

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-
MATRIZ**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA IRSA MOTOR S.A.

GABRIELA NATHALY ILLANES ROJAS

DIRECTOR: MBA FRANCISCO MOSCOSO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN DE MARKETING DE
LAS ORGANIZACIONES**

QUITO, JUNIO 2019

Grado

Quito, 15 de mayo de 2019

Señora MBA,

Genoveva Zamora M.

DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

Presente,

Yo, Francisco Iván Moscoso Toquica, Director (a) del Trabajo de Titulación, intitulado "PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA IRSA MOTOR S.A." elaborado por el (la) estudiante GABRIELA NATHALY ILLANES ROJAS, previa a la obtención del título de Ingeniero/a Comercial, me permito informar que, una vez realizadas las correcciones y cambios solicitados, el trabajo está listo para su presentación a la Universidad y ha cumplido con los requerimientos de la Guía de Titulación vigente.

El (la) estudiante puede iniciar los trámites de graduación.

Atentamente,



MBA FRANCISCO IVÁN MOSCOSO TOQUICA

DOCENTE DIRECTOR

DIRECTOR:

Mba. Francisco Moscoso

LECTORES:

Mgtr. Christian Fajardo

Juan Carlos Latorre

DEDICATORIA

A mis padres por haberme forjado como la persona que me he convertido actualmente; muchos de mis logros se los debo a ellos incluido este. A mis hermanos que siempre fueron mi modelo a seguir, y me extendieron su ayuda y su apoyo en cada momento de mi vida.

Gabriela

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios por todas sus bendiciones y no desampararme en los momentos difíciles.

A mi familia por siempre ser mi fortaleza y mi inspiración en cada instante. De igual manera mis agradecimientos a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y a mi director de tesis Mba. Francisco Moscoso por brindarme su apoyo, su tiempo y sus grandes conocimientos.

Contenido

1.	CAPÍTULO 1: EVALUACIÓN DEL ENTORNO.....	3
1.1.	ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	3
1.1.1.	Reseña Histórica.....	3
1.1.2.	Condiciones Actuales de la empresa.....	3
1.2.	DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	4
1.2.1.	Giro del Negocio.....	4
1.2.2.	Productos que ofrece la empresa.....	4
1.3.	ENTORNO EXTERNO.....	5
1.3.1.	Análisis PESTEL.....	5
1.3.1.1.	Factores Políticos.....	5
1.3.1.2.	Factores Económicos.....	6
1.3.1.3.	Factores Tecnológicos.....	10
1.3.1.4.	Factores Socio-Culturales.....	11
1.3.1.5.	Factores Ecológicos.....	17
1.3.1.6.	Factores Legales.....	19
1.4.	ENTORNO ESPECÍFICO.....	20
1.4.1.	Proveedores.....	20
1.4.2.	Clientes.....	21
1.4.3.	Competencia.....	21
2.	CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO.....	22
2.1.	OBJETIVOS.....	22
2.1.1.	Objetivo General.....	22
2.1.2.	Objetivos Específicos.....	22
2.2.	DISEÑO DE LA MUESTRA.....	23
2.3.	DISEÑO DE INSTRUMENTOS.....	23
2.4.	TRABAJO DE CAMPO.....	25
2.4.1.	Herramienta Cualitativa (Entrevista Gerente General).....	25
2.4.2.	Herramienta Cuantitativa (Encuesta a cliente).....	32
2.4.2.1.	Diseño encuesta.....	32
2.5.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	37
3.	CAPÍTULO 3: PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	49
3.1.	ESTRATEGIA GENÉRICA.....	49
3.2.	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	49
3.2.1.	Estrategia de producto mercado.....	49
3.2.2.	Estrategia de fidelización.....	50
3.3.	ANÁLISIS DE LA MEJOR ESTRATEGIA.....	50
3.4.	MARKETING MIX.....	52
3.4.1.	Producto.....	52

3.4.2	Precio.....	57
3.4.3	Promoción	59
3.4.4	Plaza	64
3.4.5	Personas.....	65
3.4.6	Procesos.....	67
4.	CAPÍTULO 4: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	70
4.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	70
4.1.1	Investigación Mecánicos independientes	71
4.1.2	Investigación almacén de repuestos	72
4.1.3	Investigación Concesionarios	73
4.2.	COSTO CAR SERVICE	77
4.3.	PRECIO CAR SERVICE.....	78
4.4.	ESCENARIOS FINANCIEROS	80
4.4.1.	Escenarios Modelo Picanto R.....	82
4.4.2.	Escenarios Modelo Aveo Family	82
4.4.3.	Escenarios Modelo Sportage R	83
4.5.	ESTADOS FINANCIEROS.....	84
4.5.1.	Presupuesto de Ventas.....	84
4.5.2.	Estado de Resultados Integral	86
4.5.3.	Estado de Situación Financiera	93
4.5.4.	Estado de Pérdidas y Ganancias	94
4.5.5.	Flujo de Efectivo	95
5.	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
5.1.	CONCLUSIONES.....	97
5.2.	RECOMENDACIONES	98
	Bibliografía.....	100

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ventas(unidades) del Sector Automotriz desde el año 2007 al 2018.....	9
Ilustración 2 Empleo Sector Automotor 2015-2017.....	9
Ilustración 3 Ventas de vehículos en Pichincha por segmento de participación.	12
Ilustración 4 Participación de ventas de vehículos por provincia 2017	14
Ilustración 5 Participación por origen del Sector Automotor en año 2016.	15
Ilustración 6 Participación por origen del Sector Automotor en año 2018.	15
Ilustración 8 Sexo del encuestado	37
Ilustración 9 Edad del encuestado	38
Ilustración 10 Sector-Domicilio del encuestado.....	38
Ilustración 12 Beneficios en un almacén de repuestos que busca el encuestador.	40
Ilustración 13 Factores decisión de compra de repuestos.....	40
Ilustración 14 Medio por donde el encuestado conoció a Irsa Motor	41
Ilustración 15 Razones del encuestado para comprar y preferir Irsa Motor	42
Ilustración 16 Factores de mejora de Irsa Motor S.A.....	42
Ilustración 17 Razones para acudir a un almacén de repuestos.....	43
Ilustración 18 Frecuencia de compra del encuestado	44
Ilustración 19 Compra mensualmente en repuestos automotrices	44
Ilustración 20 Principales problemas al adquirir repuestos para su vehículo.....	45
Ilustración 21 Servicios útiles para el encuestador.....	46
Ilustración 22 Temas de interés del encuestado en relación a su auto.	46
Ilustración 23 Medios de preferencia del encuestado para recibir información.....	47
Ilustración 24 Propuesta estrategia de negocio.....	51
Ilustración 25 Publicidad en redes.....	53
Ilustración 26 Publicidad en Redes	55
Ilustración 27 Publicidad en Redes.	56
Ilustración 28 Publicidad en redes.....	56
Ilustración 29 Publicidad en redes.....	57
Ilustración 30 Estrategia de fidelización	58
Ilustración 31 Estrategia por recomendación	59
Ilustración 32 Promoción para redes	60
Ilustración 33 Promoción para redes	61

Ilustración 34 Proceso Car Service.....	68
Ilustración 36 Gráfica comparación precios Servicio Car con Concesionarios.....	80
Ilustración 37 Gráfica Estado de Resultados proyectado	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Reducción de precios en el sector automotriz.....	8
Tabla 2 Marcas de vehículos de mayor preferencia en Ecuador.....	13
Tabla 3 Principales modelos vendidos en Pichincha.....	13
Tabla 4 Comparativo por origen años 2016 al 2018.	16
Tabla 5 Listado de clientes Irsa Motor S.A.....	25
Tabla 6 Matriz clientes potenciales.....	27
Tabla 7 Resultados encuesta Irsa Motor.....	47
Tabla 8 Temporalidades Anuales para el Sector Automotriz.....	64
Tabla 9 Modelo Canvas Car Service.....	69
Tabla 10 Principales modelos vendidos en Pichincha.....	70
Tabla 11 Investigación del precio de la mano de obra de mecánico.....	71
Tabla 12 Insumos ABC de motor.....	72
Tabla 13 Insumos ABC de frenos.....	72
Tabla 14 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental).....	73
Tabla 15 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental).....	74
Tabla 16 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental).....	75
Tabla 17 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental).....	76
Tabla 18 Costo total del servicio para cada modelo.....	77
Tabla 19 Cálculo Precio Car Service.....	79
Tabla 20 Mix de Venta de los principales modelos vendidos en Pichincha.....	80
Tabla 21 Escenario Normal para los servicios mensuales.	81
Tabla 22 Escenario Normal para los servicios mensuales.	81
Tabla 23 Escenario óptimo para los servicios mensuales.	81
Tabla 24 Escenarios Modelo Picanto R.....	82
Tabla 25 Escenarios Modelo Aveo Family.....	83
Tabla 26 Escenarios Modelo Aveo Family.....	83
Tabla 27 Ingresos unificados por escenarios.....	84
Tabla 28 Presupuesto de Ventas proyectado (2019-2023).....	84
Tabla 29 Estado de Resultados proyectado.....	86
Tabla 30 Marketing Planning 2018.....	88
Tabla 31 Financiamiento del proyecto.....	89
Tabla 32 Condiciones del préstamo.....	90
Tabla 33 Tabla de Amortización Primer Préstamo en el Año 2018.....	90
Tabla 34 Condiciones del préstamo.....	91

Tabla 35 Tabla de Amortización Primer Préstamo en el Año 2020.....	91
Tabla 36 Resumen Estado de Resultados.....	92
Tabla 37 Estado de Situación Financiera Proyectado (2017-2022)	93
Tabla 38 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	94
Tabla 39 Flujo de caja libre Proyectado.....	95
Tabla 40 Valoración del proyecto por el método del Valor Presente Ajustado	96
Tabla 41 Flujo de la deuda	96
Tabla 42 Valoración de Car Service	96

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe muestra el desarrollo del proyecto de un plan de marketing para la empresa IRSA MOTOR S.A. un almacén de repuestos situada en el sur de la ciudad de Quito.

Para este estudio se realizó un análisis de los antecedentes, descripción general de la empresa, y se investigó el entorno externo del negocio través de un Análisis PESTEL, sin dejar de lado el entorno específico. En el segundo capítulo se elaboró un estudio de mercado donde se planteó el diseño de la muestra, diseño de instrumentos: cuantitativo y cualitativo. En el método cuantitativo se realizó una encuesta estructurada, mientras que en el cualitativo se fundamentó por entrevistas a sus clientes potenciales que fueron de mucha ayuda para conocer las necesidades del cliente.

También, se planteó una propuesta estratégica en el tercer capítulo, basado en estrategias de diferenciación, y se realizó el Marketing Mix del negocio, donde se estableció una nueva propuesta de servicio para dar mantenimiento preventivo a vehículos a domicilio llamado Car Service, pensado siempre en mejorar el servicio brindado por Irsa Motor S.A.

Finalmente, en el cuarto capítulo se evaluó la situación financiera de su nueva propuesta de negocio donde se estableció que el proyecto es viable y servirá de gran ayuda para la empresa como un ingreso adicional.

ABSTRACT

This report shows the development of the project of a marketing plan for the company IRSA MOTOR S.A. a spare parts warehouse located in the south of the city of Quito. For this study, an analysis was made of the background, general description, external environment, and the specific environment where the company is located. In the second chapter a market study is carried out in depth where the design of the sample was proposed, design instruments aimed at the client. In the same way, this project was analyzed through different types of tools such as: interviews, and surveys with the objective of knowing more closely the needs of the client. Likewise, a strategic proposal was proposed in the third chapter, based on generic strategies, positioning, marketing mix where a new service proposal was established to maintain vehicles from the comfort of the customer, always thinking of improving the service provided by Irsa Motor SA In the fourth chapter of this project the financial situation and its new business proposal were evaluated where it was established that the project is viable and will serve as a great help for the company as an additional income.

1. CAPÍTULO 1: EVALUACIÓN DEL ENTORNO.

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Irsa Motor S.A. nace con la idea de comercializar repuestos automotrices de motor de las marcas de mayor rotación en el mercado ecuatoriano como Chevrolet, Daewoo, Hyundai, Kia. Debido a que uno de los mayores accionistas quiso crear otro centro de distribución a más de su Importadora de repuestos, la cual se encuentra ubicada en el norte de la ciudad de Quito. Por esta razón Irsa Motor se crea para satisfacer las necesidades del consumidor, pero centrada básicamente en el sur de la ciudad.

1.1.1. Reseña Histórica

La empresa IRSA MOTOR S.A. fue creada el 31 de marzo del año 2015. Y ya a partir de abril del año 2015 la empresa comienza a funcionar normalmente en la Avenida Mariscal Sucre y Maná, con tres empleados, la persona encargada en las ventas, el mensajero, y el administrador. Este emprendimiento nace con la idea de brindar en el mercado una variedad de auto repuestos de las partes del motor para los vehículos más comunes en el mercado automotriz.

1.1.2. Condiciones Actuales de la empresa

La empresa actualmente se encuentra estable tanto en su parte administrativa, pero como se mencionó anteriormente la parte de marketing se encuentra despreocupada ya que la alta dirección ha fijado sus intereses con otros factores como las ventas, las cobranzas, y la parte financiera como tal. La empresa en los últimos meses tuvo grandes ventas, debido a que se obtuvo repuestos para vehículos antiguos en consignación por parte de un negocio que ya se encontraba cerrándose. Y gracias a los contactos que posee uno de los administradores, todos los repuestos se vendieron en la región costa del país, ya que es una zona con un gran número de vehículos antiguos.

1.2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

La empresa básicamente es un negocio que posee ya cuatro años de funcionamiento dentro del mercado automotriz y está ubicado en el sector del sur de Quito exactamente en la Avenida Mariscal Sucre y Maná, se encuentra en un sector estratégico ya que alrededor del mismo se encuentran varias mecánicas con quienes se han realizado alianzas para que todos los trabajos que tengan la empresa ser quien los abastezca de repuestos. Por el mismo hecho de ser un lugar estratégico también posee competencia entre ellos se encuentra El Genuino, Automotriz General del Sur, Guaranda Figueroa, entre otros almacenes más pequeños.

Al hablar de su personal hablamos de cuatro personas las cuales se dedican en la parte administrativa, ventas, contabilidad, y otra persona dedicada a la entrega directa con los clientes y también se encarga de las cobranzas.

Este negocio tiene una alta gama de proveedores tales como Autocofic Import S.A. (negocio de unos de los accionistas de Irsa Motor S.A., lo cual es una ventaja ya que el negocio tiene ventajas como mayores descuentos, más tiempo en sus pagos), Repuestos Luna, Autolandia, Auto repuestos del Sur, Benalcázar, entre otros.

1.2.1. Giro del Negocio

Irsa Motor S.A. es una empresa dedicada a la comercialización y venta de repuestos automotrices de motor de las marcas de mayor rotación en el mercado ecuatoriano tales como Chevrolet, Daewoo, Hyundai, Kia, Nissan.

1.2.2. Productos que ofrece la empresa

Irsa Motor S.A. se dedica a la comercialización de repuestos automotrices de motor. Detalladamente, dentro de los productos que ofrece la empresa están: Kits de embrague, pistones, camisas, medias lunas, empaques, kits de distribución árboles de leva, platos y discos de embrague, bombas de aceite, bombas de agua, bancadas, bielas, bujes, bocines.

Dentro de las marcas que maneja la empresa están: Lagz, Pevisa, JCC, NPR, RIC, NDC, Tahijo, KGK, THG, YCK, MOBIS. Hay que recalcar que estas marcas son provenientes de Perú, Japón, Corea, Taiwán, Estados Unidos, Colombia.

1.3. ENTORNO EXTERNO

En esta parte vamos a centrarnos en hablar de todos aquellos factores externos que influyen en la empresa y puedan generar consecuencias. La importancia de reconocer estos factores nos permitirá adelantarnos para contrarrestarlos, es por ello que es fundamental que no se los pase por alto al momento de realizar la estrategia de la empresa ya que prácticamente son parte de ella.

Una herramienta muy utilizada para considerar todos y cada uno de los factores externos de una empresa es el análisis PESTEL, que a continuación se procederá a especificar.

1.3.1. Análisis PESTEL

1.3.1.1. Factores Políticos

El 2018 genera expectativa entre los agentes económicos. El Banco Central del Ecuador (BCE) espera que la economía nacional crezca un 2%, apalancada en mayores inversiones del sector privado; en especial, de la construcción y la minería. (Rivas, 2018)

Gracias al desmontaje de las salvaguardias Ecuador puede conseguir una mayor cantidad y variedad de productos que se encuentran alrededor del mundo, aunque actualmente también se trata de fomentar un mejor nivel de exportaciones con incentivos y la firma de acuerdos comerciales, como el que está pendiente con Estados Unidos. (Rivas, 2018)

No se puede decir que en el país ha estallado una crisis política, simplemente se puede decir que se está viviendo "el típico revivir de cómo las fuerzas políticas obran en el Ecuador" y "lo cierto es que regresamos a situaciones anteriores al 2007". (Romero E. , 2018)

El hecho más relevante constituyó la transición presidencial, que nos ha conducido a una nueva etapa de la vida política del Ecuador. El nuevo gobierno ha dado señales de mayor apertura, tolerancia y también fiscalización del uso de los recursos públicos. (AEADE, 2017)

Sin embargo, la lucha contra la corrupción, el gasto y endeudamiento público, la recuperación de la confianza para la iniciativa e inversión privada, la apertura comercial, así como el crecimiento económico, con empleo de calidad, aún son grandes desafíos del Ecuador y de su nuevo Gobierno. (AEADE, 2017)

Uno de las principales dificultades que afectaron el sector automotriz en el año 2017, fue la sistemática restricción y sobrecarga a la importación de vehículos y autopartes: cupos de importación, incremento de aranceles, sobretasas por salvaguardias, reglamentos técnicos cambiantes, sistemas de homologación vehicular burocratizados, constituían elementos esenciales de la política. (AEADE, 2017)

En conclusión, este panorama político que estamos viviendo favorece la situación de la empresa ya que si bien es cierto no existirá un desarrollo pleno en el país debido a los grandes siniestros vividos con el gobierno anterior, pero de cierta forma si podemos hablar de una situación de estabilidad con el nuevo gobierno. Brindando así a los empresarios menor porcentaje de riesgo y mayor seguridad de seguir invirtiendo en sus negocios, sin el temor de que pasará en el mañana con la situación del país.

1.3.1.2. Factores Económicos

Para el año 2018, el Banco Central proyecta un crecimiento de 2% en el PIB y la Unidad de Investigación y de Mercado de Ekos (UIEM), una tasa de 1,1%. En este escenario, las empresas indicaron que en promedio proyectan un incremento salarial de 3,2% (3,6% para las empresas de comercio, 2,7% para el sector industrial y 3,4% para servicios). Un 24% de los encuestados afirma que este resultado depende de la inflación, pero esta medida puede afectar a cualquier incremento salarial. (Deloitte, 18)

La actividad empresarial del sector automotor a lo largo de este período ha tenido un desempeño positivo frente a los dos años anteriores. No fueron solamente la recuperación económica nacional, la expansión del crédito y la demanda represada los factores que permitieron dinamizar el mercado de vehículos nuevos. (AEADE, 2017)

La situación favorable por la que atraviesa el sector automotor encuentra también su explicación en el nuevo marco regulatorio comercial. (AEADE, 2017)

Como consecuencia, Ecuador cuenta con un mejor entorno de negocios; Europa, Estados Unidos, la CAN y la OMC observan con atención nuestra política comercial. Pero, se ha mantenido la inclinación a utilizar el argumento del medio ambiente, la salud, la seguridad, para aplicar medidas de restricción encubierta a las importaciones. (AEADE, 2017)

Haber logrado posicionar al comercio automotor como un sector prioritario en las relaciones entre Ecuador y la Unión Europea fue un acierto. El Acuerdo Comercial, que entró en vigencia en enero de 2017, dio paso a la eliminación de los cupos de importación y a la reducción y posterior supresión de la salvaguarda, así como de las restricciones cuantitativas a las autopartes. (AEADE, 2017)

A partir de la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial con la Unión Europea con la Unión Europea, los vehículos de este origen incrementaron su participación en el mercado automotor ecuatoriano, pasando de un 2,4% en 2016 a un 6,4% en 2018. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

Este instrumento internacional permitió el ingreso de dos nuevas marcas y más de 20 modelos durante 2017 y 2018 al Ecuador. Además, la desgravación arancelaria gradual de los precios de los precios de los vehículos livianos de dicho origen descendió un 10%. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

Tabla 1 Reducción de precios en el sector automotriz

REDUCCIÓN DE PRECIOS	
SEGEMENTO	VAR.2018/2019
AUTOMOVIL	-13%
SUV	-9%
VAN	-14%
PROMEDIO PONDERADO	-10%

FUENTE: (AEADE, 2017)

Las proyecciones del sector automotor en 2019 reflejan un 9% menos en demanda comparado con el 2018. Para el 2019, se avizora un panorama más moderado. De acuerdo de cifras del Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y CEPAL, la economía ecuatoriana no crecerá en más del 1% este año, lo que evidenciaría una ralentización del crecimiento económico. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

Además, en el caso del sector automotor, la demanda represada fue atendida en 2017 y 2018, por lo que este factor ya no impulsará un crecimiento. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

En función de las proyecciones presentadas en la proforma presupuestaria 2019-2022, se estima que la balanza comercial mantendrá un superávit de USD 737 millones para 2019, cifra que revela una estabilización de las importaciones para el presente año. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

Las condiciones económicas del Ecuador para el año 2019 nos vislumbran un dinamismo similar al que mantuvo el sector automotor durante 2018. Por lo que la proyección de ventas para este año se sitúa en 125.293 unidades, lo que representaría un decrecimiento de 9% comparado con el año anterior. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

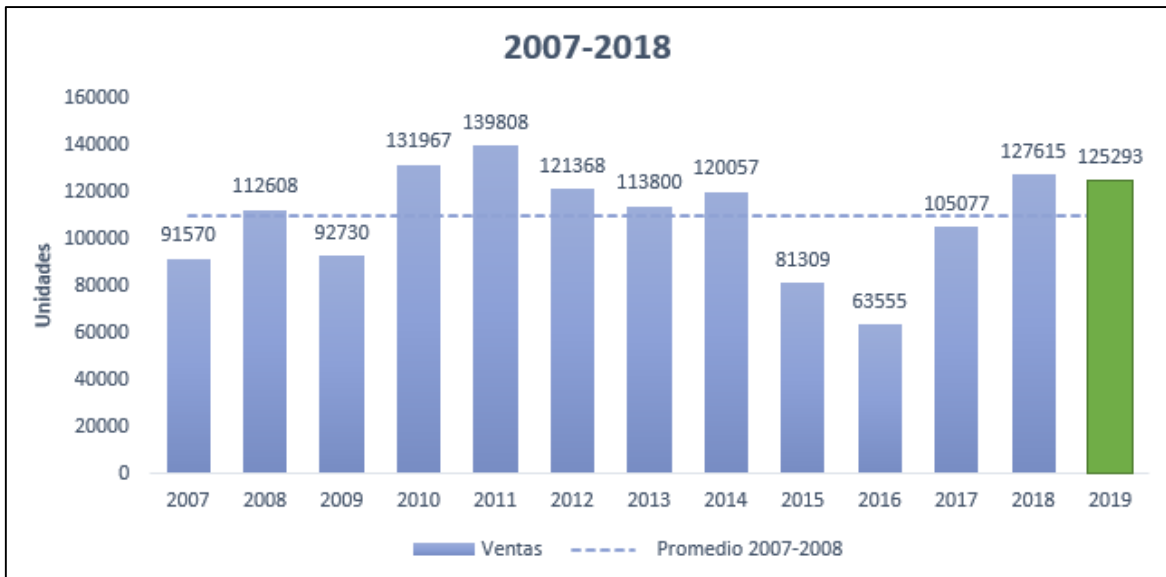


Ilustración 1 Ventas(unidades) del Sector Automotriz desde el año 2007 al 2018.

