

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**LA NECESIDAD QUE TIENE AUTO LLANTAS BRYAN'S DE AMPLIAR
SERVICIOS EN EL RUBRO DE COMERCIALIZACIÓN DE LLANTAS
NUEVAS Y USADAS**

SUSTENTADO POR

**VICTORINA ELVIRA SABILLÓN IDIÁQUEZ
AROL ARMANDO FLORES ZALDÍVAR**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA UNITEC

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

DIRECTORA ACADÉMICA UNIVERSIDAD VIRTUAL

FREDES AURORA VAZQUEZ HERNANDEZ

TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 INTRODUCCIÓN	10
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	10
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	10
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	11
1.4 OBJETIVOS	11
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	11
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	12
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	12
2.1.1 ANALISIS PEST	13
ANÁLISIS FODA:	17
2.2.1.2 POSICIONAMIENTO Y COMPETENCIA EN EL MERCADO	18
2.2.1.3 AMPLIACIÓN DE ÁREAS DE SERVICIOS	18
2.3.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	21
2.4 CONCEPTUALIZACIÓN	22
2.4.1 INNOVACIÓN	22
2.4.2 TECNOLOGÍA	22
2.5 INSTRUMENTOS UTILIZADOS	23
2.6 MARCO LEGAL	23
3.1 METODOLOGÍA	24
3.1.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.	24
3.1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.	24
3.1.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.	25
3.1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	25
3.1.5 PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS.	26
4.1.1 JUSTIFICACIÓN	27

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	27
4.3 PROPUESTA DE MEJORA	44
PLAN DE INVERSION	45
FLUJO DE CAJA	46
ANÁLISIS DEL FLUJO DE CAJA	46
4.4 IMPLEMENTACIÓN DE LOS CAMBIOS	47
4.4.1 CRONOGRAMA DE APLICACIÓN	47
4.4.2 DETALLE DE CAMBIOS Y RESPONSABLES DE SU EJECUCIÓN	48
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS	53

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de análisis PEST.....	13
Figura 2. Organigrama	17

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	21
Tabla 2. Gráfico de Gantt.....	26
Tabla 3. Que género es.....	27
Tabla 4. Vive en San Pedro Sula.....	28
Tabla 5. Sector donde vive.....	29
Tabla 6. Maneja vehículo.....	30
Tabla 7. Compra llantas nuevas o usadas para su vehículo.....	31
Tabla 8. Qué negocios de venta de llantas nuevas ha visitado en San Pedro Sula.....	32
Tabla 9. Qué negocios de venta de llantas usadas ha visitado en San Pedro Sula.....	34
Tabla 10. Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s.....	35
Tabla 11. Le gustaría encontrar servicios complementarios y modernos en Auto Llantas Bryan' s.....	36
Tabla 12. Si su respuesta anterior es si, porque considera que Auto Llantas Bryan' s debe ampliar y modernizar sus servicios.....	37

Tabla 13. Qué servicios complementarios y modernos le gustaría encontrar en Auto Llantas Bryan' s.	39
Tabla 14. Considera importante que las microempresas deben de modernizar sus servicios.	40
Tabla 15. Qué valora más al momento de buscar un lugar que brinde estos servicios.	43
Tabla 16 Flujo de caja	46
Tabla 17 Cálculo de Costo Beneficio.....	46
Tabla 18 Cronograma de aplicación.....	47
Tabla 19 Detalle de cambios y responsables de su ejecución.	48

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Que género es.....	28
Gráfico 2. Vive en San Pedro Sula.....	28
Gráfico 3. Sector donde vive.....	29
Gráfico 4. Maneja vehículo.	30
Gráfico 5. Compra llantas nuevas o usadas para su vehículo.	31
Gráfico 6. Qué negocios de venta de llantas nuevas ha visitado en San Pedro Sula.	33
Gráfico 7. Qué negocios de venta de llantas usadas ha visitado en San Pedro Sula.....	34
Gráfico 8. Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s.	35
Gráfico 9. Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s.	36
Gráfico 10. Si su respuesta anterior es si, porque considera que Auto Llantas Bryan' s debe ampliar y modernizar sus servicios.	38
Gráfico 11. Qué servicios complementarios y modernos le gustaría encontrar en Auto Llantas Bryan' s.	39
Gráfico 12. Considera importante que las microempresas deben de modernizar sus servicios..	40
Gráfico 13. Qué valora más al momento de buscar un lugar que brinde estos servicios.	44

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación con el nombre “La necesidad que tiene Auto Llantas Bryan’s de ampliar servicios en el rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas”, en la ciudad de San Pedro Sula, Cortes. El proyecto se ha planteado, de acuerdo con las condiciones de la microempresa la cual tiene la necesidad de ampliar servicios para ser más competitivos y ofrecer mayor atención y satisfacción a sus clientes con un valor agregado. A continuación, se expone un breve resumen de lo desarrollado en cada capítulo del informe final del trabajo de grado, el cual cuenta con cinco capítulos. El capítulo I, planteamiento de la investigación, introducción, definición del problema, objetivos, y justificación. El capítulo II, marco teórico, análisis y conceptos teóricos que se toman en cuenta en todo el proceso de investigación, teorías que sustentan la investigación, antecedentes, hipótesis, instrumentos utilizados para la recopilación de la información y marco legal. El capítulo III, metodología se describen los métodos y técnicas para obtener la información, se detalla todo el proceso que se hizo, como, cuando y donde se realizó la investigación y se justifica porque se hizo de esta manera. El capítulo IV, resultados y análisis se presenta el desarrollo y análisis de todos los resultados obtenidos de la investigación con tablas y gráficos que sustentan la misma. Se detalla la propuesta de mejora con base en los resultados obtenidos la cual es viable, por lo que se presenta un cronograma de aplicación y se detallan los cambios con responsables de su ejecución. Y finalmente se concluye el trabajo de grado con el capítulo V, donde se realizan las conclusiones y las recomendaciones del proyecto de investigación; se comprueba y se concluye que Auto Llantas Bryan’s si tiene la posibilidad de ampliar sus servicios en el rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 INTRODUCCIÓN

Con el desarrollo de este proyecto se pretende evidenciar la necesidad que tienen las pequeñas empresas de ampliar y variar los servicios que ofrecen, por lo que la investigación se enfocara en la microempresa Auto Llantas Bryan's, empresa comercializadora de llantas nuevas y usadas, que solo se dedica a ese rubro, y que tiene la necesidad de ofrecer un valor agregado a sus clientes, ofreciendo servicios complementarios y modernos como ser alineamiento y balanceo computarizado, cambio de aceite, y mecánica rápida y aprovechar la oportunidad de crecimiento en el mercado y satisfacer las necesidades que demanden sus clientes en un mismo lugar.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En la actualidad se encuentran muchos negocios de venta de llantas usadas, que solo ofrecen el servicio de armado y desarmado, rotación e instalación de llantas, y si se necesita otro servicio el cliente debe movilizarse a otro lugar para complementar su necesidad, por lo que la propuesta es hacer que en un mismo lugar se pueda ofrecer y suplir todas las necesidades que el cliente requiera para su vehículo y así se ahorra tiempo y dinero.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Esta necesidad nace con el fin de satisfacer las demandas de los clientes y poder ser más competitivos en el mercado y posicionarse como una microempresa reconocida en el rubro de comercialización de llantas. Además, brindar una mayor estabilidad social, y generar oportunidad laboral y también como satisfacción al mercado existente al obtener servicios personalizados de calidad y modernos con la ampliación de la gama de servicios de este negocio familiar Auto Llantas Bryan's dedicado a la comercialización de llantas nuevas usadas desde hace más de 30 años en la ciudad de San Pedro Sula. En la actualidad las empresas siempre están buscando la

mejor forma de seguir en el mercado, que las ayuden a ser fuertes y mejores para sostenerse en un sistema de ventas globalizado. Las cuales inician desde las estrategias de innovación de mercado, nuevas tecnologías y competitividad. También, se ha visto que la circulación vehicular ha crecido en los últimos años en el país y por ende en la ciudad de San Pedro Sula, por lo que se pretende investigar la necesidad de los clientes en este rubro y aprovechar la oportunidad de crecimiento a través de la ampliación de servicios complementarios dentro del mismo rubro; debido a que la demanda ha crecido y seguirá creciendo y generando volumen de ventas a estos negocios.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Tiene necesidad la microempresa Auto llantas Bryan's de ampliar la gama de servicios?
2. ¿Cuál es la percepción que tienen los clientes acerca de los servicios que brinda Auto Llantas Bryan?
3. ¿Tiene posibilidad la microempresa Auto Llantas Bryan's de ampliar la gama de servicios?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la posibilidad de ampliar la gama de servicios modernos en la microempresa Auto llantas Bryan's que se dedica a la venta de llantas nuevas y usadas en la ciudad de San Pedro Sula, para cubrir la demanda de sus clientes y del crecimiento vehicular en la ciudad.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la necesidad que tiene Auto Llantas Bryan's de ampliar sus servicios.
- Identificar qué servicios modernos se pueden ofrecer en el rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas y que los clientes prefieran.

