



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“GESTIÓN ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD EN LA
EMPRESA AUTOMECAÑO DEL SUR EN LA CIUDAD DE
LATACUNGA.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas

AUTORES:

SÁNCHEZ SÁNCHEZ LIZETH CAROLINA

TUTOR:

MBA. FALCONI TAPIA ANGELITA AZUCENA

LATACUNGA – ECUADOR

AGOSTO 2026

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Sánchez Sánchez Lizeth Carolina, con cédula de ciudadanía No 0550776835 y declaro ser autora del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “GESTIÓN ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA AUTOMECAÑO DEL SUR EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, siendo la MBA. Angelita Azucena Falconi Tapia, tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, agosto 04 del 2026



Sánchez Sánchez Lizeth Carolina
Cl: 0550776835

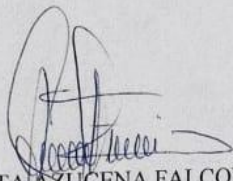
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutora del Proyecto de Investigación sobre el título:

“GESTIÓN ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA AUTOMECANO DEL SUR EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, de Sánchez Sánchez Lizeth Carolina, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Proyecto de investigación es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también han incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 04 de agosto del 2026



MBA. ANGELITAZUCENA FALCONI TAPIA

C.C: 0502037674

TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

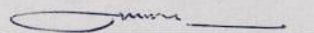
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto la postulante: Sánchez Sánchez Lizeth Carolina, con el título de proyecto de investigación: **"GESTION ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA AUTOMECAÑO DEL SUR EN LA CIUDAD DE LATACUNGA"**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al acto de sustentación del trabajo de titulación.

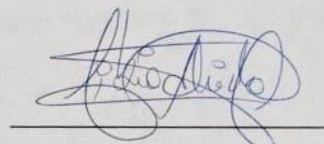
Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 4 de agosto del 2026

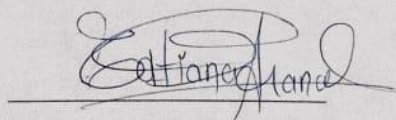
Para constancia firmas



Ph.D. Walter Humberto Navas Olmedo
C.C: 0501475057
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Doc. Libia Dolores Almeida Lara
C.C: 0501797997
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Mg. Tatiana Elizabeth Arana Sangacha
C.C: 1722759147
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios por la sabiduría constante y la fortaleza que me ha brindado para alcanzar mis metas.

A mi amada madre, Mónica Sánchez, por su amor incondicional, apoyo constante, su infinita paciencia y confianza en cada etapa de mi formación. Gracias por brindarme una educación llena de compromiso y por nunca permitirme rendir, por enseñarme que todo sacrificio vale la pena. ¡¡ GRACIAS, MAMÁ!!

A mis hermanas, por ser mi compañía constante, por su cariño y por compartir conmigo cada paso de este camino. Su presencia en mi vida es un regalo que valoro profundamente.

A una persona muy especial que hoy está en el cielo, por su apoyo incondicional cuando apenas comenzaba esta carrera que fue fundamental para que yo llegue hasta aquí, este logro también le pertenece y le envío un abrazo hasta la eternidad.

Finalmente, a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a la Carrera de Administración de Empresas por darme la oportunidad de desarrollar mi carrera profesional. Asimismo, a mi tutora de tesis, MBA. Angelita Falconi, por haber sido mi guía que con sus conocimientos y experiencia pude realizar mi trabajo de titulación.

Con cariño,

Lizeth Carolina Sánchez Sánchez

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico a mi querida madre Mónica Sánchez, quien, a pesar de las adversidades, nunca dejó de creer en mí. Por ser mi fuente de motivación en la vida. Sin su apoyo incondicional, no habría logrado este objetivo. Su amor y dedicación son mi mayor inspiración.

A mis abuelitos, quienes siempre me inculcaron el valor del sacrificio y, sobre todo de la perseverancia para alcanzar mis metas. Por enseñarme a abordar las cosas importantes y a ver los desafíos como oportunidades de aprendizaje.

A mis hermanas, quienes representan una de las mayores motivaciones de mi vida, este logro también es para ustedes mis pequeñas.

A Kevin Alexander, que, aunque hoy ya no forma parte de mi vida, en su momento creyó en mí, me brindó su apoyo y me motivó a seguir adelante. Gracias por haber sido parte de este camino cuando más lo necesitaba, aunque el destino nos llevó por caminos diferentes, conservo un profundo agradecimiento.

Finalmente, me dedico este logro a mí misma, porque solo yo conozco cada sacrificio, cada esfuerzo y cada desafío que enfrenté para alcanzar esta meta.

Lizeth Carolina Sánchez Sánchez

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TÍTULO: “GESTIÓN ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA AUTOMECAÑO DEL SUR”

Autora:

Sánchez Sánchez Lizeth Carolina

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar la incidencia de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa Automecano del Sur, en la ciudad de Latacunga, con el fin de identificar oportunidades de mejora empresarial. El estudio partió de una problemática caracterizada por la ausencia de una planificación estratégica formal, la falta de estandarización de procesos administrativos y una limitada aplicación de estrategias de marketing. Metodológicamente, el estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, de alcance descriptivo, con métodos inductivo y analítico, aplicando tres instrumentos de recolección de datos: una encuesta estructurada al personal, una encuesta a los clientes más frecuentes y una entrevista semiestructurada al propietario, para fortalecer la validez y confiabilidad del diagnóstico. Los resultados determinaron que la competitividad de la empresa se sustenta en fortalezas operativas, calidad técnica del personal, atención personalizada, tiempos de entrega adecuados y precios accesibles, mientras que su principal debilidad radica en la ausencia de un direccionamiento estratégico formal, evidenciada en la falta de planificación documentada, la escasa presencia digital y la carencia de procesos internos estandarizados, hallazgos coincidentes en las tres fuentes consultadas. Como principal aporte, la investigación presenta una propuesta de estrategias de mejora para la gestión estratégica de la empresa Automecano del Sur, elaborado a partir del diagnóstico de la situación actual y del análisis de los resultados obtenidos. Esta propuesta proporciona lineamientos para la toma de decisiones gerenciales, con el propósito de fortalecer la competitividad, la rentabilidad y sostenibilidad de la PYME, contribuyendo al desarrollo económico y a la generación de empleo en Latacunga.

Palabras clave: gestión estratégica, competitividad empresarial, diagnóstico estratégico, PYMES, sector automotriz.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

TITLE: “STRATEGIC MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS AT THE COMPANY AUTOMECANO DEL SUR”

Author:

Sánchez Sánchez Lizeth Carolina

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the impact of strategic management on the competitiveness of the company Automecano del Sur, located in the city of Latacunga, with the aim of identifying opportunities for business improvement. The study originated from a situation characterized by the absence of formal strategic planning, a lack of standardization in administrative processes, and limited application of marketing strategies. Methodologically, the study was conducted using a mixed-methods approach, with a descriptive scope, employing inductive and analytical methods, and utilizing three data collection instruments: a structured survey of staff, a survey of the most frequent customers, and a semi-structured interview with the owner. To strengthen the validity and reliability of the diagnosis. The results determined that the company's competitiveness is based on operational strengths, the technical quality of its staff, personalized service, adequate delivery times, and affordable prices, while its main weakness lies in the absence of formal strategic direction, as evidenced by a lack of documented planning, a limited digital presence, and the absence of standardized internal processes—findings that were consistent across the three sources consulted. As its primary contribution, the research presents a proposal for improvement strategies regarding the strategic management of the company Automecano del Sur, developed based on a diagnosis of the current situation and an analysis of the results obtained. This proposal provides guidelines for managerial decision-making aimed at strengthening the SME's competitiveness, profitability, and sustainability, thereby contributing to economic development and job creation in Latacunga.

Keywords: strategic management, business competitiveness, strategic diagnosis, SMEs, automotive sector.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
Información general	1
Planteamiento del problema.....	2
Contextualización	2
Justificación	3
Formulación del problema	4
Objetivos.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	6
Beneficiarios directos.....	6
Beneficiarios indirectos	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
Antecedentes	6
Fundamentación teórica	8
Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)	8
Industria	9
Sector Automotriz / Talleres Mecánicos.....	10
GESTIÓN ESTRATÉGICA	10
Importancia de la gestión estratégica.....	11
Direccionamiento estratégico.....	11
Misión y Visión.....	12

Valores organizacionales	12
Formulación estratégica	12
Estrategias empresariales	13
Estrategia de diferenciación	14
COMPETITIVIDAD	14
Importancia de competitividad	14
Ventaja competitiva	15
Diferenciación.....	15
Entorno competitivo.....	15
METODOLOGÍA EMPLEADA	16
Métodos de investigación	16
Investigación mixta.....	16
Tipos	16
Investigación descriptiva	16
Diseño	17
Diseño no experimental	17
Metodología transversal.....	17
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	17
Entrevista	17
Encuestas.....	18
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	18
Cuestionario	18
Escala de Likert.....	18
Población.....	19
Resultados de la Prueba de Alfa de Cronbach	19
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADO	20
Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los empleados	20
Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los clientes	30

Entrevista a propietario de Automecano del Sur	40
Discusión de resultados.....	42
PROPUESTA.....	44
IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)	45
Impacto Técnico.....	45
Impacto Social	46
Impacto Económico	46
ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME AUTOMECAÑO DEL SUR.	46
Presentación de la empresa	46
Objetivos de la propuesta.....	47
Estrategias propuestas	47
Estrategia 1: fortalecimiento del direccionamiento estratégico	47
Estrategia 2: fortalecimiento de los medios digitales para mejorar el posicionamiento empresarial.....	49
Estrategia 3: fortalecimiento de la adaptación tecnológica para la competitividad de Automecano del Sur.....	50
Conclusión de la propuesta	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
Conclusiones	52
Recomendaciones	53
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades que corresponden a los objetivos propuestos.....	5
Tabla 2. Cuadro Poblacional.....	19
Tabla 3. Alfa de Cronbach.....	19
Tabla 4. Importancia de la filosofía empresarial (misión, visión, valores).....	20
Tabla 5. Estrategias utilizadas para promocionar y captar clientes	21
Tabla 6. Medio digital ideal para promocionar los servicios.....	22
Tabla 7. Aplicación de políticas y procedimientos en la prestación de los servicios	23
Tabla 8. Automecano del Sur posee una ventaja competitiva	24
Tabla 9. Condiciones que debe mejorar Automecano del Sur.....	25
Tabla 10. Utilización de un sistema de control de inventarios	26
Tabla 11. Importancia de la motivación del personal	27
Tabla 12. Importancia de la comunicación con los clientes	28
Tabla 13. Dedicación a otras actividades laborales	29
Tabla 14. Importancia de implementar estrategias de publicidad y marketing	30
Tabla 15. Estrategias más atractivas para elegir un taller automotriz.....	31
Tabla 16. Medio digital preferido para recibir información	32
Tabla 17. Necesidad de contar con una página web o plataforma.....	33
Tabla 18. Importancia de ampliar el portafolio de servicios.....	34
Tabla 19. Personal técnico capacitado para realizar servicio automotriz	35
Tabla 20. Necesidad de mejorar infraestructura, equipamiento e imagen	36
Tabla 21. Calificación del tiempo de atención y entrega.....	37
Tabla 22. Percepción de los precios de los servicios	38
Tabla 23. Satisfacción general con la calidad y variedad de servicios	39
Tabla 24. Filosofía institucional propuesta para Automecano del Sur	47
Tabla 25. Objetivos estratégicos propuestos para Automecano del Sur	48
Tabla 26. Propuesta para el fortalecimiento de medios digitales para Automecano del Sur	49
Tabla 27. Propuesta para fortalecimiento de adaptación de tecnología para Automecano del Sur.....	50

Índice de figuras

Figura 1. Importancia de la filosofía empresarial (misión, visión, valores)	20
Figura 2. Estrategias utilizadas para promocionar y captar clientes.....	21
Figura 3. Medio digital ideal para promocionar los servicios	22
Figura 4. Aplicación de políticas y procedimientos en la prestación de los servicios	23
Figura 5. Automecano del Sur posee una ventaja competitiva.....	24
Figura 6. Condiciones que debe mejorar Automecano del Sur	25
Figura 7. Uso de un sistema de control de inventarios	26
Figura 8. Importancia de la motivación del personal.....	27
Figura 9. Importancia de la comunicación con los clientes.....	28
Figura 10. Dedicación a otras actividades laborales.....	29
Figura 11. Importancia de implementar estrategias de publicidad y marketing	30
Figura 12. Estrategias más atractivas para elegir un taller automotriz	31
Figura 13. Medio digital preferido para recibir información.....	32
Figura 14. Necesidad de contar con una página web o plataforma	33
Figura 15. Importancia de ampliar el portafolio de servicios	34
Figura 16. Personal técnico capacitado para realizar servicio automotriz.....	35
Figura 17. Necesidad de mejorar infraestructura, equipamiento e imagen	36
Figura 18. Calificación del tiempo de atención y entrega	37
Figura 19. Percepción de los precios de los servicios.....	38
Figura 20. Satisfacción general con la calidad y variedad de servicios.....	39

INFORMACIÓN GENERAL

Título del proyecto

“Gestión estratégica y la competitividad en la empresa Automecano del Sur en la ciudad de Latacunga”

Fecha de inicio: Abril del 2026

Fecha de finalización: Agosto de 2026

Lugar de ejecución:

Barrio el Niagara – Parroquia Ignacio Flores – Cantón Latacunga – Provincia Cotopaxi
– Ecuador

Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia:

Carrera de Administración de Empresas

Equipo de trabajo:

Tutora:

MBA. Falconi Tapia Angelita Azucena

CI: 0502037674

Estudiante:

Sánchez Sánchez Lizeth Carolina

CI: 0550776835

Área de conocimiento: Administración

Línea de investigación: Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sublínea de investigación: Gestión e Innovación Empresarial

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Contextualización

La gestión estratégica se ha convertido actualmente en un factor decisivo para la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones. Así lo subraya David (2013) cuando afirma que aquellas empresas que planifican, ponen en práctica y valoran la estrategia de una forma sistemática consiguen, a diferencia de aquellas que las llevan a cabo de manera reactiva, ventajas competitivas sostenibles. En consecuencia, la competitividad empresarial no aparece por sí misma, sino que es resultado directo de decisiones estratégicas deliberadas que armonizan los recursos internos con las oportunidades externas.

En el continente latinoamericano, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen más del 90% del entorno empresarial y proporciona entre el 60% y el 70% del empleo de calidad (CEPAL, 2022). Sin embargo, una proporción importante de estas empresas no realiza procesos de planificación estratégica formal, empujándolas a una mayor exposición ante los cambios del mercado, la exigencia competitiva y las oscilaciones económicas.

En el caso del Ecuador, la realidad no es diferente. Según datos de la Superintendencia de Compañías (2023), el sector de servicios automotrices ha experimentado un crecimiento en la cantidad de establecimientos, lo que ha incrementado la competencia local, especialmente en ciudades intermedias como el caso de Latacunga. Las empresas del sector automotriz están sometidas a situaciones tales como la informalidad de competidores, la variación en los precios de repuestos, la evolución tecnológica de los vehículos y las crecientes exigencias de calidad de los usuarios.

Esta situación se presenta en la empresa automotriz Automecano del Sur, la cual se dedica a la reparación y mantenimiento de vehículos, realizando tanto intervenciones de carácter correctivo como preventivo, así como unidades equipadas con motores diésel y gasolina. Actualmente, el taller muestra fallas en su gestión estratégica y en su capacidad para el posicionamiento comercial: no dispone de un esquema formal de gestión estratégica, carece de una planificación de este tipo que se encuentre registrada por escrito, presenta limitaciones al momento de analizar el entorno en el que compete, no ha logrado definir rasgos que lo diferencien de otras opciones del sector, cuenta con procesos internos que no siguen criterios unificados y mantiene una presencia y un reconocimiento muy limitados entre los clientes de la zona.

Por otra parte, se observan falencias al momento de establecer el rumbo que debe seguir la entidad, puesto que no cuenta con una declaración de misión, visión y objetivos

institucionales definidos con claridad ni transmitidas a todo el equipo de trabajo. Esta carencia de estrategias formales, ocasiona que las tareas diarias no se ajusten a los propósitos generales de la organización, resultado de un desempeño poco eficiente al momento de brindar sus servicios, así como en mayores obstáculos para destacar frente a otros negocios del rubro. En consecuencia, esta situación deriva en la pérdida de parte de su clientela y en una disminución de su presencia dentro del mercado local.

Asimismo, se ha detectado la ausencia de un análisis sistemático ordenado y continuo del entorno en el que la empresa compete: en la actualidad, no se identifican adecuadamente los riesgos que suponen los talleres no regulados, ni se logra aprovechar las posibilidades de crecimiento que ofrece el sector automotriz de Latacunga. El efecto inmediato de esta situación es la dificultad para diferenciarse de la competencia, lo que obliga a la empresa a competir principalmente mediante la reducción de precio, disminuyendo así sus posibilidades de fortalecer su posicionamiento y alcanzar una ventaja competitiva sostenible.

Justificación

El presente estudio surge ante la situación que atraviesa la empresa Automecano del Sur, dedicada al mantenimiento y reparación de vehículos en la ciudad de Latacunga, la cual presenta limitaciones en su gestión estratégica que repercuten directamente en su capacidad para competir frente a otros talleres del sector en la zona. La adopción de decisiones basada principalmente en la experiencia sin un respaldo metodológico, la carencia de una guía estratégica estructurada y la ausencia de elementos distintivos respecto a la competencia son elementos que amenazan la estabilidad y continuidad de la organización en el mediano y largo plazo. Frente a esta situación, emerge la necesidad de analizar la incidencia que ejerce la gestión estratégica sobre el grado de competitividad de la organización, con la finalidad de establecer las directrices que permitan hacerla pervivir y crecer de manera sostenida.

El propósito principal de este estudio es analizar la situación actual de la gestión estratégica en Automecano del Sur, así como determinar los elementos que determinan su desempeño competitivo en el mercado de automotores de Latacunga. Si bien la gestión estratégica ha sido objeto de numerosos análisis en el ámbito latinoamericano, son limitadas las investigaciones que centran su atención en empresas del rubro automotriz en la provincia de Cotopaxi; por ello, la presente investigación busca aportar información relevante para cubrir esa carencia en el conocimiento académico disponible.

