



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO “MY GARAGE”:

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

MILENE JOAN TACO HERRERA

Tutoría por: MTR. NÉSTOR LEONARDO VÁSQUEZ

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Gestión y Negocios Internacionales

Guayaquil, Ecuador

Diciembre, 2022

Cláusula de Autorización

Yo, **Taco Herrera Milene Joan** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio My Garage: Gerencia de Estudio de Mercado**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**My Garage**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Andrés David Escudero Villacís, Andrea Carolina Jara Pérez, Diana Ariel Herrera Barragán, María Beatriz Dueñas Maldonado y Santiago Andrés Landívar Acosta.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Taco Herrera Milene Joan

0953741691

Declaro que

Yo, Taco Herrera Milene Joan en calidad de autor y titular del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio My Garage: Gerencia de Estudio de Mercado**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in black ink, reading "Milene Taco". The signature is written in a cursive style with a large loop at the end of the last name.

Taco Herrera Milene Joan

0953741691

Resumen Ejecutivo

La industria automotriz ecuatoriana es relevante para la economía del país debido a su rápido crecimiento y presencia, esta consta de 2 sectores principales siendo éstos: Sector de actividad G (Comercio al por Mayor y Menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas) y Sector de actividad C (Industrias Manufactureras) (Ekos Negocios, 2021). En relación al sector de actividad G, se puede considerar que este se caracteriza por tener un número limitado de establecimientos formales, lo que provoca un alto grado de desconfianza por parte de aquellos clientes que necesitan de estos servicios en particular.

Debido a esto se ha planteado un plan de negocio que tiene el objetivo de solucionar esta problemática que existe en la industria y a su vez brindar un mejor servicio a los clientes de la mano de los avances tecnológicos actuales. Las necesidades que motivaron a su creación fueron: la variación de precios, falta de alternativas de acuerdo a las diferentes necesidades y presupuestos de los clientes, pérdida de tiempo en la búsqueda de opciones para adquirir un servicio, desconocimiento de protecciones y limitaciones de vehículos por parte de los propietarios y la falta de confianza en la calidad de los servicios otorgados.

A partir de esta información se decidió buscar una solución que facilite y asegure la obtención de un precio justo y variedad de opciones sin tener que depender de un solo taller de reparaciones de automóviles o proveedor. He aquí donde se visualiza una oportunidad de negocio para “My Garage”, una aplicación móvil que pretende reunir distintos talleres mecánicos y vendedores de repuestos de la ciudad de Guayaquil y Samborondón en un solo lugar, brindando así servicios automotrices y compra de autopartes de manera cómoda y de acuerdo a las preferencias y presupuesto de los clientes junto con una facilidad de interacción entre los usuarios y proveedor/taller.

Este proyecto de investigación sobre la implementación de una aplicación móvil al mercado de venta de repuestos y servicios automotrices, está destinado para hombres y mujeres de 30 a 54 años, que vivan en la ciudad de Guayaquil y Samborondón, que a su vez posean un estatus socioeconómico medio-medio alto y que hagan uso de su vehículo para actividades diarias. En relación a los competidores se tiene a talleres

multimarcas o concesionarios, talleres mecánicos independientes y mecánicos independientes.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de María Dueñas, Andrés Escudero, Diana Herrera, Andrea Jara, Santiago Landívar, Milene Taco y explica el plan de negocios del proyecto denominado “My Garage”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

Palabras clave: *Servicio Mecánico, Repuestos, Vehículos, Aplicación Móvil, My Garage.*

Key Words: *Mechanic Service, Spare Parts, Vehicles, Apps, My garage.*

Consideraciones Éticas

En honor a la protección de los derechos humanos y respeto por las normas éticas del campo científico/investigativo, se toma en consideración una serie de principios extraídos de diversas fuentes que defienden los derechos y libertades humanas. Dicho esto, el presente apartado destaca que el trabajo que se leerá a continuación fue elaborado considerando lo siguiente:

1. Según las Naciones Unidas (1948) en su Declaración Universal de Derechos Humanos:
 - 1.1. Art. 1: Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos.
El presente artículo vincula que durante el proceso investigativo se respetaron las condiciones de todos los participantes aceptando su participación voluntaria y con libertad de declinar a participar en cualquier proceso que consideren oportuno.
 - 1.2. Art. 2: Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en la declaración sin distinción de ningún tipo.
Se señala que durante el proceso investigativo se respetó los derechos de cada individuo sin distinción de ningún tipo ni discriminación.
 - 1.3. Art. 3: Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.
Se señala que durante el proceso investigativo se priorizo la vida, libertad, dignidad y seguridad de los participantes en todo momento.
 - 1.4. Art. 17: Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente y nadie será privado arbitrariamente de su propiedad.
En concordancia con la propiedad individual, se considera parte la propiedad intelectual respetando así la misma otorgada por los participantes y la recolectada por diversas áreas investigativas dando el crédito oportuno a sus respectivos autores.
2. Según la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador (2006):
 - 2.1. Art. 1: Se interpreta como propiedad intelectual: (1) Los derechos de autor y derechos conexos: (2) la Propiedad Industrial que abarca las invenciones, los dibujos y modelos industriales, los esquemas de trazado de circuitos integrados, la información no divulgada y los secretos comerciales e industriales, las

marcas de fábrica, las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas, y cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial; y (3) las obtenciones vegetales.

2.2. Art. 2: Los derechos conferidos por esta ley se aplican por igualdad a nacionales y extranjeros.

2.3. Art. 4: Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Índice De Contenido

Cláusula de Autorización	2
Resumen Ejecutivo	4
Consideraciones Éticas	6
Índice De Contenido	8
Antecedentes y Justificación	12
Descripción del problema	12
Desarrollo del MVP	13
Análisis de KPI's y Retroalimentación Testeo Clientes	14
Resultados del MVP	15
Objetivo General y Específicos del Proyecto	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Breve Descripción del Modelo de Negocio Completo	17
Descripción del Modelo de Negocio. Gerencia: Estudio de Mercado	19
Investigación de mercado	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
Población	20
Muestra	21
Diseño de la Investigación	21
Desarrollo de Técnicas de Investigación.	22
Resultados de la investigación.	23
Investigación Cualitativa.	23
Investigación Cuantitativa.	26
Análisis	27
Mercado Objetivo y potencial	27
Mapa de la competencia	28
Análisis competitivo de la industria. (5 Fuerzas de Porter).	28
Amenaza de competidores existentes.	28
Amenaza de nuevos competidores.	29
Amenaza de productos sustitutos.	30
Poder de negociación del proveedor.	30
Poder de negociación del cliente.	31
Análisis de las 5 C's	32
Contexto: PESTEL	32

	9
Político.	32
Económico.	32
Social.	32
Tecnológico.	33
Ecológico.	34
Legal.	34
Compañía	34
Clientes	35
Competencia	36
Colaboradores	37
Conclusiones y Recomendaciones	38
Conclusiones	38
Recomendaciones	40
Reflexión	40
Referencias Bibliográficas	41
Anexos	43
Apéndice A: Grupo Focal Mujeres	50
Apéndice B: Grupo Focal Hombres	58
Apéndice C: Entrevista a Expertos	74

Antecedentes y Justificación

La idea de este modelo de negocio surgió en un período post-pandémico. De acuerdo al diario el Universo (2020), antes de la pandemia los talleres mecánicos recibían aproximadamente entre 6 a 12 vehículos por día pero, a principios del 2020, esto cambió puesto que el gobierno decretó la restricción de movilidad. De manera que, se generó un gran decrecimiento de la demanda al no ser de primera necesidad. Por otro lado, en ese periodo también existió un crecimiento exponencial del 400% del ecommerce en Ecuador (Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana, 2022). Por lo cual, el uso de plataformas digitales fue una de las principales herramientas que nos permitió dar un nuevo enfoque a una industria como la de mecánica automotriz.

Así mismo, consideramos el crecimiento anual del mercado automotor de los 3 últimos años que corresponde al 25% de vehículos matriculados de la ciudad de Guayaquil que para el 2022 asciende a 680.000 autos (AEADE, 2022). De los cuales, en base a nuestra investigación cuantitativa representa una demanda potencial de 231.200 propietarios dispuestos a utilizar una plataforma virtual, donde un 56% requieren servicios mecánicos y un 43% repuestos.

Descripción del problema

Pérdida de tiempo en la búsqueda de opciones de productos o servicios para la reparación y mantenimiento de vehículos. Esto debido a la falta de alternativas de acuerdo a las diferentes necesidades y presupuestos de los consumidores en las ciudades de Guayaquil y Samborondón. Considerando factores clave para la decisión de compra: el costo y la confianza. Según los datos obtenidos en nuestra investigación cualitativa, los usuarios prefieren acudir a un mecánico recomendado por conocidos debido a que, suelen surgir fallas adicionales al problema inicial. Además de que existe gran cantidad

de sobrepagos tanto en los talleres mecánicos como en los concesionarios. A partir de esta sensación generalizada decidimos buscar una solución que facilite y asegure la obtención de un precio justo y variedad de opciones sin tener que depender de un solo mecánico.

Desarrollo del MVP

El desarrollo de Producto Mínimo Viable consistió en una preparación de tres fases: (1) Planeación del Producto, (2) Testeo y (3) Análisis de resultado. La intención del MVP fue probar que existe un interés en el mercado de encontrar alternativas para satisfacer la necesidad de obtener servicios mecánicos de una manera sencilla e inmediata. La primera fase consistió en la elaboración del plan de marketing digital para atraer posibles clientes y crear *engagement* con nuestra comunidad. Nos posicionamos en Instagram y Facebook principalmente ya que, son las redes sociales más utilizadas de nuestro grupo objetivo. Por medio de estas, se promovieron los beneficios de “My Garage”, consejos de mecánica preventiva al igual que una landing page conectada con nuestra plataforma de Whatsapp para la obtención del servicio, por medio de agendamiento de citas.

Las primeras tres semanas de testeo se emplearon para esta primera fase. El nivel de aceptación del contenido gráfico que fue compartido al público y medido de acuerdo a los siguientes indicadores: (1) alcance, (2) tasa de aceptación, (3) interacciones, (4) impresiones y (5) toques. En la última semana se cargaron al perfil 5 publicaciones, 3 historias y un reel en Instagram y Facebook logrando los siguientes resultados:

- Alcance de 210 usuarios
- 63 seguidores.

- 175 visitas al perfil
- 153 interacciones.
- 678 impresiones.
- 11 toques al Whatsapp

A partir de la segunda etapa se habilitó el servicio a través de Whatsapp con interfaz de mensajes automáticos para agilizar la respuesta a nuestros usuarios y asistencia personalizada de asesores para el agendamiento de citas con nuestro taller asociado “Bosch Car Service: Auto Perez”. Etapa en la que logramos obtener tres clientes que hicieron uso de nuestro servicio.

Análisis de KPI's y Retroalimentación Testeo Clientes

Las interacciones obtenidas muestran un promedio de 70 interacciones por publicación. Entre estas, cada publicación tuvo en promedio 46 likes, 2 comentarios y 10 compartidos; además, 175 usuarios accedieron a nuestro perfil a través de una publicación en busca de más información. Considerando el alcance y las impresiones, se interpreta que cada usuario accedió al mismo contenido por publicación por tres ocasiones, lo que evidencia el interés por el mismo.

Considerando el alcance y seguidores de este periodo, obtuvimos una tasa de aceptación del 30% por parte de la comunidad. Esto evidencia el interés existente en el mercado de encontrar alternativas para satisfacer la necesidad de servicios mecánicos de una manera sencilla e inmediata. Finalmente, los toques a Whatsapp muestran la intención de compra, considerando que 11 usuarios accedieron al enlace para agendamiento de citas y donde se obtuvo 3 confirmadas, eso nos muestra un 27% de tasa de conversión.

La retroalimentación fue obtenida de las entrevistas a los usuarios que utilizaron el servicio de MyGarage. Donde más se destacó la facilidad para el agendamiento de citas, la interfaz amigable y la transparencia en costos; mientras sus principales preocupaciones fueron, la falta de conocimiento en temas mecánicos, las garantías en un servicio otorgado por terceros y el acceso al historial de los servicios realizados al vehículo.

Resultados del MVP

En respuesta a los datos obtenidos se decidió implementar tres herramientas que brindarán soluciones a las principales preocupaciones de nuestros usuarios:

3. Para mejorar la calidad del servicio brindado por los talleres mecánicos incorporamos capacitaciones de *Atención al Usuario* donde se promueve la comunicación de información básica mecánica para el entendimiento del consumidor.
4. Para transmitir mayor confianza decidimos incorporar dos soluciones: (1) Crear la sección "*Conoce más de este taller*" donde los usuarios podrán obtener estadísticas valoradas por la comunidad; y (2) crear categorías de talleres donde los más destacados tendrán el título de "Súper-Talleres" en base a su desempeño y calidad de servicio.
5. Finalmente, considerando el acceso al historial del vehículo, se implementó un apartado donde el mecánico puede otorgar sugerencias que alerten los próximos servicios que el vehículo necesitará.

Objetivo General y Específicos del Proyecto

Objetivo General

Desarrollar un modelo de negocio que mejore la experiencia de hombres y mujeres que necesiten adquirir un servicio mecánico o compra de repuestos automotrices mediante una aplicación móvil que conecte digitalmente al cliente con el taller mecánico o proveedor de repuesto de su preferencia, dentro de Guayaquil y Samborondón.

Objetivos Específicos

- Resolver la problemática de los usuarios de talleres y tiendas de repuestos de Guayaquil y Samborondón mediante la herramienta de Design Thinking.
- Optimizar la eficiencia y productividad del capital humano para alcanzar la misión y visión de “My Garage” a través de un entorno laboral óptimo.
- Medir la aceptación de nuestro mercado objetivo sobre la aplicación móvil “My Garage” que agrupa servicios o productos para la reparación y mantenimiento de vehículos.
- Establecer los distintos procesos y métodos necesarios para llevar a cabo las operaciones de “My Garage” de manera efectiva y sostenible.
- Definir estrategias orientadas a incrementar los ingresos, el posicionamiento, reforzar el liderazgo y marca que permitan a “My Garage” tener un mayor impacto sobre las mentes de los usuarios y el mercado.
- Comprobar la viabilidad de “My Garage” mediante la realización de un plan financiero acorde al modelo de negocios que compruebe su rentabilidad.

Breve Descripción del Modelo de Negocio Completo

El modelo de negocio de “My Garage” se basa en la conexión entre la talleres de servicios mecánicos y tiendas de repuestos con sus consumidores, mediante una aplicación que busca crear un libre mercado dentro de la zona de Guayaquil, ofreciendo una variedad de servicios a través de una interfaz personalizada para el cliente y para el proveedor; además cuenta con un seguimiento en tiempo real de los procesos realizados dentro de la aplicación.

Esta aplicación es un modelo de negocio *Business to Business to Consumer*, que se creó para lograr resolver una problemática que existe dentro de la sociedad Ecuatoriana sobre la variación de precios de los socios claves: talleres mecánicos y tiendas de repuestos. En primera instancia de design thinking, la propuesta de valor enfocada en el target femenino de clase media y media alta que posean un carro, es brindarles seguridad y confianza con los talleres y tiendas de repuestos ofertando variedad en precio-calidad disponible en el mercado de manera transparente y equitativa.

“My Garage” cuenta con una estrategia de promoción dentro de los locales de talleres y proveedores socios. Los canales principales de comunicación se proponen mayoritariamente dentro del canal digital, en donde se formularon estrategias de marketing de acuerdo a las necesidades de la empresa. También, se incluyeron estrategias respecto a la segmentación, diferenciación y se establecieron presupuestos. La aplicación móvil ofrecerá sus servicios por medio de las plataformas Android y iOS. Los principales indicadores por los cuales se evaluarán la mejoría del negocio son: números de usuarios activos, participación del mercado, índice de recordación y satisfacción del usuario.

Dentro de la arista administrativa, se establecen parámetros y un plan de recursos humanos para captar al personal necesario y llevar a cabo la propuesta de valor. Esto se realizó como parte de la estancia de estudio administrativo. Además, se declaran las compensaciones sobre los colaboradores de “My Garage”. La compañía, cuenta con una planeación estratégica de responsabilidad socio o RSE, en donde se trabajará con la comunidad informal dentro de la industria con el fin de integrarlos al modelo de negocio y darle mayor valor a la propuesta.

Mientras que, en la gerencia técnica se identifican los recursos económicos que serán necesarios para la correcta operatividad del negocio. Así mismo, a partir de la descripción del proceso de servicios de My Garage, se busca mejorar la experiencia actual de clientes de acuerdo a la relación entre las estrategias, gente y sistemas que la empresa implemente. También se determina la capacidad productiva y el diseño arquitectónico de la oficina comercial y de la aplicación móvil. De igual manera, se determina la estructura jurídica de S.A.S con la que funciona el negocio, al igual que todas las cláusulas, permisos legales y de propiedad intelectual.

Por último en la gerencia financiera se realiza el análisis de la situación económica de “My Garage”, a través de los estados financieros de la misma, para poder evaluar e identificar las oportunidades de mejora que se puedan presentar en el proyecto. De esta manera, logra identificar en la fase pre-operativa aquellos factores que afectan el desarrollo de la empresa. Además, a través de los indicadores de viabilidad se puede determinar la rentabilidad del negocio y su nivel de retorno de la inversión realizada. Al igual que, con la comparación de diferentes escenarios se permite prevenir, y corregir posibles problemas que afecten la rentabilidad del mismo a través de decisiones estratégicas y determinar la viabilidad del proyecto.

Descripción del Modelo de Negocio. Gerencia: Estudio de Mercado

Investigación de mercado

La presente investigación tiene como objetivo demostrar que en las zonas de Guayaquil y Samborondón existe la necesidad de aperturar una plataforma digital que permita a los usuarios obtener un servicio mecánico o repuestos automotrices a su alcance inmediato.

Objetivo General

Medir la aceptación de una aplicación móvil que agrupa servicios o productos para la reparación y mantenimiento de vehículos dirigida a hombres y mujeres de entre 30 años a 54 años pertenecientes de la ciudad de Guayaquil y Samborondón.

Objetivos Específicos

- Evaluar los patrones de consumo de hombres y mujeres que acuden a talleres mecánicos para solicitar un servicio vehicular.
- Determinar el mercado objetivo de la investigación en base al parque automotor, encuestas, entrevistas y grupo focal.
- Identificar los factores clave que influyen en la decisión de compra del mercado objetivo en servicios o productos para arreglos o mantenimiento de vehículo.
- Medir la capacidad de pago del consumidor de servicio de revisiones, arreglos y mantenimiento de vehículos.
- Evaluar la aceptación en base a la intuitividad del prototipo de la aplicación móvil “My Garage”.
- Determinar los canales de comunicación tradicionales y no tradicionales preferidos del consumidor de “My Garage”, necesarios para la estrategia de marketing.

