



**UNAPÉC**  
**UNIVERSIDAD APÉC**

## **Decanato de Posgrado**

### **Título**

Trabajo Final para optar por el título de  
Dirección Comercial.

### **Tema**

Creación de un Centro de Servicios Automotriz, en el año  
2018, en la Provincia de Santo Domingo, Este.

### **Sustentante**

Eduard Alexis Guzmán Pineda

### **Matricula**

2016-2484

### **Asesora**

Ivelisse Comprés Clemente

### **Fecha**

06 de agosto del 2018

### **Ciudad**

Santo Domingo, D.N.

## RESUMEN

En este proyecto se describió una empresa dedicada a ofrecer servicios de reparación de vehículos ligeros con un concepto innovador: el/la cliente/a podrá reparar por sí mismo/a su vehículo con la supervisión de los/as profesionales, o dejarlo en manos de la empresa, las actividades que se podrán desarrollar en el taller. Además, también se comercializarán productos relacionados con el negocio, comenzando en el primer año por neumáticos de diversos tamaños, bandas de freno y recambios de aceite de varias tipologías. La empresa que en lo adelante se llamara Centro de Servicios Auto Motriz, G&P, se dedicara al mantenimiento, reparación y lavado de vehículos, el cual llegara a la provincia de Santo Domingo Este, a ignorar el mercado, brindando servicios que cumplirán con los requerimientos del mercado que hoy en día es más exigente, brindado calidad, seguridad y garantía a los clientes en el menor tiempo posible de espera, donde recibieran los servicios sin tener que desplazarse a otro lugar, debido a que tendrán todo en un solo lugar como fue planteado en la investigación a los encuestados, que manifestaron que era uno de los puntos que más le traía inconvenientes debido a que en la provincia santo domingo este, no cuenta con un centro automotriz con todos los servicios en un solo lugar y que ellos estarían dispuesto a pagar una cantidad de dinero por este servicio.

## SUMMARY

In this project, a company dedicated to offering light vehicle repair services with an innovative concept was described: the client will be able to repair his / her vehicle with the supervision of the professionals, or leave it in the hands of the company, the activities that can be developed in the workshop. In addition, products related to the business will also be marketed, starting in the first year with tires of various sizes, brake bands and oil refills of various types. The company that in the future will be called Auto Motriz Service Center, G & P, will be dedicated to the maintenance, repair and washing of vehicles, which will arrive in the province of Santo Domingo East, to ignore the market, providing services that will meet the requirements of the market that today is more demanding, providing quality, security and guarantee to customers in the shortest possible time of waiting, where they received services without having to travel to another place, because they will have everything in one place as was raised in the investigation to the respondents, who stated that it was one of the points that brought more inconvenience because in the province Santo Domingo this, does not have an automotive center with all services in one place and they would be willing to pay an amount of money for this service.

## AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios, por el privilegio de permitirme finalizar esta meta que me propuse hace dos años, por darme las fuerzas para llegar hasta aquí, la sabiduría, la paciencia que me dio durante cada obstáculo que se me presentó en el camino y por permitirme llegar donde he llegado y donde me permitirá llegar, más que agradecido por lo que hizo nunca imagine que su amor incondicional era tan maravilloso para permitirme llegar hasta aquí, como dice en el salmista David en el libro de los salmos encomienda a Jehová tu camino y el hará.

Agradezco a mi madre y mi padre por el seguimiento, la formación y el apoyo durante este aprendizaje constante que, durante dos años, cada sábado fueron motivo para yo seguir adelante y hoy estar donde Dios me ha permitido estar y donde sé que también llevara.

Gracias al Ministerio de la Juventud y su programa Agentes del Cambio, por darme la oportunidad de crecer y adquirir nuevos conocimientos, de esta manera hoy salgo como un joven con más preparación para un mercado más competitivo, muy agradecido por el apoyo constante en cada paso que di.

Inmensamente agradecido de mi amada novia, sé que sin ella esto no hubiese podido ser, gracias por ese apoyo, entrega y ente de motivación que ha sido para mí durante el proceso de mi maestría, por cada paso que daba apoyarme y ayudarme, mi último escalón que fue la tesis dentro de la maestría no hubiese sido lograda si no fuese por ella y por los conocimientos y preparación que tiene, gracia le doy a Dios por el privilegio de tenerte a mi lado.

La gratitud es una virtud que no todos los hombres poseen de ella, debemos ser agradecidos y debemos dar gracias a cada persona que ponga un granito de área para poder cumplir con lo que nos proponamos y esta ocasión doy gracia Dios

por el privilegio que dio al poder formar parte de un equipo maravilloso dentro de la Maestría en Dirección Comercial, de manera especial a Jeisla Rodríguez Y Julissa Morales, que fueron de gran bendición para mi vida y que trabajamos mano a mano y nos entregamos el uno al otro para poder llegar a la meta, hoy llegue a la meta gracias a ustedes sin su apoyo, sin sus consejos, sin su ayuda, si no trabajáramos como lo hicieron ustedes como un equipo no llegaríamos al final, solo puedo decirles gracias.

# INDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>i</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>iii</b>
<b>Indice de gráfico.....</b>	<b>iv</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>v</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I :ASPECTOS GENERALES DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRIZ .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Definición de un taller de servicio automotriz .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Definición de plan de negocios .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Objetivo del Plan de Negocios de un taller automotriz.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Descripción del negocio .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Función de un taller de servicio automotriz.....</b>	<b>7</b>
<b>1.6 La Planeación estratégica en un negocio .....</b>	<b>7</b>
<b>1.6.1 Utilidad del Plan de Negocios de un taller automotriz .....</b>	<b>9</b>
<b>1.7 Resumen ejecutivo .....</b>	<b>9</b>
<b>1.7.1 Descripción del negocio .....</b>	<b>10</b>
<b>1.7.2 Análisis de mercados .....</b>	<b>12</b>
<b>1.8 El Mercado .....</b>	<b>13</b>
<b>1.8.1 Tamaño del mercado .....</b>	<b>13</b>
<b>1.8.2 Las tendencias generales del mercado .....</b>	<b>13</b>
<b>1.8.3 Distribución geográfica del mercado .....</b>	<b>13</b>
<b>1.8.4 Segmento de mercado .....</b>	<b>14</b>
<b>1.8.5 Estratificación de mercado .....</b>	<b>14</b>
<b>1.8.6 Diferenciación de producto .....</b>	<b>14</b>
<b>1.8.9 Análisis de la competencia .....</b>	<b>15</b>

<b>1.9 Orden y limpieza en un taller de servicio automotriz.....</b>	<b>16</b>
1.9.1 Fase inicial de estudio del taller de servicio automotriz.....	17
1.9.2 Taller mecánico.....	17
<b>1.10 Análisis general del taller de servicio automotriz.....</b>	<b>24</b>
1.10.1 Plan de organización del área de limpieza del taller de servicio automotriz.....	26
1.10.2 Las tareas y funciones del técnico en mecánica.....	31
1.10.3 Las características del técnico-mecánico.....	32
1.10.4 Los pasos para organizar un taller automotriz.....	33
<b>CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO DEL.....</b>	<b>41</b>
2.1. Descripción de la empresa.....	41
2.2. Misión.....	42
2.3. Visión.....	42
2.4. Valores.....	42
2.5. Productos.....	42
2.6. Competencia.....	43
2.7. Tipos de estudios.....	43
2.7.1. Estudio descriptivo.....	43
2.7.2. Métodos de la investigación.....	44
2.7.3 Método deductivo.....	44
2.7.4 Método analítico.....	44
2.7.5 Técnicas de la investigación.....	44
2.7.6 Estudio exploratorio.....	44
2.7.8 Estudio descriptivo.....	45
2.8 Población y muestra.....	45
2.8.1 Presentación análisis de los resultados.....	47
2.8.4 Análisis de los resultados.....	67
<b>CAPÍTULO III: ORGANIZACIÓN PROYECTO.....</b>	<b>69</b>
3.1. Cultura organizacional de la empresa.....	69

<b>3.2 Organización de la empresa</b> .....	72
3.2.1. Organigrama .....	72
3.2.2 Descripción de puestos.....	72
3.2.3 Producción del Taller.....	77
3.2.4 Bancos de Trabajo y Carrillos de Transporte.....	80
3.2.5 Acondicionamiento del Local: .....	81
3.2.5 Entidades bancarias .....	83
3.2.6 Plan Operacional:.....	84
3.2.7 Flujo de Operación .....	85
3.2.8 Balance de nomina .....	86
3.3 Tabla 3-1: Balance de nomina .....	86
3.3.1 Aspectos legales .....	88
3.3.2 Costos de Constitución .....	88
3.3.3 Aspectos del marketing.....	89
<b>3.4 Plan de Medios Digitales</b> .....	90
3.4.1 Social Media: .....	90
3.4.2 Plan de Medios Impresos: .....	90
3.4.3 Mercado comercial .....	91
3.4.4 Segmentación de mercado .....	91
3.4.5 Mercado meta .....	92
3.4.6 Clientes potenciales.....	92
3.4.7 Tecnología.....	92
3.4.8 Equipos de Comunicación .....	92
3.4.9 Equipos de Computación .....	94
3.4.10 Proceso de Producción.....	94
<b>3.5 Requerimientos de Equipos</b> .....	94
3.5.1 Programa de Producción .....	95
3.5.1 Aspectos Ambientales .....	96
<b>3.6 Estado financiero del centro de servicios Automotriz</b> .....	101

3.6.1 ROI.....	101
3.6.2 Ventas Y Gastos 2019-2020 .....	101
<b>3.7 Costo de inversión y gastos del periodo 2019, del</b> .....	<b>103</b>
<b>centro de servicios automotriz.....</b>	<b>103</b>
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>104</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>107</b>
Anexo 1 .....	107
Anexo 2.....	109
Balance de Nomina.....	110
Costos de Constitución.....	110
Requerimientos de Equipos.....	112
Anexo 3.....	113
Anexo 4.....	113

## Índice de gráfico

Gráfico 1, Tiene vehículo .....	46
Gráfico 2, Tipo de vehículo .....	47
Gráfico 3, Tiempo de manteniendo al vehículo .....	48
Gráfico 4, Lugar donde lleva a chequear su vehículo .....	49
Gráfico 5, Lugar donde lava su vehículo.....	50
Gráfico 6, Servicios utiliza con mayor frecuencia.....	51
Gráfico 7, Servicios adicionales le gustaría que le ofrezcan .....	52
Gráfico 8, Inconvenientes donde chequea su vehículo .....	53
Gráfico 9, Inconvenientes ha tenido.....	54
Gráfico 10, el momento durante su vehículo está siendo revisado usted lo considera .....	55

Gráfico 11, El resultado esperado.....	56
Gráfico 12, Consideración de la imagen del personal que revisa su vehículo	57
Gráfico 13, Cuales actividades te gustaría realizar mientras le hacen la revisión de su vehículo .....	58
Gráfico 14, Precio usted pagarías por el servicio.....	59
Gráfico 15, Gustaría enterarse de esta empresa .....	60
Gráfico 16, Medios le gustaría que se realice un plan publicitario .....	61
Gráfico 17, Sexo .....	62
Gráfico 18, Edad .....	63
Gráfico 19, Nivel académico .....	64
Gráfico 20, Estatus laboral.....	65

## Índice de tablas

Tabla 1, Tiene vehículo.....	46
Tabla 2, Tipo de vehículo.....	47
Tabla 3, Tiempo de manteniendo al vehículo .....	48
Tabla 4, Lugar donde lleva a chequear su vehículo.....	49
Tabla 5, Lugar donde lava su vehículo .....	50
Tabla 6, Servicios utiliza con mayor frecuencia .....	51
Tabla 7, Servicios adicionales le gustaría que le ofrezcan.....	52
Tabla 8, Inconvenientes donde chequea su vehículo .....	53
Tabla 9, Inconvenientes ha tenido .....	54
Tabla 10, el momento durante su vehículo está siendo revisado usted lo considera .....	55
Tabla 11, El resultado esperado .....	56
Tabla 12, Consideración de la imagen del personal que revisa su vehículo ..	57
Tabla 13, Cuales actividades te gustaría realizar mientras le hacen la revisión de su vehículo .....	58
Tabla 14, Precio usted pagarías por el servicio .....	59
Tabla 15, Gustaría enterarse de esta empresa.....	60
Tabla 16, Medios le gustaría que se realice un plan publicitario .....	61
Tabla 17, Sexo .....	62
Tabla 18, Edad.....	63
Tabla 19, Nivel académico .....	64
Tabla 20, Estatus laboral .....	65

## INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Santo Domingo Este, los lugares donde usualmente se ofrecen los servicios automotrices no cuentan con todas las actividades que los vehículos requieren, por lo que los usuarios tienen que trasladarse a varios lugares para realizar los distintos mantenimientos, lo que les ocasiona incomodidades por las trayectorias y la pérdida de tiempo. El objetivo general será diseñar un plan de negocios para la creación de un centro de servicios automotriz, en Santo Domingo Este.

La creación de este proyecto permitirá una interacción con los dueños de vehículos de una manera profesional y legal. Los dueños de vehículos necesitan de servicios personalizados, seguros y confiables ofrecidos de la mano de profesionales en el mantenimiento de su medio de transporte y lavado por lo que resulta importante la creación un centro de servicios automotriz para los dueños de vehículos que no tienen opciones para darle mantenimiento a los mismos.

El tiempo de investigación del tema es el año 2018, siendo el periodo de ejecución mayo - agosto del año 2018. Dentro de la metodología que se utilizará para la realización de esta investigación, se pueden mencionar: los tipos de estudios exploratorio y descriptivo, en cuanto a los métodos que nos guiaran se encuentran el deductivo, analítico y comparativo, y las técnicas a utilizar serán, la observación directa no participativa, análisis de datos históricos elaboradas por la institución y experiencias internacionales, así como también, entrevistas a expertos. Mediante este esquema sistemático pretendemos conseguir una panorámica general sobre el tema objeto de la investigación. Se utilizará este método dado que permite familiarizar con el tema investigar e identificar la analogía entre las variables, y definir el horizonte con que debemos llevar a cabo sobre el tema objeto de investigación.

# **CAPÍTULO I :ASPECTOS GENERALES DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRIZ**

En este capítulo se tratará la función de un taller de centro de servicios automotriz, su función, todos los procesos llevados a cabo dentro del centro y conocer un plan de organización del área de limpieza del centro de servicios.

## **1.1. Definición de un taller de servicio automotriz**

Se entiende por taller de servicio automotriz o de reparación de vehículos automóviles, y/o componentes, a aquellos establecimientos industriales en los que se efectúen operaciones encaminadas a la restitución de las condiciones normales del estado y funcionamiento de vehículos automóviles o de equipos y componentes de los mismos, en los que se haya puesto de manifiesto alteraciones en dichas condiciones con posterioridad al término de su fabricación(Bosch GmbH, 2005).

Un taller de vehículos automóviles puede ser definido como un establecimiento industrial en el que se desarrolla la prestación de los servicios derivados del mantenimiento en automoción. Esta definición conlleva una serie de implicaciones que establecen las principales reglas que rigen el funcionamiento de este tipo de empresas. Principalmente, debemos considerar los siguientes aspectos:

Es un establecimiento industrial, por lo que es de aplicación en su instalación, ampliación o traslado el procedimiento previsto en el R.D. 2135/1980 y las normas que se desarrollan en la orden 19/12/1980.

Asimismo, está sujeto a la obtención de los permisos, licencias y autorizaciones relativos a su ubicación, edificación e instalaciones exigidos por la extensa normativa local, autonómica y nacional a este tipo de establecimientos.

Es una empresa y como tal debe cumplir los trámites que se establecen para su constitución y las obligaciones fiscales derivadas del desarrollo de su actividad económica. Es un centro de trabajo, donde se aplica la normativa laboral vigente, especialmente la relativa a la prevención de riesgos laborales.

La actividad que ejerce está regulada de forma expresa por el R.D. 455/2010, de 16 de abril de 2010 y por las normas desarrolladas a nivel autonómico sobre el mismo.(Bosch GmbH, 2005)

Un taller de vehículos automóviles puede ser definido como un establecimiento industrial en el que se desarrolla la prestación de los servicios derivados del mantenimiento en automoción. Esta definición conlleva una serie de implicaciones que establecen las principales reglas que rigen el funcionamiento de este tipo de empresas. Principalmente, debemos considerar los siguientes aspectos:

Es un establecimiento industrial, por lo que es de aplicación en su instalación, ampliación o traslado el procedimiento previsto en el R.D. 2135/1980 y las normas que se desarrollan en la orden 19/12/1980. Asimismo, está sujeto a la obtención de los permisos, licencias y autorizaciones relativos a su ubicación, edificación e instalaciones exigidos por la extensa normativa local, autonómica y nacional a este tipo de establecimientos.

Es una empresa y como tal debe cumplir los trámites que se establecen para su constitución y las obligaciones fiscales derivadas del desarrollo de su actividad económica. Es un centro de trabajo, donde se aplica la normativa laboral vigente, especialmente la relativa a la prevención de riesgos laborales.

## **1.2 Definición de plan de negocios**

Es una herramienta empresarial que sirve para optimizar los recursos que son escasos; muestra la situación actual de la empresa y las posibilidades futuras. El Plan de Negocios de un taller automotriz es una propuesta ordenada de acciones fruto del análisis cuantitativo y cualitativo de los costos y beneficios de la implementación de una idea de negocio con el fin de tomar una decisión de inversión. Debe proporcionar la información necesaria para tomar decisiones.

El desarrollo de un plan de negocios es posible una vez analizado el mercado e identificada la oportunidad de negocios. Un plan de negocios consiste básicamente en un documento ordenado y detallado que se puede asociar con el concepto de un mapa, donde se describe la trayectoria operacional y financiera de una empresa o negocio con tres perspectivas; el pasado como una introducción, el presente como el contexto y la situación actual de la organización, y por último, el futuro como una proyección de objetivos y metas.

“Tanto los inversionistas como los administradores utilizan el plan para comprender mejor el negocio, el tipo de producto o servicio que se ofrece, la naturaleza del mercado, así como las características del empresario y del equipo administrativo.” (Longenecker J. et al., 2000)

La finalidad de los planes de negocios es facilitar y tratar de hacer viable el logro de los objetivos más importantes de una empresa por lo que es preciso que se incluya una estructura que permita organizar la información y facilitar su análisis para cumplir objetivos específicos. Los business plans no solo son importantes para los emprendedores de un nuevo negocio, sino que tienen la misma relevancia para los que ya existen y quieren desarrollarse o expandirse. Sahlman W. (1997) menciona que “el plan debe ser simple, claro, conciso e informativo, debe identificar los riesgos y obstáculos para llevarlo a cabo exitosamente, especificando las variables que pudieran tener mayor impacto en

los resultados que se buscan.” Debe servir como un incentivo que guíe la implementación de una estrategia.

### **1.3 Objetivo del Plan de Negocios de un taller automotriz**

El objetivo del Plan de Negocios de un taller automotriz es demostrar que un proyecto empresarial es viable y que constituye una exitosa inversión de recursos y genera utilidades sostenidamente. El rendimiento se mide en relación a una tasa de interés que se obtendría de una inversión alternativa. (Longenecker J. et al., 2000)

Para determinar la viabilidad y conveniencia del proyecto de exportación debe determinarse los principales conceptos de ingresos y costos esperados. No obstante, el plan no se limita a la parte financiera, sino que señala otros aspectos fundamentales como son los recursos humanos, técnicos y físicos necesarios para el proyecto, el estudio de mercado con el análisis de la competencia, además de los pasos para llevar a cabo el proyecto con un programa de ejecución. Un Plan de Negocios realista y completo persigue los siguientes objetivos:

- a) Diseñar el plano del negocio. Mostrar los pasos detallados para llegar a la “obra” terminada.
- b) Motivar a todos los miembros del equipo, encolumnándolos detrás de un objetivo común. Es, entonces, una concreta declaración de propósitos, y una guía para transitar paso por paso el camino hacia ese objetivo.
- c) Comunicar la capacidad del emprendedor y de su equipo, su iniciativa, su foco en el negocio, su competencia para hacer crecer el proyecto, para enfrentar problemas en el camino y conseguir los resultados buscados.
- d) Atraer recursos al proyecto. Presentar el negocio para obtener financiación, hacer alianzas estratégicas, y desarrollar relaciones futuras.

## **1.4 Descripción del negocio**

Las empresas surgen a partir de la creación o innovación de un bien, de un producto o de un servicio. El concepto se basa en los servicios que ofrece y puede llegar a ofrecer el lugar para generar valor y atraer a los clientes. Esta idea consiste en crear una serie de actividades, atracciones y procesos que hagan del lugar un negocio rentable y atractivo.

La configuración de la empresa surge a partir de una comparación de los demás campamentos con el objetivo de formar un concepto de negocio similar pero que se pudiera emprender con los recursos existentes. Una vez que se formó la idea comenzó la operación y gradualmente se fueron consiguiendo y reinvertiendo fondos para fomentar el crecimiento de la empresa, aumentar su valor y mejorar la oferta del servicio. (Longenecker J. et al., 2000)

## **1.5 Función de un taller de servicio automotriz**

La función de un taller de servicio automotriz es realizar trabajos de diagnóstico, reparación o sustitución en el sistema mecánico del vehículo, incluidas sus estructuras, equipo eléctrico, como los auxiliares de alumbrado, señalización, acondicionamiento e instrumental de indicación y control, además las reparaciones o cambios de otros complementos del automóvil. (Orovio Astudillo, 2010)

## **1.6 La Planeación estratégica en un negocio**

La planeación estratégica proporciona la dirección que guiará la misión, los objetivos y las estrategias de la empresa al facilitar el desarrollo de los planes para sus áreas funcionales. La estrategia según Ghemwat P. y Rivkin J. (1999), se puede definir como:

“La determinación de metas básicas a mediano y largo plazo, así como los objetivos de una empresa, la adopción de cursos de acción y la ubicación de recursos necesarios para cumplir con los objetivos.”

En los últimos años, los mercados han enfrentado modificaciones que permiten el acceso de los inversionistas al crédito y al capital necesario para desarrollar una empresa o para mejorar su funcionamiento. Actualmente existe competencia dentro de varios segmentos que ocasiona que los precios y atributos de productos o servicios se vean influenciados por factores que determinan la utilidad.

La estrategia indica los aspectos de la firma que son estables, es decir, que no cambian a lo largo del tiempo pero que son sensibles a los cambios en el mercado como los gustos y necesidades de los consumidores, nuevas prácticas o el desarrollo de nuevos productos, también incluye las circunstancias del ambiente económico como la inflación, tasas de interés, tipo de cambio entre otros.

El administrador tiene la responsabilidad de prever una serie de circunstancias y escenarios que guíen a la empresa desde el inicio de la producción hasta la venta, entrega o ejecución del producto o servicio, buscando oportunidades que maximicen el rendimiento y eviten los riesgos previniendo inesperados que pudiesen presentarse. De igual manera, es necesario determinar las personas y acciones clave que contribuyan a alcanzar las metas. Una vez que se realice éste proceso, es probable que la planeación sea exitosa.

Planear es un asunto complejo que implica crear sistemas de medición, sistemas de recompensas y limitantes que estructuren a la organización. El resultado de un proceso de planeación es la oportunidad de acceder a nuevos productos o servicios y satisfacer necesidades de los clientes, pudiendo decidir los recursos necesarios y opciones para conseguirlos (Longenecker J. et al., 2000).

### **1.6.1 Utilidad del Plan de Negocios de un taller automotriz**

El Plan de Negocios de un taller automotriz permite:

- a) Atraer inversionistas
- b) Garantizar a los bancos cuando se requiere financiamiento.
- c) Estudiar la posibilidad de realizar asociaciones o alianzas.
- d) Confrontar las expectativas de los socios corporativos.
- e) Evaluar las oportunidades de exportar un producto.
- f) Analizar la compra, venta o fusión de una empresa.
- g) Facilitar el desempeño de la empresa. Sirve como guía para el seguimiento y auto evaluación de la actividad de la empresa en su conjunto.
- h) Contribuye a dar confianza a consumidores y proveedores potenciales en el extranjero.

### **1.7 Resumen ejecutivo**

Es una parte importante del Plan de Negocios de un taller automotriz. Es un texto breve donde se presenta en forma concisa y clara el panorama general del PLAN. Se abordan temas como: la naturaleza del negocio, las características de los productos y servicios, el análisis del mercado, las oportunidades comerciales, y los requerimientos financieros. Se redacta al finalizar la elaboración del Plan de Negocios de un taller automotriz. (Longenecker J. et al., 2000)

### **1.7.1 Descripción del negocio**

Se realiza a través de la elaboración de una carpeta informativa. Este es un documento que muestra la imagen de la empresa ante los clientes, proveedores e interesados en invertir o apoyar a la empresa.