Este trabajo amplía el conjunto de conocimientos sobre la vinculación entre la gestión estratégica y la capacidad competitiva de las organizaciones, enfocándose en las pequeñas y

medianas empresas del sector automotriz ecuatoriano; para ello, se aplican los postulados teóricos expuestos por David (2013) y Porter (2009) a una realidad concreta del entorno local. Por su parte, desde una perspectiva aplicada, la investigación permitirá elaborar un diagnóstico detallado de la situación estratégica de Automecano del Sur, el cual servirá de base para que la dirección de la empresa adopte medidas fundamentadas que permitan consolidar y mejorar su posición dentro del mercado automotriz de Latacunga.

El alcance de este estudio se refleja claramente en tres ámbitos esenciales. En primer lugar, desde la perspectiva empresarial, aporta herramientas para consolidar la dirección estratégica de una pequeña y mediana empresa dedicada al sector automotriz, favoreciendo su continuidad y su capacidad de avanzar dentro del mercado local. En segundo lugar, en el plano económico, al potenciar la posición competitiva de una organización que genera fuentes de trabajo en Latacunga, se colabora directamente con el fortalecimiento de la base productiva de la provincia de Cotopaxi. Finalmente, en el ámbito académico, el trabajo amplía el conjunto de conocimientos sobre gestión estratégica y competitividad aplicada a las PYMES del país, al presentar información y conclusiones obtenidas de una realidad empresarial que hasta el momento ha recibido poca atención en investigaciones previas.

En consecuencia, la presente investigación se ejecuta en una pequeña y mediana empresa dedicada al servicio de mantenimiento automotriz preventivo y correctivo denominada Automecano del Sur, el negocio está ubicado en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, y contribuye a afianzar la economía local mediante la creación de empleos y servicios automotrices especializados.

Formulación del problema

¿De qué manera la gestión estratégica incide en la competitividad de la PYME Automecano del Sr en la ciudad de Latacunga?

Objetivos

Objetivo general

Analizar la gestión estratégica en la competitividad de la PYME Automecano del Sur, en la ciudad de Latacunga, con el fin de proponer estrategias de mejora que contribuyan a su fortalecimiento y sostenibilidad empresarial.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la gestión estratégica y la competitividad empresarial en las PYMES, mediante revisión de fuentes bibliográficas para establecer la fundamentación teórica que sustente la investigación.

- Diagnosticar la gestión estratégica y la competitividad de Automecano del Sur, mediante la aplicación de entrevista y encuestas, para la identificación de las necesidades de mejora.
- Proponer estrategias de mejora para la gestión estratégica de la PYME Automecano del Sur, orientadas al fortalecimiento de su competitividad y sostenibilidad empresarial.

Tabla 1. *Actividades que corresponden a los objetivos propuestos*

Objetivos específicos	Actividades	Cronogramas	Productos
Fundamentar teóricamente la gestión estratégica y la competitividad empresarial en las PYMES mediante revisión de fuentes bibliográficas para establecer la fundamentación teórica que sustente la investigación.	• Revisión de fuentes: libros, artículos científicos y trabajos de investigación confiables sobre la gestión estratégica y la competitividad. • Identificar los principales conceptos, relacionados con las variables de estudio. • Recopilar antecedentes investigativos sobre gestión estratégica y la competitividad. • Elaborar la fundamentación teórica correspondiente al tema de investigación.	Abril 2026 - agosto 2026	Bases teóricas
Diagnosticar la situación actual de la gestión estratégica y la competitividad de Automecano del Sur, mediante la aplicación de entrevista y encuestas, para la identificación de las necesidades de mejora.	• Definir el enfoque, el diseño, el corte y el alcance de la investigación. • Seleccionar el instrumento de recolección de datos previamente validado. • Adaptar el instrumento al contexto de la investigación. • Determinar la fiabilidad del instrumento mediante el estadístico Alfa de Cronbach. • Aplicar la entrevista y encuestas a los participantes. • Analizar e interpretar los resultados	Abril 2026 - agosto 2026	Resultados de instrumentos aplicados

Proponer estrategias de mejora para la gestión estratégica de la PYME Automecano del Sur, orientadas al fortalecimiento de su competitividad y sostenibilidad empresarial.	• Analizar las necesidades de mejora identificadas en el diagnóstico. • Formular estrategias de mejora acordes con la realidad de la PYME. • Estructurar la propuesta de estrategias de mejora. • Diseñar la propuesta final de estrategias de mejora. • Elaborar conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos.	Abril 2026 - agosto 2026	Propuesta de estrategias para la mejora de la gestión estratégica.
--	---	--------------------------	--

Nota. Descripción de las actividades y tareas en relación con los objetivos planteados.

BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Beneficiarios directos

Este estudio representa un aporte directo para Automecano del Sur: su equipo directivo podrá disponer de un análisis detallado sobre cómo se desarrolla la gestión estratégica en la actualidad y qué impacto tiene en su capacidad competitiva en el mercado. Del mismo modo, tanto el propietario como el personal se verán favorecidos por las estrategias de mejora propuestas, las cuales ayudarán a ordenar mejor la planificación, agilizar las tareas internas, tomar mejores decisiones y ofrecer un servicio de mayor calidad a sus clientes.

Beneficiarios indirectos

De forma indirecta, también se verán beneficiados los usuarios de la empresa, quienes notarán una atención más ágil y de mayor calidad una vez que se pongan en práctica las medidas de optimización. Asimismo, todo el rubro automotriz de Latacunga contará con una referencia útil: este trabajo servirá de base para que otras pequeñas y medianas empresas revisen y fortalezcan su gestión estratégica y su posición en el mercado.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes

A continuación, se presentan antecedentes de investigación tanto a niveles nacionales como internacionales, así como artículos científicos que guardan relación directa con la gestión estratégica y la competitividad, enmarcados dentro del tema central de este estudio.

Según el trabajo de Estela et al. (2021) titulado “Gestión estratégica para el mejoramiento de la competitividad de la empresa en Lima Metropolitana”, desarrollado como tesis de maestría en la Universidad Nacional Federico Villareal de Perú, se buscó establecer cómo influye la gestión estratégica en el fortalecimiento de la competitividad de las

organizaciones. En el análisis se consideraron aspectos como la planificación estratégica, el área comercial, los procesos operativos y de atención, el talento humano, la administración de la calidad, así como el área contable y financiera. Como conclusión, se determinó que aquellas empresas que implementan un modelo de gestión ordenado y planificado logran avances significativos en su desempeño competitivo en todos sus ámbitos de acción.

Por su parte, Santillán et al. (2024) realizaron un análisis sobre la gestión estratégica en pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero de la Zona 5 del Ecuador. Los autores observaron que, si bien estas organizaciones logran mantenerse en actividad, presentan niveles muy bajos de competitividad: esta situación se origina principalmente porque su forma de dirigir es poco estructurada y, en muchos casos, se basa únicamente en la experiencia práctica sin un ordenamiento previo. Como resultado del trabajo, se determinó que es indispensable orientar la administración hacia elementos esenciales como el manejo estratégico de tecnologías de información y comunicación, el control de calidad, las acciones comerciales, los procesos productivos y, de manera especial, la planificación estratégica como eje central.

De igual forma, Lucero-Narváez et al. (2020), en su investigación sobre la gestión de calidad en micro y pequeñas empresas de servicios automotrices del Ecuador, indican que, aunque existe una gran cantidad de emprendimientos dedicados a este rubro, todavía son escasos los trabajos que analicen los modelos de administración que realmente aplican estas organizaciones. Esta falta de información es aún más notable en el caso de las MIPYMES, lo que dificulta conocer con precisión cuál es su posición real frente a la competencia y cómo pueden mejorar su desempeño.

Por su parte, Mero (2023), en su tesis titulada “Gestión estratégica y competitividad en las MYPIMES comerciales de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, año 2022”, presentada en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, se propuso analizar de qué manera una gestión estratégica bien estructurada favorece el nivel competitivo de este tipo de organizaciones. El estudio fue desarrollado bajo un enfoque mixto, con alcance descriptivo y apoyándose en los métodos inductivo y analítico; para recopilar la información necesaria se recurrió a entrevistas y encuestas. El diagnóstico reveló que las empresas presentan debilidades al momento de aplicar acciones comerciales, incorporar herramientas tecnológicas y brindar atención a sus clientes, factores que frenan su capacidad de competir. Finalmente, se pudo comprobar que poner en práctica lineamientos de gestión estratégica permite reforzar su funcionamiento y su posición frente al mercado, logrando así un mejor posicionamiento y mayor estabilidad a lo largo del tiempo.

De forma semejante, Toca y Yáñez 2025) , en su estudio titulado “Modelo de gestión administrativa para la empresa M&M PLASTICOTOPAXI”, se propusieron diseñar una propuesta de dirección que permita ordenar el funcionamiento interno y elevar el rendimiento de la organización. En el análisis detectaron situaciones que afectan su desarrollo: no existen procedimientos unificados, tampoco se cuenta con una planificación definida y los sistemas de seguimiento y control son insuficientes; todo esto reduce su capacidad de competir y pone en riesgo su estabilidad en el tiempo.

Asimismo, Bejarano (2022), en su tesis presentada en la Universidad César Vallejo con el título “Gestión estratégica y competitividad en la Municipalidad Distrital de Yarabamba, Arequipa 2022”, se planteó establecer qué vínculo existe entre la forma de dirigir estratégicamente y el nivel de competitividad de esa entidad. El trabajo tuvo un carácter aplicado, con enfoque cuantitativo y un diseño que no contempló experimentos, sino que recogió la información en un solo momento, combinando el análisis descriptivo y correlacional. Los hallazgos confirmaron que ambos aspectos presentan una relación positiva y significativa, por lo que se dio por válida la hipótesis central planteada al inicio de la investigación.

Fundamentación teórica

Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

Definición

Las pequeñas y medianas empresas son uno de los pilares fundamentales que sostienen la actividad económica en casi todas las regiones del planeta. Se trata de organizaciones que genera empleo, dinamizan la economía y fortalecen la estabilidad económica; además, necesitan inversiones más accesibles y suelen recurrir en mayor medida a materiales e insumos producidos dentro del propio país. En el caso de América Latina, estas empresas simbolizan más del 90 % de todas las unidades productivas existentes y son las encargadas de una buena parte del empleo formal que se genera en la región. (Yance Carvajal, s. f.)

Dentro del panorama nacional ecuatoriano, las PYMES equivalen al 93 % de todas las organizaciones empresariales, aportan cerca del 50 % de la producción total y generan alrededor del 70 % de los puestos de trabajo. Para ser reconocida como tal, una empresa debe ajustarse a los parámetros definidos por el Servicio de Rentas Internas (SRI), los cuales consideran principalmente la capacidad de sus ventas anuales y el número de trabajadores, datos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, tres de cada cuatro habitantes del país desarrollan su actividad laboral en una de estas unidades productivas.

A pesar de su gran importancia, estas organizaciones también enfrentan dificultades: suelen ser más frágiles ante periodos de baja económica, tienen menos presencia en mercados internacionales y suelen competir basándose casi exclusivamente en los precios, sin lograr diferenciar claramente lo que ofrecen. Estas debilidades se hacen aún más notorias en el rubro automotriz, donde factores como la alta informalidad, los cambios constantes en la tecnología y las mayores exigencias en la calidad del servicio ponen a prueba de forma continua a las pequeñas y medianas empresas del sector. (Carvajal et al., s. f.)

En este contexto, Automecano del Sur se clasifica como una pequeña empresa de servicios automotrices, con once trabajadores en su nómina, lo que la ubica dentro de los parámetros que la normativa ecuatoriana establece para las PYMES. Esta condición es determinante para el presente estudio, ya que las herramientas de gestión estratégica aplicables a una organización de esta escala deben ajustarse a su estructura reducida, evitando modelos de análisis diseñados originalmente para grandes corporaciones con múltiples niveles jerárquicos y unidades de negocio. (Carvajal et al., s. f.)

Industria

Desde la perspectiva de la administración estratégica, el sector industrial se define como el conjunto de organizaciones que elaboran bienes o brindan elaboran bienes o prestan servicios similares o sustituibles entre sí, disputando de esta forma a los mismos usuarios y los recursos disponibles. Por su parte, M. E. Porter (1998) añade que corresponde al grupo de actores que desarrollan actividades similares y compiten de manera directa unos contra otros. Esta definición resulta esencial al momento de analizar la situación de una empresa, ya que ninguna decisión que se adopte puede estar separada de la manera en que se mueve y se relaciona todo su entorno sectorial.

Desde una visión más general, el sector empresarial reúne a todas aquellas actividades económicas que guardan semejanza entre sí, tanto en sus formas de producción y uso de tecnología, como la clase de mercado al que se manejan. Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), las actividades económicas se agrupan en tres grandes sectores: el primario, que comprende la agricultura y la minería; el secundario, dedicado a la transformación industrial; y el terciario, que agrupa a todos los servicios. El sector automotriz, al que pertenece Automecano del Sur, se ubica precisamente en este último grupo, específicamente en las actividades relacionadas con el mantenimiento y la reparación de vehículos.

Asimismo, M. E. Porter (2008) sostiene que la comprensión de la estructura de la industria es indispensable para la formulación de estrategias competitivas, ya que el entorno sectorial determina las condiciones bajo las cuales las empresas desarrollan sus actividades y obtienen rentabilidad. La evaluación de obstáculos de acceso, el poder de negociación de proveedores y clientes, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores permiten identificar oportunidades y riesgos, facilitando el diseño de estrategias que fortalezcan la posición competitiva y favorezcan la sostenibilidad de la organización.

Sector Automotriz / Talleres Mecánicos

El sector de servicios automotrices comprende las actividades relacionadas al mantenimiento, reparación, venta de repuestos y atención especializada de vehículos. La mayor parte de los talleres mecánicos funcionan como pequeñas o medianas empresas, con una estructura organizacional reducida y un número limitado de trabajadores; la forma en que se define su categoría depende de las normas vigentes en cada territorio.

En el país, el rubro de servicios automotrices ha experimentado un incremento sostenido en la cifra de establecimientos, lo que ha incrementado la competencia entre las empresas del sector, especialmente en ciudades intermedias como Latacunga. Según cifras de la Superintendencia de Compañías (2023), esta actividad genera unos 56 801 puestos de trabajo directos en todo el territorio nacional, distribuidos en más de 3 126 organizaciones dedicadas al mantenimiento, reparación y comercialización de repuestos.

Los talleres mecánicos, como espacios destinados a la atención técnica de vehículos, operan en un entorno altamente competitivo: en este contexto, la calidad del trabajo realizado, el tiempo que se tarda en entregar el servicio, los conocimientos del personal y la seguridad que se transmite a los usuarios son factores determinantes para la fidelización y recomendación de los clientes. A esto se suma que los automóviles cuentan hoy con sistemas eléctricos y tecnológicos cada vez más complejos, lo que exige la capacitación continua del personal y la actualización permanente de herramientas y equipos de trabajo.

GESTIÓN ESTRATÉGICA

La gestión estratégica consiste en el proceso por el cual las organizaciones diseñan, implementan y evalúan sus decisiones más trascendentales, con la finalidad de alcanzar sus metas a largo plazo. Por su parte, David (2003) la describe como “el arte de crear, ejecutar y analizar decisiones, que posibilita alcanzar los propósitos institucionales”, poniendo el énfasis en la necesidad de coordinar el trabajo directivo con las distintas áreas: talento humano,

finanzas, contabilidad, operaciones, investigación y desarrollo, además de sistemas de información.

M. E. Porter (1998) señala que, toda organización debe definir claramente su ámbito de acción y el tipo de beneficio que quiere ofrecer frente a sus competidores: ya sea mediante costos más bajos o mediante características que la hagan distinta. Cinco años después, el mismo autor añadió que los mejores resultados obtenidos en cada una de las tareas y procesos que desarrolla la empresa, lo que conforma su cadena de valor, son el verdadero fundamento para contar con una posición sólida y difícil de igualar en el mercado.

Importancia de la gestión estratégica

Esta herramienta brinda a las organizaciones la posibilidad de prever lo que sucederá en su entorno, dirigir sus recursos hacia aquellas actividades que generan valor. En este sentido, David et al. (2020) señalan que la gestión estratégica comprende la formulación, implementación y evaluación de decisiones que aporten al cumplimiento de los objetivos institucionales y al fortalecimiento de la competitividad.

Contar con una gestión estratégica bien estructurada permite a la organización definir con claridad hacia dónde quiere dirigirse y cuáles son los elementos fundamentales para lograrlo. Al mismo tiempo, ayuda a aprovechar mejor tanto el tiempo como todos los recursos disponibles, favorece el trabajo coordinado de todo el personal, y crea un ambiente interno propicio para alcanzar las metas trazadas. Además, David y David (2020) señalan que la gestión estratégica contribuye a integrar las diferentes áreas funcionales para alcanzar un mejor desempeño organizacional. De la misma manera, Chiavenato (2006) señala que la planificación estratégica constituye una función esencial para orientar las acciones de la organización y garantizar de manera eficaz a los cambios del entorno.

Por otra parte, la gestión estratégica ejerce un papel en el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles y en la permanencia de las organizaciones en mercados dinámicos. Como señaló M. Porter (1985), para que una empresa se diferencie de otras, necesita formular una estrategia competitiva que no solo responda a los objetivos organizacionales, sino que también genere mayor valor para los clientes.

Direccionamiento estratégico

El direccionamiento estratégico es el método por el cual una organización define su misión, visión, valores y objetivos estratégicos a largo plazo, orientando sus actividades futuras y permitiendo alinear los esfuerzos de todas las áreas con los objetivos organizacionales que se realizan. Este proceso posibilita que todas las áreas de la organización se enfoquen en cumplir

con los objetivos generales, David et al. (2020) considera que el direccionamiento estratégico implica la elaboración de la misión y la visión organizacional, establecer metas a largo plazo y diseñar estrategias para alcanzarlos. Chiavenato (2006) señala que la dirección estratégica ofrece una guía para hacer la planificación empresarial promoviendo la coordinación de los recursos y contribuyendo al fortalecimiento de la organización frente a la competencia, así como a su desarrollo sostenible.

