

# ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRÍA EN  
GESTIÓN MINERA Y AMBIENTAL



**“Formulación de un plan de negocio para un taller  
multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL”**

**Trabajo de Investigación  
Para Optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Gestión Minera y Ambiental

**Autores:**

Bach. Polo Noa, Ricardo Samuel

**Docente Guía:**

Mg. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

**TACNA – PERÚ**

**2021**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## INDICE

|  |     |
|--|-----|
| RESUMEN EJECUTIVO .....                          | vii |
| INTRODUCCIÓN .....                               | 1   |
| CAPITULO I .....                                 | 3   |
| ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....                   | 3   |
| 1.1 Título de Tema .....                         | 3   |
| 1.2 Origen del Tema.....                         | 3   |
| 1.3 Planteamiento del Problema .....             | 4   |
| 1.3 Formulación del Problema .....               | 11  |
| 1.4 Objetivos .....                              | 11  |
| 1.4.1. Hipótesis .....                           | 12  |
| 1.5 Justificación de la Investigación .....      | 12  |
| 1.6 Metodología .....                            | 13  |
| 1.8 Alcances y Limitaciones.....                 | 16  |
| CAPÍTULO II .....                                | 17  |
| MARCO TEÓRICO.....                               | 17  |
| 2.1. Antecedentes .....                          | 17  |
| 2.2. Conceptualización de los tópicos clave..... | 25  |
| 2.3 Análisis comparativo .....                   | 39  |
| 2.4. Análisis critico .....                      | 42  |
| CAPÍTULO III .....                               | 45  |
| MARCO REFERENCIAL.....                           | 45  |
| 3.1 Reseña Histórica.....                        | 45  |
| 3.2 Descripción de la empresa.....               | 45  |

|  |     |
|--|-----|
| 3.2 Propósito Estratégico .....          | 55  |
| 3.3 Filosofía organizacional .....       | 60  |
| Misión.....                              | 60  |
| Visión .....                             | 60  |
| Promotores .....                         | 65  |
| 3.8 Modelo de Negocios .....             | 66  |
| CAPÍTULO IV .....                        | 68  |
| DESARROLLO DEL TEMA .....                | 68  |
| 4.1. Estudio de Mercado .....            | 68  |
| 4.2 Estudio Técnico.....                 | 89  |
| 4.3 Estudio organizacional .....         | 101 |
| 4.4 Estudio legal.....                   | 106 |
| 4.5 Estudio Económico - Financiero.....  | 111 |
| CAPÍTULO V .....                         | 123 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....     | 123 |
| 5.1 Implementación del Proyecto .....    | 123 |
| 5.2 Conclusiones y Recomendaciones ..... | 124 |
| Conclusiones .....                       | 124 |
| Recomendaciones .....                    | 126 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                       | 128 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1. Comercio y reparaciones de vehículos automotores, 2017-2019 .....              | 5   |
| Figura 2. Diagrama de Ishikawa. Fuente: propia (2021) .....                              | 7   |
| Figura 3. <i>Diagrama de Pareto. Fuente: Propia (2021).</i> .....                        | 10  |
| Figura 4. Ubicación de FACTORIA NOA MOTORS EIRL. Fuente: Google Maps<br>.....            | 46  |
| Figura 5. Logo de FACTORIA NOA MOTORS EIRL.....  | 47  |
| Figura 6. Servicio de estética vehicular.....  | 49  |
| Figura 7. Servicio de lubricación y engranaje.....                                       | 50  |
| Figura 8. Servicio de cambios de llantas.....  | 51  |
| Figura 9. Resultados de la Pregunta 01. Fuente: Elaboración propia. ....                 | 74  |
| Figura 10. Resultados de la Pregunta 02. Fuente: propia (2021).....                      | 75  |
| Figura 11. Resultados de la Pregunta 03. Fuente: propia (2021).....                      | 76  |
| Figura 12. Resultados de la pregunta 04. Fuente: propia (2021) .....                     | 77  |
| Figura 13. Resultados de la pregunta 05. Fuente: propia (2021) .....                     | 78  |
| Figura 14. Resultados de la pregunta 06. Fuente: propia (2021) .....                     | 79  |
| Figura 15. Resultados de la pregunta 07. Fuente: propia (2021) .....                     | 80  |
| Figura 16. Resultados de la pregunta 08. Fuente: propia (2021) .....                     | 81  |
| Figura 17. Resultados de la pregunta 09. Fuente: propia (2021) .....                     | 82  |
| Figura 18. Resultados de la pregunta 10. Fuente: propia (2021) .....                     | 83  |
| Figura 19. Publicidad en revista del Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS<br>EIRL ..... | 88  |
| <i>Figura 20. Flujo de procesos. Fuente: Propia (2021).</i> .....                        | 92  |
| Figura 21. Organigrama de la estructura organizacional.....                              | 103 |

## INDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1 Matriz de correlación .....                 | 8   |
| Tabla 2 Análisis de Datos.....                      | 9   |
| Tabla 3 Estética vehicular precio promedio.....     | 86  |
| Tabla 4 Lubricación y Engrase .....                 | 86  |
| Tabla 5 Servicio de llantas .....                   | 87  |
| Tabla 6 Presupuesto de inversión .....              | 112 |
| Tabla 7 Presupuesto de ingresos.....                | 115 |
| Tabla 8 Presupuesto de gastos administrativos ..... | 116 |
| Tabla 9 Presupuesto de gastos de ventas .....       | 117 |
| Tabla 10 Presupuesto de gastos pre-operativos ..... | 118 |
| Tabla 11 Depreciación .....                         | 119 |
| Tabla 12 Flujo de caja .....                        | 121 |

## RESUMEN EJECUTIVO

En la Provincia de Sechura es una oportunidad de inversión, ya que el parque vehicular en la ciudad está creciendo a una tasa de 5.29 % anual, por lo cual la demanda de productos, repuestos, accesorios, reparaciones y todo lo asociado a la misma actividad está a la alza. Por ello, se realizó un plan de negocio que servirá de guía a la administración de la empresa FACTORIA NOA MOTORS EIRL en sus servicios automotrices, con el propósito de mejorar esta situación actual. Bajo esta proposición se ha realizado el diagnóstico de la situación actual y la elaboración de un modelo CANVAS que permitió conocer de forma general los elementos significativos de la empresa. Además, se realizó un estudio de mercado para analizar las ofertas de los servicios automotrices de la provincia de Sechura mediante observación y encuesta a 3 jefes de establecimientos automotrices y 50 propietarios de vehículos. Posteriormente se detallaron los servicios de la empresa mediante un estudio técnico, para así indicar la factibilidad técnica del proyecto, por medio del flujo de proceso y un estudio organizacional para determinar una estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operará el proyecto. Adicionalmente, se realizó un estudio legal en el que la empresa se constituye como una empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL) y esta responderá al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER). Por último, se realizó un estudio económico financiero con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto. En este se determinó una inversión de S/ 130,995.51, luego se obtuvo como resultado que el presente proyecto no es rentable, ya que indica un VAN de S/ -11,421.10, con un TIR de 6.94% y un B/C de 1.24.

**Palabras Clave:** Plan de negocio, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico.

## EXECUTIVE SUMMARY

In the Province of Sechura it is an investment opportunity, since the vehicle fleet in the city is growing at an annual rate of 5.29%, therefore the demand for products, spare parts, accessories, repairs and everything associated with the same activity is on the rise. For this reason, a business plan was drawn up that will guide the administration of the company FACTORIA NOA MOTORS EIRL in its automotive services, in order to improve this current situation. Under this proposition, a diagnosis of the current situation and the development of a CANVAS model have been carried out that allowed us to know in a general way the significant elements of the company. In addition, a market study was carried out to analyze the offers of automotive services in the province of Sechura through observation and survey of 3 heads of automotive establishments and 50 vehicle owners. Subsequently, the services of the company were detailed through a technical study, in order to indicate the technical feasibility of the project, through the process flow and an organizational study to determine an optimal administrative organizational structure and the administrative work plans with which the company will operate. draft. Additionally, a legal study was carried out in which the company is constituted as an individual limited liability company (EIRL) and it will respond to the Special Income Tax Regime (RER). Finally, an economic-financial study was carried out in order to determine the viability of the project. In this, an investment of S / 130,995.51 was determined, then it was obtained as a result that this project is not profitable, since it indicates a NPV of S / -11,421.10, with an IRR of 6.94% and a B / C of 1.24.

**Key words:** Business plan, market study, technical study, economic study.



## INTRODUCCIÓN

En la Provincia de Sechura se ha visto reflejado un significativo cambio del incremento del parque automotor, trayendo consigo pequeñas empresas para abastecer la necesidad, por una parte en el rubro de servicios y ventas de productos automotrices. Ofrecer un servicio más completo para minimizar el tiempo que se puede tomar el conductor en trasladarse y buscar otros productos y/o servicios necesarios.

Por tanto por medio de la herramienta Ishikawa y diagrama de Pareto se obtuvo el problema central denominado insatisfacción de los clientes hacia las empresas que brindan dichos servicios en la localidad, los conductores señalaron la mala atención e incomodidad de buscar en distintos establecimientos para encontrar lo necesario.

Por consiguiente se plantea la interrogante ¿Es viable el plan de negocio para constituir un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL en la provincia de Sechura? Es por esto que se ha planteado como objetivo general formular un Plan de negocio para constituir un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL. Por tanto los objetivos específicos son implementar el modelo CANVAS, efectuar un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio económico financiero que permitan la viabilidad del proyecto.

La presente investigación tiene un enfoque mixto, enfoque cualitativo y cuantitativo, de diseño no experimental y de corte Transversal, con método inductivo.

El presente trabajo consta de 5 capítulos: El capítulo I conformado por antecedentes donde se detalló la importancia del trabajo investigativo y el rumbo

a seguir en la investigación a través de la problematización, justificación, objetivos e hipótesis del mismo. En el capítulo II se establece el marco teórico de la investigación permitiendo el sustento de teorías y conceptos para la elaboración del plan de negocio.

El capítulo III trata sobre el marco referencial, todo lo relacionado de la empresa. El capítulo IV conformado por el desarrollo del tema, el cual se obtiene los resultados de la investigación se encuentra detalla el plan de negocio para la implementación de la empresa con sus respectivos estudios de mercado, técnico, económico financiero y la discusión de los resultados. En el capítulo V se emitió las conclusiones y recomendaciones, argumentando criterios que servirán de guía para la implementación de la empresa planteada.

# **CAPITULO I**

## **ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

### **1.1 Título de Tema**

FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA UN TALLER  
MULTIMARCA FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

### **1.2 Origen del Tema**

Con el sustancial y vertiginoso crecimiento de la industria automotriz cada vez se hace más necesario tener la capacidad brindar soluciones a problemas que surgen cada vez más durante el desarrollo de las operaciones organizacionales, actualmente en el mercado nacional existen organizaciones ineficientes en cuanto a servicios y reparaciones automotrices, asimismo el 85% de los productos que comercializan son importados y cuando éstos productos escasean en el mercado trae consigo consecuencias para la población, he aquí un factor apremiante y preocupante, ya que no hay muchas empresas de este tipo bien capaces de brindar una solución eficiente y confiable, es por este motivo se hace necesario la formulación de un plan de negocio para un taller automotriz que permita brindar soluciones óptimas a los clientes.

Además de acuerdo a esta necesidad se pretende aprovechar los programas que el Estado presenta para incentivar la creación de empresa y la ley de emprendimiento para los empresarios, con el propósito de estudiar la factibilidad de creación de un taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL. El Estado realiza estos programas con el fin de promover el espíritu emprendedor en el país, en el cual se simpatice y trabaje conjuntamente sobre los principios y

valores que establece la Constitución. Es así que por medio de estos programas el Estado nacional busca ayudar a los empresarios, brindando herramientas que le permitan desarrollarse de una manera sostenible y sustentable a través del tiempo.

### **1.3 Planteamiento del Problema**

El índice de participación para el año 2019 en el sector automotriz a nivel mundial está encabezado por países como Estados Unidos, Japón, Corea y China, según la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (2019), cuyo índice se calcula por número de vehículos vendidos anualmente por cada mil habitantes, teniendo en cuenta el PIB per cápita. El panorama en América Latina, registró un aumento en las ventas de vehículos de 6,5%, representado en mercados como el de Brasil, Argentina, Chile y México, a su vez Colombia ocupa el décimo lugar con 4,8 vehículos nuevos por cada mil habitantes.

Por tanto, las estadísticas a nivel nacional del sector de la industria automotriz, según Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (2020) demuestra que está en “constante crecimiento por la necesidad que tienen las personas de movilizarse, adicional a que en las ciudades principales no hay un cubrimiento eficiente en el transporte masivo”, Crisancho et al (2021) & Jukova, et al (2019).

De acuerdo con Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019) creció la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores por demanda de neumáticos y repuestos; asimismo creció el mantenimiento y reparación de vehículos automotores, tal como se muestra a continuación:

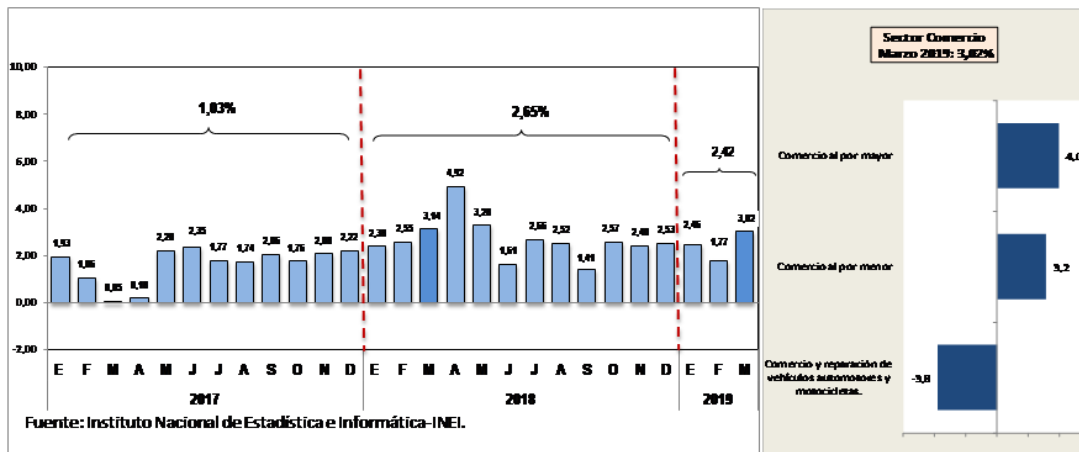


Figura 1. Comercio y reparaciones de vehículos automotores, 2017-2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019).

Para responder a esta necesidad en el ámbito nacional, Perú requiere de organizaciones prestadoras de servicios óptimos de mantenimiento y reparación automotriz para mantener el equipo de transporte público y particular en excelente calidad.

Tal es el caso de la Provincia Sechura, la cual actualmente muchas empresas prestadoras de servicios y reparaciones automotrices ofrecen sus productos y servicios de mala calidad y es ahí entonces donde surge una necesidad del cliente de adquirir productos de calidad, a buen precio y con un servicio que genere valor al largo plazo.

Cabe resaltar que el nivel de empleabilidad y el deterioro de las calles de la Provincia Sechura, permiten vislumbrar en términos generales que el mantenimiento de los vehículos debe hacerse con una mayor frecuencia, y de igual forma los propietarios de los equipos tienen la capacidad económica para realizar los mantenimientos periódicos que requiere, por tal razón, necesitan un lugar que les pueda brindar un servicio rápido y de excelente calidad, que cuente

con personal técnico idóneo, servicio al cliente cordial y equipos de última tecnología.

i. Estado actual:

Un Taller Multimarca Factoría Noa Motors EIRL en la Provincia de Sechura es una oportunidad de inversión, ya que el parque vehicular en la ciudad está creciendo a una tasa de 5.29 % anual, por lo cual la demanda de productos, repuestos, accesorios, reparaciones y todo lo asociado a la misma actividad está a la alza, de ahí surge la necesidad de la formulación de un plan de negocio que pueda ofrecer una satisfacción para un mercado demandante.

En Sechura, en todos sus locales a los que se recurrió, buscando bienes y servicios automotrices, es evidente que existe la necesidad de contar con establecimientos que por los menos presten los servicios básicos relacionados al mantenimiento automotriz, los cuales no dan garantía de los servicios prestados y que el resultado sea el deseado.

Sin duda que para este taller, la consigna es: “Dar a loss clientes una plena satisfacción en la entrega de todos sus servicios y productos con altos estándares de calidad”.

Por otro lado, se empleó el diagrama Ishikawa para conocer las causas de clientes insatisfechos de FACTORIA NOA MOTORS EIRL, tal como se presenta a continuación:

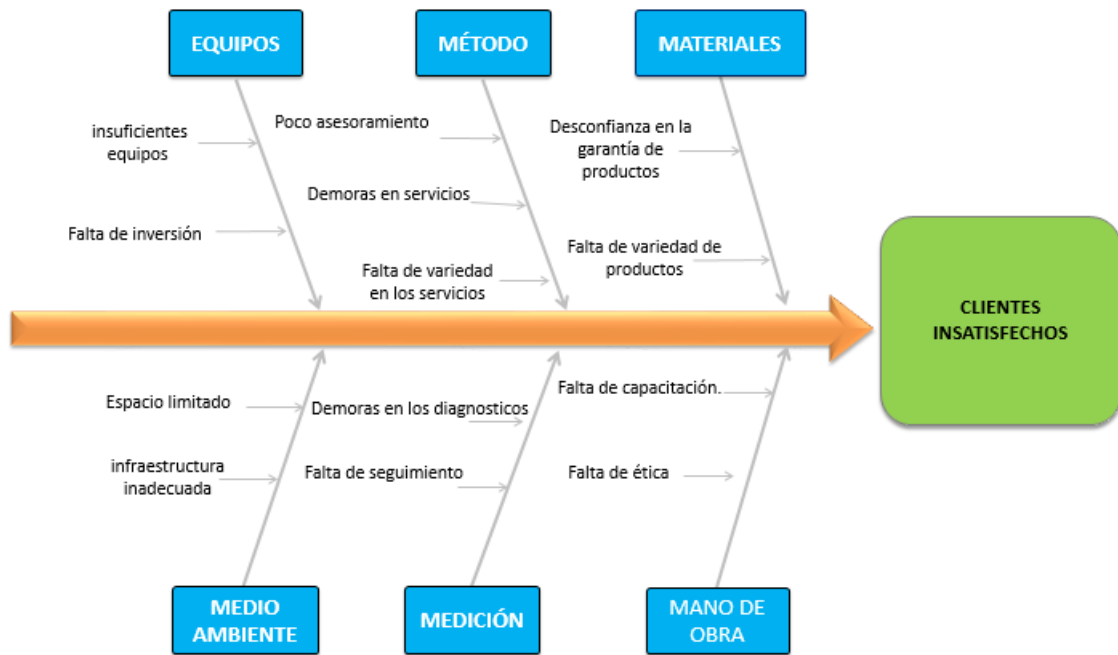


Figura 2. Diagrama de Ishikawa. Fuente: propia (2021)

Con esta información se realizó el diagrama de Pareto con los puntos obtenidos en la matriz de correlación de Pearson, que evalúan el grado de relación lineal entre cada causa. Los valores de correlación se pueden ubicar entre 0 y 1, lo que mide que el 0 es cuando no se incide directamente proporcional a cada una de las causas posteriores, mientras que el 1 refleja que si influye en ellas. Tal como se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Matriz de correlación*

|     | CAUSAS                                   | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | PUNTAJE | % PONDERADO |
|-----|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|---------|-------------|
| P1  | Desconfianza en la garantía de productos | 1  | 0  | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 0   | 0   | 2       | 14%         |
| P2  | Falta de variedad de productos           | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 0   | 0   | 1       | 2%          |
| P3  | Poco asesoramiento                       | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 1   | 1   | 3       | 12%         |
| P4  | Demoras en servicios                     | 0  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1   | 1   | 1   | 1   | 8       | 19%         |
| P5  | Falta de variedad en los servicios       | 0  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 1   | 0   | 0   | 0   | 6       | 5%          |
| P6  | Insuficientes equipos                    | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 0  | 1   | 1   | 0   | 0   | 4       | 12%         |
| P7  | Falta de inversión                       | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0   | 0   | 0   | 0   | 5       | 5%          |
| P8  | Espacio limitado                         | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 0   | 0   | 0   | 0   | 2       | 10%         |
| P9  | Infraestructura inadecuada               | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 0   | 0   | 0   | 0   | 2       | 5%          |
| P10 | Demoras en los diagnósticos              | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1   | 0   | 0   | 0   | 1       | 7%          |
| P11 | Falta de seguimiento                     | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1   | 1   | 0   | 0   | 2       | 2%          |
| P12 | Falta de capacitación                    | 0  | 0  | 1  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1   | 1   | 1   | 1   | 5       | 5%          |
| P13 | Falta de ética                           | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 0   | 1   | 1       | 2%          |
|     |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     | 42      | 100%        |

Fuente: Propia (2021).

Siendo estas las más influenciadas: Falta de variedad en los servicios, demoras en los diagnósticos, falta de inversión, demoras en servicios, espacio limitado, falta de capacitación, desconfianza en la garantía de productos, insuficientes equipos, infraestructura inadecuada, poco asesoramiento, falta de variedad de productos, falta de seguimiento y falta de ética. Luego se evaluó los 13 aspectos, las cuales son las más importantes en la empresa FACTORIA NOA



MOTORS EIRL, donde las mismas están ocasionando clientes insatisfechos. A continuación, se muestra el análisis de los datos antes mencionados.

**Tabla 2**

*Análisis de Datos*

|     | CAUSAS                                   | PUNTAJE   | % PONDERADO | % PONDERADO ACUMULADO | % PONDERADO PROMEDIO |
|-----|--|-----------|-------------|-----------------------|----------------------|
| P5  | Falta de variedad en los servicios       | 6         | 14%         | 14%                   | 80%                  |
| P10 | Demoras en los diagnósticos              | 1         | 2%          | 17%                   | 80%                  |
| P7  | Falta de inversión                       | 5         | 12%         | 29%                   | 80%                  |
| P4  | Demoras en servicios                     | 8         | 19%         | 48%                   | 80%                  |
| P8  | Espacio limitado                         | 2         | 5%          | 52%                   | 80%                  |
| P12 | Falta de capacitación                    | 5         | 12%         | 64%                   | 80%                  |
| P1  | Desconfianza en la garantía de productos | 2         | 5%          | 69%                   | 80%                  |
| P6  | Insuficientes equipos                    | 4         | 10%         | 79%                   | 80%                  |
| P9  | Infraestructura inadecuada               | 2         | 5%          | 83%                   | 80%                  |
| P3  | Poco asesoramiento                       | 3         | 7%          | 90%                   | 80%                  |
| P2  | Falta de variedad de productos           | 1         | 2%          | 93%                   | 80%                  |
| P11 | Falta de seguimiento                     | 2         | 5%          | 98%                   | 80%                  |
| P13 | Falta de ética                           | 1         | 2%          | 100%                  | 80%                  |
|     |  | <b>42</b> | <b>100%</b> |                       |                      |

Fuente: Propia (2021).

Lo anterior refleja las causas con porcentaje de prioridad, tales como, demoras en servicios con 19%, falta de variedad en los servicios con 14%, falta de inversión y falta de capacitación con 12%, insuficientes equipos con 10%, poco asesoramiento 7%, espacio limitado, desconfianza en la garantía de productos, infraestructura inadecuada y falta de seguimiento con 5%, demoras en los diagnósticos, falta de variedad de productos y falta de ética 2%.

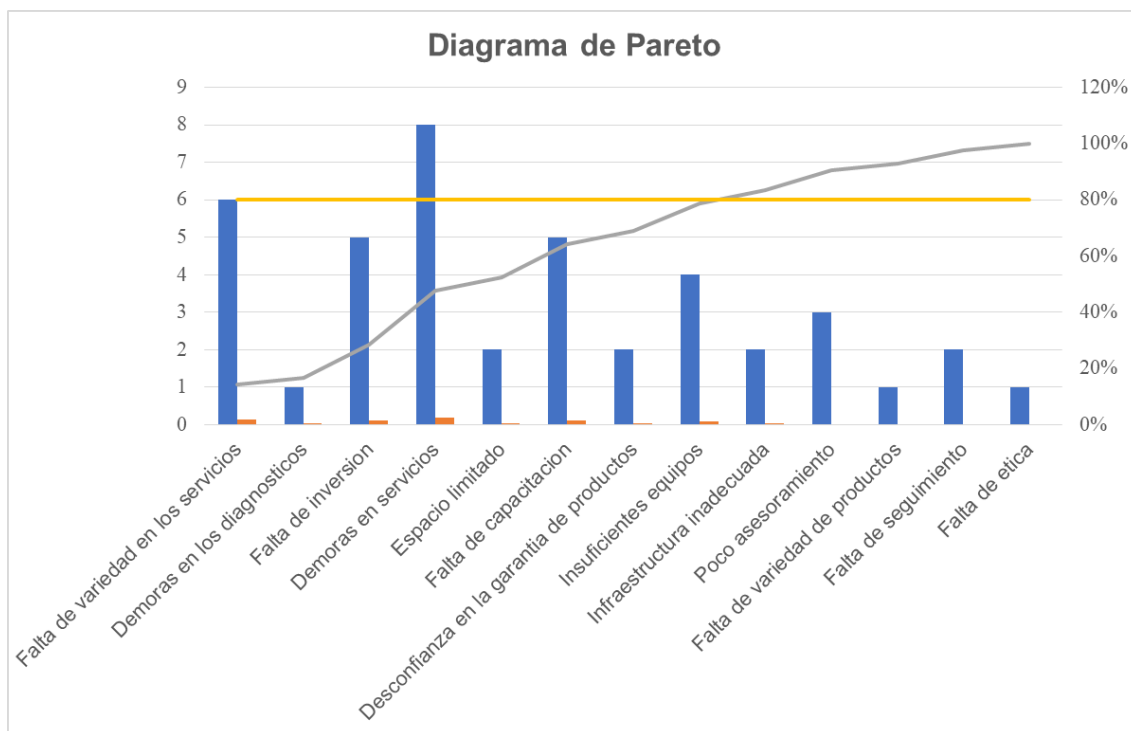


Figura 3. *Diagrama de Pareto. Fuente: Propia (2021).*

En la figura anterior, se muestra el diagrama de Pareto que especifica la determinación de las causas de mayor índice, las cuales fueron: demoras en servicios y falta de variedad en los servicios.

ii. Estado deseado:

Ofrecer bienes y servicios en instalaciones acordes a las necesidades del sector, y satisfacer la demanda de atención automotriz de la provincia de Sechura.