- Comparar la oferta de valor que ofrece la competencia y el nivel de satisfacción que entregan a los consumidores.
- Mapear los aliados estratégicos que estarán involucrados y ofrecerán sus servicios en la aplicación móvil.

Población

La investigación se desarrolla en Guayaquil - Ecuador. Para el cálculo de la población se tiene en cuenta las zonas de Guayaquil y Samborondón, considerando a hombres y mujeres que oscilan entre los 30 a 54 años de edad pertenecientes a un nivel socioeconómico B y C +, siendo estos clase media alta-media. La población estimada con estas características asciende a los 231.200 como se muestra en la **Tabla 1:**

Población existente de mercado objetivo.

Tabla 1

Población existente de mercado objetivo.

PARQUE AUTOMOTOR		680.000
	HOMBRES	
ESTRATO SOCIOECONÓMICO B	(49,8%)	37.242
	11,20%	
	MUJERES	
	(50,20%)	38.232
	TOTAL	76.160
	HOMBRES	
ESTRATO SOCIOECONÓMICO C+	(49,8%)	77.210
	22,80%	
	MUJERES	
	(50,20%)	77.830
	TOTAL	155.040
TOTAL ESTRATO SOCIOECONÓMICO B Y C+		231.200

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del INEC y Parque Automotor del Ecuador, 2022.

Muestra

A partir del conocimiento de la población total de los consumidores, se implementará la muestra infinita que se define como aquella población que supera las 100.000 unidades (López y Fachelli, 2017) siendo esta de 231.200 personas.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Donde:

n: Número de elementos de la muestra.

p/q: Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z: Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido

E: Margen de error permitido.

Para el presente estudio se estará utilizando un nivel de confianza del 75%, probabilidad del 50% y margen de error del 5%. Cálculo mediante el cual se obtiene como resultado un aproximado de 300 personas, mismas que serán encuestadas e integran la muestra de la investigación.

Diseño de la Investigación

La presente investigación está diseñada desde un alcance exploratorio y un enfoque cualitativo-cuantitativo, con el objetivo de obtener información basada en la experiencia de los consumidores en la ciudad de Guayaquil y Samborondón, lo cual permite establecer tendencias sobre la frecuencia de consumo, precios y motivaciones de compra de las unidades de análisis dentro del sector de servicios automotrices.

Desarrollo de Técnicas de Investigación. Las principales técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron: grupos focales, entrevistas y encuestas, siendo las unidades de análisis de carácter cuantitativo-cualitativo realizadas a consumidores potenciales. Además de entrevistas a expertos del sector como mecánicos de talleres o proveedores de repuestos, los cuales podrían ser aliados estratégicos dentro de la ejecución de nuestro modelo de negocio.

Tabla 2

Unidad de análisis y Herramientas de Investigación

Unidad de análisis	Objetivo Específico	Método Utilizado
	Evaluar los patrones de consumo de servicios para arreglos y mantenimiento de vehículos.	
Consumidores Potenciales	Identificar los factores clave que influyen en la decisión de compra de servicios o productos para arreglos o mantenimiento de vehículo.	2 Grupo Focal 300 Encuesta
	Medir la capacidad de pago del consumidor de servicio de revisiones, arreglos y mantenimiento de vehículos.	
- Consumidores Potenciales	Determinar los canales de comunicación tradicionales y no tradicionales preferidos del consumidor de “My Garage”.	2 Grupo Focal
- Proveedores de Servicios Automotrices	Comparar la oferta de valor que ofrece la competencia y el nivel de satisfacción que entregan a los consumidores.	3 Entrevistas 300 Encuesta 3 Entrevistas

Proveedores de Servicios Automotrices	Mapear los aliados estratégicos que estarán involucrados y ofrecerán sus servicios en la aplicación móvil. Entender las necesidades, percepciones y capacidades e intereses de los proveedores de servicios o productos para mantenimientos y reparaciones de vehículos.	3 Entrevistas
---------------------------------------	---	---------------

Fuente: *Elaboración propia, 2022.*

Resultados de la investigación.

Investigación Cualitativa. Los participantes del grupo focal cuentan con 1 a 2 vehículos propios a su disposición. Dentro de este grupo de consumidores potenciales, la mayoría considera que su preocupación principal cuando su vehículo tiene problemas es el costo, tomando en cuenta además el factor movilización y el nivel de gravedad del daño. Como alternativa de medio de transporte, las mujeres prefieren utilizar el auto de un conocido porque consideran inseguro todo tipo de transporte público. Mientras que la mayoría de hombres llama a un taxi-amigo, al igual que tratan de programar su transporte de acuerdo a sus necesidades con mayor rango de prioridad.

Por otro lado, el lugar donde la mitad de participantes acuden para solicitar mantenimiento es a un mecánico de confianza, debido a que piensan que los concesionarios son más costosos y para autos nuevos, mientras que otros tienen un contrato de seguro que les incluye el servicio. De igual manera, para la mayoría de personas, el lugar o el taller mecánico debe de ser recomendado por conocidos debido al grado de confianza que significa.

Aunque, también consideran que es fácil encontrar un mecánico a través de publicidad, mientras que los hombres buscan mantenimiento básico y repuestos a través de redes sociales. La mayoría de personas se encargan

personalmente de llevar su vehículo al mecánico, sin embargo por falta de tiempo pueden hacer que una tercera persona lo lleve o lo retire del taller. Al igual que si desconoce de mecánica, esa persona prefiere ir acompañada.

Entre los servicios principales por los que acuden a un mecánico se encuentran, para las mujeres, los de tipo correctivo y preventivo, dada la falta de tiempo para llevar el auto al taller regularmente o por el mantenimiento que indica el kilometraje actual del mismo. En cambio, los hombres realizan más los de tipo preventivo, considerando que este lo realizan con mayor responsabilidad para un auto nuevo que uno viejo.

Adicionalmente, como servicios ideales para los hombres se mencionó el escáner para la revisión de vehículos, al igual que un servicio completo o especializado en un área de mantenimiento. Por otra parte, se destaca la importancia que las mujeres le dan hacia la explicación mecánica durante el servicio dado su desconocimiento sobre el tema, lo cual también es un factor importante al momento de tomar su decisión de compra porque brinda confianza cuando se escoge con qué taller realizará su servicio.

Por el lado de los hombres, lo que los motiva a tomar la decisión de compra en los talleres es la condición en la que se encuentran sus instalaciones y sus herramientas, al igual que la honestidad de los mismos. A su vez, en cuanto a la frecuencia con la que llevan sus vehículos al taller mecánico, la mujeres indicaron que aproximadamente lo hacen 2 veces al año mientras que los hombres los llevan trimestralmente. En ambos casos, afirman que si sus vehículos son nuevos los llevan para su mantenimiento de acuerdo al kilometraje.

Además, el precio máximo que las mujeres están decididas a cancelar por un servicio de mantenimiento es de entre \$80 a \$200 mientras que los hombres están decididos a pagar entre \$50 a \$100, aunque en el caso de los que tienen vehículos nuevos aceptan pagar un valor más alto por el tema del concesionario y su garantía. Y el pago de los mismos son realizados en su mayoría con tarjetas de crédito por hombres y mujeres. No obstante si son valores bajos, si prefieren pagar con efectivo.

Socios Talleres - Proveedores Repuestos: Según las entrevistas realizadas a expertos en productos y servicios mecánicos, el promedio de frecuencia de ingreso a talleres es de 15 personas al día, mientras que para el proveedor de repuestos es de 25 personas al día. Por otro lado, los principales servicios demandados, son los cambio de aceite y batería, al igual que ABC frenos-motor; a su vez, los repuestos más pedidos son los que se reemplazan de acuerdo al kilometraje del vehículo como son las pastillas de freno y para este proveedor específico los kits de embrague.

Los resultados nos arrojaron que, sea para repuestos o servicios mecánicos, las marcas de auto que en su mayoría ingresan o por los que compran son en primer lugar Chevrolet, además del Grupo VAG así como Toyota, Kia, y Hyundai. Además, la marca de repuesto más solicitada y recomendada es la 53 aunque también compite la CFR coreana. Otro punto son los principales factores de decisión de compra de los clientes, en caso de los talleres es la limpieza e imagen del mismo, así como el profesionalismo de los mecánicos. Mientras que para la compra de repuestos consideran más lo que es la marca y la recomendación del mecánico.

A continuación, expresan que los principales medios de pago utilizados por los clientes en los talleres son tarjeta de crédito o transferencia, mientras que para la compra de repuestos utilizan más efectivo. Por último, los 3 expertos entrevistados utilizan redes sociales como principales medios de difusión (Facebook e Instagram) al igual que una página web y google market para lo que son repuestos. Mientras que a uno de los dos talleres, que tiene bastante antigüedad en el mercado, le funciona más la difusión de boca a boca. (*Tabla 2: Unidad de análisis y Herramientas de Investigación*)

Investigación Cuantitativa. Las encuestas se realizaron a 300 personas, entre hombres y mujeres de entre 30 a 54 años de edad que poseen al menos 1 vehículo propio para conocer su patrón de consumo al adquirir un servicio de mantenimiento y reparación de su vehículo, al igual que el comercio electrónico. Para, a su vez, identificar las mejores opciones que permitan llamar su atención y los motive a utilizar nuestra aplicación móvil.

El 64.4% de los encuestados afirmaron que cuando tiene problemas con su vehículo, lo que más se les dificulta encontrar es un servicio mecánico. Mientras que el 24.4% manifestó que se les dificultaba encontrar repuestos. Cuando se les presenta alguno de estos problemas con el vehículo, 103 personas buscan información sobre servicios mecánicos y repuestos por medio de internet/redes sociales lo cual refuerza nuestro plan de medios digitales ya que, las redes sociales más utilizadas por los encuestados son Instagram (70.6%), Whatsapp (70.1%), Facebook (47.5%), Twitter (20.3%) y Tiktok (13%).

De los encuestados, el 96.1% posee tarjeta de crédito o débito y la mayoría (81.2%) hace uso de sus tarjetas de crédito/débito en aplicaciones

móviles o internet. Dicho esto, se les preguntó si estarían dispuestos a usar una aplicación que les facilite encontrar estos dos servicios a lo cual, el 93,3% respondió que sí. Adicionalmente, el 37.8% afirmó que estaría dispuesto a pagar entre \$2.00 - \$4,99 por el servicio brindado en la aplicación, mientras que el 35.6% afirmó que estarían dispuestos a pagar entre \$5,00 - \$7,99. El 15.6% respondió que estaría dispuesto a pagar entre \$8,00 - \$9.99 y el 11.1% más de \$10.

En cuanto a la frecuencia de compra, la mayoría de los encuestados (37.3%) lleva su auto al mecánico trimestralmente lo que deja una frecuencia de 4 veces al año mientras que, los demás 19.8% lo lleva cada 6 meses o incluso una vez al año (13%). En lo que respecta a repuestos, la mayoría que corresponde a 46.7% del total de encuestados respondió que normalmente compra repuestos trimestralmente lo que representa frecuencia de 4 veces al año.

Análisis

Mercado Objetivo y potencial

Considerando que se pretende diseñar una aplicación móvil que sirva como portal para conectar talleres mecánicos y proveedores de repuestos con clientes que deseen dichos servicios y productos; se identifica como mercado potencial a hombres y mujeres propietarios de vehículos de la ciudad de Guayaquil y Samborondón que pertenezcan al estrato socioeconómico B y C+. Según el último informe emitido por el AEADE (2020) en el mercado oscilan 680.000 propietarios de automóviles aproximadamente. Teniendo en consideración el estrato seleccionado, y contrastando con el último censo realizado por el INEC (2010) se espera un mercado potencial de 231.200 habitantes.

El mercado disponible considera aquellos usuarios que acuden a talleres o tiendas de repuestos mecánicos para realizar los mantenimientos o reparaciones respectivos de sus vehículos.; siendo este un aproximado del 92,30%, esto significa una población de 213.398 posibles clientes.

En cuanto al mercado efectivo, se consideran aquellos propietarios que están dispuestos a utilizar un aplicativo móvil para obtener sus repuestos o servicios mecánicos. Para identificar la demanda de este mercado se realizó la siguiente pregunta en la encuesta: ¿Qué hace para obtener servicios o repuestos para el mantenimiento o reparación de su vehículo? El 92.3% de los encuestados mencionó que acudía a talleres y tiendas de repuestos luego de pedir recomendaciones o buscar opciones en plataformas digitales. Esto representa un aproximado de 199.100 usuarios. “My Garage” pretende cubrir el 1,47% del mercado efectivo, siendo este un aproximado de 2.920 usuarios en el primer año, contemplando un crecimiento anual del 25% alcanzando un aproximado de 39.000 usuarios para el quinto año.

Mapa de la competencia

Análisis competitivo de la industria. (5 Fuerzas de Porter).

Amenaza de competidores existentes. La amenaza en este sector es considerada baja debido a que no existe competencia directa que cuente con el mismo modelo de negocio que buscamos desarrollar. Esto debido a que se encuentra basado en la realización de una aplicación móvil que permita a los usuarios tener a su alcance tres servicios ligados a la industria automotriz. Estos servicios son los siguientes: talleres mecánicos, capacidad de rastreo de revisiones, reparaciones o mantenimientos y, facilidad de compra de repuestos. Todo esto en una sola aplicación amigable con el futuro consumidor.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que un posible competidor podría ser Google Maps porque ofrece buscar talleres mecánicos o tiendas de repuestos

mediante su geolocalización. A pesar de lo mencionado anteriormente, no es considerado relevante porque no ofrece una propuesta de valor dirigida específicamente a este segmento.

Amenaza de nuevos competidores. La amenaza de ingreso de nuevos competidores es considerada media debido a que es posible que otras empresas puedan desarrollar aplicaciones ofreciendo servicios similares en cuanto al sector automotriz que los de My Garage. Sin embargo, se espera llegar a tener la exclusividad de los talleres mecánicos multimarca para poder contar con sus servicios y a su vez, nosotros poder promover su negocio ya que, nuestra aplicación móvil será la intermediaria entre los talleres y el cliente final.

Así mismo, otros competidores podrían ser los talleres informales que ofertan sus servicios a precios más económicos, que captan la atención de las personas que no quieren o no poseen el presupuesto necesario para realizar una revisión, reparación o mantenimiento de calidad a sus vehículos. No obstante, estos no representan gran amenaza debido a que, al ser informales o irregulares, por lo general no cumplen con el estándar de calidad y tal como lo resalta la

Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEDE “se desconoce si el ‘maestro’ que arregla su vehículo cuenta con un título académico que certifique sus conocimientos” (2018). Por ende el cliente corre el riesgo de estar involucrado en un accidente vehicular y posteriormente, el arreglo del vehículo en un taller multimarca que garantice la reparación del mismo.

Amenaza de productos sustitutos. La amenaza de productos sustitutos es media porque, con el paso del tiempo esperamos contar no solo con talleres mecánicos autorizados y reconocidos como lo son los Bosch Car Service, sino que también queremos contar con pequeños y medianos negocios de talleres automotrices para ofrecer más opciones a nuestros usuarios. En estos dos casos, puede que muchos de ellos no deseen unirse a nuestra plataforma y continúen realizando sus trabajos independientes. Sin embargo, nuestra oportunidad para abarcar una ventaja competitiva radica en que muchos de ellos no cuentan con los conocimientos especializados y por ende, no brindan a los clientes la garantía y seguridad necesarias.

Dado este importante factor, nosotros como empresa esperamos dar capacitaciones o cursos gratuitos a pequeños y medianos talleres para que sus trabajos sean de calidad y poder brindar la seguridad a los usuarios debido a que, sus vehículos estarán siendo trabajados por personas con experiencia, que se han preparado para realizar dicho servicio.

Poder de negociación del proveedor. El poder de negociación del proveedor es bajo porque en el caso de los desarrolladores y diseño de aplicaciones, en el mercado ecuatoriano existen gran número de empresas que realizan este servicio, lo que permite seleccionar al proveedor que más convenga en términos de negociación.

En cuanto a los talleres mecánicos y vendedores de piezas o repuestos automotrices, en Guayaquil se encuentra una gran variedad, por lo que no sería un gran problema el encontrar un nuevo proveedor que cumpla con los lineamientos requeridos por “My Garage” para el funcionamiento de la aplicación móvil.

Poder de negociación del cliente. El poder de negociación del cliente es medio-alto puesto que, en la ciudad de Guayaquil se encuentran “registrados 10,676 contribuyentes que se dedican al mantenimiento y reparación automotriz de los cuales, los que siguen activos, son 3892 contribuyentes” (Cepeda, 2018). Lo que permite que los clientes tengan una oferta variada de talleres mecánicos de los cuales ellos pueden elegir el que se ajuste mejor a su presupuesto, necesidad o requerimiento.

No obstante, “según los registros de la Agencia de Tránsito y Movilidad (ATM) se estima que Guayaquil cuenta en la actualidad con un parque automotor de 680.000 vehículos aproximadamente” (Vera, 2022). Esta cifra nos permite poder desarrollar y ofrecer nuestra aplicación móvil a la sociedad para suplir la necesidad de tener que llevar su vehículo a los talleres mecánicos, tramitando sus citas por medio de sus celulares en el instante que lo requieran. Y al no existir competidores directos, la opción más rápida, que permite realizar el seguimiento y obtener un historial de los servicios realizados a su vehículo, que encontrarán será My Garage.

Análisis de las 5 C's

Contexto: PESTEL

Político. La frase “Crisis carcelaria” resuena en medios nacionales e internacionales y con más frecuencia se evidencian actos de violencia extrema, mal manejo del sistema penitenciario y falta de seguridad para la población en general. Junto a esta incertidumbre, el fenómeno del narcotráfico se ha hecho más evidente en los últimos meses. Estos factores son alarmas que atentan contra el sector económico del país, puesto que para varios países el nivel de violencia e inseguridad se ha vuelto inaceptable, al punto de sugerir a sus ciudadanos no visitar Ecuador.

Económico. El centro de emprendimiento ÉPICO y la Alianza por el Emprendimiento e Innovación (AEI) proponen alternativas de financiamientos como capital semilla, inversionistas ángeles, mercado de valores, entre otros, impulsando las PYMEs. Como acción gubernamental desde la esfera ejecutiva, se encuentran en desarrollo acuerdos comerciales con México, Estados Unidos, Panamá, la Federación Rusa, Canadá y China que aumentan el atractivo para la inversión extranjera.

Social. La pandemia mundial del Coronavirus-19, que empezó su propagación a principios del año 2020 por todo el mundo incluyendo a Ecuador, significó un antes y un después en cuanto al uso de aplicaciones móviles o páginas web ya que, eran usadas para adquirir desde comida de diferentes restaurantes hasta poder contratar a una tercera persona para que realizara las compras del hogar sin tener que el usuario salir de casa.