Misión y Visión

La misión expone la razón de ser de la organización, estableciendo el propósito, las operaciones que realiza y el beneficio que proporciona a los consumidores y otros grupos involucrados. Según Thomas L. Wheelen y su equipo (2018), la misión identifica el negocio de la organización y orienta sus decisiones estratégicas en función de su propósito fundamental. Por su parte, la visión proyecta cómo se aspira que sea la empresa en el futuro, convirtiéndose en una guía para el diseño de estrategias y la toma de decisiones, en este sentido McNamara & Eisner (s. f.) argumenta que una misión nítida inspira a los miembros de la organización, afianza el compromiso institucional y encamina sus acciones hacia el cumplimiento de los objetivos de largo plazo.

Valores organizacionales

Los valores organizacionales corresponden al conjunto de lineamientos éticos y culturales que orienten el proceder de cada uno de los miembros de la organización. Constituyen una base sobre la cual sustenta las decisiones y contribuyen a fortalecer la identidad organizacional. Por su parte, los objetivos estratégicos hacen posible convertir la misión y la visión en propósitos claros que se pueden medir y que deben alcanzarse en un tiempo determinado. Al respecto, David (2013) distingue entre los objetivos de largo plazo, que establecen los resultados esperados mediante las directrices generales de la organización, y los objetivos anuales, que permiten asignar los recursos y realizar el seguimiento de la gestión.

Cuando no existe una guía estratégica definida y compartida por todos, las tareas que se realizan día a día dejan de coincidir con lo que la empresa quiere lograr en el largo plazo. Esto trae consigo desperdicio de esfuerzos y recursos, además de dificultades para destacar frente a otras organizaciones del mismo rubro, situación que se presenta precisamente en Automecano del Sur.

Formulación estratégica

Según Peñafiel et al. (2020), la etapa de definición estratégica comprende elementos como el tipo de bienes o servicios ofertados, los grupos de clientes atendidos por la

empresa y las vías por las que hace llegar su propuesta al mercado, entre otros aspectos. Para llevar a cabo esta elaboración de manera adecuada, es indispensable contar primero con un análisis detallado que abarque tanto el funcionamiento interno de la organización como el análisis de su entorno externo.

Por su parte, Peralta Miranda (2020) señala que la formulación estratégica busca proporcionar instancias colectivas de análisis y reflexión al interior del equipo de trabajo: tales como reuniones o talleres y espacios de diálogo que permiten alinear la misión, la visión, los fines y los principios de la empresa con los hallazgos obtenidos al revisar tanto su situación interna como el entorno exterior. A este proceso también se le conoce como mapa de negocio, ya que en él se identifican claramente las causas, las oportunidades y las dificultades que atraviesa la organización.

En este sentido, la formulación estratégica resulta fundamental para cualquier organización, ya que contribuye a consolidar su éxito en un ciclo positivo que se alimenta continuamente: al recibir información constante sobre su realidad interna y externa, la empresa puede reajustar y fortalecer sus lineamientos de manera oportuna. Este proceso invita a analizar con anticipación las transformaciones que podrían presentarse en el mediano plazo, de modo que la organización esté preparada para adaptarse a los cambios, en lugar de reaccionar únicamente cuando el mercado exija. De lo contrario, si no existe una estrategia clara y consistente, la organización corre el riesgo de perder presencia en su sector y ver reducidos sus niveles de venta.

Estrategias empresariales

Según Olmedo et al. (2018), la estrategia empresarial se comprende como el conjunto de decisiones y acciones planificadas y articuladas que una organización diseña e implementa para cumplir sus metas, consolidar una posición ventajosa frente a la competencia y asegurar su permanencia en el mercado. Desde este enfoque, los lineamientos aplicados en las PYMES inciden de forma directa en el desarrollo económico de todo el país: permiten elevar su nivel competitivo, aportar mayor valor a los bienes y servicios que ofrecen y fomentar que la innovación se convierta en una meta constante de su gestión.

En el entorno ecuatoriano, se evidencia que en muchas pequeñas y medianas empresas la definición de rumbo estratégico se base en la experiencia práctica, sin un ordenamiento formal; esto limita su capacidad de crecer y consolidarse dentro del rubro al que pertenecen. Aun así, estas organizaciones desarrollan una cultura organizacional propia, caracterizada por intereses y una cultura emprendedora definida, orientados siempre a poner al alcance de la

comunidad bienes o servicios de calidad; por ello, se consolidan como uno de los sustentos esenciales de la dinámica económica del país.(Olmedo et al., 2018)

Estrategia de diferenciación

Esta estrategia consiste en identificar aquellas características particulares que distinguen al bien o servicio que se ofrece y comunicar dichas características de manera clara a los clientes. Busca ofrecer una propuesta de valor para el cliente, lo que posibilita fijar precios acordes con el valor percibido y ampliar los márgenes de rentabilidad. De acuerdo con M. Porter (1985), la diferenciación permite a las organizaciones crear valor para sus clientes al ofrecer beneficios distintos que justifican su preferencia e incluso el pago de un precio superior. esta estrategia fortalece el posicionamiento de la empresa y contribuye a mejorar su competitividad en mercados dinámicos.

COMPETITIVIDAD

La competitividad empresarial alude a la capacidad que tiene una organización para afianzar y optimizar su posición dentro del mercado, ofreciendo un valor a sus clientes y obteniendo resultados económicos que garanticen su sostenibilidad. Por su parte, M. E. Porter (1998) señala que una ventaja competitiva consiste precisamente en la facultad de alcanzar y sostener un rendimiento por encima del promedio dentro de un entorno competitivo.

Desde una perspectiva más amplia, la competitividad es el proceso mediante el cual las organizaciones desarrollan ventajas competitivas a partir de bienes, servicios o procesos de mayor calidad que los de la competencia, lo que les permite fortalecer su posicionamiento. Esta definición enfatiza que no es una situación final y fija, sino un proceso continuo en el que se realizan y se consolidan capacidades específicas que diferencian a la organización.

Importancia de competitividad

La competitividad constituye un elemento clave para el crecimiento, la permanencia y el desarrollo sostenible de las organizaciones, debido a que les permite fortalecer su posición dentro del mercado mediante la generación de ventajas competitivas respecto de otras empresas del mismo sector. En un contexto marcado por los constantes cambios económicos, tecnológicos y comerciales, las organizaciones requieren desarrollar capacidades que les permitan diferenciarse y adaptarse a las exigencias del mercado. En este sentido, M. Porter (1985) plantea que la competitividad se sustenta en la capacidad del talento humano para generar y sostener dichas ventajas con el tiempo, las cuales favorecen un desempeño superior y una posición sólida frente a la competencia.

Ventaja competitiva

(M. Porter, 1985) sostiene que una organización logra una ventaja competitiva cuando ejecuta actividades que aportan mayor valor a sus clientes en relación con las que ofrece la competencia. Asimismo, señala que esta ventaja puede alcanzarse mediante dos estrategias genéricas: el liderazgo en costos, orientado a ofrecer productos o servicios con menores costos de operación, la diferenciación, basada en proporcionar características únicas que sean valoradas por los clientes y que permitan a la organización posicionarse favorablemente dentro del mercado.

En este contexto, la ventaja competitiva constituye un factor determinante para el fortalecimiento de la competitividad organizacional, ya que permite a las organizaciones atender de manera eficiente a las necesidades del mercado, incrementar la satisfacción de los clientes y consolidar su permanencia en entornos altamente competitivos. En el caso de las PYMES del rubro automotriz, aspectos como la calidad del servicio, la experiencia técnica del personal, la atención al cliente y la incorporación de estrategias orientadas a fortalecer la gestión empresarial son factores que pueden favorecer la generación de ventajas competitivas.

Diferenciación

La diferenciación, por el contrario, consiste en brindar un bien o servicio distintivo que sea muy valorado por las personas, lo cual puede abarcar rasgos innovadores, mayor calidad, presentación cuidada o una marca reconocida. Según M. Porter (1985), una organización que se diferencia puede fijar precios más altos porque los usuarios perciben que reciben algo que no consiguen fácilmente en otro lugar. En el caso de los talleres mecánicos, esta distinción se logra por ejemplo mediante la especialización técnica, garantías claras, trato cercano y personalizado, cumplimiento estricto de los tiempos pactados y total transparencia en la comunicación con el cliente.

M. Porter (1985) señala que la estrategia de diferenciación radica en ofrecer productos o servicios con atributos distintivos apreciados por los clientes, permitiendo a la organización alcanzar una ventaja competitiva sostenible frente a sus competidores. Estas características pueden estar relacionadas con la calidad del servicio, la innovación, la tecnología, la atención al cliente, la imagen empresarial que genere una percepción de mayor valor.

Entorno competitivo

Contar con un sistema de inteligencia competitiva brinda información sobre las transformaciones en la actuación de los rivales: por ejemplo, la incorporación o retiro de bienes y servicios, variaciones en la calidad ofrecida, ajustes en los precios y modificaciones en sus

acciones de promoción. M. Porter (1985) señala que el entorno competitivo está conformado que determinan el nivel de competencia existente dentro de su sector, las cuales influyen directamente en la rentabilidad y en las posibilidades de crecimiento de las organizaciones.

METODOLOGÍA EMPLEADA

Métodos de investigación

Investigación mixta

El estudio se llevó a cabo con un enfoque mixto, integrando métodos cualitativos y cuantitativos, con el propósito de diagnosticar la gestión estratégica y la competitividad en la PYME Automecano del Sur, con la finalidad de fundamentar la propuesta de estrategias de mejora. El enfoque cualitativo fue desarrollado a través de una entrevista semiestructurada con el propietario de la empresa, que permitió explorar la situación actual y los principales desafíos enfrentados por la organización. De igual manera el enfoque cuantitativo se desarrolló a través de encuestas dirigidas a los empleados y clientes de la empresa. La combinación de ambos métodos generó una información adecuada, lo que resultó útil en apoyar la sugerencia de estrategias orientadas a fortalecer la estrategia de gestión estratégica y la competitividad de Automecano del Sur.

Tipos

Investigación descriptiva

El presente trabajo se enmarca en una investigación de carácter aplicado, apoyada en una metodología descriptiva. Esta elección facilita la recopilación ordenada de información y permite identificar cómo se relacionan los distintos factores analizados, con el propósito de reunir elementos que aporten mayor claridad y profundidad al estudio realizado.

En consecuencia, esta modalidad de estudio posibilita describir con precisión el contexto y la situación real en la que opera la organización analizada. Con ello, se busca dar respuesta a la problemática planteada en la investigación, tomando como ejes centrales la gestión estratégica y la competitividad: el objetivo es identificar las dificultades que enfrenta la empresa y verificar su nivel de desempeño frente al resto del mercado.

Asimismo, se recurrió a la investigación de campo, ya que todo el trabajo se realizó directamente en las instalaciones de Automecano del Sur. Esto posibilitó conocer y analizar su desempeño tal como ocurría en ese instante, permitiendo identificar con mayor claridad tanto las dificultades que se presentan como aquellos aspectos que requieren ser atendidos.

Diseño

Diseño no experimental

El presente estudio se realizó bajo un diseño no experimental, puesto que las variables gestión estratégica y competitividad se investigaron sin alterar el funcionamiento normal de las variables ni la organización de la empresa. Entonces, resulta que la aplicación de instrumentos como entrevistas y encuestas permitió recopilar información justo del medio en el cual la empresa opera normalmente, de ahí que los datos recolectados en la investigación reflejen su situación normal.

Metodología transversal

Por otro lado, el trabajo adoptó un diseño transversal, ya que la recolección de información entrevista al propietario y encuestas al equipo de trabajo se llevó a cabo en un momento concreto y definido. Gracias a esto, fue posible establecer un diagnóstico preciso sobre cómo se encuentra la organización en el presente.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Entrevista

Según lo señalado por Pascual et al., (2021), la entrevista constituye una herramienta que permite recabar información a través de un intercambio directo entre quien realiza la consulta y quien responde. En este proceso, la persona entrevistada contesta una serie de preguntas preparadas con anticipación, las cuales se han definido según los aspectos específicos que se busca analizar en el estudio.

Para reunir los datos necesarios, se aplicó una entrevista semiestructurada al propietario de Automecano del Sur, apoyada en un instrumento que ya había sido validado con anterioridad. El objetivo fue recabar información detallada sobre cómo se lleva a cabo la gestión estratégica al interior de la organización. Se contó con una guía que incluyó preguntas abiertas, lo que permitió conocer de primera mano su visión y percepción; aportes que resultaron clave para dar sustento a todo el estudio y guiar su desarrollo de manera adecuada.

La guía de entrevista empleada para recopilar la información se basó en el trabajo académico elaborado por Mero (2023), titulado Gestión estratégica y competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas comerciales de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, durante el año 2022. Dicho instrumento fue adaptado específicamente para ser aplicado al propietario de la empresa, con el fin de obtener los datos necesarios para el desarrollo de esta investigación.

Encuestas

La encuesta consiste en la aplicación de un conjunto de preguntas diseñadas para conocer las opiniones y percepciones sobre distintos temas. En este caso, se emplearon cuestionarios elaborados a partir de instrumentos que ya habían sido validados, los cuales se entregaron tanto al personal que labora en la empresa como a sus clientes. El propósito fue reunir información concreta y objetiva sobre diversos aspectos vinculados directamente con la gestión estratégica y el nivel de competitividad de la organización.

Las interrogantes se orientaron específicamente a la gestión administrativa y al nivel de competitividad de la organización. Los cuestionarios aplicados también se basaron en la propuesta académica presentada por Mero (2023) en su trabajo titulado La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las MIPYMES comerciales de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, correspondiente al año 2022. Este material se ajustó especialmente para ser respondido por el personal y por los clientes que acuden con mayor regularidad al establecimiento, con el fin de recabar los insumos necesarios para el desarrollo del estudio.

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Cuestionario

El instrumento elegido para la recolección de información fue un cuestionario estructurado compuesto por diez preguntas cerradas, pensado para obtener los datos de forma organizada y precisa. Esta herramienta permitió valorar los aspectos más relevantes tanto de la gestión estratégica como de la competitividad de Automecano del Sur, garantizando que todo el personal y los clientes encuestados respondan bajo los mismos criterios y pautas.

El cuestionario que sirvió de base para las encuestas se tomó como referencia del trabajo de titulación de Mero (2023), denominado La gestión estratégica y su influencia en la competitividad de las MIPYMES comerciales de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, año 2022, y posteriormente se adaptó a las particularidades de esta organización.

Escala de Likert

Se aplicó la escala de Likert con el fin de valorar de forma ordenada qué tanto están de acuerdo o en desacuerdo tanto los trabajadores como los clientes con cada una de las afirmaciones presentadas. Gracias a ella, las respuestas se pueden agrupar en categorías que muestran el nivel de aceptación o rechazo, lo que hace mucho más sencillo y objetivo el análisis posterior. Asimismo, esta herramienta garantiza uniformidad y método al momento de recopilar y procesar las opiniones de las personas, lo que a su vez permite elaborar una interpretación sólida y confiable de toda la información recogida.

POBLACIÓN

La población considerada en este estudio está integrada por todo el personal que presta sus servicios en Automecano del Sur, conformado por un total de 11 colaboradores distribuidos entre las áreas administrativa y operativa.

Dado que el número de colaboradores es reducido, se decidió incluir al total del personal en la recolección de información. Esta elección responde a la importancia de obtener datos exactos y fiables, que reflejen fielmente tanto la situación interna como el entorno en el que se desenvuelve la empresa, evitando así cualquier desviación que pudiera surgir al trabajar solo con una parte del grupo. Al tratarse de una población pequeña, no resulta necesario calcular una muestra; esta circunstancia hace posible reunir los datos con mayor detalle y asegura que la información recogida represente de manera completa toda la estructura de la organización.

Tabla 2. *Cuadro Poblacional*

Estructura	Instrumento	Cantidad
Propietario	Entrevista	1
Empleados	Encuesta	11
Clientes	Encuesta	43
Total		55

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth

RESULTADOS DE LA PRUEBA DE ALFA DE CRONBACH

Los cuestionarios aplicados tanto al personal como a los clientes de Automecano del Sur fueron evaluados mediante la prueba estadística Alfa de Cronbach, con el propósito de verificar la confiabilidad del instrumento utilizado. A partir de este análisis, se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 3. *Alfa de Cronbach*

Estadístico de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basado en los elementos tipificados	N de elementos
,910	,823	20

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

El análisis arrojó un valor de 0,910 en la prueba Alfa de Cronbach, lo que califica como un nivel de fiabilidad excelente. De esta manera, se confirma que el instrumento, integrado por un total de 20 ítems, es plenamente válido y seguro para su aplicación.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADO

Análisis de resultado

A continuación, se exponen y analizan los hallazgos obtenidos a partir de las herramientas aplicadas, vinculándolos directamente con la situación de la gestión estratégica y el nivel de competitividad que presenta Automecano del Sur, ubicada en la ciudad de Latacunga.

Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los empleados

Pregunta 1.

¿Considera que la filosofía empresarial (misión, visión y valores) es importante para orientar el trabajo diario en Automecano del Sur?

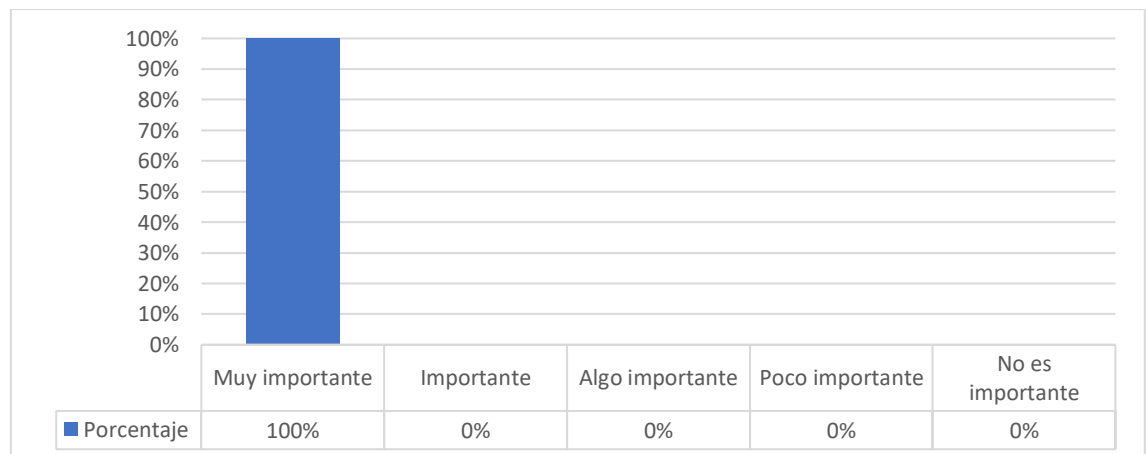
Tabla 4. *Importancia de la filosofía empresarial (misión, visión, valores)*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	11	100%
Importante	0	0%
Algo importante	0	0%
Poco importante	0	0%
No es importante	0	0%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth

Figura 1

Importancia de la filosofía empresarial (misión, visión, valores)



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 100% de los encuestados considera fundamental contar con una identidad empresarial clara, es decir, misión, visión y valores que

sirva de guía para las actividades cotidianas. Esta percepción contrasta con lo expresado por el propietario: si bien reconoce que la gestión estratégica es clave para evaluar el rendimiento del negocio, admite que todavía no se ha establecido ni formalizado un modelo de trabajo por escrito.