Con el Taller Multimarca Factoría Noa Motors EIRL se quiere aprovechar el segmento de mercado que se tiene disponible de vehículos nuevos, usados y rodados, y por la alta demanda de los productos. Debido al crecimiento en el uso de vehículos, muchos de los inconvenientes con los cuales se encuentra el

cliente en el momento de adquirir un repuesto, es que no hay existencia, el costo del mismo es elevado o simplemente la calidad no llena sus expectativas, trayendo a futuro mayores reparaciones y gastos para el dueño del vehículo.

Para la creación de una nueva empresa, es preciso iniciar una estructura de forma organizada y planeada bajo estándares de calidad que permitan la constitución y permanencia en el mercado, a través del modelo CANVAS, que “determina cuál es el valor agregado para los clientes que requieren de la prestación del servicio de mantenimiento y reparación de sus vehículos de forma innovadora”, Garcés y Solórzano (2018) & Ferreira y Muniz (2018). Posteriormente se realiza “un estudio de mercado, un estudio técnico que permita identificar las alternativas técnicas a considerarse para el desarrollo de esta actividad y por último a través del análisis económico y financiero determinar la viabilidad de la empresa”, Ivanisevic y Buchmeister (2016) & Kuchina.y Kitchenko (2016).

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Es viable el plan de negocio para constituir un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL en la provincia de Sechura?

### **1.4 Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Formular un Plan de negocio para constituir un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

### **Objetivos Específicos:**

Implementar el modelo CANVAS para un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

Efectuar un estudio de mercado para obtener Información que sirva como soporte para la creación de un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

Realizar un estudio técnico que permita identificar las alternativas técnicas a considerarse para el desarrollo de esta actividad.

Desarrollar un estudio económico financiero que permita la evaluación financiera de este proyecto.

#### **1.4.1. Hipótesis**

Es viable el plan de negocio para constituir un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL en la provincia de Sechura.

### **1.5 Justificación de la Investigación**

Al realizar un plan de negocio para la creación de una empresa prestadora de servicios se pretende realizar un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio económico financiero, los cuales son necesarios para la puesta en marcha de un nuevo proyecto y que en conjunto permiten evidenciar la viabilidad y rentabilidad del mismo, Correa et al (2010) & Gotama (2014).

De tal forma que serviría como una guía para aquellas personas o profesionales que pretendan crear su propio negocio con seguridad y eficiente

para la comunidad, Puente y Carrasco (2017) & Jiménez, Pazmay y Mancheno (2017).

### **Justificación teórica**

La justificación teórica radica en la fundamentación conceptual que respalda la investigación, ya que se realizará una revisión de artículos científicos indexados en idioma español e inglés que le darán sustentación científica.

### **Justificación práctica**

Por otra parte, su justificación práctica radica en el desarrollo del plan de negocio, además de la aplicación del estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico financiero que permita la evaluación financiera de este proyecto, el cual servirá de apoyo a otros proyectos similares.

### **Justificación metodológica**

En cuanto a la justificación metodológica aporta una técnica e instrumento de recolección de datos confiable, un cuestionario que se empleará para los datos requeridos en el estudio de mercado a una muestra seleccionada de clientes, aportando un modelo de cuestionario que puede ser aplicado en otras investigaciones futuras.

## **1.6 Metodología**

### **Tipo de Investigación**

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que la investigación mixta, “implica combinar los enfoques cualitativo y cuantitativo en

un mismo estudio". Por tanto, la presente investigación fue mixta, ya que se realizó un estudio a través de una revisión documental y observable mediante técnicas estadísticas para los resultados y análisis de la encuesta.

### **Diseño de la Investigación**

Según Hernández et al. (2004), indica que en "los diseños no experimentales las variables no se manipulan, es decir, el investigador no interviene en las variables, sólo las estudia. Es por ello que se consideró de diseño no experimental, ya que la presente investigación busca realizar un plan de negocio y conocer la viabilidad del proyecto.

Para Hernández y Mendoza (2018), define el tipo de corte transversal o transaccional como "aquel que logra recolectar los datos en un sólo momento, en un tiempo único. Para el presente estudio se consideró de corte transversal, debido a que se empleó una sola vez el instrumento de recolección de datos a la muestra de estudio.

### **Tipo de Estudio**

Con referencia, se usó el método inductivo debido a que se manejó el estudio de la data respecto a cada tipo de estudio a determinar en los objetivos, así mismo se usó una encuesta a la muestra escogida para después realizar una definición que evidencia si se acepta o se rechaza la hipótesis.

Al respecto, Méndez (2011) manifiesta que "es necesario realizar un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación", la cual está trazada bajo los objetivos de investigación, que residen en la preparación de un

estudio de factibilidad para una nueva empresa, donde se toma en consideración un procedimiento que necesita toda una estructura constituida que ya este determinada por otros autores. El método escogido para el estudio de la investigación fue el inductivo, tomando en consideración que la misma “comienza por evidenciar los fenómenos particulares con la finalidad de obtener las conclusiones que se utilizar en una situación igual a la evidenciada”.

Según Méndez (2011), las preguntas de investigación toman un tema puntual, y los datos se recolectan por medio de un tipo de medición estadística, como por ejemplo, la encuesta. Para los autores Hernández, Fernández, y Baptista (2014) este tipo de investigación representa un proceso estructurado, de manera que generaliza los resultados conseguidos en la muestra de estudio de una población, es por esto que se debe tomar en consideración que la realización de un plan de negocio necesita el seguimiento preciso de un esquema preciso.

### **Población y muestra**

Según Hernández et al (2014), señala que la “población o universo Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Por tanto la presente investigación se ha considerado la población de acuerdo a las características y a los intereses del investigador, el cual se ha tomado en cuenta a 3 jefes de establecimientos automotrices y a 50 colaboradores propietarios de vehículos de la Provincia Sechura.

Para el mismo autor, la muestra es “parte de la población, en algunos casos, la muestra es la misma población de acuerdo a la naturaleza del estudio”. Por tanto, la muestra fue considerada la misma población.

## 1.8 Alcances y Limitaciones

### Alcances

El presente estudio se encuentra basado en la información recopilada de algunos conductores o propietarios de vehículos en el terminal de Sechura. Por problemas coyunturales que atraviesa el país, la información ha sido muy limitada por factores como:

- Los efectos que SARS-CoV-2 ha hecho que las personas no se encuentren en los terminales, debido al asilamiento y miedo al contagio.
- Las muestras fueron tomadas en el periodo 2020-2021.
- La presente idea de negocio cuenta con local propio, el cual se encuentra en una zona estratégicamente comercial y de tránsito regular y constante.

### Limitaciones

**Limitaciones Institucionales:** FACTORIA NOA MOTORS EIRL, solo está enfocado, y limitándose a ejecutar o realizar 3 actividades primordiales, como son:

- Estética vehicular
- Venta y servicio de aceites y lubricantes
- Reparación, cambio y venta de llantas.

**Limitaciones económicas:** Se cuenta con pocos recursos para materializar el proyecto, por lo que se puede considerar un préstamo.

**Limitaciones geográficas:** Se tomará en cuenta sólo Provincia Sechura.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

##### Antecedentes Internacionales

Salinas (2019) en su investigación titulada “***Diseño de un plan de negocio para el taller electromecánico del recinto Cerecita***”. Ecuador. Tuvo como objetivo diseñar un plan de negocio para el taller electromecánico del recinto Cerecita. Los resultados mostraron que mediante el análisis financiero es factible la aplicación del plan de negocio en el taller electromecánico debido a que, permitirá llevar acabo el servicio completo del taller, del mismo modo que ésta sea una microempresa formalizada para que así se posicione en el mercado. Cabe agregar que, con la aplicación del plan de negocio este proyecto tendrá grandes beneficios tales como generar fuentes de empleo, así también el dueño del taller obtendrá ingresos propios y además con la formalización se contribuirá a la economía del país.

Se concluyó que debería de contar con la venta de repuestos para el mantenimiento y reparación de los vehículos dentro del taller, debido a que los clientes en muchas ocasiones no cuentan con tiempo disponible para ir en busca de repuestos. Por lo tanto se, se recomienda que el dueño del taller genere nuevas fuentes de ingresos a través de la venta de repuestos para que pueda mantener y aumentar sus ganancias y no se vean afectados por la baja prestación del servicio de mantenimiento del sistema eléctrico de los vehículos.

García (2019) en su investigación titulada “***Diseño de un plan de negocio para una empresa en el sector de mantenimiento y reparación de vehículos automotores en Cali***”, Colombia. Tuvo como objetivo realizar un plan de negocio que permita evaluar todas las áreas estratégicas de una empresa en el sector de mantenimiento y reparación de vehículos automotores. Los resultados mostraron que en la elaboración del modelo CANVAS, se observó dentro de su propuesta de valor el desarrollo de un plan de negocio, donde lo más relevante son las expectativas y necesidades del cliente, a través de maquinaria que reduce tiempos de entrega y un servicio con una mayor garantía frente a los competidores del sector, sosteniendo los precios ofertados por estos, siendo a la vez responsables con el medio ambiente, manteniendo la cultura de preservar los recursos naturales con el empleo de una máquina de agua recirculada para el lavado de vehículos.

Por otra parte, en el diseño de la estructura técnica y administrativa de la empresa, se pudo establecer las metas de corto, mediano y largo plazo en cuanto a número de servicios a prestar en la empresa, se realizó la descripción de cada uno de los servicios, con el diagrama de procesos se establece la relación con los stakeholders y los tiempos de respuesta en cada servicio. Se concluyó que se obtendrá el punto de equilibrio en el primer año de apertura, y cómo en el mediano plazo el negocio se fortalecerá económicamente permitiendo así a sus socios innovar en estrategias que mantengan el nivel de ventas esperadas y el crecimiento sostenible. Por lo tanto, demostrando que es un proyecto de emprendimiento innovador que es factible desarrollar, demostrando los beneficios que brinda la gestación de empresas, en este caso

una pequeña empresa, con probabilidad de constituir una segunda unidad de negocio en otra localidad de la ciudad de Cali a largo plazo.

Valdiviezo (2018) en su investigación titulada "***Plan de negocio para impulsar la gestión en la empresa carrocerías metálicas Mayorga, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo***". Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio enfocado en impulsar la gestión de la empresa Carrocerías Metálicas Mayorga de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Los resultados mostraron que el plan de negocio determina que es realizable, para su inversión se requiere de \$120.356,00 el 83% se utilizara para la construcción del galpón y el 17% para la compra de la maquinaria, dinero que será financiado a través de un préstamo en la CFN y el restante por parte del capital. A través de los índices financieros se determinó los siguientes resultados un VAN equivalente a \$9,775.68 dólares, una TIR del 35%, R B/C de 1.08 centavos y un PRI de 2 años 7 meses.

Por lo tanto todos los indicadores tratados los valoran que la inversión en la empresa es factible. Se concluyó que se debe implementar el plan de negocio, porque se ha comprobado que existe una demanda insatisfecha efectiva, además el presente plan ha demostrado tener potencial para asegurar mayores probabilidades de éxito, y es un instrumento de control que permite detectar anomalías del plan original.

Núñez y Rodríguez (2018) en su investigación titulada "***Propuesta de un plan de negocio para un centro de servicio automotriz con atención al cliente personalizada***". Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Bogotá, Colombia. Tuvo como objetivo crear un plan de negocio para ofrecerle

a un centro de servicio automotriz, que preste una atención al cliente personalizada. Los resultados mostraron que las estrategias que se realizaran para obtener la participación de los interesados en el proyecto son informes claros y concisos hacia los interesados acerca de costos, avance y desempeño del proyecto; evaluación social en la identificación clara de los intereses de cada uno de los participantes; Inclusión de todos los interesados, convocados en reuniones para la revisión general del estado del proyecto; Charlas con los interesados, donde ellos tengan la opinión y parte de las tomas de decisiones del proyecto. La actualización del plan de gestión con los interesados se realizara de manera periódica, dando a conocer los avances que ha tenido el proyecto, esta actualización se llevara cabo en medio de reuniones donde todos los actores estén involucrados, con la finalidad de hacer transparente dichas actualizaciones.

Se concluyó que el desarrollo de un buen plan de gestión de los interesados asegura en gran medida la conformidad de los mismos y la evolución de forma significativa del proyecto. Además, la realización e implementación de escalas cuantitativas y cualitativas en el nivel de probabilidad e impacto, ayuda a la identificación plena de cada uno de los riesgos que se pueden presentar en el proyecto.

Jaramillo (2019) en su investigación titulada ***“Plan de negocio para la creación de un taller Automotriz multimarca en la ciudad de Quito”***. Universidad Católica del Ecuador. Tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio para la creación de un taller automotriz multimarca. Los resultados mostraron que el negocio es viable ya que su TIR es 50,65% lo que quiere decir es que habrá un retorno de la inversión bastante alto. En base a los indicadores

financieros se puede determinar que el margen de Utilidad Bruta es de 29% desde el año 1 por el tipo de negocio que se maneja, ya que es un servicio.

Se concluyó que se puede determinar que la situación actual de los talleres automotrices en la ciudad de Quito influyó para la toma de decisiones y las estrategias que se implementaron, además su análisis de entorno general y específico contribuyó a determinar que es factible la creación de este negocio. Sin embargo, el negocio que se va a implementar requiere una inversión muy alta, lo que significa que los socios estratégicos deberán comprometerse de manera objetiva con la empresa.

### **Antecedentes Nacionales**

Alzamora (2020) en su investigación titulada ***“Plan de negocio para el desarrollo de servicio logístico automotriz en Maquinarias S.A.”*** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. Tuvo como objetivo proponer la creación de una propuesta de valor diferenciada y centrada en: la ubicación del almacén y la reputación de la empresa, definiendo estrategias de penetración de mercado.

Los resultados mostraron que mediante una evaluación económico-financiera del plan de negocio propuesto indican que son favorables: VAN S/ 17'065,243.33 y TIRM 35.31% (escenario optimista), VAN S/ 7'555,838.16 y TIMR 24.11% (escenario conservador), VAN S/ 1'556,558.07 y TIR 14.63% (escenario pesimista). Se concluyó que ante el pronóstico favorable de crecimiento de venta de vehículos nuevos y ante las deficiencias actuales del sector logístico automotriz, se recomienda desarrollar una nueva línea de negocio en este sector. Además, se recomienda desarrollar una propuesta de

valor enfocada en cubrir las necesidades insatisfechas del sector logístico automotriz, considerando los aspectos más valorados y buscados por los principales importadores y comercializadores de vehículos livianos nuevos en el Perú.

Carrasco (2020) en su investigación titulada ***“Plan de negocio para la implementación de una estación de servicios en la provincia de Jaén”***. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Tuvo como objetivo implementar un plan de negocio para determinar la viabilidad de una estación de servicios. Los resultados mostraron que con el estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha, argumentando la probabilidad de aceptación.

Por otro lado, el plan de negocio se planteó en un horizonte de cinco años, el proyecto resulta beneficioso ya que manifestó indicadores como el VAN en S/. 317, 62 y el TIR en 29% respectivamente. Se concluyó que el plan de negocio para la implementación de una estación de servicios es viable y tiene un constante desarrollo por el incremento del parque automotor. La viabilidad estratégica, según lo indicadores indica un atractivo entorno favorable para el crecimiento del negocio con diversas oportunidades que se pueden aprovechar para convertirlas en fortalezas. Y con un mercado poco competitivo que conlleva a un rápido crecimiento.

Santamaría (2019) en su investigación titulada ***“Plan de negocio de un taller de motoservicios para la atención de la demanda en Lambayeque, 2018”***. Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú. Tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio basado en el modelo de nueva empresa de un taller de motoservicios para la atención de la demanda en Lambayeque. Los resultados

mostraron que una demanda insatisfecha o insatisfacción de las necesidades de quienes poseen requerimientos en los ofertantes del servicio mecánico de motocicletas, determinándose que el 63% de los encuestados manifestaron estar insatisfechos con la infraestructura, al igual que el 48% afirmaron que los equipamientos que utilizan los mecánicos son inapropiados, así mismo se determinó que el 45% de los motociclistas no se encontraron conformes con la calidad del servicio recibida, por su parte el 64% de los motoristas indicaron estar desconformes con la confianza, mientras tanto un 67% de los mecánicos no poseen un nivel formativo adecuado.

En cuanto a la metodología se determinó por seleccionar la de Weinberger (2009), debido que presenta varios tipos para la estructura de negocios, y sabe la realidad problemática del país, sin embargo, es esta la que mayor se adecua a la investigación propuesta. Se concluyó que en el análisis financiero obtuvo una inversión de 20,713.00 soles, un VANE de S/41,769.69, un VANF de S/23,602.59 una TIRE 49% un TIRF de 26% y un costo de beneficio de 1.7, es decir una viabilidad económica y financiera.

Martínez (2018) en su investigación titulada ***“Plan de negocio para la creación de un taller mecánico con atención nocturna en la ciudad de Arequipa – 2018”***. Universidad Nacional de San Agustín. Tuvo como objetivo analizar la viabilidad y rentabilidad de la creación e implementación de un taller de mecánica con horario nocturno en la ciudad de Arequipa. Los resultados mostraron que al finalizar el plan y demostrar la viabilidad se obtuvo una rentabilidad financiera de S/.660 145 (VAN), con una vida útil de cinco años, lo que se ve reforzados con los distintos indicadores de rentabilidad; haciéndolo viable al presente plan de negocio.

Se concluyó que el plan de negocio genera un modelo de negocio cuyo valor agregado y diferenciado frente a la competencia se basa en la atención de un taller mecánico en horario nocturno en la ciudad de Arequipa, brindando un servicio único, que aún no existe en la ciudad de Arequipa, siendo esta de calidad, seguridad, comodidad y que se adapte a los horarios de rutina diaria de los posibles clientes. Aprovechando la oportunidad de negocio que se genera al haber un incremento de la demanda de compra vehicular en la ciudad de Arequipa registrada en los últimos años.

Avilez y Valle (2016) en su investigación titulada **“Plan de negocio para el taller automotriz Tiki Cars”**. Universidad de Lima, Perú. Tuvo como objetivo diseñar una idea de negocio para el taller de mecánica automotriz Tiki Cars. Los resultados mostraron que los clientes están interesados en recibir una experiencia por servicios de mecánica, planchado y pintura que les permita ahorrar tiempo y obtener un servicio de calidad centrado en la persona, ya que esto contribuye en el ahorro del tiempo.

Por otra parte, se identificó que los clientes desconocen la diferencia entre los aceites minerales y sintéticos y las ventajas de éstas últimas, generando la necesidad de Tiki Cars de capacitar a sus clientes informándoles de las bondades de los aceites sintéticos frente a los minerales a través de su página web y redes sociales. Por último, mediante un análisis de costos y competencia se consiguió cobrar precios competitivos superando a la fecha el punto de equilibrio y logrando crecimientos de venta de 14% mensuales. Se concluyó que, Tiki Cars debe implementar de manera inmediata un sistema integrado que le permita ahorrar trabajo manual del personal administrativo para que se pueda



orientar los esfuerzos hacia mejora de atención al cliente, captación de clientes nuevos y ahorro de costos.

## **2.2. Conceptualización de los tópicos clave**

### **Plan de Negocio**

Según Longenecker, Moore y Petty, (2001) “un plan de negocio es un escrito que plantea una idea de lo que es un negocios y varios aspectos a tomar en cuenta en base a su iniciación”. En cambio para Arbaiza (2015) “es un escrito de la organización que detalla todos los artículos y servicios que brindan, y de igual forma también contiene los aspectos que participan en sus operaciones, utilizando el planeamiento en sus recursos financieros”.

Por otra parte, Carrasco (2020) manifiesta que “es un escrito que recopila y contiene todos los datos necesarios para evaluar un negocio y ejecutarlo”. De esta forma, un plan de negocio es un medio por el cual un administrador y su equipo administrativo estudian los elementos claves que incitan al éxito o fracaso del negocio.

Sin embargo, Fleitman (2000) en su teoría detalla que, “un plan de negocio es una herramienta importante y esencial para el triunfo de las empresas. Es una cadena de tareas interrelacionadas para empezar o crear un nuevo proyecto o compañía, es un método de planeación inclinada al logro de los objetivos y meta establecidos”. De esta forma, cuando se comienza un proyecto no solamente consiste en querer realizarlo sino que también el mismo sea exitoso y que se vaya expandiendo o ascendiendo. Por consiguiente, un adecuado plan de negocio ayuda a que las opiniones e ideas de tener una empresa se logren y

sean una realidad, ya que la misma sirve de guía y base para sintetizar las ideas, establecer la realidad actual del negocio y de su futuro.

Dentro de este orden de ideas, Zorita (2015) indicó que, “aun si hasta en una pequeña empresa se debe elaborar un plan de negocio, la cual será una herramienta que instruya y participe en los elementos que puedan generar o influir de forma negativa, por ello, es justo tener un plan de acción que conlleve al éxito de la organización”.

Cabe destacar, que el plan de negocio es el comienzo para construir una empresa o negocio y el mismo tiene que estar compuesto por la parte administrativa, marketing, operaciones y financiero, así mismo, contendrá y detallara la estrategia, segmento de mercado objetivo, los recursos clave, la propuesta de valor, los canales, la distribución, las fuentes de financiamiento y rentabilidad.

En tal sentido, un plan de negocio debe ser claramente definido y coherente, el mismo tiene que contener una estructura acorde a las necesidades de la organización que se va a crear, que ejecute sus operaciones de acuerdo su mercado determinado, tener información y conocimiento de las competencias en su entorno, desarrollar estrategias, establecer los objetivos y medios a utilizar, así como también los recursos financieros y tener fuentes de financiación.

### **Modelo de Negocio – CANVAS**

Según Carrasco (2020) “es un documento que representa el modelo de negocio de manera general e inmediata, de forma lógica creando la propuesta

de valor, segmentos y relación de clientes, canales, socios, actividades, recursos, costes y fuentes de ingreso”.

- **Propuesta de valor:** detalla todas las propiedades que desarrollan valor en bienes y servicios para un grupo de usuarios determinados. Estos, están preparados para pagar por artículo y la propuesta de valor interviene en la decisión de compra, ya que este se considerara que cumpla con la necesidad del mercado, la cual la misma puede ser alguna novedad, su rendimiento u personalización.
- **Segmento de clientes:** La segmentación de mercado es el trabajo de fraccionar los clientes en grupos diferentes en base a sus necesidades, especificaciones o conducta. Y el mercado meta es el procedimiento de valorar el interés de cada segmento del mercado y escoger uno o más segmentos para enfocarse en ellos.
- **Canales de distribución:** Se refiere a la manera de distribución y ventas que conforman la interfaz de una empresa con su clientela, teniendo un papel significativo en su experiencia.
- **Relación con los clientes:** Detalla los tipos de relaciones que una empresa crea con una clientela determinada. El tipo de relaciones pueden ser desde mecanizadas a personificadas y el nivel que escoja la empresa para su modelo de negocios atribuye de gran manera en la experiencia del mismo.
- **Fuentes de ingresos:** Simbolizan los ingresos que una empresa percibe por su actividad comercial. Si la clientela figura el corazón de un modelo de negocios, las fuentes de Ingreso son sus arterias. Cada fuente de

Ingresos contiene diferentes elementos de precios basados en sus productos y servicios.

- **Recursos clave:** Detalla los recursos necesarios que son más significativos para que funcione el modelo de negocios. Los mismos, hacen que la organización desarrolle y proporcione una propuesta de valor, conseguir mercados, conservar relaciones con segmentos de clientes, y lograr ingresos.
- **Actividades clave:** Detallas las actividades más significativas que una empresa tiene que ejecutar para que su modelo de negocios funcione. Así mismo, como los recursos claves, las actividades logran que una organización pueda desarrollar y proporcionar una propuesta de valor, conseguir mercados, conservar relaciones con segmentos de clientes, y lograr ingresos.
- **Socios clave:** Detalla el grupo de proveedores y socios claves que hacen que el modelo de negocios funcione. Las organizaciones forman alianzas para mejorar sus recursos, sus modelos de negocios, disminuir los riesgos y obtener recursos, para ser más eficaces.
- **Estructuras de costos:** detalla todos los costos realizados para utilizar un modelo de negocios. Establecer y conceder valor, conservar relaciones con compradores, y la obtención de los ingresos implican costos. Los mismos son calculados fácilmente después de estar determinados los recursos clave, actividades clave y asociaciones clave. Esta estructura puede estar integrada con costos medioambientales, políticos, sociales, económicos, entre otros.

## **Propósito Estratégico**

Según Apaza (2003), “el propósito estratégico es el procedimiento formal que puede formular, realizar y valorar el trabajo que conlleve a cumplimiento de los objetivos para ajustar la misión de la organización a los cambios que se generen en su entorno”.