FUENTE: (AEADE, 2017)

La recuperación del sector automotor ha desencadenado varios efectos positivos en la economía nacional. Se registró al menos un 12% de crecimiento del empleo en el sector automotor, con 30000 trabajadores afiliados actualmente. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

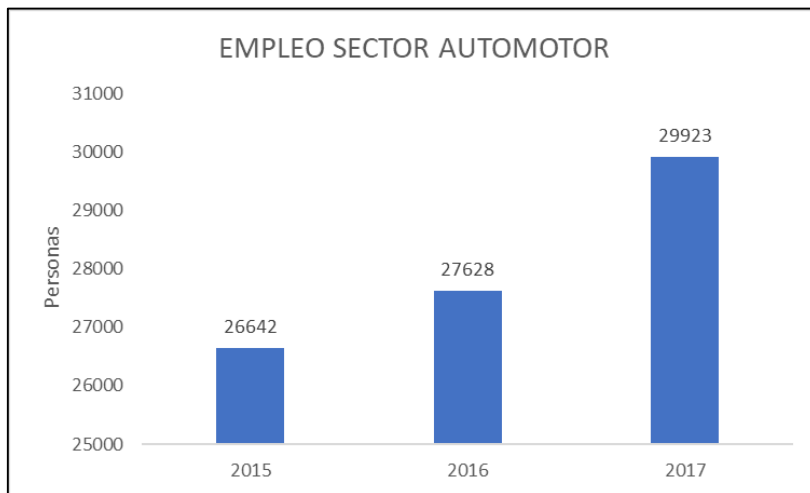


Ilustración 2 Empleo Sector Automotor 2015-2017

FUENTE: (AEADE, 2017)

En cuestiones económicas, de igual forma se podría decir que es un tema muy alentador ya que en el 2018 el sector automotor tuvo un año de recuperación gracias a una demanda represada de años anteriores, sumadas las condiciones de la economía nacional, política comercial de mayor apertura, y el apoyo de instituciones financieras a través del crédito, estos factores incidieron en el desempeño positivo del sector. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

Hoy se presenta un mejor entorno, pero no está exento de incertidumbres como las proyecciones que reflejan que este año se refleja un 9% menos en demanda, comparado con el 2018. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

También persisten paradigmas de funcionarios del Gobierno que pretenden nuevamente aplicar medidas que afecten el comercio automotor, bajo el pretexto de mantener un equilibrio en el sector externo, a pesar de que es indiscutible que es el excesivo gasto y endeudamiento público el principal factor que puede poner en riesgo la estabilidad macroeconómica. (AEADE, 2017)

1.3.1.3. Factores Tecnológicos

Según Cepal, Ecuador es una de las economías de mayor crecimiento en América Latina en los últimos años. Ha entrado en la era de la información y el conocimiento y esto ha producido cambios en los hábitos del consumidor ecuatoriano, visualizándose los primeros pasos para convertirse en un comprador inteligente. (Procordoba, 2013)

Los usuarios de internet crecieron 9316 por ciento en la última década nivel mundial, siendo los teléfonos inteligentes y las tablets los productos más demandados, según un estudio de la Consultora Internacional Data Corporation (IDC). (INEC, 2017)

Esto va de la mano con el acelerado desarrollo de las Tecnologías de la Información (TIC) que ha logrado un cambio en el estilo de vida y de hacer negocios en el mundo. (INEC, 2017)

Enfocándonos ya en el sector automotriz, su futuro, no estará solamente en la producción y venta de automotores. Los fabricantes y proveedores necesitan plantearse un nuevo modelo de negocio para poder gestionar los cambios en las cinco dimensiones del modelo eassy (automóvil del futuro). (AEADE, 2017)

La cadena de valor automotriz ya no terminará en las puertas de la fábrica, sino que ahora se extenderá a través de diferentes tipos de uso durante la vida útil del vehículo, hasta llegar al momento de su reciclaje. (AEADE, 2017)

Las tendencias de los consumidores ecuatorianos se asocian con la necesidad de una movilidad sostenible y la protección del medio ambiente, lo que implica tener mejor calidad de combustibles, incentivos gubernamentales para nuevas tecnologías (vehículos híbridos y eléctricos) y contar con políticas integrales para la renovación del parque automotor. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

En conclusión, la tecnología es un factor necesario en esta nueva era, ya que actualmente nada funciona sin su ayuda. Es fundamental comenzar a aplicarlo en las empresas ya que nos encontramos en la era de la información y el conocimiento y esto ha producido cambios en los hábitos del consumidor ecuatoriano, visualizándose los primeros pasos para convertirse en un comprador inteligente. Y como empresa deben ajustarse a los requerimientos del consumidor para satisfacerlo sus necesidades en un cien por ciento. Por eso una buena opción sería el uso del marketing digital una nueva herramienta para ser más vistoso y competitivo para el cliente.

1.3.1.4. Factores Socio-Culturales

El país actualmente posee una población de 16 918 699 donde el 50,1% representa la población masculina y el 49,9% representa la población femenina. (INEC, 2017)

Ecuador tiene una población mayoritariamente joven, de 14,2 millones de habitantes, el 93 por ciento de la población es menor a 64 años, el 30,6 por ciento de niños menores de 14 años y el 69,4 por ciento a jóvenes entre 15 y 29 años, con una expectativa de vida de 75 años en 2010 y se espera que aumente a 80,5 años para 2020. (INEC, 2017)

Si analiza la tendencia decreciente en la natalidad, Ecuador tendría una población envejecida para 2030, abriéndose un nicho para productos y servicios para el adulto mayor quienes, siguiendo la tendencia global y el proceso de transformación impulsado por las TIC, engrosaría el sector de consumidores inteligentes en Ecuador. (INEC, 2017)

Y relacionando la cultura ecuatoriana con el sector automotriz según su cultura podemos concluir que en el país existe una amplia gama de clientes potenciales debido a que el parque automotor circulante en Ecuador está compuesto por 1'982.713 unidades, divididas en automóviles, camionetas, SUV (deportivo, todoterreno) y pesados. La edad promedio del parque circulante es de 13 años de antigüedad. (Telégrafo, 2017)

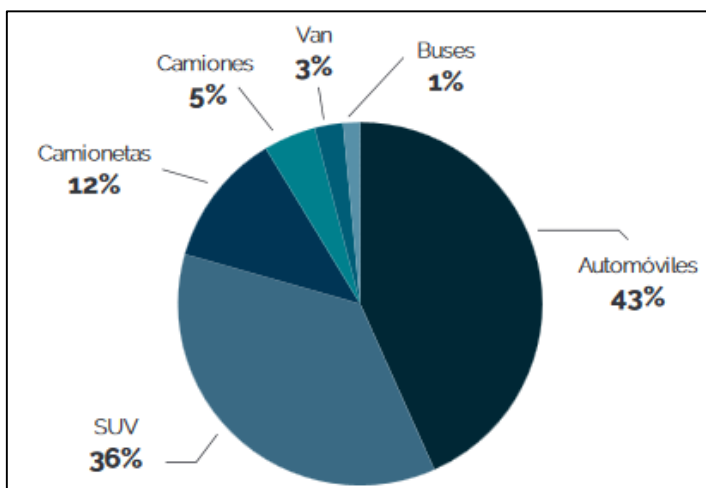


Ilustración 3 Ventas de vehículos en Pichincha por segmento de participación.

FUENTE: AEADE

Y dentro de este estudio también podemos notar que las marcas de mayor preferencia de los clientes ecuatorianos al elegir un vehículo son: Chevrolet, Kia, Hyundai. Y dentro de estas marcas los modelos más adquiridos están: Aveo Family 1.5L STD, Nuevo Sail, Picanto R 1.2, Sportage R 2.0L GSL MT A, Grand Vitara SZ 2.0L 5 P TM 4X2-C. A continuación, se presentan dos cuadros donde se puede visualizar con detalle las principales marcas y modelos dentro del parque automotor ecuatoriano:

Tabla 2 Marcas de vehículos de mayor preferencia en Ecuador

ECUADOR			
Marca	Unidades 2016	Unidades 2017	% Participación 2017
CHEVROLET	28.375	41.101	39,1%
KIA	8.486	18.223	17,3%
HYUNDAI	4.930	9.443	9,0%
OTRAS	21.764	36.310	34,6%
Total	63.555	105.077	100%

FUENTE: (AEADE, 2017)

Tabla 3 Principales modelos vendidos en Pichincha

Principales modelos vendidos en Pichincha En unidades, 2016-2017			
Modelo	Marca	2016	2017
AVEO FAMILY 1.5L STD	CHEVROLET	1.485	2.623
NUEVO SAIL	CHEVROLET	-	2.330
PICANTO R 1.2	KIA	278	1.451
Sportage R 2.0L GSL MT AC	KIA	353	1.265
GRAND VITARA SZ 2.0L 5P TM 4X2-C	CHEVROLET	205	1.120

FUENTE: AEADE

De igual forma dentro de la población ecuatoriana la población que más adquiere un vehículo es la población de la provincia de Pichincha, seguido por Guayas. Las cuales son las principales provincias y con un buen poder adquisitivo. A continuación, un gráfico que lo demuestra:

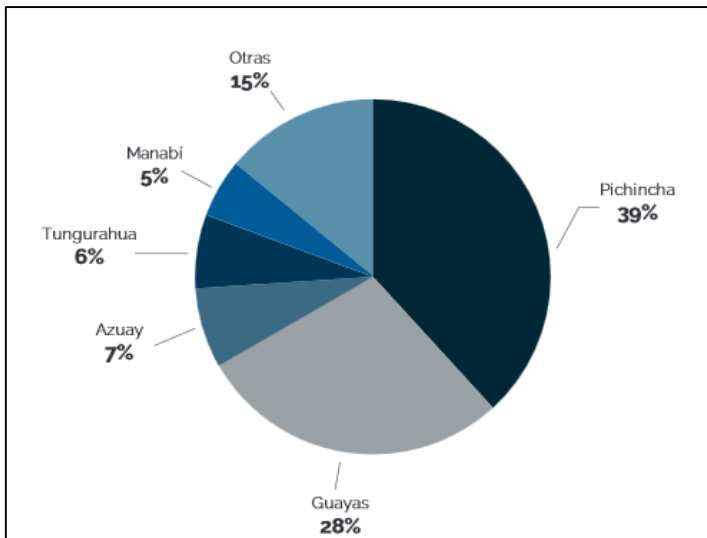


Ilustración 4 Participación de ventas de vehículos por provincia 2017

FUENTE: (AEADE, 2017)

El consumidor se benefició con más oferta y acceso a las nuevas tecnologías, con el ingreso de 15 nuevas marcas y 89 modelos. El crecimiento del mercado también permitió a las empresas optimizar sus costos, que se han traducido en mejores precios para el usuario. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

Se estima que los precios de vehículos livianos se redujeron un 8% en 2018 en relación al 2016. En el caso de los SUVs su segmento presentó mayor crecimiento en participación, pasando de representar un 26,8% en 2016 a un 32,8% en 2018. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

El consumidor ecuatoriano actualmente prefiere los vehículos de origen europeo, mexicano, chino y colombiano. En el caso de China, este sumó 8,3 puntos porcentuales a su participación, respecto a 2016; México 6,4; Colombia 4,5; y la Unión Europea, 4 puntos. El potencial del mercado mexicano y colombiano viene de la Alianza del Pacífico en conjunto crecieron 10,9%. (Anónimo, Segundo año de recuperación del sector automotor , 2019)

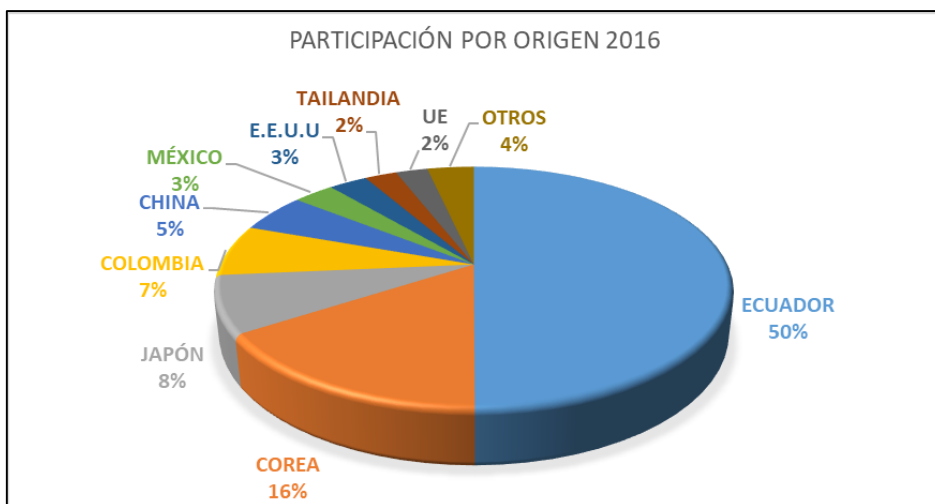


Ilustración 5 Participación por origen del Sector Automotor en año 2016.

FUENTE: (AEADE, 2017)

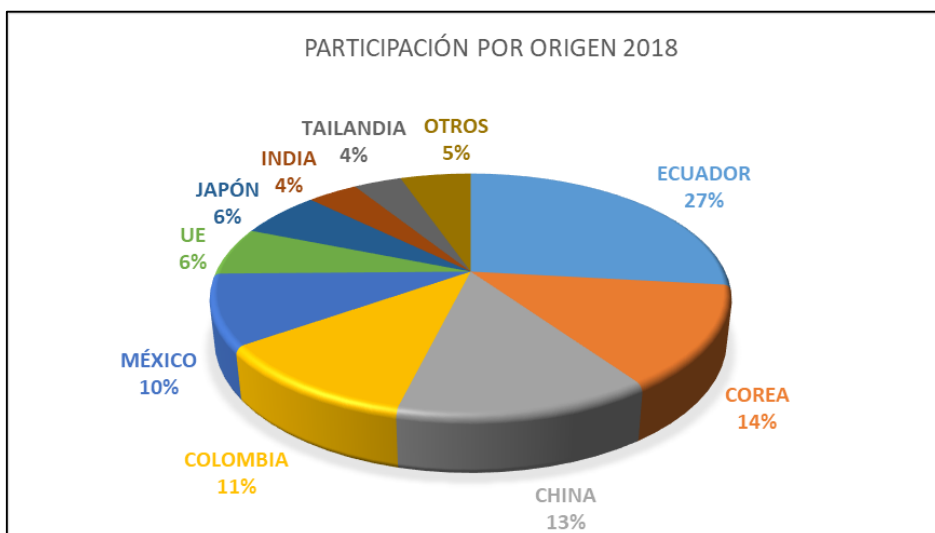


Ilustración 6 Participación por origen del Sector Automotor en año 2018.

FUENTE: (AEADE, 2017)

Como se puede ver en la gráfica anterior la industria de ensamblaje local ha venido perdiendo participación en los últimos dos años. Cerrando así en el 2018 con un porcentaje del 27% del pastel, es decir 23 puntos porcentuales menos que el 2016, según cifras de la Aeade. (González P. , 2019)

Parad David Molina, presidente de la Cámara de la Industria Automotriz del Ecuador (Cinae), esto es consecuencia de que no ha habido una política industrial automotriz. (González P. , 2019)

No obstante, al cierre del año pasado, el Gobierno aprobó una resolución que entró en vigencia en el 2019, para que el arancel a las partes y piezas importadas vaya disminuyendo progresivamente. De un 15% este año pagarán como mínimo un 13% y se espera que para el 2023 lleguen al 0%. (González P. , 2019)

Para el Presidente de la Cinae, la industria continuará perdiendo competitividad durante este año, puesto que los proyectos vigentes mantienen un arancel alto para la importación de los CKD. (González P. , 2019)

Tabla 4 Comparativo por origen años 2016 al 2018.

	2016	2018
ECUADOR	31738	36818
CHINA	2211	18635
COLOMBIA	4365	15659
MÉXICO	1968	13034
U.E.	1519	8810

FUENTE: (AEADE, 2017)

Los autos de origen chino fueron los que más crecieron en participación en venta de los últimos años en Ecuador. En el 2018 se vendieron en el país 18635 unidades de origen chino. Con ello, los vehículos del país asiático lograron una participación del 13,5%; un crecimiento de 8,3 puntos porcentuales en relación con el 2016. (González P. , 2019)

En total, al mercado ingresaron 15 marcas nuevas, de las cuales son de China. Entre ellas se encuentran Soueast, Shineray, Landwind, Dayang, Baic, Domy y otras. (González P. , 2019)

Genaro Baldeón, presidente de la Aeade, atribuyó el buen desempeño de las marcas chinas a la economía de escala del país asiático. Es claro que al consumidor ecuatoriano le atraen ofertas y los atractivos planes de financiamiento que estas marcas les ofrecen. (González P. , 2019)

1.3.1.5. Factores Ecológicos

Actualmente el mundo en general se encuentra en la búsqueda de un consumo sustentable que demanda que las empresas tomen acciones en temas económicos, sociales y ambientales. Es decir, se busca que las empresas sean “responsables” y que amplíe las certificaciones de calidad para lograr sustentabilidad y compatibilidad. Europa y EEUU lideran políticas de responsabilidad y certificaciones verdes. (Ruiz)

Y relacionándolo con nuestro tema de investigación la industria automotriz está cambiando a pasos acelerados y el cambio más importante será la consolidación de vehículos más amigables con el medio ambiente; conscientes de esta situación, las empresas del sector trabajan en dos opciones: Autos híbridos, y de motor eléctrico. (Anónimo, Energiverde, 2016)

Toyota y Mitsubishi ya cuentan con el Prius C y el I-MiEV, dos modelos que aplican exitosamente las nuevas tendencias. Por supuesto, las otras compañías no se han quedado atrás y sus presentaciones en el reciente Salón de París 2016 confirman que los vehículos amigables con el medio ambiente son una opción cada vez más fuerte dentro del mercado. (Anónimo, Energiverde, 2016)

Otro factor a destacarse en el análisis del mercado 2017 es el crecimiento del uso de tecnologías eficientes y amigables con el medio ambiente. Frente a otros países de la región, Ecuador está a la vanguardia en cuanto al uso de innovaciones para una movilidad eficiente. Los usuarios ecuatorianos están prestos a adaptarse a formas de movilidad más amigables con el ambiente. (AEADE, 2017)

Por esta razón se establece que el automóvil del futuro es escay, es decir que:

- Emitirá menos gases y ruido en el ambiente porque será eléctrico.
- Ocupará menos espacio y tiempo personal porque será autónomo.
- Será más asequible para los usuarios porque no se necesitará de una licencia de conducir para utilizarlo.
- Será más económico porque no se necesita comprarlo, sino que se pagarán pequeñas cantidades en cada uso. (AEADE, 2017)

Otro factor a tomar en cuenta es el impuesto ambiental, también llamado verde, entró en vigor en el 2012 con la Ley de Fomento Ambiental. Busca influir en los contribuyentes para evitar la contaminación vehicular, según el Servicio de Rentas Internas (SRI). (Anónimo, El Comercio , 2019)

Este es un impuesto que grava a la contaminación del ambiente producida por el uso de vehículos motorizados de transporte terrestre. El Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular (IACV) debe pagar todo propietario de vehículo motorizado de transporte terrestre cuyo cilindraje sea mayor a 1500cc. (SRI, 2018)

Se debe pagar sobre la base imponible de acuerdo al cilindraje del vehículo y el factor de ajuste que considera su antigüedad. (SRI, 2018)

Las compañías aseguradoras consideran que un auto de más de 12 años ya es viejo y, por tanto, no lo aseguran o cobran primas más altas. En el país existen 705 963 de más de 12 años, según datos de la reciente Estadística de Transporte del 2017 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (Inec). (Anónimo, El Comercio , 2019)

La cifra representa el 32% del total del parque automotor matriculado en el 2017. El mayor número de autos corresponde a automóviles, camionetas y jeeps. Las provincias de Guayas, Pichincha, Manabí y Tungurahua, en ese orden, reportan la mayor cantidad de vehículos antiguos. (Anónimo, El Comercio , 2019)

Desde el 2017, el impuesto tenía que empezar a recaudarse sin exenciones; sin embargo, una reforma en la Ley de Alianza Público-Privada permitió mantener por dos años más la reducción del 50% en el pago. Ese beneficio terminó en el 2018 y desde este año se paga de forma íntegra. Por esta razón, quienes tienen autos más antiguos y que consumen más combustible han visto reflejado un monto mayor de tributo. (Anónimo, El Comercio , 2019)

Finalmente, al hablar del factor ecológico no nos queda más que ajustarnos a políticas de responsabilidad y certificaciones verdes, con el fin de contribuir y ser un participante activo de la responsabilidad social.