La carpeta informativa debe contener los siguientes puntos:

a) Descripción de la empresa. Indicar el origen de la empresa. La fecha de fundación, la forma de adquisición o de constitución de la empresa: explicitar si se trata de una compra, franquicia, alianzas o expansión de una empresa inicial.

b) La composición del capital. Especificar el origen de la inversión: nacional o si hay participación de capital extranjero.

c) Breve historia de la empresa- Condiciones de creación o adquisición de la empresa, indicando su situación jurídica.

Describir brevemente:

a) La evolución de los productos y los servicios desde sus inicios hasta la actualidad, motivos de los cambios en relación a los gustos y preferencias de los clientes, y la entrada y salida de empresas competidoras, entre otros.

b) Experiencia de la empresa en el negocio: Es importante exponer con transparencia para generar confianza en el inversionista o socios.

c) Indicar el financiamiento o inversión en el negocio desde sus inicios hasta la fecha. (Longenecker J. et al., 2000)

d) Indicar el record de ventas (monto y variaciones) y las estrategias de comercialización (lugares y canales de distribución) de los productos y servicios. Incluir un breve análisis de la demanda y los nichos de mercado.

e) Indicar la política de precios. La política de fijación de precios conlleva a explicar los costos que se enfrentan y sus efectos en los precios y la utilidad.

f) Indicar aspectos productivos y tecnológicos (capacidad empleada, capacidad instalada, uso de tecnología de punta u obsoleta).

- g) Sector productivo de las actividades de la empresa. Es importante la identificación del sector en el que se ubican los productos y servicios que produce y exporta la empresa.
- h) Visión y misión de la empresa o negocio. La visión se entiende como lo que quiere llegar a ser la empresa en un lapso de tiempo determinado. La declaración se hace afirmativamente y en presente. La misión se entiende como lo que debe hacer la empresa para alcanzar la visión. La declaración de la misión tiene la cualidad de reafirmar el compromiso con la visión indicando que hacer para lograr alcanzar la visión.
- i) Análisis de los factores externos e internos de la empresa (FODA). Debe ser breve pero es importante incluir el análisis interno ya que mide la capacidad exportadora que tiene la empresa mientras que el análisis externo mide el entorno en que se desenvuelve la empresa.
- j) Describir el conocimiento del negocio. Este es un elemento clave para quien decida participar en su empresa.
- k) Identificar los productos o servicios que la empresa ofrece. En este punto caracterizar el producto con aspectos tales como ciclos o estacionalidades en la producción y ventas, señalar las mejores épocas de ventas y de producción, mencionar si se requiere existencias en almacén. Señalar la vida del producto en estante.
- l) Indicar la distribución del producto y los costos en que se incurre. Describir si los canales de distribución son terrestres, marítimos o aéreos y los costos de embalaje según el tipo de transporte.
- m) Describir a los proveedores e insumos. Indicar las características de la articulación con los proveedores, los acuerdos que existen con ellos, así como la calidad de insumos y servicios.
- n) Tendencia Exportadora. Indicar la percepción del negocio a futuro y explique las razones para exportar. Dar señales de dominio del mercado donde se dirige la exportación, señalando las oportunidades

que ofrece el mercado. Indique los principales clientes, y los acuerdos que se tiene en cuanto a entregas y calidad.

- o) Valoración actual del entorno de la empresa. Es importante valorar el entorno económico y social en el que se mueve la empresa ya que afecta el negocio. Algunos rubros a considerar son: inflación, tipo de cambio y devaluación, crisis económica nacional o del sector de la empresa tanto nacional como internacional.

### **1.7.2 Análisis de mercados**

El análisis de mercado dará sustento al Plan de Marketing y su preocupación estará centrada en conocer qué quiere el mercado, cómo lo quiere y si la empresa está en capacidad de cubrir dichos mercados. Por tanto, el estudio de mercado es un proceso sistemático y objetivo que permite captar la información necesaria para diseñar las estrategias de negocio y evaluar el proyecto.

A pesar de la importancia que ha cobrado la investigación de mercado a nivel mundial, en el Perú son pocas las empresas que basan sus negocios en este estudio, generalmente lo hacen en base al “olfato” o feeling de sus gerentes para tomar decisiones estratégicas. (Longenecker J. et al., 2000)

Países que aventajan a la República Dominicana en el acceso a mercados, como Colombia, utilizan presupuestos tres veces mayores para la investigación de mercados. Las empresas de consumo masivo en la industria y las compañías de servicios utilizan frecuentemente la investigación de mercado en el país. El sector servicios utiliza la investigación de mercados para medir los niveles de satisfacción del cliente y la calidad de los servicios.

La investigación de mercados es un servicio y ha evolucionado diferenciándose por los niveles y profundidad del conocimiento del mercado y las herramientas utilizadas. Los niveles de estudio van desde los sondeos de mercado hasta la inteligencia de mercados.

## **1.8 El Mercado**

Una vez determinada cual es la necesidad del cliente, se trata ahora de descubrir cuál es el mercado adecuado para vender tal producto o servicio. Es decir, estudiar quiénes y dónde están mis potenciales clientes, y quienes son y cómo actúan mis principales competidores. (Longenecker J. et al., 2000)

### **1.8.1 Tamaño del mercado**

El primer aspecto a considerar es el tamaño del mercado al cual se dirige la nueva empresa. En el caso de que su producto o servicio no sea radicalmente nuevo y existan productos o servicios que satisfagan la misma necesidad del consumidor, podemos evaluar el tamaño de mercado a partir de las cantidades monetarias y de unidades de productos que se venden anualmente. Ello brinda una idea del tamaño del mercado real.

Si el producto es radicalmente nuevo, siempre se tiene puntos de referencia en las ventas de productos sustitutos o de productos parecidos o idénticos en otros países.

También es importante estimar el mercado potencial, es decir, el número de clientes y el volumen de venta que sería posible teóricamente alcanzar. Para ello podemos utilizar variables demográficas y sociales.

### **1.8.2 Las tendencias generales del mercado**

Al considerar al tamaño del mercado real desde una perspectiva histórica y relacionarlo con el mercado potencial del producto o servicio, nos indica las tendencias del mismo. Así podemos observar si se trata de mercados estáticos, en crecimiento o decrecimiento. Por ejemplo, se puede analizar cuál ha sido la tendencia de venta de su mercado en los últimos cinco años y, en función a la misma, cuál es la evolución previsible en los próximos cinco años.

### **1.8.3 Distribución geográfica del mercado**

Otro aspecto a considerar es la distribución geográfica del mercado real, a partir del reparto de volumen de ventas en las diferentes zonas. Las variables demográficas y sociales nos pueden indicar zonas con potencial de compra donde no ha llegado el tipo de producto o servicio que intentamos desarrollar.

#### **1.8.4 Segmento de mercado**

El segmento de mercado o nicho de mercado se refiere a que cierta parte de la totalidad del mercado está formada por los principales clientes de su producto.

Entre los consumidores del mercado total existe heterogeneidad en cuanto a gustos y preferencias en función de edad, condiciones económicas, políticas, sociales y culturales.

Sin embargo, dentro de esta heterogeneidad de la demanda existe una porción de la misma donde los clientes comparten ciertos rasgos en común, como la edad y aspectos culturales que los convierten en los clientes idóneos para adquirir sus productos.

#### **1.8.5 Estratificación de mercado**

La estratificación de mercado se relaciona de manera directa con el tipo de producto demandado según sea el poder adquisitivo de los clientes y la imagen que se crea socialmente en cuanto al consumo del mismo.

#### **1.8.6 Diferenciación de producto**

La combinación del segmento de mercado con el estrato de mercado da lugar a la diferenciación del producto. La diferenciación del producto se entiende como los cambios realizados en la presentación física e imagen del producto a

través de la publicidad, de modo que se muestre al producto distinto de sus competidores y orientado a cierto tipo de demandantes. (Longenecker J. et al., 2000)

### **1.8.9 Análisis de la competencia**

Saber quién será su competidor es tan importante como conocer a sus clientes.

El propósito de este análisis es conocer quiénes son sus competidores, su fuerza y modo de actuación, así como explicar cuáles son las desventajas y las oportunidades que su negocio enfrenta.

Beneficios al preparar un análisis de la competencia

- a. Descubrirá cuál es su ventaja competitiva - la razón por la cual sus clientes hacen negocio con usted en lugar de con su competencia. Entonces, usted será capaz de comunicar efectivamente su ventaja competitiva para ganar clientes potenciales.
- b. Analizar la situación actual del mercado y los ofrecimientos de sus competidores le brinda la oportunidad de explorar alternativas para hacer mejoras innovadoras a su producto.
- c. Encontrar que hay ciertos tipos de clientes cuyas necesidades no han sido satisfechas. Por ejemplo: si su plan incluye la preparación y entrega de comidas gourmet, podría descubrir que ciertas zonas de la ciudad no están incluidas. Si usted puede satisfacer las necesidades de un sector que se encuentra al descubierto, estará desarrollando un "nicho" de mercado.
- d. Si observa las acciones de sus competidores, podrá aprender más acerca de su mercado.
- e. Si encuentra que su mercado está saturado de competidores competentes, usted puede evitar el costoso error de empezar un negocio sin suficiente demanda. Usted puede redirigir sus esfuerzos hacia otro mercado. Por

ejemplo: su investigación puede indicar que ya existe un amplio número de negocios de servicios de comidas gourmet en su área.

- f. Es fundamental mantenerse informado sobre lo que sucede en los mercados, pero sobretodo debe vigilar de cerca la competencia en lo posible conocer cómo es el lanzamiento de novedades, diferenciación de productos, manejo de descuentos, cambios en los canales de distribución, entre otros.

## **1.9 Orden y limpieza en un taller de servicio automotriz**

El orden y la limpieza deben ser consustanciales con el trabajo. A continuación, presentan unas directrices específicas para el tipo de local que nos ocupa, en este caso los talleres mecánicos y de motores térmicos:) Mantener limpio el puesto de trabajo, evitando que se acumule suciedad, polvo o restos metálicos, especialmente en los alrededores de las máquinas con órganos móviles. Asimismo, los suelos deben permanecer limpios y libres de vertidos para evitar resbalones. Recoger, limpiar y guardar en las zonas de almacenamiento las herramientas y útiles de trabajo, una vez que finaliza su uso.

Limpiar y conservar correctamente las máquinas y equipos de trabajo, de acuerdo con los programas de mantenimiento establecidos) Reparar las herramientas averiadas o informar de la avería al supervisor correspondiente, evitando realizar pruebas si no se dispone de la autorización correspondiente No sobrecargar las estanterías, recipientes y zonas de almacenamiento) No dejar objetos tirados por el suelo y evitar que se derramen líquidos.( Colocar siempre los desechos y la basura en contenedores y recipientes adecuados. ) Disponer los manuales de instrucciones y los utensilios generales en un lugar del puesto de trabajo que resulte fácilmente accesible, que se pueda utilizar sin llegar a saturarlo y sin que queden ocultas las herramientas de uso habitual. Mantener siempre limpias, libres de obstáculos y debidamente señalizadas las escaleras y zonas de paso. ) No bloquear los extintores, mangueras y elementos de lucha contra incendios en general, con cajas o mobiliario.

### **1.9.1 Fase inicial de estudio del taller de servicio automotriz**

Existen cuatro tipos de talleres de reparación del automóvil:

- Reparación Mecánica Ligera.
- Reparación Eléctrica.
- Reparación de Chapa/Pintura.
- Talleres especializados.

El tipo de taller que se va a crear es un taller mecánico ligero.

### **1.9.2 Taller mecánico**

Como su propio nombre indica, este tipo de taller se dedica exclusivamente a las reparaciones en la parte mecánica ligera del automóvil (Bosch GmbH, 2005).

Para identificar el taller se va a colocarse una placa con el símbolo de una antigua llave inglesa en una de las casillas de la parte superior. En la parte media la especialidad de los vehículos que se reparan, y en la parte baja el distintivo de la provincia y el número correspondiente al taller en el registro especial obligatorio de los talleres. No se va a especificar ninguna marca, ya que cuando un taller es independiente no puede hacer indicaciones de marca, aun cuando disponga de los útiles necesarios para trabajar en determinados modelos de una marca concreta, ya que la ostentación del logotipo de la marca o su nombre se reserva exclusivamente para los agentes o concesionarios de la marca.

Como las averías mecánicas y mantenimientos son las más frecuentes en el automóvil, y de las que es más necesaria su reparación urgente, los talleres dedicados a la mecánica son los más numerosos en comparación con los demás tipos posibles. Sin embargo, y por la misma razón, no son siempre los más rentables debido a la gran competencia que deben afrontar.

La cantidad de profesionales mecánicos es bastante abundante, y no suelen tener problemas de contratación de personal, pero se va a tener un taller amplio y bien equipado y con muchas y adecuadas herramientas con el fin de hacer rentable al máximo las posibilidades del taller.

Una adecuada organización del espacio físico del taller determinará la eficacia de su sistema productivo. La distribución de las áreas y de los puestos de trabajo debe ser realizada analizando los procesos y trabajos que se efectúan en el taller, siguiendo criterios lógicos que proporcionen las mejores condiciones para realizarlos con la mayor eficacia.

Los principales aspectos que condicionan la búsqueda de una distribución idónea en los talleres son:

Se realizan operaciones de muy distinto tipo y naturaleza.

Es una actividad con mano de obra intensiva, existiendo pocas posibilidades de automatización.

La demanda no es constante, por lo que deben preverse picos en la producción.

Existe equipamiento fijo como elevadores, bancadas y áreas de lavado de vehículos con todos los equipos necesarios para dicha actividad, para luego del proceso de mantenimiento o de trabajo.

Se requiere una gran capacidad de almacenamiento de vehículos y materiales.

No existe un ciclo productivo común al que puedan ceñirse con exactitud todas las intervenciones. Dependerá de las operaciones a realizar.

Una vez terminadas técnicas poder llegar a elaborar y diseñar un manual estándar de Procedimientos para el Área del Taller de Servicio, como áreas asignadas a las diferentes actividades, herramientas sugeridas para la instalación y la ejecución de diferentes trabajos.

Cabe indicar que al hacer este análisis pasamos por diferentes espectros del sector automotriz, desde su formación a nivel general y el desarrollo que ha tenido en el República Dominicana, tomando como elementos principales entre otros el increíble crecimiento de la industria automotriz se ha experimentado a nivel mundial e indiscutiblemente en el República Dominicana.

Este abrumante crecimiento de la industria automotriz en sus diferentes y nuevas marcas, modelos, versiones que se comercializan y la apertura de entidades financieras y su solvencia hacen que gran parte de la población pueda acceder a un crédito automotriz o de consumo para la adquisición de un vehículo nuevo o usado han ayudado a que las ventas se incrementen y con ello también llevado de la mano, el aumento de los pasos de vehículos por los talleres tanto en unidades a gasolina como a diésel y hoy en día también de las unidades híbridas.

Cuando hablamos de crecimiento del parque automotriz a nivel nacional también hablamos del área de taller, que en algunos casos ha colapsado debido a la alta demanda del servicio de taller y repuestos lo que ha provocado que los talleres automotrices requieran forzosamente mejorar las capacidades y desempeños en las áreas de servicio. Está basado y enfocado en la implementación y diseño de un manual de procedimientos para un taller automotriz a ser utilizado como guía para la implementación de un taller, así con el objeto de que cualquier persona pueda tener acceso a una información completa sobre implementación y requerimientos de talleres automotrices.

Este proyecto incluye dentro del marco teórico, toda la información necesaria acerca de talleres de servicios, bahías de trabajo, espacios para pulmones, así como las máximas capacidades dependiendo de las áreas e infraestructura ; clasificación, tipos de bahías de trabajo, etc.; para poder entender en profundidad lo que se indica, se incluye mapeos, gráficos de la instalaciones y requerimientos mínimos a ser considerados y utilizados para el

buen desarrollo y aplicación de estándares que permitan obtener el máximo beneficio en las instalaciones así también con las facilidades para el personal.

Adicionalmente se presenta una reseña de la descripción de los distintos equipos a ser utilizados en los diferentes talleres y para diferentes ejecuciones y especializaciones, así como los tipos de los diferentes vehículos a ser reparados en los distintos talleres.

En cuanto a los espacios y dependiendo del tipo de vehículo; se adjuntan las diferentes indicaciones de fabricantes y recomendaciones dependiendo del producto a revisar en los diferentes talleres de servicio automotriz. Finalmente se detallan algunos resultados individuales por taller que se basan en pasos por taller, disponibilidad de bahías, horas de máxima y mínima carga laboral, aplicación de las 5s de calidad.

A través de este proyecto se pretende mostrar con datos las utilidades, el uso, las factibilidades y los beneficios que nos ofrece tener talleres con procesos definidos, más allá de las diferentes marcas o prestigio que tengan ciertos talleres dentro del mercado ecuatoriano. Adicionalmente se podrá conocer sobre la correcta utilización de los espacios en un taller, para prolongar la vida útil de sus equipos, así como también la disminución de la contaminación que producen los motores a combustión interna y con esto poder ser amigables con el medio ambiente.

La industria Automotriz en los últimos años ha experimentado un crecimiento extraordinario debido a varias circunstancias y razones que se han dado dentro del país y de igual manera en el mundo.

Como en cualquier otro tipo de actividad económica existen talleres de diversos tipos considerando su tamaño, antigüedad, ubicación, organización, segmento poblacional al que dan servicio, etc., desde los considerados como artesanales hasta los grandes concesionarios de las marcas automotrices más

destacadas. Una de las principales diferencias entre taller y taller es su grado de formalización en los procedimientos, lo que coadyuva a su crecimiento orgánico.

En las grandes casas comerciales de vehículos existen talleres automotrices completamente organizados que ofrecen sus servicios de mantenimiento integral, repuestos y otros, con considerables diferencias en los precios al consumidor final. Este estudio trata de evidenciar la utilidad de la implementación de mejores prácticas, niveles de inversión y sobre todo el diseño, aplicación y ejecución de un manual de procedimientos en un taller automotriz con lo que se mejoraría sustancialmente sus aspectos operativos, evitando un crecimiento desordenado como se está produciendo en la actualidad.

El presente trabajo de investigación no pretende implementar nuevas metodologías sino la aplicación de normas y procedimientos que son ya establecidos en normas nacionales y utilizados por los grandes talleres automotrices hacia los de menor envergadura, demostrando que la estandarización de procesos, etc...se puede aplicar en organizar un pequeño taller emulando las estrategias de sus similares de mayor tamaño y envergadura y de esta manera ayudando a crecer y tener una visión emprendedora.

La industria automotriz debido a todos los procesos, componentes (partes y piezas) ha hecho que los vehículos puedan llegar a estar compuestos por aproximadamente 10.000 piezas en una unidad sofisticada; lo que de una u otra manera, ha hecho de la industria una gran generadora de trabajos, ya sea de manera directa en las plantas de producción o ensamblaje, así como también en los proveedores sin dejar de mencionar por otra parte la ayuda al desarrollo de los mismos a crear y desarrollar nuevas tecnologías, más amigables con el medio ambiente, con automóviles más económicos, seguros y confortables.

El taller automotriz debe ser atendido por un selecto equipo de profesionales con alto nivel de conocimientos y competencias, con espacio físico

apropiado para atender a los vehículos que requieren mantenimiento preventivo o correctivo.

Los Talleres Automotrices en su gran mayoría se dedican a:

- Diagnóstico general de fallas;
- Determinación y eliminación de fallas del sistema de inyección electrónica;
- Reparaciones preventivas y correctivas en sistemas a Diésel y/o Gasolina;
- Reparación de sistemas Integrales de Frenos (ABS);
- Reparación de sistemas eléctricos en general;
- Servicio y mantenimiento de sistemas de aire acondicionado y Enderezada y pintura.

Para la realización de esta investigación se definieron varios tipos de talleres, los artesanales y aquellos que cuentan con estructura básica (concesionarios). Definición de Mecánica Automotriz Liviana: basados en el Plan de Ordenamiento Urbano de la ciudad de Loja se denomina mecánica automotriz liviana a los establecimientos dedicados a la reparación y mantenimiento de automóviles, camionetas, furgonetas o con capacidad de hasta dos toneladas en donde podrán efectuarse entre otros los siguientes trabajos:

- Cambios de Aceites;
- Afinamiento de motores;
- Diagnóstico y Reparación de Motores;
- Diagnóstico y Reparación de Transmisiones;
- Diagnóstico y Reparación de máquinas y  
Diagnóstico y Reparación de sistemas de frenos, dirección, suspensión y otros.

Mecánica Automotriz Pesada: Es el taller en el cual se atenderá y se dará servicio de mantenimiento y reparación de unidades con capacidad mayor a dos toneladas pudiéndose realizar entre distintas actividades como las que se detallan a continuación:

- Cambios de Aceites;
- Afinamiento de motores;
- Diagnóstico y Reparación de Motores;
- Diagnóstico y Reparación del Sistema Diésel, (bombas, inyectores, común riel, sistemas electrónicos).
- Diagnóstico y Reparación de Transmisiones;
- Diagnóstico y Reparación de maquinaria;
- Diagnóstico y Reparación de sistemas de frenos, dirección, suspensión, elevadores hidráulicos, otros.

Talleres de Alineación y Balanceo: sitio donde se repara la geometría de la suspensión y sus diferentes ángulos con herramientas hoy en día computarizadas y de gran precisión; además, es donde se pueden reparar neumáticos para lo cual es necesario contar con una enllantadora con la cual se realiza el desllantaje y enllantaje del neumático para su reparación o cambio así como también para la reparación o cambio de goma o arreglo de la cámara, cambios de tubos, llantas, balanceos de ruedas, revisión de ruedas, aire y armado.

Lavadoras y lubricadoras: es el lugar donde se brindan servicio de lavado, específicamente y actividades de aseo interno y externo del vehículo, además se complementa con la lubricación, es decir: engrasado, pulverizado del vehículo y cambios de aceites.

Talleres eléctricos: son lugares en donde se realizan reparación o adecuaciones en los sistemas y circuitos eléctricos del vehículo, como: circuitos

de alumbrado, alarmas, audio, reparaciones de dispositivos electromecánicos (motor de arranque, alternadores, circuitos de encendido, dinamos, eleva vidrios, etc.).

Talleres de escapes: son lugares donde se efectúan trabajos de reparación o cambios de los conductos de escape del motor del vehículo, además en estos lugares se puede encontrar catalizadores, silenciadores, resonadores y más elementos destinados al tratamiento del ruido emitido por los gases de escape.

Talleres de Mecánica de Banco y Soldas Especiales: son lugares donde se construyen piezas en torno de gran precisión, así como también se realizan trabajos en soldadura (aluminio, hierro, cobre, etc.).

Taller de carrocerías: son lugares que efectúan trabajo de reparación, sustitución o reforma de elementos de carrocería.

Taller de radiadores: lugar donde se efectúan trabajos de reparación, fabricación y sustitución de radiadores.

## **1.10 Análisis general del taller de servicio automotriz**

Taller es propiamente el espacio donde se realiza un trabajo manual o artesano, como el taller de un pintor o un alfarero, un taller de costura o de elaboración de alfajores, ..; aunque también puede designar otros conceptos derivados de éste.(Bosch GmbH, 2005)

En este proyecto se describe una empresa dedicada a ofrecer servicios de reparación de vehículos ligeros con un concepto innovador: el/la cliente/a podrá reparar por sí mismo/a su vehículo con la atenta supervisión de los/as profesionales, o dejarlo en manos de la empresa. Por tanto, las actividades que se podrán desarrollar en el taller, ya sea por parte de los/as propios/as usuarios/as o por parte del personal de la empresa son: diagnosticar y verificar

los motores de gasolina y diésel; los sistemas de encendido, de alimentación y los sistemas de inyección diésel y gasolina; el embrague, los sistemas de dirección de frenos, de suspensión, sistema de alineación y balanceo y de seguridad pasiva; el sistema de aire acondicionado y climatización; y control de la calidad del servicio. Además, también se comercializarán productos relacionados con el negocio, comenzando en el primer año por neumáticos de diversos tamaños, bandas de freno y recambios de aceite de varias tipologías.

La persona promotora del negocio posee la titulación de grado superior en Automoción y varios cursos de especialización en el sector. En cuanto a su experiencia profesional, cuenta con más de 20 años de experiencia en talleres mecánicos. Empezó realizando tareas de reparación de averías de todo tipo y mantenimiento de los vehículos. Posteriormente comenzó a trabajar para una franquicia de talleres mecánicos en la que acabó siendo el/la encargado/a del local. (Bosch GmbH, 2005)

La principal diferencia que presenta esta empresa con respecto a aquellas de la competencia se basa en ofrecer, además de los servicios tradicionales en los que el personal del taller realiza tanto las reparaciones como el mantenimiento del vehículo, la posibilidad de que los/as usuarios/as realicen por sí mismos/as los servicios. La siguiente diferenciación reside en que la gama de servicios ofrecidos es muy amplia, de modo que los/as clientes/as podrán cubrir todo tipo de necesidades o preferencias con respecto a su vehículo. Así mismo, cabe destacar que todos los servicios se realizaran con unos estándares de calidad muy altos y realizados por profesionales del sector cualificados/as y con alto grado de experiencia.