En lo referente, el propósito estratégico, de acuerdo con Kother & Armstrong, (2001) indica que:

Es el procedimiento de desarrollar y conservar una coherencia estratégica entre las metas, las capacidades de la empresa y sus circunstancias de marketing variables. Ajusta el contexto para la planeación en el negocio, e involucra la creación de una misión para la organización, así como también crear objetivos, trazar una cartera de negocios concreta y establecer estrategias eficaces.

## **Mercadotecnia**

Según Tracy (2015) manifiesta que “es el arte y la ciencia de establecer lo que sus clientes actuales y futuros necesitan, para así poder obtenerlos por medio del desarrollo y estructuración de productos y servicios”. De la misma forma, menciona que una mezcla de marketing son un grupo de instrumentos estratégicos que la organización utiliza para generar una respuesta esperada en el mercado.

## **Plan de mercadotecnia**

Para Longenecker, Moore, y Petty, (2001) manifiestan que:

El plan de mercadotecnia tiene que determinar los beneficios para el cliente y el tipo de mercado existente, en base al tipo de producto o servicio que se brinda. El plan de mercadotecnia tiene que ser de gran interés para el cliente para que así exista un mercado y que los mismos estén dispuestos a adquirir el producto o servicio. Este estudio de mercado tiene que estar completamente descrito para proporcionar una data determinada de la demanda. De igual forma, tiene que estudiar la competencia y detallar los componentes de la estrategia.

### **Plan Técnico – Operacional**

Para Concha (2001) indica que “las operaciones están destinadas a conseguir una gran productividad, lo que involucra una apropiada utilización de los recursos, mano de obra y energía. Usualmente esto se aplica cuando la empresa acoge una estrategia de liderazgo”. Al respecto, Longenecker, Moore, y Petty (2001) manifiestan que este “plan estudia los elementos como son la ubicación y las instalaciones: cuánto espacio amerita el negocio y qué tipo de equipo necesita”. El plan de operaciones de igual forma debe exponer el enfoque presentado por la empresa para certificar la calidad, registrar el inventario y contratar subcontratistas u adquirir materias primas.

### **Plan organizacional**

Según Concha (2001) determina que “el desafío del diseño organizacional es, esencialmente, el núcleo operativo, la cual está integrado por aquellos

trabajadores que realizan las actividades básicas de la empresa y quienes son los que entran en contacto con los consumidores”.

### **Diseño organizacional**

De acuerdo con Chiavenato (2002) “es la estructura organizacional más conveniente al entorno, estrategia, tecnología, personal, tareas y capacidad de la empresa. Es el procedimiento de escoger y utilizar estructuras organizacionales que logren controlar y manejar los recursos”.

### **Estructura organizacional**

Según Chiavenato (2002) lo define como “la forma de distribuir, establecer y controlar las tareas de la empresa, la distribución y coordinación de tareas de los integrantes del estudio”.

### **Plan Económico – Financiero**

Para Concha (2001) “Es la evaluación de la primera inversión de las ventas y de los costos en que incidirá para crear la producción y el financiamiento que este se necesite”. Los resultados de los cálculos de estas apreciaciones y de los supuestos que se implanten en cada contexto se podrán emplear en los estados financieros.

En relación, Longenecker, Moore, y Petty (2001) indican que “los estados financieros son las proyecciones de la empresa que se figuran para cinco o más años. Las proyecciones contienen balances, estados de resultados y estados de

flujo de efectivo anuales, así como también los presupuestos de efectivo”. Es importante que las proyecciones financieras estén sustentadas con hipótesis y definiciones concretas de manera que se establezcan las cantidades.

Seguidamente, se relatan puntos clave de los componentes en las que se distribuye el plan financiero, según Pérez y Carballo (1996) precisa los términos de la siguiente forma:

- **Costos:** Es la suma de los costos fijos y variables para un nivel de producción específico; en costos fijos y variables. Los costos fijos son todos los costos que no se modifican al alterar la cantidad de producción y los costos variables son todos aquellos que se modifican con la actividad.
- **Gastos:** Es la declinación de un activo, por su utilización o gasto, sin que se genere como contrapartida en el crecimiento de un activo, lo que presume una deducción de patrimonio neto de la organización.
- **Flujo de caja:** Es un instrumento que detalla las entradas y salidas efectivas de dinero en el periodo de duración del proyecto. Se divide de forma metódica en tiempo iguales que pueden ser mensuales, trimestrales, anuales, entre otros. Usualmente es por años pero el mismo depende de la utilidad y la precisión.
- **Rentabilidad:** Es el rendimiento medido para una propuesta de inversión, compone solo una estimación de lo que puede suceder en su creación.
- **VAN:** Son los flujos actualizados de cada ciclo. El VAN de un proyecto de inversión corresponde a la suma de sus movimientos de fondos actualizados al origen de la evaluación. Esta actualización se ejecuta a una tasa de



descuento que manifiesta el rendimiento mínimo que cada organización requiere.

- **TIR:** La tasa interna de rentabilidad calcula el tipo de interés que se consigue, durante la vida de inversión y sobre todos los fondos invertidos, lo que quiere decir, calcula el rendimiento, representado en una tasa porcentual, sobre los fondos usados por el proyecto.
- **Capital de trabajo:** Son los medios financieros para ejecutar el proyecto en base a su programa de producción. Es un medio de equilibrio financiero a largo plazo, que implica un balance de la organización, y su tamaño tiene que ser establecida por la gerencia. El capital de trabajo es la producción del activo corriente.

## **Estudio de mercado**

De acuerdo con Tracy (2015) manifiesta que “es el procedimiento donde se elabora una recolección y se estudia los datos que se utilizan para determinar las especificaciones de un mercado y entender cómo trabaja el mismo”. Este procedimiento es importante para estar a la corriente de todas las nuevas preferencias, perspectivas y necesidades de los usuarios, los cambios en la dinámica de la producción, entre otros. Lo más significativo de realizar este análisis de mercado es lograr el éxito toda nueva empresa, debido a que se tiene conocimiento del ambiente donde se realiza el proyecto, por este motivo se hacer una correcta planeación.

En tal sentido, el estudio de mercado permite recolectar la información que puede ayudar en la toma de decisiones de la empresa, debido a que la

misma está dirigida a determinar todas las condiciones del mercado y si las mismas no sirven para que se realice el proyecto. La investigación de mercado se encuentra integrado por un proceso sistemático de diseño, recolección, estudio, y representación de los datos pertenecientes a un escenario de marketing determinado que afronta una empresa.

Por tanto, es la identificación, obtención, estudio, transmisión y utilización de sistemas y objetivos de la información con la finalidad de optimizar la toma de decisiones concernientes con la determinación y solución de problemas, así como también las oportunidades de marketing.

## **Demanda**

Al respecto, es la cantidad de bienes o servicios que el mercado necesita, donde la misma tiene el propósito de cumplir y satisfacer una necesidad determinada y a un valor anticipadamente fijado. En tal sentido, la demanda es la conducta o destreza que tienen las personas por satisfacer una necesidad a un valor determinado, es decir, es cuanto un consumidor estaría dispuesto a comprar o conseguir a un precio establecido.

## **Análisis de la Demanda**

En efecto, la finalidad primordial del análisis de la demanda es calcular las fuerzas que intervienen en los exigencias del mercado en relación a un bien o servicio, donde se determina la eventualidad de participación del mercado con un nuevo plan o proyecto para la satisfacción de esta demanda, la misma se

encuentra establecida de acuerdo a los siguientes elementos: la necesidades existentes por un bien o servicio, la cantidad de aumento de la población, los precios, y otros más, los cual se tomaran en consideración de acuerdo a la información procedente de fuentes primarias y secundarias y otros para su análisis. En este mismo sentido, el análisis de la demanda representa uno de los elementos más significativos del estudio de proyectos, debido a los resultados obtenidos por el ese análisis dependerá la aceptación del proyecto.

### **Proyección de la Demanda**

En este orden de ideas, es una etapa significativa dentro del estudio de mercado, ya que tiene como propósito identificar la realidad del mercado al cual se desea entrar con el bien o servicio definido.

### **Oferta**

Se refiere, a la cantidad de bienes o servicios que una cantidad ofertantes en específico ofrecen, por consiguiente, son los bienes o servicios que se desean ingresar en el mercado para que estén disponibles para los compradores a un precio establecido. En lo referente, Canelos define la oferta como la conducta y disposición de los ofertantes o fabricantes y la medida para fabricar y vender un producto a un precio establecido.

## **Análisis de la Oferta**

Cabe agregar que la finalidad de este análisis es el de determinar y calcular las condiciones y cantidades que una economía puede colocar en el mercado en base a un bien o servicio.

## **Proyección de la Oferta**

Es una etapa significativa dentro del estudio de mercado, su propósito es identificar la realidad del mercado al cual se desea colocar el bien o servicio establecido.

## **Demanda Potencial Insatisfecha**

Dentro de este marco, se la define como la cantidad de bienes o servicios que posiblemente el mercado venda en los próximos años, donde se ha identificado que no existe un productor que pueda ahora ni en un futuro satisfacer todas las condiciones en donde se efectuó el estudio.

## **Estudio técnico**

Sapag y Sapag (2008) mencionan que el estudio técnico tiene como propósito “calcular la cifra de las inversiones y de los costos de operación”. De la misma forma se tiene que realizar una optimización del trabajo, y de los recursos que se tienen para la producción. Y así mismo, se pueden determinar

las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, para poder poner en funcionamiento la compañía.

Por lo tanto, en este tipo de estudio se centra en la localización del proyecto o empresa, de esta forma, se pueden establecer el sitio que sea más factible para brindar el producto o servicio. Por otra parte se puede lograr la mayor ganancia o menor costo unitario, siendo el representante de la producción del producto o la prestación del servicio de la futura compañía.

### **Estudio organizacional**

Según Sapag y Sapag (2008) “el estudio organizacional tiene la finalidad de identificar la capacidad operativa de la organización con la intención de tener conocimiento y valorar las fortalezas y debilidades, y establecer la estructura de la organización para un mejor control de las etapas de inversión, operación y mantenimiento”. Lo que significa, que para cada proyecto se tiene que identificar la estructura organizacional de acuerdo con los requisitos necesarios para la ejecución del proyecto y la futura operación. Es por esto que este tipo de estudio identifica cual será la estructura adecuada que tiene que tener la compañía para ejecutar el proyecto en el tiempo establecido sin retrasos o imprevisto.

### **Misión**

En síntesis, la misión, también llamada declaración de doctrina o de principio de negocios, muestra la visión de largo plazo de la organización, respecto a lo que desea ser y a quien desea servir. La misión, simboliza la razón

de la existencia de una empresa, es el fin por el cual se llegó al establecimiento de la empresa y al que tiene que servir.

## **Visión**

Es la representación que tiene la empresa de su futuro. La cual se proyecta en el espacio y tiempo. Es por esto que todas las empresas tienen que tener una visión fijada de ella misma, de todos los recursos que posee, en base a la relación que quiere seguir manteniendo con sus clientes y con el mercado, así como también de lo que desea efectuar para poder satisfacer todas las necesidades de sus clientes de forma continua.

## **Estudio legal**

Para Varela (2008). Indica que el objetivo del estudio legal “es definir la posibilidad legal y social para que la compañía se constituya y trabaje; discutir y elegir el tipo de sociedad, obligaciones tributarias, comerciales y laborales; además de estudiar las implicaciones tiene la sociedad de la empresa”. También, son parte de este estudio, los aspectos legales, legislación urbana, análisis ambiental, análisis social y cultural.

## **Estudio financiero**

Según Sapag y Sapag (2008) el objetivo del estudio financiero “es establecer y coordinar los datos de carácter monetario que suministraron las etapas previas, de la misma forma se utilizan cuadros analíticos e información añadida para la valoración del proyecto y valorar los antecedentes para

establecer su rentabilidad”. La sistematización de los datos financieros reside en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que resulten de las investigaciones anteriores.

Por otra parte, para Varela (2008), el estudio financiero “se encarga de establecer las necesidades de recursos financieros, los orígenes y los contextos de ellas, y poder tener acceso a las mencionadas fuentes”. De igual forma, se tiene que establecer, en el caso de que se utilice financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo. Por otra parte, la finalidad de este tipo de estudio es enfocarse en la liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras, en el cual se tienen que efectuar los Estados Financieros iniciales del proyecto, como el Flujo de Caja, Estado de Resultados, Balance y preparación de la estrategia financiera.

### **Definición de Taller mecánico u automotriz**

Para Martínez (2018) “es un sitio donde se ejecuta la inspección, comprobación, mantenimiento y reparación de varios vehículos, y que brinda distintos servicios como reparación, pintura, mecánica general, mecánica de alto nivel, venta de repuestos a cargo de personal humano que cuenta con una mano de obra calificada, capacitada y competente”.

## **2.3 Análisis comparativo**

### **¿Un plan de negocio es lo mismo que un plan estratégico?**

Weinberger (2009) Indicó que “un plan de negocio debe de incluir un plan estratégico, por lo que un plan de negocio trata de ver que la oportunidad de

negocio sea viable en el mercado local y la segunda busca reforzar el modelo del negocio en el largo plazo una vez que está en marcha”. Elaborar un plan de negocio debe ser la pieza principal para poder tomar decisiones en cuanto al producto o servicio ofrecido, mercado objetivo, la posición frente a factores internos y externos, objetivo a conseguir, estrategias de marketing, operacionales, recursos humanos y financieros.

### **Influencia del plan de mercadotecnia en un plan de negocio**

Según Longenecker, Moore, y Petty, (2001) determinaron que “el plan de mercadotecnia forma parte del plan de negocio de una empresa, por lo que está supeditado a su plan estratégico”. Ya que en este documento se definen los objetivos comerciales, de manera estructurada, para conseguir en un determinado periodo de tiempo, detallándose las estrategias y acciones que se van a ejecutar para alcanzar los objetivos del plan de negocio. Lo que se busca con el plan de mercadotecnia es mejorar la orientación de la empresa al mercado, creando y aportando valor para el cliente. Además, este documento permite a la empresa detectar las nuevas oportunidades de negocio para sacarles el máximo partido.

Del mismo modo, lo que se consigue con el plan de mercadotecnia es establecer y cumplir lo más eficientemente posible los objetivos de la empresa optimizando los recursos disponibles a la vez que se reducen los riesgos. Por lo tanto, es de gran ayuda un plan de mercadotecnia para alcanzar los objetivos del plan de negocio de una empresa u organización.



## **¿Un plan de negocio es lo mismo que un plan financiero?**

Cabe señalar que el plan financiero de una empresa es diferente al plan de negocio. Ya que el plan financiero comienza con un análisis de la situación financiera de la empresa, es decir, sobre la base de lo ya actuado; mientras que el plan de negocio comienza con la identificación de los datos, los supuestos y políticas que guiarán las proyecciones económicas y financieras del nuevo emprendimiento. En uno u otro caso, el plan financiero es una herramienta fundamental para lograr una marcha de la empresa sin sobresaltos que se puedan evitar. Por ello, Salman, (1997) recomienda que la extensión de cada área que comprende el plan de negocio este adecuado al tipo de giro de negocio que se va a iniciar incluyendo análisis cuantitativo y siempre al final el plan financiero ya que en este se verá cuantificada toda la información cualitativa del plan de negocio

## **Influencia del plan técnico - operacional en un plan de negocio**

Según Concha (2001) “todo buen emprendedor debe dar especial prioridad al diseño del plan técnico – operacional en el plan de negocio antes de crear una empresa; puesto que si no se establece una política clara y estratégica en lo que se refiere a la fabricación del producto y todo lo que éste conlleva, no podremos ofrecer un producto o servicio de calidad al cliente final”.

Cabe destacar que el área de operaciones de una empresa tiene un objetivo claro: crear un producto o servicio que satisfaga las necesidades de los clientes de la manera más eficiente y menos costosa posible. Pero, para poder hacerlo primero los planes de negocios se apoyan en un plan técnico -

operacional, que servirá para determinar los recursos y las diferentes fases de producción por las que pasan los diferentes elementos hasta conseguir el producto final o la prestación del servicio.

### **Influencia del plan organizacional en un plan de negocio**

De acuerdo con Concha (2001) “el plan organizacional es una herramienta importante en la administración y planificación del crecimiento corporativo. Un análisis del plan organizacional reúne proyecciones de venta y demandas del consumidor para ayudar a determinar la tasa del crecimiento de la compañía. Esta información se usa para alterar el plan de negocio de la compañía y planificar la expansión y el uso de los recursos, como el personal y la red de distribución, para acomodarse al futuro crecimiento”.

El proceso del plan organizacional identifica áreas de las operaciones de la compañía donde se necesita un cambio. Cada necesidad se analiza y los efectos potenciales se proyectan en un plan de negocio para aplicar ciertos cambios. El plan explica las maneras específicas en las que el cambio mejorará las operaciones de la compañía, que será afectada por el cambio y cómo se extenderá eficientemente a los empleados. Sin el plan organizacional como parte de un plan de negocio, hará que se le dificulte a la compañía desarrollar programas de administración de cambios efectivos.

### **2.4. Análisis crítico**

De acuerdo con las teorías y métodos mencionados anteriormente por los autores, se determinó que para este estudio se utilizará el modelo CANVAS, ya

que es un instrumento práctico y de trabajo en equipo importante que permitirá que todos de forma general conozcan los elementos significativos de la empresa Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

Por otro lado, se utilizará el método del propósito estratégico para determinar y comunicar, mediante un sistema de objetivos y políticas mayores, con una descripción del tipo de empresa que se desea o requiere. Además, se detallará la estructura de trabajo que servirá de guía de actividades. Esto con el propósito de corregir las falencias existentes, tales como la falta de estrategias para incrementar el número de clientes, mejorar el poder de negociación con los proveedores, la falta de estrategias en promocionar sus servicios, y el no capacitar al personal. Por ello, se plantearán en ella las estrategias para que se logre mejorar los servicios existentes y conseguir una buena atención al cliente con servicio de calidad.

Además, otro método mencionado por los autores que se utilizará es el estudio de mercado, ya que con este tipo de estudio se podrá recolectar información relacionado con el mercado de los talleres automotrices con la intención de tomar las mejores decisiones con respecto a la determinación y solución de las problemáticas y las oportunidades de mercadotecnia para así contribuir en la formulación de un plan de negocio para un taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

Sin embargo, es necesario el método de estudio técnico en la investigación para así lograr detallar los servicios de la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, así como de la maquinaria y los equipos que se utilizan para así indicar la factibilidad técnica del proyecto, por medio de un flujo de proceso en el cual se demostrara la descripción de las

actividades que se realizarán y la relación secuencial que existe entre las áreas, y así poder dar a entender con mayor facilidad cada actividad que se desarrollará.

Posteriormente, se utilizará otro método mencionado por los autores el cual es el estudio organizacional para determinar una estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operará el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. En ella se determinará el capital humano, las áreas, los puestos de trabajo y las personas que desempeñaran las funciones en dichas áreas.

Por último, los autores mencionan que al final del desarrollo del plan de negocio se debe aplicar el método del estudio económico financiero para así lograr establecer y coordinar los datos financieros de las inversiones, costos e ingresos investigados para posteriormente ser analizados en cuadros analíticos para así finalmente se analizará un flujo de caja con una línea temporal de 5 años para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

## CAPÍTULO III

### MARCO REFERENCIAL

#### 3.1 Reseña Histórica

FACTORIA NOA MOTORS EIRL, es una empresa dedicada a la prestación de bienes y servicios, dirigido al sector automotriz, ejecutando las siguientes actividades: reparaciones automotrices, planchado y pintura, soldadura en general, compra-venta y reparación de llantas, compra-venta de repuestos y demás accesorios relacionados, estética vehicular, engrase y lubricación, y demás trabajos relacionados a la puesta en marcha, operatividad y productividad de equipos automotores.

Fue constituida en el 2017, e inició operaciones en el año 2019, con la finalidad de prestar servicios de excelente calidad, en todo el sector automotriz. Las instalaciones cuenta con un espacio de 258m<sup>2</sup>. Un ambiente para realizar cambios de aceite y lubricación, una segunda bahía para realizar los trabajos de estética vehicular, y una tercer espacio para realizar los trabajos de llantas. Las instalaciones por el momento atienden 3 actividades:

- **Estética vehicular:** lavado externo y salón, pulido y encerado.
- **Mantenimientos:** Engrase y lubricación, frenos y mecánica básica.
- **Mantenimiento de llantas:** Venta de reparaciones de llantas.

#### 3.2 Descripción de la empresa

**Razón Social:** FACTORIA NOA MOTORS EIRL - Ruc: 20602574246

Está ubicado en el AAHH Vicente Chunga Aldana Mz E, Lte 5 – Sechura.

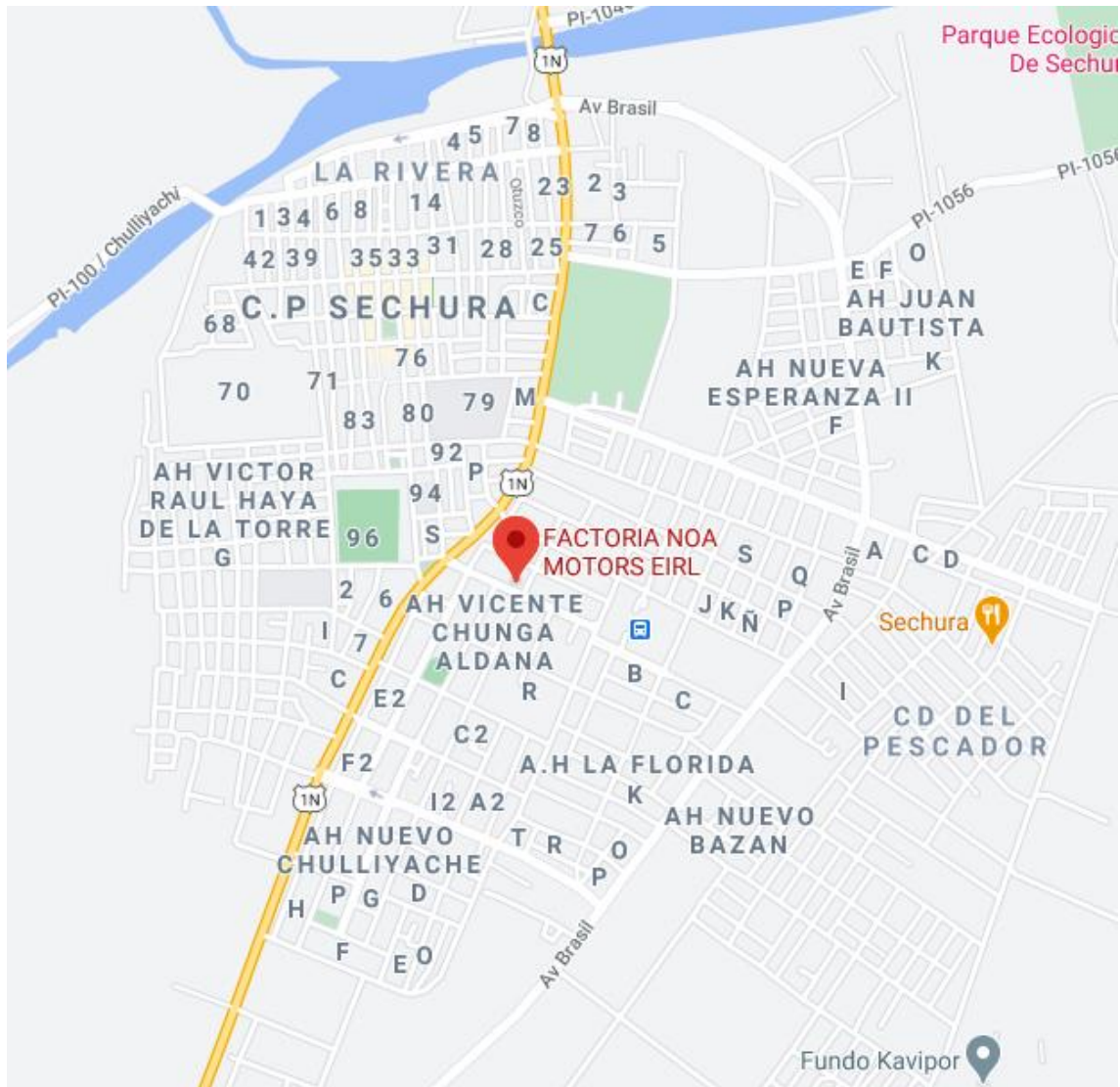


Figura 4. Ubicación de FACTORIA NOA MOTORS EIRL. Fuente: Google Maps

**Logo:**



Figura 5. Logo de FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

**Que es**

FACTORIA NOA MOTORS EIRL, es una empresa dedicada a la prestación de bienes y servicios, dirigido al sector automotriz, en la provincia de Sechura ejecutando las siguientes actividades: reparaciones automotrices, planchado y pintura, soldadura en general, compra-venta y reparación de llantas, compra-venta de repuestos y demás accesorios relacionados, estética vehicular, engrase y lubricación, y demás trabajos relacionados a la puesta en marcha, operatividad y productividad de equipos automotores. Entre sus servicios destacan las actividades de: lubricación y engrase, estética vehicular, venta de llantas, reparación de llantas, y demás servicios relacionados al mantenimiento automotriz.

Se encuentra ubicado en la misma ciudad de la provincia, en un lugar accesible y de fácil ubicación. Fue constituida en el 2017, e inició sus operaciones en el año 2109, con la finalidad de prestar servicios de excelente calidad, en todo el sector automotriz. Las instalaciones cuenta con un espacio de 258m<sup>2</sup>. Un ambiente para realizar cambios de aceite y lubricación, una segunda bahía para realizar los trabajos de estética vehicular, y una tercer espacio para realizar los trabajos de llantas. La idea de negocio nace básicamente por 3 motivos muy importantes:

- Satisfacer la demanda de un mercado que le urge un servicio con un establecimiento y gente diferente.
- La vocación de servicio.
- La innovación que se quiere establecer en el mercado, es ése sector.