1.3.1.6. Factores Legales

Política industrial especializada

La Cámara espera una respuesta de parte del Gobierno a sus propuestas para estructurar una política industrial específica para la rama automotriz. Los planteamientos, que han sido analizados con el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), giran en torno a estimulaciones arancelarias a la producción a cambio de una mayor incorporación de componentes ecuatorianos. Desde 2012 se exige a las ensambladoras tener el 5% de contenido mínimo de Material Originario Ecuatoriano (MOE). La propuesta es establecer una base inicial de 13% que en el transcurso de un año pueda llegar a 16%. (Telégrafo, 2017)

El parque automotor circulante en Ecuador está compuesto por 1'982.713 unidades, divididas en automóviles, camionetas, SUV (deportivo, todoterreno) y pesados. La edad promedio del parque circulante es de 13 años de antigüedad. (Telégrafo, 2017)

En la actualidad las empresas pagan alrededor de 15% de aranceles por las partes y piezas que no se producen en el país (CKD). Con esto se busca mejorar la competitividad y corregir el desequilibrio que existe con los vehículos y los repuestos importados, principalmente desde Colombia, porque sus productos ingresan a Ecuador con 0% de aranceles, lo cual torna más atractiva la importación. También protegerá a la industria de cara al desmantelamiento de aranceles para vehículos provenientes de Europa a propósito del acuerdo comercial multipartes con la Unión Europea (UE) (Telégrafo, 2017)

Impuesto Ambiental

O también conocido como impuesto verde que busca influir en las personas para evitar la contaminación vehicular. Este impuesto tiene su base legal en las siguientes leyes, resoluciones y reglamentos detallados a continuación:

Ley del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular, publicada en el R.O.583 de 24 de noviembre de 2011 Documento referente a la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado, que contiene la Ley del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular en el Título innumerado, Capítulo I. (SRI, 2018)

Reglamento a la Ley del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular, publicado en el R.O. 608-4S. de 30 de diciembre de 2011 Contiene el Reglamento General para la aplicación del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular. (SRI, 2018)

Resolución NAC-DGERCGC17-00000111, publicada en el R.O. 946 de 16 de febrero de 2017 Establece el procedimiento y requisitos para solicitar exenciones establecidas para el Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular. (SRI, 2018)

En conclusión, estas políticas favorecen a las empresas que se encuentran en el sector automotriz ya que se quiere disminuir el grado de importaciones con el fin de apoyar al máximo la industria interna. A demás del impuesto verde que favorecerá al medio ambiente con el objetivo de crear una cultura de responsabilidad ambiental activa.

1.4. ENTORNO ESPECÍFICO

1.4.1. Proveedores

Dentro de los principales proveedores se encuentra Autocofic Import S.A. una importadora de repuestos tales como kits de embrague, pistones, camisas, medias lunas, empaques, kits de distribución árboles de leva, platos y discos de embrague entre otras. Esta empresa les otorga un 20% de descuento. También Promesa que se dedica a la comercialización de productos de la industria ferretera y de repuestos para vehículos, y les brinda un 30% descuento.

Cojapan, dedicada a la importación y distribución de repuestos automotrices japoneses, coreanos y chinos, está ubicada en Guayaquil. Esta empresa les otorga un 20% de descuento.

Auto Repuestos Universales, una empresa dedicada a la comercialización de productos automotrices y a la prestación de servicios de mantenimiento automotriz en Ambato. Esta empresa les otorga un 8% de descuento.

Y por último Car importaciones, una empresa dedicada a la venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores, como: neumáticos (llantas) cámaras de aire para neumáticos (tubos). Esta empresa no otorga ningún descuento.

1.4.2. Clientes

Sus principales clientes son básicamente las mecánicas y rectificadoras que se encuentran ubicadas cerca de la zona de Irsa Motors. Tales como Haro Motors, Autopartes del Sur, Rectificadora J&M, Rectificadora Encalada, Tenicentro Balseca. Pero también por otro lado, gracias a su localización al estar en una calle principal posee clientes que pasan por la zona, quienes tienen su carro dañado y se encuentran buscando repuestos.

1.4.3. Competencia

Al estar en un lugar estratégico, si posee competencia entre ellos se encuentra El Genuino, Automotriz General del Sur, entre otros almacenes de repuestos que son más pequeños.

En general su competencia se maneja con los mismos precios, incluso Irsa Motors en temporadas brinda descuentos en sus precios. Un punto a tomar en cuenta es que es una competencia sana ya que cuando alguno de estos locales carece de productos entre ellos intercambian productos, con el fin siempre de cumplir con los requerimientos de sus clientes.

2. CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO.

Dentro de este capítulo se emplean teorías y conceptos para el estudio y la investigación de mercados, originados del sin número de conocimientos de autores que se encuentran al tanto de este tema, además tendrá trabajo de campo que ayudará en la presente investigación.

2.1. OBJETIVOS

Es primordial para realizar un estudio de mercado identificar los objetivos de la investigación de forma clara y precisa y se debe plantear tanto un objetivo general como los específicos. A continuación, el objetivo de nuestra investigación son los siguientes:

2.1.1. Objetivo General

Evaluar la aceptación del almacén de repuestos Irsa Motor S.A. entre adultos en el sur de la ciudad de Quito y recolectar la información pertinente y acertada para el conveniente desarrollo de su servicio, y de sus productos para plantear estrategias que ayuden en su mejora dentro del mercado.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer el conocimiento del sector automotriz de nuestros consumidores.
- Determinar marcas tradicionales, favoritas y de rechazo de los productos brindados al mercado.
- Identificar la intención de compra de los clientes.
- Jerarquizar los beneficios, funciones, cualidades, de los productos.
- Fijar los hábitos de compra de repuestos.
- Conocer parámetros de servicio aceptados por el cliente.

2.2. DISEÑO DE LA MUESTRA

En esta parte para llegar a diseñar nuestra muestra, primero debemos establecer nuestro grupo objetivo. Por lo tanto, nuestro grupo objetivo son mujeres y hombre entre los 30 y 60 años de nivel socioeconómico medio, residentes del sur de la ciudad de Quito.

De acuerdo al Inec, la población de Quito comprendida entre los 30 y 60 años es de 274.768 habitaciones y al nivel socioeconómico medio, corresponde al 7,6% de la población. Además, la densidad de la población del sur de la ciudad de Quito es del 50%.

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

(Networks, 2013)

Donde:

Z es intervalo de confianza = 1,96 (con un nivel de confianza del 95%)

P Probabilidad de éxito = 75%

Q probabilidad de fracaso = 10%

E error de estimación = 0,05%

Mediante esta fórmula, llegamos a establecer una muestra de 115, que al redondearse se establece un resultado de 120 como muestra, que nos permitirá obtener una investigación verás.

2.3. DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Para la presente investigación lo más óptimo es utilizar fuentes primarias, exactamente los clientes potenciales del segmento objetivo que serán mujeres y hombres entre los 30 y 60 años del Sur de Quito.

Las herramientas en la que se cimentarán esta investigación para la recolección de los datos es mediante dos métodos, tanto el cuantitativo como cualitativo. En el método cuantitativo se realizará una encuesta estructurada, mientras que en el cualitativo se fundamentará por entrevistas.

El objetivo de la encuesta es suministrar la información requerida de nuestro grupo focal que se detalla a continuación. Puntos a tomar en cuenta en la encuesta:

- Marca del vehículo del grupo objetivo y sus motivaciones para preferirlos.
- Preferencias entre las opciones de marcas de repuestos para poder reparar o dar mantenimiento a su vehículo del grupo objetivo.
- Rangos de tiempo estimados para la compra de repuestos automotrices.

Conocimientos de marca:

- Marcas de primera mención.
- Marcas tradicionales, y favoritas.

Hábitos de compra

- Edad, ubicación, tiempo en el mercado.
- Actitud frente a la compra es decir decidir en la marca antes que su precio.
- Canales de información en la búsqueda de repuestos automotrices.
- Persona quién usa el producto adquirido.

Cualidades y beneficios

- Conocimiento de las características, cualidades, atributos y beneficios que ofrecen los productos brindados al mercado.
- Atributos, cualidades que busca el cliente en repuestos automotrices.

Según este estado listado de la información requerida para nuestra investigación se realizó una matriz de preguntas para llegar a nuestra encuesta. Básicamente se empleó un cuestionario estructurado de 16 preguntas para una muestra de 120 personas que se encuentren dentro de las características del grupo representativo.

Y por otro lado la segunda herramienta a utilizar son las entrevistas, que básicamente radica en el intercambio de preguntas y respuestas entre el entrevistador y el entrevistado. Con el objetivo de recolectar información más precisa, detallada y completa que ayudarán en la investigación.

Hay que tener en cuenta que, dentro de esta técnica, el entrevistador realiza un papel fundamental ya que nos permite explorar, analizar, indagar buscando siempre responder los puntos de interés de la investigación. Y también el entrevistado debe ser una persona que cumpla ciertos requisitos de conocimiento acerca del tema a tratar.

Por esta razón se realizaron cuatro entrevistas a diferentes tipos de clientes en los cuales se encuentra la perspectiva de un mecánico, de un dueño de una rectificadora, de un dueño de un almacén igual de repuestos y de un cliente que se acerca al local. Y la quinta entrevista se realizó al gerente general de Irsa Motors S.A.

2.4. TRABAJO DE CAMPO

2.4.1. Herramienta Cualitativa (Entrevista Gerente General)

En la entrevista realizada al gerente general de Irsa Motor S.A. se obtiene la siguiente información acerca del número de clientes que se encuentra en un total de 120 clientes, los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 5 Listado de clientes Irsa Motor S.A.

Tipo de clientes	Cantidad	Porcentaje	Nivel Social	Encuestas
Rectificadoras	40	20%	Medio-Alto	24
Mecánicas	60	30%	Medio-Bajo	36
Cientes que llegan al local	100	50%	Medio	60
TOTAL	200	100%		120

FUENTE: Irsa Motor S.A.

Matriz de hallazgos de las entrevistas a los diferentes tipos de clientes

Como se mencionó anteriormente se plantearon 4 entrevistas a cada tipo de cliente bajo preguntas estructuradas. La entrevista cuenta con 12 preguntas basadas en la temática de interés para la investigación.

Tabla 6 Matriz clientes potenciales

<i>DATOS GENERALES</i>				
NOMBRE DEL NEGOCIO	Rectificadora Toapanta	HaroMotors	Jaes Motor	Carmen Pazmiño
REPRESENTANTE	Alberto Toapanata	Guido Haro	Jorge Illanes	
TIPO DE CLIENTE	Dueño de Rectificadora	Dueño de Mecánica	Dueño almacén pequeño de repuestos	Consumidor Final
TIEMPO EN EL MERCADO	5 años	20 años	n/a	n/a
UBICACIÓN	Av. Simón Bolívar	Piedras Lote 48 y José Pontón, Sector Estadio del Aucas	Gran Bretaña Sector Chillogallo	La Gatazo
EDAD	38	53	41	55
<i>PREGUNTAS</i>				
1. ¿Qué beneficios busca al elegir sus proveedores de repuestos automotrices de partes y piezas del motor?	Tiempo de Crédito, precios, descuentos, disponibilidad, que no establezcan un mínimo de compra para el despacho.	Disponibilidad inmediata del repuesto, para no alargar el tiempo de la obra.	Que tenga buenos precios para poder obtener alguna ganancia al vender el repuesto.	Que posea repuestos originales de calidad y a buenos precios.

<p>2. ¿Por qué razón elige a Irsa Motor S.A. en la compra de sus repuestos?</p>	<p>Conocimiento y asesoría del producto, precio, calidad y marca del repuesto automotriz.</p>	<p>Por la disponibilidad de productos y por la entrega a domicilio.</p>	<p>Porque es el único que consigue todo el pedido al momento que se le requiere.</p>	<p>Por sus precios, y variedad de productos.</p>
<p>3. ¿Cuáles son las características de repuestos que busca para su vehículo?</p>	<p>Su durabilidad, que sea de una marca reconocida (de un buen país de origen). Fiabilidad de que el repuesto sea el correcto bajo los parámetros del pedido.</p>	<p>Confianza de que el repuesto sea el correcto, y su durabilidad.</p>	<p>Marca (buen país de origen), durabilidad.</p>	<p>Que se una producto de calidad y que posee garantía.</p>
<p>4. ¿Qué grado de importancia le da a la marca del repuesto para las partes y piezas del motor de su vehículo? ¿Por qué?</p>	<p>Es el punto más importante porque da garantía que el trabajo que se va a realizar está bien hecho.</p>	<p>Es fundamental y el primero a tomar en cuenta para garantizar las obras que se realizan.</p>	<p>Es un grado alto ya que otorga facilidad en la venta al ser un producto original mas no alterno.</p>	<p>Importante ya que le otorga seguridad en su compra.</p>

<p>5. ¿Qué grado de importancia le da al precio del repuesto para las partes y piezas del motor de su vehículo? ¿Por qué?</p>	<p>Es un factor secundario, ya que siempre va a pesar más la calidad y marca.</p>	<p>Es importante para poder brindar un servicio atractivo para el cliente.</p>	<p>Es importante que no sea muy caro para poder ofrecer un buen precio al cliente y sea llamativo para él.</p>	<p>También es un factor a tomar en cuenta para que el precio que me dan sean menor que en la casa del vehículo.</p>
<p>6. ¿Qué grado de importancia le da al lugar de procedencia u origen del repuesto para las partes y piezas del motor de su vehículo? ¿Por qué?</p>	<p>Es importante ya que el cliente que conoce de esto, si se apega por marcas proveniente de lugares como Japón, Taiwán, Corea porque les brinda mayor seguridad.</p>	<p>Es importante ya que son marcas con las que se ha venido trabajando por años y hacen que nuestro trabajo sea garantizado.</p>	<p>Es un factor que si se toma en cuenta pero no es fundamental ya que si hay clientes que se apegan únicamente que el repuesto tenga licencia original.</p>	<p>Debido al desconocimiento de la variedad de marcas en el mercado, con que el producto ofrecido sea garantizado y de calidad es suficiente.</p>
<p>7. ¿Qué prefiere al momento de elegir su repuesto para las partes y piezas del motor de su vehículo, que</p>	<p>Es una decisión netamente del cliente ya que nosotros simplemente recomendamos.</p>	<p>De preferencia en mi trabajo se usa original.</p>	<p>Es más decisión del cliente con el cual se esté realizando la venta</p>	<p>Original, sin embargo el alterno también es bueno.</p>

el repuesto sea original o alterno?				
8. ¿Cómo calificaría el servicio brindado por Irsa Motor S.A.?	Bueno y en el momento pero en ciertos momentos cuando no está el jefe el servicio se retrasa por fallas internas.	Bueno ya que hasta realizan la entrega a domicilio en cualquier momento del día. Y eso nos da mayor comodidad.	Satisfactorio, siempre está para ayudarme.	Rápido, buena atención al cliente y facilidades de pago ya que se puede pagar hasta con tarjeta.
9. ¿Con qué frecuencia compra repuestos en Irsa Motor?	Dos veces a la semana	Todos los días	Dos veces a la semana	Cuando mi vehículo se daña o deseo darle mantenimiento.

10. ¿Qué monto aproximado de sus ventas mensuales otorga a Irsa Moto?	600 dólares	350 dólares	300 dólares	50 dólares
11. ¿Volvería a Irsa Motor para la compra de repuestos para su vehículo?	Sí, por los años de trabajo y la amistad que existe.	Sí, ya que hemos creado una buena relación.	Sí, ya que nos ayudamos mutuamente.	Si porque es un buen servicio que se puede recomendar
12. ¿Cuáles son los otros almacenes donde compra repuestos para las partes y piezas de motor para su vehículo?	Repuestos Luna	El Genuino en emergencias, pero la mayoría del trabajo que llega es para Irsa Motor.	Autocofic Import S.A.	En pocas ocasiones en la casa del vehículo debido a que sus precios son muy altos.

Fuente: Irsa Motor S.A

2.4.2. Herramienta Cuantitativa (Encuesta a cliente)

De igual forma se realizó la herramienta cuantitativa mediante una encuesta estructurada por 16 preguntas con preguntas directas, dirigido a una muestra representativa. El formato de la encuesta se encuentra en (Anexo 1). Esta encuesta se realizó a clientes, y a clientes potenciales que no únicamente se encuentran en el sur de la ciudad, con el fin de conocer varios puntos de vista.

2.4.2.1. Diseño encuesta

ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es recolectar la información pertinente basada en su punto de vista acerca de varios temas acerca del Sector Automotriz.

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. Edad

Menores de 30 años

De 30 a 40 años

De 41 a 50 años

De 51 a 60 años

Mayores de 60 años

3. Sector-Domicilio

Norte

Sur

Centro

Valles

4. Los repuestos automotrices que usted compra son para:

- Para reparación personal
- Un Almacén de Repuestos
- Una Rectificadora
- Una Mecánica

5. Según su criterio seleccione ¿Qué beneficios busca en un almacén de repuestos para las partes y piezas de motor?

- Precio
- Calidad
- Variedad de marcas (original y alterno)
- Disponibilidad inmediata
- Asesoría en la compra
- Opción de crédito

6. Escoja según su punto de vista los siguientes parámetros, que van desde nada importante a importante en la siguiente pregunta: ¿Qué importancia tiene cada uno de los factores mencionados en la decisión de compra de repuestos?

	Nada Importante	Neutro	Importante
Precio			
Calidad			
Durabilidad			
Marca			
Repuesto sea Original			
Repuesto sea Alterno (copia de original)			

7. ¿Cómo llegó a conocer del servicio de Irsa Motor S.A.? (Si desconoce del servicio de Irsa Motor, **Saltar a la pregunta 10**)

- Por recomendación
- Por publicidad
- Por su ubicación

8. Escoja según su punto de vista los siguientes parámetros, que van desde nada importante a fundamental en la siguiente pregunta: ¿Qué es lo más importante por lo que compra y prefiere Irsa Motor S.A.?

	Nada importante	Poco importante	Neutro
Buen Servicio			
Conocimiento y asesoría del producto			
Disponibilidad para toda marca			
Productos de calidad			
Precio			
Facilidad de Pago			

9. Según su punto de vista ¿Qué factores considera que actualmente Irsa Motor debe mejorar?

- Servicio
- Disponibilidad
- Calidad
- Precios
- Publicidad
- Rapidez de entrega

10. ¿Por qué razones acude a un almacén de repuestos?

- Cuando su auto está dañado
- Por mantenimiento
- Previa Revisión Vehicular

11. ¿Con qué frecuencia compra repuestos automotrices para su vehículo?

- Todos los días
- 1 vez a la semana
- 1 vez al mes
- Pasando 3 meses
- Pasando 6 meses
- 1 vez al año

12. ¿Qué monto compra mensualmente en repuestos automotrices para su vehículo?

- Menos de \$50
- De \$100 a \$ 300
- De \$300 a \$500
- Más de \$500

13. ¿Cuáles piensa usted son los principales problemas que se presentan al momento de adquirir repuestos para su vehículo?

Desconocimiento de buenos almacenes de repuestos

Falta de tiempo para buscar el repuesto

Falta de asesoría en repuestos

14. ¿Cuál de los siguientes servicios piensa que serían útiles?

Mantenimiento a domicilio para su vehículo

Reparación a domicilio para su vehículo

Venta de repuestos a domicilio en toda circunstancia

15. ¿Cuáles de estos temas son de interés en relación a su auto?

Consejos de prevención de daños para su vehículo

Tips para el mantenimiento de su vehículo

Consejos al momento de reparar su vehículo

Tips para una buena elección de marcas de repuestos

Recomendaciones de buenos mecánicas o rectificadoras

16. ¿Por qué medios usted recibe información?

Facebook

WhatsApp

Correo-Electrónico

2.5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Sexo

El 74,6% de los clientes que visita Irsa Motor son hombres mientras que el 25,4% son mujeres. Por lo tanto, Irsa Motor atiende a ambos géneros sin excepción alguna.

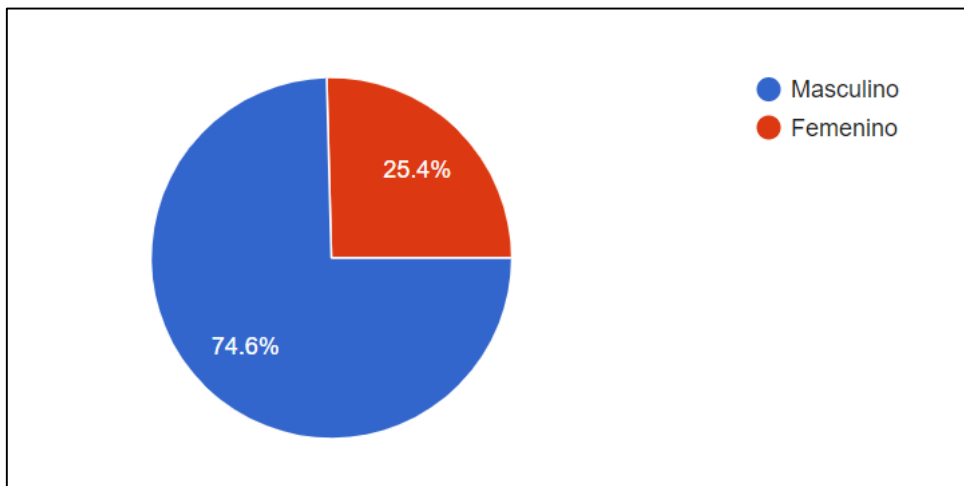


Ilustración 7 Sexo del encuestado

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A.

2. Edad

Los clientes de Irsa Motor S.A. están entre los 30 y 60 años. Debido a que las personas que adquieren repuestos en su mayoría son adultos que pueden cubrir con el gasto de mantener un vehículo. Los porcentajes que más representan en el factor edad está en el rango de 30 a 40 años con un 30,3%, de 41 años a 50 años con un 42,6% y los que van de 51 a 60 con un 13,9%.

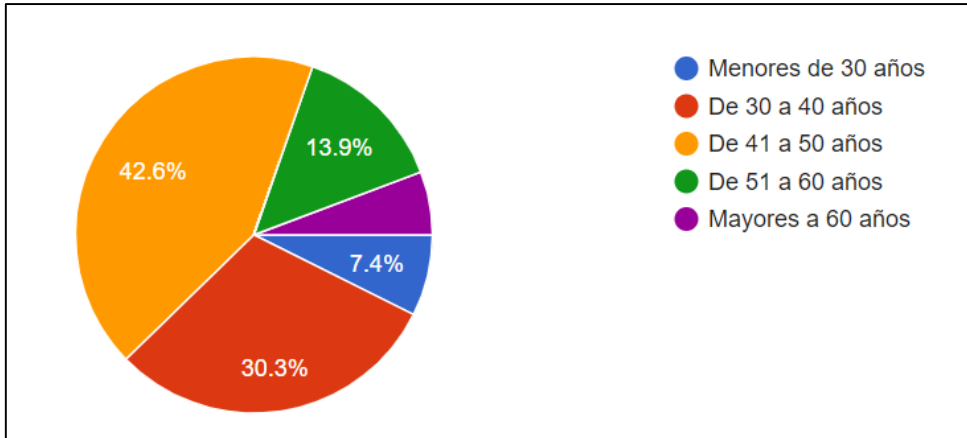


Ilustración 8 Edad del encuestado

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A.

3. Sector-Domicilio

El 59.8% de los clientes encuestados se encuentran en el sur de Quito debido a la ubicación de Irsa Motor S. A, pero también se debe tomar en cuenta el 25.4 % que representan a clientes en el norte de Quito. Los cuales pueden ser clientes potenciales con los cuales se puede trabajar para llamar su atención y llegar a satisfacer sus necesidades respecto a su vehículo.