- Evaluar las posibilidades que tiene la microempresa Auto Llantas Bryan's de poder ampliar sus servicios.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es elegido, debido a la necesidad de crecimiento de las microempresas ofreciendo servicios modernos y siendo más competitivas y poder posicionarse tanto en la mente del consumidor como en el mercado. Además de aprovechar la oportunidad de crecimiento; ya que en este rubro de comercialización de llantas existe la oportunidad de ofrecer servicios complementarios. Por lo que se eligió la microempresa Auto Llantas Bryan's, por su trayectoria en el mercado e investigar la oportunidad para ampliar sus servicios considerando la demanda acelerada de este producto, y la competencia en el mercado con diferentes opciones de productos y servicios. Es por esta razón, que la investigación se enfocara en la ampliación de la gama de servicios y suplir las diferentes necesidades de sus clientes en un mismo lugar, con equipos modernos y personal capacitado.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Actualmente las microempresas son catalogadas como un importante motor para la economía en general y para la sociedad por su potencial generador de empleos y de producir ingresos a los sectores más débiles, además de contribuir a reducir la concentración de poder económico y aporte al producto nacional. En el rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas se realizará una evaluación del entorno de la microempresa Auto llantas Bryan's por medio del análisis PESTEL que consiste en examinar varios factores que afecten su entorno en general, como ser político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, para determinar la necesidad de ampliar sus servicios.

2.1.1 ANALISIS PEST



Figura 1. Diagrama de análisis PEST.
Elaboración propia

2.1.1.1 FACTORES POLITICOS

La situación actual política del país es fundamental en el desarrollo de la microempresa, ya que esta le da estabilidad a la economía, pero en el caso del gobierno de Honduras que recientemente tuvo traspaso de mando, ha habido una desestabilidad política y cambios en los acuerdos comerciales y tratados internacionales, que ha afectado a la economía del país, y lo han sufrido más las pequeñas empresas que importan sus productos como es el caso de Auto llantas Bryan's, ya que los costos de importación han aumentado.

2.1.1.2 FACTORES ECONOMICOS

La situación económica del país se ha visto afectada actualmente con la llegada de la pandemia Covid-19, y más se ha reflejado en las pequeñas empresas de las cuales muchas tuvieron

que cerrar operaciones dejando así un bajón en la economía y mucho desempleo en el país; por lo que organismos internacionales brindaron apoyo a través de la banca con créditos para las MiPymes para reactivar la economía y el empleo; pero lastimosamente esta ayuda no llegó a todo el sector de las microempresas ya que el sector informal como ser negocios no constituidos legalmente no pueden acceder a esta ayuda ya que no califican por su perfil. Auto llantas Bryan's ha sido una microempresa sostenible pero que también se vio afectada debido a la baja en sus ventas, ya que sus productos no son de primera necesidad. Además de la falta de importación del producto y sus altos costos. Pero la economía en este sector se ha ido activando paulatinamente, y la localización de Auto llantas Bryan's es un punto estratégico en el sureste de la ciudad de San Pedro Sula, lo que les da una ventaja competitiva.

2.1.1.3 FACTORES SOCIALES

Los valores de la sociedad del entorno de Auto llantas Bryan's son bastante empáticos y tradicionales, con un nivel de educación media y sus hábitos de consumo se identifican de entrada con los productos de segunda que se venden en este negocio y después con los productos nuevos. Por lo que Auto llantas Bryan's se ha identificado mucho con sus clientes y ha creado su nicho de ventas.

2.1.1.4 FACTORES TECNOLOGICOS

Este factor es muy importante ya que es el auge de la era de la tecnología y se ha vuelto indispensable para el desarrollo de los negocios, ya que les dan la oportunidad de innovar y ser eficientes en el desarrollo de los productos y servicios de la empresa, Auto llantas Bryan's, cuenta con publicidad a través de redes sociales, para promocionar sus productos. Estos avances tecnológicos han sido claves para el desarrollo de gran cantidad de aplicaciones y programas que hacen más fácil el desarrollo de innovación de las microempresas.

2.1.1.5 FACTORES ECOLOGICOS

Auto llantas Bryan's tiene un acuerdo con los recolectores municipales y a diario hacen la recolecta de los productos de llantas que son desechados y que ya no serán utilizadas y los transportan a una recicladora local, evitando así la contaminación del medio ambiente con la acumulación de este producto desechado.

2.1.1.6 FACTORES LEGALES

La microempresa Auto llantas Bryan's, está legalmente constituida y cuenta con los permisos de operación al día y también con los permisos de importación de sus productos.

2.1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

2.1.1.1. BREVE DESCRIPCIÓN HISTÓRICA

Las microempresas desarrollan un papel muy importante en la economía además de representar un amplio sector comercial en Honduras, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de los microempresarios, familias y empleados. La microempresa Auto Llantas Bryan's, nace del deseo de emprendimiento del señor Alejandro Rodríguez, quien vio la oportunidad de realizar la apertura de un pequeño negocio de venta de llantas usadas y el servicio de armado, desarmado y calibración de llantas, en el año de 1990 después de quedar desempleado. Al incursionar en el mercado durante más de 30 años, tiempo durante el cual el negocio ha crecido y ha logrado posicionarse en el mercado como una microempresa sostenible y competitiva. El señor Rodríguez, con su vasta experiencia en el mercado de este rubro, actualmente ha logrado realizar directamente la importación de este producto de llantas nuevas y usadas desde Estados Unidos y China, logrando así una ventaja competitiva en el mercado y generando más ingresos

para su microempresa. Cuenta con un edificio propio ubicado en la avenida Juan Pablo II, 13 calle, sector Este de la ciudad de San Pedro Sula.

2.1.1.2. PRODUCTOS QUE ELABORA O SERVICIOS QUE OFRECE

Auto llantas Bryan's actualmente realiza la venta de llantas nuevas y usadas para todo tipo de vehículos instalación, rotación y calibración de llantas. Posee equipo para el armado e instalación de llantas.

2.1.1.3. IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS

Actualmente la microempresa Auto Llantas Bryan's realiza la importación de 3 contenedores mensuales de llantas usadas desde Estados Unidos y 2 contenedores de llantas nuevas desde China, vía marítima a través de Puerto Cortes, y luego son transportados a sus instalaciones en San Pedro Sula.

2.2. PROCESO ACTUAL

2.2.1. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA AUTO LLANTAS BRYAN'S

La microempresa Auto Llantas Bryan's actualmente cuenta con los servicios de 6 empleados: 4 vendedores, 1 cajera y 1 asistente administrativa. Está catalogada como microempresa ya que no excede de 10 empleados. Estas microempresas son creadas con ingresos familiares y también son dirigidas por núcleos familiares; lo cual tiene sus ventajas; como poseer una cultura propia de trabajo, un mayor compromiso y flexibilidad de roles. Existen cambios generacionales en toda empresa, y este caso en particular de Auto Llantas Bryan's donde los herederos de estos negocios se incorporan a la empresa para continuar con el legado, pero con

visiones innovadoras y competitivas, y aprovechando la oportunidad a través de la demanda de sus clientes y poder ofrecer una mejor atención y satisfacción a sus clientes con servicios complementarios y modernos.