### **Cómo funciona**

Se ofrecen servicios de mecánica, entre ellos estética vehicular, engrase y lubricación, venta y reparación de llantas, la misma cuenta con un mecánico, un técnico, que realiza labores múltiples y un ayudante, persona que tiene conocimientos en lavado de vehículos. De igual forma, por ser actividades de gran demanda, FACTORIA NOA MOTORS EIRL, ofrece los principales servicios de mantenimiento automotriz, con movimiento de productos de marcas de mucha demanda, como son: Shell, Repsol, Castrol, Motul, Mobil. A continuación se describe el funcionamiento de las actividades mencionadas anteriormente:



- **Estética Vehicular:** se dedica al tratamiento y cuidado de la chapa y pintura, utilizando productos y aditivos relacionados al cuidado del mismo, dándoles ciertos acabados y detalles que hacen que realce la pintura o revestimiento de la carrocería. Básicamente es un pulido intenso, corrigiéndose la laca de la pintura, sirviendo para mantener o realzar el brillo, eliminando las rayas y las posibles marcas superficiales, generadas por el día a día de la movilidad. Por ejemplo los arañones tipo tela, las patas de gallo, el deterioro de la pintura y demás. Esta actividad se encuentra bajo la responsabilidad de los trabajadores César Aguilar Noa, Augusto Aguilar Chamba quienes cuentan con conocimientos en electricidad automotriz, conocimientos en tratamiento de pintura, experiencia básica en la aplicación de pintura, habilidad para utilización de herramientas, accesorios y demás relacionados.



Figura 6. *Servicio de estética vehicular*

- **Lubricación y Engrase:** Se ejecutarán actividades de limpieza, fabricación y cambio de piezas para la correcta lubricación, actividades que se realizarán en espacios que presten las garantías de limpieza, ya

que no se permite que se contaminen los componentes lubricados o engrasados. Teniendo como finalidad reducir la fricción entre partes móviles metálicas, al cual se le aplica agentes o compuestos como son la grasa o aceites. Si no existiera esta actividad o se descuida, la consecuencia sería el sobrecalentamiento, la ruptura y por ende, se echaría a perder la pieza, máquina o equipo. Esta actividad se encuentra bajo la responsabilidad de los trabajadores César Aguilar, Augusto Aguilar quienes cuentan con conocimientos en mecánica automotriz, conocimientos en grasas y aceites, usos y aplicaciones. Así como también la habilidad para el uso y manipulación de herramientas.



Figura 7. Servicio de lubricación y engranaje

- **Llantas:** se realizarán los diferentes trabajos relacionados a las llantas, pudiendo ser estos: compra y venta, rotaciones, reparaciones y compra venta de accesorios y consumibles. Los trabajos relacionados a llantas, vienen a ser actividades en las cuales los involucrados están muy expuestos al peligro pudiendo ser desde un golpe o corte pequeño,

pasando por la invalidez, hasta la muerte. Es por ello que se necesita que estos trabajos sean realizados por personal entrenado y con conocimientos básicos en trabajos de este tipo. Esta actividad se encuentra bajo la responsabilidad de los trabajadores Ricardo Polo, César Aguilar, quienes cuentan con los conocimientos en mecánica automotriz, experiencia en trabajos afines a los realizados en llantas, tener buena contextura física, tener la capacidad de identificar, controlar y eliminar los peligros a los cuales estará expuesto en estos trabajos.

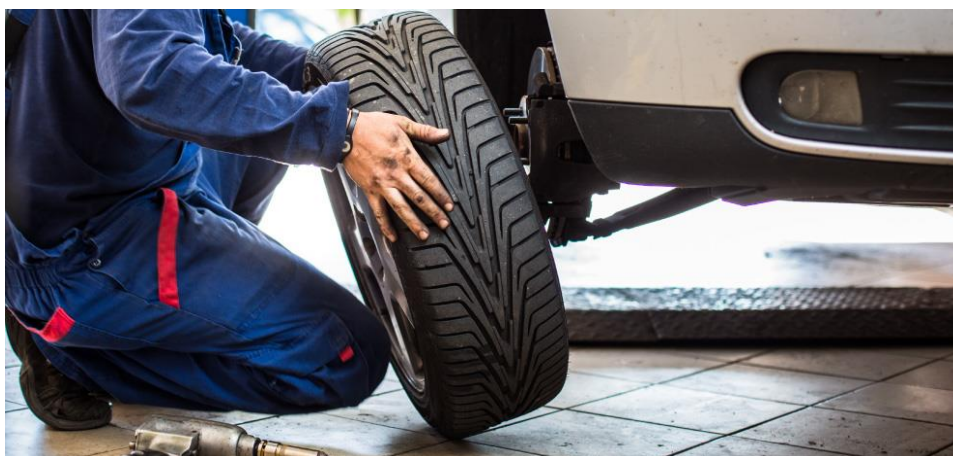


Figura 8. *Servicio de cambios de llantas*

- **Finalmente tiene el área de Administración:** Esta área tendrá 5 funciones básicas administrativas, como son; las salidas del dinero (pagar las facturas a tiempo), las planillas (pagar al personal e impuestos al estado), los controles financieros (evitar equivocaciones, fraudes o estafas), los informes financieros (revisar y analizar los resúmenes para las contingencias), y las entradas del dinero (estar al tanto en que los clientes paguen sus deudas en las fechas programadas). Será el reflejo hacia el mundo financiero. Esta actividad se encuentra bajo la responsabilidad del trabajador Ricardo Polo Noa quien tiene

conocimientos en administración o manejo de negocios, y por lo cual desempeñara funciones de tramitación y adquisición de productos para la utilización del mantenimiento automotriz. Y llevando la contabilidad de los movimientos económicos de la empresa, declaraciones, pago al personal y proveedores, entre otros.

### **Porque es Especial**

Cabe destacar la importancia de este taller es debido a que en la provincia de Sechura no existe un negocio en el cual los propietarios de vehículos puedan encontrar un establecimiento que tenga varios servicios a la vez. Ya que para realizar cambios de aceite, se tienen que ir a un sitio, para reparar, comprar o cambiar llantas, se tiene que ir a otro, y para realizar trabajos de limpieza de sus unidades, tiene que ir a otro diferente. Por lo cual dentro de las instalaciones se realizan : reparaciones automotrices, planchado y pintura, soldadura en general, compra-venta y reparación de llantas, compra-venta de repuestos y demás accesorios relacionados, estética vehicular, engrase y lubricación, y demás trabajos relacionados a la puesta en marcha, operatividad y productividad de equipos automotores.

- **Estética Vehicular:** Lavado con champú, limpieza interna del vehículo, pulido, encerado y abrillantado de carrocería.
- **Engrase y lubricación:** Cambio de aceite y filtro, y los mantenimientos básicos en mecánica automotriz (engrase de rótulas, cardán, las diferentes partes móviles).

- **Venta y reparación de llantas:** Venta de llantas de diferentes medidas y marcas, y reparación de las mismas.

Por este motivo, este tipo de negocio será necesario porque podrá ayudar a muchas personas que deseen realizar todos los tipos de servicios que necesiten dentro de un solo sitio, lo cual será una ventaja para los mismos, ya que no tendrán que estar trasladándose de un sitio a otro para realizar los diferentes los trabajos que sus vehículos necesitan.

## **Clientes**

Uno de los objetivos del negocio es poder satisfacer las necesidades que requiere la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL que requieren de del servicio. La atención al cliente y el trato que se brinda es primordial para poder crear un vínculo y fidelidad. El Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL es una empresa de servicio, por lo cual uno de los objetivos y más complicados retos es poder satisfacer al cliente en todo el proceso al 100%.

Los clientes potenciales del Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL serán los propietarios de vehículos entre ellos autos, camionetas, buses, volquetes, motos, de preferencia los clientes que tengan vehículos a gasolina. Tomando en cuenta que existen personas que son propietarios de hasta 4 vehículos. A los cuales se les ofrece un descuento especial, algún presente, o rapidez en los servicios para que pueda regresar en otra ocasión.

Por consiguiente, los principales cliente, son todas las personas que se presentan en nuestras instalaciones. Algunas personas compran los productos y realizan ahí mismo los trabajos de cambio o mantenimiento. Otros clientes, adquieren los productos y se los llevan. Por cual se podría decir que los socios clave son los propietarios que cuentan hasta con 3, 4, o 5 unidades. Ellos asisten al local. Les damos lo que piden en los tiempos acordados. Estos clientes ven el resultado y regresan nuevamente, y en algunos casos hasta recomiendan. El proceso se basa en que el cliente llega al establecimiento pregunta por los productos, por el precio. Se le explica cómo se realizará el trabajo. Si el cliente le conviene, lo toma. Si no le conviene, se negocian los precios, se trata de convencer. Si acepta, bien. Si no acepta, se retira.

## **Proveedores**

El poder manejar excelentes relaciones comerciales con los proveedores es una magnifica estrategia que permite obtener precios convenientes, así como tener exclusividad con alguno de estos. Trabajar con pocos proveedores es lo más razonable, ya que a mayor cantidad de trabajos solicitados obtenemos un menor precio; de la misma manera aplica con los proveedores de repuestos, suministros y llantas; de esta manera se fijarían precios y porcentajes de descuento por volumen. Estableciendo alianzas comerciales y convenientes para ambas las partes. Por lo cual La empresa Factoría Noa Motors EIRL, adquiere los productos de los mismos proveedores, y de las marcas reconocidas. Contamos con algunos proveedores directos como:

- **Aceites:** Castrol, Motul, Vistony, Mobil, Shell: Estos en presentaciones: aceites mineral, semi sintético, y sintético.
- **Llantas:** Good Year, Michelin, Ovation, BF Goodrich, entre otros.
- **Productos para limpieza:** 3M, Sonax, Vistony, WD-40, entre otros.
- **Filtros:** Lys, purolator, entre otros.

Cabe destacar que los precios de los insumos y repuestos serán analizados entre los varios proveedores, tomando los que brinde mejores garantías y precios convenientes, para generar ganancias para el taller. Mantener una excelente relación con los proveedores es vital ya que es conveniente conseguir mejores precios constantemente.

### **3.2 Propósito Estratégico**

El propósito estratégico es determinar y comunicar, a través de un sistema de objetivos y políticas mayores, una descripción del tipo de empresa que se desea o requiere. Las estrategias no pretenden delinear con exactitud la forma en que la empresa habrá de alcanzar sus objetivos, dado que es la función de una serie de programas de soporte primarios y secundarios; pero, sí definen la estructura de trabajo que ha de servir de guía a pensamientos y actividades. Su utilidad práctica y su importancia como guía del direccionamiento, justifican de todas maneras, la separación de las estrategias como un tipo de plan con propósitos de análisis.

FACTORIA NOA MOTORS EIRL, es una empresa dedicada a ofrecer bienes y servicios, en la provincia de Sechura, sus principales actividades son las de lubricación y engrase, estética vehicular, venta de llantas, reparación de llantas, y demás servicios relacionados al mantenimiento automotriz. Se encuentra ubicado en la misma ciudad de la provincia en un lugar accesible y de fácil ubicación, donde su servicio es de gran demanda.

La estrategia o idea de negocio que tiene FACTORIA NO MOTORS EIRL, es la adecuada para un sector poco explotado, el hecho de tomar o captar personal capacitado es el más sensato, ya que hoy en día los propietarios de negocios por el hecho de ahorrar costos, ven por conveniente contratar personal con conocimientos en las funciones que realizan. Se puede decir que la idea de negocio que se está plasmando tiene un estilo innovador, y se acomoda a la realidad que les toca vivir en el día a día, ya que tanto los bienes, servicios prestados y los precios, están acorde con la realidad de la provincia de Sechura.

El efecto que cause la idea de negocio será positivo, ya que son servicios muy demandados y poco explotados en especial en la localidad donde está instalado el taller. El negocio podría tener más éxito si se evalúa o se investiga que otros servicios o bienes se pueden ofrecer en la localidad, ya que según se puede leer, muchos propietarios de vehículos tienen mandar a traer sus accesorios, repuestos, y demás consumibles fuera de esa localidad. Sechura es una localidad que tiene una población en crecimiento, tanto en su parque automotor, como en el sector industrial, tal es el caso de sectores que están en



constante crecimiento, como son: minería, pesca, agricultura, petróleo, entre otros.

En la encuesta que se realizó para la elaboración de este plan de negocio, se pudo evidenciar que las personas prácticamente exigen un lugar apropiado para llevar sus vehículos, ya que solo se puede escuchar decir que a todos los lugares a los cuales se han acercado solo les ofrecen servicios pésimos, como por ejemplo: sus vehículos no quedan limpios, se les pierde las cosas de sus vehículos, les echan aceites pasados, o de las marcas que no fue la acordada, repuestos que no son los originales, y que no son los que ellos habían pagado desde un inicio, etc. Y así, un sin número de quejas respecto a los servicios a los que ellos han recurrido.

Sin duda alguna, es la razón por la cual surge FACTORIA NOA MOTORS EIRL, ya que se orienta a ofrecer lo que otros establecimientos no pueden ofrecer, u otros técnicos no están en la capacidad de ejecutar. Esto con el propósito de corregir las falencias existentes, tales como la falta de estrategias para incrementar el número de clientes, mejorar el poder de negociación con los proveedores, la falta de estrategias en promocionar sus servicios, y el no capacitar al personal; son motivos por los cuales no le permite crecer y hacer frente a la competencia, se plante las estrategias para que se logre mejorar los servicios existentes, conseguir una buena atención a la ciudadanía con servicio de calidad, apuntando siempre a conseguir la satisfacción del cliente.

## Matriz FODA

| DEBILIDADES  | OPORTUNIDADES  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Los precios no son estables.</li><li>• Salarios inferiores a grandes empresas.</li><li>• Problemas financieros.</li><li>• Personal no está capacitado.</li><li>• Colaboradores empíricos</li><li>• A veces no se puede atender mucha afluencia de clientela.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Crecimiento fuerte en la industria automotriz.</li><li>• Alta demanda de bienes y servicios.</li><li>• Parque automotor en crecimiento, variado en marcas y modelos.</li></ul>                       |
| FORTALEZAS   | AMENAZAS   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Contamos con bienes y servicios de calidad.</li><li>• Personal motivado y capacitado</li><li>• Tenemos productos de buena calidad y de procedencia de confianza.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Tenemos competencia deshonesta.</li><li>• Personal con poca experiencia.</li><li>• Mucha exigencia, para un bajo consideración de pago.</li><li>• Drenajes de la vía pública con problemas</li></ul> |

FACTORIA NOA MOTORS EIRL, fue creada para satisfacer las necesidades de mantenimiento automotriz (necesidades humanas), ya que de no ser así, la existencia de la idea de negocio carecería de sentido. Tiene como objeto social, el mantenimiento automotriz, compra y venta de repuestos, estética vehicular y demás atenciones menores.

### Fines Económicos

**Fin económico externo:** negocio que se dedicará al ofrecimiento de bienes y servicios para satisfacer las diferentes necesidades de mantenimiento automotriz.

**Fin económico interno:** la consecuencia de ofrecer los bienes y servicios será la obtención de un beneficio dineral. Para la organización en forma de rentabilidad, y para los colaboradores en manera de sueldo.

La organización fue creada para servir y dar solución en las diferentes necesidades de mantenimiento automotriz, todos los propietarios de vehículos, y obtener un lucro por el ofrecimiento de los mismos.

### **Fines Sociales**

**Fin social externo:** contribuir, aportar en el desarrollo de la sociedad, ayudando en el desarrollo económico, sin permitir que se vulnere los valores sociales y personales, sino que, también estaremos en el compromiso de promover los valores fundamentales

**Fin social interno:** aportando y sugiriendo en el desarrollo de la empresa, en el desarrollo constante de los integrantes, no permitiendo vulnerar los valores de nuestros colaboradores, manteniendo políticas de desarrollo constante.

### **Objetivos sociales**

- Ofrecer servicios de mantenimiento automotriz con celeridad, mejorando considerablemente los que ofrece la competencia.
- Ajustar precios, ofrecer alternativas más amigables y variadas.
- Diseñar una factoría, para la atención tanto de vehículos livianos, como de vehículos pesados, tratando de dar solución al sector automotriz de la provincia de Sechura.

- Realizar constantes sondeos para detectar las necesidades básicas y específicas en atenciones automotrices.
- Estar a la vanguardia en equipos, herramientas y demás consumibles para las atenciones o necesidades automotrices.
- Capacitar a personal de manera constante para que sean técnicos en la capacidad de dar soluciones rápidas y precisas.

Independientemente de las necesidades de lucro, se considera que la eficiencia y eficacia deben ser las banderas de identidad hacia la diferente clientela. El ofrecer un trato digno a los colaboradores al igual que a los clientes, para ser reconocidos y recomendados en la provincia.

### **3.3 Filosofía organizacional**

#### **Misión**

Ser el taller mecánico, que con su servicio personalizado destaque en el mercado por su calidad, eficiencia, personal capacitado y comprometido, satisfaciendo las necesidades de sus clientes en el mantenimiento y reparaciones de sus vehículos, en toda la provincia de Sechura.

#### **Visión**

Ser líder en el mercado prestador de servicios automotrices a nivel nacional, ofreciendo soluciones rápidas y eficientes en el rubro con alta

confiabilidad, transparencia y satisfacción permanente a sus clientes a través de la implementación de políticas, personal capacitado y tecnología innovadora.

### **Valores institucionales**

- Respeto e integridad.
- Responsabilidad socio cultural.
- Respeto medio ambiental.
- Aprendizaje continuo.
- Simplicidad y claridad.
- Vocación de servicio.
- Eficiencia y eficacia.
- Ética profesional.
- Gratitud.
- Oportunidad.
- Celeridad.
- Puntualidad.
- Amabilidad.
- Empatía.
- Valores resumidos:
- Seguridad.
- Optimización constante.
- Empatía.
- Inmediatez.
- Reconocimiento.
- Trabajo en equipo.

## **Políticas de la empresa**

- Se cumplirán los acuerdos negociados en (tiempo, dinero, calidad, procedencia, marca y demás relacionados a los productos y los servicios) con los clientes.
- Identificarnos por mantener un trato empático y dedicado con todos los clientes. Tratar a todos los clientes por igual.
- Los precios se mantengan al alcance de los consumidores, o que no sobrepasen las expectativas, o realidad de las coyunturas.
- Mantener la política de reconocimiento constante al personal y socios estratégicos.
- Instruir, guiar e indicar a los colaboradores para el desempeño de los mismos sea el óptimo día a día.
- Prestar total atención a las exigencias y necesidades de los clientes en bienes y servicios.
- Vivir el compromiso y la responsabilidad con la sociedad, el medio ambiente, y demás relacionados directa o indirectamente a las actividades.
- Establecer canales amigables para el acceso de los clientes, y así proporcionarles una mejor atención.
- Innovar constantemente en tecnologías y conocimientos afines a la realidad.
- Establecer, mantener y controlar las directivas de seguridad, con el único fin de preservar la integridad de los colaboradores y socios estratégicos.

- Ser constantes en el tiempo en trato justo, amable e íntegro en el ofrecimiento de los bienes y servicios.
- Establecer las condiciones en la entrega de los bienes y servicios. Acuerdo, revisión, pago y entrega de productos o servicios.
- Mantener y respetar los tiempos prometidos.
- Usar o aplicar en los vehículos los productos prometidos.

## **Normas**

**Normas de seguridad:** Todo colaborador deberá utilizar el EPP básico o específico según sea la actividad que realice. Llevarlo siempre consigo, limpiarlo y almacenarlo en lugares que cumplan con las condiciones de seguridad y limpieza. Será responsabilidad del colaborador pedir el cambio o reemplazo por uso o defecto.

**Normas de atención al público:** Todo el personal será capacitado para que la atención al público sea una de las mejores impresiones o presentaciones. No existiendo trato diferenciado ni marginador. “Todos somos iguales, todos son iguales”.

**Normas de presentación del personal:** Todo el personal debe estar vestido con su uniforme, según el área o sector en que trabaje. No debiendo ingresar a zonas administrativas o comedores con ropa sucia o con grasa.

**Normas de convivencia:** Está prohibida la marginación o exclusión entre los colaboradores. No existiendo exclusión por raza, procedencia, opción sexual, y demás características o rasgos físicos o personales.

**Normas de horarios y tiempos del personal:** Todos los colaboradores deberán respetar los espacios o tiempos que se les asigne, en trabajos, en refrigerios o descansos asignados en los horarios de trabajo, o mientras permanezca en las instalaciones, o en trabajos delegados.

**Normas de actividades (trabajos):** Los trabajos que se realicen, deberán ser respetados y cumplidos, tanto en seguridad, tiempos, utilización de consumibles, utilización de personal, utilización de equipos, entre otros.

**Normas de orden y limpieza:** Todas las áreas, independientemente de las actividades que se realicen, deberán mantener el orden, limpieza y segregación de sus residuos generados, siendo estos; antes, durante y después de realizada sus labores.

## **Reglas**

- El incumplimiento de éstas, serán considerados falta grave, inclusive la separación total del proyecto.
- Está prohibido el consumo, transporte de licor, drogas o cualquier otro agente que pueda disminuir o alterar el desempeño de las funciones de los colaboradores.
- No intervenir equipos, o vehículos sin antes bloquear o liberar las energías residuales.



- No reportar los incidentes, accidentes, casi accidentes o daños a la propiedad que se pudieran suscitar en el desarrollo de cualquier actividad.
- Dar arranque, manipular, o hacer uso de vehículos o equipos sin la debida instrucción y autorización de la empresa.
- No cumplir los lineamientos, procedimientos o directivas de trabajo estipuladas por la empresa.
- No mantener el distanciamiento social de 1.5mt, o utilizar correctamente los elementos de bioseguridad (coyuntural)

### **Promotores**

En la empresa FACTORIA NOA MOTORS EIRL no existen promotores del negocio. La idea fue propia, por motivo de que dentro de la provincia Sechura los servicios que se prestan adecuados ni son los correctos. Por lo tanto, los mismos no prestan las garantías en calidad y seguridad.

### **Fortalezas**

- Cuenta con el personal especializado y constantemente capacitado y siempre disponible para las actividades que realizan en las instalaciones de Factoría Noa Motors EIRL.
- Cuenta con un local amplio.
- Cuenta con las facilidades y herramientas para prestar los servicios que los clientes necesitan.
- Cuenta con proveedores directos y marcas reconocidas y de mayor demanda en el mercado.
- Ofrece servicios de calidad.
- Ofrece marcas reconocidas, que prestan las garantías requeridas.

- Entrega de los trabajos de manera oportuna y en los tiempos acordados.
- Se encuentra a la vanguardia de la tecnología, con equipos y herramientas de última generación.

Su valor proviene de las principales ventajas competitivas que los caracteriza, las cuales son:

- **Local comercial adecuado para la prestación de los servicios:** Un local amplio, en el cual el cliente puede esperar. Cuenta con una sala de espera con TV-cable, internet y agua disponible para consumo.
- **Equipos y herramientas de última tecnología:** Cuenta con máquinas industriales que facilitan el resultado y el cliente puede ver que los trabajos entregados en los tiempos prudentes, sin permitir que el cliente tenga mucho tiempo que esperar.
- **Personal capacitado y con experiencia:** Cuenta con personal preparado, y capacitado constantemente, sin rotar a los empleados y eso ve el cliente, tomando con seriedad la alternativa.

Para garantizar el éxito de la empresa, el compromiso cumplir las directivas y condiciones que dan los propietarios del negocio.

### **3.8 Modelo de Negocios**

El modelo CANVAS es un instrumento práctico y de trabajo en equipo. Este modelo es importante, ya que permite que todos de forma general conozcan los elementos significativos de la empresa. El modelo CANVAS crea valor para las empresas, clientes y la sociedad. Tal como se presenta a continuación:

| <b>SOCIOS CLAVES</b>   | <b>ACTIVIDADES CLAVES</b>   | <b>PROPUESTA DE VALOR</b>   | <b>RELACIÓN DE CLIENTES</b>  | <b>SEGMENTO DE CLIENTES</b>   |
|--|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Shell</li> <li>• Mobil</li> <li>• Castrol</li> <li>• Repsol</li> <li>• Vistony</li> <li>• Lys</li> <li>• Purolator</li> <li>• Sonax</li> <li>• 3M</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estética Vehicular</li> <li>• Engrase y lubricación</li> <li>• Venta y reparación de llantas.</li> </ul>   | <p>Servicios de mantenimiento y reparación de vehículos con los mejores estándares de calidad, brindando comodidad y confort, transmitiendo confianza, calidad de servicio y atención al cliente.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar garantía en el mantenimiento.</li> <li>• Calidad del servicio.</li> <li>• Información total</li> <li>• Diagnóstico del auto</li> <li>• Entrega rápida y eficaz.</li> <li>• Asesoramiento honesto</li> <li>• Trato amable pre y post venta</li> <li>• Obsequios</li> </ul> | <p>Clientes que cuenten con vehículos, camionetas, buses, volquetes, motos y que busquen los servicios que se ofrecen, dentro de la Provincia Sechura</p> |
|  | <b>RECURSOS CLAVES</b>  |   | <b>CANALES</b>   |   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local comercial adecuado para la prestación de los servicios</li> <li>• Equipos y maquinarias de última tecnología</li> <li>• Personal capacitado y con experiencia</li> </ul> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local comercial</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Medios de comunicación</li> <li>• Revistas</li> </ul>  |   |
| <b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>  |   |   | <b>INGRESOS</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local</li> <li>• Equipos</li> <li>• Máquinas y herramientas</li> <li>• Muebles</li> <li>• Gastos administrativos</li> <li>• Gastos de Personal</li> <li>• Gastos legales</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• marketing</li> <li>• Gastos pre-operativos</li> <li>• gastos operativos</li> <li>• gastos de mantenimiento</li> <li>• gastos por terceros</li> </ul> |   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Venta de productos:</b> Lubricantes, filtros, repuestos, aceites y llantas</li> <li>• <b>Pago de servicios:</b> Estética vehicular, técnico, reparación, mantenimiento, engrase, pulverizado y cambio de llantas</li> </ul>  |   |

## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO DEL TEMA

#### 4.1. Estudio de Mercado

Según Malhotra, lo define como “la determinación, recolección, estudio y transmisión de los datos de forma sistemática y objetiva, con la finalidad de tomar mejores decisiones con respecto a la determinación y solución de las problemáticas y las oportunidades de mercadotecnia”. Por consiguiente, este estudio proporcionará el conocimiento del mercado de los talleres automotrices para poder realizar un apropiado estudio para la “formulación de un plan de negocio para un taller multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL”.