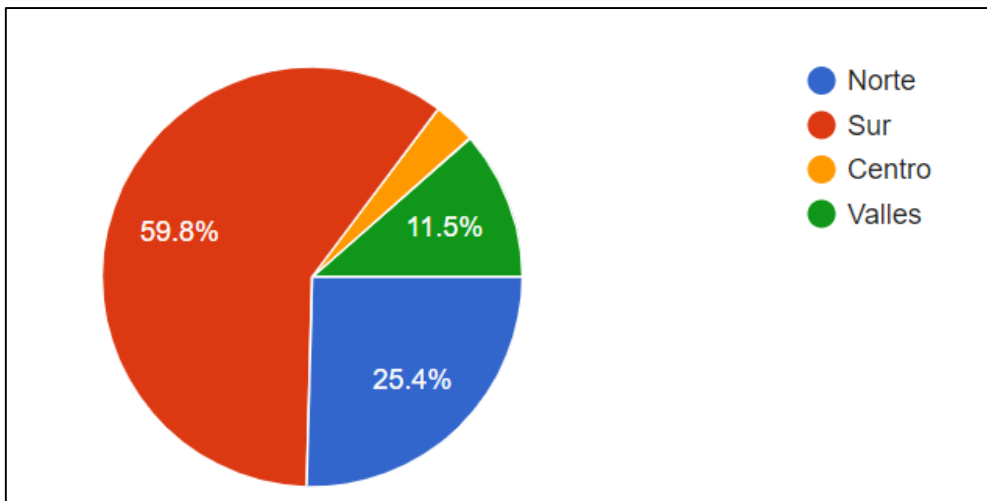


Ilustración 9 Sector-Domicilio del encuestado

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

4. Los repuestos automotrices que usted compra son para:

El 48,4 % de los clientes adquieren repuestos para la reparación de sus vehículos y son quienes van directamente al local de Irsa Motor S.A. Mientras que el 22,1 % lo hacen para almacenes de repuestos cercanos. Lo cual en un futuro nos permitirá hacer mayores alianzas estratégicas con mecánicas con el fin de crear más oportunidades para vender y dar a conocer el servicio de Irsa Motor S.A.

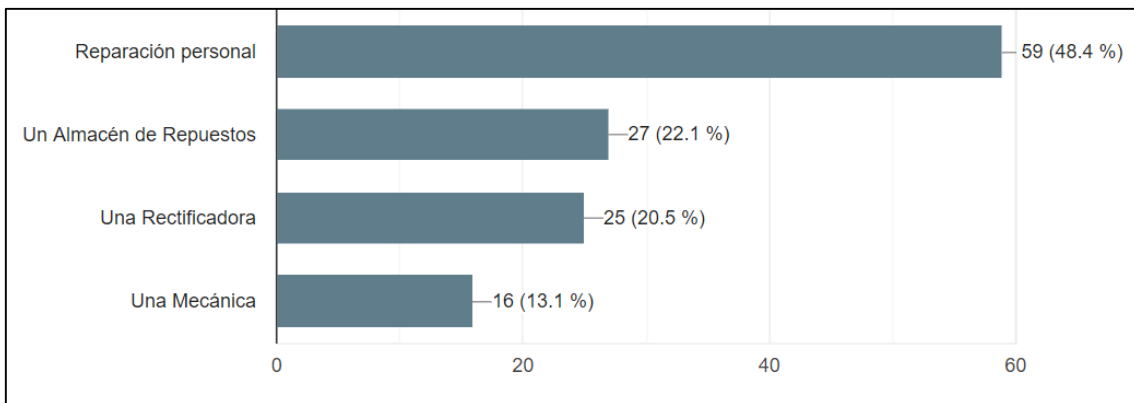


Ilustración 11 Tipo de compra del encuestado

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

5. Según su criterio seleccione ¿Qué beneficios busca en un almacén de repuestos para las partes y piezas de motor?

El 54,9% de los clientes busca buenos precios y seguido por un 46,7% que busca calidad en un almacén de repuestos. Y por esta razón se explica el motivo por el que la mayoría de personas al comprar repuestos prefieren un almacén de repuestos y no van a la casa o concesionario de su vehículo, debido a que se tiene el concepto de que estos lugares manejan precios muchos más altos por el mismo hecho que brindan al cliente únicamente marcas originales de repuestos. Convirtiéndose este factor en una gran oportunidad para Irsa Motor S.A., para las cuales se deben buscar estrategias para contrarrestar esta situación de precio y calidad.

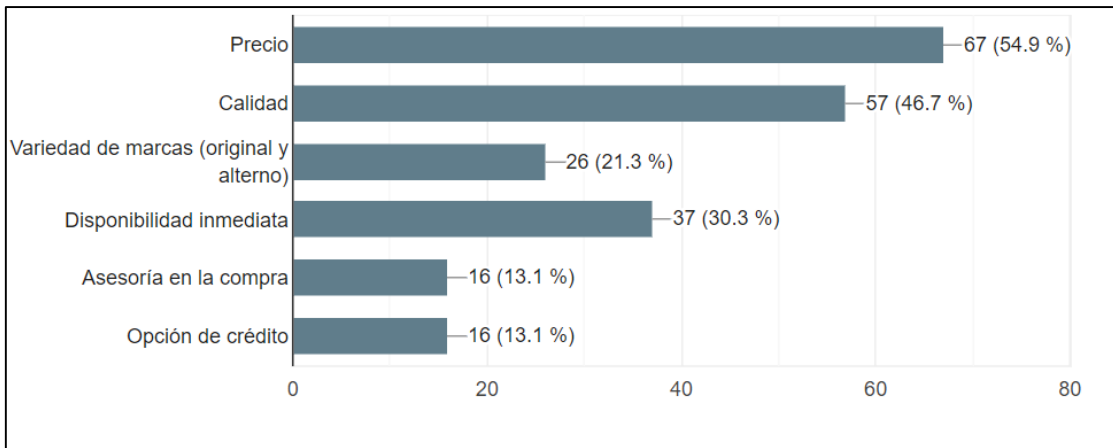


Ilustración 10 Beneficios en un almacén de repuestos que busca el encuestador.

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

6. Escoja según su punto de vista los siguientes parámetros, que van desde nada importante a importante en la siguiente pregunta: ¿Qué importancia tiene cada uno de los factores mencionados en la decisión de compra de repuestos?

Los parámetros que el cliente le da mayor importancia al momento de comprar repuestos automotrices son: precio, calidad, durabilidad y la marca. Por esta razón se debe trabajar más en estos aspectos y crear estrategias para llegar al cliente o a nuevos clientes con estas cualidades.

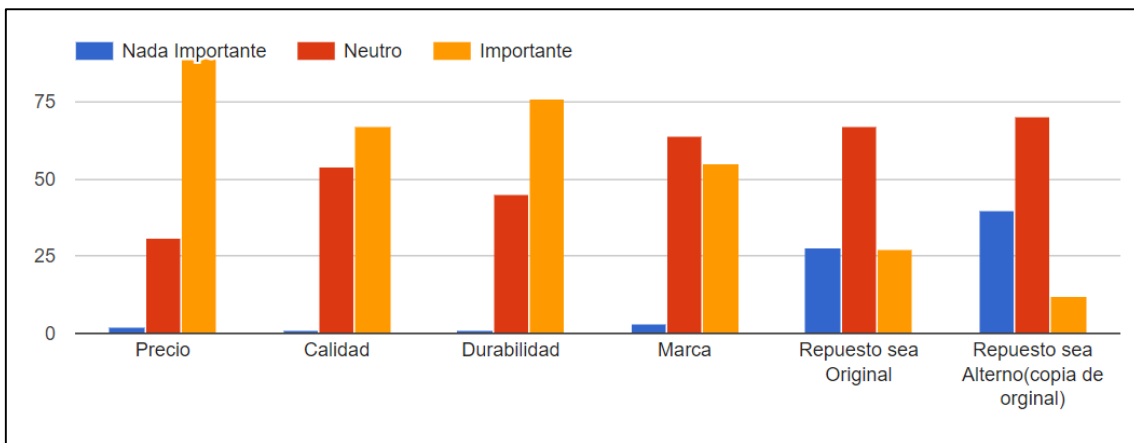


Ilustración 11 Factores decisión de compra de repuestos.

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

7. ¿Cómo llegó a conocer del servicio de Irsa Motor S.A.? (Si desconoce del servicio de Irsa Motor, Saltar a la pregunta 10)

El 45,9% de los clientes llegaron a conocer de Irsa Motor por su ubicación o el 44,6% por una recomendación. Por esta razón es importante trabajar en la publicidad del negocio ya que es la opción con el porcentaje más bajo, con el fin de captar a nuevos clientes.

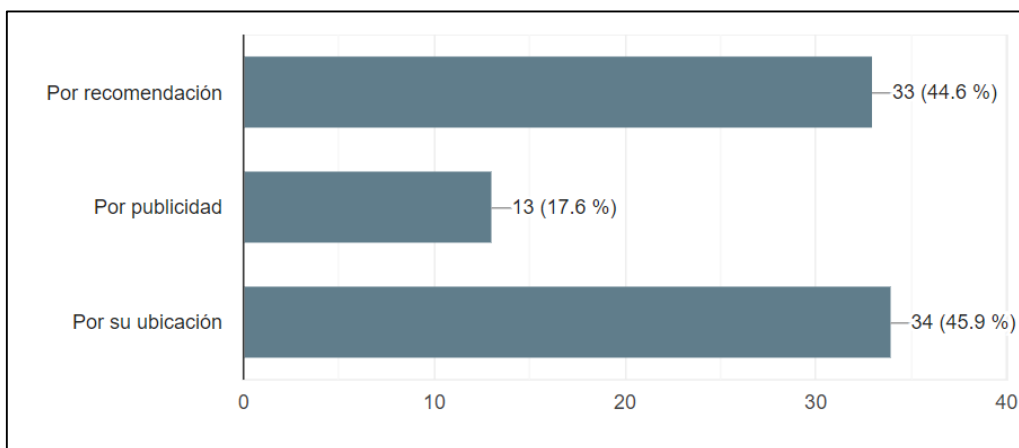


Ilustración 12 Medio por donde el encuestado conoció a Irsa Motor

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

8. Escoja según su punto de vista los siguientes parámetros, que van desde nada importante a fundamental en la siguiente pregunta: ¿Qué es lo más importante por lo que compra y prefiere Irsa Motor S.A.?

Las personas compran y prefiere Irsa Motor S.A por su buen servicio, calidad y precios de sus productos. Pero un factor fundamental que no se debe ignorar es el hecho del conocimiento y asesoría del producto para poder mejorar el servicio brindado y que el cliente encuentre ese plus en Irsa Motor S.A.

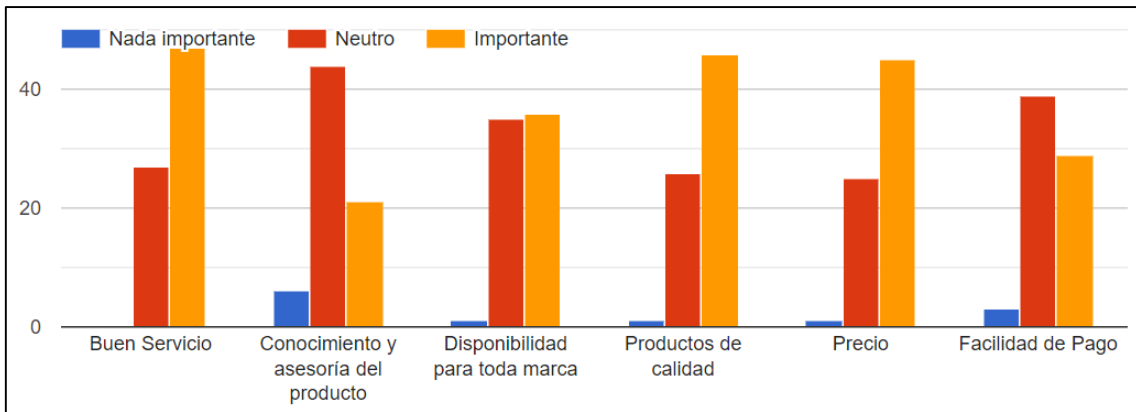


Ilustración 13 Razones del encuestado para comprar y preferir Irsa Motor

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

9. Según su punto de vista ¿Qué factores considera que actualmente Irsa Motor debe mejorar?

En lo que se debe mejorar es en la publicidad en un 48,6%, disponibilidad 30,6% y la rapidez en la entrega con un 29,2%. Pensando siempre en mejorar el servicio brindado al cliente. Por esta razón bajo estos resultados se debe crear estrategias que sumen a la atención del cliente de Irsa Motor.

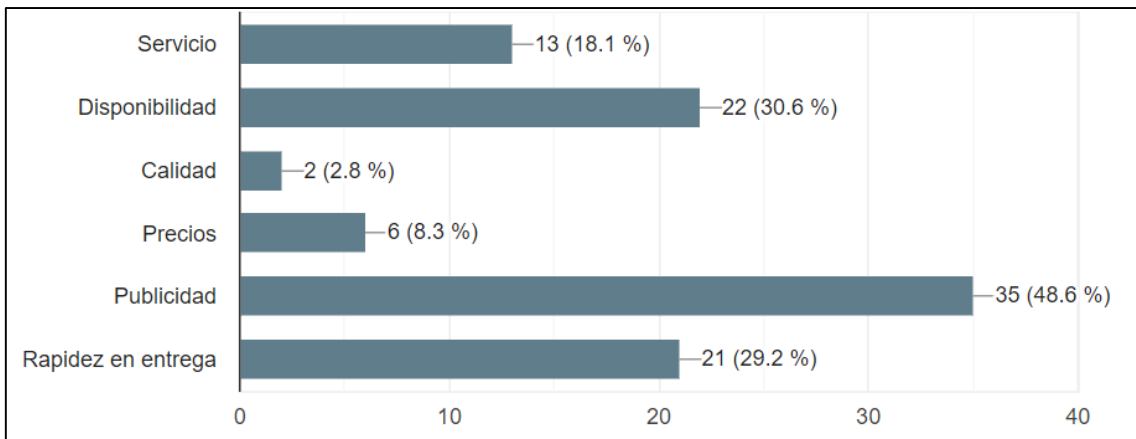


Ilustración 14 Factores de mejora de Irsa Motor S.A.

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

10. ¿Por qué razones acude a un almacén de repuestos?

Las principales razones por las que acuden a un almacén de repuestos son cuando su carro está dañado con un 71,3% y con un 49% por mantenimiento y un 21% previa revisión vehicular. Lo cual le permitirá a Irsa Motor crear mayor publicidad u ofertas para personas que se encuentran dentro de estas fases con su vehículo.

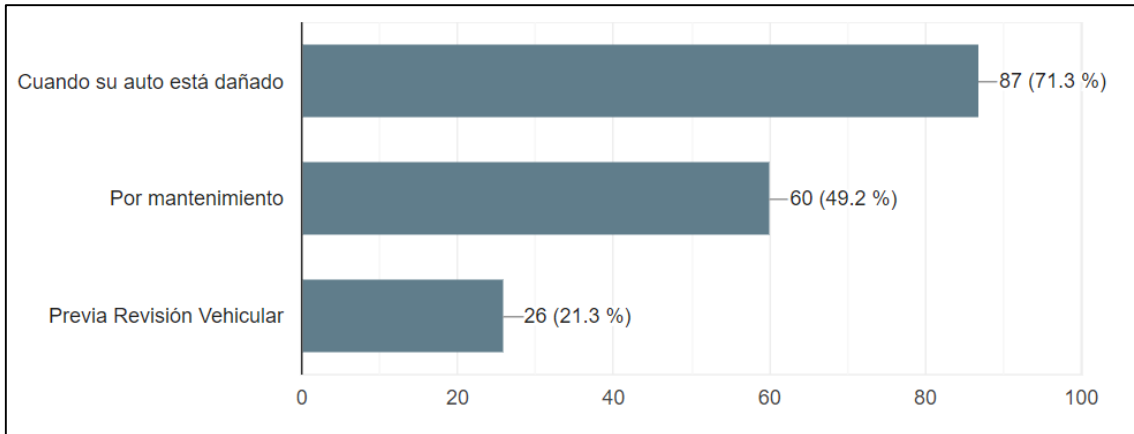


Ilustración 15 Razones para acudir a un almacén de repuestos

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

11. ¿Con qué frecuencia compra repuestos automotrices para su vehículo?

El 32,8% adquiere repuestos 1 vez al mes y el 19,7% pasando 6 meses. Lo cual nos hace pensar que las personas que compran una vez al mes se debe a que su vehículo no debe ser tan nuevo y son con ellas con las que se debe trabajar más. Pero también se debe ofrecer mayor número de productos de mantenimiento y prevención, con el fin de tener mayor vehículos durante tiempo más corto.

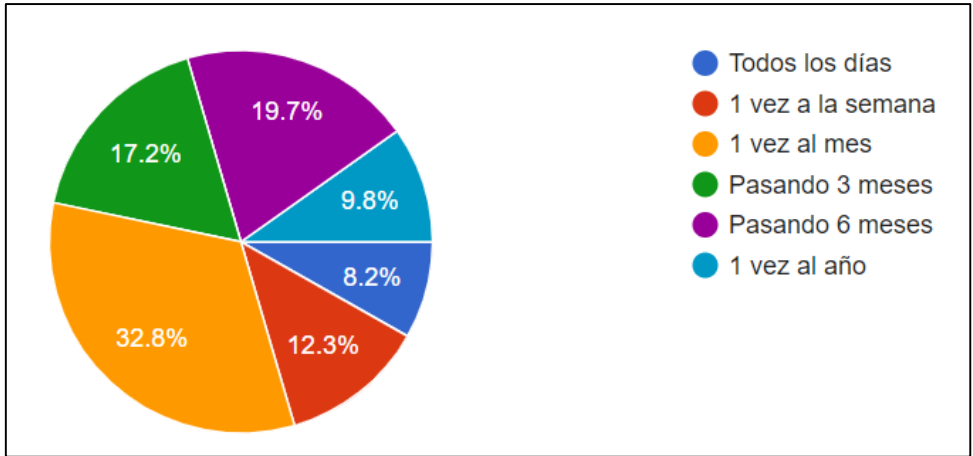


Ilustración 16 Frecuencia de compra del encuestado

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

12. ¿Qué monto compra mensualmente en repuestos automotrices para su vehículo?

El 40% de los clientes gastan menos de \$50 y el 35% gastan mensualmente de 100 a 300. Los cuales deben ser personas que compran repuestos para la reparación de sus vehículos mas no rectificadoras ni mecánicas, que son quienes gastan más dinero en las reparaciones. Por esta razón se debe incentivar más en la compra de repuestos para las rectificadoras y mecánicas o incluso realizar alianzas estratégicas con ellas, donde se tenga una ganancia mutua.

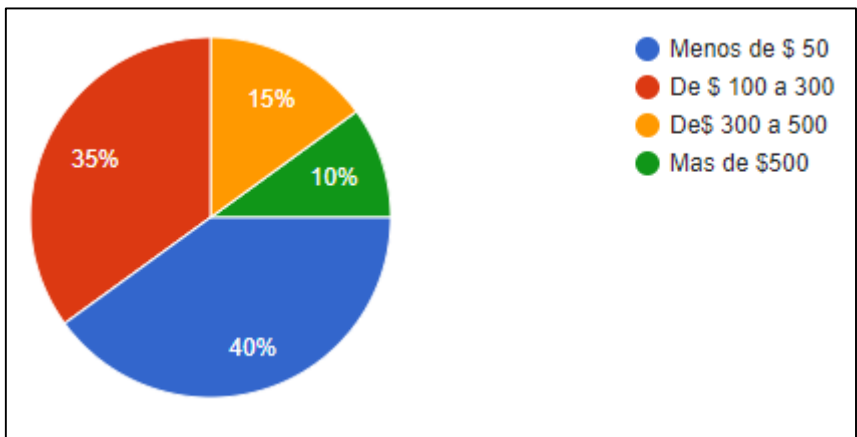


Ilustración 17 Compra mensualmente en repuestos automotrices

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

13. ¿Cuáles piensa usted son los principales problemas que se presentan al momento de adquirir repuestos para su vehículo?

Los principales problemas al momento de adquirir repuestos para su vehículo es la falta de tiempo para buscar el repuesto con un 64,8%, por esta razón se debe ver como una oportunidad para Irsa Motor, que debería brindar al cliente un servicio que facilite el hecho de comprar repuestos y reparar su vehículo.

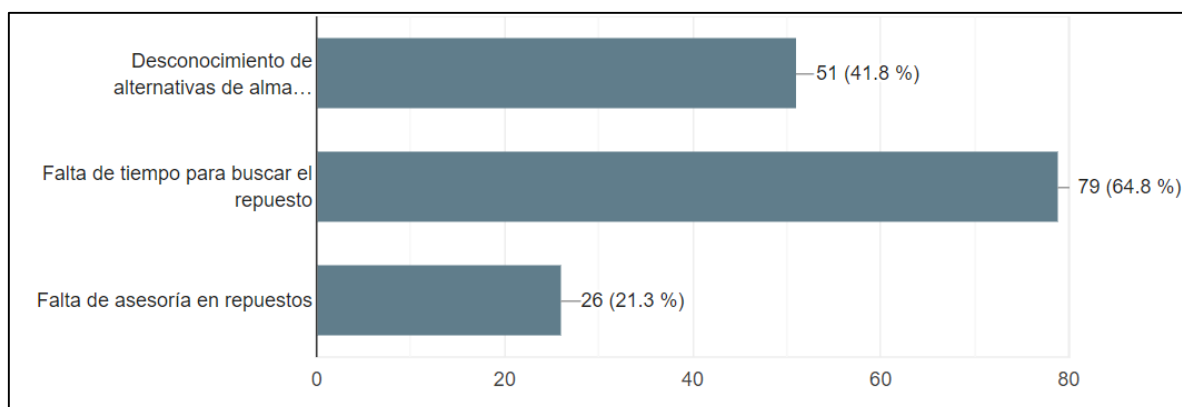


Ilustración 18 Principales problemas al adquirir repuestos para su vehículo

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

14. ¿Cuál de los siguientes servicios piensa que serían útiles?

El 63.9% de las personas considera como una buena idea el mantenimiento a domicilio de su vehículo, y el 47.5% la reparación a domicilio. Es por esta razón que se crea una oportunidad para Irsa Motor, donde pueda crear una alianza con mecánicos independientes que desean realizar el mantenimiento de vehículos, mientras que Irsa Motor vende sus repuestos y desarrolla la parte logística del servicio.