En los talleres de reparación y mantenimiento de vehículos, incluso en los más pequeños, se realizan operaciones de trabajo muy diversas: desde arreglar y sustituir toda clase de piezas, a reconstruir componentes. Los riesgos laborales de este sector tienen mucho que ver con las herramientas de trabajo y con las

condiciones de seguridad de los locales (golpes y cortes, atrapamientos, caídas, contactos eléctricos, incendio, proyección de partículas), al igual que con la exposición a contaminantes químicos y físicos

### **1.10.1 Plan de organización del área de limpieza del taller de servicio automotriz.**

La “Creación de un taller de automóviles” Herrero P, dice que:

Dentro de este apartado tratamos el resto de los aspectos importantes para el funcionamiento óptimo del taller, necesario para conservar el rendimiento que lo haga rentable.

- Clientes
- Organización administrativa
- Control del trabajo
- Orden de reparación
- Horas de trabajo (ficha de asistencia)
- Tiempos de reparación

El fin de un taller, a más de brindar un buen servicio de calidad, es el de generar capital para la subsistencia de todos los que trabajan en dicho lugar; por lo que una buena organización, tanto de espacio como administrativa y económica al momento de establecer dicho taller, preverá un futuro adecuado para el taller y por ende, un apropiado ingreso económicos “6 consejos fáciles para mejorar la organización de tu taller automotriz” Uribe D; dice que:

A continuación, te damos una lista de acciones que puedes realizar de manera cotidiana para estar siempre en la búsqueda de mejorar continuamente tu taller mecánico:

- Define un programa de revisiones por áreas.
- Define los puntos a revisar en cada área.
- Selecciona un área a la vez para su revisión.
- Evalúa los cambios durante un periodo de tiempo, ajusta y corrige.
- Documenta los métodos de realizar cada tarea que dieron los mejores resultados.
- Realiza una constante revisión de todas las áreas que mantienen en funcionamiento tu taller.

Para una buena administración de un taller, o empresa en general, un buen método de buscar problemas y solucionarlos, es realizarlo por partes o secciones, ya que de ésta forma, se puede disponer los recursos necesarios para solucionarlos y lograr, al final, que todo marche bien, sin ningún tipo de inconvenientes; debido a que si se realizara un análisis organizativo de todo el taller al mismo tiempo, podrían presentarse inconvenientes y confusiones tales que podrían retrasar la prestación de servicios y resultaría en un fracaso del taller. (Herrero, 2010).

Desde el apareamiento de los motores de combustión interna y por lo tanto de los vehículos, el constante funcionamiento de éstos ocasiona desgastes de todos sus componentes por lo que resulta necesario e indispensable realizar mantenimientos, tanto preventivos como correctivos para garantizar su buen funcionamiento y su larga vida útil.

Dichos mantenimientos, dependiendo de la complejidad, se han realizado por personas expertas o simplemente por personas aficionadas al campo automotriz, y en distintos sitios, los cuales en ciertos casos no están apropiadamente preparados y esto ocasiona incomodidad, tanto para realizar las

correcciones pertinentes como para brindar comodidad al cliente, por lo que se ha dado énfasis a la organización y administración de los talleres automotrices.

Como criterio propio, una buena organización de los talleres automotrices trae grandes ventajas, tanto para los clientes como para el mismo dueño del taller debido a que partiendo desde la buena de distribución de espacio para las diversas actividades que ofrece el taller, se puede reducir el tiempo de mantenimiento y reparación, debido a que el encargado va a dedicar el tiempo necesario y suficiente a realizar su trabajo; estas acciones permitirán que los vehículos que ingresen, sean atendidos en poco tiempo y permitan que más clientes usen el servicio, esto desemboca en el aumento de la clientela y por lo tanto en el desarrollo económico de taller.

Otro punto importante e imprescindible es el marco legal; un taller correctamente legalizado y con todas sus obligaciones en regla, con actividades lícitas, tendrá limpia su imagen corporativa ante la sociedad, y generará sentimientos de confianza ante el cliente, el cual tendrá plena seguridad de confiar su vehículo sin temor a fraudes.(Orovio Astudillo, 2010)

Finalmente, una buena organización, permitirá que el taller siga desarrollándose y encaminándose hacia el éxito; por lo contrario, si se deja de lado este tan imprescindible aspecto, el taller no crecerá, quedará atrapado en un punto que a poco tiempo lo llevará incluso al fracaso. Por todo esto se recomienda desarrollar un régimen de buena administración, organización u orden; y si las capacidades de los encargados del taller les impide tener una buena perspectiva de lo que significa tener una buena organización es recomendable el emplear expertos en el área de la administración y organización, todo por el buen desempeño del taller.

A nivel mundial la industria automotriz es una de las más importantes pues es un buen indicador del desarrollo industrial y económico de un país. Los vehículos son productos complejos que demanda gran número de ítems, lo que

provoca importantes encadenamientos de manufactura, genera gran demanda para una amplia variedad de sectores productivos: metalurgia, plásticos, cauchos, textil, electrónica, talleres de reparación, Además, crea empleos directos e indirectos y es uno de los mayores contribuyentes a los ingresos gubernamentales alrededor del mundo.

En el año 2008 empezó con la amenaza de una severa crisis financiera derivada de la crisis hipotecaria en los Estados Unidos. Paulatinamente los efectos de esta crisis se han ido expandiendo y han alcanzado diversos sectores en el resto de países del mundo, motivando acciones urgentes para el rescate del sector, en especial el sector automotriz estadounidense no es ajena a este problema ya que hay diversos factores que afectan su dinamismo destacando, entre otros, la desaceleración económica, el incremento en el precio de combustible, cierre de plantas, la disminución en la confianza de los consumidores, la restricción en créditos por parte de las instituciones financieras y el desempleo masivo que azota con extrema dureza a la primera potencia mundial, EEUU.(Orovio Astudillo, 2010)

La crisis ha ocasionado el cambio de planes de negocios, reestructuraciones y la búsqueda de ayudas gubernamentales para enfrentar niveles críticos del sector. Las grandes potencias, con mercados maduros y que venían en constante crecimiento, han visto frenar sus expectativas de que este 2009 sea un año generoso para sus negocios. (Orovio Astudillo, 2010)

En el mercado nacional se aprovisiona de vehículos principalmente de países como Corea, Japón, Europa y EEUU, Los efectos de la crisis mundial afectarían a estos países y por ende tendrían repercusiones a nivel interno.

El financiamiento que se otorga a través de bancos e instituciones financieras será vital en el 2009 para poder mantener las ventas en los niveles esperados. Sin embargo, existen ya muestras de reducciones en los plazos,

incrementos en los valores de entrada y una disponibilidad menor para operaciones de crédito automotriz. A esto hay que sumarle la puesta en vigencia a partir de enero 2009 de la salvaguardia. Esta significa de por sí una reducción en los niveles de importación de vehículos, para todos los orígenes y en especial y más importante para los países con los que se suspenden temporalmente las preferencias arancelarias.

La organización de un taller automotriz es una tarea que mezcla un balance perfecto entre logística, gestión de operaciones, mantenimiento y producción. El taller de servicio es como una gran fábrica donde no solo se reparan vehículos, motores, cajas. Es el lugar donde se comercializan horas, es por ello que su organización básica debe propender a evitar la pérdida de las mismas. Dentro de este orden se deben considerar:

Distribución de planta: Una correcta distribución de planta incluye la zona de atención como taller de servicios, reparaciones y almacenes de repuestos y herramientas que son consideradas como las áreas productivas y las áreas de apoyo como recepción y entrega, facturación y caja, parqueadero y zona de espera entre otros. La distribución de planta garantiza la reducción de procesos y cuellos de botella al interior de la organización y debe partir del espacio que tenemos, y del nivel de ventas al que queremos llegar para encontrar nuestra mejor opción. Aquí se consideran diferentes factores como infraestructura física, distribución de equipos, iluminación, ventilación. En diferentes literaturas encontramos varios modelos de distribución de planta de los que hablaremos en futuras publicaciones. (Bosch GmbH, 2005)

Flujo de tareas dentro del taller: Indica el correcto flujo de procesos dentro de la organización. Están ligadas a la distribución de planta, y deben obedecer a una correcta planeación de las operaciones, por ello es una tarea que se debe hacer en conjunto antes de diseñar o rediseñar su taller. Su objetivo es la optimización del tiempo, llámese tiempo productivo, de apoyo o muertos. Debe

incluir la distribución o asignación de tareas al personal técnico y de apoyo, pueden emplearse modelos matemáticos simples hasta software para esta tarea.(Orovio Astudillo, 2010)

Calculo de la capacidad instalada: Es la parte que establece el número de horas disponibles para cierta actividad, es como el presupuesto diario de ventas. Esta actividad demanda un trabajo muy cercano entre el programador de actividades y los asesores de servicio y una correcta operación generará un impacto positivo con sus clientes y una reducción del estrés laboral con sus empleados. Es importante que para este tipo de actividades se tengan en cuenta los tiempos de trabajo (baremos) que algunas compañías y centros de investigación han evaluado y establecido, cabe anotar que estos tiempos están basados en realizar estas tareas con todo un "equipamiento" a mano por lo que usted debe "tropicalizar" los tiempos a su realidad, buscando claro está, cumplir con los baremos proporcionados por estas compañías.

El incremento del parque automotriz con unidades nuevas y usadas / reacondicionadas con motores de gasolina, gas y diésel, genera talleres de servicio dedicados al mantenimiento y reparación, que dan lugar a magníficas oportunidades de trabajo ya sea en forma dependiente o independiente.

### **1.10.2 Las tareas y funciones del técnico en mecánica**

Verifica y controla sistemas mecánicos, eléctricos y electrónicos de funcionamiento del motor.

Mantenimiento general del motor y del vehículo, mediante controles convencionales y electrónicos.

Diagnósticos de fallas o averías en el motor y repara averías menores.

Reparación y ajuste del conjunto móvil y fijo del motor.

Mantenimiento, reparación y control del sistema de refrigeración del motor, mediante instrumentos electrónicos.

Mantenimiento, reparación y control del sistema de lubricación, mediante equipos e instrumentos modernos de diagnóstico.

Mantenimiento, reparación y control del sistema de combustible diésel y gasolina. Sistema de inyección mecánica y electrónica.

Diagnóstico, mantenimiento, reparación y regulación de inyectores y sistemas de alimentación de combustible.

Mantenimiento, reparación y control de sistemas de suspensión, frenos y dirección.

### **1.10.3 Las características del técnico-mecánico**

El Mecánico Automotriz posee habilidades operativas y conocimientos tecnológicos propios de la ocupación y de los procesos operativos del mantenimiento, reparación y control de motores diésel y de gasolina de uso industrial de transporte de pasajeros y carga. (Bosch GmbH, 2005)

Sus conocimientos tecnológicos son específicos y complementarios, relacionados con las matemáticas, física-química, dibujo técnico, seguridad industrial, comunicación oral/escrita, inglés técnico e informática. Tiene capacidades poli funcionales acordes con las exigencias de calidad de la actividad productiva, y de las operaciones de servicio técnico para conducirse en forma autónoma en un puesto de trabajo.(Bosch GmbH, 2005)

Definición de horarios de atención al público y horarios de puertas cerradas: No solo es estar abiertos 24/7. Debemos informar a todos en el taller que se puede y/o debe trabajar también a puerta cerrada para cumplir la productividad mensual del taller, hacer tareas de mantenimiento y/o otras tareas. Estos horarios no deben afectar las horas de atención al público. Recuerde que aun después de establecidos estos horarios es su responsabilidad y la de sus colaboradores garantizar que un cierto porcentaje de las horas disponibles para laborar sean vendidas diariamente.

Optimización de tareas mediante el uso de indicadores: Luego de implementar las pasadas sugerencias y muchas más que vendrán a lo largo de nuestras publicaciones viene la tarea de realizar la mejora de su negocio (mejora continua) estableciendo metas (indicadores) y analizando detenidamente cómo llegar a ellas. Su personal debe estar en la base de esto, no es con mejores equipos o grandes instalaciones solamente que se optimizaran los procesos dentro de su taller, es con un personal idóneo, altamente capacitado y altamente productivo-comprometido.

#### **1.10.4 Los pasos para organizar un taller automotriz**

Para hablar de organización de un taller automotriz, debemos definir su estructura organizativa (organigrama), generalmente los talleres en los concesionarios tienen estructuras muy similares con pocas diferencias que pueden estar asociadas a exigencias de cada marca. Podemos hablar también de organización del trabajo dentro del taller, pero en esta oportunidad nos ocuparemos de la estructura.

Los cargos que se definen a continuación son los mínimos a considerar para emprender un taller nuevo o para mejorar el desempeño en los ya existentes. Este es un modelo que suele repetirse en los talleres bien organizados, la cantidad de personas en cada cargo variará con el tamaño de la operación.(BACA URBINA, 2008)

- Gerente de Servicio: Es el responsable de la administración, organización, control y dirección de los recursos de los que dispone, su gestión básicamente es guiar al equipo hacia la obtención de los objetivos de la empresa gestionando los recursos que se requieran para ello (herramientas, insumos, personal, entrenamiento). Definir los indicadores de gestión, establecer los objetivos, revisar el desempeño del personal técnico y asesores. La toma de decisiones cuando haya que hacer cambio o ajustes, es su responsabilidad.

- **Jefe de taller:** Es la figura más importante dentro de la estructura organizativa, su importancia está sustentada en que la operación será exitosa, o no, de acuerdo a su preparación, conocimiento, habilidades de liderazgo y comunicación, todo lo que se hace en el taller pasa por sus manos, el asigna los trabajos, hace seguimiento al trabajo en proceso, asesora técnicamente al personal a su cargo, hace seguimiento a la procura de repuestos, valida la calidad de las reparaciones con pruebas si es necesario y es el primero en determinar las necesidades de entrenamiento del personal técnico, hace el seguimiento a los trabajos en otros talleres.
- **Asistente de Jefe de Taller:** Si el taller es pequeño, quizás no requieran este cargo, esta persona debe asistir como su nombre lo indica al Jefe de Taller, sus funciones pueden ir desde hacer pruebas de carretera, cuidado y control de las herramientas especiales, seguimiento al programa de mantenimiento y calibración de las herramientas especiales, elaboración de informes técnicos, supervisión técnica de trabajos de relevancia, y cualquier otra tarea que le asigne su jefe inmediato.
- **Recepcionista:** La o el recepcionista (dependiendo del tamaño del taller pueden ser más de uno) es una persona con mucho poder en la estructura de cualquier empresa, es la primera con quien se comunican nuestros clientes, su gestión debe ser impecable, debe poseer cualidades muy particulares en cuanto a su carácter (amabilidad, tolerancia, simpatía, excelente comunicadora), igualmente debe conocer los procesos internos para poder dar información suficiente al cliente cuando este la solicite, es quien agenda a los clientes que serán recibidos en taller, debe respetar la capacidad del taller, respetar el orden de las citas y llevar registro de clientes que no asisten a su cita para re-agendarlos, en algunas empresas la recepcionista es quien hace las encuestas de satisfacción a los clientes luego de recibir el servicio,

debe estar informada de cualquier cambio en la organización o planificación del taller.

- **Asesor de Servicio:** El asesor de servicio es el trabajo más difícil de desempeñar dentro de la estructura de los talleres, el recibe al cliente según su agenda, inspecciona la unidad, genera la orden de servicio con los requerimientos del cliente, elabora el presupuesto, informa al cliente de la evolución de los trabajos, hace el compromiso de entrega y finalmente es quien entrega la unidad al cliente cuando ya ha sido reparada y lavada.

En el ambiente automotriz, "es quien da la cara al cliente". Debe responder a todas las preguntas de su cliente y atender sus insatisfacciones cuando las hubiese.

- **Técnico automotriz:** el técnico es quien hace la revisión, diagnóstico y posterior reparación de las unidades recibidas en el taller.
- **Líder de Calidad:** El líder de calidad es el responsable de que el vehículo sea entregado según lo solicitado por el cliente, una vez terminada la reparación, revisa para validar que se hayan realizado todas las reparaciones solicitadas, se hayan remplazado los repuestos solicitados y se haya revisado la unidad según los estándares establecidos por la dirección de la empresa, por ejemplo en la mayoría de los talleres los repuestos remplazados son devueltos al cliente, el líder realiza una inspección visual al vehículo para detectar desviaciones en los procesos internos, estas inspecciones se hacen con formatos diseñados para ello. Si se encuentra alguna desviación esta debe ser corregida antes de entregar la unidad al cliente. Se levantan estadísticas de estas desviaciones y se presentan al equipo de trabajo para generar mejoras continuas en los procesos. Al terminar la inspección el líder autoriza que el vehículo pase al Dpto. de lavado.

- Lavadores: Como su nombre lo indica él es responsable de que la unidad luego de ser reparada sea entregada lavada y aspirada.
- Chofer: el chofer puede ser requerido para la ubicación de repuestos no disponibles, llevar trabajos a otros talleres especializados, por ejemplo, reparar un sistema de escape o reparar un compresor de aire, comprar insumos para el taller.
- Mantenimiento: o personal de limpieza, lo hemos dejado para el final, aunque es el personal que más contribuye a la imagen que los clientes se hacen de un negocio, son quienes cuidan y mantienen el orden y la limpieza en las áreas de trabajo, espera y oficinas; cuando están con nosotros no los notamos, pero cuando faltan se hacen sentir, es muy importante que los clientes perciban que la empresa se preocupa tanto por su vehículo como por sus instalaciones. El enfoque de este artículo es a nivel operativo, se entiende que toda empresa tiene un Dpto. de Administración (compras, cobranzas, contabilidad, talento humano, ..), estos departamentos dan el soporte necesario para que fluya la operatividad dentro del taller y se cumpla la misión: "brindar al cliente un servicio de calidad". (Bosch GmbH, 2005)
- Juego de llaves y dados: Para usarlo cuando la llave de impacto no funcione o no se adapte a las tuercas que deseas soltar.
- Extractor mecánico: Indispensable para sacar las poleas, engranajes o cojinetes de los ejes que se encuentran muy apretados.
- Pulidora automotriz: Es una de las herramientas para taller mecánico que no pueden faltar cuando realizas trabajos de latonería y pintura.
- Torquímetros: Son utensilios de precisión para aplicar tensión adecuada en los tornillos y tuercas. Hoy en día, son muy pocos los dueños de vehículos que no exigen su uso.

- Bomba neumática para grasa y aceite: Disminuye el tiempo y esfuerzo a la hora de lubricar los diferentes componentes del vehículo.
- Bombas de diafragma: Ideal para manipular el anticongelante y el aceite usado. Además, optimizan la transferencia del líquido limpiaparabrisas.
- Contador digital para aceite: Permite la dosificación y medición exacta de aceite y otros fluidos, de acuerdo a las características específicas de cada auto.
- Recolector de aceites usados: Permite el manejo responsable de los fluidos usados y garantiza que no se conviertan en una amenaza ambiental o de seguridad.
- Extractor de fluidos: A través de aire comprimido crea un potente vacío y drena completamente los fluidos de cualquier tanque.
- Videoscopio digital: De las herramientas de un taller automotriz moderno, esta es una de las más funcionales. Sirve para realizar diagnósticos completos, pues llega a lugares del vehículo donde la vista humana y otros dispositivos no lo pueden hacer.
- Elevador de motores: Asegura el acceso cómodo a la parte inferior del automóvil y ayuda en tareas como la alineación, el cambio de ruedas y el ajuste de otros componentes tales como la suspensión.
- Soporte para motor: Facilita la manipulación de los motores. Gracias a estas herramientas de mecánica automotriz se pueden llevar fácilmente a cualquier parte del taller y rotar en 360° para agilizar la reparación.

- Desmontador de llantas: Es un sistema neumático que optimiza las operaciones de montaje y desalojamiento.
- Compresímetro diésel o gasolina: Genera diagnósticos acertados en cuanto a problemas asociados a la pérdida de potencia y la baja compresión del motor.
- Osciloscopio: Es una de las herramientas para taller mecánico que permite revisar las señales provenientes de los sensores en el sistema eléctrico y determinar con precisión los componentes averiados.
- Multímetro digital automotriz: Instrumento que ayuda a diagnosticar daños en los sistemas eléctrico, electrónico y refrigerante.

Estas herramientas de mecánica automotriz son fundamentales para que el trabajo rinda frutos. Si el personal está capacitado, podrás prestar un servicio de excelencia al cliente.

Sacar adelante un taller mecánico es tan complicado como cualquier otro negocio. Se necesita mucho trabajo, una buena estrategia, organización y, por qué no decirlo, un poco de suerte. Seguro que con estos 10 consejos estarás más cerca del éxito.

- Placa identificativa: Los talleres deben demostrar que ofrecen sus servicios de forma totalmente legal mostrando una placa identificativa que así lo acredita. Esta placa garantiza que el taller cumple con toda la normativa relativa a seguridad o emisión de sustancias contaminantes.
- Rótulo y entrada: Ofrecer una buena primera impresión es básico, también para un taller mecánico. Una entrada con dos vehículos desarmados y un cartel destartalado da la impresión de pertenecer a un taller descuidado,

sin embargo, una entrada con una fachada limpia, movimiento de vehículos y un rótulo llamativo atrae a los clientes.

- **Instalaciones:** La entrada puede ser espectacular, pero si las instalaciones dejan que desear, el cliente se irá con su vehículo a otra parte. El taller debe estar equipado con todo lo necesario para hacer frente a las modificaciones o reparaciones pertinentes con el menor coste posible.
- **Limpieza:** La mayor parte de la gente piensa en los talleres mecánicos como lugares sucios, llenos de grasa, polvo y telarañas. Es cierto que en los talleres se produce cierta suciedad derivada de la propia actividad profesional, pero ello no quiere decir que no se mantengan limpias las instalaciones, los aparatos, los baños, las piezas y, en definitiva, se mantengan unas condiciones de higiene adecuadas.
- **Atención personalizada:** Un taller debe ofrecer a cada cliente una atención personalizada, demostrar que cada cliente cuenta y hacerle sentir importante. Por ello, hay que evitar un mal servicio, retrasos, cambios de idea, mentiras en lo referente al precio.
- **Escuchar al cliente:** Los profesionales de los talleres dicen que es muy importante que el cliente sepa explicar en el taller qué le ocurre a su vehículo. Pero también se debería de dar la circunstancia complementaria, es decir, que el profesional del taller sepa atender y entender las explicaciones del cliente.
- **Promoción:** Hoy en día existen numerosas formas de publicitarse, tanto en medios tradicionales como a través de internet. Incluso algunos de ellos, como las redes sociales, son totalmente gratuitos y pueden llegar a dar muy buenos resultados. Te recomendamos que descargues esta guía para que lo sepas todo sobre cómo promocionar tu taller.

- Precio: No se trata de ser los más baratos, sino de ser honestos. La clave es ofrecer la mejor relación calidad-precio, u ofrecer el mejor servicio por el mismo precio que otros. Las tarifas excesivamente económicas engañan y confunden al cliente, que tiende a pensar que es demasiado bonito para ser verdad o, en su defecto, creará que la calidad del servicio será muy baja.
- Localización: El emplazamiento es otro de los conceptos básicos a la hora de llevar al éxito un negocio. ¿Dónde situar el taller? ¿Será solo físico o también recibiremos visitas y venderemos piezas online? Evita locales demasiado pequeños, demasiado difíciles de acceder (calles céntricas muy transitadas, por ejemplo), cercanos a otros talleres con más reputación.
- Factor humano: Y, por supuesto, la última clave, una que ni siquiera debería hacer falta mencionar: rodearte de un grupo de profesionales fiables y competentes

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO DEL CENTRO DE SERVICIO AUTOMOTRIZ G&P**

En siguiente capítulo, se tratan temas concernientes al estudio de mercado de interés para la creación del centro de servicios automotriz G&P, para de esta forma trazar estrategias adecuadas a las necesidades del mercado y se mostrara la misión, visión y valores de la empresa que permitirán lograr los objetivos de la misma.

### **2.1. Descripción de la empresa**

La empresa que en lo adelante se llamara Centro de Servicios Auto Motriz, G&P, se dedicara al mantenimiento, reparación y lavado de vehículos, el cual llegara a la provincia de Santo Domingo, Este, a ignorar el mercado, brindando servicios que cumplirán con los requerimientos del mercado que hoy en día es más exigente, brindando calidad, seguridad y garantía a los clientes en el menor tiempo posible de espera, donde recibieran todos los servicios necesarios sin tener que desplazarse a otro lugar. (Bosch GmbH, 2005)

Se contará con un equipo humano altamente capacitado, el cual tiene el objetivo de brindarle soluciones rápidas, profesionales y eficientes, de modo que estos se sientan seguros y conformes con el servicio brindado, mediante especialistas altamente capacitados y dando un trato cordial y personalizado.