Este estudio tiene como objetivo conocer:

- Los servicio que prestan
- Determinar la competencia
- Comparar los servicios
- Comparar los precios principales de servicios
- Conocer las promociones
- Conocer los beneficios de los trabajadores

El mismo, está dirigido a un público que tenga un vehículo particular.

## **Análisis de la oferta**

Para el estudio de la oferta de los servicios de automotriz en los establecimientos en las zonas adyacentes a la provincia de Sechura se utilizó la técnica de la entrevista, con el motivo de entrevistar a los jefes de los talleres.

Se realizó la recolección de la información por medio del estudio de 3 establecimientos, los cuales son los más conocidos o a los que más concurren los propietarios de vehículos de la provincia de Sechura.

- Lubricentro Jesús de Nazaret. AAHH Vicente Chunga Aldana Mz H, Lte 12 - Sechura
- Lubricentro Chunga. Av. Bayovar 1216 Mz F, Lte 03 Los Pinos - Sechura
- Innova Lubriwash Mz M, Lte 1, AAHH San Martín – Sechura.

## **Entrevista**

Primeramente se realizó visitas a 3 establecimientos automotrices, donde se logró entrevistar a un jefe por cada empresa y los propietarios de los vehículos que allí se encontraban, las cuales respondieron abiertamente a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué aspectos destacaría más para valorar el taller que usted desea?
- ¿Cuándo acude usted al taller?

- ¿Le han pedido dinero por en alguna reparación de sustitución de recambios o mantenimiento?
- ¿Le avisa el taller, cuando al reparar lo acordado surgen otras averías no presupuestadas?
- ¿La factura del taller está lo suficientemente detallada por operaciones realizadas, piezas cambiadas, mano de obra y precios correspondientes?
- ¿Acepta el consejo del profesional y autoriza usted el cambio o reparación de partes con la misma garantía que nuevas a menor costo?
- ¿Recoge usted las piezas usadas de su automóvil que le han cambiado en la reparación?
- ¿Sabe que es usted el responsable de los recambios, fluidos y residuos que produce su automóvil, durante la vida del mismo?
- ¿Ofrece su taller, su reparación en general y la de todas las especialidades del automóvil con subcontratación de especialistas, haciéndose cargo de la garantía de la reparación efectuada?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción del servicio recibido en los talleres de reparación?

Procesando los apuntes, de las conversaciones y de lo que se apreció se puede concluir lo siguiente:

- Los 3 lugares visitados, tienen las mismas características, en infraestructura, espacio y atención.

- Ofrecen los mismos servicios: Cambio de aceite, lavado.
- Los 3 establecimientos se encuentran en las principales avenidas de la provincia (Av. Bayovar, Av. Brasil)
- Los productos ofrecidos, son los mismos y de las mismas marcas: Shell, Mobil, Castrol, Repsol, Lys, y algunos productos originales como Hyundai, Kia, Toyota.
- El trato a los clientes es el mismo, ya que no se puede apreciar un trato diferenciado o acogedor.
- Los horarios de atención son similares de 09:00-18:00.

Los precios son similares, llegando a variar solo los repuestos a accesorios originales. El primer establecimiento vende más, debido a que ya tiene tiempo en el mercado y tiene clientes de muchos años.

Una inversión en decoración o espacios para la recepción de las personas que esperan podrían atraer a más clientela, y esto pagaría no con el aumento de los precios, sino que se estaría estimando un aumento en las ventas.

Los precios que se le atribuye a cada cliente no están fijados, sino de acuerdo a los productos o accesorios que necesite el mantenimiento de dicha unidad.

**Ejemplo:**

Galón de aceite Mobil S/.80 00, filtro de aceite S/.19.00, engrase S/.4.00 por punto, a veces incluye el lavado del vehículo, y en otras ocasiones no.

Finalmente, se evidencia que la competencia en el servicio en los talleres es muy amplio pues no solo se limita al préstamo de servicios técnicos, cambio de aceite, entre otros si no también se dedican a la venta de productos como llantas, aceites, entre otros. Se determinaron que los precios que redundan son similares, así como también los servicios que ofrecen, pero a su vez también se evidencia que no prestan todos los servicios en si dentro de un solo lugar como la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, por lo tanto si se brindan estos servicios pero no hay un solo lugar que preste todos juntos.

Dentro del mismo orden de ideas, se evidencia que representan una gran competencia ya que algunos locales tienen muchos años de experiencia en el área automotriz entre ellos uno con más de 10 años y se encuentran en constante expansión, además se han ganado la confianza y fidelidad de la clientela y a pesar de no ofrecer un servicio completo como en la empresa Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, representan un factor negativo la empresa por motivo de su alta clientela y la competencia que simbolizan. Cabe destacar que a pesar de los años de experiencia de estos establecimientos en el mercado tenemos un punto a favor que los diferencia de ellas que es ofrecer todos los servicios en un solo lugar y por lo cual es el principal motivo de aumento de clientela en la empresa.



Respecto a la estrategia y promoción que utilizan la competencia es muy pobre ya que usan los métodos tradicionales no acordes a la era digital existente en la actualidad en comparación a la empresa Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL quien utiliza medios locales, como TV, radios, y diarios locales. Y marketing digital; haciendo propaganda con su propia página Web, redes sociales, entre otros.

En torno la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL tiene un servicio de calidad con mano de obra capacitada para garantizar los trabajos elaborados proporcionando confianza a sus clientes, y mejorando continuamente aplicando los nuevos conocimientos, sistemas y tecnologías para mantenerse en el negocio de automotriz.

### **Análisis de la demanda**

Para tener un mejor conocimiento se realizó encuestas formuladas con 10 preguntas con referencia a los criterios requeridos al estudio de mercado. Las encuestas realizadas fueron un cuestionario estructurado donde el perfil de la muestra fueron hombres y mujeres que posean un vehículo. Se encuestó a 50 propietarios de vehículos, ya que por la pandemia del COVID 19 no se encuentran circulando frecuentemente. El ámbito geográfico fue llevado en el terminal de Sechura.

Pregunta 01, al preguntar en los aspectos que más valoran en un taller, responde en un 61.80% la garantía, la rapidez en un 13.48%, el precio en un 12.36%, la atención en un 6.74%, y por último los que no contestan o no saben en un 5.62%.

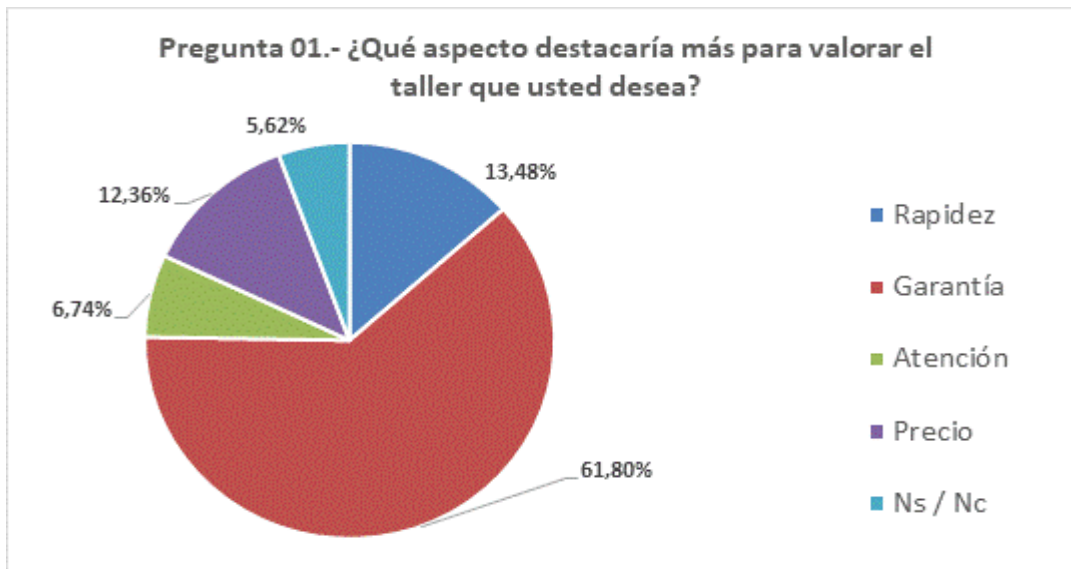


Figura 9. Resultados de la Pregunta 01. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 02, a la pregunta de cuando acuden a un taller. Los entrevistados respondieron que solo acuden a revisiones que indica el fabricante un 49.43%, Solo cuando surgen las averías un 24.74%, y los que acuden o acudirían sólo para revisión un 21.84%.

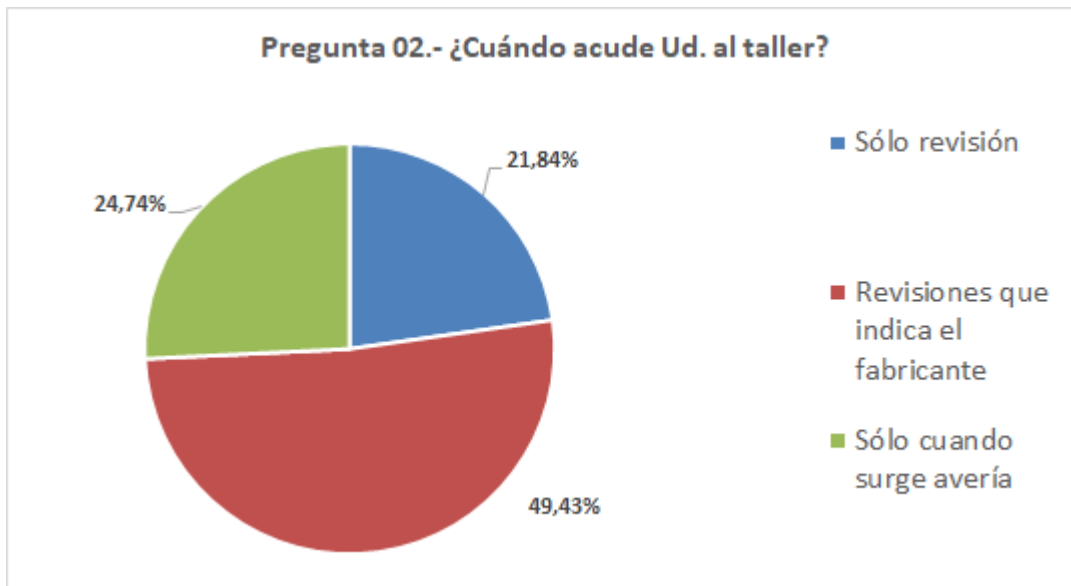


Figura 10. Resultados de la Pregunta 02. *Fuente: propia (2021)*

Pregunta 03, Si alguna vez los propietarios se les ha pedido dinero por reparaciones, sustituciones o cambios de repuestos o accesorios, respondieron: No, un 94.38%. Si, un 3.37%, y las personas que nunca han tenido este tipo de reparaciones, un 2.25%.

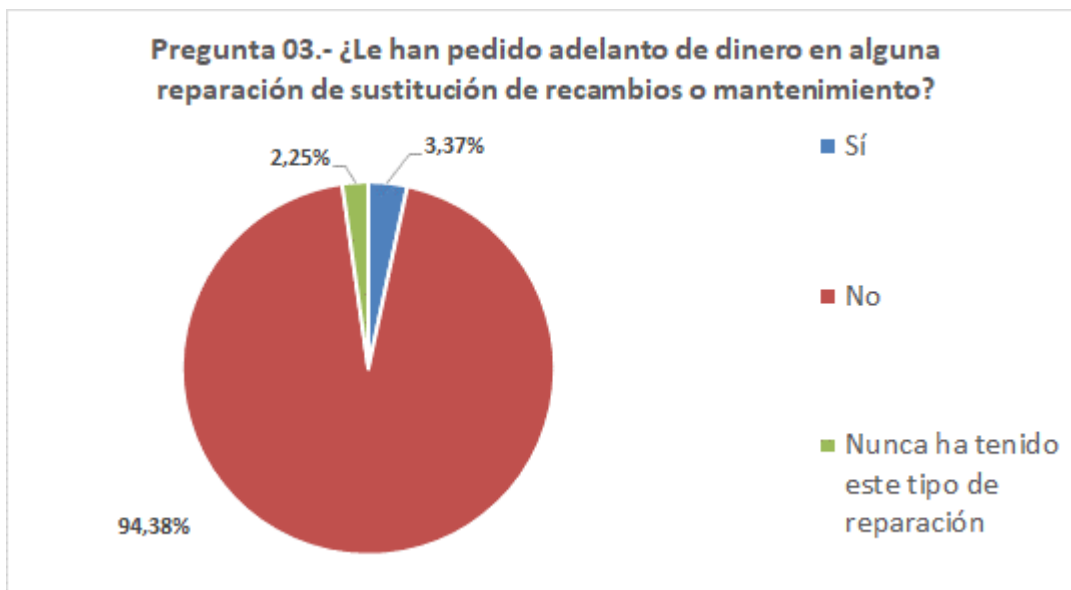


Figura 11. Resultados de la Pregunta 03. *Fuente: propia (2021)*

Pregunta 04, las respuestas sobre si se avisa al taller a último momento sobre otras averías que surjan, los entrevistados respondieron: Si, un 77.94%. Y no, un 22.06%.

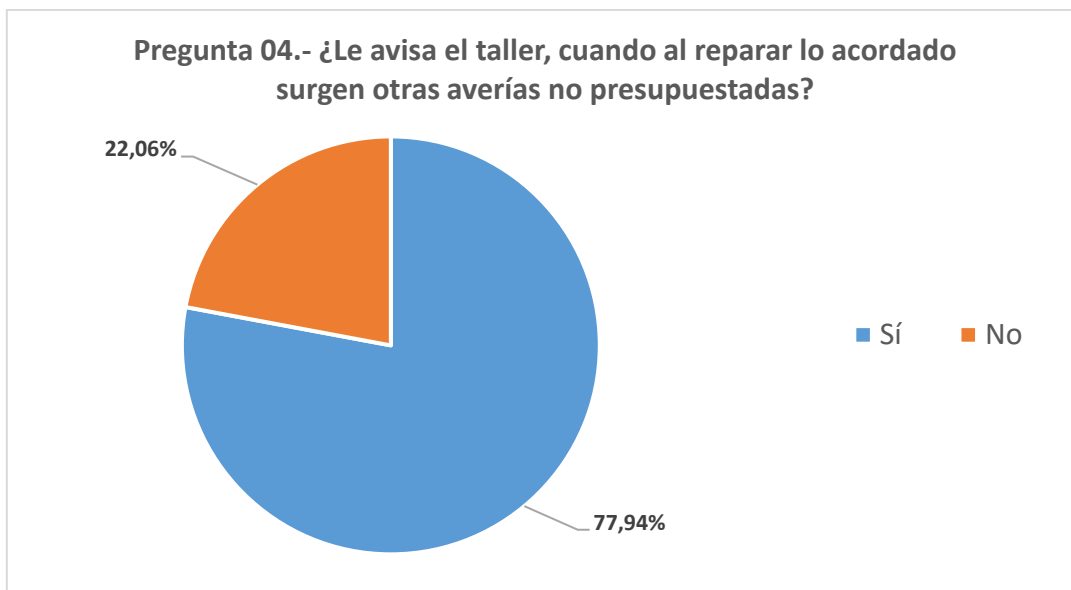


Figura 12. Resultados de la pregunta 04. *Fuente: propia (2021)*

Pregunta 05. Sobre los detalles en las facturas emitidas de todos los trabajos que se realizan en los taller, los encuestados opinaron lo siguiente: Si, un 89.68%. No, un 10.32%

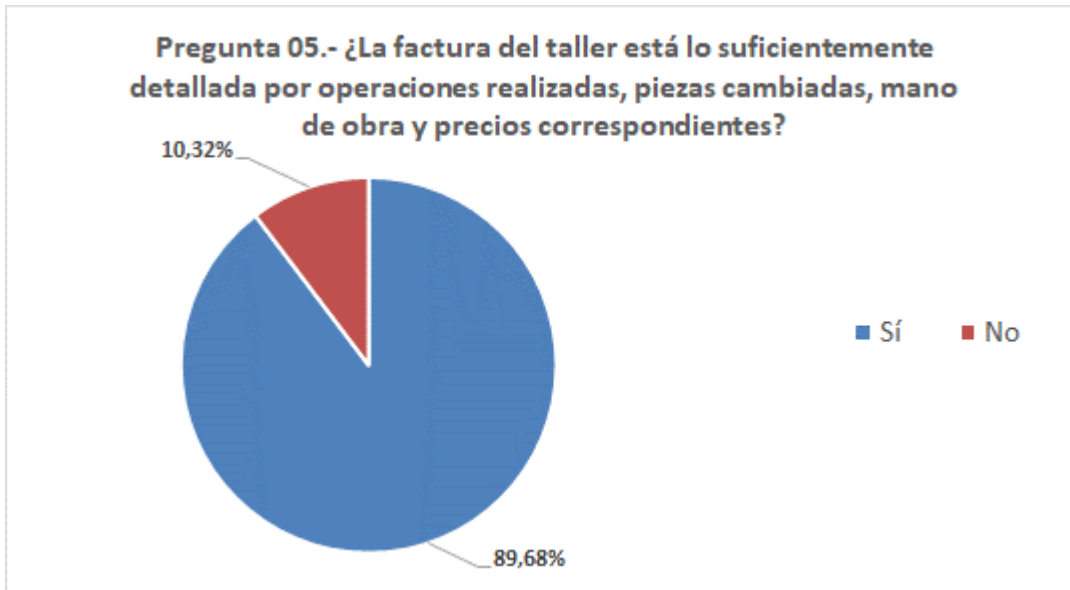


Figura 13. Resultados de la pregunta 05. *Fuente: propia (2021)*

Pregunta 06, En respuesta sobre si los propietarios de vehículos aceptan los consejos del profesional, y a la autorización de dichas sugerencias, los propietarios respondieron: Si, un 62.92%. No, un 32.58%. No sabe/No conoce, un 4.50%.

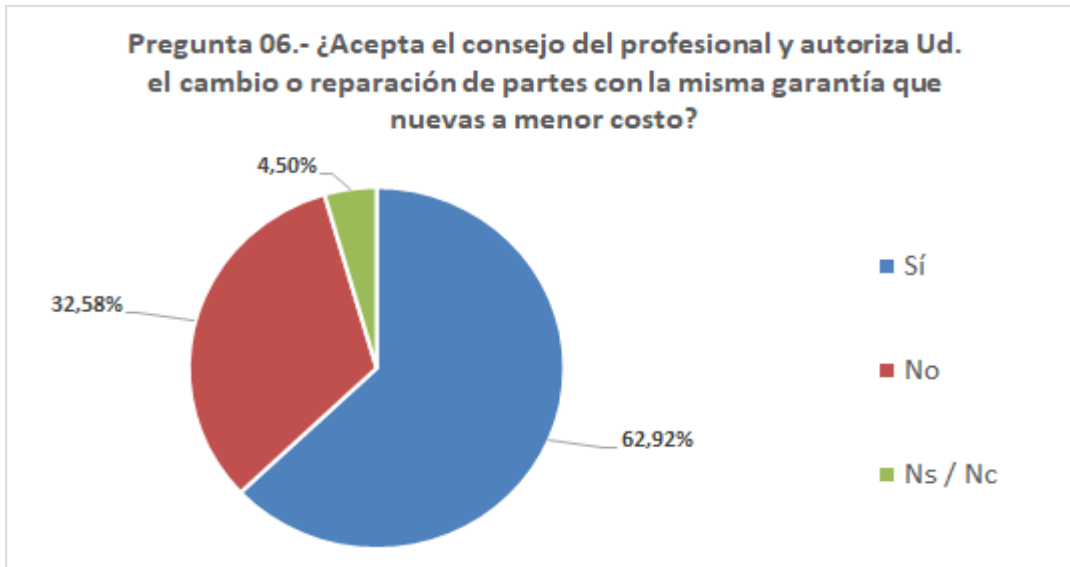


Figura 14. Resultados de la pregunta 06. Fuente: propia (2021)

Pregunta 07, A la respuesta sobre si el propietario se lleva las piezas y repuestos que se le cambió, dijo: Nunca, un 88.24%. Alguna vez, un 9.80%. Y si siempre lo hacía, un 1.96%.

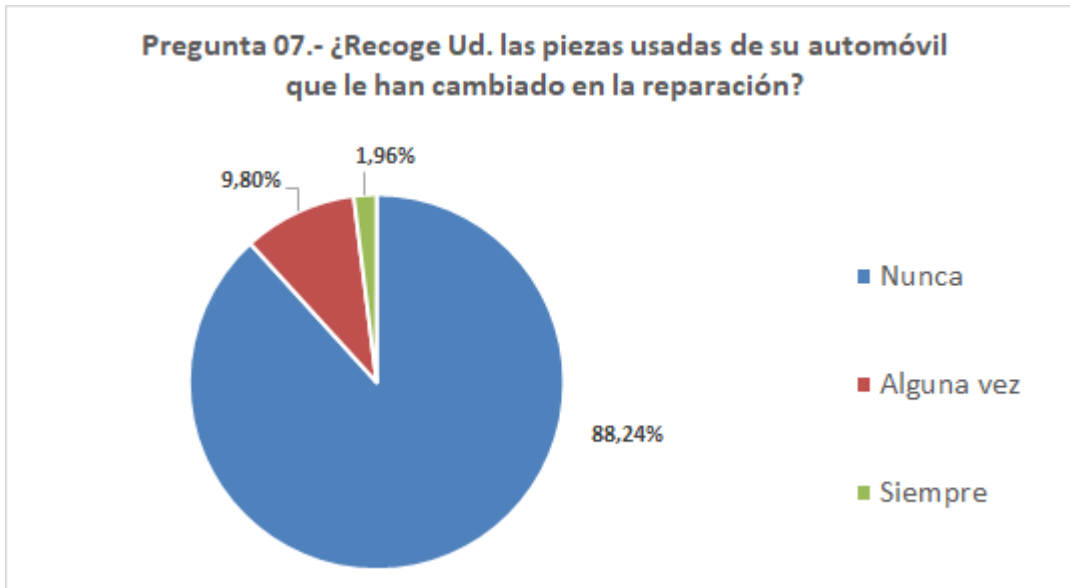


Figura 15. Resultados de la pregunta 07. Fuente: propia (2021)

Pregunta 08, En respuesta a si el propietario sabe que es responsable directo de los diferentes trabajos que se le realiza, respondió: Si, un 68.54%. Y los que respondieron No, un 31.46%.



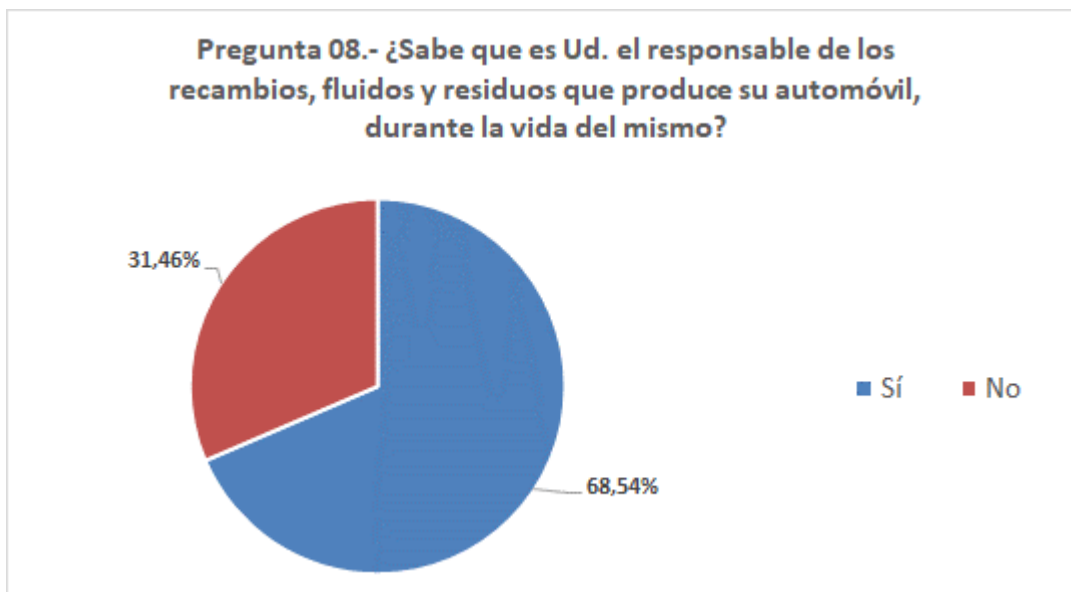


Figura 16. Resultados de la pregunta 08. *Fuente: propia (2021)*

Pregunta 09, En respuesta a si el taller ofrece y tiene a todos los especialistas en al área de mecánica automotriz, los encuestados respondieron: No, un 69.66%. Si, un 21.35%. Y las personas que No saben/No conocen un 8.99%.