Interpretación: Los resultados reflejan que los colaboradores reconocen la importancia de disponer de un direccionamiento estratégico que oriente la gestión de la empresa y fortalezca el trabajo conjunto hacia objetivos comunes. Sin embargo, la información obtenida durante la entrevista evidencia que Automecano del Sur aun no cuenta con una filosofía organizacional formalmente establecida, situación que limita la orientación de las actividades y la consolidación de una identidad empresarial.

Pregunta 2.

¿Cuáles son las estrategias que utiliza la empresa para promocionar y captar clientes en el mercado automotriz de Latacunga?

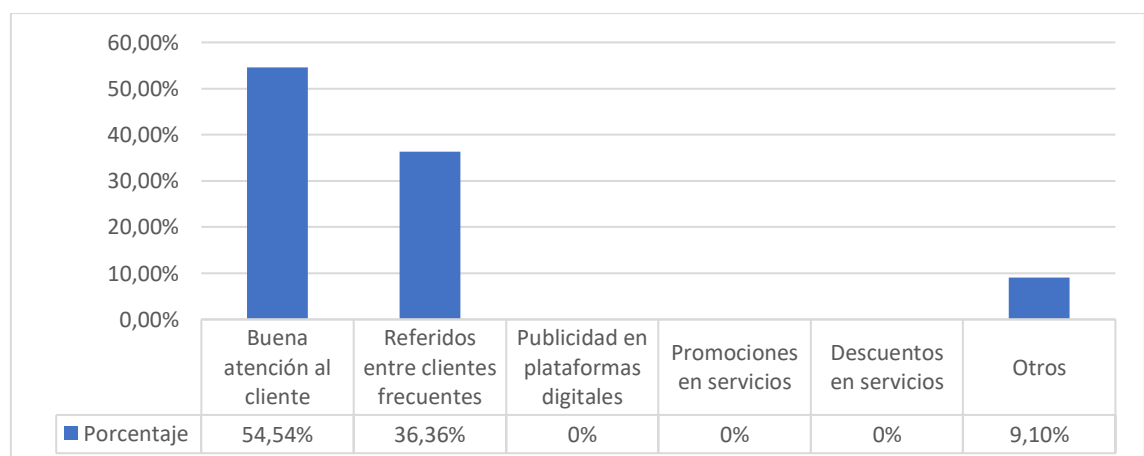
Tabla 5. Estrategias utilizadas para promocionar y captar clientes

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Buena atención al cliente	6	54,54%
Referidos entre clientes frecuentes	4	36,36%
Publicidad en plataformas digitales	0	0 %
Promociones en servicios	0	0 %
Descuentos en servicios	0	0%
Otros	1	9,10%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 2

Estrategias utilizadas para promocionar y captar clientes



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: los resultados muestran que el 54,55% del personal encuestado señala que la principal estrategia utilizada por Automecano del Sur para captar clientes es la buena atención al cliente. Al mismo tiempo, el 36,36% manifiesta que la captación de clientes se genera mediante las recomendaciones de usuarios frecuentes, mientras que el 9,10% menciona otras estrategias, por otra parte, ningún colaborador identifica el uso de promociones comerciales o plataformas digitales como mecanismos empleados por la empresa.

Interpretación: Los resultados evidencian que Automecano del Sur basa su captación a clientes principalmente en la calidad del servicio prestado y en las recomendaciones de quienes ya utilizan sus servicios, no obstante, la escasa utilización de herramientas de marketing y medios digitales limita las posibilidades de incrementar su presencia en el mercado automotriz.

Pregunta 3.

¿Mediante qué medio digital considera que Automecano del Sur debería promocionar sus servicios para llegar a más clientes?

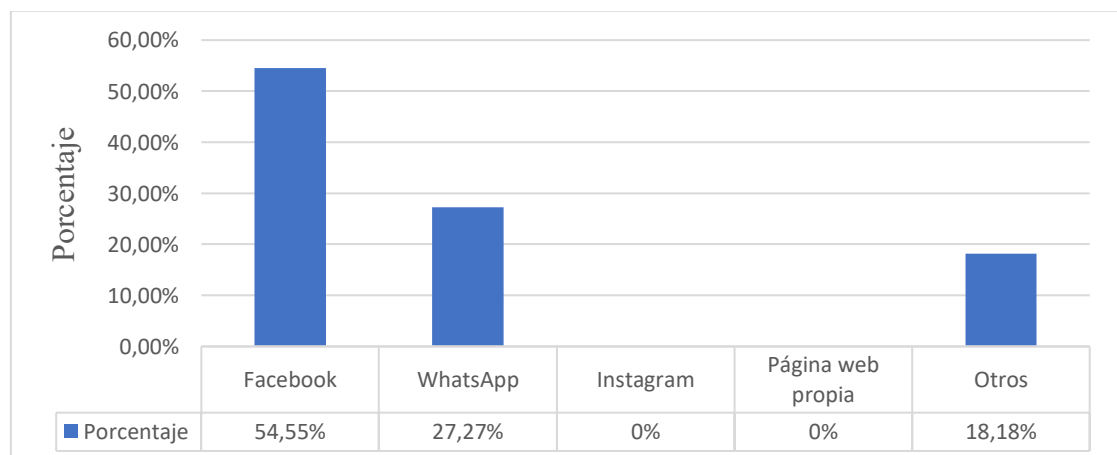
Tabla 6. Medio digital ideal para promocionar los servicios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	6	54,55%
WhatsApp	3	27,27%
Instagram	0	0%
Página web propia	0	0%
Otros	2	18,18%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 3

Medio digital ideal para promocionar los servicios



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: los resultados muestran que el 54,55% del personal considera que Facebook es el medio digital más adecuado para promocionar los servicios de Automecano del Sur, mientras que el 27,27% señala que WhatsApp constituye una herramienta efectiva para mantener comunicación con los clientes, mientras que el 18,18% menciona otros medios digitales. Ningún encuestado selecciono Instagram o una página web como la principal alternativa para la promoción de los servicios.

Interpretación: los datos evidencian que los colaboradores reconocen la importancia de fortalecer la presencia digital de la empresa mediante plataformas de mayor alcance y el uso frecuente por parte de los clientes. La preferencia por Facebook y WhatsApp refleja la necesidad de aprovechar herramientas accesibles que permitan incrementar la difusión de los servicios y mejora la comunicación con los usuarios.

Pregunta 4.

¿Cree usted que la empresa aplica políticas y procedimientos adecuados para la prestación de sus servicios de mantenimiento y reparación automotriz?

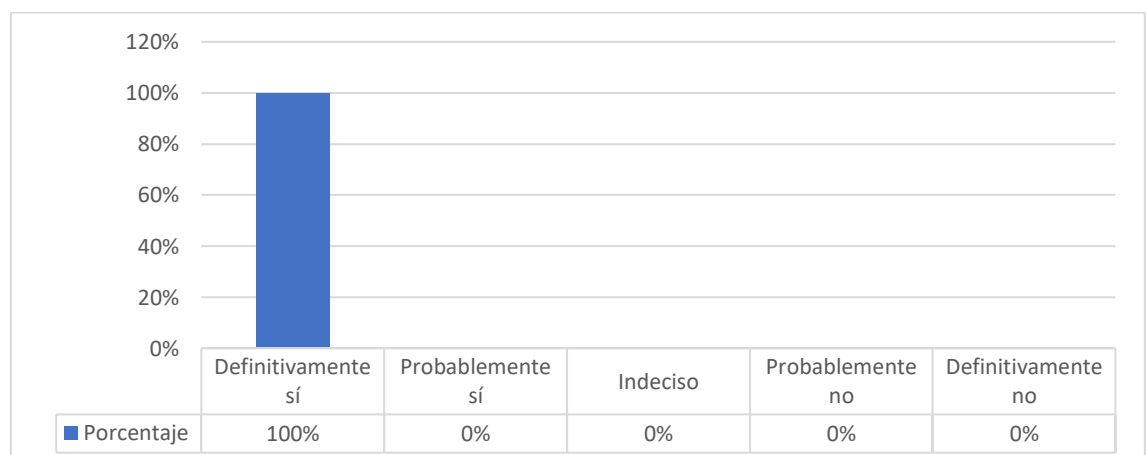
Tabla 7. *Aplicación de políticas y procedimientos en la prestación de los servicios*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	11	100%
Probablemente sí	0	0%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 4

Aplicación de políticas y procedimientos en la prestación de los servicios



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 100% de los encuestados consideran que Automecano del Sur aplica políticas y procedimientos adecuados para la prestación de los servicios automotrices. Estos resultados reflejan una percepción favorable del personal respecto al desarrollo de las actividades operativas y a la forma en que se ejecutan los procesos dentro de la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los colaboradores perciben que las actividades operativas se desarrollan de manera organizada y bajo procedimientos conocidos por el personal, además la entrevista realizada al propietario permitió identificar las necesidades de fortalecer y formalizar dichos procedimientos para lograr una mayor estandarización y facilitar la planificación de las actividades.

Pregunta 5.

¿Considera usted que Automecano del Sur posee una ventaja competitiva frente a los demás talleres automotrices de Latacunga?

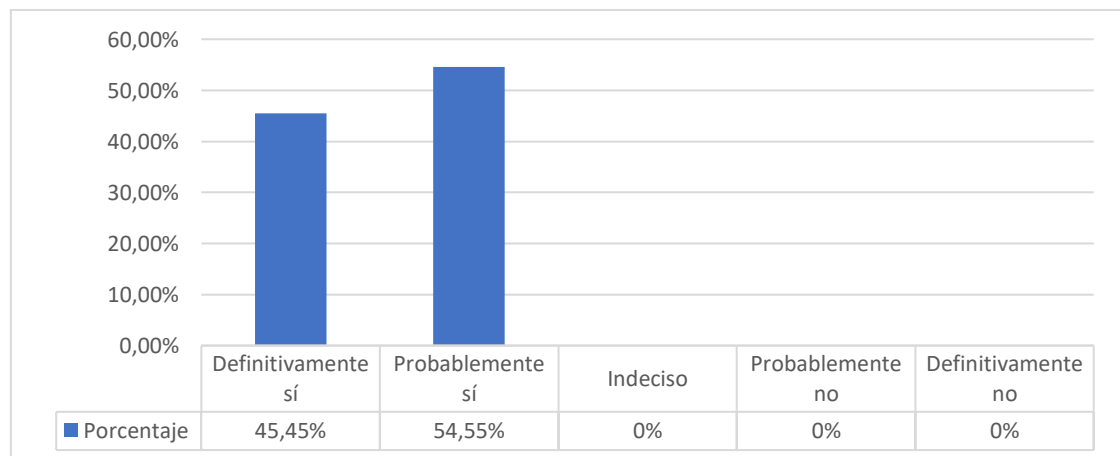
Tabla 8. *Automecano del Sur posee una ventaja competitiva*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	5	45,45%
Probablemente sí	6	54,55%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth

Figura 5

Automecano del Sur posee una ventaja competitiva



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: los resultados evidencian que el 54,55% del personal considera que la empresa probablemente posee una ventaja competitiva frente a otros talleres automotrices, mientras que el 45,45% manifiesta que definitivamente cuenta con dicha ventaja. Ningún encuestado expreso una percepción negativa, lo que evidencia una valoración favorable sobre la posición competitiva de la empresa dentro del mercado local.

Interpretación: Los resultados evidencian que los colaboradores reconocen fortalezas que permiten diferenciar a Automecano del Sur de otros talleres automotrices, principalmente relacionadas con la calidad del servicio, la experiencia del personal y la confianza generada en los clientes. Sin embargo, también se reflejan la necesidad de consolidar dichas fortalezas mediante estrategias que permitan proyectarlas de manera más efectiva hacia el mercado.

Pregunta 6.

¿Cuáles considera usted que son los aspectos que se deben mejorar en Automecano del Sur?

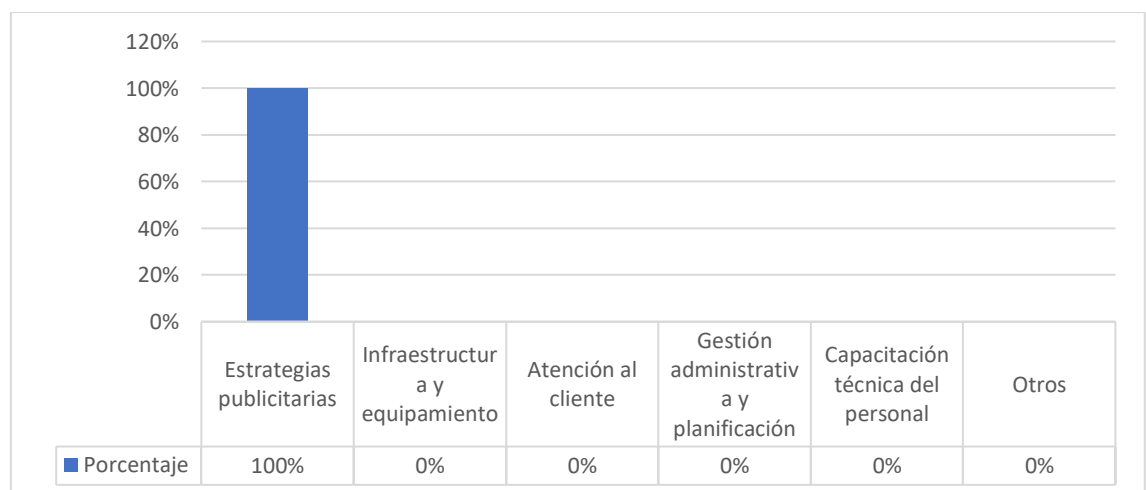
Tabla 9. *Condiciones que debe mejorar Automecano del Sur*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Estrategias publicitarias	11	100%
Infraestructura y equipamiento	0	0%
Atención al cliente	0	0%
Gestión administrativa y planificación	0	0%
Capacitación técnica del personal	0	0%
Otros	0	0%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 6

Condiciones que debe mejorar Automecano del Sur



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 100% del personal considera que el principal aspecto que requiere fortalecer en Automecano del Sur corresponde a estrategias publicitarias, mientras que ningún encuestado señaló la infraestructura, la atención al cliente, la gestión administrativa como prioridades de mejora. Este resultado evidencia un consenso absoluto respecto a la necesidad de incrementar la promoción de los servicios que ofrece la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que, aunque los colaboradores perciben fortalezas en la calidad del servicio y en el desempeño técnico de la empresa, consideran insuficientes las acciones de promoción desarrolladas hasta la actualidad. La ausencia de estrategias publicitarias estructuradas limita la visibilidad de Automecano del Sur y reduce las oportunidades para captar nuevos clientes.

Pregunta 7.

¿La empresa utiliza algún sistema para el control de inventarios de repuestos e insumos en bodega?

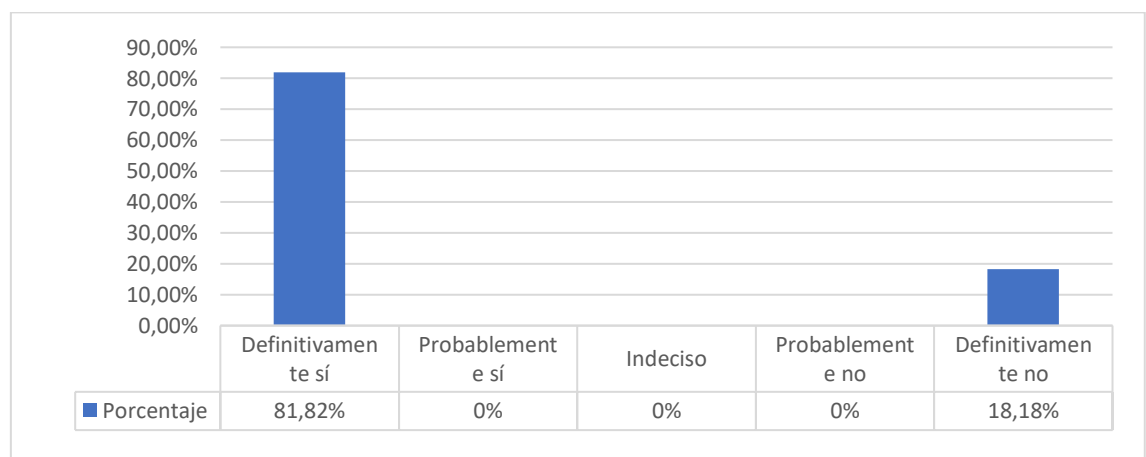
Tabla 10. Utilización de un sistema de control de inventarios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	9	81,82%
Probablemente sí	0	0%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	2	18,18%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 7

Uso de un sistema de control de inventarios



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados evidencian que el 81,82% de los encuestados considera que la empresa definitivamente posee el uso de sistema para el control de inventarios de repuestos e insumos de bodega, mientras el 18,18% manifiesta que la empresa no dispone de dicho sistema. Estos resultados reflejan que, si bien la mayoría del personal reconoce la existencia de un mecanismo para el control de inventarios, aún existe un grupo de colaboradores que no perciben la aplicación de un sistema claramente establecido para la administración de recursos.

Interpretación: Los resultados evidencian que los colaboradores reconocen el sistema para el control de inventarios, estos no son plenamente identificados por la totalidad de los trabajadores, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la organización y estandarización de este proceso. Esta situación manifiesta la importancia de establecer lineamientos organizacionales que permitan optimizar la gestión de los recursos y mejorar la coordinación de las actividades internas.