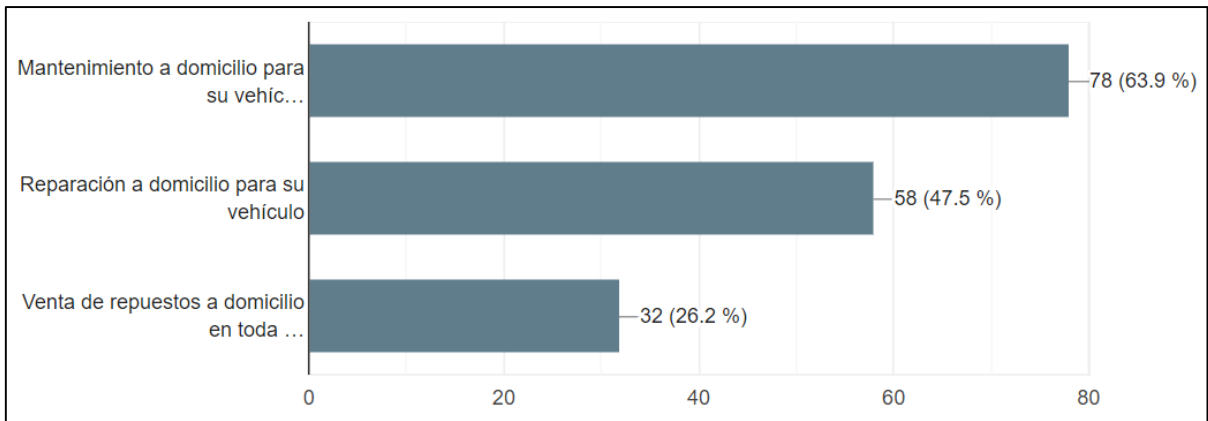


Ilustración 19 Servicios útiles para el encuestador

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

15. ¿Cuáles de estos temas son de interés en relación a su auto?

En los temas donde se pueden dar mayor impulso para dar a conocer al cliente por diferentes medios, con un 60,7% tips para el mantenimiento de vehículos, con un 58,2% consejos para prevención de daños de su vehículo.

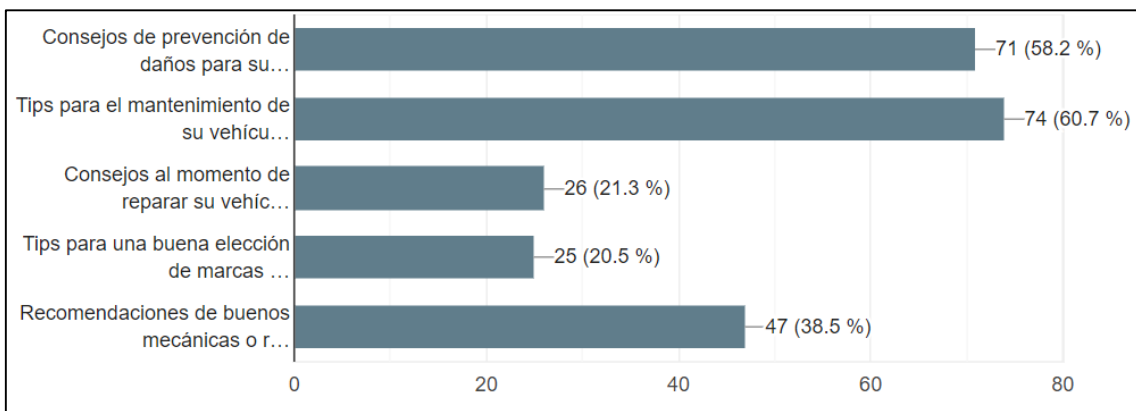


Ilustración 20 Temas de interés del encuestado en relación a su auto.

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

16. ¿Por qué medios usted recibe información?

Con el fin de implementar nuevos medios de comunicación y publicidad para Irsa Motor se puede realizar por los siguientes medios: Facebook ya que posee un 46,7% de uso por parte del cliente, y el WhatsApp con un 41%. Donde se podrá transmitir la información de interés para el cliente.

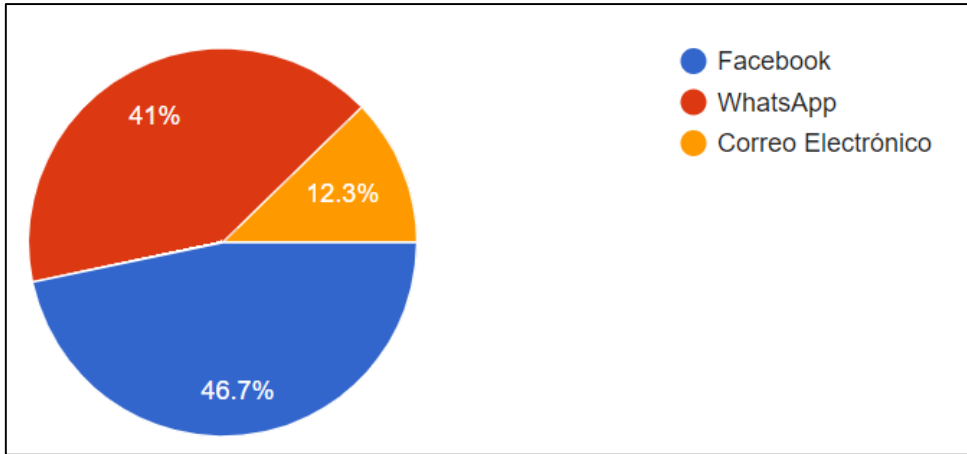


Ilustración 21 Medios de preferencia del encuestado para recibir información.

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

Luego de los siguientes resultados que se obtuvieron de la encuesta, se llegó a establecer las siguientes conclusiones:

Perfil cliente Irsa Motor

Tabla 7 Resultados encuesta Irsa Motor.

Tipo de clientes	Su principal fuerza de ventas son clientes que compran repuestos para reparación personal.
Estímulos del mercado	<ul style="list-style-type: none"> •Precio •Calidad en marcas de repuestos automotrices que le den garantía •Disponibilidad inmediata
Características del consumidor	Tanto hombres como mujeres entre aproximadamente los 30 a 60 años, con un nivel social medio que les permite tener la disponibilidad económica de mantener un vehículo por tal razón poseen un empleo. Y se encuentran ubicados tanto en el sur como en el norte de la ciudad de Quito.

Motivos para su compra	<p>Cuando su vehículo se encuentra dañado o necesita de un mantenimiento.</p>
Dificultades que se le presentan en su compra	<p>Falta de tiempo para poder realizar su compra, es decir son personas ocupadas que no poseen disponibilidad de tiempo entre semana ya que poseen un trabajo o se encuentran realizando diferente tipo de actividades.</p>
Beneficios extras que buscan el cliente en un servicio automotriz.	<ul style="list-style-type: none"> •Tips para el mantenimiento de su vehículo. •Consejos prevenir daños en su vehículo.
Medios para llegar al cliente	<ul style="list-style-type: none"> •Mediante Facebook o WhatsApp.

FUENTE: Encuesta empresa Irsa Motor S.A

3. CAPÍTULO 3: PROPUESTA ESTRATÉGICA

3.1. ESTRATEGIA GENÉRICA

Se va a implementar una estrategia de diferenciación debido a que se va a crear valor en el mercado por los servicios que se van a implementar, y esta detallados a continuación.

3.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

3.2.1. Estrategia de producto mercado

1. Esta estrategia consiste en que Irsa Motor ofrecerá un servicio complementario a su giro del negocio. Este servicio consistirá en brindar al cliente, mantenimiento a domicilio de su vehículo, pensando en su comodidad. Para desarrollar este servicio se requerirá el trabajo conjunto de mecánicos independientes, y de Irsa Motor al ofrecer sus repuestos y ser el responsable de desarrollar la logística del servicio. Es por esta razón la importancia de crear esta alianza estratégica con mecánicos independientes de confianza que realicen un trabajo de calidad y ciento por ciento garantizado.
2. Dentro del mercado automotriz ecuatoriano no existe un almacén de repuestos que ofrezca al cliente camisas de motor, ya que únicamente la importadora Autocofic Import S.A., se encuentra brindando al mercado este producto. Pero gracias a contactos en el extranjero Irsa Motor ha creado una alianza con la marca MVM, para poder importar camisas de motor. Con esta alianza se logrará ser reconocidos como el primer almacén en el país que ofrezca este producto y se podrá competir en el mercado.
3. Irsa Motor S.A. ha creado con los años grandes relaciones con los dueños de un almacén de repuestos que hace muchos años fue muy grande dentro del mercado automotriz llamado Bela Motor, pero lamentablemente por su mala administración tuvo que quebrar por esta razón una parte de su inventario fue vendido a Irsa Motor por un precio bajo y muy atractivo en el mercado. Este buen negocio hizo que Irsa Motor pueda aumentar su nivel de ventas y su utilidad. Por esta razón nuevamente Irsa Motor quiere comprar más de su inventario, con el fin de obtener los mismos e

incluso mejores resultados y así brindar en el mercado un inventario variado y con precios muy competitivos.

3.2.2 Estrategia de fidelización

Con los años Irsa Motor S.A. ha venido llevando una buena atención y un servicio personalizado con sus clientes, y esto han sido un factor primordial para crear y mantener una buena relación y conexión con el cliente para que lleguen a preferirnos por encima de la competencia. Por esta razón esta cualidad que caracteriza a Irsa Motor S.A. no se puede dejar de lado más bien se la debe potencializar, mediante la atención y el seguimiento del cliente mediante las redes sociales. Con el fin de estar más cerca del cliente dándole la mejor atención tanto en el proceso de pre venta, venta, y post venta.

3.3. ANÁLISIS DE LA MEJOR ESTRATEGIA

La mejor propuesta que se ajusta a la investigación cuantitativa realizada, es la de brindar un servicio complementario del que brinda Irsa Motor S.A. como almacén de repuestos, este servicio consistirá en otorgar al cliente un mantenimiento vehicular a domicilio, para personas que no disponen de mucho tiempo y prefieren encomendar a terceros esta actividad.

Por esta razón que, el perfil de los clientes de este servicio, serán tanto hombres y mujeres que tienen su vehículo, pero poseen poca disponibilidad de tiempo y la mayor parte de sus días se dedican a su trabajo o a otras actividades. Y el mantenimiento de su vehículo lo ven como una actividad secundaria dentro de su vida diaria. Y es ahí donde llegará este servicio propuesto por Irsa Motor, el cual tendrá el nombre de Car Service.



Ilustración 22 Propuesta estrategia de negocio

FUENTE: Car Service

Esta idea a más de brindar beneficios al cliente, brindará beneficios para Irsa Motor y de igual forma para los mecánicos independientes que formarán parte de esta idea. A continuación, estos beneficios se enumerarán:

Beneficios Cliente:

- Servicio que se ajustará a su tiempo y a su ubicación.
- Servicio personalizado.
- Servicio que le brindará seguimiento y control de su vehículo.
- Ahorro de tiempo.
- Ahorro de dinero.
- Evitará la fatiga de buscar un buen mecánico y repuestos a buenos precios.
- Permitirá ganar tiempo para usarlo en otras actividades de su preferencia.

Beneficios Irsa Motor:

- Rotación rápida de inventario.
- Evitará inventario obsoleto.
- Aumentará las ventas.
- Obtendrá mayor liquidez.
- Crecimiento y desarrollo del negocio.
- Negocio llegará a ser más conocido en el mercado.

Beneficios Mecánico independiente:

- Fuente de ingreso.
- Trabajo flexible.
- Facilidad de encontrar trabajo.
- Pago inmediato.
- No se preocupará por cobrar a los clientes ya que Irsa Motor S.A. se encargará de aquellos trámites.

3.4. MARKETING MIX

3.4.1. Producto

Car Service será un servicio a domicilio que brindará mantenimiento preventivo a más de esto, otorgará al cliente un servicio personalizado y dará seguimiento al cliente mediante mensajes por redes sociales con el objetivo de crear una estrecha relación con el cliente. Dando a conocer tips para el mejor mantenimiento del vehículo, promociones, noticias del sector automotriz.

El servicio se solicitará mediante citas, que el cliente podrá hacer por vía telefónica o por las redes sociales de Irsa Motor.

A más de esto el cliente tendrá recordatorios cuando su vehículo este cerca de su próximo mantenimiento con el objetivo que el cliente no tenga que preocuparse u olvidarse de esta actividad y luego se le presenten problemas mayores con su vehículo.

**NECESITAS DARLE
MANTENIMIENTO A TU
VEHÍCULO
A TU COMODIDAD !**

IRSA MOTOR
Importadores Automotrices

AVENIDA MARISCAL SUCRE Y LA MANÁ
621713 - 5150118 0995072166

Ilustración 23 Publicidad en redes

FUENTE: Arte Car Service

Car Service será un servicio que ofrecerá mantenimiento preventivo, y realizará: ABC de motor, ABC de frenos, cambio de aceite, y el chequeo de la caja de cambios. Y funcionará bajo tres parámetros para fijar precios, los cuales son: kilometraje, modelo y años del vehículo.

Un ABC de motor es el mantenimiento que se realiza en el motor del vehículo periódicamente, que consiste en chequear, limpiar y cambiar todas las partes externas del motor con el fin de prevenir. Las partes que influyen en este mantenimiento son:

Filtro de aire es un dispositivo montado o conectado al carburador para filtrar la suciedad y el polvo contenido en el aire que entra en el motor.

Filtro de combustible o gasolina es un dispositivo colocado en el tanque de gasolina que se encarga de retener las partículas de polvo y otros contaminantes del combustible que pasan por él.

Bujías es el componente del sistema del encendido cuya finalidad es suministrar una chispa en el interior de la cámara de combustión del motor.

Por otro lado, el ABC de frenos es un chequeo preventivo realizado al sistema de freno, con la finalidad de que el frenado de un vehículo sea eficiente, un mal funcionamiento del sistema de frenos, puede ser un gran peligro. En este chequeo se revisan en qué estado se encuentran las pastillas, las zapatas, el líquido de freno. (Jr, 2013)

Pastillas de freno, son esenciales dentro del sistema de frenado del automóvil ya que proporcionan la fricción necesaria a los discos de freno de tal forma que cuando accionamos el pedal, nuestro vehículo se detiene. Por tanto, será necesario para garantizar una frenada óptima y eficaz que las pastillas de freno se encuentren en buen estado. (Rodes, 2013)

Zapatas son aquellas que generan fricción con el objetivo de ayudar a detener al vehículo.

Líquido de freno tiene la función de transmitir la fuerza que ejerce sobre el pedal de freno al resto de los componentes del sistema, para poder detener el vehículo. (Euromaster, 2019)

El cambio de aceite es simplemente el proceso de retirar el aceite usado y el filtro de aceite y de colocar aceite nuevo (y un nuevo filtro) en el auto. Hacer un cambio de aceite habitualmente es una de las medidas más importantes que puede tomar para mantener el funcionamiento de su auto en buenas condiciones. (Total, s.f.)

Finalmente, el chequeo de caja de cambios la cual es aquella que desarrolla las marchas del vehículo por esta razón su importancia de ser revisada por un especialista.

Dejando de lado la parte técnica de Service Car, a continuación, se presentará la forma de cómo se dará a conocer al cliente el servicio de Irsa Motor como el de Service Car mediante la comunicación de redes sociales ya que actualmente es fundamental para cualquier negocio manejar sus redes sociales con el fin de estar siempre conectado con sus clientes.

Por esta razón Irsa Motor S.A. ha pensado en potencializar esta sección con el fin de brindar material sobre sus promociones, liquidaciones de repuestos, recomendaciones, tips, asesoría para el cuidado vehicular, recordatorios para el mantenimiento de sus vehículos, además servirá para dar a conocer su nuevo servicio a domicilio para el mantenimiento vehicular llamado Service Car. Como se puede notar con estas alternativas de comunicación que Irsa Motor tomarán en cuenta, se mantendrá una plena relación y seguimiento con sus clientes dando a conocer así sus productos como sus servicios. A continuación, se presentan los artes que se pretenden utilizar para la publicidad en redes:

¡ATENCIÓN!

¡IRSANOTICIAS

Consejos para el funcionamiento de su vehículo.

IRSA MOTOR
Importadores Automotrices

AV. MARISCAL SUCRE Y LA MANA TELF.
2621713 - 5150118 📞 0995072166

The advertisement is a vertical rectangular graphic. At the top, the word '¡ATENCIÓN!' is written in large, bold, black capital letters. Below it, '¡IRSANOTICIAS' is written in a larger, bold, red font. Underneath that, the text 'Consejos para el funcionamiento de su vehículo.' is centered in a smaller black font. The central part of the graphic features a 3D-rendered mechanic with a mustache, wearing a blue cap and overalls, holding a large silver wrench. He is standing next to a car wheel. The background behind him is a complex, metallic gear mechanism. In the bottom right corner of the graphic, there is a logo for 'IRSA MOTOR' which includes a piston icon and the text 'Importadores Automotrices'. At the very bottom, a red horizontal bar contains the address 'AV. MARISCAL SUCRE Y LA MANA TELF.' and the phone numbers '2621713 - 5150118' followed by a telephone icon and '0995072166'.

Ilustración 24 Publicidad en Redes

FUENTE: Artes Car Service

PARA TU COMODIDAD!

TE OFRECEMOS
SERVICIO A DOMICILIO



IRSA MOTOR
Importadores Automotrices

AV. MARISCAL SUCRE Y LA MANÁ TELF.
2621713 - 5150118 0995072166

Ilustración 25 Publicidad en Redes.

FUENTE: Artes Car Service

**CONSUMO DE ACEITE
DE MOTOR**

Los RINES son de metal trabajan con el pistón sometidos a:

- * Altas temperaturas,
- * Altas presiones y
- * Altas velocidades,

El lubricante ayuda a que la fricción sea menor, si existe un desgaste anormal en el rin el consumo de aceite será elevado debido a que tendrá que lubricar más.



AV. MARISCAL SUCRE Y LA MANÁ
2621713 - 5150118
0995072166

IRSA MOTOR
Importadores Automotrices

Ilustración 26 Publicidad en redes

FUENTE: Artes Car Service



AVENIDA MARISCAL SUCRE Y LA MANÁ
621713 – 5150118  0995072166

Ilustración 27 Publicidad en redes

FUENTE: Artes Car Service

3.4.2 Precio

Referente al precio, Irsa Motor S.A. gracias al estudio realizado y también las estadísticas brindadas por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade) se llega a confirmar que el cliente de repuestos automotrices se deja llevar primero por el precio seguido por la calidad. Es por esta razón la importancia que se debe dar a este factor dentro de este estudio, y por esto se han creado las siguientes estrategias:

- Brindar al cliente los precios más competitivos dentro del mercado, mediante el estudio de precios de los concesionarios que de igual forma ofrecen al cliente mantenimiento para sus vehículos, otro estudio de los precios que manejan los mecánicos por su mano de obra. Y otro estudio de los precios que manejan los almacenes por los repuestos necesarios para realizar un mantenimiento preventivo. El objetivo de este estudio es poder fijar para el cliente un precio óptimo que se ajuste al servicio de calidad que se está brindando.

- Además, para crear fidelización en el cliente se crearán bonos como estrategia del negocio. Será el bono Red que ofrecerá al cliente el 10%, cuando el cliente contrate el servicio de Car Service por segunda vez. Y también existirá el bono Black que se otorgará a clientes quienes recomienden el servicio y generen nuevos clientes. Estos bonos recibirán los clientes vía electrónica las cuales serán: correo electrónico y WhatsApp.



Ilustración 28 Estrategia de fidelización

FUENTE: Artes Car Service



Ilustración 29 Estrategia por recomendación

FUENTE: Artes Car Service

- El servicio brindará todas las facilidades de pago para sus clientes mediante el pago con tarjetas y no únicamente con dinero en efectivo.

3.4.3 Promoción

Para promociones que brindará Irsa Motor S.A., se ha pensado en realizar una liquidación en el inventario que ya no ha salidos en los últimos meses que se dará a conocer por las redes sociales de la empresa o se enviará directamente a los correos de los clientes que forman parte del segmento de los dueños de almacenes de repuestos.



Ilustración 30 Promoción para redes

FUENTE: Artes Car Service

También se crearán kits promocionales de los servicios que brindará Car Service en temporadas estratégicas del negocio, como son épocas de matriculación vehicular, en época de feriados donde los clientes dan mantenimiento a su vehículo para sus viajes. O incluso estos kits podrán ser adquiridos por los clientes de Irsa Motor quienes estén interesados de los kits. A continuación, se presenta el arte para este tipo de promoción:

Arranca bien tu año con un nuevo

KIT DE EMBRAGUE




KIT DE EMBRAGUE	
MODELO	PRECIO
Aveo Family	79.99
Aveo Activo	79.99
Sail	69.99
Spark	69.99
Picanto	69.99
Sportage	99.99
Sentra	59.99

AV. MARISCAL SUCRE Y LA MANÁ
2621713 - 5150118
0995072166



Ilustración 31 Promoción para redes

FUENTE: Artes Car Service

Plan de Acción Plan de Marketing

A continuación, se presenta el Plan de Acción que unificará como se pondrá en marcha el Plan de Marketing dentro del año:

Tabla 8 Plan Acción Marketing

PLAN DE ACCIÓN												
MARKETING PLANNING	2018											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
LÍNEA DE REPUESTOS												
<i>IRSA MOTOR</i>												
*CORREO DIRECTO												
*PUBLICIDAD DIGITAL												
-Facebook												
-Instagram												
-Whatsapp												
SERVICIO												
<i>CAR SERVICE</i>												
*CORREO DIRECTO												
*PUBLICIDAD DIGITAL												
- Facebook												
-Instagram												
-Whatsapp												
* POP MATERIAL												

- Estacionalidades
- Estacionalidades
- Meses normales
- Meses normales

Fuente: Car Service

Es importante considerar que la publicidad se realizará tanto para Irsa Motor como para Car Service, debido a que es fundamental que el cliente asocie este servicio con Irsa Motor ya que esta empresa ya se encuentra posicionada dentro del mercado y ya ha creado en el cliente esa imagen de calidad, confiabilidad, precios competitivos. Se realizará dos tipos de publicidad: publicidad orgánica y publicidad pagada.

Publicidad Orgánica

La publicidad orgánica, es decir la que se enfoca en una comercialización natural y esta publicidad se realizará todos los meses mediante publicaciones en correo directo, WhatsApp, donde se dará a conocer sobre el servicio, promociones, se enviarán los bonos por fidelización o recomendación y se realizarán citas y recordatorios de citas en el caso de ya haber sido cliente de Service Car.

También se usarán las redes sociales como Facebook e Instagram, donde se dará a conocer al cliente más sobre el servicio, productos, promociones, descuentos, tips para el mantenimiento del vehículo, entre otros.

Publicidad Pagada

Para la publicidad pagada, se desarrollará por redes sociales como son: Facebook e Instagram y se ha elegido realizarla en estacionalidades con el sector automotor, es decir fechas donde el servicio de Irsa Motor como el de Car Service será más acogido por los clientes. A continuación, se detallan las estacionalidades:

Tabla 9 Estacionalidades Anuales para el Sector Automotriz

ESTACIONALIDADES
FEBRERO
*Inicio de matriculación vehicular *Feriado Carnaval
MARZO
*Feriado Semana Santa
ABRIL
*Utilidades
JUNIO
*Vacaciones escolares Sierra
JULIO
*Vacaciones escolares Sierra *Décimo cuarto sueldo
NOVIEMBRE
*Feriado Día de los Difuntos
DICIEMBRE
*Navidad *Décimo Tercer Sueldo

FUENTE: Irsa Motor.