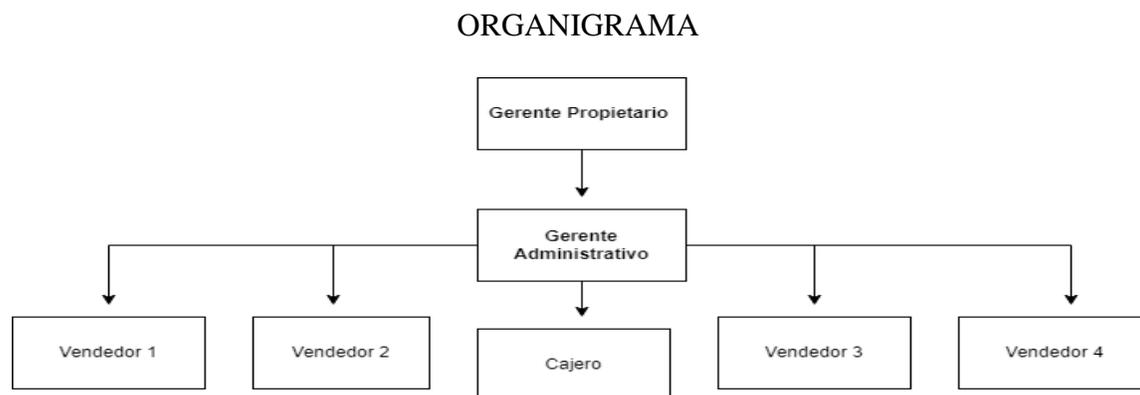


Figura 2. Organigrama
Elaboración propia

ANÁLISIS FODA:

Fortalezas

- Venta de buenos productos y de aceptación en el mercado
- Tienen una ubicación estratégica
- Poseen instalaciones propias
- Cuenta con inventario activo
- Su entorno es de mucha actividad comercial

Oportunidades

- Tienen oportunidad de ampliar sus servicios
- Poder adquisitivo a nivel local
- Preferencia de los clientes que viven en el sector
- Acceso a las redes sociales y tecnología
- Creciente mercado automovilístico

Debilidades

- No cuentan con servicios de alineamiento y balanceo
- No tienen servicios de mecánica rápida
- No cuentan con personal capacitado y asesores técnicos

Amenazas

- Competencia directa con el mismo producto en el sector
- Competencia de servicios adicionales en el sector
- No ofrecen un servicio extra como valor agregado.

2.2.1.2 POSICIONAMIENTO Y COMPETENCIA EN EL MERCADO

El mercado de comercialización de llantas nuevas y usadas en la ciudad de San Pedro Sula se ha vuelto muy competitivo, por lo que se deben de buscar estrategias para mantener a los clientes y atraer nuevos clientes y mantener la fidelidad de estos. Las estrategias que han utilizado en Auto Llantas Bryan's es mantener la calidad del producto y servicio personalizado y han logrado mantenerse en la mente del consumidor, y los ha impulsado a ofrecer un valor agregado a sus clientes.

2.2.1.3 AMPLIACIÓN DE ÁREAS DE SERVICIOS

Debido a la creciente solicitud de los clientes que han manifestado su deseo de adquirir servicios complementarios en Auto Llantas Bryan's se ve una oportunidad en la ampliación de servicios complementarios para satisfacción y atención de sus clientes en un mismo lugar.

2.2.1.4 QUE SON SERVICIOS INNOVADORES

La innovación en servicios es una práctica que forma parte de las estrategias utilizadas en el ámbito de la innovación empresarial. Consiste en un conjunto de acciones diseñadas e implementadas con el objetivo de optimización ya sea de las ofertas de la empresa a los clientes o los procesos para desarrollar su actividad principal. La importancia de esta práctica es esencial para el funcionamiento perfecto de una empresa, centrándose no solo en la gestión de la innovación, sino también en la productividad del negocio (DocuSign, 2020).

2.2.1.5 TIPOS DE SERVICIOS INNOVADORES

Además de la innovación en servicios, existen otros tipos que se implementan comúnmente en el universo corporativo.

1. Innovación en procesos: Se refiere a la elaboración de mejoras en un proceso que articula las estructuras, habilidades y tecnologías necesarias para producir y entregar un producto o servicio.
2. Innovación de mercado: La compañía intenta expandir sus horizontes de actuación, ya sea a nuevas ubicaciones de operación (relacionadas con actividades de producción o ventas), segmentos diversificados o diferentes perfiles de audiencia.
3. Innovación organizacional: Este formato de innovación se refiere a la modificación de los métodos utilizados en el negocio, que incluyen cambios en la organización de las instalaciones, la estructuración del equipo de empleados y las relaciones de marketing de la empresa.

2.2.1.6 VENTAJAS DE OFRECER SERVICIOS INNOVADORES

- La cultura de la innovación aporta ventaja competitiva a la empresa.
- Genera más variedad y disponibilidad de productos que satisfagan las necesidades del consumidor.
- La cultura de la innovación fomenta procesos más sostenibles.

2.3. TEORÍA QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente sostiene que unas dimensiones de los productos o servicios están relacionadas con la satisfacción del cliente, y otras muy diferentes están relacionadas con la insatisfacción del cliente.

Swan y Combs (1976), Maddox (1981), Bitner, Booms y Tetreault (1990), y Silvestro y Johnston (1990) estudian la teoría de los dos factores en el ámbito de la satisfacción del cliente.

Lo que no se mide no se conoce. Ninguna empresa puede integrarse al mejoramiento continuo sin tener un pleno conocimiento de sus áreas de oportunidad. Entonces es necesario medir, saber en qué posición se encuentra la organización y si se está realizando algún proceso en comparación con los objetivos determinados (William Edwards, 2009).

Teoría de la Innovación: Se debe hacer notar que Schumpeter analiza a la innovación de forma holística, y distingue tres puntos interconectados en su creación: invención, innovación y difusión. La invención es el proceso del cual se presenta al nivel científico-técnico, es decir, el descubrimiento de algo nuevo. En cuanto a la presentación de lo inventado hacia el público, se da el paso crítico para definirse como innovación. El innovador, es el que logra relacionar lo nuevo, con la adaptación a un producto, proceso o método organizativo, para ser difundido. Cuando un emprendedor logra innovar, logra conseguir un monopolio en el mercado, un excedente organizacional u otro tipo de ventaja competitiva. Esta innovación es la que permite que otros empresarios se adjunten a las nuevas soluciones. Una vez la innovación es ingresada en el mercado, se inicia un nuevo ciclo de innovación (Joseph Schumpeter, 2004).

2.3.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIOS PREVIOS

De acuerdo a estudios realizados por la Universidad del Zulia en Colombia sobre Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas, pueden concluir que para las pymes del sector servicios en la ciudad de Barranquilla, la gestión de la innovación es un componente decisivo de competitividad a nivel globalizado. (Otero et al., 2016).

Finalmente, el estudio permite inferir que la gestión de la innovación requiere de procesos claramente estructurados que faciliten la buena utilización de los recursos y capacidades con los que cuentan las empresas. (Otero et al., 2016).

Estudio realizado a Transcomercial Narváez, S.A., Plan de Negocios de Importación de llantas. Truck Tires Cía. Ltda. Surge como una propuesta innovadora que pretende satisfacer las necesidades insatisfechas del sector automotriz pesada, mediante la implementación de oferta de llantas que brinden calidad y satisfacción (Guerrero & Erazo, 2010).

2.3.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

- Confirmar la necesidad de ampliación de servicios en Auto Llantas Bryan's, ayudara al crecimiento de la microempresa.
- Verificar la percepción que tienen los clientes de los servicios que brinda Auto Llantas Bryan's les dará la oportunidad de ampliar sus servicios.
- La posibilidad de ampliar gama de servicios en Auto Llantas Bryan's se confirma con la preferencia de sus clientes.

2.3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems (Eliseo Moreno, 2020).

Tabla 1: La Operacionalización de las Variables				
VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	DEFINICIÓN
Servicios	Ampliación de la gama de servicios	Innovación	Servicios actuales vs Servicios nuevos	1.- La posibilidad de una mayor participación. 2.- Ofrecer un Valor Agregado. 3. Ayuda al Crecimiento de la empresa.
Mercado	Definir el mercado al que se quiere llegar	Sectorizar	Qué servicio tiene más aceptación en el área	Nicho donde se dirigen los servicios y productos.
Recursos Humanos	Empleados	Capacitación	Capacidades	Contar con personal capacitado para el cambio dará mayor confianza.