Esto claramente incrementó el comercio digital o también llamado e-commerce, tal como lo indica el Grupo Ekos Negocios “el e-commerce creció

exponencialmente un 400% en Ecuador generando así, alrededor de USD 2.760 millones en 2020 y para el 2021 se alcanzó los USD 3.220 millones”. Sin embargo, a pesar de estar terminada la pandemia en el año 2022, estas aplicaciones siguen siendo usadas para ahorrar tiempo al momento de realizar actividades cotidianas y un punto clave en el cual varias empresas de diferentes sectores están invirtiendo.

Tecnológico. La presente era digital está permitiendo que muchos servicios, productos o tareas estén al alcance de los consumidores en un menor tiempo, permitiéndoles realizar una gran variedad de actividades a la vez. Gracias a esto, la demanda de plataformas web o aplicaciones para dispositivos móviles va incrementando debido a la necesidad de las personas por optimizar sus actividades, teniendo lo que necesiten a su alcance al momento de requerirlo. Según Clay Alvino “el número de dispositivos móviles conectados en el país es de 82 millones, lo que constituye un 77,8% de la población” (2021). Lo que significa que en el Ecuador, la mayor parte de la población cuenta con un dispositivo móvil, lo cual lo convierte en un mercado potencial para el desarrollo de plataformas o aplicaciones móviles.

Ecológico. La responsabilidad social empresarial es un compromiso que debe asumir una empresa con la sociedad y es clave puesto que, en la Constitución de la República el medio ambiente ha sido reconocido como organismo sujeto a derechos. En cuanto al sector mecánico automotriz, es necesario asentar parámetros que permitan regular el buen funcionamiento de los talleres para no contribuir con la contaminación de aguas por vertimientos de productos químicos, emisiones y generación de residuos.

Legal. En el año 2002 se aprobó en Ecuador la ‘Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos’ que son la base legal para regular “los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas” - Ley No. 2002-67 (Registro Oficial 557-S, 17-IV-2002)

Además, en el año 2019 se aprobó el Código de Comercio en el cual se encuentran las normas, criterios y principios del derecho mercantil que tratan de regular las relaciones mercantiles. Tal como se menciona en el Art. 1 del Código de Comercio, este “rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes”.

Compañía

Tabla 3

Análisis de las fortalezas y debilidades

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Acceso al servicio mecánico o repuestos de	-Incremento del uso de aplicaciones móviles

inmediato	para desarrollar actividades cotidianas
-Modelo de negocio innovador en Ecuador	-El acelerado ritmo de vida de los usuarios
-Personal mecánico profesional o capacitado	permite ofrecer facilidad y aprovechamiento
-Variedad de precios que se ajusten al presupuesto de cada usuario	del tiempo al no tener que realizar todo el proceso físicamente
-Aplicación fácil de usar que brinda la información necesaria	-Historial del vehículo en base al kilometraje que permite que el usuario sepa qué tipo de mantenimientos o reparaciones necesite su auto

DEBILIDADES

AMENAZAS

-Modelo de negocio nuevo del sector mecánico	-Desconfianza del cliente potencial al ser un modelo de negocio nuevo
-Altos costos de publicidad para dar a conocer nuestra aplicación móvil	-Talleres, mecánicos o proveedores que decidan no ser parte de nuestra aplicación móvil los cuales serían nuestra competencia directa.
-Dificultad de uso de aplicaciones digitales	-Garantías de las concesionarias para vehículos nuevos

Fuente: *Elaboración propia, 2022.*

Cientes

Los clientes a los que se pretende llegar mediante nuestra aplicación móvil “My Garage” son hombres y mujeres de entre 30 años a 54 años de edad que residan en la ciudad de Guayaquil y Samborondón que posean al menos 1 vehículo. Los cuales estén familiarizados con el e-commerce y que usen aplicaciones para adquirir productos o servicios de manera recurrente con sus tarjetas de débito/crédito.

Competencia

La competencia que se ha podido identificar son: (1) talleres autorizados de marcas de automóviles (multimarcas), (2) concesionarias y (3) mecánicos independientes. En el primer caso podemos encontrar que su principal ventaja es su calidad en el servicio que ofrecen, puesto que cuentan con personal altamente calificado en el tema de mecánica automotriz. Sin embargo, su principal debilidad es que no son accesibles a todos los segmentos debido a su precio.

También encontramos a los talleres mecánicos independientes que pueden resultar ser más económicos que un taller multimarca y además, puede preservar su calidad en muchos casos. Sin embargo, su debilidad principal es que los usuarios no tienen la certeza de la calidad de su servicio ni obtienen garantías 100% confiables. Finalmente se encuentran los mecánicos independientes que, por lo general, han adquirido sus conocimientos sobre la industria automotriz de forma empírica y no ofrecen garantías en lo absoluto.

Para la investigación de mercado se consideró como competencia a aquellos que tienen presencia en el mercado digital. De esta manera se encontró que existen 9 talleres y 10 tiendas de repuestos automotrices que cumplen esta característica. Considerando la cantidad de usuarios que requieren servicios mecánicos y, por otra parte, la cantidad de usuarios que solicitan repuestos, se espera una participación de mercado del 10% y 9% respectivamente.

Tabla 4

Competencia

	MY GARAGE	1
COMPETENCIA	CONCESIONARIOS	9
	PROVEEDOR REPUESTOS	10

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 5

Proyección participación de mercado

PARTICIPACIÓN MERCADO DE DEMANDA		
USUARIOS SERVICIOS MECÁNICOS	11.150	10,00%
USUARIOS REPUESTOS	7.964	9,09%

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Colaboradores

El modelo de negocio de la presente tesis incluye como principales colaboradores a los talleres mecánicos, profesionales en el área automotriz (mecánicos calificados) y a los proveedores de repuestos, que deseen ser parte de nuestra aplicación móvil. Lo cual les permitirá acceder a más clientes, ofrecer sus servicios por medio de la misma y potenciar su propuesta de valor. En cuanto a los talleres mecánicos, esperamos contar con la participación de los talleres Bosch que son conocidos por la calidad del servicio y las garantías que ofrecen. Esto para comenzar a generar confianza con nuestros usuarios y para poder dar paso a talleres mecánicos independientes que a su vez, sean capaces de garantizar la calidad de su servicio.

En cuanto a los mecánicos cualificados, esperamos contar con la participación en la aplicación de profesionales en el tema para que puedan dar soluciones eficaces a nuestros clientes y que por ende, los usuarios puedan acudir a nosotros que somos los intermediarios para poder conseguir una revisión, un mantenimiento o una reparación. Además, nuestra aplicación móvil se basará en las calificaciones de estos mismos usuarios que podrán dar una reseña y calificación de estrellas a cada taller o mecánico, lo cual incentivará a los mismos a desempeñar correctamente su trabajo.

Finalmente, los proveedores de repuestos también serán uno de nuestros aliados principales puesto que, en nuestra aplicación se ofertarán los repuestos que estas

empresas tienen a su disposición. Los 3 principales son los siguientes:

AUTORADIADOR S.A. mayor importadora y distribuidora de accesorios y repuestos automotrices del Ecuador; COJAPAN S.A. importadores y distribuidores de repuestos automotrices japoneses, coreanos y chinos; IMPORMAVIZ importación y distribución de productos automotrices de las más prestigiosas marcas a nivel mundial.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La presente tesis, en primera instancia, surgió a partir de la experiencia personal de una familiar de los integrantes del grupo que había llevado su vehículo al taller por un arreglo vehicular que normalmente tiene un costo de \$50 pero por ser mujer, se le pretendía cobrar \$100. Esta misma problemática o desconfianza se vió reflejada durante el primer grupo focal realizado a las mujeres de Guayaquil y Samborondón que, al no contar con el conocimiento suficiente sobre mecánica automotriz ni mecánicos o talleres confiables a su alcance inmediato, por lo general, dependen de recomendaciones externas o de una tercera persona que se encargue de llevar sus vehículos a los talleres mecánicos o que se encarguen de adquirir los repuestos por ellas.

Sin embargo, posteriormente se tomó en cuenta a los hombres de la ciudad de Guayaquil y Samborondón debido a que, son los principales consumidores de dicho servicio y les afecta de igual manera que a las mujeres puesto que no todos cuentan con conocimiento del tema y necesitan a su vez, mecánicos confiables, disponibles y a su alcance en el momento y lugar en el que lo necesiten. Mediante el grupo focal expresaron que, también prefieren acudir a talleres mecánicos por recomendación de terceros ya que lo perciben como la única forma en la que sentir confianza ya que, tienen recomendaciones previas.

Es por ello que, como mercado objetivo se han tomado en cuenta a hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil y Samborondón que, mediante el plan de marketing donde se implementó el Producto Mínimo Viable (MVP), se ha comprobado que se está dirigiendo la investigación hacia el grupo objetivo correcto y se pudo evidenciar el interés que tienen los consumidores con la propuesta de valor

Tras el periodo de validación de la propuesta de valor se realizaron grupos focales y encuestas, donde los resultados arrojaron que los usuarios se encuentran dispuestos a hacer uso de una aplicación móvil que reúna servicios mecánicos y tiendas de repuestos, bajo un sistema de calificación realizado por la propia comunidad y acceso a precios y servicios transparentes, podrán generar la confianza, seguridad y comodidad en el proceso de reparaciones y mantenimientos de su vehículo.

En cuanto a la parte administrativa, dentro del modelo de negocio “My Garage” se pretende realizar un plan de responsabilidad social que será atractivo para el mercado ya que, se les brindará capacitaciones a los mecánicos, seguimiento legal a sus negocios y se fomentará la creación de campañas de concientización para reducir el impacto que tiene la industria automotriz en nuestra sociedad y el medio ambiente.

Esto resulta positivo pues actualmente existe poca concientización en el sector ambiental por parte de los talleres mecánicos. En la práctica se acostumbra a no hacer un correcto desecho de los residuos que quedan en las operaciones diarias. Con estas capacitaciones se brindarán las herramientas necesarias a los talleres para hacer un desecho correcto de sus residuos reduciendo así el impacto ambiental en la industria.

Finalmente, los datos obtenidos en las gerencias financiera y técnica demuestran un crecimiento utilitario atractivo para inversionistas. Si bien es cierto que la estructura de “My Garage” y su inversión previa supera a los ingresos de los primeros dos años, ya para el tercero encontramos valores positivos proyectando un crecimiento constante en

la utilidad de la empresa. Esto también es influenciado por la falta de desarrollo en el sector digital en la región, específicamente en el sector automotriz donde el mercado se maneja mayoritariamente de manera presencial. Estos factores demuestran que la propuesta de valor es aceptada y reconocida por los usuarios.

Recomendaciones

Considerando lo anteriormente expuesto, se recomienda que acorde a la evolución de “My Garage” se expanda el proyecto a otras zonas pertenecientes a Ecuador para poder expandir la propuesta de valor y llegar a satisfacer la necesidad de muchos más posibles usuarios. Esto debido a que la aplicación móvil tiene potencial para ser utilizada localmente e internacionalmente en un futuro trabajando de la mano con los talleres y proveedores mecánicos de Ecuador y el mundo. Para ello, será necesario invertir en investigación de mercado enfocado en ciudades que muestran volúmenes altos de vehículos registrados en el parque automotor.

Reflexión

Durante el proceso de titulación, el principal aprendizaje adquirido fue el correcto uso de las herramientas para desarrollar e implementar un emprendimiento desde cero. Adicionalmente, pude ser partícipe de cada una de las fases que integran el presente modelo de negocios lo cual me ha permitido desarrollar mis habilidades en el ámbito empresarial. A su vez, fue de ayuda debido a que, la metodología de la universidad se vio reflejada en el presente trabajo y sin duda, el poder trabajar en equipo para desarrollar una propuesta de negocio me servirá para mi vida profesional.

Referencias Bibliográficas

AEADE, (2022). Boletín Sector Automotor en Cifras. Recuperado de:

<https://www.aeade.net/boletin-sector-automotor-en-cifras/>

Alvino, C. (2021). Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021.

Branch Group. Recuperado de:

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/#:~:text=Ecuador%20tiene%20una%20poblaci%C3%B3n%20total,%2C8%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n.>

Asamblea Nacional República del Ecuador, (2019). Código de Comercio. Recuperado de:

https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf

Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana (CITEC) (2022). *Crecimiento del comercio digital en Ecuador | Gestión*. Recuperado de la Revista Gestión.

<https://www.revistagestion.ec/cifras/crecimiento-del-comercio-digital-en-ecuador>

El Universo. (2020). *Ante baja demanda los talleres mecánicos apuestan más al servicio a domicilio*. Eluniverso.com; El Universo. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/08/nota/7836447/talleres-automotrices-reactivacion-laboral-servicio-domicilio-baja/>

Ekos Negocios. (2021, Abril 18). *Zoom Sector Automotriz | Ekosnegocios*. Revista

Ekos. Consultado Noviembre 27, 2022, Recuperado de:

<https://www.ekosnegocios.com/articulo/zoom-sector-automotriz>

Ekos Negocios, (2022). *7 Razones para el éxito del e-commerce industrial*.

Ekosnegocios. Recuperado de:

<https://www.ekosnegocios.com/articulo/7-razones-para-el-exito-del-e-commerce>

[e-industrial](#)

INEC, (2020). *INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado de:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonaes/>

Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos (Ley No. 2002-67). Recuperado de:

https://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_ley_comelectronico.pdf

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL. (2006, December 28). Gobierno Electrónico de Ecuador. Consultado Noviembre 27, 2022, Recuperado de:

<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>

López R, Fachelli, S. (2017). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra. (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.4. Recuperado de:

<https://ddd.uab.cat/record/185163>

Naciones Unidas. (1948, Diciembre 10). *La Declaración Universal de Derechos Humanos*. The United Nations. Consultado Noviembre 27, 2022, Recuperado de:

<https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Anexos

Figura 1

Edad
255 respuestas

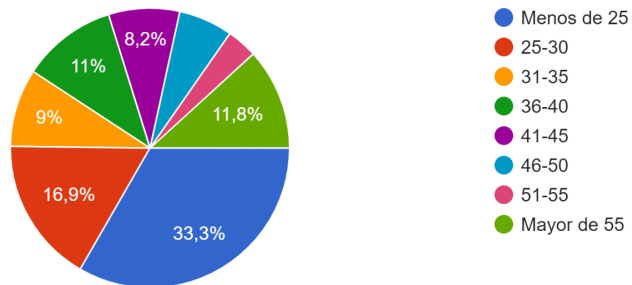


Figura 2

Nivel de ingreso mensual
255 respuestas

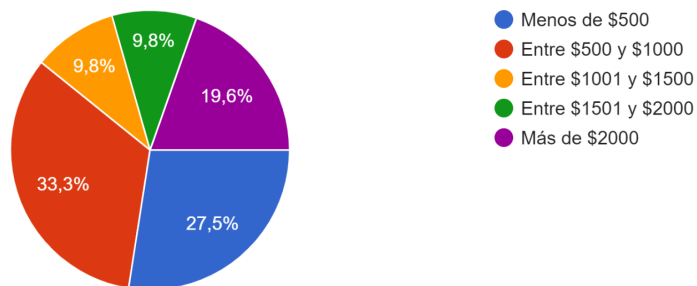


Figura 3

¿Posee tarjeta de credito y/o debito?
255 respuestas

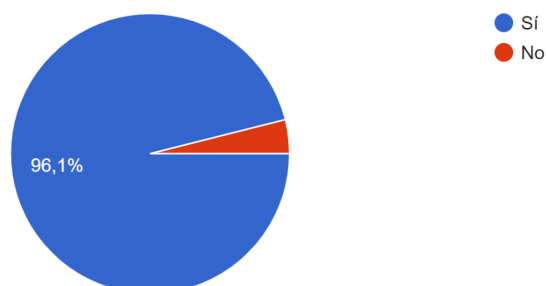
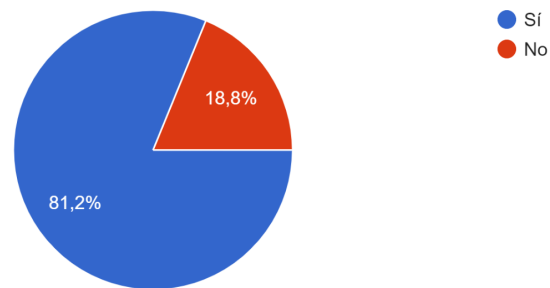


Figura 4

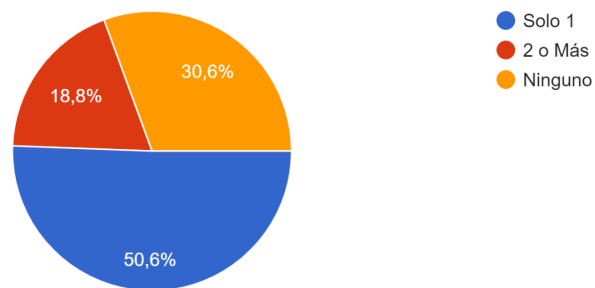
¿Usa su tarjeta de crédito o debito en apps de su celular o en el internet?

255 respuestas

**Figura 5**

¿Posee vehículo propio? ¿Cuántos?