Pregunta 8.

¿Considera usted que se debe motivar al personal técnico y administrativo para obtener mejores resultados en la prestación de servicios?

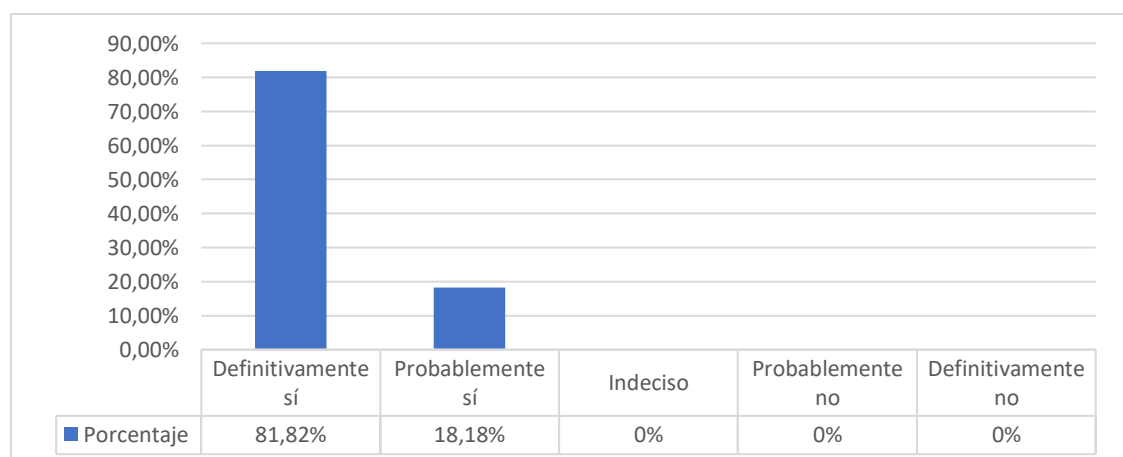
Tabla 11. *Importancia de la motivación del personal*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	9	81,82%
Probablemente sí	2	18,18%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 8

Importancia de la motivación del personal



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 81,82% de los encuestados consideran que definitivamente si se debe motivar al personal técnico y administrativo para obtener mejores resultados en la prestación de los servicios, mientras que el 18,18% manifiesta que probablemente si con dicha importancia. Ningún encuestado expreso una indecisión o desacuerdo, lo que evidencia un acuerdo favorable respecto a la importancia de la motivación como un factor que contribuye el desempeño del personal y al desarrollo eficiente de las actividades de la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los colaboradores reconocen la motivación como un elemento esencial para fortalecer el compromiso, la responsabilidad y el desempeño laboral. Asimismo, la percepción positiva del personal evidencia que un ambiente de trabajo motivador favorece la calidad de los servicios, fortalece el trabajo en equipo y contribuye al logro de los objetivos organizacionales.

Pregunta 9.

¿Considera usted que la comunicación con los clientes es fundamental para garantizar la calidad del servicio en Automecano del Sur?

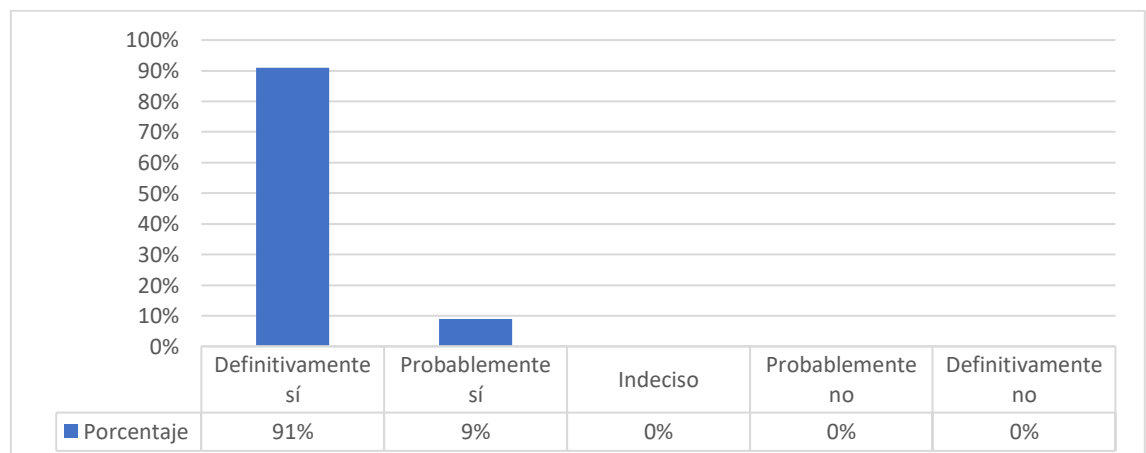
Tabla 12. *Importancia de la comunicación con los clientes*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	10	91%
Probablemente sí	1	9%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 9

Importancia de la comunicación con los clientes



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 91% de las personas encuestadas consideran que definitivamente la comunicación con los usuarios es clave para asegurar un servicio de calidad, mientras que el 9% manifiesta que probablemente sí. Ningún encuestado expreso una postura de desacuerdo, lo que evidencia un amplio consenso respecto a la importancia de mantener una comunicación efectiva con los clientes como parte del proceso de prestación de los servicios.

Interpretación: Los datos reflejan que los colaboradores reconocen la comunicación con los clientes como un elemento esencial para fortalecer la calidad del servicio y generar relaciones de confianza que contribuya a la satisfacción de los usuarios. Asimismo, una comunicación clara y oportuna permite conocer las necesidades y expectativas de los clientes, facilitando una atención más eficiente y personalizada.

Pregunta 10.

¿Aparte de su trabajo en Automecano del Sur, usted se dedica a otra actividad laboral o emprendimiento?

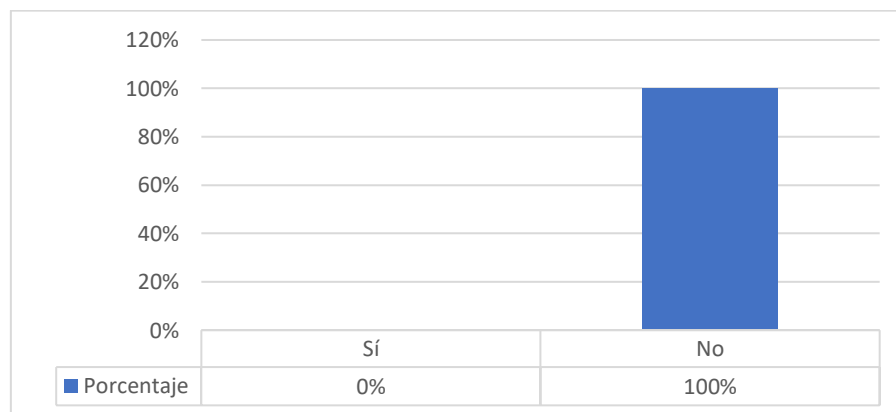
Tabla 13. *Dedicación a otras actividades laborales*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0%
No	11	100%
Total	11	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 10

Dedicación a otras actividades laborales



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los muestran que el 100% indica que no desarrolla ninguna otra actividad laboral ni emprendimiento adicional. Aunque este punto no se revisó de forma específica en la entrevista, los datos dan cuenta de que el equipo se dedica de manera exclusiva a la organización. Esta circunstancia es muy positiva, ya que facilitaría la puesta en marcha de programas de formación y crecimiento profesional dentro del taller.

Interpretación: Los datos reflejan que los colaboradores mantienen una dedicación exclusiva a las funciones que desempeñan en Automecano del Sur, lo que constituye una condición favorable para el desarrollo de las actividades operativas y el cumplimiento de las actividades desarrolladas. Estas acciones permiten que el personal concrete sus esfuerzos en la prestación de los servicios automotrices, favoreciendo la continuidad de los procesos y el compromiso con la empresa.

Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los clientes

Pregunta 1.

¿Considera importante que los talleres automotrices como Automecano del Sur deben aplicar estrategias de publicidad y marketing para dar a conocer sus servicios?

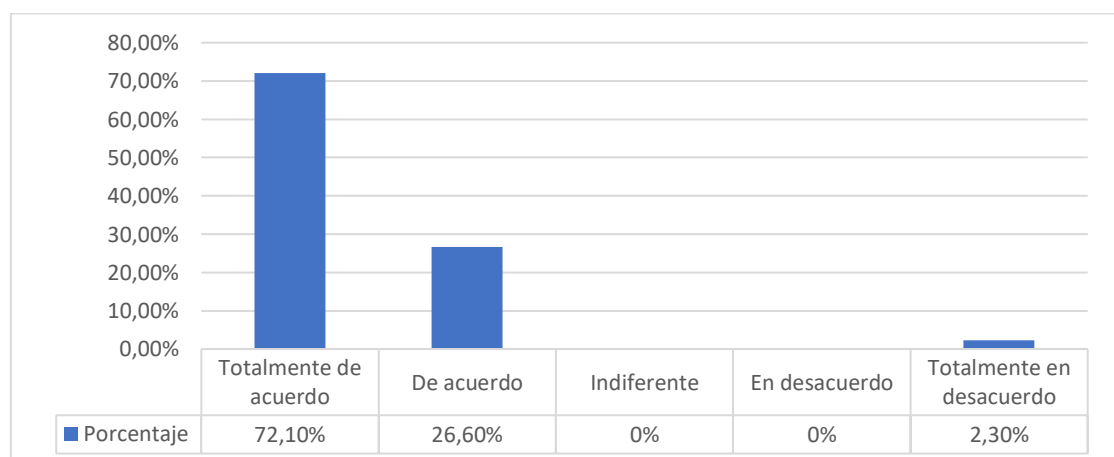
Tabla 14. *Importancia de implementar estrategias de publicidad y marketing*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	31	72,1%
De acuerdo	11	26,6%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	2,3%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 11

Importancia de implementar estrategias de publicidad y marketing



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 72,1% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo en que Automecano del Sur debería implementar acciones de publicidad y mercadeo para dar a conocer sus servicios, mientras que un 26,6% adicional también manifiesta estar de acuerdo. Por otra parte, el 2,3% se muestra en total desacuerdo. Estos resultados evidencian una amplia aceptación por parte de los clientes respecto a la importancia de implementar acciones de publicidad y marketing como medio para fortalecer la promoción de los servicios automotrices.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes consideran que las estrategias de publicidad y marketing constituyen un elemento importante para mejorar la difusión de los servicios ofrecidos por los talleres automotrices. La alta aceptación obtenida evidencia el interés de los usuarios por acceder a la información clara y oportuna sobre los servicios disponibles, promociones y canales de atención.

Pregunta 2.

¿Qué estrategias le parecen más atractivas para elegir un taller automotriz en Latacunga?

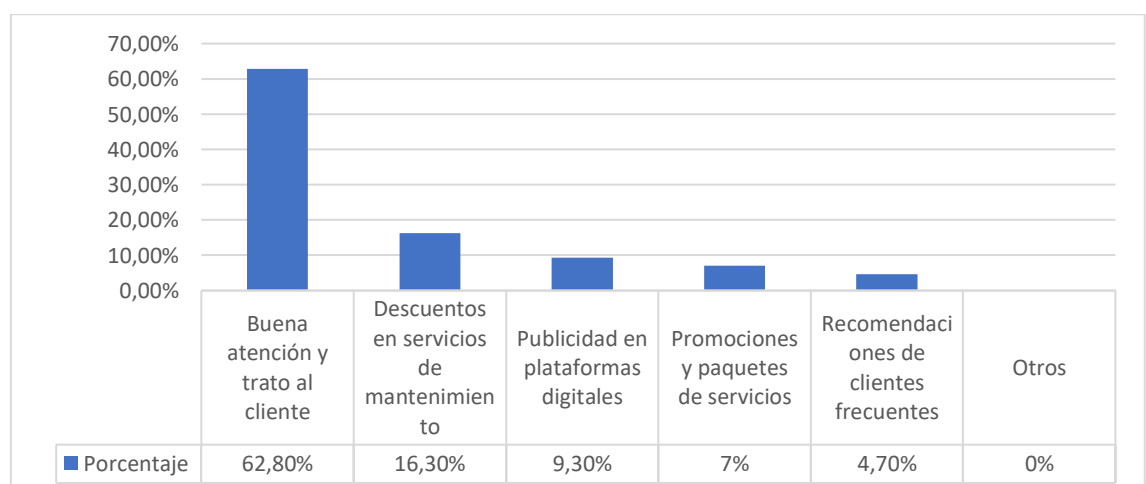
Tabla 15. Estrategias más atractivas para elegir un taller automotriz

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Buena atención y trato al cliente	7	62,8%
Descuentos en servicios de mantenimiento	27	16,3%
Publicidad en plataformas digitales	4	9,3%
Promociones y paquetes de servicios	3	7%
Recomendaciones de clientes frecuentes	2	4,7%
Otros	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 12

Estrategias más atractivas para elegir un taller automotriz



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 62,8% de los clientes indica que la calidad del trato recibido es lo que más los lleva a elegir un taller automotriz, seguido de los descuentos en mantenimiento con un 16,3%. Por otra parte, el 7% considera importantes las promociones y paquetes de servicios, y el 4,70% manifiesta que las recomendaciones de clientes frecuentes representan el principal factor para seleccionar un taller automotriz.

Interpretación: Los datos reflejan que la calidad en la atención y el trato al cliente constituye el principal factor de preferencia al momento de elegir un taller automotriz, lo que evidencia que los usuarios valoran una atención eficiente, cordial y orientada a satisfacer sus necesidades. Asimismo, la importancia otorgada a los descuentos, promociones y publicidad en plataformas digitales demuestran que los clientes también consideran relevantes las estrategias comerciales y de comunicación para conocer los servicios ofrecidos.

Pregunta 3.

¿A través de qué medio digital le gustaría recibir información, cotizaciones o agendar citas en Automecano del Sur?

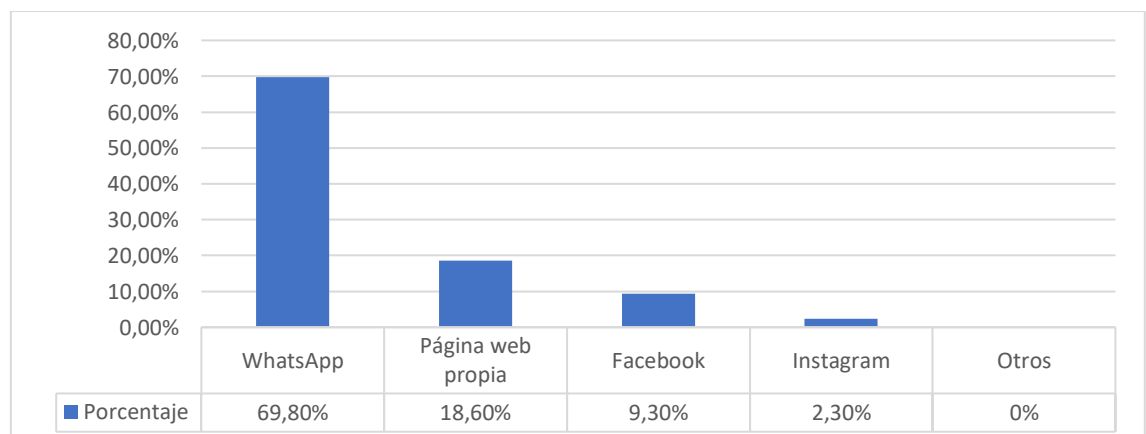
Tabla 16. Medio digital preferido para recibir información

Opción	Frecuencia	Porcentaje
WhatsApp	30	69,8%
Página web propia	8	18,6%
Facebook	4	9,3%
Instagram	1	2,3%
Otros	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 13

Medio digital preferido para recibir información



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 69,8% de los clientes manifiesta que prefiere utilizar WhatsApp tanto para recibir información como para coordinar sus citas, el 18,60% manifiesta su preferencia por una página web propia, mientras que el 9,3% elige Facebook y el 2,30% por Instagram. Ningún encuestado selecciono la opción otros, lo que evidencia una clara inclinación hacia el uso de plataformas digitales que faciliten una comunicación rápida y accesible con la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes priorizan el uso de herramientas digitales que les permitan establecer una comunicación directa, ágil y oportuna con Automecano del Sur. La marca preferencial por WhatsApp evidencia la importancia de disponer de un canal de atención inmediato para solicitar información, realizar consultas, obtener cotizaciones y gestionar citas de manera sencilla, el interés por una página web propia demuestra que los usuarios valoran la disponibilidad de un espacio digital donde puedan acceder a información institucional y conocer los servicios ofrecidos por la empresa.

Pregunta 4.

¿Considera que Automecano del Sur debería contar con una página web o plataforma digital para dar a conocer todos sus servicios y facilitar la atención al cliente?

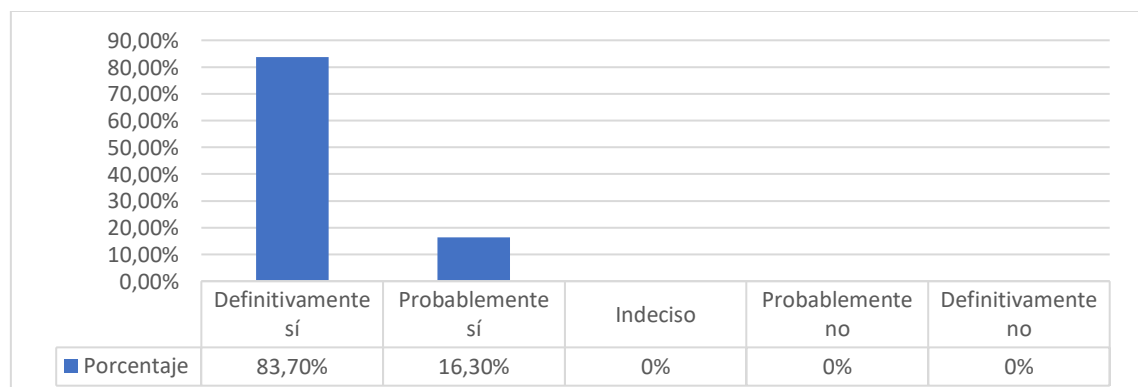
Tabla 17. Necesidad de contar con una página web o plataforma

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	36	83,7%
Probablemente sí	7	16,3%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 14

Necesidad de contar con una página web o plataforma



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 83,7% de los clientes consideran que definitivamente si debería disponer de una página web o plataforma digital para dar a conocer sus servicios y facilitar la atención al cliente, mientras que el 16,3% restante considera que probablemente sí. Ningún encuestado expreso una postura de indecisión, lo que evidencia una aceptación unánime sobre la importancia de disponer de una plataforma digital que fortalezca la comunicación y el acceso a la información de la empresa.