3.4.4 Plaza

Irsa Motor S.A. se encuentra ubicado en Avenida Mariscal Sucre y Maná en el cantón Quito en la provincia de Pichincha exactamente en el sur de Quito en una calle muy transitada, donde existe una variedad de negocios.

Es importante considera que el canal de distribución del negocio es directo sin la necesidad de intermediarios. Y por esta razón es importante, establecer como una estrategia, el brindar un plus en la imagen del local al que ya se posee en la actualidad, mediante un mejoramiento en la decoración, y ambientación del local.

Y por otro lado también está Service Car, un servicio a domicilio complementario que brindará Irsa Motor por esta razón este servicio se ejecutará en los diferentes lugares en los que los clientes contraten el servicio ya sea en sus hogares, parqueaderos de sus oficinas, entre otros.

3.4.5 Personas

Al hablar sobre el tema del personal de Irsa Motor, se podrá brindar capacitación externa referente a una buena atención al cliente con el objetivo de que los vendedores sepan cómo cumplir las expectativas del cliente, y con este tema incluso se puede obtener que el cliente prefiera a Irsa Motor por su calidad en el servicio.

De igual forma se podría apoyar al personal que perfeccionen sus conocimientos dentro del mundo automotriz especialmente en la parte del motor del vehículo, con el fin de que cuando llegue el cliente en la búsqueda de un repuesto sepan brindar una asesoría de calidad, donde incluso en el momento en que el almacén no disponga de un determinado repuesto o pieza busquen alternativas para el cliente. Pensando siempre en cumplir al ciento por ciento con el mismo. Por esta razón a continuación se detallará el perfil de los vendedores para Irsa Motor.

Perfil de vendedores Irsa Motor:

Actitudes:

- Entusiasmo: Con el objetivo de mostrar al cliente la pasión y emoción que el vendedor manifiesta frente a su trabajo. Y hacer que el cliente se sienta a gusto con el servicio.
- Paciencia: Capacidad de mostrar tolerancia frente a cualquier situación que se presente con el cliente.
- Compromiso: Persona empoderada con la empresa al cien por ciento, que posee la capacidad de cumplir los objetivos y metas establecidas, trabajando siempre en beneficio de la empresa.

- **Dinamismo:** Ser una persona activa para desenvolverse frente a cualquier actividad que se presente en el giro del negocio.
- **Responsabilidad:** Capacidad que tiene una persona para cumplir todas sus tareas a las que ha sido encomendado.
- **Honradez:** Una persona que actúa de forma íntegra dentro de todas las actividades que realiza.

Habilidades

Habilidades personales:

- **Saber escuchar:** Capacidad para brindar toda la atención que requiere un cliente.
- **Ser auto disciplinado:** Capacidad de realizar una actividad por sí mismo sin la necesidad de tener una autoridad.
- **Tener empatía:** Capacidad de sentirse en los zapatos de los demás, con el objetivo que brinde una buena atención al cliente.
- **Poseer facilidad de la palabra:** Capacidad de tener un buen don de la palabra.

Habilidades para las ventas:

- **Habilidad para dar asesoría al cliente**
- **Habilidad de dar alternativas en la compra.**
- **Habilidad para captar clientes.**
- **Habilidad para brindar servicios postventa.**
- **Habilidad de cobrar.**

Conocimientos:

- **Conocimientos de la empresa:** Tener conocimientos del giro del negocio, políticas de ventas, normas que maneja la empresa.
- **Conocimientos técnicos de mecánica.**

- Conocimiento técnico de repuestos: Conocimiento de marcas, características, aplicaciones, usos, medidas, beneficios, etc.
- Conocimiento del mercado: Conocer acerca de clientes vigentes, clientes potenciales, principales competidores, los precios que manejan, ofertas, descuentos.

Para Car Service como se explicó con anticipación su personal serán mecánicos independientes que tendrán el siguiente perfil para que vaya acorde a la propuesta de valor del negocio:

Perfil Mecánico:

- Identificación y análisis de problemas que se presentan en los diferentes campos de acción del área automotriz.
- Manipulación del sistema de encendido convencional y electrónico determinando sus fallas y sustitución de las piezas afectadas.
- Solución de las fallas que se presentan en los motores diésel y gasolina.
- Actuar coherente y rápidamente ante una situación de riesgo anteponiendo la seguridad de su entorno humano y físico. (Gutierrez, 2018)

3.4.6 Procesos

De acuerdo al tema de procesos se debe establecer cuáles son los principales procesos con el fin de que se comience perfeccionándolos o en algunos casos incluso mejorándolos. Por ejemplo, en los procesos de entrega de pedidos fuera del local, compra de repuestos, en estos casos se deben fijar responsables, tiempos, con el objetivo de segmentar el trabajo y así no dejar que el trabajo no este únicamente concentrado en el jefe de la empresa. Y también ayudaría para corregir tiempos muertos que se han ido generando con el pasar de los años que tiene la empresa.

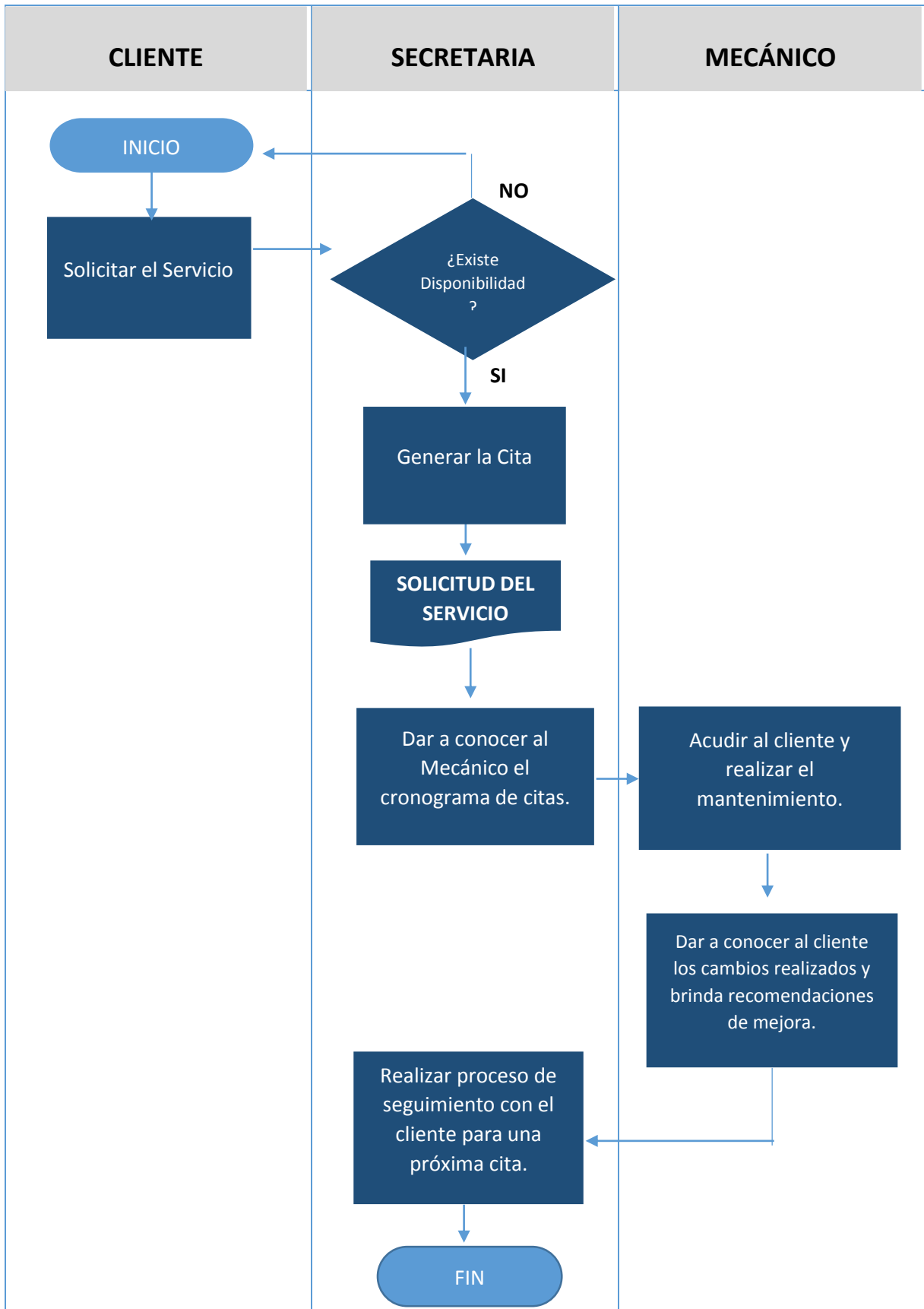











Ilustración 32 Flujograma Car Service

FUENTE: Car Service

Tabla 10 Modelo Canvas Car Service.

<p>SOCIOS CLAVES </p> <ul style="list-style-type: none"> -Irsa Motor -Mecánicos -Proveedores de repuestos - Facebook -Proveedor de publicidad 	<p>ACTIVIDADES CLAVES </p> <ul style="list-style-type: none"> - Brindar mantenimiento del vehículo a domicilio. -Dar seguimiento al cliente. - Crear publicidad en redes para darse a conocer con el cliente. 	<p>PROPUESTA DE VALOR </p> <ul style="list-style-type: none"> - Brindar un servicio garantizado de excelente calidad, basado en la confianza y un precio competitivo. 	<p>RELACIÓN CON EL CLIENTE </p> <ul style="list-style-type: none"> -Relación cliente-empresa. -Visitas personalizadas a empresas para dar a conocer el servicio. 	<p>SEGMENTO DE CLIENTES </p> <ul style="list-style-type: none"> -Profesionales. -Poseen vehículo. -Poseen poca disponibilidad.
<p>RECURSOS </p> <ul style="list-style-type: none"> -Mano de obra calificada. -Herramientas de última gama. -Insumos de buena calidad. -Adecuada gestión de seguimiento al cliente. - Especialista en publicidad y redes sociales. 		<p>CANALES </p> <ul style="list-style-type: none"> -Boca a boca. -Redes Sociales. -Medio Empresarial. 		
<p>ESTRATEGIAS DE COSTOS </p> <ul style="list-style-type: none"> -Volumen -Economía de escala en la compra de insumos - Economía de escala en el servicio del mecánico 			<p>FUENTES DE INGRESOS </p> <ul style="list-style-type: none"> -Servicio Brindado por Car Service -Ventas realizadas por Irsa Motor 	

Elaboración: Autor

4. CAPÍTULO 4: EVALUACIÓN FINANCIERA

Dentro de este capítulo se abordará el panorama financiero de la empresa Irsa Motor S.A. También se detallará en cifras la propuesta planteada denominada Car Service con el objetivo de medir su factibilidad dentro del mercado.

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para establecer cifras para Car Service se fijó un modelo de negocio basado en los modelos más vendidos en Pichincha los cuales han sido establecido por la AEADE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador) de los cuales han sido elegidos los modelos: Aveo Family, Picanto R y Sportage R. Con el objetivo de tener tres modelos que representen los tipos de vehículos como son: SUV, automóviles medianos y pequeños dentro del mercado.

Tabla 11 Principales modelos vendidos en Pichincha

Principales modelos vendidos en Pichincha En unidades, 2016-2017			
Modelo	Marca	2016	2017
AVEO FAMILY 1.5L STD	CHEVROLET	1485	2623
NUEVO SAIL	CHEVROLET	-	2330
PICANTO R 1.2	KIA	278	1451
Sportage R 2.0L GSL MT AC	KIA	353	1265
GRAND VITARA SZ 2.0L 5P TM 4X2-C	CHEVROLET	205	1120

FUENTE: (AEADE, 2017)

Para establecer el precio para Car Service se ha realizado una investigación dividida en tres partes las cuales son: los precios que manejan los almacenes de repuestos, los precios que manejan los concesionarios (KIA, Automotores Continental) por realizar un mantenimiento preventivo para los modelos establecidos como lo son Picanto R, Sportage R y Aveo Family. Y la última investigación que se realizó fue con los mecánicos independientes para conocer los precios que ellos manejan por realizar un mantenimiento preventivo para los modelos establecidos y que servicios incluye su mantenimiento. Es importante considerar que cualquier tipo de mantenimiento que se realice estará establecido por el kilometraje del modelo. A continuación, se detallará la investigación realizada:

4.1.1 Investigación Mecánicos independientes

Tabla 12 Investigación del precio de la mano de obra de mecánico

Mantenimiento Preventivo	SERVICIO MECÁNICOS	INCLUYE
ABC MOTOR		
<i>ABC Motor Picanto R</i>	\$ 20	Limpieza del sistema de admisión Control del sistema de encendido Revisión superficial de niveles Limpiar IAC (sensor) Cuerpo de aceleración Cambiar de bujias
<i>ABC Motor AveoFamily</i>	\$ 20	Cambiar de filtros Revisión de inyectores Control del tiempo Control de las bobinas Control de arranque
<i>ABC Motor SportageR</i>	\$ 25	Cambiar aceite de motor Cambiar líquido de frenos Cambiar aceite de la dirección Cambiar refrigerante
ABC Frenos		
<i>ABC FrenosAveoFamily</i>	\$ 20	Revisión de pastillas Revisión de mordazas
<i>ABC Frenos Picanto R</i>	\$ 15	Revisión y regulación de zapatas
<i>ABC Frenos SportageR</i>	\$ 20	Regulación freno de mano
Chequeo Caja de Cambios		
<i>Aveo Family</i>	\$ 10	Revisión caja de cambio.
<i>Picanto R</i>	\$ 10	
<i>Sportage R</i>	\$ 10	

FUENTE: Car Service

Dentro de la tabla se estableció el precio de la mano de obra de un mecánico independiente y también se fijaron los servicios que incluye dentro de su trabajo al realizar un ABC de Motor, ABC de frenos, y un chequeo de la caja de cambios.

4.1.2 Investigación almacén de repuestos

A continuación, se presenta la tabla del precio de los repuestos necesarios para realizar un ABC de motor, como un ABC de frenos para los 3 modelos de autos establecidos. No se fijaron los insumos para el chequeo de la caja de cambios debido a que este servicio necesita únicamente la mano de obra del mecánico. Al final de la tabla se fijó un precio total de los insumos necesarios para cada servicio.

Tabla 13 Insumos ABC de motor

	BUJIAS	FILTRO DE AIRE	FILTRO DE GASOLINA	FILTRO DE ACEITE	ACEITE DE MOTOR
PICANTO R 1000 CC	\$ 15,00	\$ 9,00	\$ 8,00	\$ 3,00	\$ 17,00
AVEO FAMILY 1600 CC	\$ 20,00	\$ 12,00	\$ 11,00	\$ 4,00	\$ 18,00
SPORTAGE R 2000 CC	\$ 120,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 10,00	\$ 25,00

	LÍQUIDO DE FRENO	ACEITE DE LA DIRECCIÓN	REFRIGERANTE	SPRAY DE LIMPIEZA DE PARTES	TOTAL
PICANTO R 1000 CC	\$ 5,00	\$ 12,00	\$ 6,00	\$ 5,00	\$ 80,00
AVEO FAMILY 1600 CC	\$ 5,00	\$ 12,00	\$ 6,00	\$ 5,00	\$ 93,00
SPORTAGE R 2000 CC	\$ 5,00	\$ 12,00	\$ 6,00	\$ 5,00	\$ 213,00

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor

Tabla 14 Insumos ABC de frenos

	PASTILLAS	TOTAL
PICANTO R 1000 CC	\$ 12,00	\$ 12,00
AVEO FAMILY 1600 CC	\$ 15,00	\$ 15,00
SPORTAGE R 2000 CC	\$ 24,00	\$ 24,00

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor

4.1.3 Investigación Concesionarios

Como se mencionó anteriormente se seleccionaron dos concesionarios los cuales son: Kia y Automotores Continental. En ambos concesionarios se investigó tanto los precios que manejan y también los servicios que incluye cada mantenimiento preventivo según su kilometraje. A continuación, el detalle de la investigación:

Tabla 15 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental)

	REVISIÓN 10-30-70-100-130 (km. X 1,000)	INCLUYE
PICANTO R	\$ 148,00	Cambio de aceite Cambio filtro motor Limpiar, revisar y regular frenos Reajustar suspensión Lavado de cortesía Repuestos
AVEO FAMILY	\$ 153,00	Cambio filtro de combustible Cambio de bujías de encendido Cambio filtro de aire Limpiar, revisar, regular frenos. Alinear ruedas Repuestos
SPORTAGER R	\$ 287,00	Cambio de aceite Filtro aceite de motor Limpiar, revisar, regular frenos. Reajustar suspensión Lavado de cortesía Repuestos

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor

Tabla 16 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental)

	REVISIÓN 20-40-60-80-120-140 (km. X 1,000)	INCLUYE
PICANTO R	\$ 148,00	Cambio de aceite Cambio de filtro motor Cambio de bandas Admisión Balanceo Reajustar Suspensión Refrigerante Lavado de cortesía Repuestos correspondientes
AVEO FAMILY	\$ 153,00	Limpieza sistema de inyección Filtro aceite motor Cambio de aceite Filtro de aire Bujía de encendido Limpiar inyectores Limpiar, revisar, regular frenos. Repuestos correspondientes
SPORTAGER	\$ 287,00	Cambio de aceite Cambio de filtro de aire Cambio filtro ventilación Limpiar, revisar, regular frenos Lavado de cortesía Repuestos correspondientes

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

Tabla 17 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental)

	REVISIÓN 50-150 (km.x1000)	INCLUYE
PICANTO R	\$ 297,00	Cambio de aceite Cambio filtro motor Reajuste suspensión Limpiar, revisar y regular frenos Limpieza sistema de inyección Refrigerante Cambio Bujías Limpiar cuerpo aceleración Alineación Balanceo Limpieza de inyectores Lavado de cortesía Repuestos correspondientes
AVEO FAMILY	\$ 302,00	Alinear ruedas Balancear ruedas Filtro aceite de motor Aceite SAE 10W30 (Lt) Cambiar líquido de frenos Cambio de aceite Filtro de aire Termostato Refrigerante Líquido de frenos Limpiar, revisar, regular frenos. Repuestos correspondientes
SPORTAGER	\$ 468,00	Cambio de aceite Cambio filtro motor Cambio filtro de aire Refrigerante Cambio bujías Cambiar líquido dirección hidráulica Limpiar inyectores de combustible Limpiar, revisar y regular frenos Lavado de cortesía Repuestos correspondientes

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

Tabla 18 Investigación precios servicio concesionarios.(Kia y Automotores Continental)

	REVISIÓN 100 (Km. X 1,000)	INCLUYE
PICANTO R	\$ 385,00	Cambio de aceite Cambio de filtro motor Control caja de cambios Refrigerante Reajustar suspensión Limpiar, revisar y regular frenos Limpiar sistema de inyección Control de neumáticos Revisión luces Sistema de carga Sistema AC Lavado de cortesía Repuestos correspondientes
AVEO FAMILY	\$ 389,00	Limpieza sistema de inyección Filtro aceite de motor Aceite SAE 10W30 (lt) Cambio de aceite Filtro de aceite Kit banda distribución y templador Termostato Refrigerante DEX COOL (50/(50) (Lt) Bujías de encendido Líquidos de freno Limpiar inyectores de combustible Limpiador partes de frenos Limpiar cuerpo aceleración IAC / MAF Repuestos correspondientes
SPORTAGE R	\$ 583,00	Cambio de aceite Cambio de filtro motor Cambio filtro de aire Cambiar líquido dirección hidráulica Cambiar filtro de ventilación Limpiar cuerpo aceleración Limpiar, revisar y regular frenos Limpiar sistema de inyección Sistema de transmisión Sistema de embrague Sistema de combustible Eficiencia de freno de mano Estabilidad en rectas Revisión luces Lavado de cortesía Repuestos correspondientes

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

Al finalizar esta investigación y al poder conocer precios y los servicios que incluye cada concesionario. Se pudo establecer que el servicio que más se parece y puede competir con Car Service, es el tercer modelo de revisión con un kilometraje de 50-150 (km*1000) que maneja los siguientes precios: para un Picanto R \$297, Aveo Family \$302, Sportage R \$468.

4.2. COSTO CAR SERVICE

Para poder fijar el costo que manejará Car Service se utilizó tanto la investigación realizada a un mecánico independiente como la investigación de precios de los repuestos necesarios. Con la finalidad de tener ya una idea en cifras del negocio, por esta razón los costos fijados serán los siguientes: costo total servicio para Picanto R \$142, para Aveo Family \$ 153, y para un Sportage R será \$292.

Tabla 19 Costo total del servicio para cada modelo

Mantenimiento Preventivo	SERVICIO MECÁNICOS	INSUMOS	COSTO TOTAL
ABC MOTOR			
ABC Motor Picanto R	\$ 20	\$ 80	\$ 100
ABC Motor AveoFamily	\$ 20	\$ 93	\$ 113
ABC Motor SportageR	\$ 25	\$ 213	\$ 238
ABC Frenos			
ABC FrenosAveoFamily	\$ 20	\$ 12	\$ 32
ABC Frenos Picanto R	\$ 15	\$ 15	\$ 30
ABC Frenos SportageR	\$ 20	\$ 24	\$ 44
Chequeo Caja de Cambios			
Aveo Family	\$ 10		\$ 10
Picanto R	\$ 10		\$ 10
Sportage R	\$ 10		\$ 10

COSTO SERVICIO PICANTO R	\$ 142
COSTO SERVICIO AVEO FAMILY	\$ 153
COSTO SERVICIO SPORTAGE R	\$ 292

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

4.3. PRECIO CAR SERVICE

Con este punto de partida se utilizó el costo antes ya establecido más el precio de la competencia (concesionario) para poder fijar el precio de Car Service, con el fin de centrarse en un valor óptimo frente a la competencia, para así poder establecer un precio no tan alto como los que manejan los concesionarios, ni tan bajo ya que el cliente pensaría que es un negocio malo. A continuación, se presenta este cálculo.

Además, se pudo calcular el porcentaje de descuentos que se otorgarán a los clientes por recomendarnos con nuevos clientes un 15%, y también por fidelización un 10% de descuento en su segundo servicio.