255 respuestas

**Figura 6**

¿Cuando el vehículo tiene algún problema, cuál es su preocupación principal? Puede escoger 1 o Max 2 opciones

177 respuestas

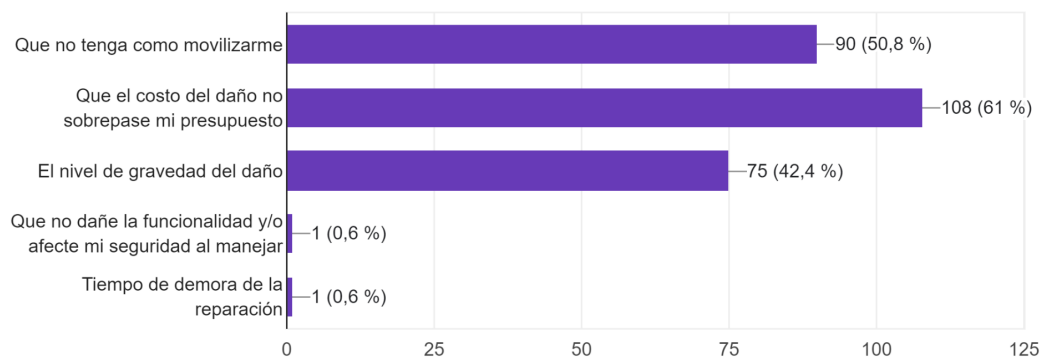
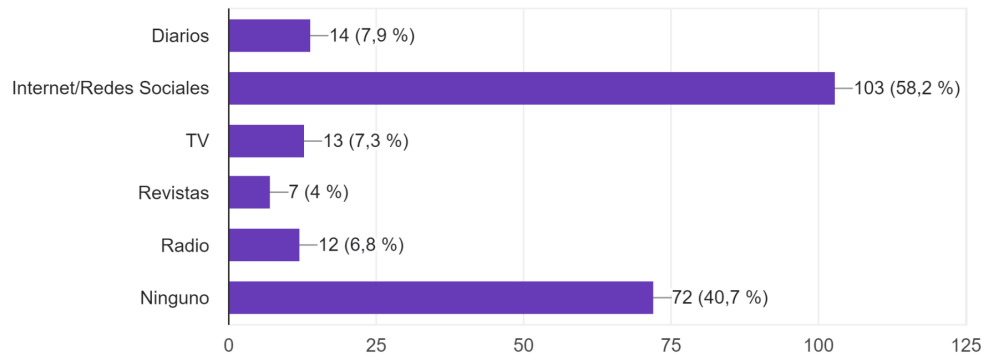


Figura 7

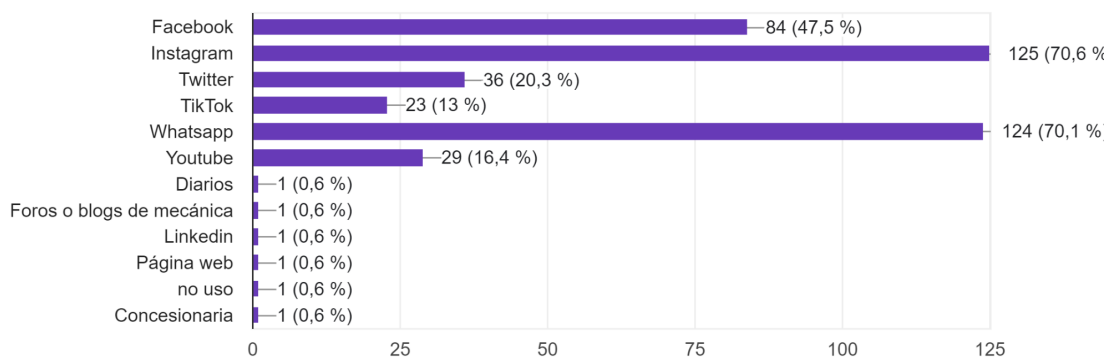
¿Cuál de estos medios consulta para tener información sobre servicios de mantenimiento y reparación de vehículos? Escoja mínimo 1 o máximo 3

177 respuestas

**Figura 8**

Red social o servicio que más use. Escoja 1 o Max 3

177 respuestas

**Figura 9**

Cuando ha necesitado servicios de mantenimiento y reparación o repuestos ¿Que tan difícil es encontrar dicho servicio o producto?

177 respuestas

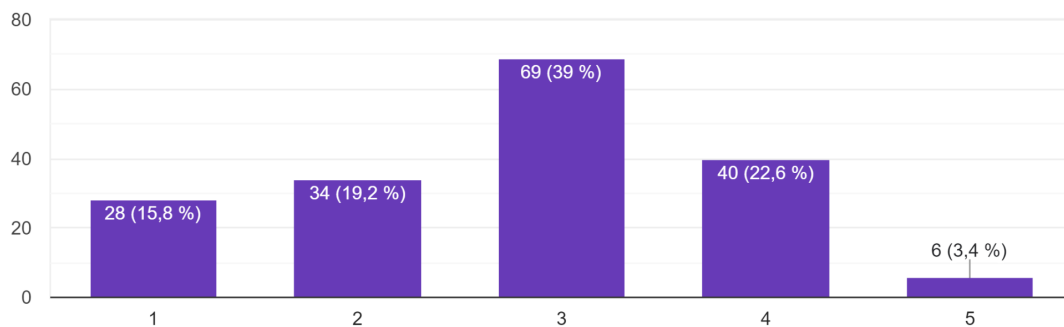
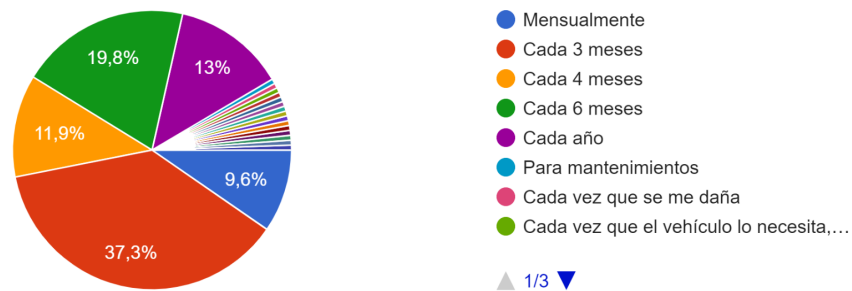


Figura 10

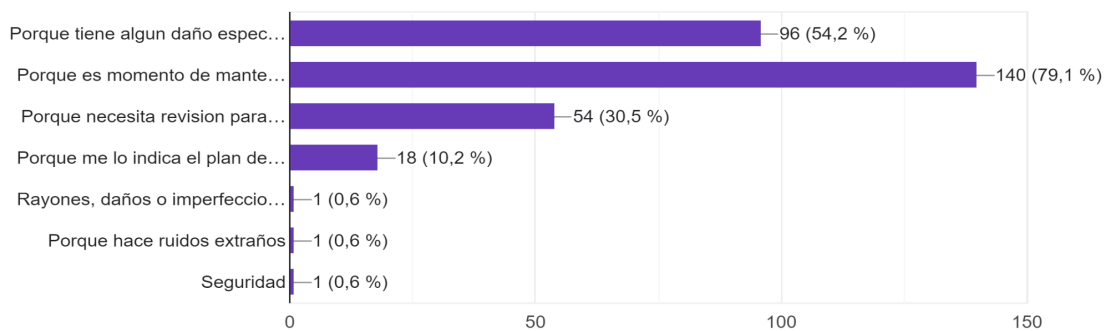
¿Cada cuánto tiempo lleva su auto al mecánico?

177 respuestas

**Figura 11**

¿Por qué lleva su auto al mecánico? Puede escoger 1 o max 3 opciones

177 respuestas

**Figura 12**

¿Que hace para obtener servicios o repuestos para el mantenimiento o reparación de su vehículo?

Puede escoger 1 o más opciones

177 respuestas

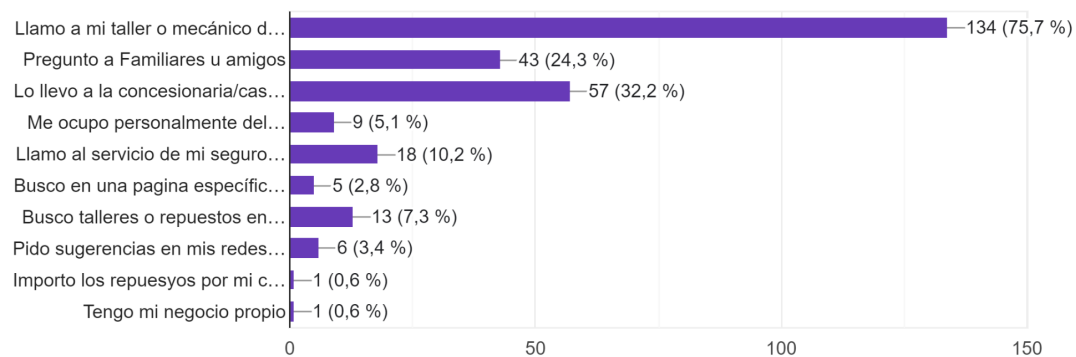


Figura 13

En una escala del 1 al 4. Siendo la 4 la SUMAMENTE IMPORTANTE y la 1 la MENOS IMPORTANTE. ¿Cuál es el aspecto más importante al momento de elegir un servicio mecánico? (lo cuál incluye la revisión, reparación y mantenimiento del vehículo?)

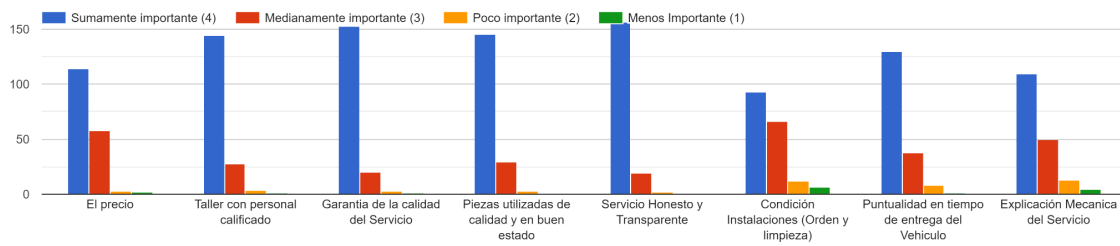


Figura 14

¿Cuánto esta acostumbrado a invertir en el mantenimiento de su vehículo?

177 respuestas

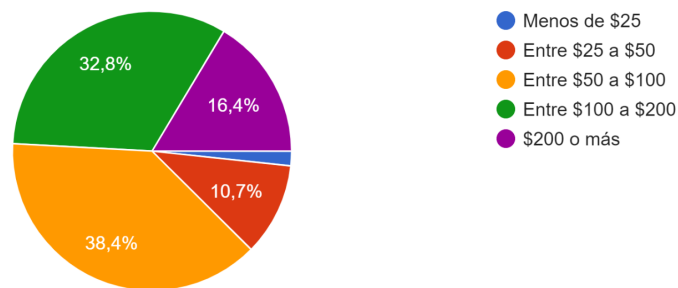


Figura 15 Figura 16

¿Estaría dispuesto a usar una aplicación (APP) que le facilite encontrar servicio mecánicos y repuestos ?

45 respuestas

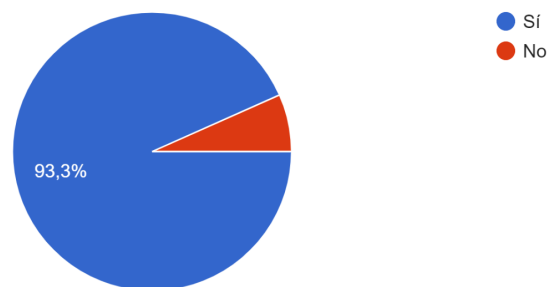
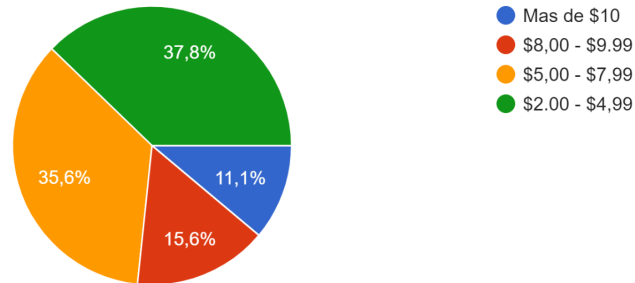


Figura 17

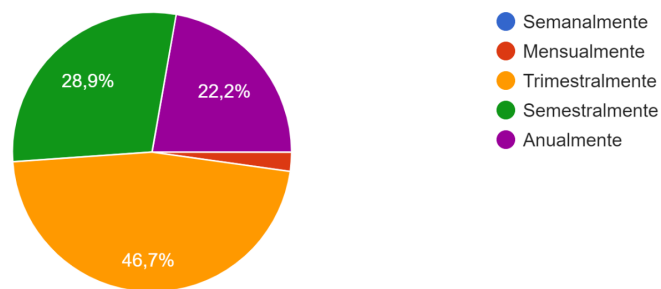
El objetivo de esta aplicación es facilitar a los ciudadanos de Guayaquil el poder encontrar todo tipo de talleres de forma ágil, segura e intuitiva. ...¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

45 respuestas

**Figura 18**

¿Cual es su frecuencia de compra de repuestos?

45 respuestas

**Figura 19**

¿Compraría repuestos por medio de una aplicación?

45 respuestas

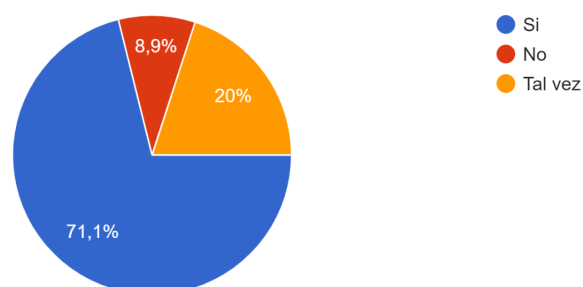
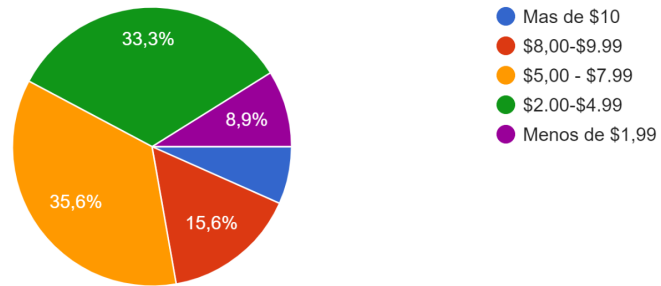


Figura 20

My Garage también ofrece todo tipo de repuestos en el momento y lugar que el usuario lo necesite, con opción de envíos a domicilio y recoger en la tienda. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por este servicio?
45 respuestas



Apéndice A: Grupo Focal Mujeres

Transcripción del focus group realizado el día jueves 9 de junio de 5:00 a 5:30 de la tarde a través de la plataforma de zoom

Esta sesión de grupo contó con la participación de 8 mujeres con las siguientes características:

	Nombre	Edad	Estado Civil	Profesión/Área Trabajo	N# Vehículos
M1	Claudia Flores	29	Unión Libre	Coordinadora de Marketing	1
M2	Nadia Gonzalez	32	Soltera	Docente	1
M3	Diana Calderon	55	Casada	Abogada	2
M4	Mariana Haz	39	Casada	Coordinadora de Chef	1
M5	Paula Morales	30	Soltera	Medico Veterinaria	1
M6	Carol Jara	45	Casada	Docente	1
M7	Wendy Bailon	33	Casada	Ejecutiva en Seguros	2
M8	Andrea Lindao	30	Soltera	Abogada	2

Moderador: Buenas tardes y bienvenidas a este grupo focal, que tiene como principal objetivo recolectar datos necesarios previo al desarrollo de un modelo de negocios que facilita la entrega de servicios de mecánica automotriz a mujeres en la ciudad de Guayaquil, como parte de la investigación de mercado del trabajo de titulación de estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Casa Grande. La sesión de zoom será grabada y su participación anónima, cualquier opinión que tengan y deseen compartir será correcta. Si no concuerdan con lo que piensa otra persona no hay problema, podrán refutar y decir lo que piensan, ¿Alguna pregunta?

M6: ¿Si estás grabando?

Moderador: Si..

Moderador: *¿Cuál es su preocupación principal cuando su vehículo tiene problemas?*

M6: Yo creo que.. el tema del costo. Cuánto va a salir en total y tener que llevarlo a la concesionaria, tomando en cuenta que es nuevo... relativamente nuevo, tiene solo 2 años por eso me preocupa a mí, cuánto será el costo, eso.

M1: Sí, yo igual. Primero no sé qué va a ser, que es lo que está dañado y también cuánto me va a costar arreglarlo, es mi primera preocupación.

M2: Yo también pero además de eso, creo que la segunda preocupación es que lo dejen bien. Yo trato de llevarlo a la concesionaria pero ya sé que me va a salir caro.

Moderador: ¿Alguien que tenga otra opinión?

M3: Si, el costo definitivamente. Cómo está la situación ¿no?

Moderador: ¿Alguien que refute esto y piense que no solo es solo, sino que es otra cosa?

M5: Yo, el factor movilización. Quedarse sin vehículo, no poder transportarme al trabajo.

Moderador: Claro, creo que esa es la principal preocupación de todas porque obviamente sin ese vehículo pues les tocaría moverse en taxi y que piensan de eso? ¿Qué piensan de ese tipo de movilización como alternativa?

M4: Peligroso

M6: Muy peligroso porque si es que no es un taxi conocido es que en esta época te puede pasar cualquier cosa. Es muy muy peligroso.

M3: Peligroso, la grúa también donde se queda uno. Como hace el vehículo para movilizarlo hasta el sitio donde tiene que recibir el mantenimiento o reparación

Moderador: ¿Y ninguna ha pensado en usar bus?

M4: No para nada

M6: No, no pensaría yo usar bus

M3: No la verdad

Moderador: Entonces, ¿la principal preocupación es la seguridad, verdad?

M7: Claro

Moderador: Ok

M3: Si.

M6: Definitivamente.

Moderador: *¿A dónde acude cuando necesita realizar mantenimiento o reparación de su vehículo? ¿Por qué allí?*

M7: Nosotros siempre llevamos el vehículo al concesionario. Tenemos el concepto de que es mucho mejor, aparte nunca hemos tenido problemas tanto mi esposo como yo siempre lo llevamos al concesionario porque consideramos que hay mejor trato, mejores repuestos y más seriedad al momento de dejar el vehículo por mantenimiento o cualquier otra situación que se presente. Alguien tiene que referir, como a los doctores por referencia. Porque alguien ya experimentó en ese sentido.

Moderador: Alguien que lleve su vehículo a otro lugar que no sea el concesionario?

M3: Claro eso es por lo general cuando los carros son relativamente nuevos pero cuando ya tiene algún tiempo el carro de corrido, ya como que uno lo lleva al mecánico de su confianza.

M6: Sí, es verdad yo coincido. Con mi carro anterior, los mantenimientos en la casa eran extremadamente caros. Entonces lo que hice fue llevarlo a uno de estos mecánicos que me recomendó un hermano mío y era muy confiable para que pero ahora ya lo cambié y creo que lo llevaría al concesionario.

Moderador: Alguien más que quiera opinar?

M7: Igual yo, en principio llevaba mi auto a la casa por la confianza pero los talleres son más económicos

M6: Si, ahora ultimo se le daño algo de la manija de la parte de atrás del carro entonces cotice en el concesionario y el valor era absurdo realmente y hasta el hombre coincidía con eso, veré próximamente en el caso de que sea un cambio pequeño como ese ir ya al mecanico que te comente, porque es algo minúsculo y no nada del motor o cosas así.

Moderador: Y entonces la mayoría de ustedes coincidieron en que si en el caso de que no vayan a un concesionario, lo encuentran por contactos, es decir un mecánico de confianza. ¿Hay alguna otra manera en que encuentren este mecánico o taller?

M3: Claro, osea alguien te tiene que referir, como todo. Como por ejemplo, los doctores es por referencia, por que alguien ya experimentó en ese sentido.

Moderador: Y si hablamos de encontrarlo por un medio que sea digital (no tradicional como whatsapp), por ejemplo una publicidad por whatsapp o televisión.

