamiento estratégico y para qué sirve?* Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/72067860/Que-es-direccionamientoestrategico-y-para-que-sirve>.
- Marti, A. (2017). *Cálculo del Riesgo de Adversidades Climáticas para los Cultivos* (1 ed.). Zaragoza: Cordova.
- Mendoza, C. (2015). *Atributos Internos de una organizacion* (3 ed.). Mexico, D.F: Thomas.
- Mendoza, L. (2015). *Diseño del plan estratégico 2013-2017 de la empresa Patricia Ramirez*.
- Montenegro, L. (2012; 2013). *Diseño del Plan Estrategico para la Capacitacion del Recurso Humano en el Centro Bilingüe Ecuador* . Ecuador .
- Montoya, & Chuquimarca. (2011; 2015). *Planificacion Estrategica para el Instituto Pedagogico Ciudad de Cariamanga periodo 2011- 2015*. Loja , Ecuador .
- Muñoz, L. (2012; 2013). *Propuesta del Plan Estrategico Institucional para el Ministerio de Electricidad y Energia Renovable* . Quito , Ecuador .
- Ogliastri, E. (17 de 01 de 2017). *Planificación Estrategica*. Recuperado el 06 de 2018 de https://www.researchgate.net/publication/315474831_Ogliastri_Enrique_Manual_de_Planificacion_Estrategica
- Paredes. (2019). *Planeación estrategica* . Obtenido de Planeación estrategica : <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/matriz-efe-efi/>

- Pedros. (2016). Madrid: Diaz Santos.
- Quinn, J. (1997). En Mintzberg, Quinn, & Voyer, *El Proceso Estrategico* (pág. 7). Mexico : Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- RAPAHMELL, J. M. (2017). *Marketing in the service sector*. Cambridge Massachusetts: Winthrop Publishers Inc.
- Revista Lideres . (2017). El Bien estar define la calidad de un buen trabajo . *Líderes* , 18.
- Rodrigo, A. (2017). Negocios Empresariales.
- SENPLADES. (Noviembre de 2016). Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Est_Sinp_Sen.pdf
- Toapanta, J. (2014). Diseño e implementación de un plan estrategico para el taller. 1.
- Tobar, A. (2019). *Planificación* (3 ed.). Mexico, D.F: Luzuriega.
- Valentina, L. (2016; 2018). Planificación estrategica aplicada.
- Yiminshum. (22 de febrero de 2017). *Social Media, Marketing, SEO*. Obtenido de <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/>

ANEXOS

Anexo N.1

ENCUESTA A CLIENTES

GENERO: Masculino Femenino

1. ¿Requiere usted de servicios automotriz?

SI NO

2. ¿Con que frecuencia visita usted un taller mecánico cuando se daña el vehículo?

Cuando necesita mantenimiento

Cuando se daña el vehículo

Nunca

3. ¿Cómo prefiere que el servicio mecánico sea?

Lento

Rápido

Garantizado

4. ¿Cómo le gusta las instalaciones de un taller mecánico?

Seguras

Limpias

Amplias

5. ¿Cuándo su vehículo sufre algún percance a qué lugar acude?

Concesionarias

Talleres mecánicos

6. ¿Qué es lo que más realiza en su vehículo?

Cambio de filtro y aceite

Cambio de aceite del motor

Todo relacionado a la suspensión y dirección

Todo lo relacionado con frenos

7. ¿Cuándo va a un taller mecánico que toma en consideración?

- Su infraestructura e instalaciones
- La atención al cliente
- El conocimiento de su propietario y empleados

8. ¿Cuenta con un taller mecánico de confianza?

SI NO

9. ¿Cree usted que un taller mecánico debe contar con tecnología y equipos de alta gama?

SI NO

10. ¿Qué recomienda usted para los talleres mecánicos?

- Instalaciones con excelente infraestructura
- Rápidos y eficaces
- Tecnología y equipos de alta gama
- Ser honestos y responsables

Anexo N. 2

ENCUESTA A TRABAJADORES

GENERO: Masculino Femenino

1. ¿Qué nivel de educación tiene?

- Bachiller ()
- Estudiante Universitario ()
- Educación Tecnológica ()
- Título Profesional ()
- Educación Postgrado ()

2. ¿Qué tiempo lleva trabajando en el taller Mecatrónica ?

- 1mes- 5meses ()
- 6meses- 1año ()
- 2años- 5años ()
- Más ()

3. ¿Conoce la misión y visión de la mecánica?

SI ()
NO ()

4. ¿Cómo califica usted la tecnología que se utiliza para ofrecer el servicio a los clientes?

- Muy bueno ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

5. ¿Ha recibido capacitación por parte del propietario de la mecánica?

SI ()
NO ()

6. ¿Ha sufrido algún tipo de accidente en el desarrollo de sus funciones?

SI ()
NO ()

7. ¿Considera usted que es justa la remuneración que percibe en la mecánica automotriz?

SI ()
NO ()

8.¿Existe puntualidad en el pago de su trabajo?

SI ()
NO ()

9.¿Tiene total libertad al momento de tomar una decisión sobre su trabajo?

SI ()
NO ()

10.¿ Cómo es la relación entre usted y el propietario del taller?

- Excelente ()
- Muy buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

11.¿ Cómo es la relación entre usted y sus compañeros de trabajo?

- Excelente ()
- Muy buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

12.¿En cuanto a la estructura física de la mecánica cree que es la adecuada para realizar sus actividades?

SI ()
NO ()