Con el personal que se contará será un equipo de profesionales con vasta experiencia en lo que se hará en dicha área de trabajo, donde estarán capacitados para asesorar al cliente en su posible decisión a tomar a la hora una decisión, luego de haber investigado en el área automotriz, estará ubicado en una ubicación geográfica estratégica, fácil de llegar lo que permitirá recibir cualquier repuesto la cual no contemos con ella en el taller en poco tiempo.

## **2.2. Misión**

Velar por la integridad física de los que a diario utiliza los vehículos como medios de transporte y permitiéndole dar a conocer nuestros servicios.

## **2.3. Visión**

Ofrecer un servicio de alta calidad, excediendo las expectativas de nuestros clientes actuales y potenciales

## **2.4. Valores**

- Integridad actuar con principios apegados a la responsabilidad, lealtad, honestidad, respeto, disciplina a los potenciales clientes.
- Compromiso de promover la conducta de ética en los procesos de trabajo y manejo de clientes.
- Innovación se irán innovando los equipos, capacitando al personal y adaptando el centro automotriz de acuerdo a los requerimientos del mercado.
- Responsabilidad del bienestar de la empresa será de nuestros accionistas, colaboradores y afiliados, siempre teniendo presente que lo principal es el bienestar de nuestros clientes

## **2.5. Productos**

- Mantenimiento de alineación y balanceo
- Revisión y reparación de tren delantero y suspensión
- Cambio de aceite
- Cambio de filtro de aire
- Rectificación de discos y tambores de frenos
- Rotación de neumáticos
- Venta e instalación de baterías automotriz
- Cambio de bandas de frenos

- Venta e instalación de gomas
- Diagnostico Computarizado
- Mecánica preventiva
- Lavado de Interior y Exterior de Vehículos

## **2.6. Competencia**

- Auto Plaza Indy
- Grupo Cometa
- Guillen Electrónica
- Frenos Medina
- Neumáticos y Servicios Oriental
- Magnoli Car Wash

## **2.7. Tipos de estudios**

Dentro de la metodología que se utiliza para la realización de esta investigación, se pueden mencionar: los tipos de estudios exploratorio y descriptivo, en cuanto a los métodos que nos guiarán se encuentran el deductivo, analítico y comparativo, y las técnicas a utilizar serán, la observación directa no participativa, análisis de datos históricos elaborados por la institución y experiencias internacionales, así como también, entrevistas a expertos. Mediante este esquema sistemático pretendemos conseguir una panorámica general sobre el tema objeto de la investigación.

### **2.7.1. Estudio descriptivo**

A través del estudio descriptivo, se compilará una base de datos referentes a la realidad del tema a desarrollar, como son: documentos, libros, boletines, artículos, estudios e investigaciones realizadas.

### **2.7.2. Métodos de la investigación**

A continuación, se presentan los métodos de investigación que se utilizarán para el desarrollo efectivo de este proyecto.

#### **2.7.3 Método deductivo**

Este método permite partir de lo general a lo particular, referente a un tema dado, por lo que se pretende recabar informaciones generales sobre el tema, que se utilice de base para de manera particular, suponen cuales factores pueden ser los causantes de la situación que genera la investigación.

#### **2.7.4 Método analítico**

Permite hacer una disociación de un todo y desagregarlo en partes para identificar las posibles causas que suscitan el problema objeto de estudio y los efectos que derivan las mismas. Este método permitirá analizar los factores de un plan de negocios para la creación de un centro de servicios automotriz, en Santo Domingo Este.

### **2.7.5 Técnicas de la investigación**

Las siguientes técnicas de estudio que se utilizan en el desarrollo de esta investigación están, el estudio exploratorio, descriptivo y técnicas primarias y secundarias, las cuales se describen a continuación:

#### **2.7.6 Estudio exploratorio**

Se utilizará este método dado que permite familiarizar con el tema investigar e identificar la analogía entre las variables, y definir el horizonte con que debemos llevar a cabo sobre el tema objeto de investigación.

### 2.7.8 Estudio descriptivo

A través del estudio descriptivo, se compilará una base datos referentes a la realidad del tema a desarrollar, como son: documentos, libros, boletines, artículos, estudios e investigaciones realizadas.

Se presentarán las fuentes desde donde se obtendrán los datos para trabajar la investigación y para formar las estrategias a los objetivos deseados.

#### Primarias

Encuesta, se aplicará para conocer las necesidades de los clientes del sector automotriz.

#### Secundarias

Como fuente de apoyo o secundaria durante la investigación, se utilizarán enciclopedias, resúmenes ejecutivos, estudios especiales, documentos electrónicos de alta calidad y tesis relacionadas con el tema a investigar.

## 2.8 Población y muestra

<b>n</b> =	?	Tamaño de la Muestra
<b>N</b> =	<b>124.774</b>	Tamaño de la Población
<b>p</b> =	50%=0,50	Probabilidad de Ocurrencia
<b>q</b> =	50%=0,50	Probabilidad de no Ocurrencia
<b>Z</b> =	95%=1,96	Probabilidad
<b>e</b> =	5%=0,05	Margen de Error

$$1 \quad n = \frac{\left(\frac{1,96}{0,05}\right)^2 \left(\frac{124.774}{124.774 - 1}\right) \left(\frac{0,5}{1,96}\right) \left(\frac{0,5}{1,96}\right)}{\left(\frac{1,96}{0,05}\right)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$2 \quad n = \frac{\left(\frac{3,8416}{0,0025}\right) \left(\frac{124.774}{124.773}\right) \left(\frac{0,5}{3,84}\right) \left(\frac{0,5}{3,84}\right)}{\left(\frac{3,84}{0,0025}\right) \times 0,5 \times 0,5}$$

$$3 \quad n = \frac{119.833}{311,93 + 0,9604}$$

$$4 \quad n = \frac{119.833}{312,89} = \mathbf{382,98}$$

## Objetivo del cuestionario

- Conocer el impacto que tendrá el centro de servicio automotriz, en Santo Domingo, Este.
- Determinar el comportamiento de los clientes del sector automotriz.
- Conocer las necesidades de los clientes del sector automotriz.
- Conocer a cuál clase social pertenece y cual se encuentra en el área de investigación.

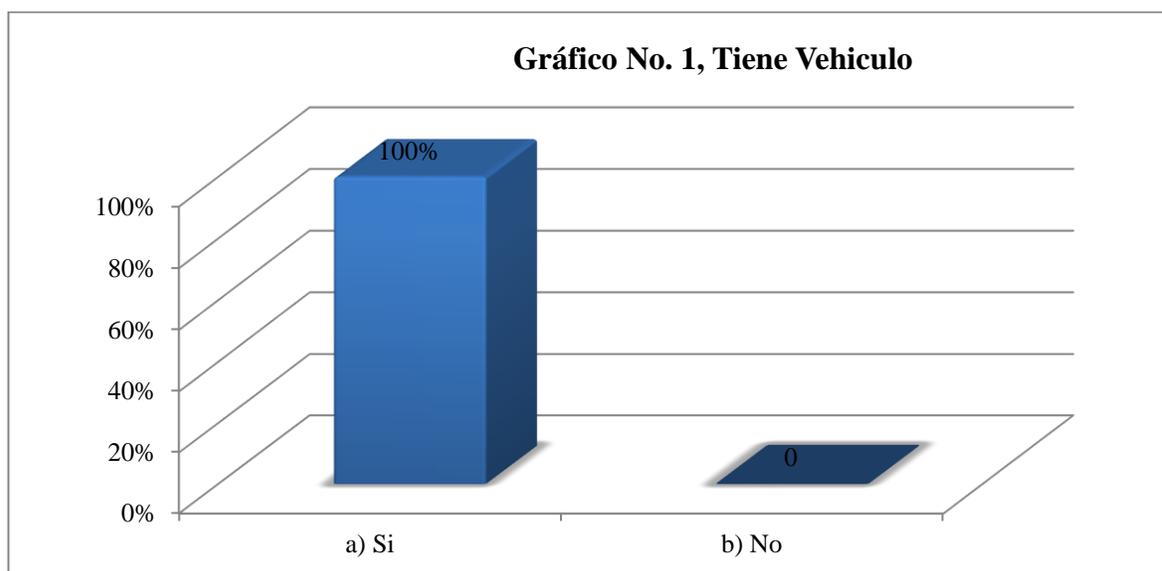
## 2.8.1 Presentación análisis de los resultados

**Tabla 1, Tiene vehículo**

Respuestas	Fr.	%
a) Si	383	100%
b) No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De acuerdo con la Tabla 1, de los 383 encuestados, 383 personas para un 100% confirmaron que tiene vehículo propio.



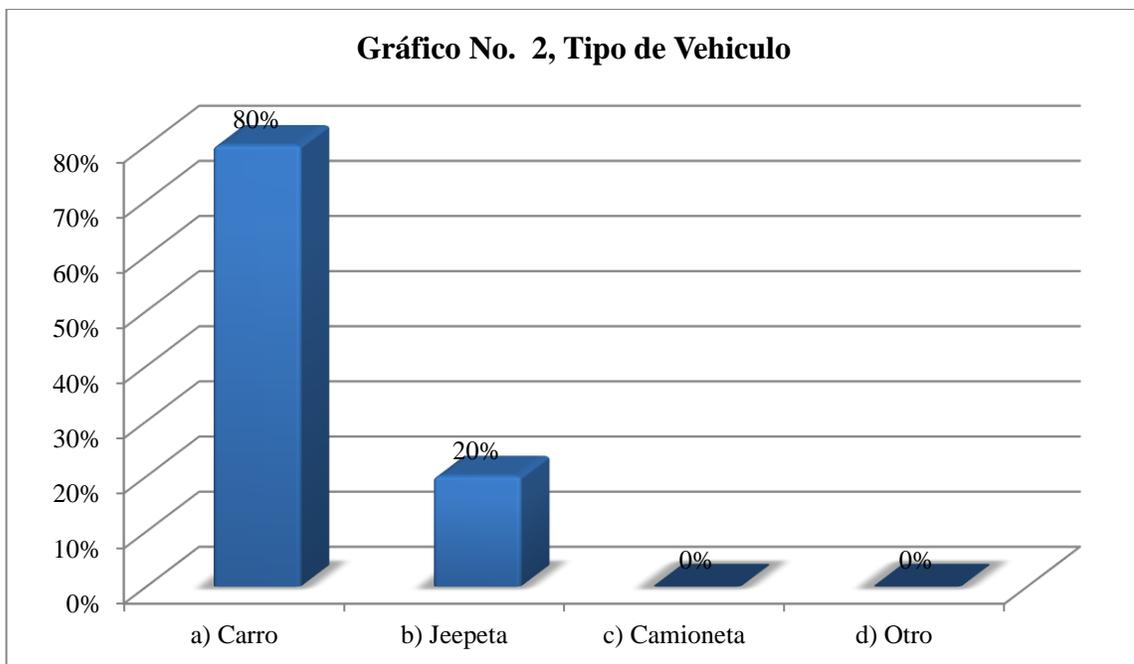
Fuente: Tabla 1

**Tabla 2, Tipo de vehículo**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Carro	306	80%
b) Jeepeta	77	20%
c) Camioneta	0	0%
d) Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados según se muestra en la Gráfica, 306 personas, para un 80% tiene como vehículo un carro, mientras 77 personas para un 20% dijo que tiene una jeepeta.



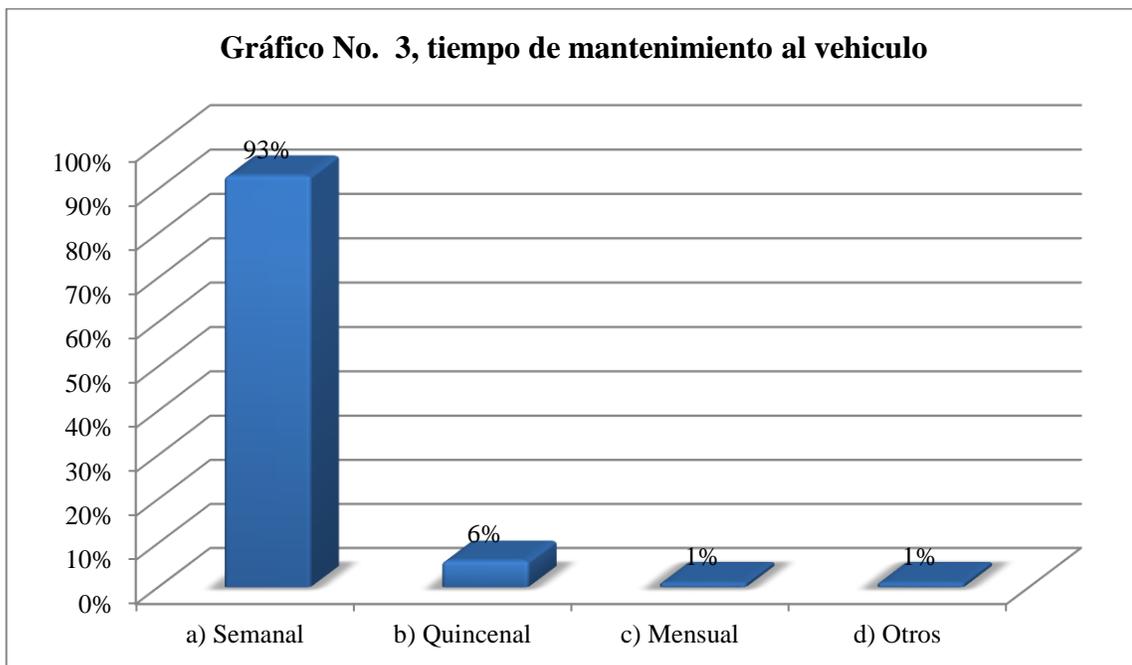
**Fuente:** Tabla 2

**Tabla 3, Tiempo de manteniendo al vehículo**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Semanal	356	93%
b) Quincenal	23	6%
c) Mensual	4	1%
d) Otros	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, la frecuencia de tiempo con que le dan mantenimiento a sus vehículos es que 356 personas para un 93% de los casos semanal, para 23 personas para un 6% expresó que le da mantenimiento quincenal y para 4 personas para 1% dijo que mensual, para 4 personas para 1% indicó que otros.



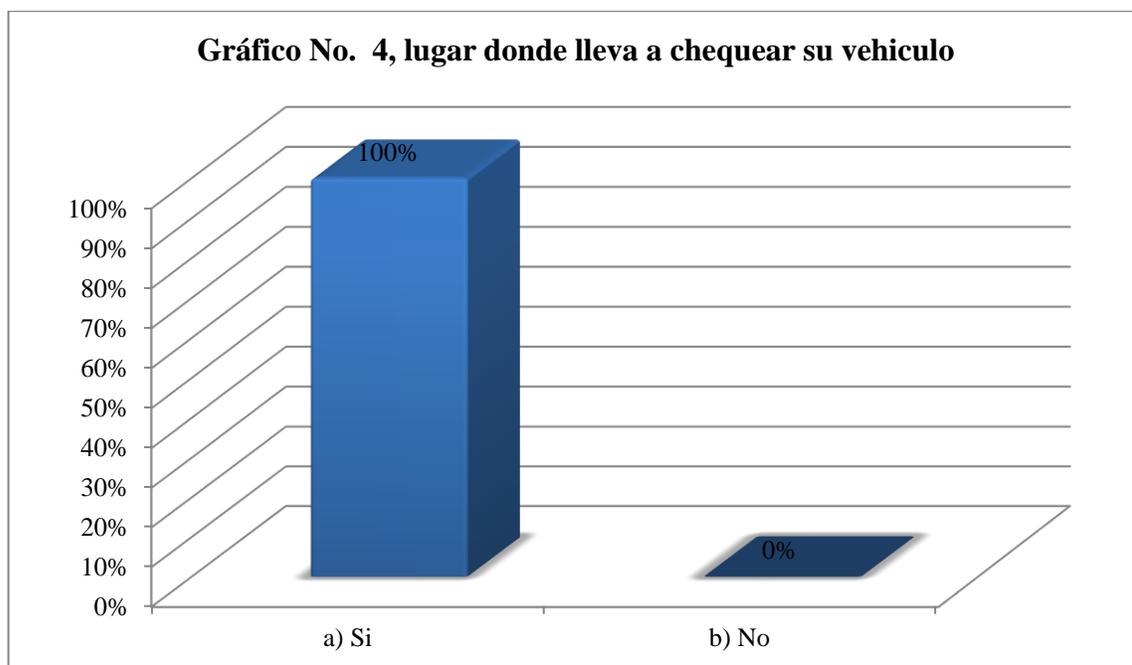
Fuente: Tabla 3

**TABLA 4, Lugar donde lleva a chequear su vehículo**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Si	383	100%
b) No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 383 personas para el 100% de los encuestados indicaron que le da mantenimiento su vehículo en un lugar especial.



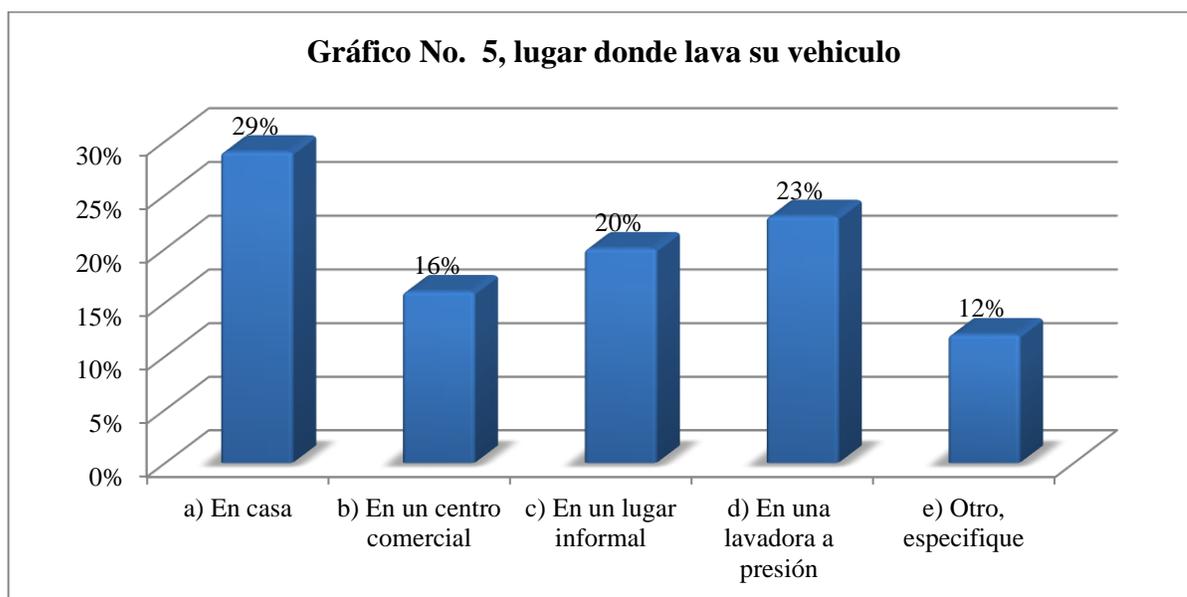
Fuente: Tabla 4

**Tabla 5, Lugar donde lava su vehículo**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) En casa	111	29%
b) En un centro comercial	61	16%
c) En un lugar informal	77	20%
d) En una lavadora a presión	88	23%
e) Otro, especifique	46	12%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 111 personas para el 29% indicó que lo lava en su casa, mientras 61 personas para un 16% expresó que lava su vehículo en un centro comercial, mientras 77 personas para un 20% indicó que lava su vehículo en un lugar informal, mientras 88 personas para un 23% expresó que lava su vehículo en una lavadora a presión y 46 personas para un 12% en otro lugar no especificado por el encuestado.



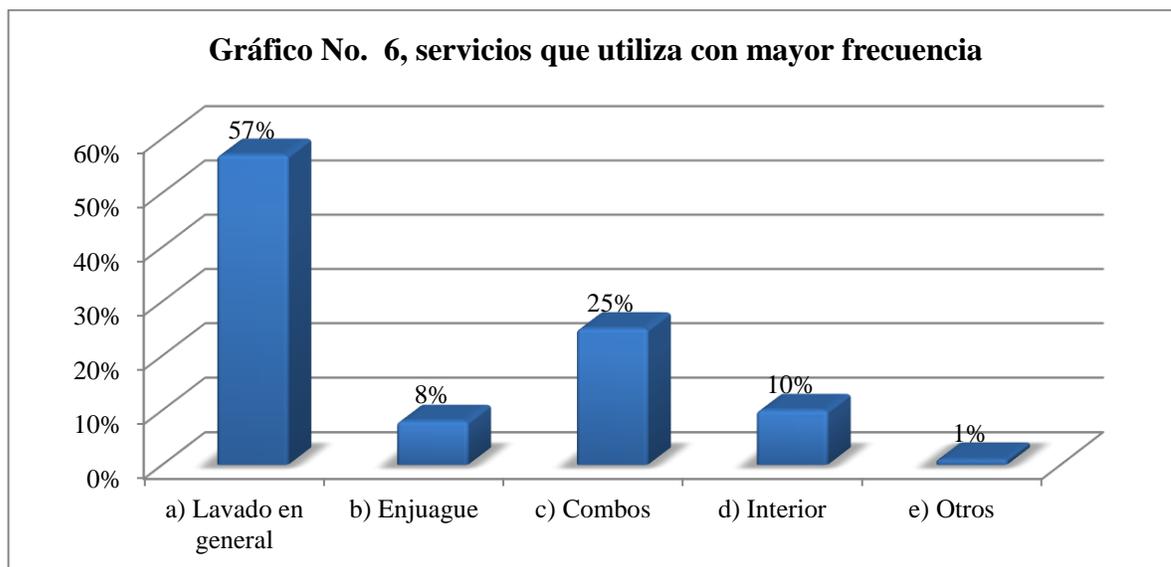
Fuente: Tabla 5

**Tabla 6, Servicios utiliza con mayor frecuencia**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Lavado en general	218	57%
b) Enjuague	31	8%
c) Combos	96	25%
d) Interior	38	10%
e) Otros	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 218 personas para un 57% utiliza con frecuencia los servicios de lavado general, mientras 31 personas para un 8% expresó que utiliza solo el enjuague, 96 persona para un 25% dijo que frecuenta utilizar los combos y 38 personas para un 10% lavado de interior, mientras 4 personas para un 1% dijo que utiliza otros servicios adicionales.



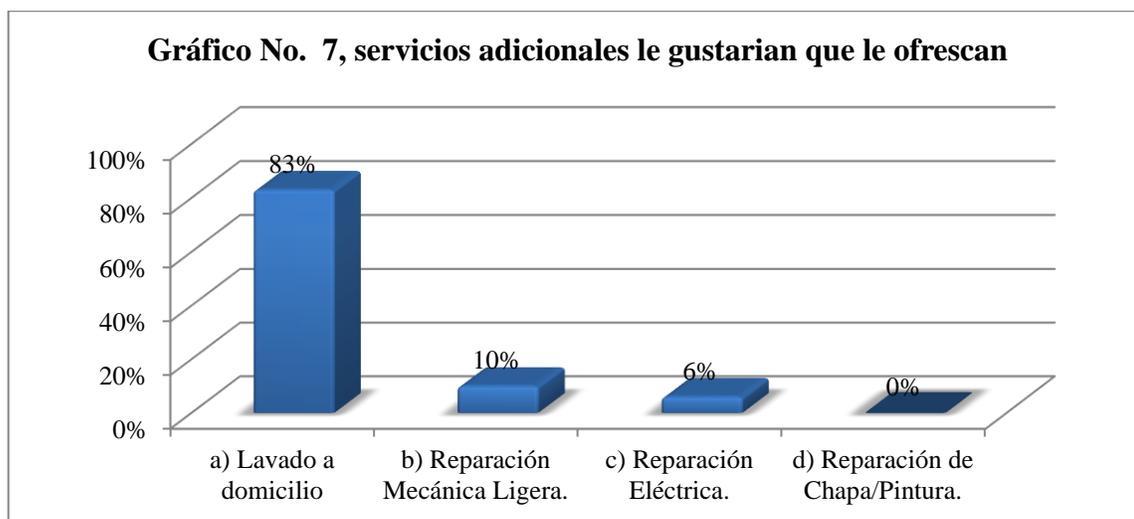
Fuente: Tabla 6

**Tabla 7, Servicios adicionales le gustaría que le ofrezcan**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Lavado a domicilio	318	83%
b) Reparación Mecánica Ligera.	38	10%
c) Reparación Eléctrica.	23	6%
d) Reparación de Chapa/Pintura.	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 318 personas para un 83% indicó que le gustaría el lavado a domicilio en relación a cuales servicios adicionales le gustaría que le ofrezca el lugar que normalmente lava su vehículo, mientras 38 personas para un 10% indicó que le gustaría reparación mecánica ligera, para 23 personas para un 6% indico que le gustaría el servicio adicional de reparación eléctrica y reparación de chapa/pintura.