M3: Es un poco difícil pero yo creo que en ese sentido sí es una estrategia para ingresar a este medio, para obtener clientes sería bueno dar un precio módico para que uno se anime a experimentar. Porque se compara precios, tomando en cuenta la situación actual.

M1: Si, porque generalmente hay mucha desconfianza con los mecánicos y sobre todo para nosotras que somos mujeres

M4: Depende de las facilidades porque viéndolo por internet me ofrezcan un mecánico a domicilio, algo que no requiera mucho trabajo podría acceder a un mecánico que salga en la publicidad.

M2: Trato de llevarlo al concesionario por una cuestión de confianza. Me ha tocado llevarlo a otro lado y me han tratado de cobrar más. Mi papá me ha dicho que me han cobrado mucho. Las tarjetas de crédito vienen con planes de servicio. Hasta ahora no he encontrado a alguien que me genere confianza.

M6: Estoy de acuerdo. A veces a las mujeres nos quieren ver la cara, nos quieren cobrar lo que sea. Para mí tiene que ser un referido muy confiable.

M7: Yo podría decir que en mi experiencia vendiendo seguros, me he podido dar cuenta que la mayoría de personas siempre eligen al momento de una reparación, en ese caso..por siniestros, siempre eligen ir al concesionario por seguridad, confianza, por tema de repuestos.. porque hay más seriedad. Si hay una red de talleres, pero siempre tratan de elegir un concesionario. Son pocos los que tienen un taller de confianza o si es que quieren talleres diferentes que no sean concesionarios.. van a taller multimarca generalmente por medio del seguro. Y que si les gustó cómo trabajaron con su vehículo, se terminan quedando con ellos e incluso lo llevan a los mantenimientos. Entonces es verdad que es difícil confiar en un taller que de pronto te envíe una información por internet solamente y que se confía más cuando te lo dicen de voz, ese tipo de marketing es mucho mejor o incluso conociéndolo por medio de un seguro.

Moderador: ¿Alguien que no coincida o que tenga una opinión adicional? ¿No?

Moderador: *¿Cada cuanto usted acude a un taller mecánico para realizar alguna revisión, mantenimiento o reparación vehicular?*

M3: Cuando corresponde el ABC, cuando el vehículo presenta molestias o cuando se escucha algún ruido o alguna cosa. Para no más, para diagnóstico no.

M1: Cuando hay algún problema urgente.

M6: A veces no tenemos mucho tiempo ¿no?. Entonces, cuando hay algún problema específico o cuando ya se da el kilometraje hay que meterlo al concesionario.

M5: Una vez al año, más o menos.

M7: En mi caso, solo cuando le toque el mantenimiento, nada más.

M8: En mi caso, cuando presenta algún problema y no está funcionando de la manera en la que estoy acostumbrada o cuando necesita sus mantenimientos.

M2: Si yo solo cuando le toca los mantenimientos, creo que depende el tipo de carro, yo lo llevo casi 2 veces al año.

M4: Cuando hay que hacer el cambio de aceite o cuando presenta algún daño. Ahí es cuando se lo lleva, el resto del tiempo... no hay tiempo para ir..

Moderador: Alguien más que quiera decir algo sobre esa pregunta?

Moderador: *¿Cuáles son los principales servicios por los que acude a un mecánico?*

M3: Bueno yo no supiera porque no manejo muy bien ni la parte mecánica, eléctrica ni la parte de frenos...para nada, desconozco el tema.

M6: Bueno creo que coincido un poco pero también cuando le toque ya que lo voy a llevar a matricular. Entonces ahora lo voy a tener que llevar antes para que me lo revisen y todo eso. Luego, lo llevó a la matriculación, a la revisión técnica.

Moderador: Entonces básicamente coincidieron en que no tienen mucho conocimiento sobre los servicios mecánicos o de mantenimiento

M6: Sabes que.. cuando me voy a la playa también doy un chequeo para ver cómo están los líquidos y cosas así.

Moderador: Alguien que no esté de acuerdo y diga no, yo si conozco y sé hacerlo. ¿Nadie? Bueno

Moderador: La siguiente pregunta es: *Al acudir a un taller mecánico ¿en qué se fija principalmente para decidir optar por su servicio? Qué es lo primero que dicen “sabes que con este me quedo y no con otro”.*

M3: Cuando genera confianza, cuando se toma su tiempo, cuando se lo nota preocupado, cuando me dice a ver qué es lo que tiene, como no sé, me siento para sentir lo que usted siente cuando está manejando el carro, ahí eso me genera confianza porque veo que está preocupado por mi problema.

M1: Si, es bueno cuando te enseña o te explica que está roto o dañado para porque muchas veces no sabemos qué es lo que está pasando. Así sentimos que ok, si nos va a arreglar bien lo que está dañado y no nos va a ver la cara.

M5: Claro también cuando cumplen con la fecha puntual de entrega del vehículo. Dice una fecha y bueno mañana a tal hora pero cuando se demora, no otro día más ahí ya me genera desconfianza.

M7: Si realmente como han dicho todas, tú sientes cuando una persona te está diciendo la verdad, te explica porque obviamente en la mayoría de las mujeres que desconocemos

los temas mecánicos y esta persona nos explica bien, de pronto no tan técnicamente pero, si nos da a entender lo que puede estar pasando con el vehículo y nos da soluciones verdaderas, nos da respuestas realmente verdaderas, se nota que es honesto al decirnos que está pasando entonces ahí se genera confianza. En mi caso, como mi vehículo apenas tiene 4 años no he tenido problemas para llevarlo por otras cosas más que por mantenimiento y cuando he salido de viaje le pego una llamada (al mecánico) porque siempre ha estado pendiente de si yo lo llamo, él enseguida me atiende y me explica la pregunta que yo le haga. Eso a mi me ha generado bastante confianza y por esa razón siempre lo llevo al concesionario y confío muchísimo en lo que me dice. Y siempre he coincidido en que está todo bien con lo que me dice también.

Moderador: ¿Alguien más que quiera añadir algo? ¿No?

Moderador: Bueno la siguiente pregunta es, *¿cuánto aproximadamente está acostumbrado a invertir en el arreglo o mantenimiento básico de su vehículo?* Sea un ABC o algo súper básico.

M3: \$25 el ABC, es filtros, bujías, cambio de aceite. \$25 es lo que vale el ABC. Y el resto pues, los repuestos máximo cuando he tenido problemas mi carro unos \$200 pero 1 a máximo 3 veces al año.

Moderador: ¿Alguien más?

M4: Yo, como mi carro es antiguo es un Toyota Fort Lauder, todos los repuestos son caros. Así que nosotros si gastamos quizás unos \$100 en mantenimiento y alguna vez que hemos tenido problemas de repuestos y eso si gastamos por lo menos unos \$500 para reparar ese carro. Por eso es que cuando se daña, sufro realmente porque es muy caro.

M6: Bueno entre unos \$180 tal vez, al menos eso espero que me cueste el mantenimiento, o sea que vaya más o menos en ese rango. Que no pase de los \$200, bueno ya.. Pero por ejemplo ahora me va a tocar un mantenimiento y el hombre (mecánico) ya me dijo que “el otro va a ser más caro eh” entonces con tal de que me lo dejen bien porque si no queda bien ahí sí me molestaría sobremanera.

Moderador: ¿Alguien más?

M8: Mensualmente, cada que le toque gastaría entre unos \$90 a \$130 en mantenimiento completo, prefiero hacerlo completo que solo un básico porque sino siento que si le hago uno básico y algo le pasa después, va a ser otra vez.

M5: Si, el mantenimiento más o menos sale en \$100 a veces llega hasta \$200, ¿no?

Moderador: ¿Alguien más?

M7: En mi caso también el mantenimiento que yo le he hecho a mi carro siempre ha sido el completo, no el básico porque es lo que le ha tocado y ha estado aproximadamente entre \$80 a \$150, más o menos.

Moderador: Ok, ¿alguien más?

Moderador: *¿Cuál es el método de pago que utilizan al acudir a un servicio mecánico o compra de repuestos? ¿Cuál es el que más utilizan?*

M3: Efectivo o Tarjeta de crédito.

M7: Tarjeta de crédito.

M4: Tarjeta de crédito.

M6: Yo si pago con la tarjeta de débito.

M1: Tarjeta de crédito también.

M8: aunque dependiendo del valor a pagar. Si es un mantenimiento no más sería en efectivo y si es el mantenimiento o algún cambio de pieza que haya salido, ahí sí con tarjeta de crédito

M2: Yo también lo hago con la tarjeta de crédito.

M5: Si es simple sí, en efectivo. Si es más costoso con la tarjeta.

Moderador: *¿Estaría dispuesto a pagar para poder tener la facilidad de agendar citas para arreglos o mantenimientos vehiculares al momento y desde el lugar en el que lo necesite? ¿Si o no? ¿Por qué?*

M5: Sería bueno una buena opción.

M6: Sería bueno porque nos organizamos.

M3: Me gustaría más bien saber en dónde está ubicado el lugar, ahora es muy importante saber dónde está ubicado el sitio que va a dar ese mantenimiento. Eso me viniera a la mente, se me viniera a la mente si es que ese establecimiento tiene todos los implementos, es decir, parte eléctrica, tubo de escape y esas cosas que nosotras no conocemos y que sería bueno que tenga absolutamente todo para no deambular porque por lo general, son los hombres los que saben eso. Acá está la parte eléctrica, acá está el tubo de escape, acá está el radiador. Entonces a mi me parecería super bueno si es que en un solo establecimiento existe todo aquello que uno pudiera necesitar en su debido momento, entonces ahí me parecería excelente y yo sí iría, así no deambulo.

Moderador: Ok, ¿alguien más?

M8: Yo coincido igual con lo que dice M3.

Moderador: Ok les voy a hacer otra pregunta porque se nos va a cerrar el zoom porque por lo que veo si les parece interesante. Al momento de necesitar un repuesto o servicio mecánico para su vehículo, *¿son ustedes las que acuden a los talleres o puntos de venta para llevar digamos el carro o una tercera persona lo hace por ustedes?*

M6: Yo lo hago.

M7: Yo también.

M8: Yo también lo hago.

M5: Prefiero hacerlo yo misma

M4: No lo hago yo, lo hace mi esposo

M3: A veces yo otras veces no, una tercera persona pero sí me gustaría yo hacerlo y de paso ahí aprendo porque siempre mi impedimento ha sido el no saber entonces como no me ha provocado confianza, pero si hay un sitio que si me da confianza, que encima hay todo allí y me explican, ahí si iría y siempre iría pero por lo general yo evito ir.

Moderador: Ok, esta pregunta es la base de nuestro modelo de negocio y es: *¿Les gustaría poder encontrar talleres calificados o repuestos de calidad en un solo lugar al momento y lugar que ustedes lo necesiten?* Que tengan la ubicación, sean calificados por ustedes mismas, es decir, por la comunidad.

M3: 100%

M4: Si, muy bueno.

M6: Sí claro, sería lo ideal.

M1: Sí.

M5: Sí, 100%.

M8: Si, sería algo real que cumpla las expectativas del cliente.

Moderador: Con esto finalizamos, les agradecemos su colaboración y por haber estado presentes en este grupo focal.

Apéndice B: Grupo Focal Hombres

Transcripción del focus group realizado el día lunes 13 de junio de 6:00 a 7:20 de la tarde a través de la plataforma de zoom

Esta sesión de grupo contó con la participación de 5 hombres con las siguientes características:

	Nombre	Edad	Estado Civil	Profesión/Área Trabajo	N# Vehículos
H1	Marco Taco	58	Casado	Ing. especialista en equipos médicos	2
H2	Samuel Velastegui	39	Casado	Laboratorio dental	1
H3	Juan Carlos Franco	33	Soltero	Publicidad	1
H4	Jose Jara (Dom)	48	Casado	Publicidad	2
H5	Ricardo Flores	32	Unión Libre	Marketing	1

Moderador: Buenas tardes y bienvenidas a este grupo focal, que tiene como principal objetivo recolectar datos necesarios previo al desarrollo de un modelo de negocios que facilita la entrega de servicios de mecánica automotriz en la ciudad de Guayaquil, como parte de la investigación de mercado del trabajo de titulación de estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Casa Grande. La sesión de zoom será grabada y su participación anónima, cualquier opinión que tengan y deseen compartir será correcta. Si no concuerdan con lo que piensa otra persona no hay problema, podrán refutar y decir lo que piensan, ¿Alguna pregunta?

Moderador: Les presento “My Garage”, es una aplicación a la cual ir al momento en el que necesiten realizar un mantenimiento o reparación de su vehículo. La primera pregunta es, *¿cuando su vehículo tiene un problema, ¿cuál es su preocupación principal? Tiempo de espera, movilización, costo*

H5: Lo primero que pienso es cuánto va a salir el daño.

H3: El costo cuánto me va a costar arreglar esto

H2: Primero el daño y luego el costo.

H4: Yo en mi caso el costo y el tiempo que me tomaría volver a tener la unidad operativa.

H3 : Si pienso primero si el daño es grave, de ahí cuanto va a costar repararlo y de ahí cuanto tiempo voy a estar sin carro, de ahí como me voy a mover, cómo voy a solucionar, cuánto voy a tener que gastar en transporte si es que me tocará moverme en bus, taxi, etc.

H: La primera preocupación que viene es el tiempo que va a tomar en tener la unidad disponible, segundo el costo y el daño al final pero lo más preocupante cuando uno tiene un vehículo como medio de trabajo o movilización, es que tiempo vamos a estar sin esta herramienta de trabajo.

***Moderador:** En este caso, como me comentaron el tema de movilización. Mientras ustedes no cuenten con su movilización propia, que alternativas de medios de transporte utilizarían? Es decir, puede ser que un conocido los moviliza con su vehículo o utilizan uno provisional que le ofrece el taller o el seguro, alguna cooperativa de taxis o en bus.*

H3: En mi caso, principalmente entre semana voy a la oficina nomas entonces en mi caso tengo una compañera de trabajo que vive cerca y me puede llevar. He escuchado de la opción de que el seguro te provea algún vehículo temporal pero la verdad es que yo nunca he hecho eso. Siempre cuento con algún conocido o alguien que me pueda transportar.

H4: En mi caso, programo en función de lo que hay que hacer cada día con el otro vehículo. O sea hay que optimizar el uso del otro vehículo.

H2: cuando no tenía vehículo, utilizaba el bus y el taxi. Aquí donde yo vivo más se utiliza el taxi y el transporte urbano.

***Moderador:** Y nadie utilizaría un transporte alternativo más ecológico como la bicicleta?*

H2: En mi caso sí. Lo estuve utilizando una bicicleta ya que aquí en la ciudad en donde yo vivo las distancias para irse de un lado al otro son pequeñas, son cortas no como en las ciudades grandes. Solo que ya no cuento con ese medio de transporte porque se me lo robaron pero tengo el vehículo. De ahí utilizaba otros métodos como caminar porque como te dije aquí las distancias son más cortas de ir de un lado al otro. Aquí todo se concentra en lo que es el centro de la ciudad.

H5 : realmente no he considerado usar bicicleta acá en la ciudad porque si me da un poco de miedo, creo que todavía no hay conciencia para andar en bicicleta libremente y

de ahí busco taxis o alguien cercano que me puede ayudar llevándome a algún lado porque también me da miedo el tema de la seguridad.

H1: En mi caso, como me desempeño en la parte técnica, tengo que movilizarme a diferentes partes cuando el vehículo tiene un problema, me cambia toda la historia ¿no? Entonces trato de quedarme en la oficina o visitar solamente los clientes más cercanos. Y si ya tengo que salir a visitar, lo haría con un taxi-amigo por lo general.

Moderador: *La siguiente pregunta es, ¿adónde acuden cuando necesitan realizar mantenimiento o revisión de su vehículo? Buscan a mecánicos o talleres en la calle o piden referencia. En ese caso, a quien piden esa referencia*

H4: En mi caso, yo tengo un mecánico de confianza de años. Si tengo absoluta confianza para que el vehículo llegue y diagnostiquen lo que hay que hacerle mantenimiento y se autorice automáticamente la reparación y hasta que lo entreguen. Pero ahí ya la absoluta confianza porque ya son años.

H2: Sí, lo mismo. Llamaría a un mecánico de confianza en este caso que tengo un vehículo nuevo, por lo general siempre mantiene una garantía y si en algún tema de algún daño que persista saliendo de fábrica entonces yo ahorita lo que hago es enviarlo directamente a la casa donde me vendieron el vehículo que aún cubre la garantía.

H1: En mi caso tengo dos vehículos, uno que está en garantía por kilometraje definitivamente lo enviamos a la casa de donde nos sacan un ojo de la cara pero toca llevarlo y en el otro vehículo que ya tiene más de 5 años, uno busca siempre un mecánico de confianza con el cual uno se siente cómodo, incluso le dejamos el vehículo el tiempo que sea necesario y confiamos en todo lo que él diga. Como ya uno para decir que es el mecánico de confianza es porque ha dado muestras de que se puede confiar en él, entonces en esas dos cosas estaríamos de acuerdo.

H3: En mi caso, afortunadamente desde que contraté un seguro no he tenido ningún percance que me haya visto obligado a utilizarlo pero antes de eso, igual dependiendo de cual sea el servicio que requiera cambio de lugar. Tengo un mecánico de confianza especializado en enderezada y pintada por ejemplo, en ese caso voy a ese mecánico en específico. Si es algún otro servicio de cambio de aceite o algo más rutinario pues también ya tengo un taller para eso o si necesito que algo sea reparado también tengo un taller o mecánico de confianza al cual lo llevo.

H5: Si, un mecánico de confianza y alguna vez que me ha tocado cambiarlo porque no sé no ha podido algo, siempre busco referencias, siempre busco a alguien que le haya

ido bien con un mecánico porque si solemos desconfiar un poco de los mecánicos en general entonces busco alguna referencia.

Moderador: *Por si acaso, en algún momento han buscado algún servicio mecánico a través de medios publicitarios como tv, radio, correo electrónico o redes sociales?*

H4: En mi caso no, no concibo mucho por tema de confianza. Primero hay que conocer y tener referidos para poder utilizarlo. Más que nada por referidos que por una publicidad.

H5: Yo sí pero más por temas superficiales, o sea pintura o tal vez limpieza, no tanto temas mecánicos como arreglar el carro porque eso si me da un poco de desconfianza pero si son cosas más sencillas, sí he buscado en redes sociales.

H2: Yo en mi caso he buscado más accesorios para el vehículo en todas las plataformas de redes sociales pero no, en tema de motor, enderezada, pintada eso no. Eso sí hay un mecánico específico por referencia.

H1: Yo concuerdo con el participante anterior, en redes sociales generalmente buscamos accesorios o partes muy particulares del vehículo que de pronto no se consiguen localmente pero a nivel de mecánica propiamente dicho: daño de motor, generalmente uno acude a lugares donde amigos o familiares nos hayan referido y después de haber conocido uno califica y se queda con ese servicio si es que le pareció bien.