Tabla 1. Operacionalización de Variables.
Elaboración propia

2.4 CONCEPTUALIZACIÓN

2.4.1 INNOVACIÓN

En la actualidad se depende mucho de los servicios que las empresas podrían brindar, pero la falta de innovación en los servicios no permite a las empresas ser competitivas, la innovación en los servicios crea una relación entre las demandas y las habilidades de la empresa en satisfacerlas ya que cada vez se vuelven más amplias, no satisfacerlas se podría convertir en problemas tanto en la parte económica como el de poder ser competitivo en un mercado que no permite errores y en el cual se quiere permanecer el mayor tiempo posible.

Los gerentes están tomando consciencia que la innovación en los servicios es un proceso crítico de negocios que no se puede dejar al azar, sino que debe ser administrado para desarrollar servicios innovadores que mejoren la satisfacción de los clientes ya que la falta de innovación le dice no a la oportunidad de lograr mejores resultados para las empresas.

Para la Real Academia Española, tiene dos acepciones: a) acción y efecto de innovar (mudar o alterar algo, introduciendo novedades), y b) creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado. Es el proceso que introduce novedades, además de referirse a la modificación de elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos (GESTION, 2022).

2.4.2 TECNOLOGÍA

La tecnología forma una parte muy importante en las empresas que están en crecimiento, convirtiéndose en una herramienta que les permitirá lograr realizar sus procesos de una forma más rápida mediante la optimización y la eficiencia de sus procesos, con la tecnología se evita cometer errores, se reduce el esfuerzo del empleado aumentando la productividad, reducción de costos, mejorando la competitividad.

La tecnología es el conjunto de nociones y conocimientos científicos que el ser humano utiliza para lograr un objetivo preciso, que puede ser la solución de un problema específico

del individuo o la satisfacción de alguna de sus necesidades. Es un concepto amplio que abarca una gran variedad de aspectos y disciplinas dentro de la electrónica, el arte o la medicina (CONCEPTOS, 2020).

2.5 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

En la presente investigación, se seleccionó la encuesta como un instrumento de recolección de datos. Esta servirá para recolectar los datos de una manera cuantitativa. En estudios previos, la entrevista es uno de los instrumentos más utilizados en investigaciones con enfoque cuantitativo, basándose en esto se decidió seleccionar este tipo de instrumento como método recolector de datos (Bastis Consultores, 2020).

2.6 MARCO LEGAL

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. El marco legal de una elección, y especialmente los temas relacionados con la integridad de esta, regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

Según la Gerencia de Ambiente de la Municipalidad de San Pedro Sula, en el Plan de Arbitrios 2022, en el cuadro de tasas, hace la siguiente prohibición:

Se prohíbe la acumulación y disposición de llantas en condiciones que genere impactos ambientales como ser: proliferación de vectores, contaminación visual, obstrucción de vía pública y cuerpos de agua. (*PLAN DE ARBITRIOS, 2022*).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 METODOLOGÍA

El desarrollo de la metodología de este proyecto se realizará en base a la investigación de la necesidad que tiene Auto Llantas Bryan's microempresa comercializadora de llantas nuevas y usadas de ampliar la gama de servicios en la ciudad de San Pedro Sula. La investigación se hará con método cuantitativo identificando la demanda de los clientes a través de encuestas y la entrevista al propietario y así evaluar las causas que justifiquen la necesidad de ampliación de servicios en la microempresa. Los resultados de la investigación cuantitativa se analizarán con el apoyo del Programa Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS). El cual proporciona herramientas para análisis de datos y relaciones entre variables.

3.1.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

Para la realización del desarrollo de la metodología de este proyecto investigativo se utilizará el alcance de investigación mixto; que será exploratorio y explicativo. Con el alcance exploratorio se podrá obtener más información de la variedad de servicios adicionales que puede ofrecer una microempresa comercializadora de llantas nuevas y usadas, y con el explicativo se podrá analizar las causas que generan la necesidad de esta microempresa de ampliar gama de servicios.

3.1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación se realizará en el sector sureste de la ciudad de San Pedro Sula, lugar de la ubicación de Auto Llantas Bryan's, usuarios de vehículos. La demanda de servicios para mantenimientos de vehículos, como ser: compras de llantas nuevas y usadas, armado y desarmado

de llantas, cambios de aceite, mecánica rápida, lavado de vehículos, en un mismo lugar, mediante la ampliación de servicios complementarios y modernos, la investigación se dirigirá a todas las personas que visitan estos tipos de negocios para conocer que servicios adicionales desean encontrar en estos establecimientos.

3.1.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población objetivo de donde se recolectará la muestra serán los clientes usuarios de vehículos y posibles clientes del sector sureste de la ciudad de San Pedro Sula, para conocer sus opiniones y sugerencias en la ampliación de los servicios de Auto Llantas Bryan´s microempresa comercializadora de llantas nuevas y usadas para poder brindar servicios complementarios.

La toma de la muestra se realizará por medio de encuestas directamente a los clientes que visitan Auto Llantas Bryan´s, utilizando la técnica de muestreo por conveniencia, se reciben un promedio diario de 23 clientes, teniendo un promedio mensual de 700 clientes los que atienden, por lo que se procedió a calcular el tamaño de la muestra, obteniendo los resultados siguientes:

Parametro	Insertar Valor
N	700
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%

Tamaño de muestra
 "n" =
248.27

3.1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.

Se utilizará el Grafico de Gantt, para la programación de las actividades a realizar para la recolección de los datos. Con el uso de la tecnología se realizarán encuestas con cuestionarios a través de Google Form, y después se hará la extracción de resultados para el análisis.

3.1.5 PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS.

Se utilizará el Grafico de Gantt, para la programación de las actividades a realizar para la recolección de los datos. Con el uso de la tecnología se realizarán encuestas con cuestionarios a través de Google Form. Posteriormente de la realización de las encuestas a través de Google Form, se hará la tabulación de datos en Excel para el análisis de estos.

A continuación, se muestra una tabla de actividades a realizar utilizando un gráfico de Gantt:

ID	DURACION	NOMBRE DE LA TAREA	COMIENZO	TERMINACION	COMIENZO TARDIO	TERMINACION TARDIA	HOLGURA LIBRE	HOLGURA TOTAL
A	1	Seleccionar personal para realizar encuestas	23-may	24-may	23-may	24-may	0	0
B	1	Capacitación del personal encuestador	23-may	24-may	23-may	24-may	0	0
C	6	Aplicación de las encuestas	24-may	30-may	25-may	31-may	1	1
D	1	Recolección encuestas del dia 24 mayo	24-may	25-may	24-may	25-may	0	0
E	1	Recolección encuestas del dia 25 mayo	25-may	26-may	25-may	26-may	0	0
F	1	Recolección encuestas del dia 26 mayo	26-may	27-may	26-may	27-may	0	0
G	1	Recolección encuestas del dia 27 mayo	27-may	28-may	27-may	28-may	0	0
H	1	Recolección encuestas del dia 28 mayo	28-may	29-may	28-may	29-may	0	0
I	1	Recolección encuestas del dia 29 mayo	29-may	30-may	29-may	30-may	0	0
J	5	Supervisión	24-may	29-may	25-may	30-may	1	1
K	2	Tabulación de las encuetas	29-may	31-may	30-may	02-jun	2	2
L	2	Análisis de los resultados	30-may	01-jun	01-jun	03-jun	2	2

Tabla 2. Gráfico de Gantt.
Elaboración propia

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se detallarán todos los resultados obtenidos de los métodos utilizados en la investigación y también el análisis de estos.

4.1 MÉTODO DE MEDICIÓN APLICADO

En la presente investigación, se seleccionó la encuesta y la entrevista como instrumentos de recolección de datos. La entrevista se le realizo al propietario de Auto Llantas Bryan's el señor Alejandro Rodríguez, y las encuestas a los clientes que visitan esta microempresa.

4.1.1 JUSTIFICACIÓN

Se utilizó la entrevista para que el propietario de la microempresa expresara cuáles son las necesidades de Auto Llantas Bryan's en cuanto al crecimiento de la empresa con la ampliación de servicios, y la encuesta, ya que es un método por el cual se pueden comprobar las hipótesis con el análisis de los resultados de las encuestas realizadas, y así cumplir con los objetivos.