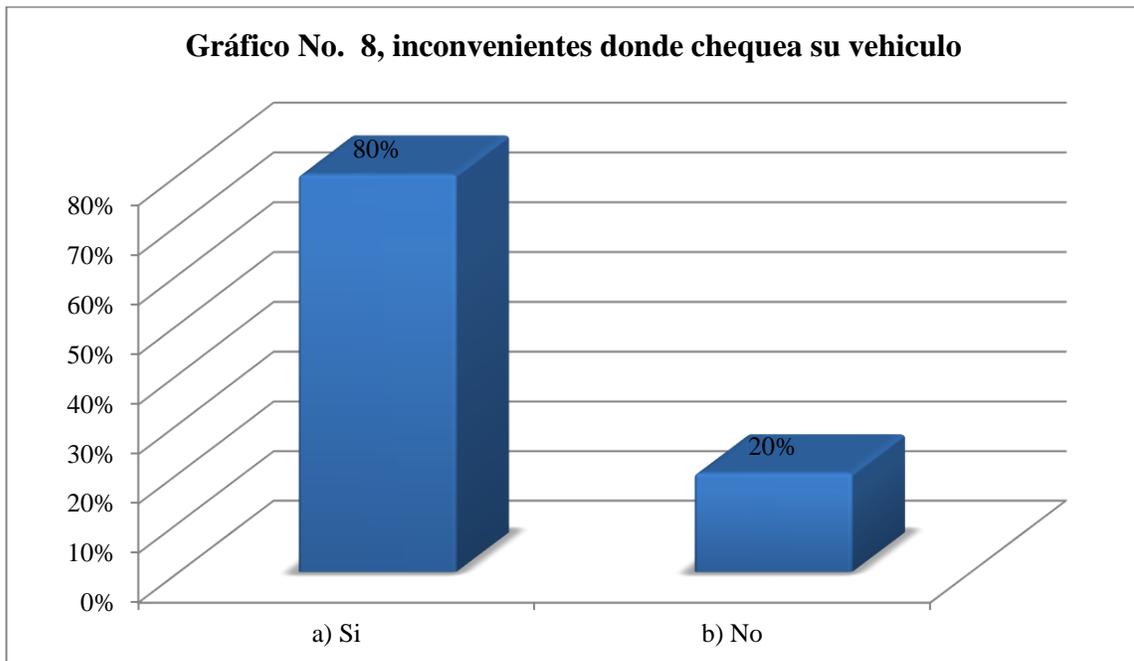
Fuente: Tabla 7

**Tabla 8, Inconvenientes donde chequea su vehículo**

Respuestas	Fr.	%
a) Si	306	80%
b) No	77	20%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De las 383 encuestados, 306 personas para un 80% de los consultados indicó que ha tenido inconvenientes donde frecuente lavar su vehículo, mientras 77 personas para un 20% dijo que no ha tenido inconvenientes.



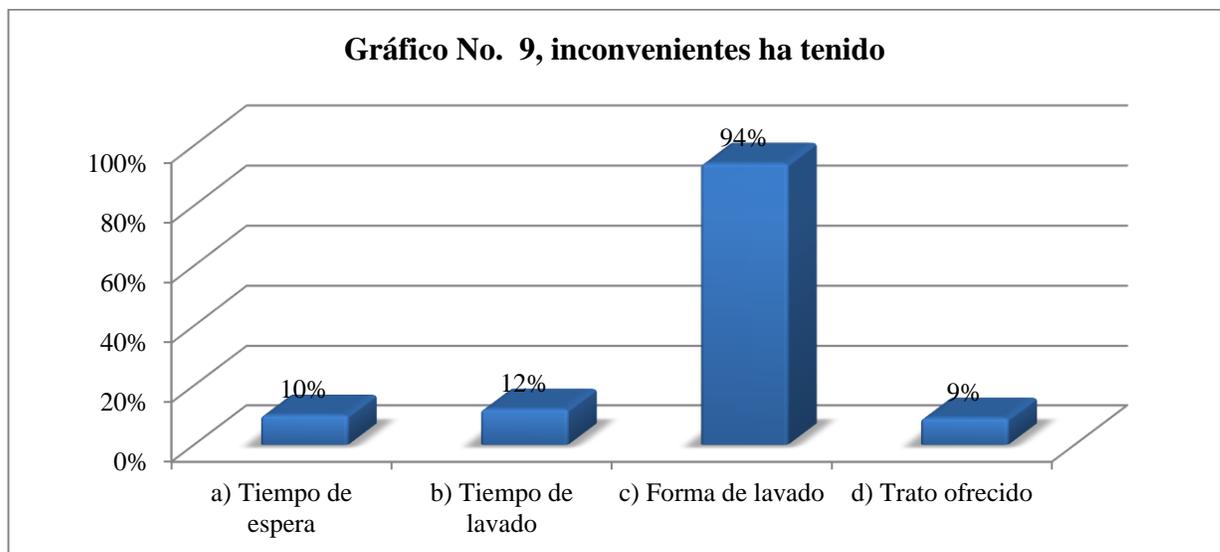
Fuente: Tabla 8

**Tabla 9, Inconvenientes ha tenido**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Tiempo de espera en sentido general	38	10%
b) Tiempo de espera de respuesta	46	12%
c) Forma de lavado	185	94%
d) Trato ofrecido	34	9%
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>125%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, Sobre el tipo de inconvenientes que han tenido los consultados, 38 personas para un 10% expresó que ha tenido inconvenientes con el tiempo de espera, 46 personas para un 12% dijo que ha tenido inconvenientes con el tiempo de lavado, mientras que un dato que resalta es que 265 personas para un 94% indicó que su mayor inconveniente ha sido con la forma de lavado y 34 personas para un 9% dijo que ha sido con el trato ofrecido.



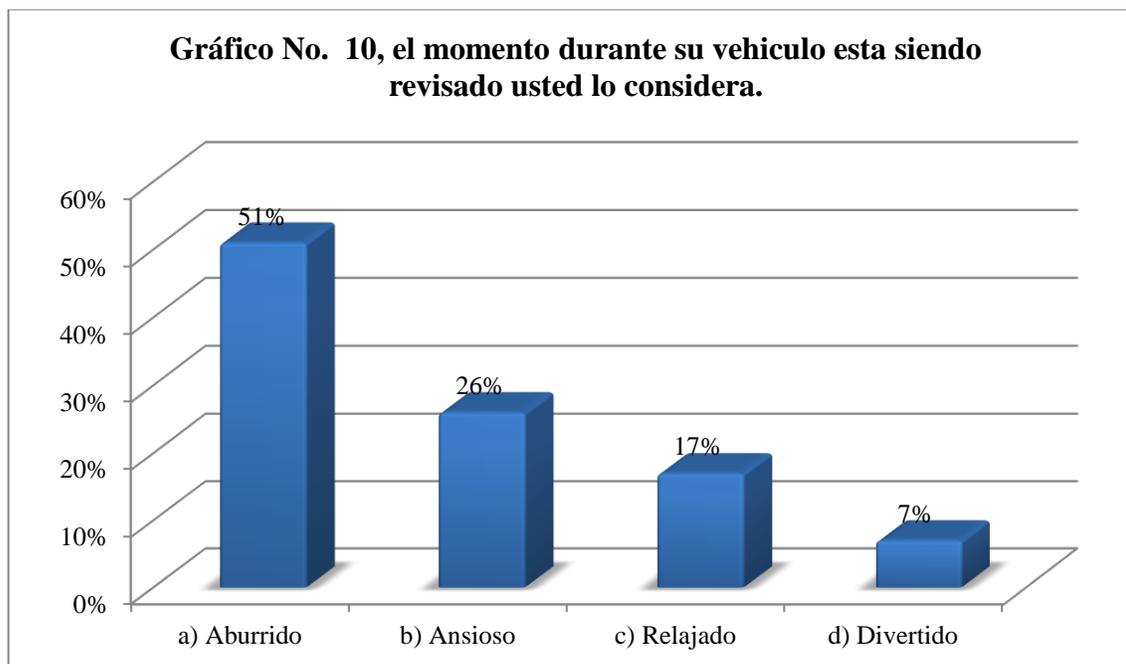
Fuente: Tabla 9

**Tabla 10, el momento durante su vehículo está siendo revisado usted lo considera**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Aburrido	195	51 %
b) Ansioso	100	26%
c) Relajado	65	17%
d) Divertido	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 195 personas para un 51% considera aburrido el tiempo durante su vehículo está siendo revisado, mientras 100 personas, para un 26% considera este tiempo como ansioso, 65 personas para un 17% lo considera relajado y 27 personas para un 7% indicó que lo encuentra divertido.



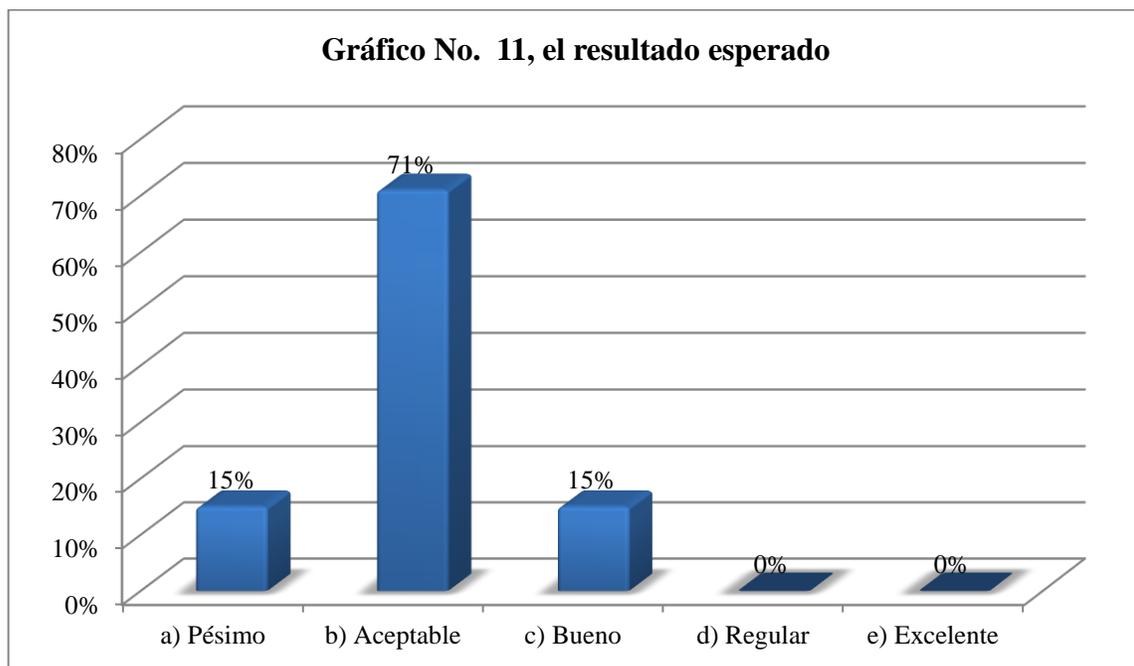
Fuente: Tabla 10

**Tabla 11, El resultado esperado**

Respuestas	Fr.	%
a) Pésimo	57	15%
b) Aceptable	272	71%
c) Bueno	57	15%
d) Regular	0	0%
e) Excelente	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados el nivel de satisfacción en cuanto a los resultados obtenidos, 57 personas para un 15% lo califica como pésimo los resultados obtenidos, 272 personas para un 71% indicó que los resultados son aceptables, y mientras 57 personas para un 15% dijo que los resultados son buenos.



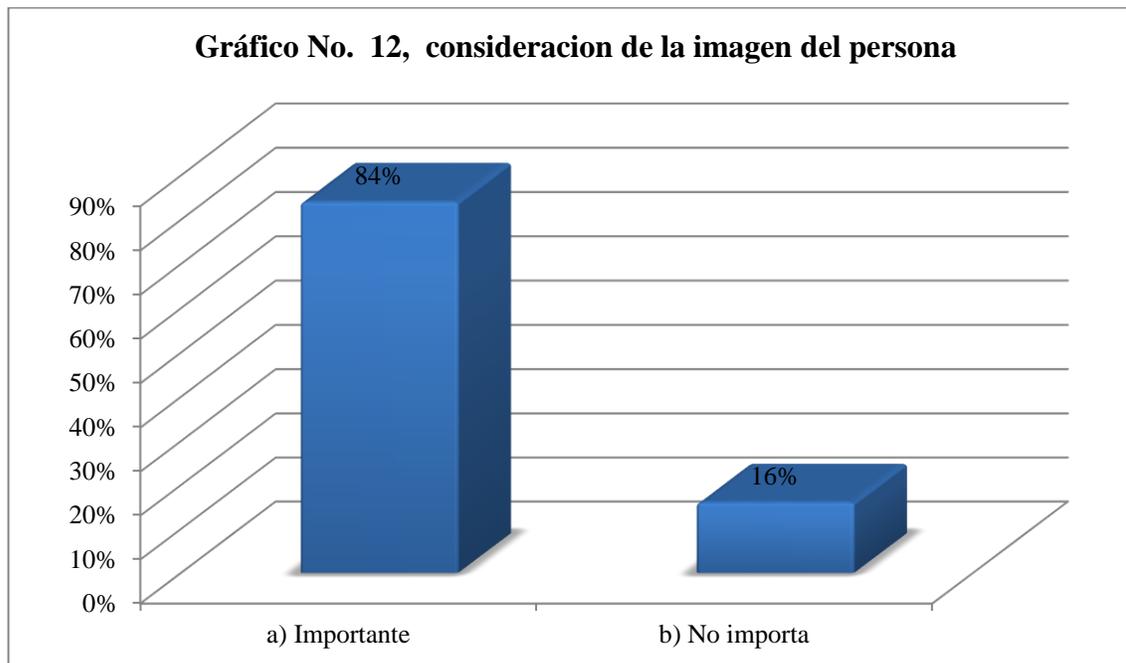
Fuente: Tabla 11

**Tabla 12, Consideración de la imagen del personal que revisa su vehículo**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Importante	322	84%
b) No importa	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 322 personas para un 84% de los consultados considera que la imagen de la persona que revisa su vehículo es importante, sin embargo 61 personas para un 16% dijo que la imagen de la persona que lava su vehículo no es importante



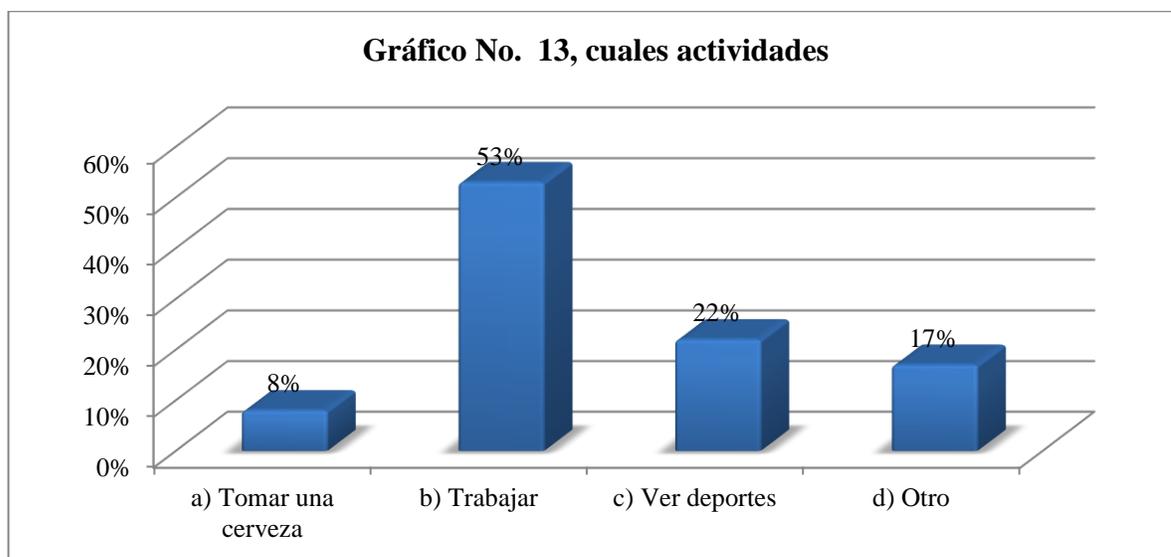
**Fuente:** Tabla 12

**Tabla 13, Cuales actividades te gustaría realizar mientras le hacen la revisión de su vehículo**

Respuestas	Fr.	%
a) Tomar una cerveza	31	8%
b) Trabajar	203	53%
c) Ver deportes	84	22%
d) Otro	65	17%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, dice que mientras se revisa el vehículo, 31 personas para un 8% dijo que le gustaría tomar cerveza, mientras que 203 personas para un 53% dijo que le gustaría trabajar mientras su vehículo es lavado, 84 personas para un 22% expresó que le gustaría ver deportes y 65 personas para un 17% indicó otras actividades no descritas.



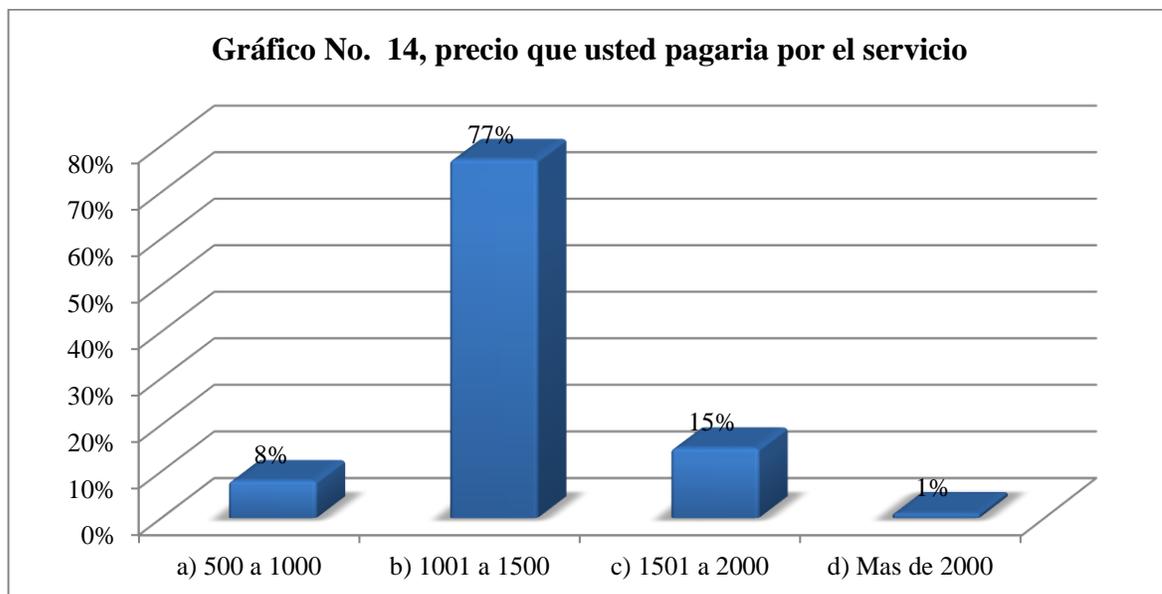
Fuente: Tabla 13

**Tabla 14, Precio usted pagarías por el servicio**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) 500 a 1000	31	8%
b) 1001 a 1500	295	77%
c) 1501 a 2000	57	15%
d) Mas de 2000	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, el precio que los consultados dijeron pagarían por el servicio de revisado de su vehículo a domicilio con la característica de ahorro de agua es de 500 a 1000 pesos, 31 personas para un 8% de los casos, para 295 personas para un 77% indicó que pagaría de 1001 a 1500, sin embargo 57 personas para un 15% expresó que pagaría de 1501 a 2000 y mientras 4 personas para un 1% dijo que pagaría más de 2000 pesos por el servicio.



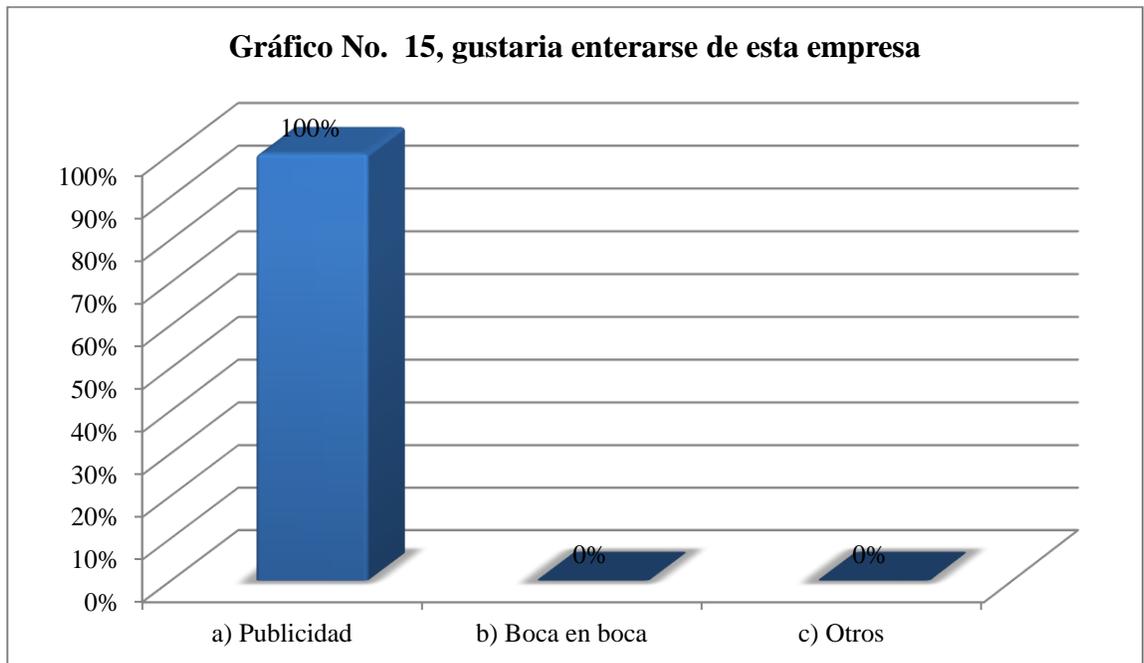
Fuente: Tabla 14

**Tabla 15, Gustaría enterarse de esta empresa**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
a) Publicidad	383	100%
b) Boca en boca	0	0%
c) Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, 383 personas para un 100% indicó que le gustaría enterarse de la empresa, mediante una propuesta de publicidad.



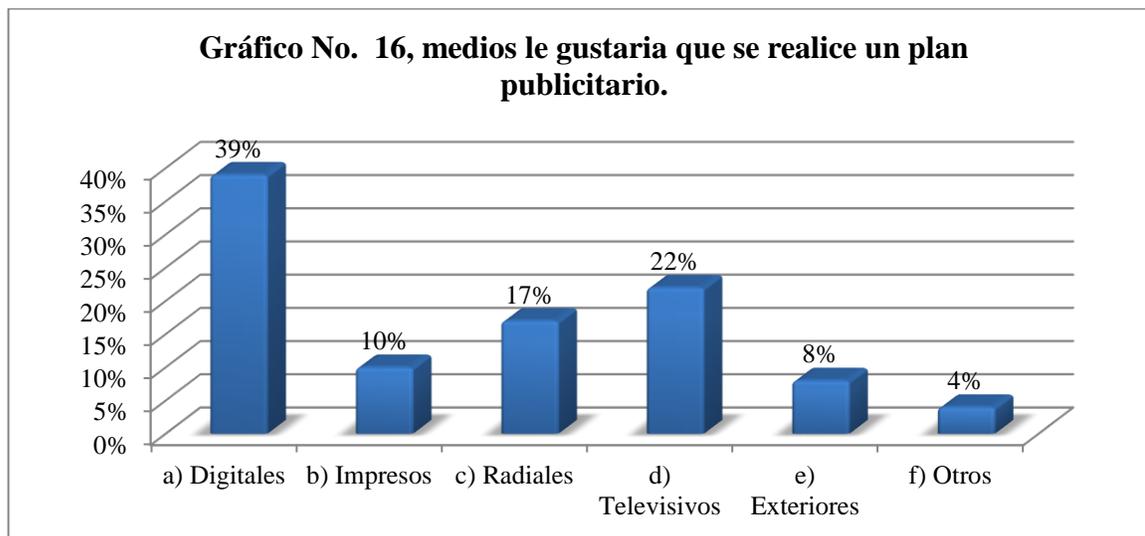
Fuente: Tabla 15

**Tabla 16, Medios le gustaría que se realice un plan publicitario**

Respuestas	Fr.	%
a) Digitales	149	39%
b) Impresos	38	10%
c) Radiales	65	17%
d) Televisivos	84	22%
e) Exteriores	31	8%
f) Otros	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, los medios publicitarios que prefieren para dar a conocer los servicios son, 149 personas para un 39% prefiere los medios digitales, 38 personas para un 10% prefiere los medios impresos, 65 personas para un 17% prefiere los medios radiales, 84 personas para un 22% dijo los medios televisivos y 31 personas para un 8% los medios exteriores, solo 15 personas para un 4% contestó otros medios no descritos.