H3: La verdad es que igual, por el tema de publicidad jamás he elegido. Yo los mecánicos que he elegido siempre han sido por referencia y conocimiento por ejemplo de mi papá, yo crecí viendo cual era el mecánico de confianza de mi padre y por ende, ese se convirtió en el mecánico de confianza para mí.

Moderador: *¿Son ustedes quien acude a los talleres o puntos de venta de repuestos o una tercera persona lo hace por usted?*

H4: En mi caso, para recibirlo lo hago yo. Porque quiero entender que hizo con mi vehículo. Ya para el caso que ya tenga muy claro lo que se hizo y cuanto es lo que va a costar, solo para retirlo puede llegar a ir una tercera persona, pero para llevarlo y ver como están haciendo el trabajo crucialmente yo.

H1: Exacto, yo coincido con esa contestación. Para evaluar el daño del vehículo, con el mecánico de confianza que tengamos voy personalmente. Después de eso, si va demorar mucho tiempo ya llevaría a una tercera persona que vaya como una forma de fiscalizar y que vea como va el proceso del equipo. Y ya si al final hay tiempo, iría a verlo

personalmente. Pero por lo general al ingresar el vehículo y ver la evaluación queremos crear... todos aquí... queremos ver y conocer qué mismo es lo que le paso al vehículo.

H3: En mi caso, siempre me gusta ver con mis propios ojos cuál es el problema y hacer el seguimiento de todo cuando voy al mecánico o al taller o lo que sea. Inclusive, no sé, yo soy bastante insistente en saber exactamente que está pasando, en qué parte del proceso vamos. Entonces siempre voy yo y me meto yo y si me tengo que meter debajo del carro con el mecánico lo hago, para saber con gran detalle todos y cada uno de los procedimientos que se están llevando a cabo.

H5: En mi caso va mi novio, siempre me ha gustado ir acompañado, así sea por mi hermano o por mi novio pero siempre trato que si me toca hacerlo a mi, espero ir junto a alguien más porque no sé mucho del tema.

Moderador: ¿Consideras que le dan el mismo trato a la mujer si va sola, o si va acompañada?

H5: Osea creo le explican menos, es decir no le dan la explicación completa porque sienten que no van a entender.

Moderador: Alguna otra opinión? ¿No? Ok seguimos

Moderador: *¿Por qué consideran importante mantener su vehículo en buenas condiciones ?*

H2: Porque, mantener el vehículo es más barato que hacer un mantenimiento correctivo, en el mismo si sufres las consecuencias que si te cuesta más el daño imprevisto te deja sin el vehículo por más tiempo. En cambio, en un mantenimiento programado tu realmente programas en el momento que deseas realizarle el mismo. Entonces cuando lo programas lo costearas, por lo que prefiero programar los mantenimientos de acuerdo a lo que diga el manual.

Moderador: ¿Alguien más?

H2: Osea yo trato de realizar los mantenimientos de acuerdo al kilometraje del vehículo, es lo recomendable que te dice la casa cuando te lo vende. Para por ejemplo cuando se sabe que cada 5000 km se hacen lo que son cambios de aceite, de filtro, los filtros del aire. Pero también conllevan lo que es alineación. Pero a cierto nivel de kilometraje del vehículo, se realizan otros cambios, entonces ese tipo de mantenimiento me gusta hacerle. Ahora que tengo ya un segundo vehículo, esto me permite no tener problemas o inconvenientes peores.

H1: Bueno, es importante mantener el vehículo en buen estado, por que de acuerdo a

eso cuando lo utilizamos como medio, como una herramienta de trabajo, como un medio más que nos va a llevar y nos va a traer a un punto determinado tener problemas con el vehículo por no darle mantenimiento significaría un verdadero caos. Siempre hay que de una u otra manera estar pendiente, si no estamos pendientes de la cambiada de aceite cada 1000 km dependiendo del tipo de aceite que le pongamos y otras cosas más. Entonces hay que prevenir eso. Pero eso lo hacemos más, cuando el auto es nuevo entonces estamos muy emocionados e ilusionados por cuando el carro ya tiene 5 a 7 años ya llevarlo a la casa es un gasto innecesario de dinero. En ese caso ya queda a discreción de cada participante.

Moderador: Otra persona? ¿H3?

H3: Sí, en primer lugar la pregunta se me hizo extraña porque sobre considerarlo importante, claro que sí...

Moderador: Pero se refiere a todo el tiempo, es decir tomando la palabra del anterior participante dijo que para evitar hacer mantenimientos correctivos, es decir que al momento que algo se descompone ahí recién se lo lleva al mecánico.

H3: Estoy totalmente de acuerdo con eso.... si uno hace los mantenimientos a tiempo y está revisando constantemente que el auto no tenga ninguna avería ni ningún daño ni nada por el estilo, prefiero hacerlo así a hacerlo ya cuando este desarmándose e ir ver como soluciono en ese instante. Además, mientras más tiempo pasa, más caro es, pero yo he vivido las dos realidades. Con un auto nuevo que voy haciendo todo de forma responsable y con tiempo para evitar que se dañe y también he tenido un auto por bastantes años y hay que estar llevándolo por averías y en ese caso pues cuando ya es un carro que tiene ya muchas cosas que arreglar pues voy colocando prioridades, las que son muy urgencias las realizó de forma inmediata y las que no son tan urgentes si las dejo pasar o espero que se presente algo un poquito más grave para hacer por así decirlo “un combo”.

H5: si lo que han dicho un poco, hay que tenerlo... osea hacer los chequeos, para que luego no hayan accidentes, para evitar daños muchísimo más graves. Incluso si lo quieres llegar a vender, para tenerlo en muy buenas condiciones si lo quieres vender, es necesario que no pase ya el problema. Si no, hacerle los chequeos correspondientes.

Moderador: La siguiente pregunta es...*¿Cuáles consideraría como servicios de mantenimiento ideales para su vehículo en un taller mecánico?*

H4: Bueno en mi caso, debe de tener lo que es la lubricación como base, pues también sistema de alineación y balanceo. Equipos de diagnosis, por hoy en día los autos en la parte electrónica como lo que es el motor se evalúa, con un equipamiento de computadores para poder hacer el test de como están las cosas. Esos son los requerimientos que para mi debe de tener un taller, saber en que estado esta el vehiculo y que requiere hacerse, también tomando la opinión que dijo otro participante hasta a veces por un tema de presupuestos priorizar los mantenimiento que se deben hacer. Porque a veces pueden darse mantenimiento que no son tan urgentes y el costeo es fundamental, por lo menos para mi siempre.

Moderador: Muy bien, ahora otra persona ¿H2?

H2: Concuerto bastante con la opinión de la persona anterior, en un sitio aparte de lo que menciono si me gustaría que tenga el servicio de enderezada y pintada que aveces si tenemos rayos o hendiduras que se dan... Lo digo por experiencia, yo tengo un sitio donde dan el servicio de lavado profundo, por debajo, por dentro, alfombras, todo.. sillas. También brindan ese servicio de los rayones, y tienen eso de le ponen un líquido y la pulida. Y me acuerdo que también tenían un sistema que por los golpes también a veces pueden enderezar. Ya ahi tambien se que mas adelante van a tener un sistema de escaneo del vehículo, por ejemplo a los vehículos de ahora siempre les ponen un escáner y saben exactamente lo que tiene el vehículo para de esa forma dar un servicio adicional, por ejemplo si es mecanico o si es algo electrico o de sistemas de caja de cambio. Eso si te lo da una casa pero te lo cobra, y los valores que son de la casa son mucho más caros que lo que encontramos en otros sitios. Entonces, son servicios que ellos te están ofreciendo como para tenerlo así como clientes... me gusta eso.

Moderador: Ok, ¿otra persona?

H1: Si, Correcto. Para mi el mantenimiento preventivo ideal sería el que cualquier centro de mantenimiento que tienen claro que revisar por \$20 dólares o por \$50 dólares, los frenos, la alineación, balanceo, máquinas de compresión. Que todo lo que le haga le pase por el escáner, o lo que ofrecen lo hagan pero a conciencia, en forma de que lo se pague sea poco o mucho verdaderamente digan lo que tiene el vehículo y que cosas se pueden solucionar a corto y mediano plazo. Eso sería lo ideal, que lo que ofrecen se cumpla. Que sean verídicos en lo que ellos hacen.

H5: Si justamente lo del escaner es super importante, que existan mecánicos que tengan ese servicio es super útil. Pero en general yo creo que lo mejor es tener un lugar donde puedas encontrar todo... desde mantenimiento, repuesto, pintura. Es más fácil tener

todo en un solo lugar, que tener que mover el carro de un lugar a otro, si es algo más grave y tienes que mover muchas cosas.

H3: Bueno en sí, en general concuerdo con todas las opiniones, creo que en términos generales sería bueno un lugar que tenga todo los servicios sería muy útil en tema de comodidad. Sin embargo, por experiencias pasadas he notado que encontrar lugares especializados en algún servicio a la larga puede resultar un poco más conveniente por la calidad del servicio que pueden. Como mencione antes, yo tengo un mecánico que me ayuda en el tema de lo que es pintura o enderezar o tratar por ejemplo algo causado por un choque, confío específicamente en él, y no quisiera ir a otro lado por más que me ofrecen mil cosas adicionales. También considero que hay talleres donde una vez brindado el servicio te devuelven el carro casi que con las huellas de aceite de mecánico que se sentó en el volante. Por otro lado, también hay talleres que van un paso más y te lo devuelven completamente limpio, lavado y aspirado y tienen ese servicio extra, que al menos yo lo valoro bastante.

Moderador: Listo, la siguiente pregunta es.. *al acudir a un taller mecánico, ¿En que se fija principalmente para decidir optar por su servicio y no por otro? ¿Qué espera de los trabajadores además de un trabajo bien realizado?*

H1: Bueno, primero las instalaciones. Segundo, el tipo de herramientas que van a utilizar es muy importante. Yo conozco mecánicos que se pintan de buenos, están recomendados. Pero cuando sacan un destornillador está en pésimas condiciones. Entonces, comienzan a darle unos martillazos al carro. Antes que precio y calidad, veo la limpieza o condición del local.

H2: Primero, como decía la persona anterior; son las instalaciones. Porque obviamente tiene que dar una buena imagen. Segundo, el servicio que te van a ofrecer. Uno puede ir por un servicio pero la persona que te atienda siempre te intenta persuadir para que hagas otro tipo de mantenimiento, más que nada preventivo. Obviamente, todo vendedor lo que trata de hacer es persuadir, pero tampoco es que siempre que entres por una cosa sales con 3 cosas más. Aparte que uno se puede cerciorarse de que el costo que tenga cada servicio sea el adecuado, puede que no encontremos un taller ideal que te brinde muchos servicios a un precio estable o económico. Sería bueno encontrarlo. creo que muchos de aquí iríamos a un sitio ideal. Pero creo que algunos servicios son más caros que otros naturalmente y varían bastante. Pero eso es lo que me gustaría encontrar.

H3: En cuanto a servicio al cliente, buscamos que nos atiendan bien, rápido. Bueno, a mi personalmente me gusta que me digan las cosas como son. Anteriormente, me han tenido tonteando, no me dan respuesta. No está listo, pasan dos-tres horas y nada y me toca ir y caerles de sorpresa al taller para presionar y ver como van avanzando las cosas y resulta que el carro esta en las mismas condiciones que cuando lo dejé y que no lo han hecho. Y ahí es cuando empiezan a buscar excusas, esto es lo que ha hecho que no regrese a esos lugares. Entonces creo que la transparencia y honestidad es clave para el servicio de calidad.

H4: Es verdad lo que dicen, las instalaciones dicen mucho del servicio, el tema también de los mecánicos que uno percibe si es que sabe o no sabe lo que hace. Más que el asesor de servicios, que es el que te atiende. Tercero también el tema de que el tiempo de entrega, no sea exacto pero al menos un aproximado fiable. Justamente, por eso uno basa la confianza en el taller que uno considera, en función de cómo fluye la comunicación, osea siempre que hay un daño escondido.. porque siempre también pasa eso, de que hay un problema y te dicen que cuesta tanto adicional. Entonces es parte del servicio. Bueno también el tema de las herramientas o equipamiento, al ir uno al taller se puede dar cuenta de que es lo que manejan y sus condiciones. Por último y no menos importante el trato cordial que también es la base. También ha pasado que uno ha ido a lugares que tal vez es bueno pero el trato no es tan bueno, entonces supongo le quita mérito a todo lo que es como taller que realmente el tema de atención es básico para mi.

H5: Bueno, lo que había mencionado de que me gusta que me expliquen lo que está pasando, qué problema tiene, y que me muestren las piezas, el tiempo de entrega también es súper importante, que sean serios con eso. Que no se demore más de eso. Que las instalaciones se vean adecuadas y equipadas

Moderador: Listo, *Si usted no queda satisfecho con el trabajo después de realizado, este presenta daños e inconvenientes, ¿cómo lo maneja?*

H4: en mi caso, hay una garantía si no se cumple o una cosa no quedó bien, inclusive si se hizo un mantenimiento y no quedo bien. Existe la garantía, y fluye mucho ese tema. Es decir, el carro vuelve a ingresar, vuelve a hacer un chequeo sobre el reclamo, y no he tenido problemas en ese sentido

Moderador: ¿Alguien Más?

H3: Yo, en mi caso una vez me chocaron y accedí pues precisamente para no alargar el tema y no pasar por mucho trámite y mucha cosa. Accedí a llevar el carro a donde la

persona que ocasionó el choque dijera y pues la verdad es que fue una experiencia turrísima, tuve que esperar muchísimo tiempo que era justo lo que mencionaba. Al final, no quedó bien arreglado y pues tuve que ir y hacer que lo arreglen al mismo taller porque ya estaba cubierto el valor de eso y pues al final el servicio es clave. Por más que las instalaciones sean buenas, por más que los equipos sean de última tecnología si el servicio no es bueno no tengo razón para volver a ese taller.

Moderador: ¿Alguien que tenga un comentario sobre eso?

H4: En el tema que menciono del choque, cuando alguien te choca tu debes de arreglarlo en tu taller de confianza. No en el taller que te ponga el que te hizo el daño, jamas va a quedar bien.

H2: Eso es verdad, mas que nada por que tu conoces el taller y el te va a decir cuando te van a costar los repuestos.

H3: Claro eso fue una experiencia mala que tuve.

H4: Yo también, por eso si nunca más. Por eso es que ahora lo llevo a mi taller siempre, aunque cueste un poco más o menos ya sabes la calidad de trabajo que te va a hacer, al ser la persona que tu le tienes confianza.

H1: Bueno, volviendo al tema de la garantía del trabajo en los talleres. Realmente en nuestro país latino es una utopía. Hay que tener bastante suerte para acceder a eso, porque mucho mecánico (a no ser que sea de confianza) ellos van a tratar de lograr que se cree otro problema y tratar de sacar ventaja de eso. Por eso es que uno termina discutiendo o tratando de pelear para obtener algo justo, por algo que se desvirtuó totalmente. Y eso pasa a nivel general con todas las empresas, la garantía es una utopía.

H5: Si eso me paso justamente, lleve mi vehículo por un tema del aire, no lo arreglo y cuando regrese para que ya por fin lo arregle no estaba así, me lo entregó de otra manera y me tocó llevarlo nomás a otro lado. Por eso lo que dice la persona anterior es verdad, aquí la garantía no funciona.

Moderador: ¿Alguien más que quiera opinar sobre este tema?

H2: Bueno, yo creo que si ya obtuve un mal no regreso a ese sitio, no me ha pasado ahora, o bueno creo que no me ha pasado nunca porque siempre que voy a un sitio es por una recomendación. De acuerdo a la necesidad que solicite, por ejemplo si es un tema de cambio de aceite o si es algún tema de frenos o de la caja de cambios. Siempre voy por referencias de otras personas. Las personas que conozco y que han dado garantía del trabajo.

Moderador: *¿Cada cuánto tiempo usted acude a un taller mecánico para realizar alguna revisión, mantenimiento o reparación vehicular? ¿Mensual? ¿Trimestral? ¿Semestral? ¿Anual?*

H3: Yo creo que trimestral en mi caso por el vehículo que tengo, por un tema de cambio de aceite es un buen estimado. De ahí si se presenta alguna cosa adicional es difícil medir en tiempo. Cuando se de la necesidad también, y si es cada mes que eso sucede pues cada mes tocará ir.

H2: Bueno en mi caso también coincido en lo que acaba de decir, lo hago de forma trimestral.. casa cierto tiempo. Anteriormente, también he tenido vehículo de casa siempre entonces a no ser que sea un desperfecto que no esté dentro del parámetro que me indique la casa, lo llevo por la garantía. Pero de ahí no, cada tres meses.

Moderador: ¿Alguien que coincida o no?

H4: En este caso el chequeo, se hace en cada cambio de aceite. Lo bueno de este taller es que el cambio de aceite es minucioso, el carro es elevado y lo chequean por algo llamado 10 puntos. Y le revisan desde los temas más básicos como desgaste de llantas, la parte mecánica. Osea escaneo no le hacen pero si se visualiza en cada cambio de aceite. Es la parte que es muy buena en ese taller, el cambio de aceite representa también hacerle un chequeo al carro

H1: Bueno, yo tengo dos casos. En el primero que tengo un carro nuevo, obligadamente acudir a los chequeos periódicos del concesionario para que no se me anule la garantía y bueno me toca pagar lo que tenga que pagar. Pero en otro caso, con tro carrito que tengo de más de 5 añitos ese ya uno lo conoce, sabe el sonido del motor, el pique del motor, el ruido que hace cuando cae, todo eso da alerta de que algo está pasando. Como los amortiguadores, los frenos... Entonces uno ya sabe que tiene que llevarlo al taller. Al menos yo en mi caso del auto viejito no tengo un cronograma o una frecuencia para llevarlo a mantenimiento. Lo llevamos cuando pensamos que se está presentando un problema. Por ejemplo: en la mañana no quiso arrancar porque la batería estaba perdida, y esas cosas son las que nos obligan a llevarlo.

H5: Si, cada 3 meses y 6 para chequeo general o cuando tiene un daño y hay que llevarlo que puede ser un par de veces al año que pasa eso.

Moderador: *¿Cuánto aproximadamente está acostumbrado a invertir en el arreglo o mantenimiento de su vehículo?*

H3: En mantenimientos incluida la mano de obra unos \$50.

H4: En temas de cambio de aceite, es dependiendo del carro, por ejemplo si es con aceite sintético serian unos \$60, por el aceite mineral serían unos \$40 a \$50, en temas de suspensión estos siempre se encuentran por encima de los \$500, en alineación y balanceo junto con el giro de llantas serian unos \$30.