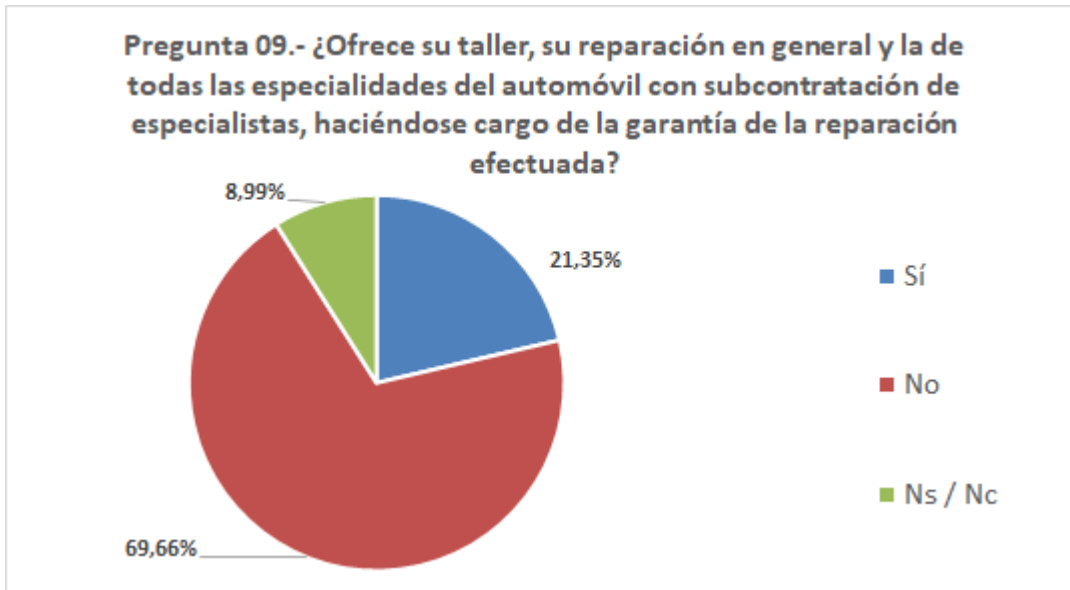


Figura 17. Resultados de la pregunta 09. *Fuente: propia (2021)*

Pregunta 10, Sobre el grado de satisfacción de los servicios recibidos en los talleres que acudieron, respondieron: Poco, un 59.72%. Deficiente, un 23.68%. Los encuestados que respondieron que la satisfacción era aceptable un 13.56%, y los que estaban o quedaban muy satisfechos, fueron 3.04%.

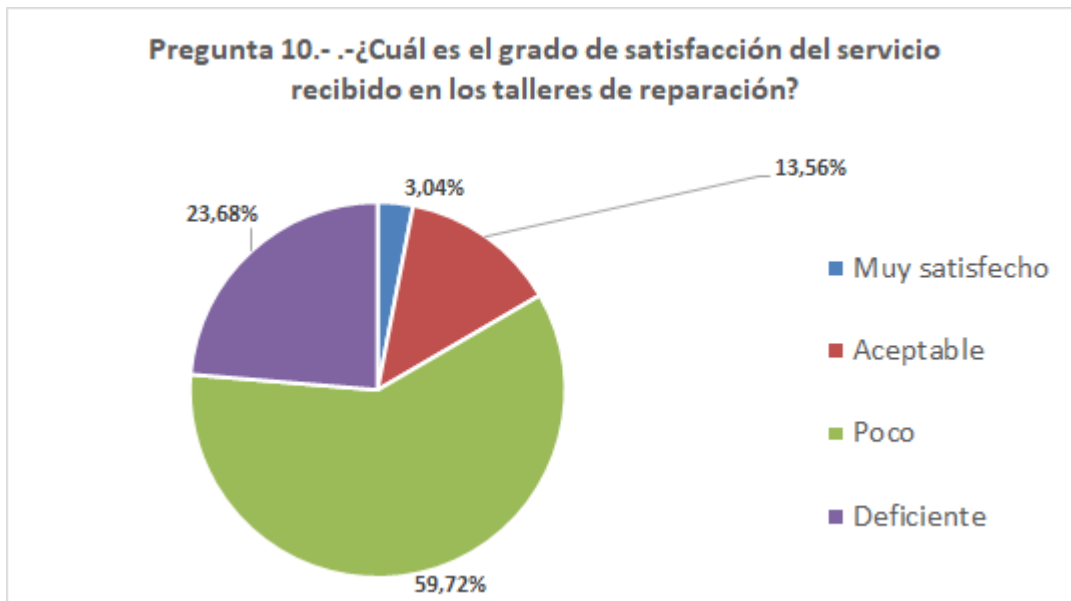


Figura 18. Resultados de la pregunta 10. *Fuente: propia (2021)*

### Insatisfacción del cliente

Luego de recolectar los datos de la encuesta, se determinó que existen 2 causas principales por las cuales el cliente se siente insatisfecho:

- **Retraso:** cuando el trabajo se tarda más del tiempo estimado, es un factor determinante para la fidelidad del cliente, si el mismo no se encuentra satisfecho por retraso ocasionado esto afectaría a la empresa, ya que se perdería el cliente y su fidelidad.
- **Ventas:** cuando no encuentra el producto que desea. Es importante cumplir la demanda de los productos solicitados para si no perder la fidelidad del cliente.

## **Estrategia de precio**

### **Criterio de costo**

Por el momento se tomará como referencia la entrevista y la experiencia de la empresa en el servicio de taller de automotriz.

### **Criterio de Competencia**

De acuerdo a la investigación se tomaron en cuenta todos los precios de todos los servicios que presta la empresa de automotriz, así como también la de los repuestos, las llantas, entre otros.

### **Criterio de Valor para el cliente**

Los clientes quieren un servicio óptimo, de calidad, eficaz y eficiente al momento de dejar su vehículo en el taller, adicional a que proporcione confianza, comodidad y honestidad. Por lo cual a través de las encuestas realizadas al público objetivo se determinará qué es lo que el cliente percibe como valor a nivel de un servicio de taller automotriz.

## **Estrategia de producto**

Las 4 P:

**Producto:** el taller ofrece servicios de:

**Estética Vehicular:**

- Limpieza de interior y exterior de los vehículos.
- Lavado del vehículo.
- Aplicación de cera.

**Lubricación y engrase:**

- Limpieza de puntos de engrase.
- Cambio de aceite y filtro.
- Engrase de partes móviles o de rotación.
- Nivelación de fluidos

**Taller de llantas:**

- Desmontaje y montaje de llantas
- Reparación de llantas.
- Venta de llantas nuevas.
- Venta de aros.

A vehículos particulares que requieran el servicio, de forma eficaz y eficiente al momento de dejar su vehículo en el taller, además brindara confianza, comodidad y honestidad para lograr un cliente satisfecho.

**Precio:** la estrategia de precio es relativamente igual a la competencia.

**Tabla 3***Estética vehicular precio promedio*

| <b>TIPO DE VEHÍCULO</b> | <b>PRECIO</b> |
|-------------------------|---------------|
| Buses                   | S/ 180.00     |
| Volquete                | S/ 140.00     |
| Mini bus                | S/ 100.00     |
| Camioneta               | S/. 45.00     |
| Auto                    | S/ 30.00      |
| Moto taxi               | S/ 10.00      |
| Moto lineal             | S/ 7.00       |

**Tabla 4***Lubricación y Engrase*

| <b>TIPO DE VEHÍCULO</b> | <b>CONSUMIBLES</b> | <b>PRECIO</b> |
|-------------------------|--------------------|---------------|
| Buses                   | Aceite y filtro    | S/ 650.00     |
| Volquete                | Aceite y filtro    | S/ 400.00     |
| Mini bus                | Aceite y filtro    | S/ 250.00     |
| Camioneta               | Aceite y filtro    | S/ 220.00     |
| Auto                    | Aceite y filtro    | S/ 170.00     |
| Moto taxi               | Aceite             | S/ 42.00      |
| Moto lineal             | Aceite             | S/ 21.00      |

**Tabla 5***Servicio de llantas*

| Reparación/cambio de llantas                               |          |
|--|----------|
| TIPO   | PRECIO   |
| Desmontaje/montaje de llanta de camión, bus, cisterna.     | S/ 25.00 |
| Reparación de llanta de camión, bus, cisterna (por parche) | S/ 20.00 |
| Desmontaje/montaje de llanta de camioneta/auto             | S/ 15.00 |
| Reparación de llanta de camioneta/auto (por parche)        | S/ 8.00  |

**Plaza:**

Los clientes encontrarán los servicios por los carteles que cuenta en los exteriores, y en el ingreso a la ciudad. Se tiene avisos por radio, y por las revistas locales. Asimismo, se tiene un único punto de venta, que serán en las instalaciones del Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, ubicado en AAHH Vicente Chunga Aldana Mz E, Lte 5. Los competidores no tienen un manejo de distribución, solo atienden en sus locales, y es ahí donde venden y ofrecen sus servicios. Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, debe hacerse conocido por los medios virtuales como son FACEBOOK, WHATSSAPP, y mediante su propia página virtual.



Figura 19. Publicidad en revista del Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL

### Promoción:

El cliente potencial del Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL serán los propietarios de vehículos, de preferencia los clientes que tengan vehículos a gasolina. Se usará marketing tradicional; usando los medios locales, como TV, radios, y diarios locales. Y marketing digital; haciendo propaganda con su propia página Web, redes sociales, entre otros. La competencia se diferencia usando los métodos tradicionales, y no teniendo mucho impacto con los medios digitales.



## **4.2 Estudio Técnico**

En la presente investigación se detallan los servicios de la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, así como la maquinaria, los equipos que se usan para así indicar la factibilidad técnica del proyecto, por medio del flujo de proceso, el cual se demostrará a continuación.

De acuerdo a los servicios el Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, ofrece en este diagrama una descripción visual de las 3 actividades que realiza. Mostrando así la relación secuencial que existe entre las áreas, y así poder dar a entender con mayor facilidad cada actividad que se desarrolla.

### **Descripción de Servicios**

A continuación, se describirán cada uno de los servicios que brinda la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

#### **Estética Vehicular:**

Este servicio se encarga de realizar todos los tratamientos del vehículo en el área de la estética como lo es el cuidado de la chapa y pintura, de esta forma se realizan los trabajos con el uso herramientas, productos y aditivos con la aplicación de detalles y acabos que realce la pintura o revestimiento de la carrocería. Principalmente se realiza un pulido intenso, aplicación de laca de la pintura donde su aplicación tiene como objetivo, aumenta el brillo y desaparece o elimina las rayas ya sean los arañones tipo tela, las patas de gallo, el deterioro de la pintura que posean el vehículo. De igual forma se realiza limpieza interna y externa del vehículo y dejar los mismos en perfecto estado.

### **Lubricación y Engrase:**

Este servicio se encarga de realizar la limpieza, la fabricación y el cambio de piezas para así poder realizar una correcta lubricación. Este servicio permitirá al vehículo reducir la fricción entre partes móviles metálicas, al cual se le aplica agentes o compuestos como son la grasa o aceites. Cuyo objetivo es evitar el sobrecalentamiento, la ruptura y pérdida de la pieza, máquina o equipo.

### **Llantas:**

Este servicio se encarga de todos los trabajos relacionados a las llantas, tales como compra y venta de los mismos, realización de reparación de llantas, rotación de llantas, compra y venta de accesorios y consumible, entre otros. Esta actividad tiene como objetivo cumplir y satisfacer los requerimientos de los clientes al realizarle un trabajo de calidad.

Detalla también la circulación de la información y de los diferentes componentes o repuestos a utilizar, dando a entender los subprocesos que ello acarrea, ayudando así en un futuro a poder realizar las acciones correctivas y las mejoras necesarias.

De igual forma, proporciona información útil para aplicar controles, evaluando eficiencia y eficacia en los resultados que se obtiene.

(... Tiene como objetivo, reducir las operaciones implicadas, y así poder realizarlas con mayor rapidez. Con el Flujo de Procesos se identifican los movimientos y decisiones de los colaboradores, de tal forma que se puede analizar

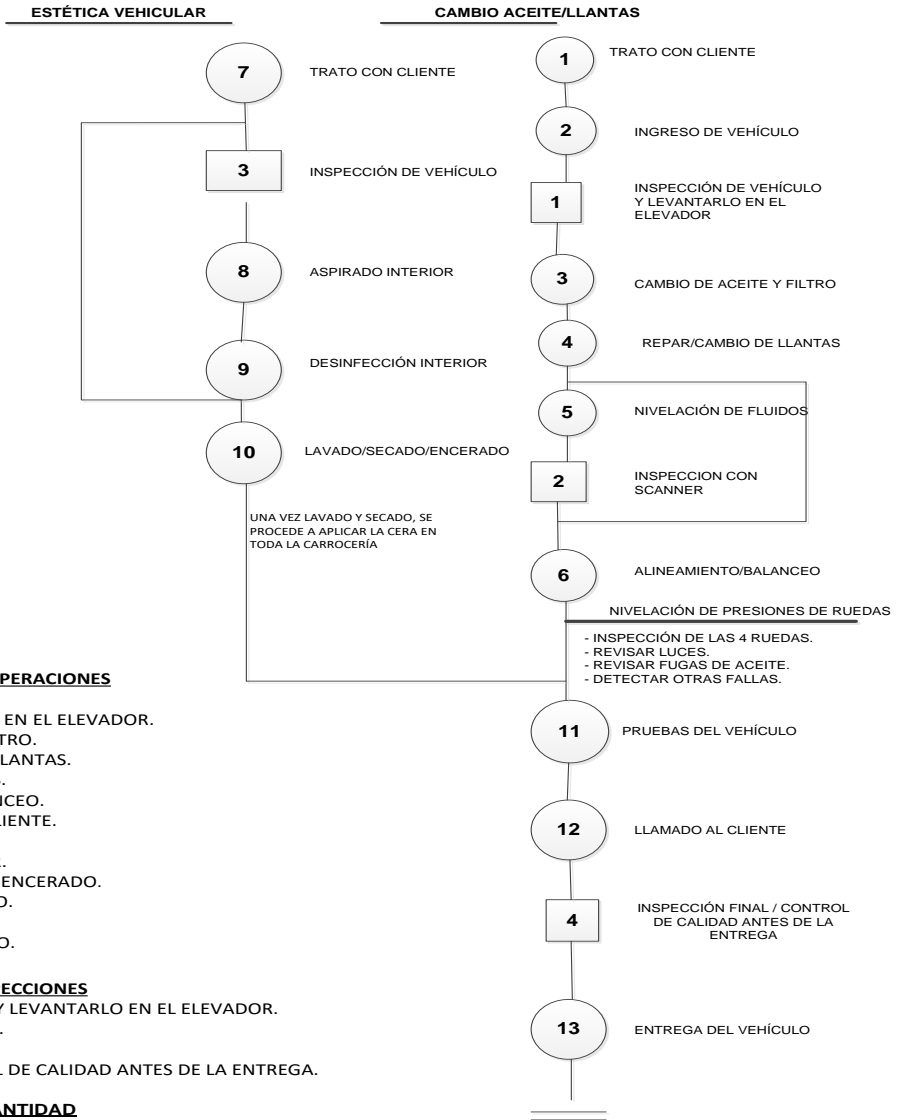
los retrasos y sus causas con el fin de eliminarlos) (AITECO Cosultores Desarrollo y Gestión, s.f.)

Diagrama de Flujo propuesto para empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL es flujo de procesos, el cual les da la ventaja de indicar la secuencia del proceso según la necesidad requerida por los clientes según sus necesidades.

# Flujo de Procesos: FACTORIA NOA MOTORS EIRL

## FLUJO DE PROCESOS

EMPRESA: FACTORIA NOA MOTORS EIRL DEPARTAMENTO: SERVICIOS  
 PRODUCTO: MANTENIMIENTOS LUGAR: TALLERES  
 MÉTODO: ACTUAL N° DIAGRAMA: 009  
 FECHA: 01/11/20 PÁGINA: 1/1  
 DIBUJADO POR: RICARDO POLO NOA APROBADO POR: Ricardo Polo Noa



### OPERACIONES

- 1.- TRATO CON EL CLIENTE.
- 2.- INGRESO Y LEVANTARLO EN EL ELEVADOR.
- 3.- CAMBIO DE ACEITE Y FILTRO.
- 4.- REPARAR / CAMBIO DE LLANTAS.
- 5.- NIVELACIÓN DE FLUIDOS.
- 6.- ALINEAMIENTO O BALANCEO.
- 7.- HACER TRATO CON EL CLIENTE.
- 8.- ASPIRADO DE INTERIOR.
- 9.- DESINFECCIÓN INTERIOR.
- 10.- LAVADO / SECADO Y/O ENCERADO.
- 11.- PRUEBAS DEL VEHÍCULO.
- 12.- LLAMADO AL CLIENTE.
- 13.- ENTREGA DEL VEHÍCULO.

### INSPECCIONES

- 1.- INSPECCIÓN DE VEHÍCULO Y LEVANTARLO EN EL ELEVADOR.
- 2.- INSPECCIÓN CON SCANNER.
- 3.- INSPECCION DE VEHÍCULO.
- 4.- INSPECCIÓN FINAL/CONTROL DE CALIDAD ANTES DE LA ENTREGA.

### SIMBOLO RESUMEN CANTIDAD



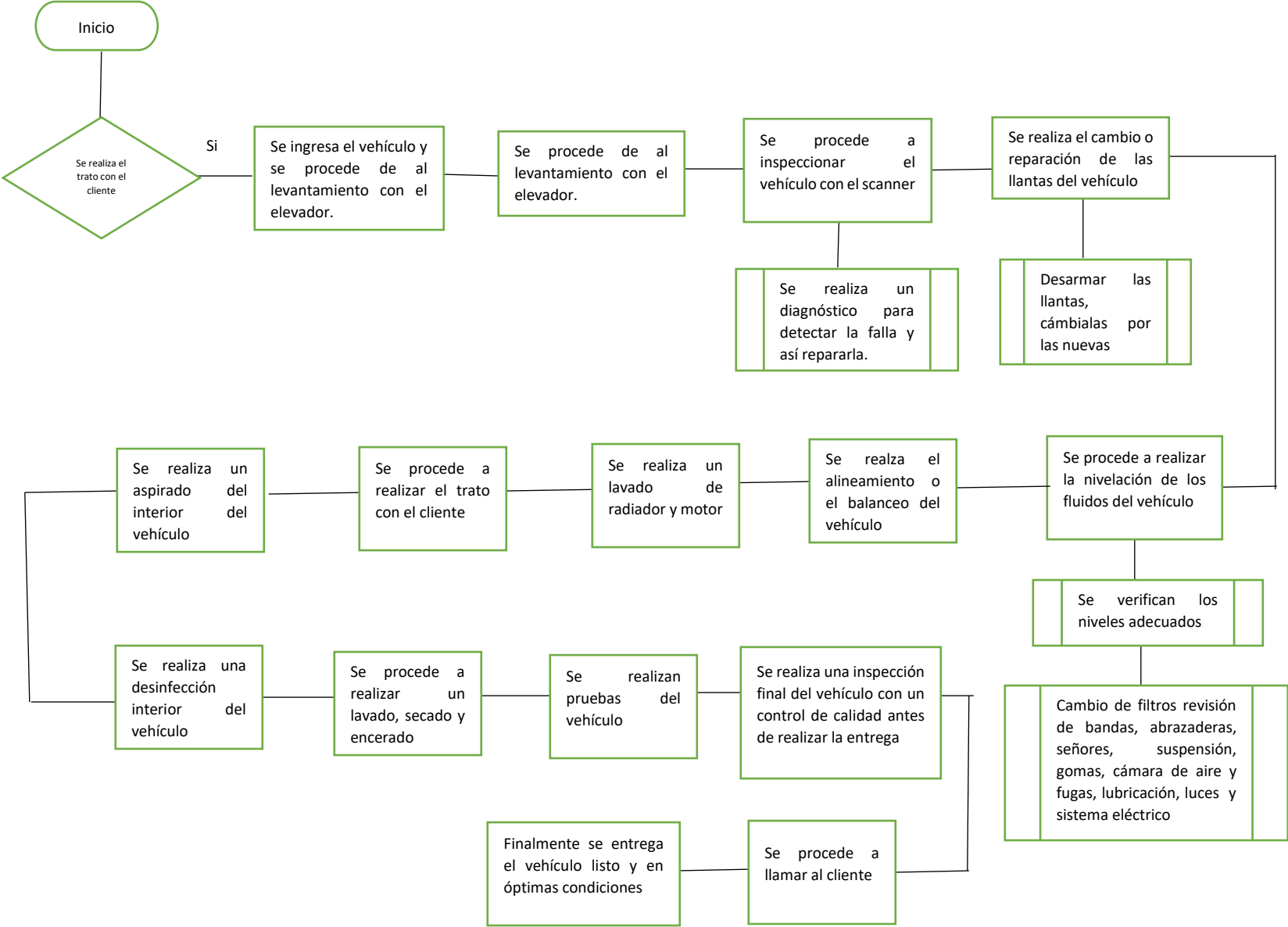
|   |              |    |
|---|--------------|----|
|  | OPERACIONES  | 13 |
|  | INSPECCIONES | 04 |

Figura 20. Flujo de procesos. Fuente: Propia (2021).

# Flujo de procesos



## **Descripción del proceso actual**

A continuación se realizará una descripción de cada una de las actividades del diagrama de flujo del proceso de la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA con la finalidad de describir detalladamente cada una de las actividades que se realizan en el taller.

## **Objetivo**

Dar a conocer los procesos de estética, lubricación y engrase y la llanta de la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA.

## **Alcance**

Todo el personal relacionado con el proceso.

## **Definiciones**

**Estética Vehicular:** se encarga de las actividades de tratamiento y cuidado de la chapa y pintura.

**Área Lubricación y Engrase:** se encarga de las actividades de limpieza, fabricación y cambio de piezas para la correcta lubricación.

**Área Llantas:** se encarga de las actividades de venta, reparación de llantas.

**Área de Administración:** se encarga de las actividades de tramitación y adquisición de productos para la utilización del mantenimiento automotriz.

## Actividades

- El cliente llega al taller y se realiza el trato con el cliente sobre el servicio que requiere o solicita. Se llena una hoja de registro documento donde se especifican las fallas.
- Después del llenado de la hoja de registro se ingresa el vehículo y se procede de al levantamiento con el elevador.
- Se procede a inspeccionar el vehículo con el scanner. Se realiza un diagnóstico para detectar la falla y así repararla.
- Se realiza el cambio o reparación de las llantas del vehículo. Desarmar las llantas, quitar el tambor y posteriormente hacer el cambio de las balatas usadas por unas nuevas volviendo armar para dejarlo en su estado normal.
- Se procede a realizar la nivelación de los fluidos del vehículo. se verifican los niveles adecuados de anticongelante, aceite, líquidos de frenos y líquidos de dirección. Cambio de filtros de aceite y aire el cual se inicia vaciando vacía el aceite a un recipiente, seguidamente se pone aceite limpio al motor con sus respectivos filtros continuando con una revisión minuciosa en:
  - Bandas se revisan bandas de motor y si se encuentran dañadas se reemplazan por nuevas.
  - Abrazaderas de mangueras se revisan abrazaderas y si se encuentran dañadas se reemplazan por nuevas.
  - Sensores señala una revisión exacta ya que son piezas indispensables para el buen funcionamiento del motor.

- Revisión de suspensión trasera y delantera en la cual se toma en cuenta las siguientes operaciones: Apretar muelles es una revisión de prevención por si alguna abrazadera se llegara encontrar floja o quebrada. Para llevar a cabo este trabajo se utilizan las siguientes herramientas: llaves mixtas, dados y manera.
- Revisar gomas de torsión por si alguna se encuentra averiada se reemplaza por una nueva.
- Cámaras de aire y fugas de aire. Si alguna se encuentra averiada se reemplaza por una nueva.
- Lubricación este proceso se lleva de la siguiente manera: engrasando crucetas, poleas, barras de dirección, nivel de caja de velocidades, diferencial y de dirección. Este servicio se realiza por medio de una Bomba de Aceite y un inyector de grasa mecánico y de aire.
- Luces y sistema eléctrico en esta actividad se realiza una revisión de luces interiores y exteriores de la unidad para verificar que tenga el mejor funcionamiento. Si en algún momento se encuentra algún foco fundido o lámpara interior se reemplaza por nuevas.
- Se realiza el alineamiento o el balanceo del vehículo
- Se realiza un lavado de radiador y motor esta actividad se lleva a cabo con una bomba de Agua a Presión para que tenga un rendimiento favorable evitando descomposturas prematuras.
- Se procede a realizar el trato con el cliente
- Se realiza un aspirado del interior del vehículo
- Se realiza una desinfección interior del vehículo
- Se procede a realizar un lavado, secado y encerado exterior al vehículo



- Se realizan pruebas del vehículo
- Se realiza una inspección final del vehículo con un control de calidad antes de realizar la entrega
- Se procede a llamar al cliente
- Finalmente se entrega el vehículo listo y en óptimas condiciones

### **Responsabilidades:**

- **Área Estética Vehicular:** César Aguilar Noa, Augusto Aguilar Chamba.
- **Área Lubricación y Engrase:** César Aguilar, Augusto Aguilar.
- **Área Llantas:** Ricardo Polo, César Aguilar.
- **Área de Administración:** Ricardo Polo Noa.

### **Máquinas y herramientas**

- **Engrasadora Manual:** es una herramienta que se utiliza para realizar el engrase de piezas donde la grasa debe penetrar a presión.
- **Pulidora Eléctrica:** son herramientas **eléctricas** cuya versatilidad es importante para pulir salientes o bordes, así como soltar remaches, redondear ángulos, cortar metales, entre otros.
- **Compresor de aire:** es una máquina térmica diseñada para aumentar la presión de cierto tipo de fluidos llamados compresibles, tales como gases y vapores. La compresión se realiza mediante un intercambio de energía entre la máquina y el fluido, en el cual el trabajo realizado por el compresor

es transferido al fluido aumentando su presión y energía cinética impulsándolo a fluir.