Interpretación: Los datos demuestran que los clientes consideran fundamental que Automecano del Sur disponga de una página web o plataforma digital que facilite el acceso a información sobre los servicios ofrecidos y fortalezca la atención al cliente. La alta aceptación obtenida evidencia que los usuarios valoran la posibilidad de contar con un canal digital que les permita conocer los servicios disponibles, solicitar información, gestionar consultas y acceder a una comunicación más ágil con la empresa.

Pregunta 5.

¿Considera importante que Automecano del Sur amplíe su portafolio de servicios automotrices para satisfacer mejor las necesidades de sus clientes?

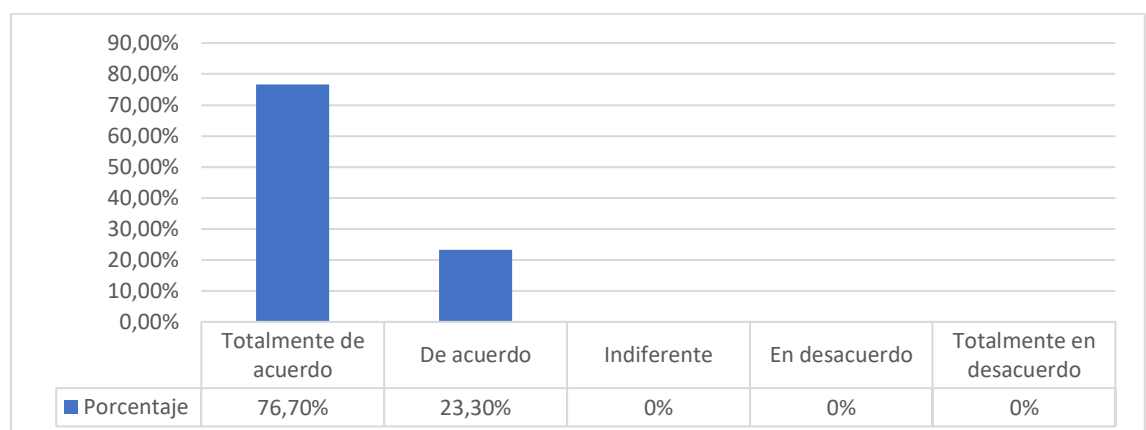
Tabla 18. *Importancia de ampliar el portafolio de servicios*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	33	76,7%
De acuerdo	10	23,3%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 15

Importancia de ampliar el portafolio de servicios



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 76,7% de los clientes está totalmente de acuerdo que la organización amplie su portafolio de servicios automotrices para satisfacer de mejor manera las necesidades de sus clientes, mientras que el 23,3% restante también se manifiesta conforme. No se registraron respuestas en las opciones de desacuerdo, lo que evidencia una percepción amplia favorable respecto a la importancia de diversificar los servicios que ofrece la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes consideran importante que Automecano del Sur amplie su portafolio de servicios como una alternativa para responder de manera más eficiente a las necesidades y expectativas del mercado. La aceptación unánime obtenida evidencia el interés de los usuarios por acceder a una mayor variedad de servicios automotrices en un mismo establecimiento, lo que contribuirá a mejorar su experiencia y nivel de satisfacción.

Pregunta 6.

¿Considera usted que el personal técnico que atiende en Automecano del Sur está debidamente capacitado para realizar los servicios de mantenimiento y reparación?

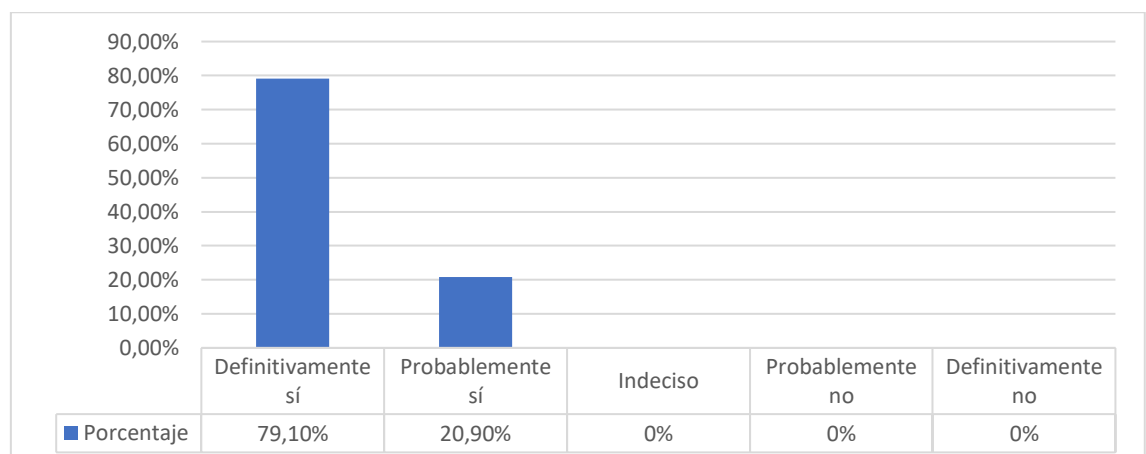
Tabla 19. Personal técnico capacitado para realizar servicio automotriz

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	34	79,1%
Probablemente sí	9	20,9%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	0	0%
Definitivamente no	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 16

Personal técnico capacitado para realizar servicio automotriz



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados evidencian que el 79,1% de los clientes consideran que definitivamente sí el personal técnico se encuentra debidamente capacitado para realizar los servicios de mantenimiento y reparación automotriz, mientras que el 20,9% restante considera que probablemente sí. No se registraron respuestas de desacuerdo, lo que evidencia una percepción ampliamente favorable respecto a la preparación y competencias del personal técnico de la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes perciben al personal técnico de Automecano del Sur como un equipo competente y preparado para desarrollar los servicios de mantenimiento y reparación automotriz, lo que genera confianza y credibilidad en la atención brindada. Esta percepción favorable constituye para la empresa, ya que el conocimiento y la experiencia del talento humano influyen directamente en la calidad del servicio y en la satisfacción de los clientes.

Pregunta 7.

¿Considera que se debe mejorar la infraestructura, equipamiento e imagen de Automecano del Sur para generar mayor confianza y atraer más clientes?

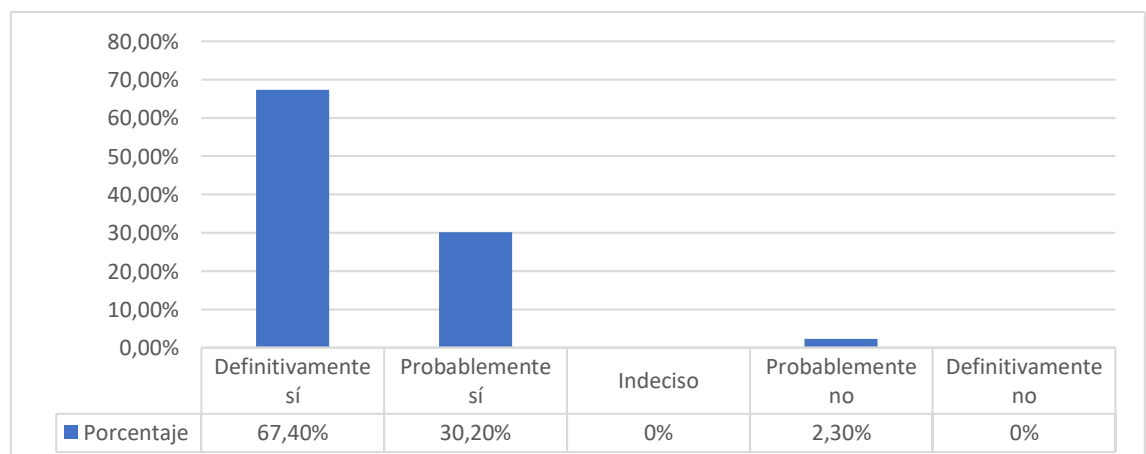
Tabla 20. Necesidad de mejorar infraestructura, equipamiento e imagen

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente sí	29	67,4%
Probablemente sí	13	30,2%
Indeciso	0	0%
Probablemente no	1	2,3%
Definitivamente no	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 17

Necesidad de mejorar infraestructura, equipamiento e imagen



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 67,4% de los clientes consideran que definitivamente se debe mejorar las instalaciones, el equipamiento y la imagen del taller, mientras que el 30,2% adicional manifiesta que probablemente sí, y solo el 2,3% opina lo contrario. No se registraron respuestas de indecisión, lo que evidencia una percepción mayoritariamente favorable respecto a la importancia de favorecer estos aspectos de la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes consideran que la infraestructura, el equipamiento y la imagen de Automecano del Sur constituyen elementos que influyen en la percepción de calidad y confianza durante la prestación de los servicios automotrices. La amplia aceptación obtenida evidencia que los usuarios valoran la existencia de instalaciones adecuadas, equipos acordes con las necesidades del servicio que proyecte profesionalismo y seguridad.

Pregunta 8.

¿Cómo califica usted el tiempo de atención y entrega del vehículo en Automecano del Sur?

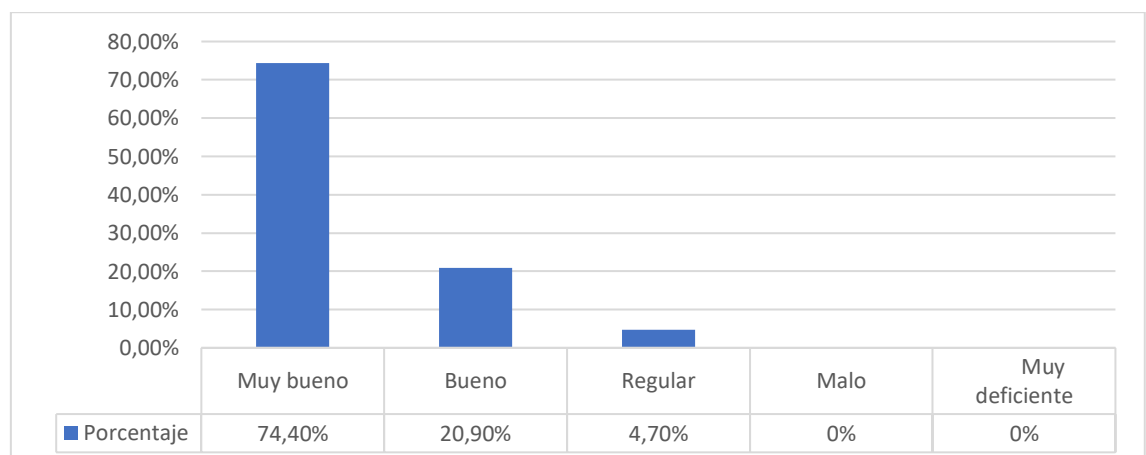
Tabla 21. Calificación del tiempo de atención y entrega

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	32	74,4%
Bueno	9	20,9%
Regular	2	4,7%
Malo	0	0%
Muy deficiente	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 18

Calificación del tiempo de atención y entrega



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 74,4% de las personas encuestadas califica el tiempo de atención y entrega del vehículo como muy bueno, el 20,9% como bueno y solo el 4,7% como regular; no se registraron valoraciones negativas. Estos resultados evidencian una percepción mayoritariamente favorable por otra parte de los clientes respecto a la eficiencia en la atención y entrega de los vehículos.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes perciben el tiempo de atención y entrega de los vehículos como uno de los aspectos más favorables del servicio ofrecido por Automecano del Sur. La valoración positiva obtenida evidencia que la empresa mantiene una adecuada capacidad para atender oportunamente las necesidades de los usuarios, contribuyendo a generar confianza y satisfacción durante la prestación del servicio.

Pregunta 9.

¿Considera que los precios de los servicios ofrecidos por Automecano del Sur son?

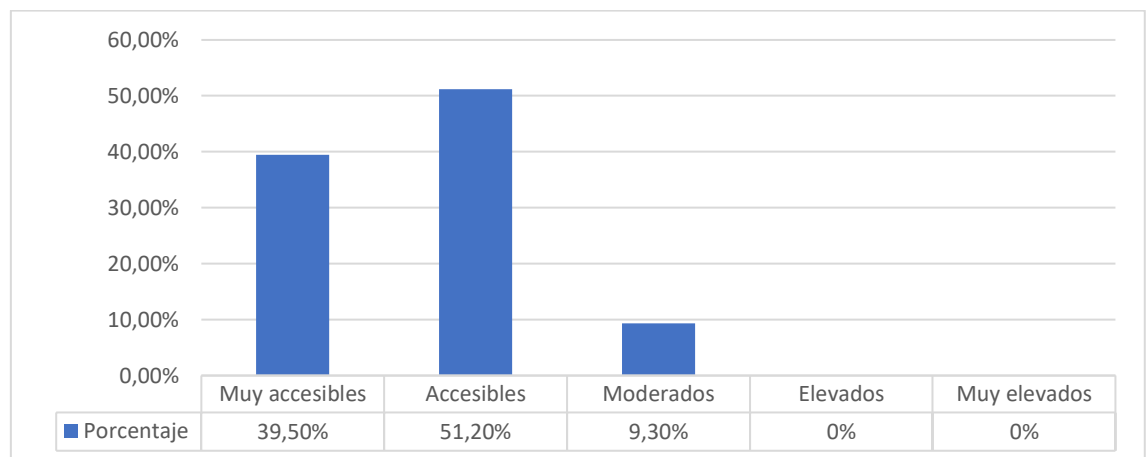
Tabla 22. *Percepción de los precios de los servicios*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy accesibles	17	39,5%
Accesibles	22	51,2%
Moderados	4	9,3%
Elevados	0	0%
Muy elevados	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 19

Percepción de los precios de los servicios



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 51,2% de los clientes considera que los precios son accesibles y el 39,5% los califica como muy accesibles, mientras que el 9,30% manifiesta que los precios son moderados, sin registrarse las respuestas de las opciones elevados o muy elevados. Esto demuestra una percepción mayoritariamente favorable por parte de los clientes respecto a los precios establecidos por la empresa.

Interpretación: Los datos reflejan que los clientes perciben los precios de los servicios como adecuados y acordes con los servicios recibidos, lo que constituye favorable para la empresa dentro del mercado automotriz. La valoración positiva de los precios evidencia que los usuarios consideran que existe una relación equilibrada entre el costo y la calidad del servicio, aspecto que contribuye a fortalecer la satisfacción del cliente y su intención de continuar utilizando los servicios de la empresa.

Pregunta 10.

¿Se encuentra satisfecho con la calidad y variedad de servicios que ofrece Automecano del Sur?

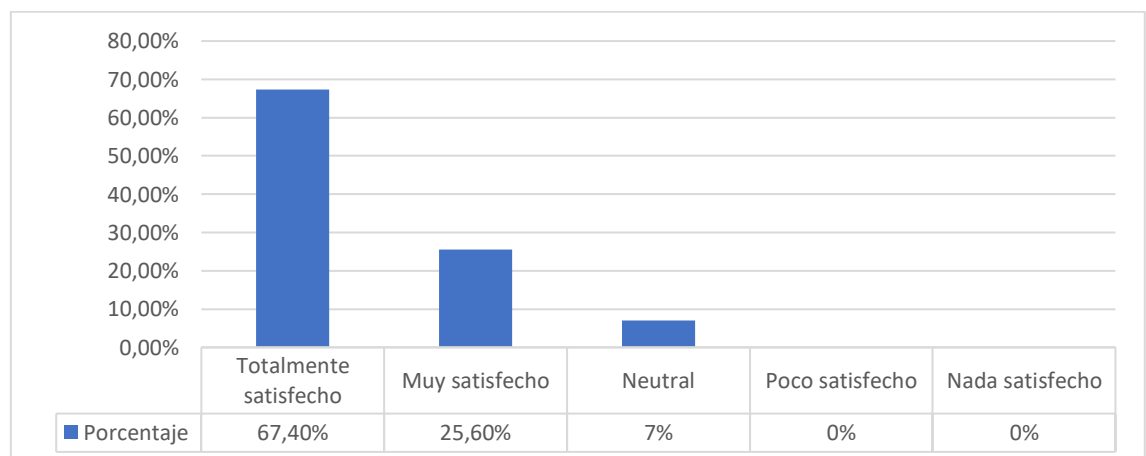
Tabla 23. *Satisfacción general con la calidad y variedad de servicios*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente satisfecho	29	67,4%
Muy satisfecho	11	25,6%
Neutral	3	7%
Poco satisfecho	0	0%
Nada satisfecho	0	0%
Total	43	100%

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Figura 20

Satisfacción general con la calidad y variedad de servicios



Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Análisis: Los resultados muestran que el 67,4% de los clientes afirma estar totalmente conforme con la calidad y variedad de los servicios recibidos, mientras que el 25,6% se manifiesta muy satisfecho; solo el 7% mantiene una postura neutra y no se registró ninguna valoración negativa. Estos resultados evidencian un alto nivel de satisfacción por parte de los clientes respecto a los servicios prestados por la empresa.

Interpretación: los datos reflejan que la mayoría de los clientes mantienen una percepción favorable sobre la calidad y variedad de los servicios ofrecidos por Automecano del Sur, lo que demuestra que la empresa ha logrado satisfacer las expectativas de sus usuarios mediante un servicio confiable y acorde con sus necesidades, de manera que constituye una fortaleza para la organización promoviendo su fidelización dentro del mercado automotriz.

Entrevista a propietario de Automecano del Sur

Entrevista para analizar la Gestión Estratégica y la Competitividad en la empresa Automecano del Sur en la ciudad de Latacunga.

Guía de entrevista

Nombres y apellidos: Nelson Rodrigo Guaita

Cargo: Propietario

Edad: 50 Años **Género:** Masculino X

Profesión: Ingeniero Automotriz

Instrucciones: Por favor, lea con atención cada una de las preguntas que aparecen a continuación y responda basándose en su propio criterio. Muchas gracias por su valiosa colaboración.