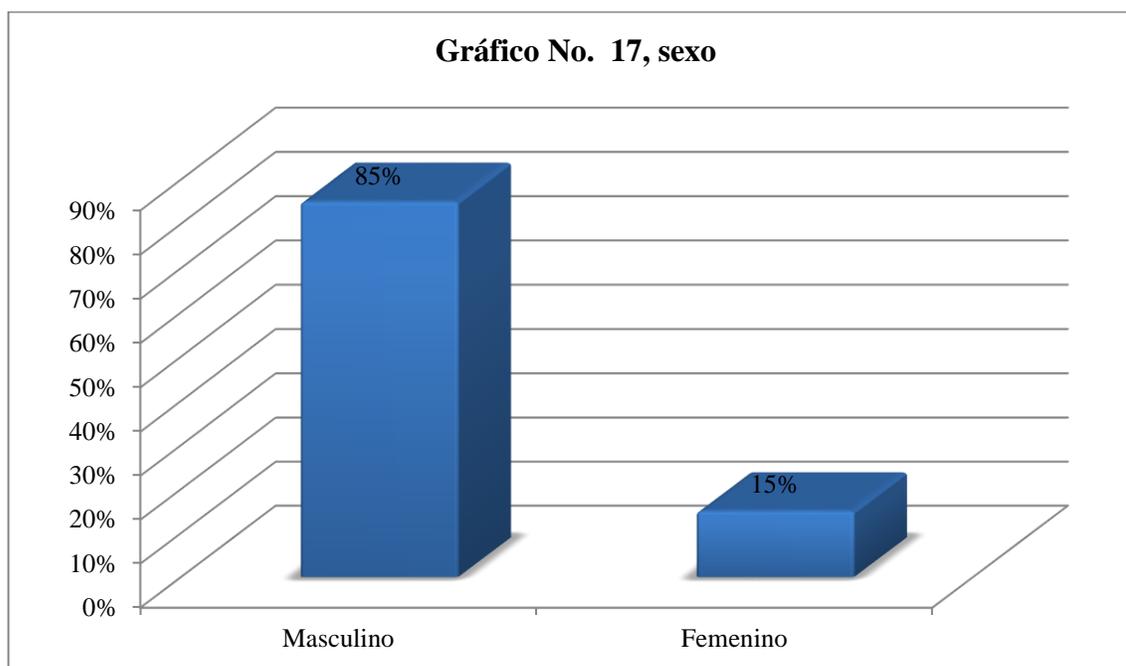
Fuente: Tabla 16

**Tabla 17, Sexo**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
Masculino	326	85%
Femenino	57	15%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados demuestra que 326 personas para un 85% es de sexo masculino y 57 personas para un 15% de sexo femenino.



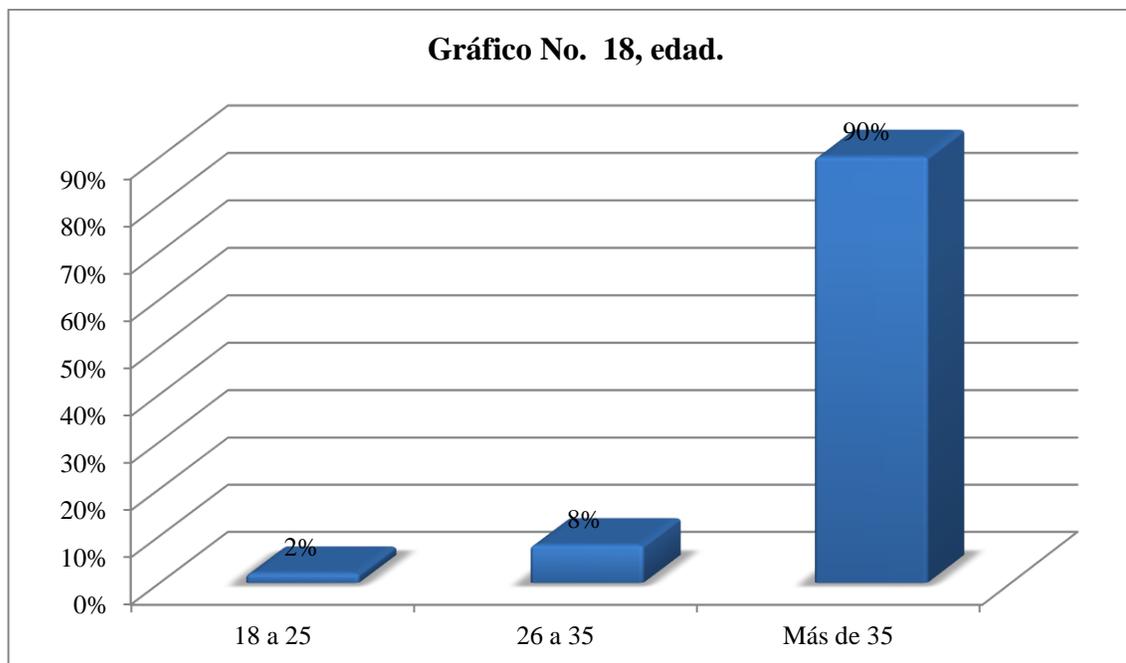
Fuente: Tabla 17

**Tabla 18, Edad**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
18 a 25	8	2%
26 a 35	31	8%
Más de 35	345	90%

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383 encuestados, que la edad está comprendida de 8 personas para un 2% entre los que tienen de 18 a 25 años, 31 personas para un 8% indicó que tiene de 26 a 35 años de edad, mientras 345 personas para un 90% que es el mayor porcentaje indicó que tiene más de 35 años.



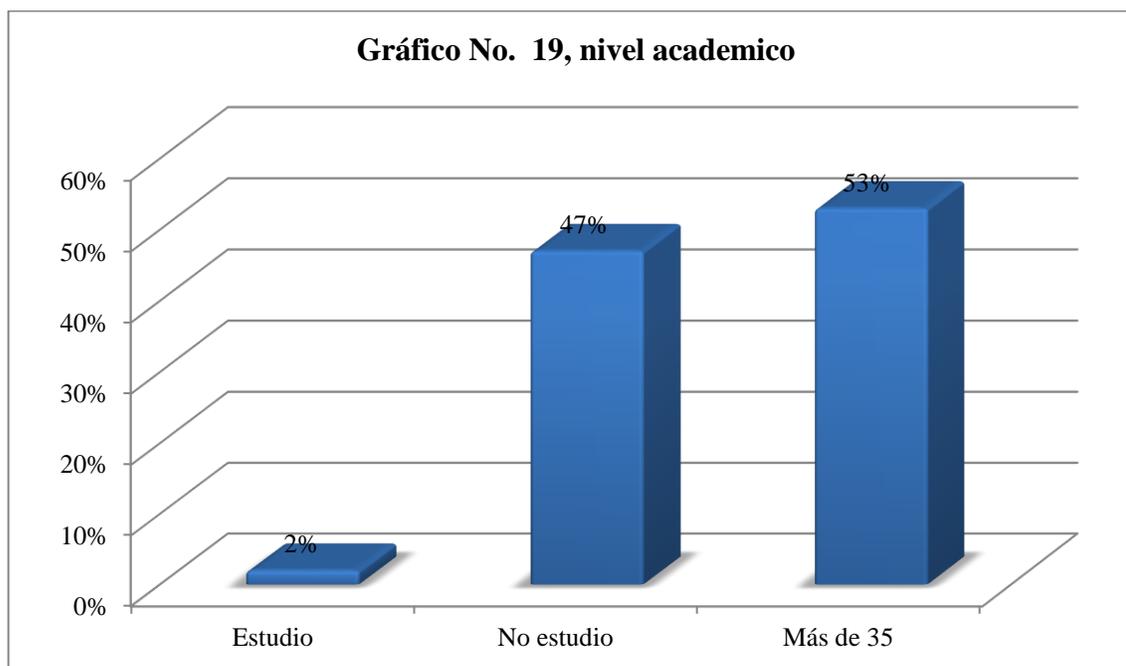
Fuente: Tabla 18

**Tabla 19, Nivel académico**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
Estudio Universitarios	180	47%
No estudia	203	53%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

Según el estudio de los 383 encuestados, 180 personas para un 47% de los encuestados estudia a nivel universitario, mientras que 203 personas para un 53% expresó que no estudia.



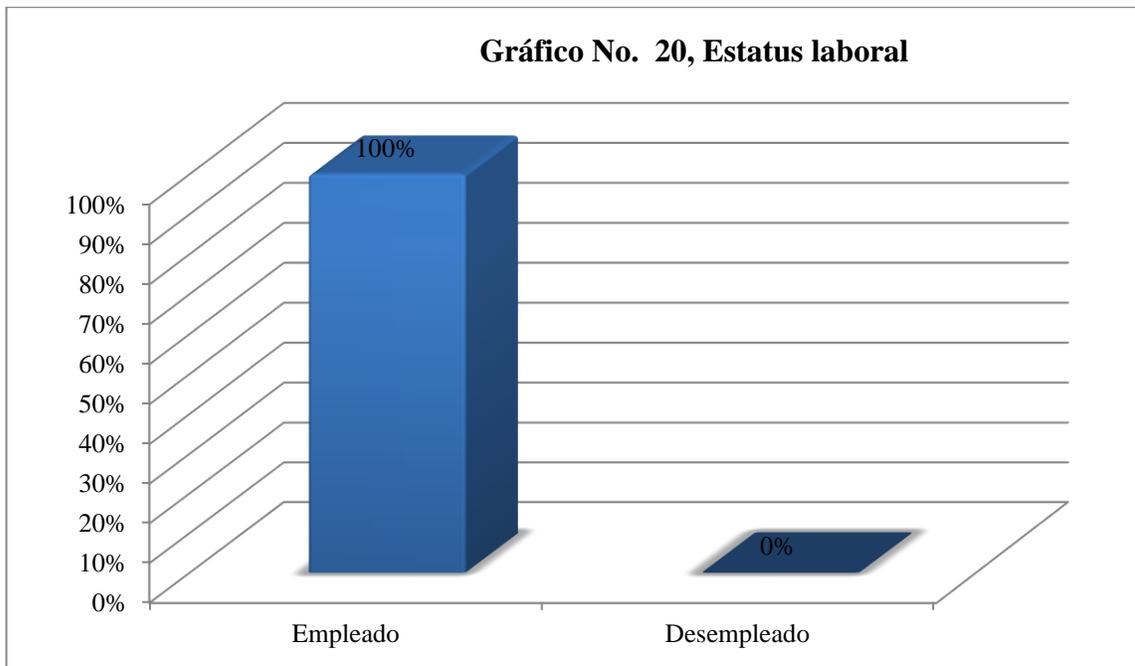
Fuente: Tabla 19

**Tabla 20, Estatus laboral**

<b>Respuestas</b>	<b>Fr.</b>	<b>%</b>
Empleado	383	100%
Desempleado	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: 383 encuesta aplicada en Santo Domingo Este, julio 2018

De los 383, encuestados, sobre su estatus laboral actual, 383 personas para un 100% indicó que es empleado.



Fuente: Tabla 20

## 2.8.4 Análisis de los resultados

La frecuencia de tiempo con que los encuestados les dan mantenimiento a sus vehículos es en el 93% de los casos semanal, un 6% expresó que le da mantenimiento quincenal y el 1% dijo que mensual, otro 1% indicó que otros.

En relación al lugar, el 100% de los encuestados indicó que le da mantenimiento su vehículo en un lugar especial. Los servicios utilizados con frecuencia, el 57% indicó que lavado general, otro 8% expresó que utiliza solo el enjuague, un 25% dijo que frecuenta utilizar los combos y el 10% lavado de interior, solo el 1% dijo que utiliza otros servicios adicionales.

El 83% indicó que le gustaría el lavado a domicilio en relación a cuáles servicios adicionales le gustaría que le ofrezca el lugar que normalmente lava su vehículo, otro 10% indicó que le gustaría reparación mecánica ligera, reparación eléctrica y reparación de chapa/pintura.

Un 80% de los consultados indicó que ha tenido inconvenientes donde frecuenta lavar su vehículo, otro 20% dijo que no ha tenido inconvenientes.

El mercado meta del taller son todas las personas que tienen vehículo, residentes en Santo Domingo Este, de 18 años en adelante. El 80% de los encuestados tiene como vehículo un carro mientras que el 20% dijo que tiene una jeepeta. Este taller será posicionado como único taller de preferencia en esta zona, que ofrece servicios de reparación de vehículos, venta de repuesto y estética vehicular.

Sobre el tipo de inconvenientes que han tenido los consultados, el 10% expresó que ha tenido inconvenientes con el tiempo de espera, otro 12% dijo que ha tenido inconvenientes con el tiempo de lavado, mientras que un dato que resalta es que el 94% indicó que su mayor inconveniente ha sido con la forma de lavado y el 9% dijo que ha sido con el trato ofrecido.

Mientras se revisa el vehículo, el 8% dijo que le gustaría tomar cerveza, mientras que el 53% dijo que le gustaría trabajar mientras su vehículo es lavado, otro 22% expresó que le gustaría ver deportes y el 17% indicó otras actividades no descritas.

Según el estudio, el 47% de los encuestados estudia a nivel universitario, mientras que el 53% expresó que no estudia. Sobre su estatus laboral actual, el 100% indicó que es empleado.

## **CAPÍTULO III: ORGANIZACIÓN PROYECTO**

El proyecto de implementación se desarrollará bajo el modelo de negocio de una empresa que se ubicará en la Autopista San Isidro de la provincia de Santo Domingo Este, y se dedicará al servicio automotriz, de forma rápida y sencilla, eliminando el gasto excesivo en los clientes de tener que trasladarse a lugares más lejos de donde viven, aquí se presentarán los objetivos, estrategias y tácticas que se implantarán para el desarrollo del plan.

### **3.1. Cultura organizacional de la empresa**

Teniendo en cuenta la gran cantidad de automotores de las diferentes empresas de transporte de pasajeros que circulan por Santo Domingo Este, República Dominicana y debido a la poca cantidad de talleres dedicados al servicio de mantenimiento de servicios automotriz en vehículos que existan en la zona ubicada de Santo Domingo que no son suficientes para atender la demanda total de este servicio de mantenimiento en esta clase de automotores.

Se quiere crear un taller de mantenimiento ubicado en Santo Domingo que preste los servicios de mantenimiento preventivo y correctivo de servicios automotriz en automotores de transporte de pasajero.

Dada la necesidad que tiene el sector del transporte de pasajeros de contar con talleres calificados de mantenimiento preventivo y correctivo de servicios automotriz y teniendo en cuenta la facilidad que ofrece la República Dominicana, por tener grandes áreas donde se pueden ubicar dichos talleres operarios de mantenimiento preventivo y correctivo, ha sido la base principal para la creación de un taller de mantenimiento preventivo y correctivo para motores diesel de vehículos de pasajeros, que sirva como modelo para grandes complejos automotrices.

Además del mantenimiento preventivo y correctivo, este taller estará orientado a realizar instalaciones apropiadas, tecnología de punta, equipo para el diagnóstico, reparación de los sistemas componentes de los motores diesel, así como, contará con un personal técnico profesional altamente calificado y entrenado.

Los servicios automotrices requieren de mantenimiento si han de funcionar como se espera. Como referencia se tomarán servicios automotrices de alta y media velocidad que usan combustible 1-D o 2-D.

Los servicios automotrices pueden quemar una amplia gama de combustible, dependiendo de su diseño. Los combustibles específicamente para uso en servicios automotriz se denominan normalmente como número 1 (ASTM D975 No. 1D) y número 2 (ASTM D975 No. 2D). Los motores más grandes también vienen equipados con sistemas de combustible pesados. Sin importar la clasificación, hay ciertas propiedades del combustible que son importantes para el usuario del motor.

Durante la vida de un motor, el combustible representa el 75% del total de los costos de operación. Más aún, si la calidad del combustible no se mantiene, puede causar fallas prematuras o un funcionamiento disminuido. Son muchas las veces que se pasan por alto las condiciones del combustible cuando hablamos de mantenimiento, por esta razón te recomendamos tomar provisiones antes de presentarse cualquier tipo de fallas relacionadas con el motor diésel.

Para establecer un presupuesto correcto, se va a determinar el monto de los gastos generales que van a ser los siguientes:

- Costo de las herramientas.
- Costo de los alquileres, apertura, impuestos y varios.
- Costo de acondicionamiento del local.
- Costo de las herramientas

Anteriormente se ha desglosado las herramientas necesarias para el taller, solamente hay que sumar precio total de todas las herramientas, con su posible descuento. Este es el momento de tratar las condiciones de pago de las mismas. Para garantizar la adquisición de las herramientas al mejor precio, se planifica visitar a varios proveedores para contrastar las diferencias de precio y calidades.

En la compra de aparatos muy costosos, tratará directamente con el representante de una marca concreta, lo que permite unas mejores condiciones de adquisición, descuentos, garantía, mantenimiento, servicio, pago, entre otros. Costes de los alquileres, apertura, impuestos y otros

Los gastos representan una parte muy importante de este capítulo, algunos de estos pagos pueden ser mensuales, otros solo en la instalación.

El gasto de alquiler figurará en la contabilidad como un gasto más al que se debe hacer frente con los beneficios brutos. Debido que el local será alquilado, conviene tener en cuenta el costo de los contratos, así como los meses de depósito (que exige la ley).

Los impuestos de apertura se tendrán en cuenta, pues hay que pagarlos al abrir el taller. Se necesitará un permiso permanente que hay que pedir al ayuntamiento con una solicitud estándar, igual que la que se va a presentar. La constitución de la sociedad donde deben quedar muy claras las condiciones, aportaciones, solo por constituirla ya representa un desembolso. Porque de ella se va a encargar un abogado especialista en Derecho Administrativo, hay que añadir por tanto sus honorarios, así como los de la notaría.

Se va a disponer de un seguro, puesto que en el taller podemos tener varios vehículos y si ocurre algún percance el precio de todos ellos puede ser

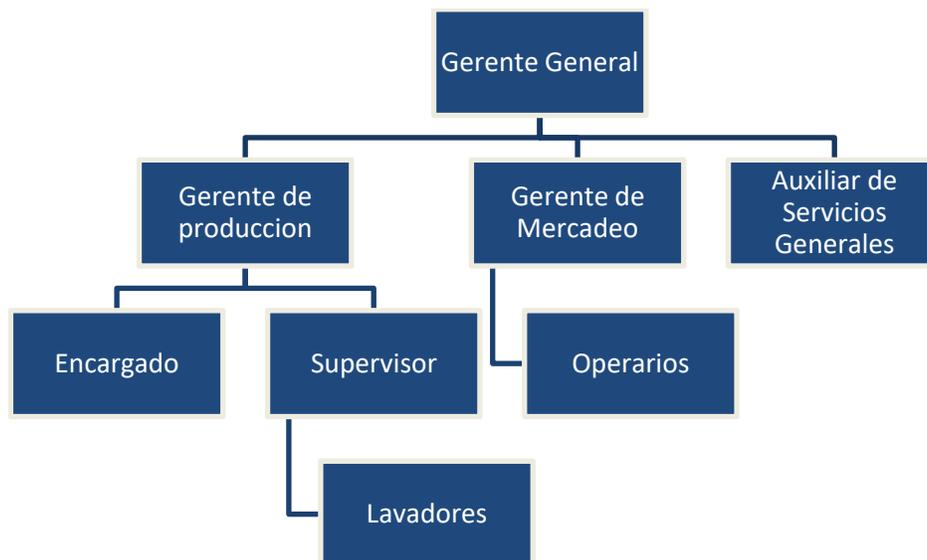
enorme. Dentro de Gastos varios se incluyen una serie de gestiones que llevarán consigo un desembolso que se va a añadir, son, por ejemplo: contratación de los servicios de electricidad, agua, teléfono, trabajos de imprenta (publicidad, tarjetas, facturas).

También se añadirá los suministros iniciales que necesitamos para poner en marcha el taller y el mobiliario de oficina (papelería, ordenador, impresora, fax).

### 3.2 Organización de la empresa

La organización de la empresa es como se describe en los siguientes puntos:

#### 3.2.1. Organigrama



**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

#### 3.2.2 Descripción de puestos

Nombre del Cargo: Administrador

Perfil:

- Hombre o Mujer con título de Administración de Empresas, Licenciatura en Mercadeo, o afines.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.
- Conocimientos generales de contabilidad y/o mercadeo.

Requisitos:

- Buena presentación personal.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Actitud de servicio.

Funciones:

- Controlar las actividades y funciones de cada colaborador que opere bajo su cargo.
- Velar por el inventario de los insumos y hacer entrega de estos al encargado de operaciones de acuerdo a los requerimientos.
- Establecer relaciones comerciales con los proveedores.
- Participar en el proceso de inducción y entrenamiento de los operarios.
- Controlar el manejo de la maquinaria y equipos para garantizar su buen funcionamiento.
- Supervisar la calidad del servicio que se está prestando a los clientes.
- Asegurar el correcto y adecuado funcionamiento de todas las áreas de los servicios automotriz.
- Preparar y presentar los informes de gestión ante la gerencia.
- Ejecutar las estrategias comerciales y de mercadeo establecidas por los socios.
- Gestionar los gastos de los insumos a los operarios.
- Asegurar el cumplimiento de las expectativas de los clientes.,
- Establecer y mantener relaciones cordiales con los clientes.
- Hacer seguimiento de la base de datos de los clientes.

- Estar atento del pago de deudas y compromisos de las obligaciones financieras, tributarias y de proveedores.
- Dar solución a las quejas y reclamos.

Nombre del Cargo: Jefe de Operaciones

Perfil:

- Título técnico o afines
- Experiencia mínima de un año en cargo similar.

Requisitos:

- Título de técnico.
- Experiencia mínima de un año en un cargo similar.
- Actitud de servicio.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Buena presentación personal.

Funciones:

- Diseñar las atenciones a domicilio.
- Ofrecer amabilidad y garantía en los servicios prestados en el auto lavado.
- Entrenar al personal técnico sobre los procedimientos del lavado a domicilio.
- Controlar las actividades y funciones de cada operario.
- Inspeccionar el trabajo realizado a cada vehículo.
- Informar oportunamente a la administración cualquier eventualidad o novedad que se presente en el ejercicio de las funciones de los operarios.
- Velar por el uso eficiente de los recursos y elementos suministrados para el desempeño de la actividad de los operarios.
- Hacer entrega a cada operario de los insumos necesarios para el cumplimiento de su trabajo.

- Estar atento al mantenimiento, orden y aseo de los equipos de lavado.
- Vigilar el uso correcto de las maquinarias y equipos.
- Dar inducción y entrenamiento a los operarios.
- Asignar de manera equitativa los turnos a los operarios.

Nombre del Cargo: secretaria

Perfil:

- Certificado de preparación
- Conocimientos en sistemas.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Requisitos:

- Título técnico y conocimientos contables de sistemas.
- Experiencia de dos años en cargos similares.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Buena presentación personal.
- Actitud de servicio.

Funciones:

- Atender las llamadas telefónicas llevando un registro detallado de las mismas y comunicarlas oportunamente a quien corresponda.
- Estar atenta a las solicitudes hechas por los clientes a través de la página web.
- Organizar el archivo de la empresa de acuerdo a las indicaciones de la administración.
- Elaborar cheques, recibos de caja, facturas y demás documentos necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- Ingresar los datos de los clientes a la Base de Datos para su posterior seguimiento.
- Llevar los Libros de Acta de la empresa.

- Conocer ampliamente los servicios que ofrece la empresa para poder comunicarlos a los clientes en caso de que se requiera.
- Responsable del recaudo originado por los servicios prestados.
- Llevar un registro de las quejas y reclamos hechas por los clientes.
- Conocer ampliamente los servicios que ofrece la empresa para poder comunicarlo a los clientes en caso de que se requiera.
- Responsable del recaudo originado por los servicios prestados.
- Llevar un registro de las quejas y reclamos hechas por los clientes.

Nombre Cargo: Auxiliar de Servicios Generales

Perfil:

- Estudios medios y/o superiores

Requisitos:

- Mujer.
- Actitud de servicio.

Funciones:

- Recibir al cliente de forma amable y cordial en la sala de espera.
- Mantener en perfecto estado de aseo las maquinarias y oficinas.
- Colaborar en labores operativas como traslado de documentos, materiales en el interior y exterior de la empresa y mensajería el tiempo lo permita.
- Conocer ampliamente los servicios que ofrece la empresa para poder comunicarlo a los clientes en caso de que se requiera.
- Las demás funciones inherentes o asignadas por la administración.

Nombre del Cargo: Operario

Perfil:

- Estudios medios o superiores.

- Experiencia de seis meses en el cargo.

Requisitos:

- Hombre.
- Actitud de servicio.