- **Mangueras para aire comprimido:** son tubos flexibles huecos que se utilizan para la transferencia de un gas, normalmente a presión. Las mangueras de aire comprimido se suministran en una gama de diferentes tamaños, cada una para diferentes temperaturas y presiones de funcionamiento.
- **Pistola sopladora:** es una herramienta indispensable para acompañar el compresor de aire. Aplicaciones: eliminación de virutas, limpieza de piezas o útiles, secado, eliminación de polvo, limpieza de áreas de montaje, etc.
- **Mangueras para agua:** es un tubo hueco flexible diseñado para transportar fluidos de un lugar a otro.
- **Aspiradora:** es un dispositivo que utiliza una bomba de aire para aspirar el polvo y otras partículas pequeñas de suciedad, generalmente del suelo.
- **Hidrolimpiador a presión:** es una máquina que transmite la energía cinética de un accionamiento a un fluido, comúnmente agua o solución jabonosa en base agua, para acelerarlo, y realizar un trabajo, habitualmente de limpieza o arranque mecánico de diversos materiales.
- **Cepillos para ruedas:** consistente en un mango y una base, sobre la cual se fijan filamentos flexibles llamados cerdas, aptos para limpiar, tallar, lavar, peinar o barrer, entre otros usos menos comunes.
- **Esponjas para lavado:** es una esponja muy absorbente, por lo que se carga de agua, jabón o combinaciones de ambos para ofrecer un proceso de limpieza de alto rendimiento, invirtiendo poco esfuerzo y tiempo.

- **Toallas para secado:** es una herramienta fundamental para secar el coche correctamente.
- **Cepillo con mango telescópico:** es la herramienta de limpieza ideal para eliminar el polvo de superficie fina.
- **Pulverizador a presión:** es un dispositivo que permite pulverizar un líquido sobre una superficie o una planta.
- **Dispensador para espuma:** es un dispensador de jabón para carros.
- **Guante de lavado:** es la herramienta fundamental para lavar correctamente el coche.
- **Llave para Filtro:** Las llaves para extraer filtros de aceite nos ayudan a apretar y aflojar dichas piezas con el mínimo esfuerzo.
- **Embudo para Aceite:** usados en botellas. Especialmente diseñado para facilitar las operaciones de transferencia de aceite de la sartén a la botella.
- **Juego de destornilladores:** es una herramienta que se utiliza para apretar y aflojar tornillos que requieren poca fuerza de apriete y que generalmente son de diámetro pequeño.
- **Llave en “L” y cruceta:** es un tipo de herramienta que se usa para apretar o aflojar los tornillos que sujetan las llantas de los automóviles. Está hecha en forma de cruz, con diferentes bocas en cada uno de sus extremos, para diferentes tamaños de tuercas o tornillos.
- **Gata hidráulica:** es una herramienta empleada por elevación de cargas. Esta, puede ser empleada de forma mecánica o hidráulica con el fin de proporcionar una elevación de pesos pequeños y/o grandes tales como automóviles.

- **Pinzas de mecánico o alicate:** es una herramienta manual cuyos usos van desde sujetar piezas al corte o moldeado de distintos materiales, también se suele usar para apretar o aflojar tuercas a falta de una llave a tal efecto.
- **Juego de llaves fijas o hexagonales:** es una barra normalmente de acero (o de otro metal), que tiene forma de L y se usa con tornillos que tengan cabeza hexagonal, ya que todo su diseño está adaptado a esta forma.
- **Linterna:** es un aparato portátil de iluminación que funciona por medio de pilas o baterías eléctricas.
- **Equipo desmontar:** es una herramienta mecánica que tal y como su nombre indica brinda ayuda a la hora de montar o desmontar un neumático de forma automática.
- **Llave de impacto eléctrica:** es una herramienta eléctrica con llave de tubo diseñada para proporcionar una alta potencia de torsión con un mínimo esfuerzo por parte del usuario.
- **Inflador para neumáticos:** es un compresor de aire para llantas puede inflar la llanta del auto.
- **Medidor de aire para llanta:** es una pequeña herramienta que detecta y muestra la presión de aire relativa dentro de una llanta.
- **Accesorios de limpieza:** múltiples accesorios para limpiar los carros.

### 4.3 Estudio organizacional

Se realizó un estudio organizacional para determinar una estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. Por lo tanto, se determinó los requerimientos de recursos humanos, el equipo de trabajo, los puestos de trabajo, el manual de organización y funciones (MOF) y la estandarización de los procesos para atender los procesos administrativos. A continuación se mencionan algunos aspectos de la empresa Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL

#### Equipo de trabajo

Todos los empleados se encuentran en planilla con todos los beneficios de ley y seguro médico.

El trabajo de equipo está distribuido en:

- **Área Estética Vehicular:** César Aguilar Noa, Augusto Aguilar Chamba, Actividades de tratamiento y cuidado de la chapa y pintura.
- **Área Lubricación y Engrase:** César Aguilar, Augusto Aguilar. Actividades de limpieza, fabricación y cambio de piezas para la correcta lubricación.
- **Área Llantas:** Ricardo Polo, César Aguilar. Actividades de venta, reparación de llantas.

- **Área de Administración:** Ricardo Polo Noa. Actividades de tramitación y adquisición de productos para la utilización del mantenimiento automotriz.

Todo el personal recibe capacitaciones presenciales para mantenerse constantemente actualizado a los cambios de mercado que se produzcan.

### **Estructura organizacional**

Se muestra la representación gráfica de la estructura organizacional de Taller Multimarca FACTORIA NOA MOTORS EIRL, en el cual se puede evidenciar el capital humano, mostrando así, todas las áreas, describiendo los puestos y las personas que desempeñaran funciones en dichas áreas.



Figura 21. Organigrama de la estructura organizacional

## Manual de organización y funciones (MOF)

A continuación, se describen los perfiles de cada puesto de trabajo indicado en el organigrama.

### Estética Vehicular:

Área en la cual se dedica al tratamiento y cuidado de la chapa y pintura, utilizando productos y aditivos relacionados al cuidado del mismo, dándoles

ciertos acabados y detalles que hacen que realce la pintura o revestimiento de la carrocería.

Básicamente es un pulido intenso, corrigiéndose la laca de la pintura, sirviendo para mantener o realzar el brillo, eliminando las rayas y las posibles marcas superficiales, generadas por el día a día de la movilidad.

- **Requisitos básicos:** Licencia de conducir, conocimientos básicos en electricidad automotriz, conocimientos en tratamiento de pintura, experiencia básica en la aplicación de pintura, habilidad para utilización de herramientas, accesorios y demás relacionados
- **Responsables:** César Aguilar Noa, Augusto Aguilar Chamba, Jonathan Guillen

### **Engrase y Lubricación:**

Se ejecutaran actividades de limpieza, cambio de piezas para la correcta lubricación, actividades que se realizarán en espacios que presten las garantías de limpieza, ya que no se permite que se contaminen los componentes lubricados o engrasados.

El motivo de éste proceso es la de reducir la fricción entre partes móviles metálicas, al cual se le aplica agentes o compuestos como son la grasa o aceites. Si no existiera esta actividad o se descuida, la consecuencia sería el sobrecalentamiento, la ruptura y por ende, se echaría a perder la pieza, máquina o equipo.

- **Requisitos básicos:** Conocimientos básicos en mecánica automotriz, conocimientos en grasas y aceites, usos y aplicaciones. Habilidad para el uso y manipulación de herramientas.



- **Responsables:** César Aguilar Noa, Augusto Aguilar Chamba.

### **Área de llantas:**

Área en la cual se realizarán los diferentes trabajos relacionados a las llantas, pudiendo ser estos: compra y venta, rotaciones, reparaciones y compra venta de accesorios y consumibles. Los trabajos relacionados a llantas, vienen a ser actividades en las cuales los involucrados están muy expuestos al peligro pudiendo ser desde un golpe o corte pequeño, pasando por la invalidez, hasta la muerte. Es por ello que se necesita que estos trabajos sean realizados por personal entrenado y con conocimientos básicos en trabajos de este tipo.

- **Requisitos básicos:** Conocimientos básicos en mecánica automotriz, experiencia en trabajos afines a los realizados en llantas, tener buena contextura física, tener la capacidad de identificar, controlar y eliminar los peligros a los cuales estará expuesto en estos trabajos.
- **Responsables:** Ricardo Polo Noa, César Aguilar.

### **Área de Administración:**

Ésta área tendrá 5 funciones básicas administrativas, como son; las salidas del dinero (pagar las facturas a tiempo), las planillas (pagar al personal e impuestos al estado), los controles financieros (evitar equivocaciones, fraudes o estafas), los informes financieros (revisar y analizar los resúmenes para las contingencias), y las entradas del dinero (estar al tanto en que los clientes paguen sus deudas en las fechas programadas). Será el reflejo hacia el mundo financiero.

- **Responsables:** Ricardo Polo Noa.

## **Estandarización de procesos**

Todos los procesos tiene los tiempos de trabajo estandarizados, esto se ha logrado debido a que trabajan adecuadamente cada una de la áreas de trabajo con sus tiempos determinados de realización.

- Área Estética Vehicular: tiempo de trabajo 60 minutos.
- Área Lubricación y Engrase: tiempo de trabajo 15 minutos.
- Área Llantas: tiempo de reparación 20 minutos.
- Área administrativa: tiempo de venta y administración 10 minutos.

### **4.4 Estudio legal**

El taller MULTIMARCA FACTORIA NOA MOTORS está constituida como una empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL) en el cual son personas jurídicas, constituidas únicamente por una persona natural, con patrimonio propio y diferente al del titular, que ejecutan las actividades de tipo comercial. Las EIRL están sometidas a las normas del código de comercio en el que les permite ejecutar toda clase de actividades civiles y comerciales. Además, de que las EIRL, responde con todos sus bienes de las obligaciones contraídas por el Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER).

Los requisitos para la constitución de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada son básicamente iguales que el de las sociedades de responsabilidad limitada, ya que se basan en, escritura pública cuyo extracto este autorizado por el notario que la otorgó, se inscribe en el Registro de

Comercio del domicilio de la EIRL y publicación en el Diario Oficial dentro de los 60 días siguientes a la fecha de la escritura. El nombre de la EIRL debe incluir el nombre y apellido del constituyente, más las actividades económicas que constituyan el objeto y giro de la empresa, debiendo concluir con la palabra Empresa Individual de Responsabilidad Limitada o su abreviatura E.I.R.L. Puede también tener un nombre empresarial.

### **La EIRL en la Ley del Impuesto a la Renta**

En relación con el Impuesto a la Renta se consulta si la obligación tributaria de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) puede incluir también la obligación tributaria generada por el notario, que es su titular gerente, en el ejercicio de sus funciones notariales.

### **Base Legal**

- Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por el Decreto Supremo N.º 179-2004-EF, publicado el 8.12.2004 y normas modificatorias (en adelante, la LIR).
- Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por el Decreto Supremo N.º 122-94-EF, publicado el 21.9.1994 y normas modificatorias (en adelante, el Reglamento de la LIR).
- Decreto Legislativo N.º 1049, Decreto Legislativo del Notariado, publicado el 26.6.2008 y normas modificatorias.

- Decreto Ley N.º 21621, Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, publicada el 15.9.1976 y normas modificatorias (en adelante, Ley de la EIRL).

El artículo 2º del Decreto Legislativo N.º 1049 establece que el notario es el profesional del derecho que está autorizado para dar fe de los actos y contratos que ante él se celebran, para lo cual formaliza la voluntad de los otorgantes, redactando los instrumentos a los que confiere autenticidad, conserva los originales y expide los traslados correspondientes. Agrega dicho artículo que su función también comprende la comprobación de hechos y la tramitación de asuntos no contenciosos previstos en las leyes de la materia.

Asimismo, el artículo 3º del referido dispositivo legal establece que el notario ejerce su función en forma personal, autónoma, exclusiva e imparcial. El ejercicio personal de la función notarial no excluye la colaboración de dependientes del despacho notarial para realizar actos complementarios o conexos que coadyuven a su desarrollo, manteniéndose la responsabilidad exclusiva del notario frente a dichos actos. Adicionalmente, el inciso b) del artículo 19º del aludido decreto legislativo señala que es derecho del notario ser incorporado en la planilla de su oficio notarial, con una remuneración no mayor al doble del trabajador mejor pagado(1), y los derechos derivados propios del régimen laboral de la actividad privada.

Como se aprecia de las normas antes glosadas, el notario ejerce sus funciones como profesional del derecho de forma personal, autónoma,

asumiendo responsabilidad exclusiva por el cumplimiento de estas. Por otro lado, es posible que por el desarrollo de sus funciones el notario sea incorporado en la planilla y que reciba una remuneración, así como otros derechos laborales propios del régimen laboral de la actividad privada.

Por su parte, el artículo 1° de la Ley de la E.I.R.L. señala que este tipo de empresa es una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal, con patrimonio propio distinto al de su titular, para el desarrollo de actividades económicas de pequeña empresa, al amparo del Decreto Ley N.º 21435.

Al respecto, esta Administración Tributaria ha señalado en el Informe N.º 007- 2015-SUNAT/5D0000( 3 ) que la E.I.R.L. tiene existencia jurídica propia, distinta a la del titular-gerente que la constituyó; por lo que los servicios que presta el titular-gerente a la E.I.R.L. son diferentes de los que esta presta a terceros.

En ese sentido, en el supuesto que un notario sea el titular-gerente de una E.I.R.L., tendrá que diferenciar la retribución que aquel perciba por sus servicios notariales de aquellos ingresos que esta empresa reciba por los servicios prestados a terceros.

De otro lado, en relación con el Impuesto a la Renta, el artículo 14° de la LIR establece que son contribuyentes de este impuesto las personas naturales, las sucesiones indivisas, las asociaciones de hecho de profesionales y similares,

y las personas jurídicas. También se considerarán contribuyentes a las sociedades conyugales que ejercieran la opción prevista en el artículo 16° de la misma ley. Agrega el citado artículo que, para efecto de la LIR, se consideran personas jurídicas, entre otras, las E.I.R.L. constituidas en el país.

Como se desprende de las normas antes citadas, las personas naturales y las E.I.R.L. que estas constituyan son contribuyentes del Impuesto a la Renta de forma independiente y diferenciada por las rentas que cada uno genere y se encuentren dentro del ámbito de aplicación del impuesto. Ahora bien, en cuanto a las rentas de los notarios, el inciso c) del artículo 28° de la LIR señala que son rentas de tercera categoría las que estos obtengan.

Sobre el particular, el inciso b) del artículo 17° del Reglamento de la LIR precisa que la renta que obtengan los notarios a que se refiere el citado inciso c) del artículo 28° será la que provenga de su actividad como tal. Adicionalmente, esta Administración Tributaria en el Informe N.º 009-2009- SUNAT/2B0000( 4 ) afirmó que, por el ejercicio de su función notarial, los notarios únicamente obtienen rentas de tercera categoría, razón por la cual, pertenece a esta categoría la retribución que estos perciban por haber sido incorporados en planilla, en virtud de lo dispuesto por el inciso b) del artículo 19° del Decreto Legislativo N.º 1049, anteriormente citado.

Así pues, en el supuesto que un notario constituya una E.I.R.L., tendrá la condición de contribuyente del Impuesto a la Renta de tercera categoría por aquellos ingresos originados en el desarrollo de su función notarial, no siendo

posible que traslade a la E.I.R.L. el cumplimiento de las obligaciones tributarias que le corresponden por el desempeño de su función notarial.

En consecuencia, el notario que constituya una E.I.R.L., no podrá cumplir con las obligaciones tributarias sustanciales y formales del Impuesto a la Renta de tercera categoría generadas por este en el ejercicio de su función notarial, a través de dicha E.I.R.L., siendo cada uno de ellos un contribuyente distinto del Impuesto a la Renta. Siendo ello así, respecto del Impuesto a la Renta, se puede concluir que la obligación tributaria de una E.I.R.L no puede incluir la obligación tributaria generada por el notario, que es su titular – gerente, en el ejercicio de sus funciones notariales.

En conclusión, respecto del Impuesto a la Renta, la obligación tributaria de una E.I.R.L. no puede incluir la obligación tributaria generada por el notario, que es su titular gerente, en el ejercicio de sus funciones notariales.

Siendo esto así, la renta generada por una EIRL se encontrará gravada con el Impuesto a la Renta empresarial, con una tasa de 29.5% y, los dividendos que esta distribuya a favor de su propietario se encontrarán sujetos a una tasa de 5%.

#### **4.5 Estudio Económico - Financiero**

A continuación, se realizó el estudio de Económico - Financiero con la finalidad de determinar la viabilidad del presente proyecto en los siguientes 5 años de la implementación del negocio.

## Presupuesto de inversión

Para el desarrollo del proyecto FACTORÍA NOA MOTORS EIRL, se tiene proyectado una inversión de S/ 130,995.51 mil soles para la implementación de infraestructura, equipos, herramientas y otros, tal como se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 6**

*Presupuesto de inversión*

| Rubro                   | Descripción                    | Cantidad | Precio sin IGV | IGV    | Total    |
|-------------------------|--------------------------------|----------|----------------|--------|----------|
| Equipos                 |                                |          |                |        |          |
|                         | Laptop                         | 1        | 2,200.00       | 396.00 | 2,596.00 |
|                         | Impresora                      | 1        | 1,000.00       | 180.00 | 1,180.00 |
|                         | Ventilador                     | 2        | 508.47         | 91.53  | 600.00   |
|                         | Equipo de sonido               | 1        | 1,000.00       | 180.00 | 1,180.00 |
|                         | Teléfono fijo                  | 1        | 200.00         | 36.00  | 236.00   |
| Máquinas y herramientas |                                |          |                |        |          |
|                         | Bomba engrasadora neumática    | 1        | 1,450.00       | 261.00 | 1,711.00 |
|                         | Pulidora Eléctrica             | 1        | 1,131.42       | 203.65 | 1,335.07 |
|                         | Compresor de aire              | 1        | 3,000.00       | 540.00 | 3,540.00 |
|                         | Mangueras para aire comprimido | 1        | 139.75         | 25.15  | 164.90   |
|                         | Pistola sopladora              | 1        | 409.90         | 73.78  | 483.68   |
|                         | Mangueras para agua            | 1        | 22.80          | 4.10   | 26.90    |
|                         | Aspiradora                     | 1        | 1,600.00       | 288.00 | 1888.00  |
|                         | Hidrolimpiador a presión       | 1        | 2,839.00       | 511.02 | 3,350.02 |
|                         | Cepillos para ruedas           | 2        | 29.66          | 5.34   | 35.00    |
|                         | Esponjas para lavado           | 4        | 43.73          | 7.87   | 51.60    |



|                                     |   |           |          |           |
|-------------------------------------|---|-----------|----------|-----------|
| Toallas para secado                 | 4 | 108.14    | 19.46    | 127.60    |
| Cepillo con mango telescópico       | 2 | 37.29     | 6.71     | 44.00     |
| Pulverizador a presión              | 1 | 50.85     | 9.15     | 60.00     |
| Dispensador para espuma             | 1 | 16.95     | 3.05     | 20.00     |
| Guante de lavado                    | 4 | 101.69    | 18.31    | 120.00    |
| Llave para Filtro                   | 2 | 538.98    | 97.02    | 636.00    |
| Embudo para Aceite                  | 2 | 15.08     | 2.72     | 17.80     |
| Juego de destornilladores           | 2 | 397.52    | 71.55    | 469.07    |
| Llave en "L" y cruceta              | 2 | 67.80     | 12.20    | 80.00     |
| Gata hidráulica                     | 4 | 1,800.00  | 324.00   | 2,124.00  |
| Elevadores hidráulicos              | 2 | 60,000.00 | 10,800   | 70,800.00 |
| Bomba hidráulica                    | 2 | 12,000.00 | 2,160.00 | 14,160.00 |
| Manguera hidráulica                 | 2 | 1,800.00  | 324.00   | 2,124.00  |
| Pinzas de mecánico o alicate        | 2 | 61.49     | 11.06    | 72.55     |
| Juego de llaves fijas o hexagonales | 2 | 470.49    | 84.68    | 555.17    |
| Kit de herramientas                 | 1 | 359.83    | 64.76    | 424.59    |
| Linterna                            | 2 | 133.05    | 23.95    | 157.00    |
| Carro de Herramientas               | 3 | 4,500.00  | 810.00   | 5,310.00  |
| Lijadoras                           | 1 | 1,583.00  | 284.94   | 1,867.94  |
| Equipo desmontar                    | 1 | 1,694.92  | 305.08   | 2,000.00  |
| Llave de impacto eléctrica          | 1 | 1,000     | 180.00   | 1,180.00  |
| Inflador para neumáticos            | 1 | 873.03    | 157.14   | 1,030.17  |
| Medidor de aire para llanta         | 2 | 120.00    | 21.60    | 141.60    |
| Sistema de pintura                  | 1 | 1,000.00  | 180.00   | 1,180.00  |
| Sistema de lavado                   | 1 | 1,000.00  | 180.00   | 1,180.00  |
| Equipos de seguridad                | 4 | 1,600.00  | 288.00   | 1888.00   |
| Extintores                          | 4 | 5,000.00  | 900.00   | 5,900.00  |

|                                       |                                      |   |                   |                 |                   |
|---------------------------------------|--------------------------------------|---|-------------------|-----------------|-------------------|
|                                       | Accesorios de limpieza               | 1 | 2,542.37          | 457.63          | 3,000.00          |
|                                       | Implementación de ambientes          | 1 | 6,779.66          | 1,220.34        | 8,000.00          |
| <b>Muebles</b>                        |                                      |   |                   |                 |                   |
|                                       | Escritorio de melanina mediano       | 2 | 800.00            | 144.00          | 944.00            |
|                                       | Silla giratoria                      | 2 | 300.00            | 54.00           | 354.00            |
|                                       | Juego de Muebles para sala de espera | 1 | 2,600.00          | 468.00          | 3,068.00          |
|                                       | Estante mediano de madera            | 1 | 250.00            | 45.00           | 295.00            |
|                                       | Televisor                            | 1 | 1,000.00          | 180.00          | 1,180.00          |
|                                       | Cámaras de vigilancia                | 4 | 1,500.00          | 270.00          | 1,770.00          |
|                                       | Útiles de escritorio                 | 1 | 1,200.00          | 216.00          | 1,416.00          |
|                                       | Implementación de oficinas           | 1 | 2,118.64          | 381.36          | 2,500.00          |
| <b>Total Inversión en Activo Fijo</b> |                                      |   | <b>130,995.51</b> | <b>23579.15</b> | <b>152,450.66</b> |

### Presupuesto de ingresos

Los ingresos están determinados por los servicios y precios indicados en el estudio del mercado mencionado anteriormente. Por lo tanto, se establecen los ingresos como se muestran a continuación en la tabla:

**Tabla 7***Presupuesto de ingresos*

| Detalle   | Mensual         | Periodos          |                   |                   |                   |                   |
|---|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|   |                 | Periodo 01        | Periodo 02        | Periodo 03        | Periodo 04        | Periodo 05        |
| Sin IGV:  |                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| Servicio de estética vehicular                      | 4,025.42        | 48,305.08         | 51,203.39         | 54,787.63         | 59,170.64         | 64,495.99         |
| Venta, reparación y cambio de llantas               | 2,118.64        | 25,423.73         | 26,949.15         | 28,835.59         | 31,142.44         | 33,945.26         |
| Ventas de aceites y lubricantes                     | 6,779.66        | 81,355.93         | 86,237.29         | 92,273.90         | 99,655.81         | 108,624.83        |
| Con IGV:  |                 |                   |                   |                   |                   |                   |
| Servicio de estética vehicular                      | 4,750.00        | 57,000.00         | 60,420.00         | 64,649.40         | 69,821.35         | 76,105.27         |
| Venta, reparación y cambio de llantas               | 2,500.00        | 30,000.00         | 31,800.00         | 34,026.00         | 36,748.08         | 40,055.41         |
| Ventas de aceites y lubricantes                     | 8,000.00        | 96,000.00         | 101,760.00        | 108,883.20        | 117,593.86        | 128,177.30        |
| Total IGV:  | <b>2,326.27</b> | <b>27,915.25</b>  | <b>29,590.17</b>  | <b>31,661.48</b>  | <b>34,194.40</b>  | <b>37,271.90</b>  |
| <b>Ingreso Total por la Prestación del Servicio</b> |                 | <b>183,000.00</b> | <b>193,980.00</b> | <b>207,558.60</b> | <b>224,163.29</b> | <b>244,337.98</b> |

El crecimiento establecido está definido como respuesta a las estrategias de penetración de mercado y evoluciona anualmente como se muestra en la tabla.