4.1.2 APLICACIÓN

La entrevista se realizó en las instalaciones de Auto Llantas Bryan's, y también la aplicación de las encuestas se realizó directamente a los clientes que visitan y utilizan los servicios de la microempresa, que actualmente vende llantas y nuevas y usadas, reparación e instalación de estas, este trabajo de campo se realizó durante un periodo de 2 semanas. Obteniendo un promedio de 23 encuestados diariamente, lo cual nos dio un resultado promedio de 248 encuestados.

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación, se detalla y se analiza cada una de las preguntas de la encuesta con sus tablas y gráficos para mayor comprensión de los resultados obtenidos y así validar las hipótesis del problema de investigación el cual es “La necesidad que tiene Auto Llantas Bryan's de ampliar servicios en el rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas”.

1. ¿Qué género es?

		Frecuencia	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hombre	168	67.7	67.7	67.7
	Mujer	80	32.3	32.3	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 3. Que género es.
Elaboración propia

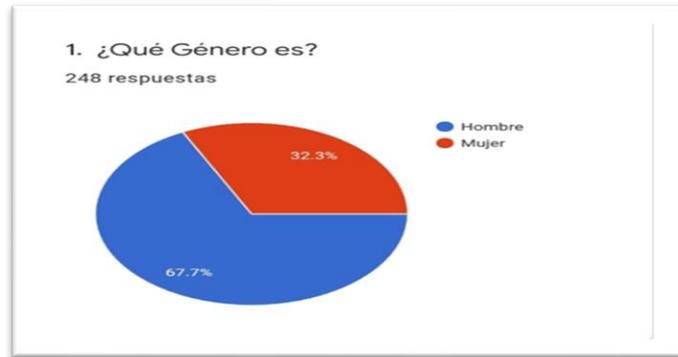


Gráfico 1. Que género es.
Elaboración propia

En los resultados de la pregunta número uno, se refleja que la mayoría de los clientes que visitan Auto Llantas Bryan's son hombres representando un 67.7%, y las mujeres un 32.3%, se puede concluir que estos negocios son más visitados por hombres ya que la actividad de este rubro es más dada a este género, pero también un porcentaje importante de mujeres lo visitan. Se sugiere a Auto Llantas Bryan's que en la remodelación de sus instalaciones consideren un área amena y segura para hacer la diferencia como estrategia para atraer más mujeres que puedan llegar a realizar las actividades de mantenimiento de sus vehículos y que se sientan seguras.

2. ¿Vive en San Pedro Sula?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	20	8.1	8.1	8.1
	Si	228	91.9	91.9	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 4. Vive en San Pedro Sula.
Elaboración propia

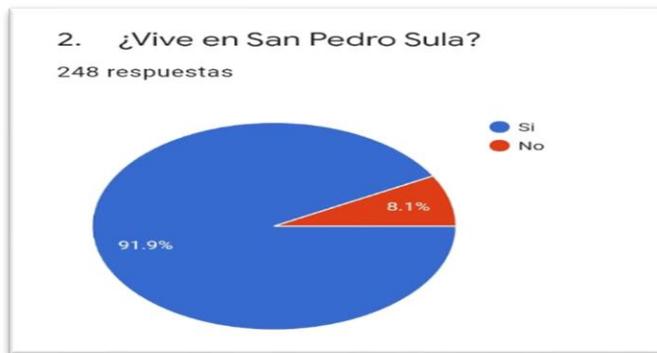


Gráfico 2. Vive en San Pedro Sula.
Elaboración propia

En los resultados de la pregunta número dos, se valida que la mayoría de los clientes que visitan Auto Llantas Bryan's, son pobladores de la ciudad de San Pedro Sula con un 91.9% y un 8.1% que no viven en San Pedro Sula.

3. ¿En qué sector vive?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Este	103	41.5	41.5	41.5
	Norte	91	36.7	36.7	78.2
	Oeste	26	10.5	10.5	88.7
	Sur	28	11.3	11.3	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 5. Sector donde vive.
Elaboración propia



Gráfico 3. Sector donde vive.
Elaboración propia

En la pregunta número tres, los resultados reflejan que la concentración de la mayoría de los clientes que visitan Auto Llantas Bryan's son del sector Este de la ciudad de San Pedro Sula con un 41.5%, seguido del sector Norte con un porcentaje importante del 36.7%, luego seguido del Sur con un 11.3% y por último el Oeste con 10.5%. Los resultados permiten interpretar que el mayor porcentaje de los clientes que visitan el negocio son del sector Sureste de la ciudad de

San Pedro Sula, donde se encuentra ubicada la empresa, sector donde el nivel de vida de las personas es media-baja, también es importante mencionar que los clientes del sector Noroeste dan a la empresa un aporte muy importante ya que ese sector es el que tiene un nivel de vida media-alta, por lo que esta afluencia de clientes de todos los sectores indica la preferencia de los clientes por lo servicios y productos que ofrece Auto Llantas Bryan's es evidente y que tienen muy buena aceptación en el mercado de este rubro en la ciudad de San Pedro Sula.

4. ¿Maneja vehículo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	4	1.6	1.6	1.6
	Si	244	98.4	98.4	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 6. Maneja vehículo.
Elaboración propia



Gráfico 4. Maneja vehículo.
Elaboración propia

En los resultados de la pregunta número cuatro, se refleja que la mayoría de los clientes encuestados 98.4% que visitan Auto Llantas Bryan's manejan vehículo y que un 1.6% que

equivale a 4 encuestados no poseen vehículo. La diferencia de los 4 clientes que no conducían vehículos podrían ser personas de empresas que se encargan de hacer este tipo de compra de llantas o que visitaron el lugar para adquirir cotizaciones de los productos y servicios que ofrece Auto Llantas Bryan's.

5. ¿Compra llantas nuevas o usadas para su vehículo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nuevas	152	61.3	61.3	61.3
	Nuevas, Usadas	25	10.1	10.1	71.4
	Usadas	71	28.6	28.6	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 7. Compra llantas nuevas o usadas para su vehículo.
Elaboración propia



Gráfico 5. Compra llantas nuevas o usadas para su vehículo.
Elaboración propia

En los resultados de la pregunta número cinco, se puede ver que la mayoría de los clientes de Auto Llantas Bryan's compran llantas nuevas y usadas con un 71.4%, pero también se puede constatar que la preferencia de compra son las llantas nuevas con un 61.3%, seguido de la compra de llantas usadas con un 28.6%. Por lo que se concluye que tanto las llantas nuevas y usadas tienen bastante aceptación por sus clientes.

6. ¿Qué negocios de venta de llantas nuevas ha visitado en San Pedro Sula?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aurema	3	1.2	1.2	1.2
Auto Llantas Bryan's	66	26.6	26.6	27.8
Auto Llantas Bryan's, Aurema	22	8.9	8.9	36.7
Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas	45	18.1	18.1	54.8
Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas, Aurema	7	2.8	2.8	57.7
Auto Llantas Bryan's, Llantilandia	37	14.9	14.9	72.6
Auto Llantas Bryan's, Llantilandia, Aurema	1	.4	.4	73.0
Auto Llantas Bryan's, Llantilandia, Kualy Llantas	12	4.8	4.8	77.8
Auto Llantas Bryan's, Llantilandia, Kualy Llantas, Aurema	6	2.4	2.4	80.2
Auto Llantas Bryan's, Otro	19	7.7	7.7	87.9
Kualy Llantas	3	1.2	1.2	89.1
Kualy Llantas, Aurema	1	.4	.4	89.5
Llantilandia	7	2.8	2.8	92.3
Llantilandia, Aurema	1	.4	.4	92.7
Llantilandia, Kualy Llantas, Aurema	1	.4	.4	93.1
Otro	17	6.9	6.9	100.0
Total	248	100.0	100.0	

Tabla 8. Qué negocios de venta de llantas nuevas ha visitado en San Pedro Sula
Elaboracion propia.