Funciones:

- Realizar el servicio escogido por el cliente.
- Hacer uso racional para controlar el gasto de los insumos y elementos que le son entregados.
- Colaborar en la organización y aseo del auto lavado.
- Dar buen trato a los vehículos bajo su cargo.
- Las demás funciones inherentes o asignadas por la administración.

Nombre del Cargo: Contador

Perfil:

- Contador Titulado.
- Experiencia mínima de un año. Se solicitará el servicio de un contador independiente para llevar a cabo la contabilidad de la empresa.

### **3.2.3 Producción del Taller**

En este taller de 5 electromecánicos, va a ser posible de realizar la reparación de unos 15 vehículos diarios, gracias a las medidas mencionada anteriormente. Sabiendo, por supuesto, que, durante un día laboral, se podría trabajar entre 40 y 45 horas de las cuales se puede facturar por lo menos 42.

Iluminación:

Para facilitar un buen trabajo, y evitar pequeñas tardanzas, es necesario que cada empleado pueda ver lo que está haciendo, no importa si en uno que se encuentra en la oficina, o en la zona de reparación. Uno de los factores que

intervienen mucho en esto es la iluminación. Ella es muy importante para el buen desarrollo del trabajo que se hace dentro del taller, ya que reduce el riesgo de accidentes, lo que aumenta la seguridad del personal, de los vehículos que están siendo reparados, y también la de los equipos, lo que, de este modo, significa un ahorro económico.

Para evitar zonas de sombra, la iluminación va a ser uniforme. Aprovechar de la luz solar a primera vista parece muy económico, pero depender de la luz solar no es adecuado, ya que conlleva un aumento de la temperatura, debemos considerar este aspecto en verano pues el ambiente muy caluroso contribuye a la fatiga. Y esto podría aumentar también la necesidad de bajar la temperatura en ciertas partes del taller. Pero el costo de inversión en la luz artificial es muchísimo más bajo que el que se haría en acondicionar el aire.

Si bien se prefiere la luz natural, y es más económica, esta suele ser muy irregular en su intensidad según las horas, estado atmosférico, por esta razón muchas veces es mejor la luz artificial, sobretodo, tratándose de un taller como el descrito en un núcleo urbano, difícilmente la luz natural podrá cumplir con las necesidades del local, y debemos recurrir a la artificial.

Ventilación:

La ventilación es un factor sumamente importante en un taller mecánico, ya que se encuentran motores en marcha y los productos volátiles que se utilizan (diesel,) y otros materiales es fácil que el ambiente del local se enrarezca, además los gases de escape pueden ser muy venenosos (en especial el CO) y resulta siempre perjudicial para los operarios que trabajan en ella. Debemos ventilar el local de manera que haya una corriente de aire permanente que arrastre al exterior los gases nocivos, esto es lo que constituye la ventilación del local.

En general se efectúa de forma natural a través de ventanas abiertas a los lados del local, pero en el caso de este taller, este método no será posible, por el

hecho de que está situado en una zona de gran concentración se hace necesario la ventilación artificial por medio de potentes ventiladores eléctricos situados en huecos al efecto.

La ventilación se va a efectuar de dos formas:

- Extrayendo el aire - Adecuado para todos aquellos procesos en los que se crean gases que hay que eliminar.
- Introduciendo el aire - Para renovar el aire viciado, adecuado por ejemplo en las oficinas.
- Otros factores

Otros factores muy importantes que se tiene en cuenta son:

La insonorización: en el taller, se va a reparar equipos pesados metálicos, lo que va a producir mucho ruido. Para evitar que este ruido moleste a los demás en la zona donde está localizado el taller, se va a utilizar el vidrio acústico es un vidrio compuesto en el exterior por un vidrio laminado de dos láminas unidas entre sí por una capa de plástico (PVB) diseñada para reforzar el aislamiento acústico, una cámara de aire, y un segundo vidrio interior, que puede ser un vidrio simple (transparente o mateado al ácido para preservar la intimidad) o un vidrio también laminado con función de aislamiento térmico, control solar, baja visibilidad o de seguridad.

El aislamiento acústico del vidrio depende básicamente del espesor del vidrio. Cuanto más espesor tenga el vidrio, más pesado será y por lo tanto proporcionará mayor aislamiento acústico. Se va a utilizar un vidrio de capacidad 80 dB que tiene la capacidad de reducir los ruidos provocados por un tráfico intenso.

Se cuenta respectivamente con las compañías CAASD y Edeeste en cuanto a la aprovisiono de agua y de electricidad. A parte de la ventilación, se va

a acondicionar el aire también para asegurar que la temperatura dentro del taller se encuentra alrededor de los 15 y 20C.

Equipos:

Los equipos mínimos que se va a tener en el taller:

- Útiles y herramientas de equipo motor, caja de cambios, dirección, ejes, ruedas y frenos.
- Dispositivo para medida de la presión de la compresión.
- Prensa hidráulica de 10 toneladas.
- Grúa, o aparato de elevación, de hasta 1.000 Kilogramos.
- Cuentarrevoluciones de hasta 10.000 r.p.m.
- Taladro portátil de hasta 10mm de diámetro.
- Foso o elevador adecuado.
- Gato hidráulico sobre carrillo.

#### **3.2.4 Bancos de Trabajo y Carrillos de Transporte**

Juego de útiles, herramientas manuales y material complementario: aceiteras, alicates, arcos de sierra, cinta métrica, compases, corta alambre, cortafríos, destornilladores, equipos para roscar, escofinas, escuadras, juegos de llaves: hexagonales, de estrella, articuladas, acodadas, de vaso; limas planas, de media caña, redondas; martillos, mordazas, niveles, rasquetas, reglas, tijeras curvas y rectas.

Estos son los requisitos mínimos que, por supuesto pueden ampliarse, y que en general deberá mejorarse para ofrecer un servicio competitivo con otros talleres y de calidad.

Los datos concretos más importantes que se necesitara para la creación de un pequeño presupuesto serán:

- Importancia y volumen de las inversiones que va a ser necesario realizar para conseguir los fines previstos.
- Estudio de los sistemas de financiación a los que puede recurrirse para obtener el dinero necesario.
- Rendimiento necesario mínimo que ha de proporcionar el taller para dar unos beneficios que están de acuerdo con la inversión, es decir que se hallen por encima de lo que el mismo dinero daría en inversiones bancarias habituales.

### 3.2.5 Acondicionamiento del Local:

Es una fuente de importantes costos, lo ideal sería tener que realizar la menor cantidad posible de gastos en este apartado. Pero algunos serán inevitables sobre todo que el local no ha sido utilizado anteriormente como taller:

Fosos, instalación de aire comprimido, extracción de humos, iluminación, letreros, pintura, portones de entrada. Formalización del presupuesto de inversiones. Una vez considerados todos los gastos y recogidos todos los presupuestos pasamos ahora a sumarlos para ver si concuerda con nuestras previsiones y posibilidades.

<b>Detalle</b>	<b>Costo total de inversion</b>
Presupuesto herramientas necesarias	\$ 1,440,000.00
Presupuesto máquinas necesarias	\$ 1,160,000.00
Alquiler (contrato y depósito)	\$ 480,000.00
Presupuesto acondicionamiento local	\$ 400,000.00
<b>Total</b>	<b>\$ 3,480,000.00</b>

Fuente: Anexo 2

Si la cifra obtenida entra dentro de los planes es el momento de comenzar, sino, se va a reconsiderar alguno de los gastos previstos, pero siendo conscientes de que seguramente ese gasto habrá que acabar por realizarlo antes o después, ya que en un principio fue considerado necesario para el taller.

Pero ahora se debe tener en cuenta otra cosa y es la posibilidad de haberse olvidado de algo, y en especial las importantes desviaciones que puede sufrir el presupuesto en el capítulo de acondicionamiento del local por los añadidos “fuera de presupuesto” que aparecen en los trabajos de ejecución de las obras aprovechando la circunstancia de que los albañiles ya están trabajando en el local. U olvidos como hacer la puerta más ancha, colocar un polipasto o unos ganchos en el techo, el desnivel del lavado, en definitiva, olvidos corrientes que no se han tenido en cuenta.

Se puede decir que subirá un 20% más de lo presupuestado si hemos hecho el presupuesto con precaución y atención. Así que al monto total debemos añadir el 20% del presupuesto del acondicionamiento del local, como reserva de imprevistos.

Obtención del dinero

Básicamente las fuentes de financiación pueden ser cuatro:

- Entidades bancarias.
- Créditos directos de los proveedores.
- Asociación con socio capitalista.
- Otros sistemas.

### **3.2.5 Entidades bancarias**

Se trata de pedir un crédito del banco, es un sistema suficientemente conocido, para ello se necesita un aval, y además es necesario reembolsar el dinero en cómodas mensualidades, pero con intereses generalmente altos. El mayor problema en estos casos para por la obtención de un aval, este puede ser propiedades, depósitos a plazo fijo en el propio banco.

En este sentido algunos bancos disponen de unos créditos llamados “de inicio profesional” que si bien son de escasa cuantía ofrecen mayores facilidades que los tradicionales. Además, muchos bancos tienen variedad de tipos de créditos en función del uso que se le vaya a dar al dinero.

Otra opción que se ofrece es que si se presentan problemas para dar un aval al banco se puede recurrir a las Sociedades de Garantía Recíprocas. Se puede acudir también a las Cajas de ahorro, que suelen ofrecer mejores condiciones y además suelen tener créditos especiales para estas situaciones. En general para la obtención de un crédito necesitaremos una o varias de las siguientes cosas:

- Las escrituras de nuestras fincas.
- La firma de uno o varios avaladores que tengan gran solvencia.
- Memoria del negocio y presupuesto del material a adquirir.
- El aval de una Sociedad de Garantías Recíprocas.
- Créditos directos de los proveedores

Es un crédito más fácil de lograr, consiste en pagar parte de las herramientas en el momento de su adquisición y el resto en plazo más los intereses, pero que es más rentable y fácil de obtener que un crédito bancario.

Existen varios tipos de financiación, aplazamientos, ayudas a talleres que comienzan, y además el leasing que consiste básicamente en un alquiler con opción final de compra.

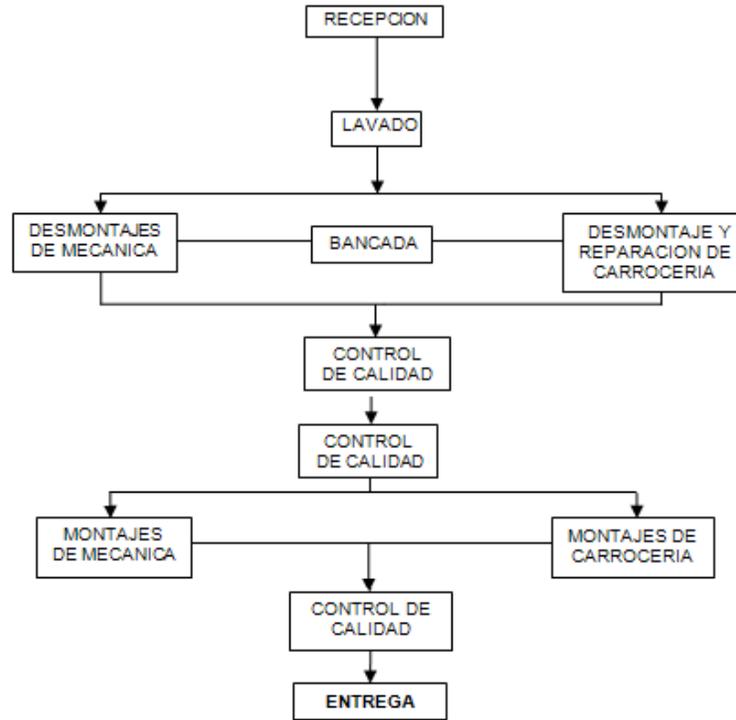
### **3.2.6 Plan Operacional:**

Se ha establecido flujos correspondientes a las operaciones de Mantenimiento Mecánico para Servicios automotriz que ofrecemos, abarcando desde que el cliente coloca la orden hasta que se le entrega y el mismo recibe conforme el servicio. Los servicios que ofrecemos son los siguientes:

- **Mantenimiento Correctivo:** este servicio incluye evaluación diagnóstica y evaluación del problema, acciones a tomar para la resolución y evitar incidencia.
- **Mantenimiento Preventivo:** Este servicio incluye verificación del estatus de los equipos y maquinarias, desarrollo de planes de mantenimiento y auditorias periódicas que protejan y mejoren el estado de los equipos.

Se establecerá conexión con el cliente mediante plataforma virtual, a través ésta el cliente podrá estar al tanto de los avances correspondiente a su servicio, así como también de los hallazgos y reporte final del mismo. El proyecto constará con fases de crecimiento para el desarrollo de la empresa, mediante estas se pretende desarrollar de forma coherente y sistematizada los requerimientos necesarios de la misma, para así tener la capacidad instalada para poder brindar servicios de calidad.

### 3.2.7 Flujo de Operación



**Fuente: Elaboración propia Imagen 3-1: Diagrama de Flujo Operacional**

En la primera fase de desarrollo la empresa constará cuatro posiciones principales, tal y como se describe en el diagrama funcional anterior. Se contratarán con cuatro técnicos, un jefe de los técnicos y un administrador. La empresa activa sus procesos con una necesidad de servicio de parte del cliente, esta necesidad llega al personal administrativo quien rectifica que tipo de servicio requiere el cliente y emite una orden de mantenimiento al jefe de los técnicos. Por otro lado, el jefe de los técnicos se dirige a las instalaciones del cliente para evaluar y presupuestar, luego de aprobado el presupuesto y teniendo clara la especificación y requerimientos del cliente, éste emite una orden a los técnicos, quienes son los responsables de la realización del mantenimiento.

### 3.2.8 Balance de nomina

El costo de mano de obra del personal se considera uno los principales gastos de los costos de operación de un proyecto. La importancia relativa que este tenga dentro de la empresa dependerá del grado de automatización del proceso productivo, de la especialización del personal requerido, de la situación del mercado laboral y de las leyes laborales.

#### Balance de Nomina

<b>Cargo</b>	<b>Numero de puesto</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Salario Anual</b>	<b>Total</b>
Gerente tecnico	1	\$ 60,000.00	\$ 720,000.00	\$ 720,000.00
Auxiliar Contable	1	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00	\$ 216,000.00
Jefe Administrativo	1	\$ 40,000.00	\$ 480,000.00	\$ 480,000.00
Jefe tecnico	1	\$ 40,000.00	\$ 480,000.00	\$ 480,000.00
Mecanicos	3	\$ 25,000.00	\$ 300,000.00	\$ 900,000.00
Electricistas	3	\$ 23,000.00	\$ 276,000.00	\$ 828,000.00
Ayudantes	6	\$ 16,000.00	\$ 192,000.00	\$ 1,152,000.00
Secretaria	1	\$ 15,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00
<b>Total</b>				<b>\$ 4,956,000.00</b>

Fuente: Anexo 2

### 3.3 Tabla 3-1: Balance de nomina

La primera columna del balance de personal se corresponde a cada uno de los cargos de la empresa. En ocasiones es necesario hacer más de un balance

de personal ante los posibles cambios en los volúmenes de producción que se puedan demandar distintas cantidades de personal en determinados momentos por cargas de trabajos o solicitudes de trabajo mayores. Por esto es necesario precisar para cada volumen de trabajo distinto una tabla de balance de personal.

La segunda columna especifica el número de personas en cada puesto de trabajo. En la tercera columna se indica el salario mensual en pesos dominicanos de cada puesto de trabajo. En la cuarta columna se especifica el salario anual de cada posición en pesos dominicanos.

Siguiendo con la quinta columna se refiere al total de salario por todos los puestos de trabajos para la empresa por cada una de las posiciones. Al sumar la última columna, se obtiene el costo de mano de obra estimada por año de la empresa Mantenimiento Mecánico para Servicios automotriz, SRL.

El funcionamiento del motor en o por debajo del punto de nublado puede verse seriamente afectado en serio por un flujo inadecuado de combustible debido al taponamiento del filtro. Si se prevé tal funcionamiento, se deben instalar calentadores de combustible. La dilución del combustible con queroseno o agregarle un aditivo para mejora del flujo (modificadores de cristal de cera) también puede ser de ayuda.

El tipo de taller que vamos a crear es un taller mecánico. Como su propio nombre indica, este tipo de taller se dedica exclusivamente a las reparaciones en la parte mecánica del automóvil.

Para identificar el taller se va a colocarse una placa con el símbolo de una antigua llave inglesa en una de las casillas de la parte superior. En la parte media la especialidad de los vehículos que se reparan, y en la parte baja el distintivo de la provincia y el número correspondiente al taller en el registro especial obligatorio de los talleres. La cantidad de profesionales mecánicos es bastante abundante,

y no suelen tener problemas de contratación de personal, pero se va a tener un taller amplio y bien equipado y con muchas y adecuadas herramientas con el fin de hacer rentable al máximo las posibilidades del taller.

### 3.3.1 Aspectos legales

La legislación relativa a las compañías en la República Dominicana está contenida en el Código de Comercio y en la Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada No. 479-08, establece los siguientes costos de composición:

### 3.3.2 Costos de Constitución

<b>Composición</b>	
Estatutos Sociales	\$ 18,000.00
Honorarios Legales	\$ 15,000.00
<b>Disponibilidad y Registro del Nombre Comercial</b>	
Sellos de Impuestos Internos	\$ 125.00
Recibo	\$ 200.00
Recibo Dirección General de Impuestos Internos	\$ 151.00
Registro formal del Nombre Comercial	\$ 1,300.00
Publicación Solicitud de Registro en un Diario de Circulación Nacional	\$ 350.00
<b>Pago del Impuesto sobre Capital Autorizado (RD\$ 100,000.00)</b>	
Impuesto sobre Capital	\$ 518.00
Impuesto Ley 80-99	\$ 686.00

<b>Depósito de documentos - Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo</b>	
Original	\$ 25.00
Copias adicionales	\$ 10.00
<b>Registro Mercantil</b>	
Costo del Registro Mercantil Desde RD\$50,001.00 a RD\$250,000.00	\$ 800.00
Actualización del Registro Mercantil	\$ 300.00
<b>Depósito en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII)</b>	
Sellos de Impuestos Internos	\$ 125.00
Formulario 3267 (Solicitud de Identificación Tributaria)	\$ 150.00
Recibo Ley 80-99	\$ 126.00
<b>Total RD\$</b>	<b>\$ 37,617.50</b>

Fuente: Anexo 2

### 3.3.3 Aspectos del marketing

La entidad de Servicios Automotriz, S.R.L. tendrá su domicilio en la Autopista San Isidro de la provincia de Santo Domingo Este, República Dominicana. El perfil de los consumidores son personas mayores de edad, de ambos sexos, propietarias y conductores de vehículos. El producto se dará a conocer y se promoverá a través de campañas publicitarias mediante medios de comunicación digital, radial, televisiva, impresa y exterior.

### **3.4 Plan de Medios Digitales:**

En el plan de medios digitales, se realizarán a través de las redes sociales Instagram y Facebook, dos posts diarios en horario tanto en de 09:00 de la mañana que por lo regular cuando los clientes inician sus búsquedas en las redes sociales en horario matutino y en horario de la tarde, luego de las 04:00 que es el horario utilizado para brake de la tarde en las oficinas y donde hay mayor espectadores en la redes sociales, donde se publicaran ofertas y mensajes informativos para beneficios de los clientes, esto permitirá mantenerte vigente y activo en las redes sociales, que actualmente tienen una buena parte del mercado y a su vez a través de las canal de YouTube, diario se estarán publicando videos que irán a edificar nuestros consumidores donde se le explicara las distintas prevenciones que debe tener de su vehículo antes de viajar o salir a la calle con su vehículo, aquí el detalle de los costos en que incurriremos a través de la publicitaria Ktech.

#### **3.4.1 Social Media:**

- Instagram: 4:00pm de lunes a viernes.
- Facebook: 6:00pm de lunes a viernes.
- YouTube: 6:00pm de lunes a domingo.

#### **3.4.2 Plan de Medios Impresos:**

- Diario Libre: medida 6x14. Cantidad: 1. Precio: 10,000
- Revista Estilos: medida 7.5x11 Cantidad: 1. Precio: 18,000
- El Caribe: Medida 5x6 Cantidad: 1 Precio: 8,000
- Revista En Sociedad: Medida: 8x21. Cantidad: 1. Precio: 16,000
- Revista Mercado: Medida: 8x21. Cantidad: 1. Precio: 14,000

<b>Tema</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Publicaciones</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Plan Social Media	Publicacion (Instagram, Facebook, Twitter y otros)	52	\$ 50,000.00	\$ 600,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Diario Libre)	1	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Revista Estilos)	1	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (El Caribe)	1	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Revista en Sociedad)	1	\$ 16,000.00	\$ 192,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Revista en Mercado)	1	\$ 14,000.00	\$ 168,000.00
<b>Total</b>			<b>\$ 116,000.00</b>	<b>\$ 1,392,000.00</b>

Fuente anexo 3

### **3.4.3 Mercado comercial**

El mercado al cual se dirigirá el Servicios Automotriz es un mercado homogéneo, con características similares.

#### **3.4.4 Segmentación de mercado**

El Servicios Automotriz se dirigirá al mercado de conductores de vehículos de motor, que como se puede verificar en la Tabla 2 el 80% de los conductores tiene carro y el 20% tiene jeepeta, son clientes que le dan mantenimiento su vehículo con una frecuencia semanal con el 93%. Estas personas tienden a lavar

su vehículo en un lugar en específico como son el 29% en su casa, el 16% en un centro comercial, el 20% en un lugar informal.

### 3.4.5 Mercado meta

El mercado meta son los clientes que les gustaría realizar actividades laborales mientras su vehículo está siendo revisado para su mantenimiento, como se puede ver en la Tabla 13 que son el 53% y que estarían dispuestos a pagar de 1001 a 1500 pesos por el servicio.

### 3.4.6 Clientes potenciales

Los potenciales son todos los conductores de vehículos de motor que circulan en la Autopista San Isidro de la provincia de Santo Domingo Este y aquellos residentes que poseen vehículos en los proyectos inmobiliarios y que convergente en la zona y los que se construyen en el proyecto ciudad Juan Bosch.

### 3.4.7 Tecnología

Los equipos de comunicación que serán empleados en la empresa para mantener la comunicación, tanto con el personal interno como externo, serán provistos por la compañía de telecomunicaciones Claro, los cuales se describen a continuación:

### 3.4.8 Equipos de Comunicación

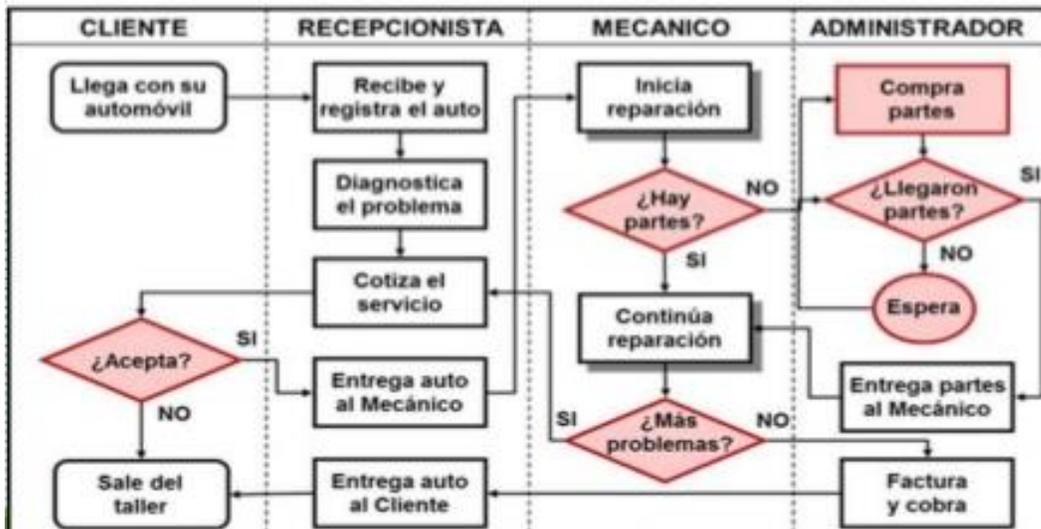
Modelo	Características	Compañía
	Siemens Gigaset C530 El teléfono tiene una gran pantalla TFT a color de 1,8 pulgadas y se puede elegir entre dos colores. Podemos buscar hasta 150 entradas en la agenda y grabar el nombre completo de nuestros contactos, fecha de	Claro Minutos locales, nacionales, internacionales* 2,400, Minutos a celulares Claro 100 minutos x línea,

	cumpleaños, 3 números asociados y tono personalizado.	
--	---	--

### 3.4.9 Equipos de Computación

Cant.	Equipos	Modelos y Características	Áreas a usar
8	 <p>Computadoras</p>	<p><i>Dell Intel Celeron 256 MHz.</i>  <i>Asrock g31M Sonido + Red,</i>  <i>DDR2 16G Monitor 18.5" Combo</i>  <i>Delux Simple</i></p>	<p><i>Todas las oficinas</i></p>

### 3.4.10 Proceso de Producción



### 3.5 Requerimientos de Equipos

Equipos	Cant.	Costo
Hidrolavadora	3	45,000.00
Aspiradora industrial	3	36,000.00
Máquina de espuma	3	29,250.00
Maquina pulidora	3	22,500.00
Compresores	3	9,000.00
Bomba a presión portátil	3	27,000.00
Engrasadora	3	15,750.00
Camioneta tipo furgón	1	351,000.00
Utensilios varios (embudo, bandeja)	---	6,750.00
Computador	1	40,500.00
Teléfono	2	2,700.00
Materiales de oficina	---	2,700.00
Escritorio	1	3,600.00
<b>Total</b>		<b>588,150.00</b>

Fuente: Anexo 2

#### 3.5.1 Programa de Producción

##### A. Descripción del proceso técnico.

###### a. Cliente consumidor.

- Decisión de compra.
- Emite su decisión de compra.
- Paga el servicio.