**Presupuesto de gastos administrativos**

Los gastos administrativos están determinados por los servicios requeridos para dar soporte administrativo y al desarrollo de la operación. Por lo tanto, se establecen los gastos administrativos como se muestran a continuación en la tabla:

**Tabla 8***Presupuesto de gastos administrativos*

|                                 |                           | <b>Periodo 01</b> | <b>Periodo 02</b> | <b>Periodo 03</b> | <b>Periodo 04</b> | <b>Periodo 05</b> |
|---------------------------------|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Personal</b>                 |                           | <b>91,440.43</b>  | <b>95,487.02</b>  | <b>97,717.43</b>  | <b>99,592.75</b>  | <b>100,777.43</b> |
|                                 | Administrador             | 39,188.75         | 40,203.39         | 41,440.75         | 42,188.75         | 42,500.75         |
|                                 | Técnico 01                | 26,125.84         | 27,787.64         | 28,125.84         | 28,835.50         | 29,125.84         |
|                                 | Técnico 02                | 26,125.84         | 27,495.99         | 28,150.84         | 28,568.50         | 29,150.84         |
| <b>Aportes y Contribuciones</b> |                           | <b>18,576.43</b>  | <b>19,761.43</b>  | <b>21,226.43</b>  | <b>22,194.43</b>  | <b>24,019.43</b>  |
|                                 | Vacaciones                | 3,502.80          | 3,700.80          | 3,900.80          | 4,120.80          | 4,502.80          |
|                                 | Essalud                   | 3,937.63          | 4,120.63          | 4,560.63          | 4,937.63          | 5,246.63          |
|                                 | AFP                       | 8,016.00          | 8,530.00          | 8,890.00          | 9,016.00          | 9,490.00          |
|                                 | ONP                       | 3,120.00          | 3,410.00          | 3,875.00          | 4,120.00          | 4,780.00          |
| <b>Local</b>                    |                           | <b>4,800.00</b>   | <b>5,000.00</b>   | <b>5,200.00</b>   | <b>5,400.00</b>   | <b>5,800.00</b>   |
|                                 | Alquiler de Oficina       | 4,800.00          | 5,000.00          | 5,200.00          | 5,400.00          | 5,800.00          |
| <b>Útiles y Otros</b>           |                           | <b>8,400.00</b>   | <b>8,540.00</b>   | <b>8,660.00</b>   | <b>8,780.00</b>   | <b>8,900.00</b>   |
|                                 | Electricidad              | 1,800.00          | 1,800.00          | 1,800.00          | 1,800.00          | 1,800.00          |
|                                 | Agua                      | 1,200.00          | 1,200.00          | 1,200.00          | 1,200.00          | 1,200.00          |
|                                 | Telefonía fija e internet | 960.00            | 960.00            | 960.00            | 960.00            | 960.00            |
|                                 | Papel membretado          | 3,600.00          | 3,600.00          | 3,600.00          | 3,600.00          | 3,600.00          |
|                                 | Útiles de oficina         | 600.00            | 700.00            | 800.00            | 900.00            | 1000.00           |
|                                 | Útiles de limpieza        | 240.00            | 280.00            | 300.00            | 320.00            | 340.00            |
| <b>Total Costo Fijo</b>         |                           | <b>123,216.86</b> | <b>128,788.45</b> | <b>132,803.86</b> | <b>135,967.18</b> | <b>139,496.86</b> |
| <b>Costo Fijo Mensual</b>       |                           | <b>10,268</b>     | <b>10,732</b>     | <b>11,066</b>     | <b>11,330</b>     | <b>11,624</b>     |
| <b>Costo Fijo Unitario</b>      |                           | <b>5,134</b>      | <b>3,423</b>      | <b>2,567</b>      | <b>2,054</b>      | <b>1,711</b>      |

Se considera como personal administrativo al administrador y a los técnicos. Además, Se considera que los gastos de luz, agua, telefonía, internet, mantenimiento y útiles de oficina, son calculados en base a un estimado. Por último, se considera que el valor aumenta ligeramente a largo plazo.

## Presupuesto de gastos de ventas

Los gastos de ventas están determinados por los servicios requeridos para impulsar la nueva unidad de negocio, de modo tal de lograr su posicionamiento en el mercado y así asegurar los presupuestos de ocupabilidad determinados. Por lo tanto, se fijan los gastos de ventas como se muestran a continuación en la tabla:

**Tabla 9**

*Presupuesto de gastos de ventas*

| Concepto                         | Subtotal        | IGV           | Total Mensual   | Subtotal        | IGV             | Total Anual     |
|----------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Gastos de Publicidad</b>      | <b>338.98</b>   | <b>61.02</b>  | <b>400.00</b>   | <b>1,355.93</b> | <b>244.07</b>   | <b>1,600.00</b> |
| Trípticos Full Color ( 1 millar) | 237.29          | 42.71         | 280.00          | 949.15          | 170.85          | 1,120.00        |
| Tarjetas Personales ( Mate)      | 101.69          | 18.31         | 120.00          | 406.78          | 73.22           | 480.00          |
| <b>Marketing</b>                 | <b>1,331.36</b> | <b>239.64</b> | <b>1,571.00</b> | <b>5,325.42</b> | <b>958.58</b>   | <b>6,284.00</b> |
| TV                               | 423.73          | 76.27         | 500.00          | 1,694.92        | 305.08          | 2,000.00        |
| Radio                            | 907.63          | 163.37        | 1,071.00        | 3,630.51        | 653.49          | 4,284.00        |
| <b>Total Gasto de Ventas</b>     | <b>1,670.34</b> | <b>300.66</b> | <b>1,971.00</b> | <b>6,681.36</b> | <b>1,202.64</b> | <b>7,884.00</b> |

Se considera un presupuesto inicial aproximado de S/ 2,000 al mes para publicidad en volantes, tarjetas, anuncios en la TV y radio, el cual puede incrementar conforme a la inflación a largo plazo.

## Presupuesto de gastos pre-operativos

Los gastos pre-operativos están determinados por los trámites requeridos para dar inicio a las operaciones de una empresa mediante el registro legalmente como una entidad jurídica, por lo tanto, se indica todos los gastos de los trámites legales para la constitución de la empresa así como se muestran a continuación en la tabla:

**Tabla 10**

*Presupuesto de gastos pre-operativos*

| <b>Concepto</b>                                  | <b>Periodo 0</b> |
|--|------------------|
| <b><u>Constitución de la Empresa</u></b>         | -                |
| Notaría  | 250.00           |
| Licencia de Funcionamiento Municipalidad         | 274.90           |
| Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones | 198.30           |
| Registros Públicos                               | 120.00           |
| Trámites documentarios                           | 1,000.00         |
| <b>Total Gasto de Ventas</b>                     | <b>1,843.20</b>  |

Los trámites requeridos para registrar legalmente la empresa son la notaría personal, licencia de funcionamiento municipalidad, inspección técnica de seguridad de edificaciones, registros públicos y trámites documentarios.

## Depreciación

La depreciación es la reducción periódica del valor de un bien, a partir del desgaste por uso o el paso del tiempo. Para el proyecto, la depreciación ha sido

calculada usando el método de línea recta y es fundamental su cálculo porque no representa salidas de efectivo, como se mostrará a continuación en la siguiente tabla.

**Tabla 11**

*Depreciación*

|                                | Depreciación % | Años de Depreciación |                 |                 |                 |                 | Valor Residual |
|--------------------------------|----------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
|                                |                | Año 1                | Año 2           | Año 3           | Año 4           | Año 5           |                |
| <b>Equipos</b>                 |                | <b>571.48</b>        | <b>571.48</b>   | <b>571.48</b>   | <b>571.48</b>   | <b>571.48</b>   |                |
| Laptop                         | 25%            | 349.36               | 349.36          | 349.36          | 349.36          | 349.36          | -97.82         |
| Impresora                      | 25%            | 127.12               | 127.12          | 127.12          | 127.12          | 127.12          | 13.41          |
| Equipo de sonido               | 10%            | 95.00                | 95.00           | 95.00           | 95.00           | 95.00           | 125.00         |
|                                |                |                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Máquinas y Herramientas</b> |                | <b>840.78</b>        | <b>840.78</b>   | <b>840.78</b>   | <b>840.78</b>   | <b>840.78</b>   |                |
| Pulidora Eléctrica             | 20%            | 77.80                | 77.80           | 77.80           | 77.80           | 77.80           | 0.00           |
| Compresor de aire              | 20%            | 54.98                | 54.98           | 54.98           | 54.98           | 54.98           | 0.00           |
| Hidrolimpiador a presión       | 20%            | 92.00                | 92.00           | 92.00           | 92.00           | 92.00           | 0.00           |
| Gata hidráulica                | 20%            | 216.00               | 216.00          | 216.00          | 216.00          | 216.00          | 0.00           |
| Equipo desmontar               | 20%            | 400.00               | 400.00          | 400.00          | 400.00          | 400.00          | 0.00           |
|                                |                |                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Muebles</b>                 |                | <b>73.73</b>         | <b>73.73</b>    | <b>73.73</b>    | <b>73.73</b>    | <b>73.73</b>    |                |
| Escritorio de melanina mediano | 10%            | 29.66                | 29.66           | 29.66           | 29.66           | 29.66           | 148.31         |
| Silla giratoria                | 10%            | 7.63                 | 7.63            | 7.63            | 7.63            | 7.63            | 38.14          |
| Mueble para sala de espera     | 10%            | 25.42                | 25.42           | 25.42           | 25.42           | 25.42           | 127.12         |
| Estante mediano de madera      | 10%            | 11.02                | 11.02           | 11.02           | 11.02           | 11.02           | 55.08          |
|                                |                |                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Total</b>                   |                | <b>1,485.99</b>      | <b>1,485.99</b> | <b>1,485.99</b> | <b>1,485.99</b> | <b>1,485.99</b> | <b>409.23</b>  |

## **Cálculo de Beneficio/Costo (B/C)**

Se determina en la siguiente fórmula:

$$\text{Beneficio / costo} = \frac{\text{Flujo Total de los ingresos}}{\text{Flujo Total de los egresos}}$$

Si  $B/C > 1$ : es rentable

Si  $B/C = 0$ : debe ser reevaluado

Si  $B/C < 1$ : es rechazado

Se considera que el proyecto de mejora es rentable ya que el coeficiente obtenido es mayor que 1.

## **Valor actual Neto (VAN)**

El VAN es una herramienta que nos sirve para determinar el valor presente originado por una inversión

Si  $VAN > 0$ : es rentable

Si  $VAN = 0$ : es postergado

Si  $VAN < 0$ : no es rentable

## **Tasa interna de Retorno (TIR)**

Es un procedimiento que evalúa y valora las inversiones realizadas para medir la rentabilidad generada por una inversión.

Si  $TIR > \text{tasa de descuento (r)}$ : es aceptable

Si  $TIR = r$ : es postergado

Si  $TIR < \text{tasa de descuento (r)}$ : no es aceptable



**Tabla 12***Flujo de caja*

|                                       | AÑOS          |               |               |               |               |               |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                       | PERIODO 0     | PERIODO 01    | PERIODO 2     | PERIODO 3     | PERIODO 4     | PERIODO 5     |
| Saldo inicial                         | S/ 130,995.51 |               |               |               |               |               |
| Ingresos                              |               |               |               |               |               |               |
| Servicio de estética vehicular        |               | S/ 48,305.08  | S/ 51,203.39  | S/ 54,787.63  | S/ 59,170.64  | S/ 64,495.99  |
| Venta, reparación y cambio de llantas |               | S/ 25,423.73  | S/ 26,949.15  | S/ 28,835.59  | S/ 31,142.44  | S/ 33,945.26  |
| Ventas de aceites y lubricantes       |               | S/ 81,355.93  | S/ 86,237.29  | S/ 92,273.90  | S/ 99,655.81  | S/ 108,624.83 |
| Total Ingresos                        |               | S/ 155,084.74 | S/ 164,389.83 | S/ 175,897.12 | S/ 189,968.89 | S/ 207,066.08 |
| Egresos                               |               |               |               |               |               |               |
| Personal                              |               | S/ 91,440.43  | S/ 95,487.02  | S/ 97,717.43  | S/ 99,592.75  | S/ 100,777.43 |
| Aportes y Contribuciones              |               | S/ 18,576.43  | S/ 19,761.43  | S/ 21,226.43  | S/ 22,194.43  | S/ 24,019.43  |
| Local                                 |               | S/ 4,800.00   | S/ 5,000.00   | S/ 5,200.00   | S/ 5,400.00   | S/ 5,800.00   |
| Útiles y Otros                        |               | S/ 8,400.00   | S/ 8,540.00   | S/ 8,660.00   | S/ 8,780.00   | S/ 8,900.00   |
| Total Egresos                         |               | S/ 123,216.86 | S/ 128,788.45 | S/ 132,803.86 | S/ 135,967.18 | S/ 139,496.86 |
| Impuesto a la renta                   |               | S/ 9,401.02   | S/ 10,502.40  | S/ 12,712.51  | S/ 15,930.50  | S/ 19,932.91  |
| Flujo de caja económico               |               | S/ 22,466.86  | S/ 25,098.98  | S/ 30,380.75  | S/ 38,071.21  | S/ 47,636.31  |
| Flujo Acumulado                       |               | S/ 22,466.86  | S/ 47,565.86  | S/ 77,946.61  | S/ 116,017.82 | S/ 163,654.13 |
| Tasa de descuento                     |               | 10            |               |               |               |               |
| <b>VAN</b>                            |               | S/-11,421.10  | Se acepta     |               |               |               |
| <b>TIR</b>                            |               | 6.94%         | Se acepta     |               |               |               |
| <b>B/C</b>                            |               | 1.24          | Se acepta     |               |               |               |

La Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Neto Actual (VAN) se determinan en función a una tasa de descuento igual a 10%, se consideró este porcentaje en base al rendimiento de la Bolsa de Valores de Perú de los últimos 5 años. En tal sentido, la tasa de rentabilidad seleccionada es la proyección más aproximada para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Neto Actual (VAN).

Por otro lado, el Beneficio/Costo (B/C) se calculó mediante el flujo de caja donde se estimaron los ingresos de los primeros 5 años y el total de los egresos, donde se obtuvo como resultados VAN S/ -11,421.10 entonces se considera la propuesta  $> 0$ , no es rentable, sin embargo, el TIR fue de 6.94% y finalmente el B/C 1.24.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Implementación del Proyecto**

De acuerdo al resultado del estudio de mercado realizado, se llega a la conclusión que el proyecto se puede realizar, independientemente de la parte económica, existen 3 factores muy importantes que impulsa a concretar la idea de negocio, y ellos son:

- Satisfacer la demanda de un mercado que le urge un servicio con un establecimiento y personal capacitado.
- La vocación de servicio.
- La innovación que se quiere establecer en el mercado, es ése sector.

La idea de negocio tiene las cualidades para ser materializado, tanto como idea de negocio en si, como en el personal con el que cuenta, se puede apreciar que están cubriendo todas las necesidades y requerimientos que un negocio de ese sector así lo solicita.

Ese sector, particularmente en la provincia de Sechura, está muy desatendido, ya que los establecimientos con los que cuenta, no están debidamente implementados, y abastecidos los consumibles necesarios para atender un público muy exigente y de cuidado, como lo es el sector automotriz.

La inclinación a decidirse, por ejecutar la idea de negocio es la de presentar y ofrecer un negocio que satisfaga ese mercado. Un mercado con mucho potencial para ser explotado, y que hoy en día está desamparado.

Los propietarios de vehículos encuestados les agradan la idea que la provincia de Sechura cuente con establecimientos de ese tipo para dar solución

a múltiples problemas de mantenimiento que a los propietarios les acarrea tremendos dolores de cabeza.

Es por ello que se lograron los siguientes alcances referidos a los resultados obtenidos:

Cuando se calculó la Tasa Interna de Retorno (TIR) que asciende a 6.94%, siendo este el porcentaje de beneficio para poner en marcha la idea de negocio FACTORIA NOA MOTORS EIRL.

Sin embargo, ampliando el análisis, en lo que es el Valor Actual Neto (VAN) desciende a S/ -11,421.10, indicando que no es rentable y viable.

## **5.2 Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Para realizar una empresa de servicio automotriz en la provincia de Sechura primero se debe crear un plan de negocio estructurado en el cual se determine: la descripción del negocio, la misión, la ubicación de la compañía, los recursos claves, actividades claves, propuesta de valor, relación de clientes, segmento de clientes, socios claves, estructuras de costos, ingresos, proyección de flujo de efectivo, valor actual neto (VAN) y tasa de retorno de inversión (TIR). También, se realiza un estudio de mercado, en el cual se llegó a la conclusión de que los aspectos más valorados por partes de los clientes al momento de requerir de servicios automotriz, son: múltiples servicios disponibles, trabajos terminados en el tiempo estimado sin retrasos y contar con los productos solicitados por los clientes. Sin embargo, existe un nivel de insatisfacción considerable en el mercado ante estos aspectos mencionados en la provincia de

Sechura, por ello, el plan de negocio planteado se basa en la idea de ofrecer un negocio que pueda contribuir en satisfacer los aspectos que se demandan en el mercado de la provincia de Sechura.

Por otra parte, en el estudio técnico se determinó que las actividades que realizara la empresa en la provincia de Sechura serán de servicios de estética vehicular, servicios de lubricación y engrase, servicios de reparación y cambio de llantas. Pero, para desarrollar estas actividades en la empresa de servicio automotriz en la provincia de Sechura, se necesita primero de recursos materiales tales como máquinas y herramientas que serán: Pulidora eléctrica, compresor de aire, pistola sopladora, aspiradora, hidrolimpiador a presión, pulverizador a presión, llave para filtro, embudo para aceite, juego de destornilladores y llaves fijas, llave en "L" y cruceta, gata hidráulica, inflador para neumáticos, medidor de aire para llanta y accesorios de limpieza.

Posteriormente, se realizó el estudio organizacional en el que se concluyó que para desarrollar una empresa de servicio automotriz en la provincia de Sechura, se debe determinar su diseño organizacional conformado por un área administrativa, técnica, personal, entre otros.

Por último, se realizó un estudio económico-financiero para la ejecución de la empresa de servicio automotriz en la provincia de Sechura, en la que se concluyó que el negocio no es rentable, teniendo como inversión total un monto de S/. 130,995.51 o cual indica como resultado un VAN económico y financiero menor a cero, siendo de S/ -11,421.10; por otro lado el indicador de TIR

económico y financiero fue de 6.94%. Finalmente, se determinó como beneficio/costo un índice de B/C 1.24.

### **Recomendaciones**

Se recomienda a la empresa, la implementación de la propuesta de plan de negocio ejecutada en este estudio, para iniciar de manera inmediata en el proyecto de la creación de un centro de servicio automotriz, ya que este tiene planteada una estructura adecuada para comenzar a desarrollar la empresa.

Se recomienda que para conseguir clientes potenciales, se realice un plan de marketing y publicidad, 3 meses antes de inaugurar la empresa, formando expectativas y de esta manera obtener las ventas proyectadas en el plan de negocio para la creación de una empresa de servicio automotriz en la provincia de Sechura.

Se recomienda que para los gastos administrativos se debe considerar alternativas más económicas o ahorros de gastos para obtener más oportunidad de rentabilidad del plan de negocio.

Se recomienda que para la inversión se considere solo equipos y materiales necesarios básicos para comenzar con el plan de negocio, para así aumentar la tasa de retorno de inversión (TIR).

Considerar ampliar la variedad de servicios ofrecidos, y proveer el mejor servicio al cliente que lo distinga de la competencia para generar mayores ingresos, permitiendo así la rentabilidad del plan de negocio.

Comprobar las marcas del equipo y materiales requeridos para la creación de la empresa, que tengan certificados internacionales de calidad, certificados de garantía, certificando que la misma tenga la vida útil que se necesita, según lo proyectado en el plan de negocio.

Se recomienda elaborar y analizar mensualmente los estados financieros comprobando de esta forma que lo programado en el área económica financiera del plan de negocio para la creación de una empresa de servicio automotriz en la provincia de Sechura, se ajuste a lo proyectado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alzamora. A (2020) Plan de negocio para el desarrollo de servicio logístico automotriz en Maquinarias S.A. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
- Apaza Meza, M. (2003). Balance Scorecard Gerencia estratégica y del valor. Lima: E. Pacifico, ed.
- Arbaiza Fermini, L. (2015). Como elaborar un plan de negocio. Perú: Universidad Esan.
- Avilez. V y Valle. M (2016) Plan de negocio para el taller automotriz Tiki Cars. Universidad de Lima, Perú.
- Beatriz, G y Solórzano. L (2018): "Plan de negocio para la creación de un centro de reparación automotriz en el sur oeste de la ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (septiembre 2018). <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/centro-reparacion-automotriz.html>
- Carrasco. S (2020) Plan de negocio para la implementación de una estación de servicios en la provincia de Jaén. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Chiavenato, I. (2002). Administración en los nuevos tiempos (Décima ed.). Bogotá: McGraw- Hill Ed.
- Cristancho. G, et al (2021) Aspectos clave del plan de negocio para emprender en el contexto colombiano. Universidad ECCI, Bogotá, Colombia. Revista Suma de negocios. ISSN 2215-910X.



Concha, P. (2001). Planes de negocio: una metodología alternativa. Lima: A G Educativa.

Correa. J, et al (2010). La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, XVIII (1) ,179-194. ISSN: 0121-6805.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90920479010>

Ferreira. F y Muniz. C (2018) Circular Business Plan: entrepreneurship teaching instrument and development of the entrepreneurial profile. Centro Universitario Senac, Brasil. Gest. Prod., São Carlos, v. 25, n. 4, p. 854-865  
<https://doi.org/10.1590/0104-530X2326-18>

Fleitman, J. (2000). Negocios exitosos: Cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. México: McGraw-Hill Interamericana.

García. S (2019) Diseño de un plan de negocio para una empresa en el sector de mantenimiento y reparación de vehículos automotores en Cali. Universidad Santiago de Cali, Colombia.

Gotama. F (2014) Business development plan: workshop on Ud. Rela motor in mojokerto. Universitas of Ciputra, Surabaya. The Third International Conference on Entrepreneurship.

Ivanisevic. K y Buchmeister. L (2016) Business plan feedback for cost effective business processes. University of Novi Sad, Faculty of technical sciences, Novi Sad, Serbia. Advances in Production Engineering & Management. Volume 11, Number 3. ISSN 1854-6250

- Jaramillo. K (2019) Plan de negocio para la creación de un taller Automotriz multimarca en la ciudad de Quito. Universidad Católica del Ecuador.
- Jiménez. W, Pazmay. P y Mancheno. M (2017) Impacto de la cultura organizacional al implementar un modelo de gestión basado en la metodología del plan de negocio como factor clave para la innovación de las Pymes. Universidad Técnica de Ambato. Revista Publicando, 4 No 12. Pp 315-333. ISSN 1390-93.
- Jukova, E, et al (2019). Planning a New Business: Typical Mistakes of a Business Plan in the Service Sector. Journal of Environmental Management and Tourism, (Volume X, Spring), Pp 441 - 447.
- DOI:10.14505/jemt.v10.2(34).22.
- Longenecker, J., Moore, C., & Petty, W. (2001). Administración de pequeñas empresas (Vol. Octavo ed). Madrid: Thomson E.
- Kother, P., & Armstrong, G. (2001). Marketing. México: P Hall P.
- Kuchina S. y Kitchenko O. (2016) The Analysis of Common Mistakes in Preparing a Business Plan. National Technical University. Экономика.
- Martínez. A (2018) Plan de negocio para la creación de un taller mecánico con atención nocturna en la ciudad de Arequipa – 2018. Universidad Nacional de San Agustín.
- Núñez. M y Rodríguez. Y (2018) Propuesta de un plan de negocio para un centro de servicio automotriz con atención al cliente personalizada. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Bogotá, Colombia.

Pérez, J., & Carballo, V. (1996). Estrategias y Políticas Financieras. Madrid: G Dehon.

Puente. M y Carrasco. V (2017) "Plan de negocio una guía empresarial para pequeños negocios", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador.

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/plan-negocios-ecuador.html>

Salinas. S (2019) Diseño de un plan de negocio para el taller electromecánico del recinto Cerecita. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Santamaría. L (2019) Plan de negocio de un taller de motoservicios para la atención de la demanda en Lambayeque, 2018. Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo, Perú.

Salman, W. (1997). Como escribir un buen plan de negocio. Harvard Business Review, 20.

Sapag, N. y Sapag, R. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos., México. Mc Graw Hill. Quinta Edición.

Valdiviezo. G (2018) Plan de negocio para impulsar la gestión en la empresa carrocerías metálicas Mayorga, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Varela, R. (2008). Innovación Empresarial. Bogotá, Colombia. Pearson Educación de Colombia Ltda.

Tracy, B. (2015). Mercadotecnia. Estados Unidos: G Lelli.

Weinberger Villaran, K. (2009). Plan de negocio "Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio". Perú: Nathan Associates Inc.

Zorita, E y Huarte, S. (2016). El Plan de negocio. Herramienta para analizar la viabilidad de una iniciativa emprendedora. Segunda. Madrid: ESIC Editorial, 2016. ISBN: 978-84-7356-939-2.

## Anexo 1 Entrevista

### Instrumento aplicado para la recolección de datos

|    |  |
|----|--|
| 1  | ¿Qué aspectos destacaría más para valorar el taller que usted desea?   |
| 2  | ¿Cuándo acude usted al taller?   |
| 3  | ¿Le han pedido dinero por en alguna reparación de sustitución de recambios o mantenimiento?  |
| 4  | ¿Le avisa el taller, cuando al reparar lo acordado surgen otras averías no presupuestadas?   |
| 5  | ¿La factura del taller está lo suficientemente detallada por operaciones realizadas, piezas cambiadas, mano de obra y precios correspondientes?  |
| 6  | ¿Acepta el consejo del profesional y autoriza usted el cambio o reparación de partes con la misma garantía que nuevas a menor costo?   |
| 7  | ¿Recoge usted las piezas usadas de su automóvil que le han cambiado en la reparación?  |
| 8  | ¿Sabe que es usted el responsable de los recambios, fluidos y residuos que produce su automóvil, durante la vida del mismo?  |
| 9  | ¿Ofrece su taller, su reparación en general y la de todas las especialidades del automóvil con subcontratación de especialistas, haciéndose cargo de la garantía de la reparación efectuada? |
| 10 | ¿Cuál es el grado de satisfacción del servicio recibido en los talleres de reparación?   |
| 11 | ¿Qué aspectos destacaría más para valorar el taller que usted desea?   |

**Fuente:** Realización propia