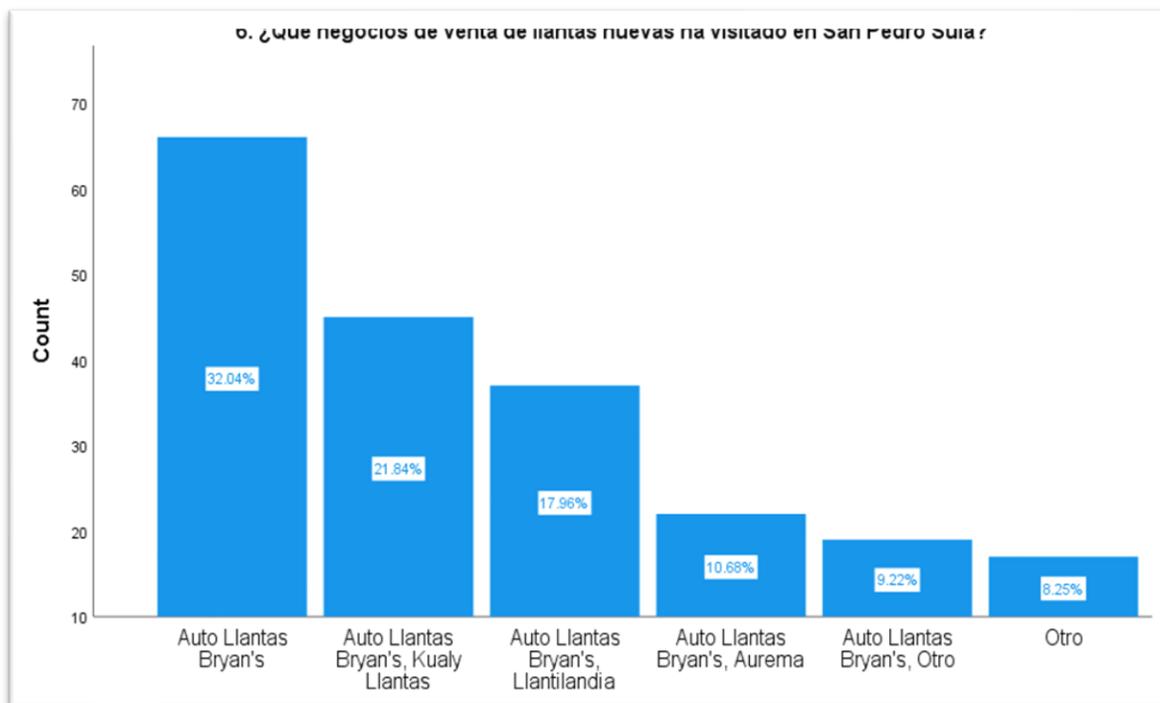


Gráfico 6. Qué negocios de venta de llantas nuevas ha visitado en San Pedro Sula.
Elaboracion propia

En los resultados de la pregunta número siete, se puede comprobar que los clientes de Auto Llantas Bryan's tienen preferencia por sus productos, poniéndola como primera opción de compra, a pesar de tener otras opciones en la competencia. Se concluye que Auto Llantas Bryan's tiene muy buenas expectativas de posicionamiento en este mercado de comercialización de llantas.

7. ¿Qué negocios de venta de llantas usadas ha visitado en San Pedro Sula?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Auto Llantas Bryan's	96	38.7	38.7	38.7
	Auto Llantas Bryan's, Auto Llantas Flores	16	6.5	6.5	45.2
	Auto Llantas Bryan's, Auto Llantas Flores, Robert Tire Llantera	1	.4	.4	45.6
	Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas	57	23.0	23.0	68.5
	Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas, Auto Llantas Flores	4	1.6	1.6	70.2

Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas, Auto Llantas Flores, Robert Tire Llantera	5	2.0	2.0	72.2
Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas, Otro	4	1.6	1.6	73.8
Auto Llantas Bryan's, Kualy Llantas, Robert Tire Llantera	8	3.2	3.2	77.0
Auto Llantas Bryan's, Otro	18	7.3	7.3	84.3
Auto Llantas Bryan's, Robert Tire Llantera	16	6.5	6.5	90.7
Auto Llantas Bryan's, Robert Tire Llantera, Otro	1	.4	.4	91.1
Auto Llantas Flores	2	.8	.8	91.9
Kualy Llantas	2	.8	.8	92.7
Kualy Llantas, Auto Llantas Flores	1	.4	.4	93.1
Otro	14	5.6	5.6	98.8
Robert Tire Llantera	3	1.2	1.2	100.0
Total	248	100.0	100.0	

Tabla 9. Qué negocios de venta de llantas usadas ha visitado en San Pedro Sula.
Elaboracion propia

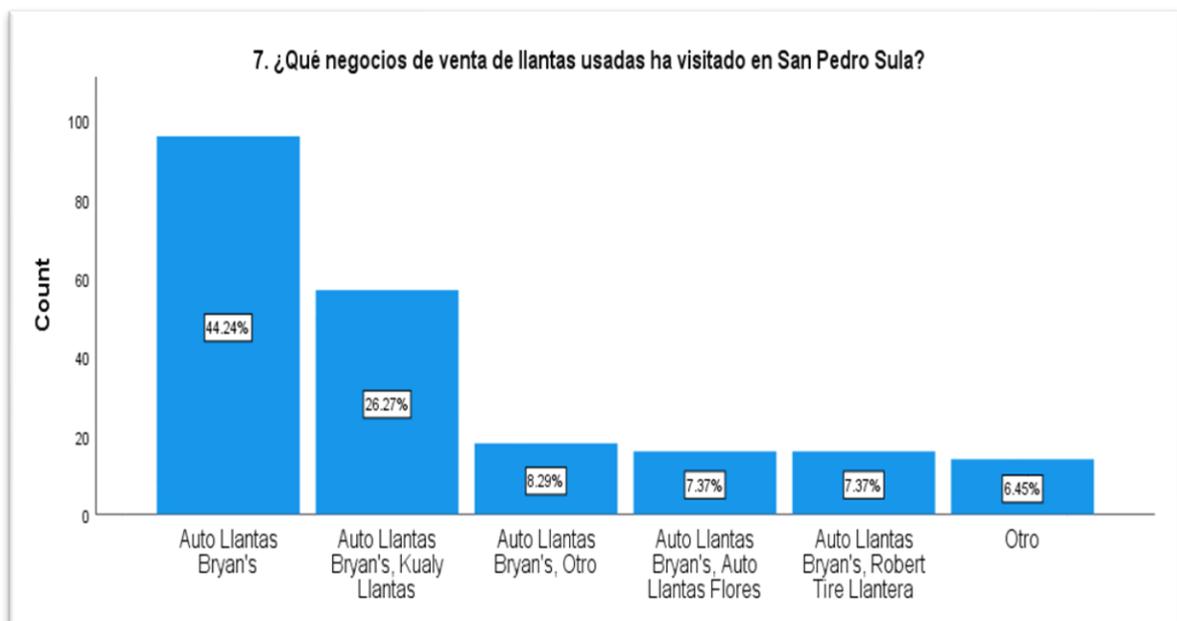


Gráfico 7. Qué negocios de venta de llantas usadas ha visitado en San Pedro Sula.
Elaboracion propia

En la pregunta número siete, los resultados de las encuestas realizadas a los clientes que visitan

Auto Llantas Bryan's, reflejan también su preferencia por la compra de llantas usadas, por lo que también es indicativo de la aceptación y preferencia de los productos que comercializa Auto Llantas Bryan's en este mercado.

8. ¿Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Malos	0	0	0	0
	Buenos	104	41.9	41.9	41.9
	Excelentes	58	23.4	23.4	65.3
	Muy buenos	86	34.7	34.7	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 10. Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s.
Elaboracion propia