GESTIÓN ESTRATÉGICA

1. ¿Qué opina acerca de la gestión estratégica y su importancia para una empresa de servicios automotrices como Automecano del Sur?

Este aspecto resulta fundamental, ya que nos brinda las herramientas necesarias para valorar tanto los distintos parámetros como los indicadores que se han definido en el estudio

2. ¿Por qué considera que las empresas del sector automotriz deben utilizar estrategias para la captación y fidelización de clientes?

Con el propósito de conservar a los clientes actuales y, al mismo tiempo, ampliar el número de personas que confían en la empresa.

3. ¿Por qué cree usted que al implementar un modelo formal de gestión estratégica mejoraría el desempeño y la rentabilidad de Automecano del Sur?

Una planificación más ordenada y procesos mejor estructurados se traducirían directamente en un aumento de los beneficios para la organización.

4. ¿Qué estrategias considera que debe aplicar Automecano del Sur para mejorar su competitividad frente a los talleres formales e informales de Latacunga?

Sería conveniente poner en práctica distintas herramientas de gestión: definir metas a largo plazo, establecer con claridad la misión y la visión, y además aprovechar el marketing digital y distintas formas de promoción.

5. ¿Qué aspectos o cualidades cree usted que le dan a Automecano del Sur una posición más favorable o lo hacen distinto frente a los demás talleres que son su competencia directa?

Contar con equipamiento adecuado y personal con la preparación necesaria

6. ¿Cuáles considera usted que son los aspectos que deben mejorar en Automecano del Sur para fortalecer su gestión interna?

Organizar mejor la secuencia de actividades y contar con una gestión estratégica clara, para que esto nos permita consolidar una buena posición dentro del mercado.

COMPETITIVIDAD

7. ¿Qué opina acerca de la competitividad de Automecano del Sur en el mercado automotriz de la ciudad de Latacunga?

Existen grandes posibilidades de crecimiento, sobre todo porque están surgiendo nuevas tecnologías, como los vehículos eléctricos, que abren nuevos campos de acción

8. ¿Cuáles cree que son las principales fuentes de financiamiento a las que ha recurrido Automecano del Sur para su operación y crecimiento?

Acceder a financiamiento a través de bancos y cooperativas.

9. ¿Qué opina acerca del uso de tecnología y herramientas digitales en la gestión y prestación de servicios de Automecano del Sur?

Es fundamental aprovechar las oportunidades que surgen al ofrecer atención y mantenimiento a estos nuevos tipos de vehículos

10. ¿El personal de Automecano del Sur recibe capacitaciones técnicas y administrativas periódicas? ¿Con qué frecuencia y en qué áreas?

Esto representa una nueva posibilidad para avanzar, por lo que se contempla organizar instancias de formación de manera regular y constante.

Agradecimiento:

“Muchas gracias por su disposición y por participar. Toda la información que nos ha compartido será fundamental para impulsar mejoras en la gestión estratégica y fortalecer la competitividad de la empresa.”

Análisis de la entrevista

La entrevista permitió constatar que la gestión estratégica es un pilar esencial para el buen funcionamiento de la organización y para consolidar su posición en el mercado. Asimismo, se observó que la empresa cuenta con puntos fuertes muy valiosos: entre ellos, personal con la preparación adecuada y herramientas especializadas, elementos que le otorgan una ventaja frente a otros talleres ubicados en el cantón Latacunga. Estos resultados dan respuesta al propósito del estudio, al demostrar que una gestión estratégica bien estructurada sí contribuye decididamente a elevar la competitividad, lográndolo mediante una mejor organización, un uso más eficiente de los recursos y una mayor consolidación de su imagen y posición frente a los clientes.

Discusión de resultados

El análisis conjunto de la entrevista realizada al propietario y de las encuestas dirigidas a colaboradores y clientes permitió profundizar en las principales falencias que afectan la gestión estratégica y la capacidad de competir de Automecano del Sur. Los hallazgos muestran que existe una planificación desordenada, metas poco definidas, aún no se han establecido formalmente la misión y la visión, y no se utilizan indicadores para medir el rendimiento del negocio; en definitiva, la organización no cuenta con un modelo estructurado de gestión estratégica, lo que impide sacar el mayor provecho a los puntos fuertes con los que sí cuenta.

Estas conclusiones coinciden con lo expuesto por David (2013), para quien la gestión estratégica abarca todo el proceso de diseñar, poner en práctica y revisar las acciones necesarias para alcanzar las metas, aprovechar mejor los recursos y elevar el desempeño general de la empresa. Asimismo, se alinean con lo señalado por Peralta Miranda (2020), quienes indican que una buena definición de la estrategia ayuda a detectar oportunidades y guía cada decisión que se toma, a partir de conocer tanto cómo funciona la organización por dentro como el entorno en el que se desenvuelve.

Por su parte, el personal también considera fundamental contar con una identidad empresarial bien definida, y reconoce que la organización cuenta con puntos fuertes como la calidad en el trato a los usuarios y el compromiso de todo el equipo; aun así, señalan que la mayor prioridad es estructurar y fortalecer las acciones estratégicas. Estos hallazgos respaldan lo expuesto por (Olmedo et al., 2018), quienes señalan que una proporción considerable de las

PYMES en Ecuador fundamentan sus decisiones basándose solo en la experiencia práctica, lo que termina limitando su crecimiento y sus posibilidades de competir en mejores condiciones.

En lo que se refiere a la competitividad, tanto el propietario como el personal coinciden en que el equipo calificado y el equipamiento especializado son los principales puntos fuertes que distinguen a Automecano del Sur. A su vez, los clientes señalan que la calidad y el trato personalizado son lo que más los lleva a elegir este taller, por encima de descuentos o campañas promocionales. Estos hallazgos confirman lo planteado por M. E. Porter (1998), para quien la diferenciación representa una estrategia basada precisamente en aquellos aspectos que el público valora como la atención, la confianza y la calidad del servicio, permitiendo que una organización se posicione de manera distinta y favorable frente al resto de competidores.

Por su parte, estos resultados se alinean con la investigación de Bejarano (2022) quien establece un vínculo positivo y directo entre la gestión estratégica y la competitividad de cualquier organización, dado que una planificación apropiada mejora la capacidad de ajuste frente a las variaciones del entorno y llega a obtener resultados más favorables. A pesar de que la investigación se enfocó exclusivamente en una entidad pública, las conclusiones son aplicables a la realidad de Automecano del Sur, dado que en ambos escenarios se delimita que la gestión estratégica formalizada presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo y la mejora de la posición competitiva.

El propietario, el personal y la clientela coinciden al afirmar que la organización no está bien orientada en su gestión estratégica y en su habilidad para competir. El equipo de trabajo enfatiza que lo que menos se ha atendido son las acciones de publicidad, mientras que el dueño admite que hay que implementarlas para mejorar la situación del taller en el ámbito del mercado. La mayor parte de los propios usuarios también considera que es importante hacer que Automecano del Sur expanda su presencia digital para poder dar a conocer sus servicios. Estos hallazgos van en línea con lo expuesto por Mero (2023), quien indica que una de las principales dificultades de las micro y pequeñas empresas radica en la carencia de acciones organizadas de mercadeo y difusión, lo que reduce su visibilidad y limita sus posibilidades de competir.

Asimismo, la investigación evidencia la importancia de fortalecer los procedimientos internos y la planificación de la organización. Si bien el personal opina que ya se siguen pasos adecuados al momento de brindar el servicio, el propietario indica que es necesario ordenar mejor la secuencia de actividades y consolidar una gestión estratégica que permita afianzar la posición del taller. Esta diferencia de visiones sugiere que las tareas se desarrollan de forma

aceptable, pero sin contar con una estructura formal que facilite su revisión, seguimiento y perfeccionamiento constante. Estos hallazgos coinciden con lo expuesto por (Toca & Yáñez, 2025), quienes señalan que la falta de procesos unificados y estandarizados afecta el rendimiento general de la empresa y reduce su capacidad de competir.

Bejarano (2022) y Mero (2023) coinciden en que la falta de una planificación estratégica estructurada, las falencias en acciones de mercadeo y el uso limitado de herramientas administrativas disminuyen la capacidad de competir de las organizaciones. En lo referente a Automecano del Sur, se observaban esos mismos puntos débiles ya en la entrevista y en las encuestas y es que, sin embargo, la empresa tiene ocupadas unos puntos fuertes de un valor muy elevado, pues tiene un personal muy competente, unos servicios de calidad y el respaldo de su clientela. Todo ello se convierte así en una base muy consistente para el diseño de estrategias para el mejoramiento de la organización, que garantice la aplicación de la empresa con la consideración que tiene en el mercado y le asegure de este modo la estabilidad en el largo plazo.

Al tomar en cuenta los hallazgos obtenidos y la relación que guardan con los estudios revisados, se puede afirmar que contar con un modelo estructurado de gestión estratégica permitirá ordenar mejor la planificación, hacer más eficientes los procedimientos internos, tomar decisiones con mayor claridad, ampliar la presencia en medios digitales y construir ventajas competitivas que se mantengan en el tiempo. De esta manera, se cumple con el propósito central de la investigación: demostrar que una gestión estratégica bien aplicada es un elemento indispensable para elevar y consolidar la capacidad de competir de la empresa.

PROPUESTA

Con base en los hallazgos del estudio, se propone la elaboración de un conjunto de estrategias de mejora, orientado a fortalecer la competitividad de la PYME Automecano del Sur, dicho diseño corresponde a las necesidades identificadas durante el proceso de investigación, permitiendo establecer alternativas de mejora orientadas a fortalecer la competitividad de la empresa y contribuir a su crecimiento organizacional.

El diagnóstico realizado evidencio que Automecano del Sur cuenta con importantes fortalezas, entre ellas las que sobresalen la experiencia del personal, la calidad del servicio brindado y la confianza alcanzada entre sus clientes. Además, se identificaron aspectos que requieren fortalecimiento para mejorar su capacidad competitiva y la confianza generada así como atender de forma eficiente las demandas del entorno empresarial, entre ellos se encuentra la ausencia de un direccionamiento estratégico formalmente establecido, la necesidad de

optimizar el uso de los medios digitales para fortalecer el posicionamiento empresarial y el interés del propietario para afrontar los cambios tecnológicos que experimenta actualmente el sector automotriz.

La propuesta se estructura en tres estrategias de mejora, diseñadas de acuerdo con la realidad organizacional de Automecano del Sur, la primera estrategia está orientada al fortalecimiento del direccionamiento estratégico mediante la formulación correspondientes a la misión, visión, valores institucionales y objetivos estratégicos que servirán como base para orientar el desarrollo de la empresa. La segunda estrategia propone fortalecer el posicionamiento empresarial a través de la actualización de herramientas digitales existentes, promoviendo una comunicación más efectiva con los clientes y una mayor presencia en el mercado. Finalmente, la tercera estrategia plantea fortalecer la innovación y la adaptación tecnológica de la empresa mediante una propuesta orientada a prepararla para las nuevas tendencias del sector automotriz, especialmente en lo referente a la atención de vehículos híbridos y eléctricos.

La presente propuesta posee un alcance positivo, por lo que no contempla su implementación durante el desarrollo de la investigación, su finalidad consiste en proporcionar al propietario una guía estratégica que podrá ser considerada para fortalecer la gestión empresarial, incrementar la competitividad y favorecer su crecimiento sostenible dentro del mercado automotriz.

IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

Impacto Técnico: Este estudio aportó un impacto técnico significativo a Automecano del Sur, al entregar un diagnóstico ordenado y confiable sobre su situación actual en materia de gestión estratégica y competitividad. Los instrumentos utilizados contaron con un respaldo estadístico sólido, reflejado en un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,910. Gracias a ello, se pudieron identificar con claridad tanto los puntos fuertes como las principales limitaciones de la organización: Fortalezas: El 79,1% de los clientes confirma la buena preparación del personal, mientras que el 74,4% califica como muy buena la eficiencia en los tiempos de atención. Debilidades: La totalidad del equipo humano considera que falta de campañas publicitarias estructuradas y el 100% de los usuarios considera la necesidad de un espacio digital oficial. Todos estos hallazgos sirvieron para dar soporte para la formulación de estrategias de mejora de la gestión estratégica, las cuales fueron diseñadas de acuerdo a las necesidades reales de identificadas en Automecano del Sur.

Impacto Social: Esta investigación genera un efecto favorable en el entorno social, ya que fortalece el desarrollo de Automecano del Sur, un negocio que ofrece empleo estable a once personas en la ciudad de Latacunga. La propuesta busca fortalecer el direccionamiento estratégico, mejorar el posicionamiento de la empresa y favorecer su adaptación a las nuevas tendencias del sector automotriz, contribuyendo al mejoramiento continuo de los servicios. A su vez, los hallazgos de esta investigación sirven como una guía útil para otras PYMES dedicadas al sector automotriz en la provincia de Cotopaxi que atraviesen situaciones semejantes, aportando al fortalecimiento del entorno empresarial y al avance productivo de la zona.

Impacto Económico: El estudio también aporta valor al identificar oportunidades claras de mejora que, podrían contribuir al fortalecimiento de la competitividad y al crecimiento económico de Automecano del Sur. El propio propietario indicó el interés de fortalecer la organización interna, actualizar los medios digitales y prepararse para atender las nuevas tecnologías automotrices, aspectos que podría favorecer el crecimiento de la demanda de los servicios ofrecidos y ampliar las oportunidades de mejora. En este sentido, atender la necesidad de canales digitales manifestada por la totalidad de los clientes, constituyen posibilidades concretas para atraer a más personas y diversificar los ingresos, lo que le daría mayor solidez financiera a la empresa a mediano y largo plazo.

ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME AUTOMECANO DEL SUR.

Presentación de la empresa

Automecano del Sur es una pequeña mediana empresa (PYME) del sector automotriz, fundada en el año 2010 por el señor Nelson Guaita, con el propósito de brindar servicios especializados de mantenimiento y reparación de vehículos con motores a diésel y gasolina. Desde sus inicios la PYME ha orientado sus actividades hacia la prestación de servicios, caracterizados por la responsabilidad, la experiencia técnica y el compromiso con la satisfacción de los clientes.

La empresa se encuentra ubicada en la avenida Unidad Nacional, barrio el Niágara, parroquia Ignacio Flores cantón Latacunga, desde donde atiende a clientes de la ciudad y sectores aledaños, actualmente cuenta con once trabajadores que desempeñan funciones relacionadas con la reparación y mantenimiento automotriz, contribuyendo al desarrollo de las actividades operativas y administrativas de la organización.

Los principales servicios que ofrece se encuentran en el mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos, reparación de motores de motores a diésel y gasolina, diagnóstico de fallas mecánicas y otros servicios relacionados con el mantenimiento automotriz. Gracias a la experiencia adquirida durante su trayectoria, la PYME a logrado consolidarse como una alternativa para quienes requieren un servicio técnico confiable y de calidad para sus vehículos.

Objetivos de la propuesta

Proponer estrategias de mejora de la gestión estratégica, sustentadas en los resultados obtenidos para fortalecer la competitividad de Automecano del Sur y contribuir a su crecimiento organizacional mediante el fortalecimiento del direccionamiento estratégico, la actualización de herramientas digitales y la preparación para las nuevas tendencias del sector automotriz

Estrategias propuestas

Con base a las necesidades identificadas se propone tres estrategias de mejora orientadas a fortalecer la gestión estratégica y el nivel de competitividad de Automecano del Sur, estas estrategias responden a las principales oportunidades de mejora detectadas durante el diagnóstico y constituye una propuesta adaptada a la realidad organizacional, considerando su tamaño, recursos y proyección de crecimiento.

Estrategia 1: fortalecimiento del direccionamiento estratégico

Estrategia 2: actualización de los medios digitales y fortalecimiento del posicionamiento empresarial

Estrategia 3: fortalecimiento de la innovación y adaptación tecnológica para la competitividad de Automecano del Sur

Estrategia 1: fortalecimiento del direccionamiento estratégico

Para proporcionar una orientación clara en el desarrollo de Automecano del Sur, se plantea la siguiente propuesta de direccionamiento estratégico.

Tabla 24. *Filosofía institucional propuesta para Automecano del Sur*

Elemento	Propuesta
Misión	Automecano del Sur dedicada a ofrecer servicios de mantenimiento y reparación vehicular con altos estándares de calidad, responsabilidad y eficiencia, atendiendo las necesidades de los clientes, brindando soluciones eficientes y confiables para vehículos a diésel y gasolina.

Visión	Consolidarse como una empresa líder en servicios automotrices en la ciudad de Latacunga, reconocida por la calidad de sus servicios, la innovación, la confianza de sus clientes y la gestión estratégica orientada al crecimiento sostenible.
Valores	Responsabilidad, honestidad, compromiso, trabajo en equipo, calidad, innovación, respeto y orientación al cliente.

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

La misión propuesta representa la razón de ser de Automecano del Sur, destacando su compromiso con la prestación de servicios automotrices de calidad, la atención personalizada y la satisfacción al cliente, de la misma manera, la visión propuesta establece el escenario al que la PYME aspira llegar en el futuro, se orienta hacia el fortalecimiento de su posicionamiento dentro del mercado, la incorporación de procesos orientados a la innovación y la preparación para atender las nuevas tendencias del sector automotriz.

Objetivos estratégicos

En función de las necesidades identificadas durante la investigación, se plantean los siguientes objetivos estratégicos para orientar el desarrollo de la PYME.

Tabla 25. *Objetivos estratégicos propuestos para Automecano del Sur*

Objetivo estratégico	Propósito
Fortalecer el direccionamiento estratégico de la empresa.	Orientar la gestión empresarial mediante una filosofía organizacional claramente definida.
Mejorar el posicionamiento de Automecano del Sur en el mercado local.	Incrementar el reconocimiento y la preferencia de los clientes hacia los servicios brindados.
Fortalecer la satisfacción y fidelización de los clientes.	Consolidar relaciones de confianza que contribuyan a la permanencia de los clientes.
Promover la innovación y adaptación tecnológica.	Preparar a la empresa para responder a las nuevas tendencias del sector automotriz.

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Aporte de la estrategia

La implementación del direccionamiento estratégico permitirá que Automecano del Sur disponga de una filosofía organizacional que oriente el manejo de la organización y fortalezca la toma de decisiones. La definición de la misión, visión, valores y objetivos estratégicos

contribuirá establecer un rumbo claro para la empresa, facilitando la planificación de acciones orientadas al crecimiento, el fortalecimiento de su identidad organizacional y el incremento de su competitividad dentro del mercado automotriz.