H2: En mi caso cada vez que me toca hacerle la revisión a mi vehículo, el presupuesto se coloca de \$180 a \$190, esto es porque lo realizó en la casa matriz, de ahí el precio un poco elevado. Cabe destacar que cada vez que el vehículo va subiendo de kilometraje, es obvio que el presupuesto se va a elevar. Según mi cálculo, la próxima revisión que le realice a mi vehículo puede estar en los \$200.

H1: Es relativo, porque en costos y mantenimiento si es una revisión general el precio puede ir de \$30 a \$50, pero si este se realiza en la concesionaria ya se sabe que el precio será elevado. El problema que se tiene con la concesionaria es que al momento de realizar el servicio, los empleados se llevan el vehículo y el usuario no puede saber en dónde está su carro ni que le estan haciendo, lo unico que se sabe es que al final de este la concesionaria te entrega una factura enorme diciendote que ya le han ajustado todo al vehículo y lo único que le toca al usuario es creer en lo que le están diciendo.

H4: Es verdad, el valor del servicio en la concesionaria se duplica, yo he calculado entre el concesionario y el taller de confianza y el valor es bastante elevado. Por eso es importante tener un taller de confianza bien equipado de buen nivel.

H5: Creo que depende del carro, si este es un carro nuevo lo llevas a la concesionaria para el mantenimiento, el valor podría alcanzar hasta los \$200. Si en cambio el vehículo ya es usado, el valor podría ser alrededor de \$70 a \$100.

Moderador: *¿Cuál es el método de pago que más utiliza al acudir a un servicio mecánico o compra de repuestos? ¿Por qué?*

H4: Mi pago lo realizo con tarjeta de crédito, en cheque o en efectivo.

H2: Normalmente los repuestos si los compro en la casa automotriz los compro con tarjeta de crédito por facilidad, pero con el mecánico de confianza suelo pagar en efectivo para que este pueda reparar el carro más rápido.

H1: En mi caso siempre lo he hecho con tarjeta de crédito porque como ya habrán podido escuchar los valores que se manejan por hacer mantenimiento en casa son altos, y usando este método me da la posibilidad de poder pagarlo por cuotas. Ese es mi único método de pago.

H5: Generalmente si tengo la posibilidad hago mi pago con tarjeta de crédito, aunque hay algunos mecánicos que no ofrecen esa opción y solo aceptan pago en efectivo, pero mientras pueda hacerlo con tarjeta, lo hago con tarjeta. Más uso esta opción por los valores que no son bajos, es decir si pasan de \$300 es con tarjeta.

H3: Tarjeta de crédito si existe la posibilidad, sino con efectivo.

Moderador: *Muy bien, ahora vamos a comenzar con las preguntas que son más acorde a nuestro modelo de negocio. ¿Estarían dispuestos a pagar para poder tener la facilidad de agendar citas para arreglos o mantenimientos vehiculares al momento y desde el lugar en el que lo necesite? ¿Si o no? ¿Por qué?*

H2: Eso sería ideal, he visto una empresa que tiene talleres móviles es decir es como un taller trepado en un camión, pienso que a eso te refieres. Yo nunca he experimentado el servicio en uno pero suena ideal, yo sí le daría uso.

H3: Para mi sería increíble, obviamente si es que la empresa que ofrece este servicio maneja los vehículos que más están en el mercado, es decir los más comerciales porque con ello ya sabría que repuesto va para cada vehículo. En mi opinión si sería super ideal ese servicio.

H1: En este caso estamos hablando de vehículos, hay aplicaciones en internet que ofrecen todo tipo de servicios. El problema es que cuando uno entra por ese medio a buscar un profesional que nos ayude en una tarea específica, la plataforma se puede ver como buena pero el servicio una vez contratado termina siendo de muy mala calidad; entonces todo lo que ofrecen se vuelve en un factor negativo. Por ejemplo, cuando uno va al banco le ofrecen este tipo de servicios (servicio de mecánica, etc.). En mi opinión, soy muy escéptico con respecto a los servicios brindados por aplicaciones, es porque no me ha ido muy bien.

H4: No, no lo tomaría porque obviamente se basa en un tema de confianza. No se como van a manejar el tema de mantenimiento, porque se pueden percibir como a bajo costo el tema de servicio pero en el momento en que se hacen los trabajos puede ser que suban los costos.

H5: Yo creo que si lo probara, es conveniente poder agendar el servicio cuando se lo requiera. La mayoría de las veces no sabes cuando te va a pasar y si lo puedes agendar en ese momento creo que sería lo ideal.

Moderador: *La siguiente pregunta es verdaderamente la base del negocio, porque algunos comenzaron a comentar que si este era como los talleres móviles. La pregunta es: ¿Les gustaría poder encontrar talleres calificados o repuestos de calidad en un solo lugar (aplicación móvil), al momento y lugar de usted necesitarlo?*

H2: Yo estaría abierto a hacer la prueba, pero una cosa es poder ver publicidad maravillosa y acceder, esto lo hace ideal en primera instancia pero obviamente es la experiencia lo que va a certificar si vale la pena o no.

H3: Yo pienso que nosotros como personas siempre nos motivamos en probar un servicio nuevo, tal vez por medio de recomendaciones. En mi opinión yo sí lo haría, así sea un servicio pequeño, y poco a poco atreviéndome a probar otras cosas más (repuestos, servicios, etc.) para tener la capacidad de poder recomendar esta empresa a alguien más y dar esa referencia. Muy aparte de la publicidad que ellos tengan o la imagen que ellos proyecten, uno sabe que la publicidad puede ser engañosa, pero siempre como persona yo estaré buscando preferencia. Si a mi me preguntas, yo sí lo haría, obviamente comenzando de a poco.

H5: Si tal vez con arreglos no tan grandes para probar, pero si lo usaría.

H1: En realidad me gustaría buscar una aplicación que me permita utilizarla como agenda, para así poder meter todos los datos del vehículo o de los vehículos que tenga y en donde pueda poner cuando le hice el cambio de batería, llantas, aceite etc. y dependiendo del kilometraje o del tiempo cuando nos tocaría el próximo cambio, de tal forma de poder agendar y tener una bitácora del vehículo en todos los años que han pasado y como ha ido evolucionando y que a la vez me permita coger esa información y llevarla al mecánico de confianza y decirle que haga el mantenimiento o reparación adecuada, eso sería ideal. Si me preguntan en este momento cuando le cambié las llantas, ni me acuerdo...y gracias a eso me toca buscar papeles, pero si tenemos una aplicación en el teléfono o en la computadora que nos avise o nos sugiera las reparaciones que tenemos que hacer, sería fantástico! También que en esa plataforma se puedan ver talleres reconocidos, porque los conocemos y podemos acceder a ellos, sería lo ideal!

Moderador: Todo lo que usted dijo, lo tenemos. La base de la aplicación es que nosotros somos intermediarios de otros talleres, pero además de eso la aplicación no solamente trata de llevarlos a diferentes tipos de opciones de talleres o lugares en donde vendan repuestos, sino que desde que alguien prende la aplicación puede ingresar los datos del vehículo, para que a partir del kilometraje que tenga, se le muestre diferentes

opciones de mantenimiento que puede realizar y al mismo tiempo también va a tener un historial en el cual se van a guardar todos los procesos que se han realizado dentro de la app o incluso los que no haya realizado dentro de la misma. Esto alimenta la base de datos para que de esta manera se le pueda sugerir aún más mantenimientos o reparaciones que tenga que hacer. Por otro lado, esta aplicación se basa en la calificación de la comunidad, porque como ustedes ya lo han comentado un problema muy grande que existe es que todos necesitan poder sentirse en confianza con la persona que le realiza el servicio y la manera más óptima en la que se pueda realizar eso es además de estando en el lugar, es que la propia comunidad califique este taller. Cuando ustedes ingresan también tienen la opción de encontrar talleres cerca o lejos de su ubicación y pueden utilizar los filtros para encontrar su búsqueda deseada. Por otra parte, también se realiza el seguimiento del proceso de mantenimiento o reparación del vehículo desde que entra el carro al taller hasta que sale.

Moderador: Sabiendo esto, quiero que me cuenten que piensan sobre la aplicación, que les gusta o les disgusta?

H4: Según la explicación, es una muy buena opción. Realmente la confianza que por lo menos para mí es lo más importante, puedo observar que sí la cumple. Si es una buena opción lo que ofrece.

H2: Tengo una pregunta, ¿ustedes como hacen la selección de los talleres?

Moderador: Con respecto a la selección de los talleres desde un inicio se va a establecer un lineamiento de calidad, se va a estipular que requisitos necesitan estos talleres para poder ingresar dentro de la plataforma, si no lo cumplen no ingresa porque si se permite que cualquier taller ingrese no se va a poder lograr un lineamiento de calidad que le guste al consumidor, lo que queremos garantizar es la seguridad y la confianza.

H2: Perfecto, esa es la duda que tenía.

H4: Adicional a lo que dijo el compañero, yo pienso que la calificación deberá ser de parte de alguien técnico al menos en el lado automotriz, porque no es solo cuestión de solo lo que se ve y el equipamiento que tenga, sino que eso también venga de la mano de la opinión de alguien con conocimiento en la industria automotriz.

Moderador: Antes de que hagan más preguntas, quisiera explicar que nosotros con respecto a los lineamientos, planeamos en un primer momento para iniciar la aplicación llevar a expertos a estos talleres para inspeccionar si estos están cumpliendo con estos

lineamientos, tal como el ejemplo de UberEats. En este caso el experto que contratemos va a ir a cada taller a supervisar.

H2: Yo veo en el aplicativo, por ejemplo en donde dice Agenda tu cita, mi comentario es si ustedes alguna vez han pensado que pasaría si es que dentro de los talleres que ya están certificados por la marca MyGarage, tengan otros clientes que no estén dentro del aplicativo. Como sería si por ejemplo yo elijo en mi agenda el horario de las 11am, supongo que esa sería la hora en la que el taller me recibiría mi vehículo y me darían el diagnóstico obvio teniendo en cuenta en que no va a haber otra persona que esté delante mío. Deben tomar en cuenta que a veces los clientes son prácticos y les gusta ser atendidos a la hora indicada y este tipo de problema también suele pasar con las concesionarias. También no deben olvidarse que de acuerdo a las estrellas que tiene el taller certificado de MyGarage, muchas personas van a elegir ese taller porque tiene una buena recomendación, entonces qué pasa cuando se tiene tanta demanda?

Moderador: Nosotros somos intermediarios, es decir el taller va a poner los horarios que ellos tengan disponibles, ellos no pueden colocar el horario que va a utilizar otra persona, por eso es que cuando el cliente ve la sección de Agenda tu cita salen varias horas que no se pueden seleccionar y solo salen algunas disponibles, no porque alguien más la haya utilizado sino también por otro cliente fuera de la aplicación. Por otro lado, aquí también juegan los filtros, es decir si tu como cliente necesitas una reparación o mantenimiento urgente, en el filtro puedes encontrar una opción

Apéndice C: Entrevista a Expertos

Esta sesión entrevistas contaron con la participación de 5 expertos en mecánica automotriz con las siguientes características:

Sujeto/Codigo	Descripción
Experto 1	Mecánico de Taller Sexo: Hombre
Experto 2	Mecánico de Taller Sexo: Hombre
Experto 3	Proveedor de Repuestos Sexo: Hombre

Entrevista Experto 1

Entrevistador: Mi nombre es Santiago Landivar, tengo entendido que tienes un taller mecánico en la ciudad de Guayaquil. Esta entrevista se realiza como parte de la recolección de datos necesaria previa al desarrollo de un modelo de negocios que facilita la entrega de servicios de mecánica automotriz a mujeres en la ciudad de Guayaquil, como parte de la investigación de mercado del trabajo de titulación de estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Casa Grande.

Entrevistador: La primera pregunta es, *¿cuántas personas al día acuden a su taller para realizar revisiones, mantenimiento, o reparaciones de su vehículo?* Y de estas, ¿aproximadamente cuántas son mujeres?

Entrevistado 1: 15 a 20 personas aproximadamente. De esto, un 25% a 30% son mujeres y que generalmente son las esposas de los dueños de los vehículos que los traen porque tienen confianza y saben con quien tratar.

Entrevistador: *¿Cuáles son los servicios mecánicos con mayor demanda en su taller?*

Los más comunes son: cambio de Aceite, ABC frenos , ABC Motor y Diagnósticos, por qué a veces viene un señor y me dice "aquí tengo un sonidito". Y yo le digo ya pues para hacer un diagnóstico para saber que es y ahí es donde me autoriza, pongo equipos y veo lo que tengo que hacer.. o por ejemplo en la mañana me viene una señora que dice "en la mañana no me encendió el vehículo" entonces ahí sería cambio de batería. Los menos

comunes son reparaciones de caja, diferenciales de motor, de ramal completo, los de instalación eléctrica o reprogramaciones.

Entrevistador: *¿Cuáles son las marcas y tipos de vehículo que más ingresan a su taller mecánico para revisiones o mantenimiento?*

Entrevistado 1: Aquí nosotros trabajamos multimarca, si me dices cuales son nuestro fuerte sería el grupo VAG (volkswagen, Audi y Skoda) eso porque somos especializados. Pero de ahí también ingresan bastante grupo PCA (Citroen, Peugeot, Hyundai) o Kia, Chevrolet, Honda, y Toyota. Pero el porcentaje que gana es Chevrolet, por que de esos si hay bastantes y de ahí vendrían los del grupo VAG. De ahí vendrán los coreanos que son Hyundai y Kia.

Entrevistador: En su opinión, *¿en qué cree que se fija principalmente el cliente al momento de optar por su servicio? ¿Por qué regresan a su taller?*

Entrevistado 1: Primero, es que esté limpio. Ahorita últimamente ven un taller sucio y no quieren entrar, osea imagen. Segundo, que demuestre profesionalismo y capacidad técnica en otras palabras que sepa lo que hace y de ahí viene el tema de precios.

Entrevistador: Y cómo podrías diferenciar un taller de otro si tienen conocimiento o no
Entrevistado: Preguntando al mecánico, por ejemplo si el cliente dice “tengo un sonidito aquí adelante” entonces si el mecánico por ejemplo solo se enfoca en eso y no ve lo que está alrededor, o no se pone a analizar los diversos sistemas que trae un vehiculo como que ahí puede notar falta de profesionalismo o más sencillo, si le soluciona el problema o no. Es decir que no lo tenga dando vueltas, que “déjeme ver” y lo hace perder tiempo. Pero también si encuentra algo más que está por dañarse, pero no lo cambio. Dejé una nota para dar a conocer ese futuro cliente el problema y las posibilidades de solución para proceder si desea.

Entrevistador: Cómo se crea esa fidelización

Entrevistado 1: Por el profesionalismo, seriedad y calidad de trabajo

Entrevistador: *¿Cuál es el rango de facturación promedio que realiza por una revisión, mantenimiento o reparación de vehículo?*

Entrevistado 1: Digamos que en un día reparo 3 motores por vehículo, es decir 800 dólares. Pero eso no pasa muy frecuentemente. Por mantenimiento básicos serían 500-600 dólares entre cambios de aceite, ABC de frenos, limpiezas, diagnóstico.

Entrevistador: *¿Cuál es el método de pago más utilizado?*

Entrevistado: En la actualidad, tarjeta de crédito. Pero por el problema que hay en el taller por las comisiones hemos decidido hacer transferencias directas y luego pago en efectivo. Cheque no mucho porque hay que ver si tiene fondos y todo eso.

Entrevistador: Ahora, la pregunta más importante.. *¿Estaría dispuesto a invertir en un sistema que facilite el agendamiento de citas para brindar servicios mecánicos a un mayor volumen de clientes?*

Entrevistado: Si, a nosotros ya nos ofrecieron algo similar que es como lo del Indriver o Uber. Pero no lo acogimos porque nos estaban diciendo que el tiempo mínimo de permanencia eran 2 a 3 horas cuando nosotros, el Taller Auto Perez tiene como ventaja o diferenciación que nosotros hacemos bien las cosas a la primera y en el tiempo necesario. Porque la rapidez en ciertos trabajos trae apuros. Además el costo de mano de obra, estaban tirando demasiado abajo ese valor. Creo que estaban queriendo cobrar un valor de 3 dólares por mano de obra, y eso es imposible porque utilizas máquinas y la electricidad es cara. Además, si tienes que hacer uso de equipos es algo que tiene que devengarse por lo que no va a ver una recuperación de esas herramientas. Si, tu me das el sistema y me aseguras que probaran el servicio y verán si se acomodan el bolsillo o precios del taller. Y entiendan que los tiempos serán largos. Que no es como en una concesionaria donde se demoran prácticamente nada, por que a veces ni cambian el filtro de aceite ni lo limpian. Pero cómo sienten la confianza de “estar en una concesionaria” no se dan cuenta de lo que hacen. Ellos trabajan con tiempo y movimiento. Además como es una empresa familiar, nosotros no tenemos problema en integrar a la persona al proceso, para generar confianza

Entrevistador: Claro ustedes se enfocan en experiencia y conocimiento..

Entrevistador: ¿Por cuáles medios usted da a conocer su servicio mecánico un mayor volumen de clientes? (tradicionales como televisión, radio) o no tradicionales (como correo electrónico y redes sociales como; instagram, facebook, whatsapp etc..)

Entrevistado 1: Instagram, De boca a boca, porque básicamente tiene una trayectoria desde 1991. Además por que nosotros pertenecemos a la red de Bosch Car Service el cual lo maneja Bosh por lo cual ellos nos ayudan con la publicidad. Nos ha servido más lo que es Boca a Boca por lo que IG significa tener muchos seguidores para ser conocido y que realmente sirve como forma de ganar clientes.

Entrevista 2 (Taller)

Entrevistador: ¿Qué tal? Buenas tardes Gonzalo

Entrevistado 2: Buenas tardes

Entrevistador: Le habla Santiago por el tema de la entrevista

Entrevistado 2: A ver Santiago, conversemos y tratemos de resolver mira yo estoy camino ahorita 10 minutos en manejar, crees que eso nos alcanza?

Entrevistador: Si, yo creería que sí. Si usted no tiene problema, sí.

Entrevistado 2: Ok vamos.

Entrevistador: Primero que nada, me presento soy Santiago y esta entrevista se realiza como parte de la recolección de datos necesaria previa al desarrollo de un modelo de negocios que facilita la entrega de servicios de mecánica automotriz en la ciudad de Guayaquil, como parte de la investigación de mercado del trabajo de titulación de estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Casa Grande. Empezare preguntando *¿Usted a qué se dedica principalmente?*

Entrevistado 2: Yo tengo un taller automotriz de vehículos livianos, tanto a gasolina diesel como parte eléctrica, electrónica, carros híbridos y todas esas cosas.

Entrevistador: *Usted dirige el taller, correcto?*

Entrevistado 2: Sí.