Tabla 20 Cálculo Precio Car Service

Mantenimiento Preventivo	COSTO Servicio Mecánico	PRECIO DE MERCADO Servicio Concesionario	85% Servicio IRSA	Margen IRSA	Margen IRSA %	DESCUENTOS	
						10% Fidelización	15% Recomendación
<i>Picanto R</i>	\$ 142,00	\$ 297,00	\$ 252,45	\$ 110,45	44%	\$ 11,05	\$ 16,57
<i>AveoFamily</i>	\$ 153,00	\$ 302,00	\$ 256,70	\$ 103,70	40%	\$ 10,37	\$ 15,56
<i>SportageR</i>	\$ 292,00	\$ 468,00	\$ 397,80	\$ 105,80	27%	\$ 10,58	\$ 15,87

Mantenimiento Preventivo	Servicio IRSA	TIPO DE VENTA			MIX DESCUENTO			Precio Neto
		Sin Descuento	Fidelización	Recomendación	Sin Descuento	Fidelización	Recomendación	
		100%	90,00%	85,00%	40%	25%	35%	100%
<i>Picanto R</i>	\$ 252,45	\$ 252,45	\$ 227,21	\$ 214,58	\$ 100,98	\$ 56,80	\$ 75,10	\$ 232,89
<i>AveoFamily</i>	\$ 256,70	\$ 256,70	\$ 231,03	\$ 218,20	\$ 102,68	\$ 57,76	\$ 76,37	\$ 236,81
<i>SportageR</i>	\$ 397,80	\$ 397,80	\$ 358,02	\$ 338,13	\$ 159,12	\$ 89,51	\$ 118,35	\$ 366,97

Mantenimiento Preventivo	Servicio IRSA MOTOR	Servicio Concesionario
<i>Picanto R</i>	\$ 252	\$ 297,00
<i>AveoFamily</i>	\$ 257	\$ 302,00
<i>SportageR</i>	\$ 398	\$ 468,00

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

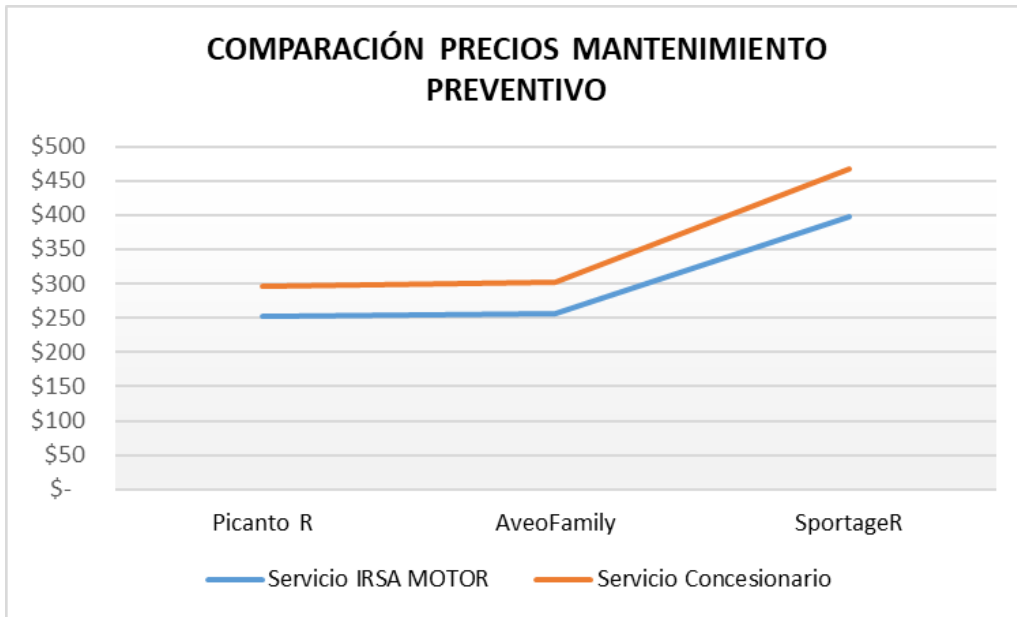


Ilustración 33 Gráfica comparación precios Servicio Car con Concesionarios

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

En la anterior gráfica se puede apreciar claramente la diferencia de precios que va a manejar Car Service con el objetivo de ser más competitivo dentro del mercado.

4.4. ESCENARIOS FINANCIEROS

Dentro de este estudio se plantearon tres escenarios para conocer la funcionalidad de este proyecto. Se fijaron ventas mensuales para cada escenario, comenzando por un escenario en condiciones normales con 16 servicios mensuales, de los cuales 4 pertenecen al Picanto R, 8 al Aveo Family y 4 para el Sportage R. Para establecer el número de servicios que le correspondería a cada modelo se utilizó el mix de ventas que se calculó según la participación porcentual de cada modelo en el mercado automotriz de Quito.

Tabla 21 Mix de Venta de los principales modelos vendidos en Pichincha.

CÁLCULO MIX DE VENTA		
AVEO FAMILY	2623	49,13%
PICANTO R	1451	27,18%
SPORTAGE R	1265	23,69%
TOTAL	5339	

FUENTE: (AEADE, 2017)

Tabla 22 Escenario Normal para los servicios mensuales.

ESCENARIO NORMAL

PICANTO R	4
AVEO FAMILY	8
SPORTAGE R	4
TOTAL	16

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

Para el escenario Pesimista se establecieron 8 servicios mensuales, de los cuales 2 pertenecen al Picanto R, 4 al Aveo Family y 2 servicios del Sportage R.

Tabla 23 Escenario Normal para los servicios mensuales.

ESCENARIO PESIMISTA

PICANTO R	2
AVEO FAMILY	4
SPORTAGE R	2
TOTAL	8

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

Para el escenario óptimo se establecieron 25 servicios mensuales, de los cuales 7 pertenecen al Picanto R, 12 al Aveo Family y 6 servicios del Sportage R.

Tabla 24 Escenario óptimo para los servicios mensuales.

ESCENARIO ÓPTIMO

PICANTO R	7
AVEO FAMILY	12
SPORTAGE R	6
TOTAL	25

FUENTE: Investigación de Mercado Irsa Motor.

4.4.1. Escenarios Modelo Picanto R

Para este tipo de modelo considerando que será el servicio con el menor precio se llegarán a obtener un buen margen mensual como anual como se observa en la siguiente tabla se obtiene en el escenario normal un ingreso de \$480 (\$5763 anual), en el escenario pesimista \$240 (\$ 2882 anual), y en el escenario óptimo al cual se desea llegar todos los meses \$750 (\$9005 anual).

Tabla 25 Escenarios Modelo Picanto R

	<i>Normal</i>	<i>Pesimista</i>	<i>Óptimo</i>
Servicios mensuales	16	8	25
PICANTO R	4	2	7
Precio servicio	\$ 252	\$ 252	\$ 252
Costo de Venta	\$ 142	\$ 142	\$ 142
Margen %	80%	80%	80%
Margen \$	\$ 110	\$ 110	\$ 110
Margen mensual	\$ 480	\$ 240	\$ 750
Margen anual	\$ 5.763	\$ 2.882	\$ 9.005

FUNTE: Car Service.

4.4.2. Escenarios Modelo Aveo Family

Para este tipo de modelo considerando que será el escenario con más servicios en el mes llegarán a obtener un buen margen mensual como anual a comparación del modelo Picanto R y Sportage R por su alta participación y acogida en el mercado de pichincha. Y como se observa en la siguiente tabla se obtiene en el escenario normal un ingreso de \$815 (\$9782 anual), en el escenario pesimista \$408 (\$ 4891 anual), y en el escenario optimista con \$1274 (\$15284 anual).

Tabla 26 Escenarios Modelo Aveo Family

AVEO FAMILY	8	4	12
Precio servicio	\$ 257	\$ 257	\$ 257
Costo de Venta	\$ 153	\$ 153	\$ 153
Margen %	60%	60%	60%
Margen \$	\$ 104	\$ 104	\$ 104
Margen mensual	\$ 815	\$ 408	\$ 1.274
Margen anual	\$ 9.782	\$ 4.891	\$ 15.284

FUNTE: Car Service.

4.4.3. Escenarios Modelo Sportage R

Para este tipo de modelo considerando que será el servicio con el mayor precio sin duda llegarán a obtener un buen margen mensual como anual como se observa en la siguiente tabla se obtiene en el escenario normal un ingreso de \$401 (\$4813 anual), en el escenario pesimista \$201 (\$ 2407 anual), y en el escenario óptimo al cual se desea llegar todos los meses \$627 (\$7520 anual).

Tabla 27 Escenarios Modelo Aveo Family

SPORTAGE R	4	2	6
Precio servicio	\$ 398	\$ 398	\$ 398
Costo de Venta	\$ 292	\$ 292	\$ 292
Margen %	100%	100%	100%
Margen \$	\$ 106	\$ 106	\$ 106
Margen mensual	\$ 401	\$ 201	\$ 627
Margen anual	\$ 4.813	\$ 2.407	\$ 7.520

FUNTE: Car Service.

Unificando todos los servicios brindados llegamos a obtener ingresos mensuales para Car Service en un escenario normal de \$ 1697 (\$20.358 anual), en un plano pesimista ingresos de \$ 848 (10.179 anual) y en un escenario óptimo ingresos de \$ 2651 (\$31.810 anual)

Tabla 28 Ingresos unificados por escenarios.

<i>Ingresos</i>	<i>Normal</i>	<i>Pesimista</i>	<i>Óptimo</i>
Mensuales	\$ 1.697	\$ 848	\$ 2.651
Anuales	\$ 20.358	\$ 10.179	\$ 31.810

FUNTE: Car Service.

4.5. ESTADOS FINANCIEROS

4.5.1. Presupuesto de Ventas

Tabla 29 Presupuesto de Ventas proyectado (2019-2023)

PRESUPUESTO VENTAS					
Inflación	20%				
	2018	2019	2020	2021	2022
No. Servicios por mes	4	10	14	16	20
Crecimiento esperado (%)		250%	140%	114%	125%
Precio Promedio por Servicio	\$ 289	\$ 293	\$ 298	\$ 302	\$ 307
Picanto R	\$ 252	\$ 256	\$ 260	\$ 264	\$ 268
Aveo Family	\$ 257	\$ 261	\$ 264	\$ 268	\$ 272
Sportage R	\$ 398	\$ 404	\$ 410	\$ 416	\$ 422
Costo Promedio por Servicio	\$ 183	\$ 186	\$ 188	\$ 191	\$ 194
Picanto R	\$ 142	\$ 144	\$ 146	\$ 148	\$ 151
Aveo Family	\$ 153	\$ 155	\$ 158	\$ 160	\$ 162
Sportage R	\$ 292	\$ 296	\$ 301	\$ 305	\$ 310
Margen Promedio por Servicio USD	\$ 106	\$ 108	\$ 109	\$ 111	\$ 113
Margen Promedio por Servicio (%)	● 37%	● 37%	● 37%	● 37%	● 37%
Mix Venta					
	2018	2019	2020	2021	2022
	100%	100%	100%	100%	100%
	27,2%	27,2%	27,2%	27,2%	27,2%
	49,1%	49,1%	49,1%	49,1%	49,1%
	23,7%	23,7%	23,7%	23,7%	23,7%
	100%	100%	100%	100%	100%
	27,2%	27,2%	27,2%	27,2%	27,2%
	49,1%	49,1%	49,1%	49,1%	49,1%
	23,7%	23,7%	23,7%	23,7%	23,7%

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

El siguiente presupuesto de ventas se proyectó a cuatro años, tomando en cuenta una inflación del 20% anual que repercutirá en el precio como en el costo del servicio.

También se presenta un crecimiento esperado según lo deseado por sus accionistas que va desde un 250% debido a la inversión que se le piensa dar para el segundo año a Car Service. Obteniendo así un Margen Promedio que gracias a los indicadores presentados mediante una semaforización se puede notar el desarrollo de los beneficios que irá obtenido la empresa. Ya que iniciamos con un color amarillo es decir un margen neutro, luego un margen rojo para su segundo año hasta llegar a un margen verde que muestra un panorama óptimo ya para el 2022 para Car Service.

4.5.2. Estado de Resultados Integral

Tabla 30 Estado de Resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS						
	2018	2019	2020	2021	2022	
VOLUMEN ANUAL	48	120	168	192	240	
VENTA	\$ 13.871	\$ 35.197	\$ 50.015	\$ 58.018	\$ 73.610	100%
COSTO DE VENTA	\$ 8.781	\$ 22.283	\$ 31.664	\$ 36.730	\$ 46.601	63%
MARGEN BRUTO	\$ 5.090	\$ 12.915	\$ 18.352	\$ 21.288	\$ 27.009	37%
GASTOS VENTA						
Sueldo Ventas	\$ -	\$ -	\$ 4.800	\$ 4.872	\$ 4.945	
Comisión por Venta	\$ 555	\$ 1.408	\$ 2.001	\$ 2.321	\$ 2.944	
Gasolina Vehículo	\$ 434	\$ 516	\$ 620	\$ 723	\$ 826	
Mantenimiento Vehículo	\$ 292	\$ 296	\$ 301	\$ 305	\$ 310	
Publicidad en redes	\$ 1.200	\$ 1.700	\$ 2.200	\$ 2.700	\$ 3.200	
Total Gasto Venta	\$ 2.480	\$ 3.921	\$ 9.921	\$ 10.921	\$ 12.225	18%
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Gastos IRSA Motors	\$ 480	\$ 1.218	\$ 1.705	\$ 1.978	\$ 2.473	
Total Gasto Administrativo	\$ 480	\$ 1.218	\$ 1.705	\$ 1.978	\$ 2.473	3%
GASTOS FINANCIEROS						
Interés Bancario	366	237	367	524	296	
Total Gasto Financiero	\$ 366	\$ 237	\$ 367	\$ 524	\$ 296	3%
UTILIDAD O PÉRDIDA	\$ 1.763	\$ 7.539	\$ 6.359	\$ 7.865	\$ 12.015	13%
	13%	21%	13%	14%	16%	
Drivers Presupuesto Gastos						
Crecimiento en Ventas		33%	50%	18%	20%	
Inflación Anual	1%	2%	2%	2%	2%	
Comisiones/ Ventas	4%	4%	4%	4%	4%	
Kilometros recorridos por mes	420	500	600	700	800	
Kilometros por Tanque Gasolina	523					
Precio Gasolina	\$ 45,00					
Precio por Km recorrido	\$ 0,09					
Vendedores	0	0	1	1	2	
Sueldo a Pagar	\$ -	\$ -	\$ 400,00	\$ 406	\$ 412	
Fee Administrativo	\$ 10,00	\$ 10,15	\$ 10,15	\$ 10,30	\$ 10,30	
Publicidad	300					

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Gastos Ventas

Para establecer los gastos de ventas se tomaron los gastos que influirán directamente en el giro del negocio por tal razón se tomó en cuenta el sueldo de la persona que se encargará de dar a conocer del negocio con los mismos clientes Irsa Motor S.A. o si realiza alguna alianza estratégica con alguna empresa que pueda ofrecer Car Service como un beneficio a sus trabajadores y que puedan realizar este servicio en el parqueadero de la empresa para mayor comodidad del trabajador. Esta persona inicialmente será un empleado de Irsa Motor por tal razón los dos primeros años no tendrá un sueldo ya que estarán dentro de las actividades que realizará para la empresa y según el desarrollo de Car Service se verá una persona con un sueldo inicial de \$400, que se dedique únicamente para realizar esta labor. También esta persona tendrá una comisión por venta que será el 4% por cada venta realizada.

En otros gastos de ventas también está el gasto de gasolina para la movilización del giro del negocio, el gasto para el mantenimiento del vehículo que se utilizará para Car Service.

Y finalmente tenemos el gasto por publicidad con un total de \$ 1200, el cual se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla 31 Marketing Planning 2018

MARKETING PLANNING													
MARKETING PLANNING	2018												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
LÍNEA DE REPUESTOS													
<i>IRSA MOTOR</i>													
*CORREO DIRECTO													
*PUBLICIDAD DIGITAL													
-Facebook	\$ 40,00	\$ 50,00	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 30,00		\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 20,00	
-Instagram			\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 20,00		\$ 30,00		\$ 20,00	\$ 20,00	
-Whatsapp													
SERVICIO													
<i>CAR SERVICE</i>													
*CORREO DIRECTO													
*PUBLICIDAD DIGITAL													
- Facebook	\$ 40,00	\$ 50,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 30,00		\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 40,00	
-Instagram	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 20,00		\$ 30,00		\$ 20,00	\$ 20,00	
-Whatsapp													
* POP MATERIAL	\$ 50,00												
TOTAL	\$ 160,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00

- Estacionalidades
- Estacionalidades
- Meses normales
- Meses normales

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Este cuadro nos permite conocer a detalle la inversión en publicidad que se realizará y como se distribuirá por cada mes del año hasta llegar a las \$1200 del presupuesto.

Gastos Administrativos

Los siguientes gastos serán los que se adquirirán o compartirán de los gastos de Irsa Motor S.A. al ser Car Service un servicio anexo a la empresa. Este valor se calculará a partir de un fee administrativo fijado en \$10 por el volumen de ventas.

Gastos Financieros

Para implementar Car Service se realizará una inversión inicial de 2369 USD que pertenecen a fondos propios y una deuda inicial de 3000 USD a 3 años con una tasa de interés anual del 14%. Esta inversión inicial permitirá que el negocio tenga un capital inicial que será el motor para desarrollar plenamente las actividades planteadas y también para adquirir un activo fijo, el cuál será un vehículo que será de ayuda para desarrollar la idea del negocio. Luego en el año 2020 se realizará nuevamente un préstamo que de igual forma ayudará en el crecimiento de Car Service.

Tabla 32 Financiamiento del proyecto

Inversión inicial del ECF	2.369
Más deuda inicial	3.000
Igual a inversión inicial del FCF	5.369

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Préstamo Inicial

Este préstamo se realizará en el año 2018, con un banco local y servirá de capital inicial para implementar Car Service. A continuación, se detalla la tabla de amortización:

Tabla 33 Condiciones del préstamo

% INTERES ANUAL:	14%
% INTERES MENSUAL:	1,17%
MONTO PRESTAMO:	3000
NO. CUOTAS	36
Fecha Primer Mes de Descuento *	30/11/2018
	dd/mm/aa

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Tabla 34 Tabla de Amortización Primer Préstamo en el Año 2018.

CUOTA Nro	MES DE DESCUENTO	CAPITAL	ABONO CAPITAL	INTERESES	VALOR CUOTA MENSUAL	SALDO CAPITAL
1	noviembre-18	3.000,00	67,53	35,00	102,53	2.932,47
2	diciembre-18	2.932,47	68,32	34,21	102,53	2.864,15
3	enero-19	2.864,15	69,12	33,42	102,53	2.795,03
4	febrero-19	2.795,03	69,92	32,61	102,53	2.725,10
5	marzo-19	2.725,10	70,74	31,79	102,53	2.654,36
6	abril-19	2.654,36	71,57	30,97	102,53	2.582,80
7	mayo-19	2.582,80	72,40	30,13	102,53	2.510,40
8	junio-19	2.510,40	73,24	29,29	102,53	2.437,15
9	julio-19	2.437,15	74,10	28,43	102,53	2.363,05
10	agosto-19	2.363,05	74,96	27,57	102,53	2.288,09
11	septiembre-19	2.288,09	75,84	26,69	102,53	2.212,25
12	octubre-19	2.212,25	76,72	25,81	102,53	2.135,53
13	noviembre-19	2.135,53	77,62	24,91	102,53	2.057,91
14	diciembre-19	2.057,91	78,52	24,01	102,53	1.979,39
15	enero-20	1.979,39	79,44	23,09	102,53	1.899,95
16	febrero-20	1.899,95	80,37	22,17	102,53	1.819,58
17	marzo-20	1.819,58	81,30	21,23	102,53	1.738,27
18	abril-20	1.738,27	82,25	20,28	102,53	1.656,02
19	mayo-20	1.656,02	83,21	19,32	102,53	1.572,81
20	junio-20	1.572,81	84,18	18,35	102,53	1.488,63
21	julio-20	1.488,63	85,17	17,37	102,53	1.403,46
22	agosto-20	1.403,46	86,16	16,37	102,53	1.317,30
23	septiembre-20	1.317,30	87,16	15,37	102,53	1.230,14
24	octubre-20	1.230,14	88,18	14,35	102,53	1.141,96
25	noviembre-20	1.141,96	89,21	13,32	102,53	1.052,75
26	diciembre-20	1.052,75	90,25	12,28	102,53	962,49
27	enero-21	962,49	91,30	11,23	102,53	871,19
28	febrero-21	871,19	92,37	10,16	102,53	778,82
29	marzo-21	778,82	93,45	9,09	102,53	685,38
30	abril-21	685,38	94,54	8,00	102,53	590,84
31	mayo-21	590,84	95,64	6,89	102,53	495,20
32	junio-21	495,20	96,76	5,78	102,53	398,44
33	julio-21	398,44	97,88	4,65	102,53	300,56
34	agosto-21	300,56	99,03	3,51	102,53	201,53
35	septiembre-21	201,53	100,18	2,35	102,53	101,35
36	octubre-21	101,35	101,35	1,18	102,53	0,00

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Segundo Préstamo

Tabla 35 Condiciones del préstamo

% INTERES MENSUAL:	1,17%
MONTO PRESTAMO:	5000
NO. CUOTAS	36
Fecha Primer Mes de Descuento *	31/8/2020
	dd/mm/aa

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Tabla 36 Tabla de Amortización Primer Préstamo en el Año 2020.