Estrategia 2: fortalecimiento de los medios digitales para mejorar el posicionamiento empresarial.

Dirigida a mejorar el aprovechamiento de las plataformas digitales con las que actualmente cuenta la organización, promoviendo una mayor presencia en el entorno digital, una comunicación más efectiva con los clientes y un mejor posicionamiento dentro del sector automotriz.

Tabla 26. *Propuesta para el fortalecimiento de medios digitales para Automecano del Sur*

Medio digital	Propuesta
Facebook	Mantener actualizada la información institucional y difundir contenido relacionado con los servicios, promociones, recomendaciones de mantenimiento y novedades del sector automotriz.
WhatsApp Business	Actualizar la información del perfil empresarial para facilitar la comunicación con los clientes y brindar información clara sobre los servicios, horarios y medios de contacto.
Contenido digital	Difundir información relacionada con los servicios automotrices, mantenimiento preventivo, recomendaciones técnicas y nuevas tendencias del sector.
Imagen institucional	Mantener una identidad visual uniforme en todos los medios digitales para fortalecer el reconocimiento y posicionamiento de la empresa.

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Aporte de la estrategia

El fortalecimiento de los medios digitales permitirá que Automecano del Sur consolide su presencia en el entorno digital y fortalezca su posicionamiento dentro del mercado automotriz, además la actualización permanente de la información institucional y el aprovechamiento estratégico de los medios digitales contribuirá a mejorar la comunicación con los clientes, incrementar la visibilidad de los servicios ofrecidos y proyectar una imagen corporativa acorde a las exigencias del entorno actual.

Estrategia 3: fortalecimiento de la adaptación tecnológica para la competitividad de Automecano del Sur

Fortalecer la adaptación tecnológica como una estrategia que permita proyectar el desarrollo de la empresa y fortalecer su competitividad frente a los cambios que experimenta el sector.

Tabla 27. *Propuesta para fortalecimiento de adaptación de tecnología para Automecano del Sur*

Aspecto	Propuesta
Actualización de conocimientos	Promover la actualización permanente de conocimientos relacionados con las nuevas tecnologías del sector automotriz, especialmente en vehículos híbridos y eléctricos.
Desarrollo de competencias técnicas	Considerar programas de capacitación en diagnósticos, mantenimiento y reparación de unidades híbridas y eléctricas, de acuerdo con la evolución del mercado y las necesidades de la empresa.
Innovación tecnológica	Fomentar una cultura organizacional orientada a la innovación y al aprendizaje continuo frente a los avances tecnológicos del sector automotriz.
Proyección de los servicios	Orientar el crecimiento de la empresa hacia la incorporación progresiva de servicios relacionados con vehículos híbridos y eléctricos, de acuerdo con la demanda del mercado.
Competitividad empresarial	Fortalecer la capacidad de adaptación de la organización frente a las nuevas tendencias tecnológicas para mejorar su posicionamiento y permanencia en el mercado.

Nota. Elaborado por Sánchez Lizeth.

Aporte de la estrategia

La propuesta para el fortalecimiento de la adaptación tecnológica permitirá que Automecano del Sur oriente su crecimiento hacia las nuevas tendencias del sector automotriz, promoviendo la actualización de conocimientos y una visión organizacional enfocada en la innovación. La incorporación de acciones orientadas al desarrollo de competencias relacionadas con vehículos híbridos y eléctricos contribuirá a fortalecer la capacidad de adaptación de la organización ante los cambios tecnológicos, mejorar su competitividad y ampliar sus oportunidades de desarrollo dentro del mercado automotriz.

Conclusión de la propuesta

La presente propuesta constituye una alternativa orientada a fortalecimiento de la gestión estratégica y el desempeño competitivo de la PYME Automecano del Sur, elaborada a partir de los resultados obtenidos mediante la entrevista aplicada al propietario y las encuestas

dirigida tanto a colaboradores y clientes. Las estrategias planteadas responden a las necesidades identificadas durante el diagnostico, permitiendo establecer lineamientos que contribuyan al desarrollo organizacional de la empresa de acuerdo con su realidad y características como pequeña y mediana empresa del sector automotriz.

Las estrategias propuestas contemplan el fortalecimiento del direccionamiento estratégico, la actualización de los medios digitales para mejorar el posicionamiento empresarial y la adaptación tecnológica como respuesta a las nuevas tendencias del sector automotriz. Estas acciones constituyen un soporte para orientar la toma de decisiones, fortalecer la organización interna, mejorar la relación con los clientes y favorecer la capacidad de la empresa para responder a un entorno cada vez más competitivo y dinámico.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El estudio efectuado a la empresa permitió establecer que su capacidad competitiva actual se apoya en ventajas operativas sólidas: la preparación técnica del personal, la agilidad en la atención y entrega de vehículos, y el trato personalizado a los usuarios. Estos aspectos fueron reconocidos de forma unánime por el propietario, los colaboradores y los clientes consultados. Todo ello confirma que la gestión estratégica influye directamente en el desempeño competitivo, ya que esas mismas fortalezas constituyen el cimiento ideal para estructurar orientar estrategias de mejora que fortalezca su desarrollo organizacional y su competitividad a largo plazo.
- Se estableció que la principal debilidad de la organización radica en la ausencia de un direccionamiento estratégico formal, evidenciada en la falta de un direccionamiento institucional documentado, la escasa presencia digital estratégica y la necesidad de fortalecer la adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas del sector automotriz. Esta problemática, reconocida de manera coincidente por las tres fuentes consultadas, corrobora que la empresa opera bajo una gestión de carácter empírico que limita el aprovechamiento pleno de sus capacidades competitivas.
- La investigación, al ser de alcance diagnóstico, permitió identificar y fundamentar la necesidad de proponer estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento de direccionamiento estratégico, los medios digitales y la adaptación tecnológica de Automecano del Sur; sin embargo, su implementación y evaluación no forma parte del alcance de la presente investigación, dado que el estudio se limitó a la fase de diagnóstico y formulación de la propuesta.

Recomendaciones

- Se recomienda a la gerencia de Automecano del Sur considerar la aplicación de la estrategia de fortalecimiento del direccionamiento estratégico propuesta en la presente investigación, garantizando la incorporación de una filosofía organizacional integrada por la misión, visión, valores y objetivos estratégicos, con el propósito de consolidar dichas fortalezas como una ventaja competitiva duradera en el tiempo y no dependiente exclusivamente de la gestión individual de sus colaboradores.
- Se sugiere a la gerencia fortalecer la presencia digital de la empresa mediante el uso estratégico de los medios digitales y la actualización permanente de la información relacionada con los servicios ofrecidos, priorizando el canal de mayor preferencia del cliente, con el propósito de fortalecer el posicionamiento empresarial, mejorar la comunicación con los clientes y aportar al incremento de la competitividad de Automecano del Sur.
- Se recomienda que la gerencia de Automecano del Sur promueva la actualización progresiva de los conocimientos técnicos del personal, especialmente en las nuevas tecnologías aplicadas al mantenimiento y reparación de unidades híbridas y eléctricas, con el fin de fortalecer la capacidad de respuesta de la empresa frente a las nuevas tendencias del sector automotriz y contribuir al fortalecimiento de su competitividad y sostenibilidad empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Bejarano, R. (2022). *Gestión estratégica y competitividad en la Municipalidad Distrital de Yarabamba, Arequipa, 2022*.
- Carlos Yance Carvajal. (s. f.). *La importancia de las PYMES en el Ecuador*. Carlos Yance Carvajal. Recuperado 3 de junio de 2026, de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>
- Carvajal, C. Y., Granda, L. S., Villamar, I. B., & Hermida, L. H. (s. f.). *LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR*.
- CEPAL. (2022). *Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME)*. <https://www.cepal.org/es/temas/micro-pequenas-medianas-empresas-mipyme>
- Chiavenato, I. (with Fuente Chavéz, C. L. D. L., & Montaña Serrano, E. L.). (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a ed). McGraw-Hill Interamericana.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.
- David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica*.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2020). *Strategic management: Concepts and cases ; a competitive advantage approach* (Seventeenth edition, Global Edition). Pearson.
- Estela, C., Vidaurre, C., Uribe, N., Alberto, C., García, R., & Domingo, J. (2021). *Tesis para optar el grado académico de: Maestro en Gestión de Alta Dirección*.
- Juan Carlos Lucero-Narváez, Roberto Hidalgo-Flor, & Eduardo Cueva-Sánchez. (2020). Gestión de calidad en micro y pequeñas empresas de servicio automotriz ecuatoriano. *Estudios de la Gestión. Revista Internacional de Administración*. <https://doi.org/10.32719/25506641.2020.8.9>
- McNAMARA, G., & Eisner, A. B. (s. f.). *University of Texas at Dallas*.
- Mero, M. L. V. (2023). *GESTIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES COMERCIALES DE LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, AÑO 2022*.
- Olmedo, W. H. N., Vaca, L. M. F., Fajardo, C. E. V., & Fajardo, X. A. V. (2018). Estrategias de negocios aplicadas a las pymes y su incidencia en el desarrollo empresarial del sector económico industrial en la zona tres del Ecuador. *RECIAMUC*, 2(2), 572-594. <https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.2.2018.572-594>
- Pascual, V. A., Rodríguez, A. A. H., & Palacios, R. H. (2021). Métodos empíricos de la investigación. *Ciencia Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*, 9(17), 33-34. <https://doi.org/10.29057/esh.v9i17.6701>

- Peñafiel, J. F., Soledispa, L. Y. M., & Tuárez, L. F. M. (2020). LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA EN LAS EMPRESAS: LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA. *UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(4), 105-116. <https://doi.org/10.47230/unesciencias.v4.n4.2020.237>
- Peralta Miranda. (2020). Dirección estratégica para la innovación en pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla –Colombi. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (First Free Press). <https://library.uniq.edu.iq/storage/books/file/competitive%20Advantage/166677556024.pdf>
- Porter, M. (2009). *ESTRATEGIA COMPETITIVA*.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction* (1st Free Press ed). Free Press.
- Porter, M. E. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*.
- Santillán, X. L. Z., Núñez, D. W. T., Toalombo, R. A. E., & Cardenas, E. J. R. (2024). La Competitividad: El anhelo que lleva a una gestión estratégica a las pymes manufactureras de la zona 5 - Ecuador. *Revista Publicando*, 11(43), 1-14. <https://doi.org/10.51528/rp.vol11.id2418>
- Superintendencia de Compañías. (2023). *Ranking y datos de empresas registradas* [Dataset]. <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>
- Thomas L. Wheelen, J. David Hunger, Alan N. Ho_man, & Charles E. Bamford. (2018). *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability* (Fifteenth). <https://studentebookhub.com/wp-content/uploads/2024/preview/9781292215488.pdf>
- Toca & Yánez. (2025). *MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA EMPRESA M&M PLASTICOTOPAXI*.

ANEXOS

Entrevista realizada al propietario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista dirigida al propietario de Automecano del Sur

Tema: Gestión estratégica y competitividad en la empresa Automecano del Sur en la ciudad de Latacunga.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica y su incidencia en la competitividad de la empresa Automecano del Sur, ciudad de Latacunga.

Nombres y apellidos: _____

Cargo: _____

Edad: ____ Años **Género:** Masculino ____ Femenino ____ LGBTIQ+ ____

Profesión: _____

Instrucciones: Lea detenidamente las siguientes preguntas y conteste según su criterio.
Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Qué opina acerca de la gestión estratégica y su importancia para una empresa de servicios automotrices como Automecano del Sur?

2. ¿Por qué considera que las empresas del sector automotriz deben utilizar estrategias para la captación y fidelización de clientes?

3. ¿Por qué cree usted que al implementar un modelo formal de gestión estratégica mejoraría el desempeño y la rentabilidad de Automecano del Sur?

4. ¿Qué estrategias considera que debe aplicar Automecano del Sur para mejorar su competitividad frente a los talleres formales e informales de Latacunga?

5. ¿Cuáles son las ventajas competitivas que considera usted que posee actualmente Automecano del Sur frente a su competencia?

6. ¿Cuáles considera usted que son los aspectos que deben mejorar en Automecano del Sur para fortalecer su gestión interna?

7. ¿Qué opina acerca de la competitividad de Automecano del Sur en el mercado automotriz de la ciudad de Latacunga?

8. ¿Cuáles cree que son las principales fuentes de financiamiento a las que ha recurrido Automecano del Sur para su operación y crecimiento?

9. ¿Qué opina acerca del uso de tecnología y herramientas digitales en la gestión y prestación de servicios de Automecano del Sur?

10. ¿El personal de Automecano del Sur recibe capacitaciones técnicas y administrativas periódicas? ¿Con qué frecuencia y en qué áreas?

Agradecimiento:

“Muchas gracias por su disposición y por participar. Toda la información que nos ha compartido será fundamental para impulsar mejoras en la gestión estratégica y fortalecer la competitividad de la empresa.”

Encuestas realizadas al personal de Automecano del Sur

Gestión estratégica y la competitividad en la empresa Automecano del Sur en la ciudad de Latacunga.

Encuesta dirigida a los empleados de Automecano del Sur

Objetivo de la encuesta: Recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica y su incidencia en la competitividad de la empresa Automecano del Sur, ciudad de Latacunga.

Estimado participante: A continuación, se muestra un formulario de preguntas con la finalidad de obtener información para esta investigación. La información que usted proporcione es totalmente confidencial.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Datos Generales: *

Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

Edad: *

- ☐ 18-24
- ☐ 25-35
- ☐ 36-44
- ☐ 45 en adelante

Instrucciones:

Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque el recuadro correspondiente según su criterio.

1. ¿Considera que la filosofía empresarial (misión, visión y valores) es importante para orientar el trabajo diario en Automecano del Sur? *

- ☐ Muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Algo importante
- ☐ Poco importante
- ☐ No es importante

2. ¿Cuáles son las estrategias que utiliza la empresa para promocionar y captar clientes en el mercado automotriz de Latacunga? *

- ☐ Descuentos en servicios
- ☐ Buena atención al cliente
- ☐ Publicidad en plataformas digitales
- ☐ Promociones en servicios
- ☐ Referidos entre clientes frecuentes
- ☐ Otros

3. ¿Mediante qué medio digital considera que Automecano del Sur debería promocionar sus servicios para llegar a más clientes? *

- ☐ WhatsApp
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Página web propia
- ☐ Otros

4. ¿Cree usted que la empresa aplica políticas y procedimientos adecuados para la prestación de sus servicios de mantenimiento y reparación automotriz? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

5. ¿Considera usted que Automecano del Sur posee una ventaja competitiva frente a los demás talleres automotrices de Latacunga? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

6. ¿Cuáles considera usted que son los aspectos que se deben mejorar en Automecano del Sur? *

- ☐ Infraestructura y equipamiento
- ☐ Estrategias publicitarias
- ☐ Atención al cliente
- ☐ Gestión administrativa y planificación
- ☐ Capacitación técnica del personal
- ☐ Otros

7. ¿La empresa utiliza algún sistema para el control de inventarios de repuestos e insumos en bodega? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

8. ¿Considera usted que se debe motivar al personal técnico y administrativo para obtener mejores resultados en la prestación de servicios? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

9. ¿Considera usted que la comunicación con los clientes es fundamental para garantizar la calidad del servicio en Automecano del Sur? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

10. ¿Aparte de su trabajo en Automecano del Sur, usted se dedica a otra actividad laboral o emprendimiento? *

- ☐ Sí
- ☐ No

Encuestas realizadas a clientes de Automecano del Sur

Gestión estratégica y la competitividad en la empresa Automecano del Sur en la ciudad de Latacunga.

Encuesta dirigida a los clientes de Automecano del Sur

Objetivo de la encuesta: Recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica y su incidencia en la competitividad de la empresa Automecano del Sur, ciudad de Latacunga.

Estimado participante: A continuación, se muestra un formulario de preguntas con la finalidad de obtener información para esta investigación. La información que usted proporcione es totalmente confidencial.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Datos Generales: *

Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Prefiero no decirlo

Edad: *

- ☐ 18-24
- ☐ 25-35
- ☐ 36-44
- ☐ 44 y más

Instrucciones:

Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque el recuadro correspondiente según su criterio.

1. ¿Considera importante que los talleres automotrices como Automecano del Sur deben aplicar estrategias de publicidad y marketing para dar a conocer sus servicios? *

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

2. ¿Qué estrategias le parecen más atractivas para elegir un taller automotriz en Latacunga? *

- ☐ Descuentos en servicios de mantenimiento
- ☐ Buena atención y trato al cliente
- ☐ Publicidad en plataformas digitales
- ☐ Promociones y paquetes de servicios
- ☐ Recomendaciones de clientes frecuentes
- ☐ Otros

3. ¿A través de qué medio digital le gustaría recibir información, cotizaciones o agendar citas en Automecano del Sur? *

- ☐ WhatsApp
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Página web propia
- ☐ Otros

4. ¿Considera que Automecano del Sur debería contar con una página web o plataforma digital para dar a conocer todos sus servicios y facilitar la atención al cliente? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

5. ¿Considera importante que Automecano del Sur amplíe su portafolio de servicios automotrices para satisfacer mejor las necesidades de sus clientes? *

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

6. ¿Considera usted que el personal técnico que atiende en Automecano del Sur está debidamente capacitado para realizar los servicios de mantenimiento y reparación? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

7. ¿Considera que se debe mejorar la infraestructura, equipamiento e imagen de Automecano del Sur para generar mayor confianza y atraer más clientes? *

- ☐ Definitivamente sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Indeciso
- ☐ Probablemente no
- ☐ Definitivamente no

8. ¿Cómo califica usted el tiempo de atención y entrega del vehículo en Automecano del Sur? *

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ Malo
- ☐ Muy deficiente

9. ¿Considera que los precios de los servicios ofrecidos por Automecano del Sur son? *

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ Malo
- ☐ Muy deficiente

10. ¿Se encuentra satisfecho con la calidad y variedad de servicios que ofrece Automecano del Sur? *

- ☐ Totalmente satisfecho
- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Neutral
- ☐ Poco satisfecho
- ☐ Nada satisfecho

Enviar

Borrar formulario