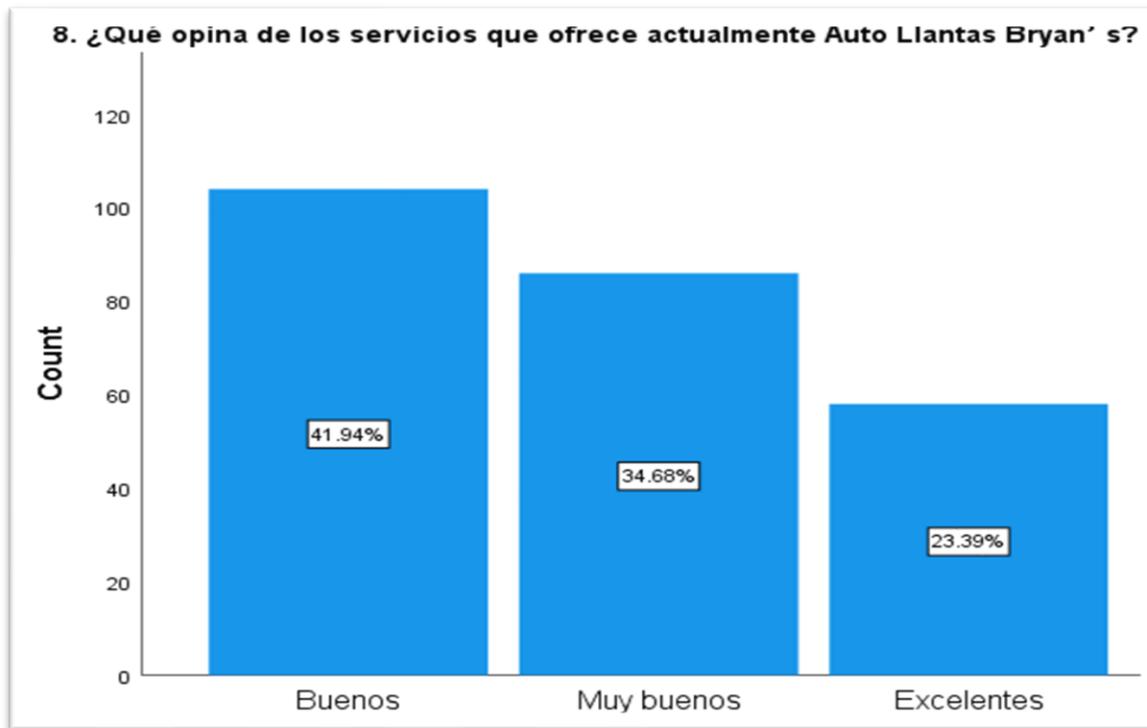


Gráfico 8. Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s.
Elaboracion propia

En la pregunta número ocho, los resultados reflejan que un 41.9% califican los servicios que ofrece Auto Llantas Bryan's como buenos, un 34.7% como muy buenos y un 23.4% como excelentes. Se concluye que los clientes están satisfechos con los servicios que ofrece Auto Llantas Bryan's, lo cual es muy positivo para la microempresa, ya que le da una pauta para poder ofrecer un valor agregado a sus clientes y llegar a la excelencia y ser más competitivos, la preferencia de los clientes es lo más importante para el crecimiento de esta. Cabe recalcar que en la evaluación Malo esta en 0, no hubo ninguna respuesta lo cual también confirma la satisfacción de los clientes con los servicios que ofrece Auto Llantas Bryan's.

9. ¿Le gustaría encontrar servicios complementarios y modernos en Auto Llantas Bryan's?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No	3	1.2	1.2	1.2
Sí	245	98.8	98.8	100.0
Total	248	100.0	100.0	

Tabla 11. Le gustaría encontrar servicios complementarios y modernos en Auto Llantas Bryan's. Elaboración propia

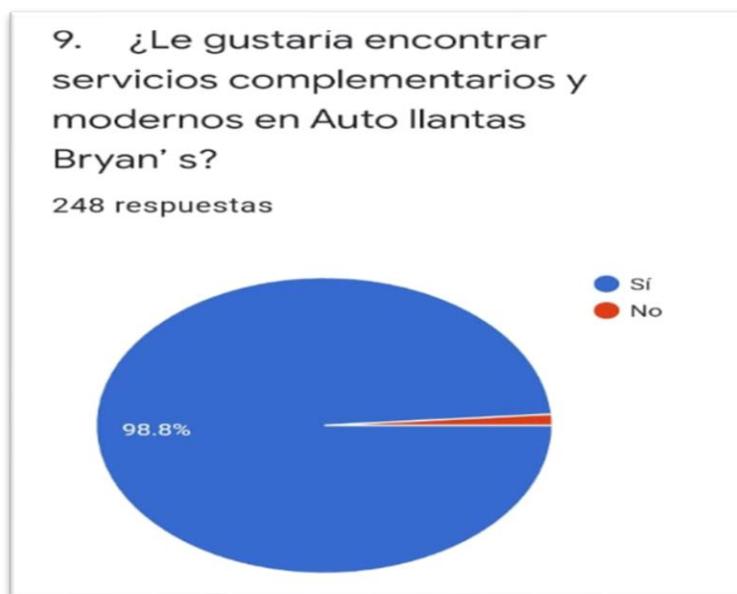


Gráfico 9. Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan's. Elaboración propia

En la pregunta número nueve, se puede comprobar que la mayoría de los clientes encuestados en Auto Llantas Bryan's con un porcentaje del 98.8%, les gustaría encontrar allí mismo servicios complementarios y modernos. Por lo que se procedió a analizar que a pesar de que los clientes están satisfechos con los productos y servicios que obtienen actualmente en Auto Llantas Bryan's, les gustaría encontrar servicios complementarios allí mismo, lo cual indica que tanto la microempresa Auto Llantas Bryan's como sus clientes tienen la necesidad de ampliación de servicios, la microempresa para poder satisfacer a sus clientes y ser más competitivos y los clientes para poder recibir ese valor agregado y sentirse más satisfechos.

10. ¿Si su respuesta anterior es si, porque considera que Auto Llantas Bryan' s debe ampliar y modernizar sus servicios?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Atraer más clientes	27	10.9	10.9	10.9
	Atraer más clientes, Competir en el mercado	6	2.4	2.4	13.3
	Competir en el mercado	46	18.5	18.5	31.9
	Satisfacción de clientes	51	20.6	20.6	52.4
	Satisfacción de clientes, Atraer más clientes	7	2.8	2.8	55.2
	Satisfacción de clientes, Atraer más clientes, Competir en el mercado	91	36.7	36.7	91.9
	Satisfacción de clientes, Competir en el mercado	20	8.1	8.1	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 12. Si su respuesta anterior es si, porque considera que Auto Llantas Bryan' s debe ampliar y modernizar sus servicios. Elaboracion propia

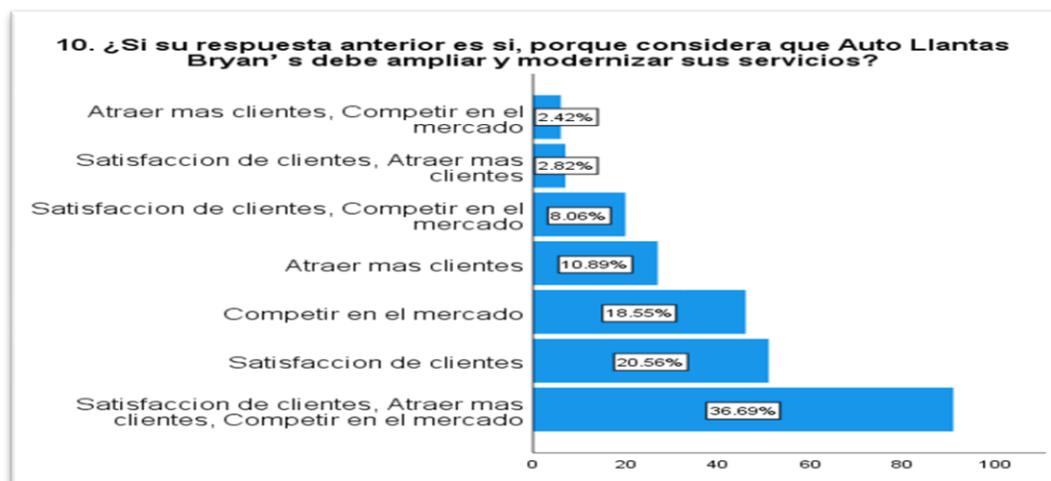


Gráfico 10. Si su respuesta anterior es si, porque considera que Auto Llantas Bryan' s debe ampliar y modernizar sus servicios. Elaboracion propia.

En la pregunta número diez, los resultados de las encuestas realizadas a los clientes de Auto Llantas Bryan's nos comprueban que si consideran necesario la ampliación de servicios. Según los indicadores de la encuesta; en resumen, nos confirman que el 91.9% coinciden que dicha ampliación de servicios beneficiaría a los clientes obteniendo mayor satisfacción en los servicios obtenidos, la microempresa atraería más clientes y les daría la opción de ser más competitivos en el mercado. Según estos resultados se puede comprobar que la ampliación de servicios en Auto Llantas Bryan's será beneficioso tanto para la microempresa como para sus clientes, lo cual nos indica que si existe la posibilidad de llevar a cabo la expansión de sus servicios.