CUOTA Nro	MES DE DESCUENTO	CAPITAL	ABONO CAPITAL	INTERESES	VALOR CUOTA MENSUAL	SALDO CAPITAL
1	agosto-20	5.000,00	112,55	58,33	170,89	4.887,45
2	septiembre-20	4.887,45	113,87	57,02	170,89	4.773,58
3	octubre-20	4.773,58	115,20	55,69	170,89	4.658,38
4	noviembre-20	4.658,38	116,54	54,35	170,89	4.541,84
5	diciembre-20	4.541,84	117,90	52,99	170,89	4.423,94
6	enero-21	4.423,94	119,28	51,61	170,89	4.304,66
7	febrero-21	4.304,66	120,67	50,22	170,89	4.184,00
8	marzo-21	4.184,00	122,07	48,81	170,89	4.061,92
9	abril-21	4.061,92	123,50	47,39	170,89	3.938,42
10	mayo-21	3.938,42	124,94	45,95	170,89	3.813,48
11	junio-21	3.813,48	126,40	44,49	170,89	3.687,09
12	julio-21	3.687,09	127,87	43,02	170,89	3.559,21
13	agosto-21	3.559,21	129,36	41,52	170,89	3.429,85
14	septiembre-21	3.429,85	130,87	40,01	170,89	3.298,98
15	octubre-21	3.298,98	132,40	38,49	170,89	3.166,58
16	noviembre-21	3.166,58	133,94	36,94	170,89	3.032,63
17	diciembre-21	3.032,63	135,51	35,38	170,89	2.897,12
18	enero-22	2.897,12	137,09	33,80	170,89	2.760,04
19	febrero-22	2.760,04	138,69	32,20	170,89	2.621,35
20	marzo-22	2.621,35	140,31	30,58	170,89	2.481,04
21	abril-22	2.481,04	141,94	28,95	170,89	2.339,10
22	mayo-22	2.339,10	143,60	27,29	170,89	2.195,50
23	junio-22	2.195,50	145,27	25,61	170,89	2.050,23
24	julio-22	2.050,23	146,97	23,92	170,89	1.903,26
25	agosto-22	1.903,26	148,68	22,20	170,89	1.754,58
26	septiembre-22	1.754,58	150,42	20,47	170,89	1.604,16
27	octubre-22	1.604,16	152,17	18,72	170,89	1.451,98
28	noviembre-22	1.451,98	153,95	16,94	170,89	1.298,04
29	diciembre-22	1.298,04	155,74	15,14	170,89	1.142,29
30	enero-23	1.142,29	157,56	13,33	170,89	984,73
31	febrero-23	984,73	159,40	11,49	170,89	825,33
32	marzo-23	825,33	161,26	9,63	170,89	664,07
33	abril-23	664,07	163,14	7,75	170,89	500,93
34	mayo-23	500,93	165,04	5,84	170,89	335,89
35	junio-23	335,89	166,97	3,92	170,89	168,92
36	julio-23	168,92	168,92	1,97	170,89	0,00

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

Tabla 37 Resumen Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
VOLUMEN ANUAL	\$ 48	\$ 72	\$ 144	\$ 192	\$ 240
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTA	\$ 13.871	\$ 35.197	\$ 50.015	\$ 58.018	\$ 73.610
COSTO DE VENTA	\$ 8.781	\$ 22.283	\$ 31.664	\$ 36.730	\$ 46.601
GASTOS VENTA	\$ 2.480	\$ 3.921	\$ 9.921	\$ 10.921	\$ 12.225
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 480	\$ 1.218	\$ 1.705	\$ 1.978	\$ 2.473
GASTOS FINANCIEROS	\$ 366	\$ 237	\$ 367	\$ 524	\$ 296
UTILIDAD O PÉRDIDA	\$ 1.763	\$ 7.539	\$ 6.359	\$ 7.865	\$ 12.015

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service.

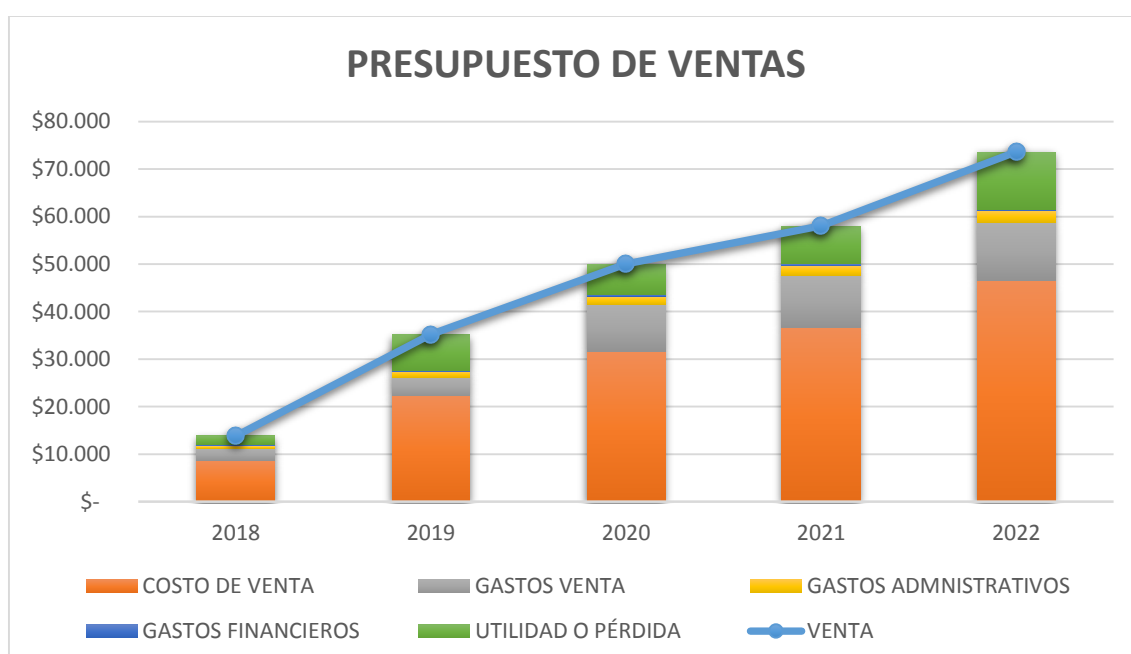


Ilustración 34 Gráfica Estado de Resultados proyectado

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

Al finalizar el Estado de Resultados Proyectado podemos llegar a tener una perspectiva de Car Service en el tiempo. Como se puede observar se plantea un costo de ventas que se va incrementando con el pasar de los años debido al aumento del volumen de los servicios brindados por año.

De igual forma todos los gastos van creciendo con el pasar de los años debido al desarrollo del negocio. Es importante considerar que los gastos de ventas son los que tienen mayor participación ya que son el motor del giro del negocio.

Finalmente se presenta un escenario donde sus ventas crecen por cada año, obteniendo así utilidades que muestran la factibilidad del negocio.

4.5.3. Estado de Situación Financiera

Tabla 38 Estado de Situación Financiera Proyectado (2017-2022)

Estado de Situación Proyectado						
Período	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Caja mínima	978	2.285	3.607	4.136	5.108	5.364
Cuentas por cobrar		1.156	2.933	4.168	4.835	6.134
Inventarios	488	1.238	1.759	2.041	2.589	2.718
Activos fijos	5.000	4.000	3.000	2.000	1.000	-
Total activos	6466,34	8678,93	11299,69	12344,22	13532,01	14216,23
Cuentas por pagar	1.098	2.785	3.958	4.591	5.825	6.116
Deuda	3.000	2.136	1.142	4.542	3.033	1.298
Capital	2.369	2.369	2.369	2.369	2.369	2.369
Utilidades retenidas		506	4.842	8.210	12.762	20.065
Retiros (aportes) de socios		883	-1.010	-7.367	-10.456	-15.632
Total pasivos	6466,34	8678,93	11299,69	12344,22	13532,01	14216,23
Activos - pasivos	-	-	-	-	-	-
NOF	369	1.894	4.342	5.753	6.707	8.100

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

Para el Estado de Situación Proyectado se establecieron las siguientes cuentas: una caja mínima que me permitirá cubrir con las obligaciones del negocio, que se estimará en 30 días de pago sobre los costos de venta y administración del período siguiente.

También se presenta las cuentas por cobrar donde se estima que las ventas se cobrarán a los 30 días. Para el inventario se requieren únicamente de 20 días, ya que Car Service debemos recordar que cuenta directamente con el inventario de Irsa Motor por tal razón los días sobrantes estará cubierto a pesar de que surja de un imprevisto. El activo fijo será un vehículo que se depreciará en 5 años.

Para sus cuentas de pasivo, Car Service contará con cuentas por pagar con un plazo de 45 días ya que sus proveedores serán los mismos de Irsa Motor S.A. y ellos ya manejan este número de días. Siendo una gran ventaja ya que dentro de su ciclo de efectivo Car Service contará con mayor liquidez para el negocio ya que tendrán 30 días para sus cuentas por cobrar y 45 para sus cuentas por pagar. También cuenta con una obligación adquirida que son los dos préstamos para el desarrollo del negocio.

Finalmente llegando a un NOF (Necesidad Operativa de Fondos) es decir la inversión neta necesaria para sus operaciones corrientes para el primer año de \$369 y para el segundo año aumenta a \$ 1894 y así se va incrementando este valor paulatinamente para sus próximos años.

4.5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 39 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados						
Período	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas		13.871	35.197	50.015	58.018	73.610
Costos de venta		8.781	22.283	31.664	36.730	46.601
Gastos de administración		2.960	5.139	11.626	12.899	14.698
BAITD		2.129	7.776	6.726	8.389	12.311
Depreciación		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Intereses Kd=14%		366	237	645	524	296
BAT		763	6.539	5.080	6.865	11.015
Imptos y partic trabaj 33.7%		257	2.204	1.712	2.314	3.712
Beneficio después de impuestos		505,95	4335,59	3368,33	4551,76	7303,26

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

Para el Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado, se plantea de forma detallada los ingresos generados a partir del año 2018 comenzando con ventas de \$13 871, y para el siguiente año las ventas incrementan llegando a obtener ingresos para el 2019 de \$ 35 197 gracias a la inversión solicitada y al trabajo arduo que se ha planteado realizar. También se presentan los gastos administrativos que van acorde al giro del negocio y no son altos. Y al finalizar se muestra como consecuencia de la actividad de Car Service sus beneficios por años comenzando por el 2018 con una ganancia de \$505,95 y ya para su siguiente año un incremento importante llegando a \$4335,59. Lo importante es ver como todos los años siguientes las ganancias de Car Service se mantienen.

4.5.5. Flujo de Efectivo

Tabla 40 Flujo de caja libre Proyectado

<i>Flujo de caja libre (Free cash flow)</i>						
Período	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ECF: flujo del accionista	(2.369)	(883)	1.894	6.357	3.089	5.176
Más intereses	-	366	237	645	524	296
Menos escudo fiscal interés		(123)	(80)	(217)	(177)	(100)
Reversa cambio en la deuda	(3.000)	864	994	(3.400)	1.509	1.735
FCF: flujo caja libre	-5368,67	223,63	3044,47	3384,84	4945,17	7106,43

Roe: rentabilidad patrimonio	13,46%	69,93%	104,89%	97,38%
Roa: rentabilidad activo	12,65%	144,52%	168,42%	455,18%

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

El Flujo de Caja Libre nos permitirá conocer el dinero disponible para cubrir las obligaciones contratadas e incluso la capacidad de Car Service para repartir dividendos a sus accionistas. Para su primer año Car Service tiene una necesidad de \$ 5369 para iniciar sus actividades por esta razón se contrato un préstamos de \$ 3000 y la diferencia forma parte de la inversión inicial de accionistas. Y con el paso de los años su liquidez va mejorando.

Al calcular el Redimiento del Patrimonio es decir el ROE, los accionistas obtuvieron un rendimiento del 13,46% sobre su inversión inicial, y con el pasar de los años recuperarán hasta el 100% de su inversión, convirtiendose en un negocio factible para invertir. El Rendimiento del Activo(Roa) representa que se obtieron ventas del 12,65% en relación a sus activos totales, es decir que por cada dólar invertido en activos totales Car Service generó 12,65% de rendimiento. Y con el pasar de los años su ROA va obteniendo un crecimiento representativo.

Tabla 41 Valoración del proyecto por el método del Valor Presente Ajustado

Valoración del proyecto por el método del Valor Presente Ajustado						
Flujo de caja libre (Free cash flow) (Método directo)						
Período	2017	2018	2019	2020	2021	2022
BAITD	2.129,05	7.776,18	6.725,65	8.389,24	12.311,30	
Menos depreciación	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)	(1.000,00)
BAIT	1.129,05	6.776,18	5.725,65	7.389,24	11.311,30	
Impostos y partic trabaja 33.7%	380,49	2.283,57	1.929,54	2.490,17	3.811,91	
BDT	748,56	4.492,60	3.796,10	4.899,07	7.499,39	
Mas depreciación	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Cambio en NOF	(368,67)	(1.524,93)	(2.448,13)	(1.411,26)	(953,90)	(1.392,96)
Cambio en activos fijos	(5.000,00)	-	-	-	-	-
FCF: flujo caja libre	-5368,67	223,63	3044,47	3384,84	4945,17	7106,43

Dividendos retirados	15.632
Mas flujo D menos escudo fiscal	3.073
Igual a FCF sin inversión inicial	18.705

Inversión inicial del ECF	2.369
Más deuda inicial	3.000
Igual a inversión inicial del FCF	5.369

18.705

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

Tabla 42 Flujo de la deuda

Flujo de la deuda						
Período	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Principal de la deuda	3.000,00	2.135,53	1.141,96	4.541,84	3.032,63	1.298,04
Intereses: D*Kd	365,92	236,82	645,20	523,84	295,82	
Flujo de la deuda	3.000,00	(1.230,39)	(1.230,39)	2.754,68	(2.033,05)	(2.030,42)
Escudo fiscal: Tc*D*Kd		123,32	79,81	217,43	176,53	99,69
Flujo D menos escudo fiscal	3.000,00	(1.107,08)	(1.150,59)	2.972,12	(1.856,52)	(1.930,73)

3.073

Datos	
Ko Ecuador	13,50%

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

Tabla 43 Valoración de Car Service

Valoración	
Valor presente FCF	6.259
Valor presente escudo fiscal	473
Valor presente proyecto (VAN)	6.732
Tasa interna de retorno (TIR)	41%

FUENTE: Evaluación Financiera Car Service

Al obtener un VAN de \$ 6.732, es decir es mayor a cero por esta razón se considera que el proyecto es atractivo y se acepta. Con una TIR del 41% de igual forma confirma que el proyecto es rentable, ya que Car Service devolverá el capital que ha sido invertido más una ganancia adicional \$ 6.732.

5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Al finalizar, el presente trabajo de investigación ha hecho posible llegar a establecer las siguientes conclusiones como recomendaciones:

1. El año 2018 para el sector automotor fue exitoso ya que fue un año de recuperación gracias a una demanda estancada de años anteriores, sumado la política comercial de mayor apertura, las condiciones favorables de la economía del país, y la colaboración por parte de las instituciones financieras gracias a sus créditos, estos factores incidieron directamente en el desempeño positivo para el sector.
2. Actualmente el panorama para el sector automotor es positivo, pero no está exento de incertidumbres como son las proyecciones para el año 2019 donde se espera que las ventas bajarán un 9% en relación al 2018.
3. El consumidor ecuatoriano actualmente prefiere los vehículos de origen europeo, mexicano, chino y colombiano. Y los autos de origen chino fueron sin duda los vehículos que más crecieron en participación en ventas en los últimos dos años en el país.
4. La principal fuerza de ventas de Irsa Motor S.A. son clientes que compran repuestos para reparación personal, sus estímulos del mercado son: el precio, calidad y la disponibilidad inmediata.
5. Gracias a las encuestas realizadas el segmento de clientes que atenderá Car Service serán tanto hombres como mujeres entre los 30 a 50 años, ubicados tanto en el sur como en el norte de la ciudad de Quito. Serán profesionales con un vehículo y tendrán poca disponibilidad entre semana para poder atender los requerimientos de su vehículo.

6. Car Service brindará mantenimiento de vehículos a domicilio, dará seguimiento al cliente, creará publicidad en redes para darse a conocer con el cliente y compartir con el cliente tips para su vehículo. Mediante una mano de obra calificada, herramientas de última gama, insumos de buena calidad, adecuada gestión de seguimiento al cliente y gracias a especialista en publicidad y redes sociales.
7. Aprovechando las oportunidades y fortalezas, se realizó un plan de marketing en el cual se potencializó los problemas del cliente con el fin de dar una respuesta a sus requerimientos, y así nace Car Service. Su propuesta de valor es brindar un servicio garantizado de excelente calidad, basado en la confianza, comodidad y un precio competitivo dentro del mercado.
8. Finalmente, con la evaluación financiera se pudo establecer tres escenarios financieros (optimista, pesimista y normal), como también se realizaron los estados financieros que nos permitieron determinar la viabilidad del proyecto mediante su VAN y su TIR, estableciendo así a Car Service como una buena idea para Irsa Motor S.A.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Según el panorama proyectado del mercado se recomienda a Irsa Motor tomar medidas y de igual forma siempre estar a la vanguardia de las necesidades del mercado por esta razón Irsa Motor debe tomar en cuenta que los autos de origen chino fueron los que más crecieron en participación en los últimos dos años y ya realizar una investigación de mercado para buscar repuestos que vayan con esta línea de vehículos.
2. Se recomienda para Irsa Motor impulsar su fuerza de ventas y no únicamente quedarse con los clientes que realizan reparaciones personales sino de igual forma darles importancia a los rectificadores, mecánicos y a los almacenes de repuestos más pequeños.

3. Irsa Motor deberá capacitar a sus empleados ya que para la empresa es fundamental brindar al cliente un servicio de calidad. Y para que este servicio sea de calidad es fundamental que el personal brinde asesoría en la compra por tal razón es fundamental la capacitación técnica de los productos que vende Irsa Motor.
4. Se recomienda al almacén de repuestos Irsa Motor S.A. la aplicación del plan de marketing, a través de la implementación de la estrategia de diferenciación dentro del mercado, mediante el desarrollo del nuevo servicio denominado Car Service.
5. También se recomienda a Irsa Motor el uso de estrategias de publicidad, y de promoción tales como, ofertas por fidelización, ofertas por recomendaciones. Pensando siempre en el enfoque de fomentar la percepción de la calidad de los servicios brindados por Irsa Motor. Logrando que el negocio mejore los niveles de rentabilidad y se caracterice por la diferenciación con los demás almacenes de repuestos que se encuentran en su entorno.
6. El plan de marketing, deberá implementarse lo más pronto ya que servirá como una gran herramienta de promoción, porque brindará valor agregado a los servicios que se ofrecerán en Irsa Motor, especialmente en la interacción en redes sociales tales como: WhatsApp, Facebook, e Instagram. Es importante considerar que con el pasar de los años o los meses la inversión para redes sociales deberá irse incrementando para captar más clientes ya que actualmente se fijó un presupuesto moderado.
7. Irsa Motor en la parte financiera deberá comparar sus estados Financieros por años con el objetivo de medir la rentabilidad esperada del negocio y tomar así decisiones frente a los resultados obtenidos.

Bibliografía

A.BHIDE. (1999). *INICIATIVA EMPRENDEDORA*. DEUSTO.

AEADE. (2017). *AEADE*. Obtenido de <http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2018/04/anuario%202017%20final%20web.pdf>

Alonso, G. M. (14 de 10 de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/procedimiento-para-elaboracion-plan-marketing-estrategico-empresas-cuba/>

Anónimo. (2016). *Energiverde*. Obtenido de <http://www.energiverde.com/medio-ambiente/autos-mas-ecologicos-y-amigables-con-el-medio-ambiente>

Anónimo. (21 de Enero de 2019). *El Comercio* . Obtenido de El Comercio : <https://www.elcomercio.com/actualidad/impuesto-verde-vehiculos-matriculacion-protestas.html>

Anónimo. (2019). Segundo año de recuperación del sector automotor . *Acelerando* , 3.

Cohen, W. (2007). *El plan de Marketing* . Deusto. Obtenido de http://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/contenidos/informacion/kiroleskola/eu_kirolesk/adjuntos/El%20plan%20de%20Marketing.pdf

Criollo, A. (24 de Agosto de 2012). Obtenido de <http://andersoncriollo.blogspot.com/2012/08/justificacion.html>

Definición. (2018). Obtenido de <https://definicion.de/comercializacion/>

Deloitte. (15 de 01 de 18). La situación del mercado laboral y salarial del Ecuador. *EKOS*, 1.

Diccionario Empresarial. (2014). Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNDSzNLtbLUouLM_DxbIwMDS0MDIwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoA5CRcPzUAAAA=WKE

- Enciclopedia Virtual*. (2015). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>
- Enrique, F. B. (2004). *Organización de Empresas*.
- Espinosa, R. (06 de 05 de 2014). *Blog Estrategia Marketing*. Obtenido de <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Euromaster. (2019). *Euromaster*. Obtenido de <https://www.euromaster-neumaticos.es/blog/frenos-significado-dot>
- Friend, G., & Zehle, S. (2008). *Cómo diseñar un plan de negocios*. The Economist.
- Garcés. (2016). *Economía Simple* . Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/nicho-de-mercado>
- González, M. (20 de 07 de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- González, P. (16 de 02 de 2019). Los autos chinos, los terceros más vendidos. *El comercio*, pág. 1.
- Gutierrez, J. (2018). *Cide*. Obtenido de Cide: <http://www.cide.edu.co/mecanicaautomotriz/mecanicaautomotriz.html>
- Halten, K. J. (1987). *Planificación estratégica*.
- ILPES-CEPAL. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector*. Obtenido de http://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/8/44008/SM_69_MA.pdf
- INEC. (2017). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Jr, L. L. (2013). *Lomucia*. Obtenido de Lomucia: <http://www.lomucia.com/frenos.html>
- Kotler, P. (1992). Madrid: Milenio.
- Kotler, P. (1992).
- Kotler, P. (29 de Abril de 2000). Madrid: Milenio. Obtenido de <https://adriansanchez.es/como-realizar-un-buen-plan-de-marketing-analisis-y-diagnostico/>

- Levy, L. H. (2008). *Planeacion Financiera en la Empresa Modera*.
- Lizana, A., Calderón, F., Pérez, S., & Podadera, P. (s.f.). *EUMED*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1236/caracteristicas-planificacion-estrategica.html>
- Los recursos humanos*. (Septiembre de 2015). Obtenido de <http://www.losrecursoshumanos.com/ambiente-interno-de-una-empresa/>
- Muñiz, R. (2017). Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- Networks, F. (2013). *Feedback Networks*. Obtenido de Feedback Networks: <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>
- Procordoba. (2013). *Procordoba*. Obtenido de Procordoba: <http://www.procordoba.org/cambio-habitos-consumidor-ecuatoriano--3567.html>
- Rica, U. C. (s.f.). *Universia*. Obtenido de <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Rivas, P. (2018). Los 10 temas económicos que marcarán al Ecuador en el 2018. *El comercio*, pág. 1.
- Rodes. (2013). *Rodes* . Obtenido de <https://www.ro-des.com/mecanica/pastillas-de-freno-que-son-y-como-realizar-mantenimiento/>
- Romero, E. (21 de 04 de 2018). Situación política en Ecuador: El precio de "descorreizar" al país. *RT*, pág. 1.
- Romero, R. (2009). *Marketing*. Palmir.
- Ruiz. (s.f.). Cambio de hábitos del consumidor ecuatoriano.
- Santesmases, M. (2014). *Dirección Comercial I. 3º L.A.D.E*. Obtenido de Dirección Comercial I. 3º L.A.D.E.: <http://www4.ujaen.es/~emurgado/tema3.pdf>
- Skaf, E. (2015). *Postcron*. Obtenido de Postcron: <https://postcron.com/es/blog/philip-kotler-sus-consejos-para-el-marketing-online/>
- Spulber, D. F. (2010). *Estrategia de Gestión*.

SRI. (2018). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-ambiental-a-la-contaminacion-vehicular1#%C2%BFqu%C3%A9-es?>

Telégrafo. (2017). La industria automotriz crecerá entre 16 y 19%. *El telégrafo*, pág. 1.

Total. (s.f.). *Total*. Obtenido de <http://www.total-chile.cl/tips/cambio-de-aceite/que-es-un-cambio-de-aceite.html>

WALTON, M. (1986). *CÓMO ADMINISTRAR CON EL MÉTODO DEMING*. NEW YORK: NORMA.

Wikipedia. (2018). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Veh%C3%ADculo_utilitario_deportivo