###### b. Cajero.

- Recepción del pedido.
- Cobro del pedido.
- Orden de elaboración.

###### c. Counter.

- Recepción de la orden de elaboración.
- Elaboración del pedido.
- Traslado del pedido elaborado.
- Llama al cliente.

d. Cliente.

- Recibe el pedido.
- Agrega ingredientes al gusto.
- Hace uso de las instalaciones o se retira.

### **3.5.1 Aspectos Ambientales**

Dentro de los aspectos que afectan el medio ambiente están el uso de productos químicos, recursos utilizados en la actividad de servicios automotriz, por lo que su control y consideración de la reutilización de la misma, han de ser prácticas necesarias dentro de la actividad principal de la empresa.

Dentro de los costos de producción, el rubro correspondiente al consumo de agua en la empresa es de especial atención debido a que representa un costo importante, afectando directamente el precio de las actividades de lavado de vehículos lo cual incide en la calidad de los servicios ofrecidos, pudiendo crear una desventaja frente a otros establecimientos.

En relación a la energía, los servicios de servicio automotriz utilizan maquinarias y equipos que requieren de energía para operar. Cualquier actividad de servicio se verá afectada si se ubica en zonas con costes frecuentes de fluido eléctrico o en lugares que no cuentan con el voltaje o la intensidad de energía requerida ocasionando daño a las maquinarias y equipos.

Sobre los insumos, la tendencia es utilizar productos biodegradables que contribuyan a cuidar el medio ambiente. Los productos que se usaran deberán

asegurar la protección del medio ambiente, el acabado de la pintura del vehículo, igualmente se deberán usar insumos que no manchen el suelo, y además no deben contener sustancias causticas que eliminen el brillo de los mismos.

#### Zona de Oficina:

Es el primer lugar por donde pasa un cliente para que deje saber por qué motivo exactamente se presenta a la empresa, por ejemplo, por motivo de reparación, o simplemente para conseguir información. Al ser la primera zona que se encuentra en el taller, da al oficinista o el encargado del taller podrá de esta manera controlar mejor el tránsito de entrada y salida del taller. Este recinto será construido por medio de carpintería metálica y acristalamiento, porque es más barato y no requiere permisos municipales de obras y los cristales proporcionan gran visibilidad, además en cualquier momento pueden ser desmontados y trasladados de lugar si ello fuera necesario.

#### Zona de Almacén:

Un pequeño almacén para guardar las determinadas piezas de uso muy corriente en el taller, como pueden ser filtros de aire, bujías, tornillería, abrazaderas, juego de cable de bujías, arandelas, mangueras de presión, juego de juntas, bandas de freno, líquidos de freno, coolan, aceites de motor, aceite hidráulico, aceite de freno y silicón. Además, hay que mantener este almacén para mantener en él, a la espera de su utilización, los recambios que se hayan pedido al re-cambista con el fin de realizar determinadas reparaciones.

#### Zona de Servicios:

No debe olvidar de que el local esté dotado con una zona de servicios para el personal. Esta zona deberá comprender como mínimo dos sub-zonas: una dedicada a un inodoro completo con lavabo, que incluso pueden llegar a utilizar los clientes, y otra dedicada al equipo de duchas, vestuario y taquilleros para el personal.

#### Zona de Estacionamiento de Máquinas Móviles:

Con el fin de trabajar en un espacio lo más cómodo posible, los aparatos móviles cuando no se estén usando se guardarán en esta zona para no estorbar.

#### Zona de Bancos de Trabajo:

En el taller que se ocupa con un máximo de cuatro operarios, se va a situar cuatro bancos. Entre los bancos va a haber espacio para situar máquinas, carritos, comprobadores, así como poder poner en los bancos taladros de columna y otras herramientas especiales, disponiendo bien a mano del resto de las herramientas y de manera que se tengan que desplazar lo menos posible, así que en esta zona se va a colocar algún armario para almacenar herramientas especiales.

#### Zona de Recepción y Espera:

Para evitar el caos, se señalizará una zona de entrada y otra de salida. La primera es la de 'recepción y espera', aquí el encargado recoge el vehículo que trae el cliente, los vehículos permanecerán en esta zona hasta que sean atendidos. Si hay alguna reparación rápida, el vehículo, puede ser atendido en esta zona para no alterar el orden de los demás vehículos.

#### Zona de Reparación:

Aquí se almacenan los vehículos para trabajar con ellos.

El taller consta de una superficie total de 379 m<sup>2</sup> aproximadamente, la representación de las distintas zonas según se acaba de ver quedaría más o menos de la siguiente forma, tratando de buscar un reparto de las distintas zonas lo más razonable posible para facilitar la comodidad de los trabajadores y el máximo aprovechamiento del espacio del local:

Donde las distintas zonas vienen indicadas de la siguiente forma:

- 1 - Oficina.
- A - Almacén.
- 2 - Cuarto para cambiarse de ropa el personal
- B - W.C.
- D - Ducha.
- 3 - Zona de estacionamiento máquinas móviles.
- E - Compresor.
- F y G - Lavaderos de máquinas y piezas.
- 4 - Zona bancos de trabajo.
- H - Bancos de trabajo.
- I - Banco de comprobaciones eléctricas.
- J y K - Soportes de motores y carritos móviles.
- M - Muela eléctrica.
- N - Elevador.

Según el plano que hemos visto la extensión de la distribución realizada con respecto a las distintas zonas podría ser:

Zona 1: Oficina y almacén _____	12,5 m <sup>2</sup>
Zona 2: Servicios _____	9 m <sup>2</sup>
Zona 3: Estacionamiento _____	20 m <sup>2</sup>
Zona 4: Bancos de trabajo _____	28 m <sup>2</sup>
Zona 5: Recepción _____	75 m <sup>2</sup>
Zona 6: Reparación _____	234,5 m <sup>2</sup>

La mayor parte es la zona de trabajo, pudiendo ser ampliable a la zona de recepción y espera en caso de necesidad.

### 3.6 Estado financiero del centro de servicios Automotriz

Se plantearán los estados financieros donde se detalla la inversión inicial del centro de servicios automotriz y a su vez los gastos anuales en que se incurren dígame de los años 2019 y 2020, de igual forma presenta en el tiempo que se obtendrá el retorno de inversión del proyecto con las estrategias y objetivos descritos en este capítulo.

#### 3.6.1 ROI

El retorno de la inversión de este proyecto se recuperará en (2) años para el periodo del año 2020, donde se obtendrá un margen de ganancia sobre las ventas de un 21% de acuerdo a lo más adelante detallado en el cuadro del ROI que fue elaborado en base a la misma, que es la siguiente:

$$\text{ROI} = \frac{\text{VENTAS} - \text{GASTOS}}{\text{GASTOS}} \times 100\%$$

#### Retorno de Inversion (ROI)

Generado de Inversion, 2019		Generado de Inversion, 2020	
	\$ (2,967,327.50)	\$ 1,407,084.00	
	-0.283852448	0.206075571	
	<b>-28%</b>	<b>21%</b>	

Fuente de elaboración propia

#### 3.6.2 Ventas Y Gastos 2019-2020

Las ventas presentadas en cada cuadro, son formuladas en base al 10% de la cantidad total que son 124,774 del parque vehicular de la provincia de santo Domingo Este, el cual es nuestro público objetivo para el periodo del año 2019, aumentando así a un 15%, para el periodo del año 2020 los gastos planteados para el periodo 2019 son más altos, debido a que para este periodo incurre en

los gastos de inversión, más los gastos fijo, para el periodo del año 2020 los gastos planteados son en base a los gastos fijo más las inversiones en marketing.

Ventas 2019	\$ 7,486,440.00
Ventas 2020	\$ 8,235,084.00

Gastos 2019	\$ 10,453,767.50
Gastos 2020	\$ 6,828,000.00

Fuente de elaboración propia

Parque Vehicular Santo Domingo, Este.	Publico Objetivo	Visitas de Clientes Mensuales	Visitas diaras	Dispuesto a pagar	Venta Mensual	Venta 2019
\$ 124.77	\$ 12.48	\$ 12,477.40	\$ 415.91	\$ 1,500.00	\$ 623,870.00	\$ 7,486,440.00

Fuente de elaboración anexo 4

**3.7 Costo de inversión y gastos del periodo 2019, del centro de servicios automotriz.**

Costo total de la inversión	\$	3,480,000.00
Costo total de constitucion	\$	37,617.50
Costo total de Plan medial social y medios impresos	\$	1,392,000.00
Costo total de requerimientos de equipos	\$	588,150.00
Nomina de empleado	\$	4,956,000.00
<b>Costo Total Anual</b>	<b>\$</b>	<b>10,453,767.50</b>

Fuente anexo 2

## **CONCLUSIÓN:**

Un taller de vehículos automóviles puede ser definido como un establecimiento industrial en el que se desarrolla la prestación de los servicios derivados del mantenimiento en automoción. Esta definición conlleva una serie de implicaciones que establecen las principales reglas que rigen el funcionamiento de este tipo de empresas.

La finalidad de los planes de negocios es facilitar y tratar de hacer viable el logro de los objetivos más importantes de una empresa por lo que es preciso que se incluya una estructura que permita organizar la información y facilitar su análisis para cumplir objetivos específicos. Para determinar la viabilidad y conveniencia del proyecto de exportación debe determinarse los principales conceptos de ingresos y costos esperados.

La cantidad de profesionales mecánicos es bastante abundante, y no suelen tener problemas de contratación de personal, pero se va a tener un taller amplio y bien equipado y con muchas y adecuadas herramientas con el fin de hacer rentable al máximo las posibilidades del taller. Una adecuada organización del espacio físico del taller determinará la eficacia de su sistema productivo. La distribución de las áreas y de los puestos de trabajo debe ser realizada analizando los procesos y trabajos que se efectúan en el taller, siguiendo criterios lógicos que proporcionen las mejores condiciones para realizarlos con la mayor eficacia.

La empresa Centro de Servicios Auto Motriz, G&P, contará con un equipo humano altamente capacitado, el cual tiene el objetivo de brindarle soluciones rápidas, profesionales y eficientes, de modo que estos se sientan seguros y conformes con el servicio brindado, mediante especialistas altamente capacitados y dando un trato cordial y personalizado. De los 383 encuestados, 111 personas para el 29% indicó que lo lava en su casa, mientras 61 personas

para un 16% expresó que lava su vehículo en un centro comercial, mientras 77 personas para un 20% indicó que lava su vehículo en un lugar informal, mientras 88 personas para un 23% expresó que lava su vehículo en una lavadora a presión y 46 personas para un 12% en otro lugar no especificado por el encuestado.

El proyecto de implementación se desarrollará bajo el modelo de negocio de una empresa que se ubicará en la Autopista San Isidro de la provincia de Santo Domingo Este, y se dedicará al servicio automotriz, de forma rápida y sencilla, eliminando el gasto excesivo en los clientes de tener que trasladarse a lugares más lejos de donde viven, aquí se presentarán los objetivos, estrategias y tácticas que se implantarán para el desarrollo del plan.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de automotores de las diferentes empresas de transporte de pasajeros que circulan por Santo Domingo Este, República Dominicana y debido a la poca cantidad de talleres dedicados al servicio de mantenimiento de servicios automotriz en vehículos que existan en la zona ubicada de Santo Domingo que no son suficientes para atender la demanda total de este servicio de mantenimiento en esta clase de automotores.

## BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

BACA URBINA, G. (2008). *Evaluación de Proyectos*. . Cuarta Edición. Mc Graw Hill, México .

Bosch GmbH, R. (2005). *Manual de la Técnica del Automóvil (4ta ed.)*. . Alemania: : Bosch.

Cabezut-Boo. ( 2009). *Evaluación de proyectos*. . México: : Paídos.

Cumpetere. (2015). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. . Banco Interamericano de Desarrollo.

Horngren, D. R. (2012). *“Contabilidad de costos un enfoque gerencial”*. Editora Pearson, .

Kotler, P. A. (2010). *Marketing*. . Mexico: Editorial Pearson Educacion.

Lacalle Garcia, G. (2001). *Selección de proveedores (Operaciones administrativas de compraventa)*. . Mexico:: Paidos.

ONE. (2015). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. . Santo Domingo, D.N.: Oficina Nacional de Estadísticas.

Orovio Astudillo, M. (2010). *Tecnología del Automóvil* . Madrid, España:: Paraninfo.

Peter, J. O. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing*. . Mexico: : McGraw-Hill.

Rossetti, J. (2009). *Introducción a la economía*. . México: Atlas, S.A.

Sampieri, R. (2003). *Metodología de la Investigación (5ta. Ed.)* . Venezuela: Codinsa.

# ANEXOS

## Anexo 1

### Cuestionario

**1. ¿Tiene usted vehículo?** *(Nota: si su respuesta es no, favor no seguir respondiendo las siguientes preguntas)*

- a) Si
- b) No

**2. ¿Qué tipo de vehículo usted tiene?**

- a) Carro
- b) Jeepeta
- c) Camioneta
- d) Otro

**3. ¿Cada qué tiempo le da manteniendo usted su vehículo?**

- a) Semanal
- b) Quincenal
- c) Mensual
- d) Otros

**4. ¿Tiene usted un lugar especial donde lleva a chequear su vehículo?**

- a) Si
- b) No

**5. ¿Dónde frecuentas lavar tu vehículo?**

- a) En casa
- b) En un centro comercial
- c) En un lugar informal
- d) En una lavadora automática
- e) Otro, especifique

**6. ¿Cuáles servicios utiliza con mayor frecuencia?**

- a) Lavado en general
- b) Enjuague
- c) Combos
- d) Interior
- e) Otros

**7. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le ofrezcan?**

- a) Lavado a domicilio
- b) Reparación Mecánica Ligera.
- c) Reparación Eléctrica.
- d) Reparación de Chapa/Pintura.

**8. ¿Ha tenido inconvenientes donde cheque su vehículo?**

- a) Si
- b) No

**9. ¿Qué tipo de inconvenientes ha tenido?**

- a) Tiempo de espera en sentido general
- b) Tiempo de espera de respuesta
- c) Forma de lavado
- d) Trato ofrecido

**10. ¿El momento durante su vehículo está siendo revisado usted lo considera?**

- a) Aburrido
- b) Ansioso
- c) Relajado
- d) Divertido

**11. ¿El resultado esperado es?**

- a) Pésimo
- b) Aceptable
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Excelente

**12. ¿Cómo consideras de la imagen del personal que revisa su vehículo?**

- a) Importante
- b) No importa

**13. ¿Mientras revisan su carro, cuales actividades te gustaría realizar?**

- a) Tomar una cerveza
- b) Trabajar
- c) Ver deportes
- d) Otro

**14. ¿Qué precio usted pagarías por el servicio?**

- a) 500 a 1000
- b) 1001 a 1500
- c) 1501 a 2000
- d) Más de 2000

**15. ¿Cómo le gustaría enterarse de esta empresa?**

- a) Publicidad
- b) Boca en boca
- c) Otros

**16. ¿Por cuales medios le gustaría que se realice un plan publicitario?**

- a) Digitales
- b) Impresos
- c) Radiales
- d) Televisivos
- e) Exteriores
- f) Otros

**17. Sexo**

- a) Masculino
- b) Femenino

**18. Edad**

- a) 18 a 25
- b) 26 a 35
- c) Más de 35

**19. Nivel académico**

- a) Estudio
- b) No estudio

**20. Estatus laboral**

- a) Empleado
- b) Desempleado

**Anexo 2**

**Presupuesto de inversión para la implantación del centro de servicios automotriz**

<b>Detalle</b>	<b>Costo total de inversion</b>
Presupuesto herramientas necesarias	\$ 1,440,000.00
Presupuesto máquinas necesarias	\$ 1,160,000.00
Alquiler (contrato y depósito)	\$ 480,000.00
Presupuesto acondicionamiento local	\$ 400,000.00
<b>Total</b>	<b>\$ 3,480,000.00</b>

## Balance de Nomina

<b>Cargo</b>	<b>Numero de puesto</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Salario Anual</b>	<b>Total</b>
Gerente tecnico	1	\$ 60,000.00	\$ 720,000.00	\$ 720,000.00
Auxiliar Contable	1	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00	\$ 216,000.00
Jefe Administrativo	1	\$ 40,000.00	\$ 480,000.00	\$ 480,000.00
Jefe tecnico	1	\$ 40,000.00	\$ 480,000.00	\$ 480,000.00
Mecanicos	3	\$ 25,000.00	\$ 300,000.00	\$ 900,000.00
Electricistas	3	\$ 23,000.00	\$ 276,000.00	\$ 828,000.00
Ayudantes	6	\$ 16,000.00	\$ 192,000.00	\$ 1,152,000.00
Secretaria	1	\$ 15,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00
<b>Total</b>				<b>\$ 4,956,000.00</b>

## Costos de Constitución

<b>Composición</b>	
Estatutos Sociales	\$ 18,000.00
Honorarios Legales	\$ 15,000.00
<b>Disponibilidad y Registro del Nombre Comercial</b>	
Sellos de Impuestos Internos	\$ 125.00
Recibo	\$ 200.00

Recibo Dirección General de Impuestos Internos	\$ 151.00
Registro formal del Nombre Comercial	\$ 1,300.00
Publicación Solicitud de Registro en un Diario de Circulación Nacional	\$ 350.00
<b>Pago del Impuesto sobre Capital Autorizado (RD\$ 100,000.00)</b>	
Impuesto sobre Capital	\$ 518.00
Impuesto Ley 80-99	\$ 686.00
<b>Depósito de documentos - Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo</b>	
Original	\$ 25.00
Copias adicionales	\$ 10.00
<b>Registro Mercantil</b>	
Costo del Registro Mercantil Desde RD\$50,001.00 a RD\$250,000.00	\$ 800.00
Actualización del Registro Mercantil	\$ 300.00
<b>Depósito en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII)</b>	
Sellos de Impuestos Internos	\$ 125.00
Formulario 3267 (Solicitud de Identificación Tributaria)	\$ 150.00
Recibo Ley 80-99	\$ 126.00
<b>Total RD\$</b>	<b>\$ 37,617.50</b>

<b>Tema</b>	<b>Descripcion</b>	<b>Publicaciones</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Plan Social Media	Publicacion (Instagram, Facebook, Twitter y otros)	52	\$ 50,000.00	\$ 600,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Diario Libre)	1	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Revista Estilos)	1	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (El Caribe)	1	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Revista en Sociedad)	1	\$ 16,000.00	\$ 192,000.00
Plan Medios Impresos	Publicacion (Revista en Mercado)	1	\$ 14,000.00	\$ 168,000.00
<b>Total</b>			<b>\$ 116,000.00</b>	<b>\$ 1,392,000.00</b>

### Requerimientos de Equipos

<b>Equipos</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo</b>
Hidrolavadora	3	45,000.00
Aspiradora industrial	3	36,000.00
Máquina de espuma	3	29,250.00
Maquina pulidora	3	22,500.00
Compresores	3	9,000.00
Bomba a presión portátil	3	27,000.00
Engrasadora	3	15,750.00
Camioneta tipo furgón	1	351,000.00
Utensilios varios (embudo, bandeja)	---	6,750.00
Computador	1	40,500.00
Teléfono	2	2,700.00
Materiales de oficina	---	2,700.00

Escritorio	1	3,600.00
<b>Total</b>		<b>588,150.00</b>

### Anexo 3



Servicios	Basic	Professional	Premium
Gestion de Redes	FACEBOOK	Facebook + Instagram	Facebook + Instagram + Twitter y Otro
Publicaciones Diarias	2	2 por cuenta	2 por cuenta
Auditoria y Análisis (Concursos & Promociones)	x	x	x
Análisis y Propuestas de Acciones de Promoción. (Publicidad)			x
Contratación de Influenciador (1 vez/mes)			x
Diseño de Artes Visuales p/Post de Perfiles	x	x	x
Evaluación Competencia			x
Gestión de 1 campaña publicitaria			x
Informe bimensual de actividad e impacto		x	x
Personalización de Perfiles	x	x	x
Propuestas de acciones		x	x
Social Media Strategist			x
Soporte ilimitado		x	x
Informe de Rendimiento	Mensual vía e-mail	Mensual vía e-mail	Quincenal vía e-mail
Inversión del monto a pagar en Facebook Ads	15%	20%	30%
<b>Costo Mensual*</b>	<b>RD\$ 18,500.00</b>	<b>RD\$ 24,500.00</b>	<b>RD\$ 50,000.00</b>



\* Todos nuestros planes incluyen: Diseño de estrategia de contenidos

### Anexo 4

## 2.2 Parque Vehicular por tipo de vehículo

Al categorizar el parque vehicular según tipo de vehículos, observamos que las motocicletas presentan un mayor crecimiento en términos absolutos con 142,475 nuevos registros, para un incremento de 6.8% con respecto al año anterior; seguido por los automóviles con un aumento de 48,716 para un crecimiento de 6.0%; luego, les siguen los jeeps con un aumento de 32,736 nuevas unidades para un incremento de 8.5% (ver cuadro 2.2.1).

INFORME PARQUE VEHICULAR 2018

**Cuadro 2.2.1**  
**Parque vehicular de la República Dominicana**  
**Según clase de vehículo**  
**2016 vs 2017; en unidades**

Clase	2016	2017	Variación	
			Absoluta	Relativa
Motocicletas	2,096,196	2,238,671	142,475	6.8%
Automóviles <sup>1/</sup>	816,470	865,186	48,716	6.0%
Jeep	386,706	419,442	32,736	8.5%
Carga <sup>2/</sup>	405,292	418,573	13,281	3.3%
Autobuses	92,144	96,473	4,329	4.7%
Máquinas Pesadas	21,411	22,254	843	3.9%
Volteo	19,974	20,293	319	1.6%
Otros <sup>3/</sup>	15,845	16,446	601	3.8%
<b>Total</b>	<b>3,854,038</b>	<b>4,097,338</b>	<b>243,300</b>	<b>6.3%</b>

Nota: Cifras generadas al 15 de febrero de 2018.

Incluye únicamente vehículos con placa definitiva (primera placa).

1/ Incluye Privados, Públicos Urbanos e Interurbanos.

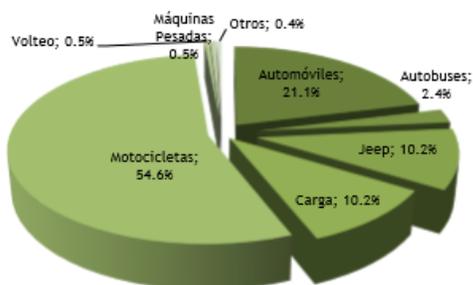
2/ Incluye Camiones y Camionetas.

3/ Incluye Remolques, Ambulancias, Montacargas y Fúnebres.

Fuente: Gerencia de Estudios Económicos y Tributarios, DGII.

De la cantidad total de vehículos de motor registrados a diciembre de 2017, el 54.6% corresponde a motocicletas, el 21.1% a los automóviles, los vehículos de carga y jeeps ambos con 10.2% y el 3.8% restante se distribuye entre autobuses, máquinas pesadas, volteos y otros (ver gráfica 2.2.1).

**Gráfica 2.2.1**  
Participación porcentual de los vehículos de motor  
Al 31 de diciembre de 2017



Nota: Cifras generadas al 15 de febrero de 2018.  
Fuente: Gerencia de Estudios Económicos y Tributarios, DGII.

### 2.3 Parque Vehicular según el domicilio fiscal del contribuyente

Al clasificar el parque vehicular por provincia, el 55.1% está distribuido entre el Distrito Nacional, Santo Domingo, Santiago de los Caballeros y La Vega; el restante 44.9% está ubicado en las demás provincias que conforman el territorio nacional (ver mapa 2.3.1).

**Mapa 2.3.1**  
Parque vehicular de la República Dominicana por provincia  
Al 31 de diciembre de 2017; en porcentajes

**Mapa 2.3.1**  
**Parque vehicular de la República Dominicana por provincia**  
**Al 31 de diciembre de 2017; en porcentajes**