Entrevistador: Acerca del taller, aproximadamente *¿cuántas personas o clientes al día acuden al taller?* Sacando cálculos

Entrevistado 2: Bueno el taller en promedio está haciendo alrededor de entre 90 a 120 carros mensuales.

Entrevistador: Perfecto, hablando sobre problemas mecánicos y mantenimientos.

¿Cuáles son los problemas principales por los que va la gente? O sea el problema más común

Entrevistado 2: Bueno en estos momentos el taller está redirigiendose al tema de los vehículos híbridos y ahora estoy recibiendo más vehículos híbridos que los convencionales. Eso tiene problemas con sus baterías por ejemplo.

Entrevistador: En este caso hablamos de baterías de vehículos híbridos, no?

Entrevistado 2: Claro, son baterías de alta tensión que se llaman.

Entrevistador: Ya... y *¿cuales son las marcas y tipos de vehículos que más ingresan a su taller?* Si es bastante variado o hay algo que vaya mucho más común

Entrevistado 2: Nosotros somos multimarca, por ende, hay variedad pero generalmente estamos atendiendo Toyota, Hyundai, Kia. En la línea convencional Ford, obviamente Chevrolet también pero gama un poco más alta.

Entrevistador: Perfecto, quisiera saber su opinión sobre *en qué cree usted que su cliente promedio se fija principalmente cuando va al taller?* Puede ser precio, experiencia, tal vez imagen

Entrevistado 2: El tema de la imagen y el tema de la exposición que pueda uno tener actualmente en las redes es importantísimo.

Entrevistador: Entonces, *¿usted usa las redes para promocionarse, verdad?*

Entrevistado 2: Claro

Entrevistador: *¿Ese es su principal medio de promoción o tienen algún otro?*

Entrevistado 2: Ese es el principal actualmente.

Entrevistador: Y, *¿les funciona?*

Entrevistado 2: Sí, lo que pasa es que este taller es un taller que viene desde la época de mi papá. Él tiene más de 50 años entonces tiene una cartera de clientes anterior que de una u otra manera interesante que nos mantiene gracias a Dios y que aparte de eso, el tema de las redes y de las nuevas tecnologías hacen que al haber menos lugares donde se pueden resolver los problemas, nos ayuda también.

Entrevistador: Claro. Gonzalo, quisiera saber *¿cuál es el problema más común que enfrenta usted en el taller?*

Entrevistado 2: Los repuestos.

Entrevistador: *¿El conseguirlos y el tiempo? ¿O qué factor?*

Entrevistado 2: Claro, el conseguirlos y el tiempo de entrega

Entrevistador: *¿Se suelen demorar días, horas o depende del repuesto?*

Entrevistado 2: No entendí

Entrevistador: Usted dice que uno de los factores es el tiempo, ¿verdad? *¿Qué tanto suele tardar un repuesto?*

Entrevistado 2: Bueno el tema es agilizar cuando se termine el diagnóstico y ya se hace el presupuesto, que el cliente apruebe y que luego de eso llegue el repuesto, si hablamos solamente de la etapa una vez de la aprobación del cliente para que llegue el repuesto, tú sabes que ahora hay ciertos problemas con la logística de entrega de repuestos y stocks de muchos almacenes pero hablemos de repuestos que están en el mercado.

Normalmente en el caso de pedir a Quito, demora de un día para el otro en muchas empresas actualmente. En otros demora 3 días y cuando es en el día, de un día para el otro muchas veces.

Entrevistador: Entonces estamos hablando de ciertas piezas que no se pueden conseguir aquí en la ciudad, ¿verdad? Tienen que venir de otras ciudades

Entrevistado 2: Así es.

Entrevistador: Así como dato curioso, *¿cuál es el método de pago más utilizado en su taller?*

Entrevistado 2: Actualmente es la tarjeta de crédito

Entrevistador: Tarjeta de crédito es lo más común, ¿no?

Entrevistado 2: Transferencias es actualmente más común.

Entrevistador: *¿Alguna vez le han ofrecido algún tipo de negocio con respecto a su taller?* Algún tipo de promoción alguna marca o algún tipo de sistema que le de promoción a ustedes o que quisieran trabajar con ustedes

Entrevistado 2: Sí, sí me ha tocado pero como tú sabes actualmente como se pusieron las cosas claro, todo el mundo quiere algo pues obvio. Entonce cuando quieren entrar en un tema de promoción para ayuda de las ventas y lo que sea, el porcentaje que quieren del proceso resulta no ser tan conveniente

Entrevistador: *¿Suele ser muy alto?*

Entrevistado 2: Yo diría que no conveniente porque eso debe estar amarrado a algunas cosas, por ejemplo, el porcentaje no puede ser el mismo si el pago es con tarjeta de crédito porque solo el local absorbe el costo de la tarjeta de crédito y el que promociona solo tiene su misma tasa entonces la remuneración para el negocio es menor y en base a los costos de ahora, antes se programaba en la venta de un repuesto un 30%, luego bajó un 20%, luego se puede hacer tal vez hasta un 15%. Hay repuestos que a veces hay que ganar solo el 10% y si del 10% le doy el 6% a la tarjeta de crédito, me queda el 4% y del 4% tengo que darle al que me da promoción y quiere que le ponga el precio más barato, no conviene.

Entrevistador: Claro, está siendo un poco intrusivo y no están siendo beneficiados ustedes. Pero esto pasa principalmente porque la transacción la manejan ustedes, ¿verdad? Porque el cargo de la tarjeta de crédito se lo comen ustedes

Entrevistado 2: Es que la tarjeta de crédito cualquier consumo hace eso.

Entrevistador: Correcto, interesante. Bueno Gonzalo realmente quería presentarle un poco nuestro proyecto, como nosotros estamos manejando actualmente una aplicación en la cual manejamos tanto talleres mecánicos como repuestos, tiene esas dos funciones. En este caso, le puedo hablar sobre los talleres mecánicos en el cual nosotros, ¿usted

conoce la aplicación Uber, verdad?

Entrevistado 2: Claro.

Entrevistador: Imagínese un Uber Eats pero con talleres mecánicos. Nosotros como tal no cobramos tasa al principio verdad, y esto les va a dar promoción. No solo es una promoción tanto para talleres mecánicos, sino que también les vamos a ayudar por ejemplo con el tema de la tarjeta de crédito que usted nos estaba mencionando. Las transacciones las manejaremos nosotros, por lo cual ese cargo se va hacia nosotros, hacia la aplicación. Y por otro lado, nosotros tenemos un sistema de agenda, revisiones, normalmente para este tipo de talleres. Entonces, en esta propuesta de valor que estamos creando, nosotros no somos intrusivos, no modificamos precios, no lo obligamos a cambiar nada, solo hacerse responsable de las cosas que agenden los clientes dentro de la aplicación. Si alguien viniera a proponerle un negocio a usted, ¿qué le gustaría que estuviera en esta aplicación o que no le gustaría que estuviera, qué podría ser un problema para usted?

Entrevistado 2: Bueno en estos momentos el que me ofrezca un negocio tiene que ser para ganar los dos. No para yo ganar menos y que él pueda ganar.

Entrevistador: Correcto

Entrevistado 2: Eso es una parte importante. Segundo, hay algo que me inquieta de lo que me acabas de decir. Yo tengo trabajos de clientes míos que por decir algo tengo que cambiar un repuesto en el que no me puedo ganar más del 5% porque el mercado lo presiona de esa manera. Entonces mi remuneración va más hacia el lado de la mano de obra y hablemos que esa transacción es de, por poner un número, \$4500 entonces que yo haga una transacción con ustedes de ese valor y que yo no tenga un respaldo sobre ese valor si ustedes desaparecen o dejan de estar, esa parte no queda claro.

Entrevistador: Claro, esa parte no queda clara y usted no está convencido.

Entrevistado 2: Claro entonces y si yo te digo que esas transacciones me pueden pasar dos a tres veces al mes, entonces primero no me cuadra. Tengo que enterarme mucho más sobre el tema de los costos que implica para nosotros como negocio y tú me estás entendiendo por ahí el tema

Entrevistador: Sí, correcto. Es un poco también de seguridad ¿no? Como es su taller, no nos puede dejar la responsabilidad total del sistema hacia nosotros

Entrevistado 2: O sea imagínate que yo hago que tú hagas la transferencia. Que tú hagas el cobro y en base a qué puedo yo confiar de que ese proceso termina correctamente si. ¿Me entiendes? Lamentablemente es así.

Entrevistador: Correcto, necesitarían ustedes un seguro

Entrevistado 2: Sí claro, tenemos que seguir conversando pero ahorita he llegado al banco y tengo que hacer lo que tengo que hacer, si gustas llamame en unos 15 minutos y seguimos conversando ya.

Entrevistador: De hecho esa era la última pregunta Gonzalo, no se preocupe.

Entrevistado 2: Me gustaría enterarme un poco más del proyecto que tienes

Entrevistador: Sí, a mi me encantaría seguir escuchando su opinión.

Entrevistado 2: Ya listo, entonces qué hacemos?

Entrevistador: No sé si le parece organizar en estos próximos días cuando usted me diga, para llamarlo y explicarle un poco más del proyecto.

Entrevistado 2: Si, sigamos en el tema hablemos mañana que te parece entre las 9 a 10 de la mañana.

Entrevistador: Listo Gonzalo, gracias por su tiempo. Hasta luego.

Entrevista 3

Entrevistador: Esta entrevista se realiza como parte de la recolección de datos necesaria previa al desarrollo de un modelo de negocios que facilita la entrega de servicios y productos de mecánica automotriz en la ciudad de Guayaquil, como parte de la investigación de mercado del trabajo de titulación de estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Casa Grande. Entonces necesitamos un experto en la parte de proveedores de repuesto. Porque necesitamos de datos un poco específicos, sobre la frecuencia de compras, el promedio de facturación o el tipo de repuesto más demandado. Entonces voy a ir haciendo las preguntas. y usted me indica la información. ¿Alguna pregunta?

Entrevistado 3: No, perfecto.

Entrevistador: Entonces voy a comenzar. *¿Cuántas personas van a su tienda a realizar compras de repuestos y si mayormente son mujeres o hombres?*

Entrevistado 3: Bueno, usualmente son hombres.... el 90% son hombres., es más podría decir que el 95% son hombres. Y la cantidad de personas... ¿al día o mensual?

Entrevistador: Al día.

Entrevistado 3: A ver, eh.. personas físicas, pongamos entre unas 20 personas, 20 o 30 personas dependiendo el día. Porque hay días donde... un día normal entre 20 o 30 personas. Pero en consultas por whatsapp eso sí, hacemos entre más o menos 30 o 40 consultas.

Entrevistador: ¿Ustedes tienen envíos a domicilio?

Entrevistado 3: Claro que sí. Tenemos el domicilio y.. ¿Me pregunta la cantidad de envíos que hacemos?

Entrevistador: Si

Entrevistado 3: Dentro de la ciudad. Digamos que tenemos diario unos 10

Entrevistador: Ok.

Entrevistado 3: Ya y fuera de la ciudad provincia. Diario entre 3 a 5, dependiendo.. porque al momento del paro nacional no hemos tenido ni uno

Entrevistador: Me imagino... Otra pregunta sería **¿Cuál es el rango promedio de facturación?** Como? Más o menos.

Entrevistado 3: O sea. Bueno, depende. Hay facturas que son centavos y otras facturas de más de 1.000 \$.

Entrevistador: Y un rango más o menos... de esto es lo que siempre compran.

Entrevistado 3: Bueno, lo que más tiene salida son kits de embrague que está entre el rango de 60 a 200 dólares , dependiendo el vehículo por supuesto y también lo que son pastillas de freno... Usualmente lo que más vale es lo que se cambia por kilometraje, por ejemplo cajetas de freno que usualmente se cambian entre 20 o 30.000 kilómetros y lo que es un filtro de combustible que usualmente se lo cambia entre 15 a 20000 kilómetros. Lo que es distribución se cambia, dependiendo del tipo de distribución, entre 30.000 kilómetros a 70.000 kilómetros.

Entrevistador: Claro.

Entrevistado 3: Básicamente es eso. Eso es lo que se cambia por kilometraje.

Entrevistador: Claro. Esos son los que más rotan. Entonces?

Entrevistado 3: Exactamente.

Entrevistador: Perfecto. ¿Entonces en *cuál es el tipo de repuesto con mayor demanda en su tienda?* Me está diciendo que son los que van por kilometraje. ¿Algún otro extra?

Entrevistado 3: Bueno, es lo que son válvulas, eh. Válvulas de cobre, cauchos de suspensión, cables, empaque de tapa válvula o cabezote eso también este.

Entrevistador: **Bueno qué marca de vehículos presenta mayor demanda de piezas o de repuestos?**

Entrevistado 3: Chevrolet 100% es la marca principal aquí en el país.

Entrevistador: Ya entonces. Y en su opinión, *¿qué tiene en cuenta el cliente al escoger un repuesto en general?*

Entrevistado 3: En estos momentos lo que más busca clientes, es el precio. El segundo vendría a ser este.. marca.Y tercero vendría a ser la recomendación del mecánico,

porque muchas veces el mecánico es el que realmente tiene la última palabra, porque yo le puedo vender... aquí me llega un producto nuevo, de excelente calidad, una marca nueva, pero el llegar al mecánico y mostrar y quererlo vender.

Entrevistador: Y generar confianza.

Entrevistado 3: Es complicado, porque tienen desconfianza. Muchas veces el mecánico es el que toma la última decisión.

Entrevistador: Entonces con ellos tienen que generar confianza para poder darles un nuevo producto. Más que nada es por recomendación, recomendación y precios son los pilares. ¿Y la calidad? Luego el nivel de calidad lo dicta el mecánico, me imagino.

Entrevistado 3: Claro. O sea usualmente los usuarios buscan marcas por calidad. Digamos que la marca 35 en lo que es suspensión. Muchas veces el cliente viene y dice.. “no, es que quiero quiero 35 porque ya esa marca tiene trayectoria en el país”. Ya la mayoría de los mecánicos la conocen y la aceptan. Y ya saben que es un producto de calidad. Por ejemplo, CTR es la competencia de 35. 35 es Japonesa y CTR me parece que es coreana, es muy buena e incluso puede ser hasta mejor que 35. Pero hay muchos mecánicos que no la conocen y como desconocen el producto, la rechazan automáticamente. Entonces, muchas veces el cliente pide marca, pero ya sabe que esa marca ya viene con una trayectoria. Y significa que es de muy buena calidad.

Entrevistador: Ok, ok. *¿Cuál es el método de pago más utilizado?*

Entrevistado 3: Efectivo o Transferencia.

Entrevistador: *Estaría dispuesto a invertir para que su tiempo, su tienda de repuestos, sean parte de una plataforma donde se pueda utilizar sus productos en el momento y el lugar donde el cliente lo necesite.*

Entrevistado 3: ¿Como una tienda en línea?

Entrevistador: Exacto.

Entrevistado 3: Si nosotros tenemos una tienda en línea.

Entrevistador: Ya tienen una propia.

Entrevistado 3: Si, ahí lo que hacemos es, lo que es redes sociales, tenemos nuestra página de redes sociales y aparte de lo que es la tienda en línea, que nos ha ayudado muchísimo a poder vender no solamente aquí en el Ecuador, sino también anteriormente en Argentina, Colombia, y Estados Unidos también.

Entrevistador: Qué chévere, qué increíble la verdad. Siempre, siempre uno cree que está creando el agua tibia. Bueno, lo que nosotros proponemos más que nada es la parte de tener como una plataforma así como en Rappi o Ubereats, tener todas las tiendas de

repuestos y servicios de talleres mecánicos, en una aplicación donde usted pueda poder ver las ofertas que hay, o sea, las ofertas de talleres, las ofertas de repuestos, Es en el momento que el consumidor lo necesite. Porque puede que uno tenga su taller de toda la vida, pero la parte de Airbag la hace alguien más, es muy específica. Entonces lo que hacemos permite tener un buscador de estos productos o servicios en el teléfono. Porque cada, cada tienda de repuestos tiene por supuesto sus redes sociales o su forma de comunicar al cliente y mantener su propuesta de valor. Pero lo que estamos buscando es integrarlas, tenerlas todas como en un mismo sitio.

Entrevistado 3: Ohh ya y toda esa información va a tener una base de datos que es bastante.

Entrevistador: Claro, claro si es bastante..

Entrevistado 3: ¿Como y usted va a obtener esa información. Porque usted tendría que tener códigos...

Entrevistado 3: Eso se manejaría con SAP, lo cual tendría el código de los productos y el stock disponible. Por el momento nos encontramos en fase de entrevistas para conocer mejor al mercado y a los expertos o socios estratégicos y en una segunda fase encontrar las tiendas de repuestos y talleres más reconocidas con las que podamos trabajar. Tener una persona de nuestra aplicación dentro ingresando toda la información que ustedes tengan y mostrar al público todos los servicios que ofrecen.

Entrevistado 3: Osea digamos que yo estoy buscando un mecanico, podria buscarlo en la aplicación

Entrevistador: La otra es que el usuario pueda ver que tan calificado esta, que comentarios y reseñas tiene por parte de los otros consumidores, de si le gusto el taller o si no hace muy buen trabajo.

Entrevistado 3: Más o menos como pedidos ya

Entrevistador: Efectivamente, solo que de talleres y repuestos.

Entrevistado 3: Por ejemplo, podrían entrar con cosas más específicas como un sensor, que muchas veces ni siquiera la concesionaria tiene.

Entrevistador: Lo que nosotros haríamos es que se genere una orden de pedido para todos los proveedores o talleres y... se hace una orden de requerimiento así como un primer revisor como cuando uno está en medicina general y luego con ese detalle vez por medio de la aplicación que tipo de taller te pueda ayudar con tu problema específico. Esto a través de la información que el usuario ingresa como es la marca del vehículo y el kilometraje actual; lo mismo con los repuestos que sí es algo específico

como un sensor. se le enviará una notificaciones a todos los proveedores que puedan tenerlo disponible y cuanto seria el costo o tiempo de espera. Todo de acuerdo al presupuesto y necesidad del consumidor. De manera que los proveedores y talleres puedan aumentar su volumen de ventas al conseguir más clientes

Entrevistado: Para darse a conocer.

Entrevistador: Si así es, en otra pregunta usted ya me mencionó que utilizan redes sociales para darse a conocer, pero *que redes sociales específicamente en este caso.*

Entrevistado 3: Nosotros lo que es Facebook, Instagram también nuestra página web y lo que es google, donde puedes colocar tu tienda y productos. Pero por esos canales son los que nos escriben los clientes.

Entrevistador: Bueno eso sería todo, me encantó poder hablar con usted

Entrevistado 3: A mí también, cualquier duda me indica y le ayudo.

Entrevistador: Gracias, hasta luego.