11. ¿Qué servicios complementarios y modernos le gustaría encontrar en Auto Llantas Bryan' s?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Alineamiento y balanceo computarizado	46	18.5	18.5	18.5
Alineamiento y balanceo computarizado, Cambio de aceite	9	3.6	3.6	22.2

Alineamiento y balanceo computarizado, Cambio de aceite, Mecánica rápida (rectificación de discos, cambio de frenos etc.)	106	42.7	42.7	64.9
Alineamiento y balanceo computarizado, Mecánica rápida (rectificación de discos, cambio de frenos etc.)	23	9.3	9.3	74.2
Cambio de aceite	18	7.3	7.3	81.5
Cambio de aceite, Mecánica rápida (rectificación de discos, cambio de frenos etc.)	8	3.2	3.2	84.7
Mecánica rápida (rectificación de discos, cambio de frenos etc.)	38	15.3	15.3	100.0
Total	248	100.0	100.0	

Tabla 13. Qué servicios complementarios y modernos le gustaría encontrar en Auto Llantas Bryan' s.
Elaboración propia

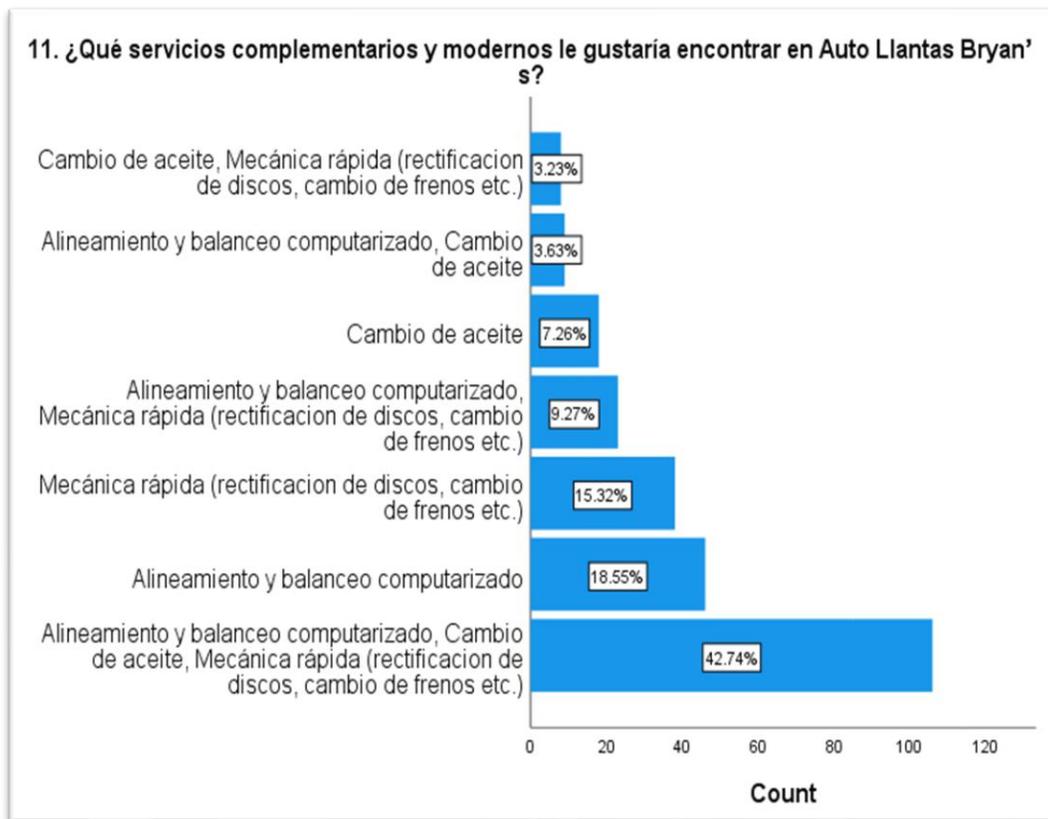


Gráfico 11. Qué servicios complementarios y modernos le gustaría encontrar en Auto Llantas Bryan' s.
Elaboracion propia

En la pregunta número once, los resultados reflejan que el 84.7% de los clientes encuestados de Auto Llantas Bryan nos confirman su preferencia por el servicio de cambio de aceite y mecánica rápida (rectificación de discos, cambio de frenos etc.), seguido por 74.2% que preferirían alineamiento y balanceo computarizado, mecánica rápida (rectificación de discos, cambio de frenos etc.), entre las opciones de ampliación de servicios modernos que ofrecería Auto Llantas Bryan's. Se puede concluir que sería viable la posibilidad de realizar la ampliación de servicios en esta microempresa, ya que se cuenta con un porcentaje alto de aceptación de la mayoría de los clientes que visitan la microempresa.

12. ¿Considera importante que las microempresas deben de modernizar sus servicios?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	2	.8	.8	.8
	Sí	246	99.2	99.2	100.0
	Total	248	100.0	100.0	

Tabla 14. Considera importante que las microempresas deben de modernizar sus servicios.

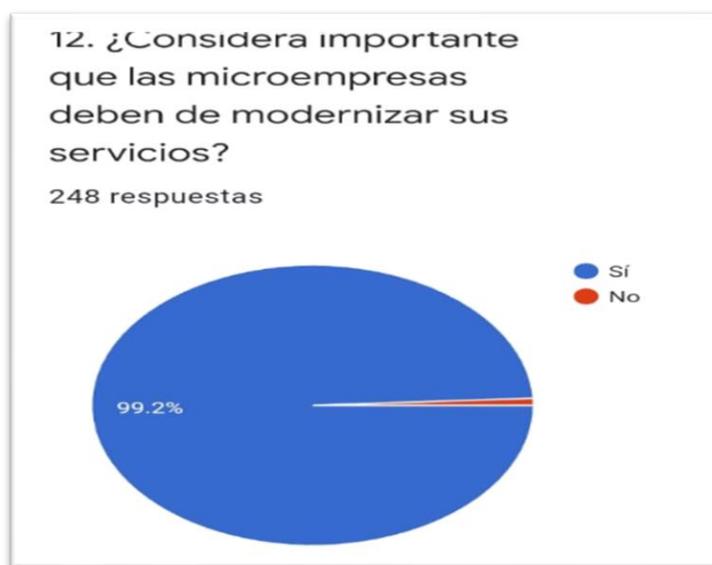


Gráfico 12. Considera importante que las microempresas deben de modernizar sus servicios. Elaboración propia

En la pregunta número doce, los resultados reflejan que 99.2% de los clientes encuestados en Auto Llantas Bryan's consideran que si es importante la modernización de servicios. Además,

es importante considerar que las microempresas deben de innovar en sus servicios, ya que esto les ayudara a atraer más clientes y satisfacer sus necesidades y optar a un mayor posicionamiento en el mercado y ser más competitivos.

13. ¿Qué valora más al momento de buscar un lugar que brinde estos servicios?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Atención personalizada	2	.8	.8	.8
Calidad de servicios	7	2.8	2.8	3.6
Calidad de servicios, Atención personalizada	1	.4	.4	4.0
Calidad de servicios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	8	3.2	3.2	7.3
Calidad de servicios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	13	5.2	5.2	12.5
Calidad de servicios, Precios	17	6.9	6.9	19.4
Calidad de servicios, Precios, Atención personalizada	10	4.0	4.0	23.4
Calidad de servicios, Precios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	13	5.2	5.2	28.6
Calidad de servicios, Precios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	7	2.8	2.8	31.5
Calidad de servicios, Precios, Ubicación, Atención personalizada	1	.4	.4	31.9
Calidad de servicios, Precios, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	2	.8	.8	32.7
Calidad de servicios, Seguridad	6	2.4	2.4	35.1
Calidad de servicios, Seguridad, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	3	1.2	1.2	36.3
Calidad de servicios, Seguridad, Precios	6	2.4	2.4	38.7

Calidad de servicios, Seguridad, Precios, Atención personalizada	2	.8	.8	39.5
Calidad de servicios, Seguridad, Precios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	1	.4	.4	39.9
Calidad de servicios, Seguridad, Precios, Ubicación	17	6.9	6.9	46.8
Calidad de servicios, Seguridad, Precios, Ubicación, Atención personalizada	4	1.6	1.6	48.4
Calidad de servicios, Seguridad, Precios, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	1	.4	.4	48.8
Calidad de servicios, Seguridad, Precios, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	6	2.4	2.4	51.2
Calidad de servicios, Seguridad, Ubicación, Atención personalizada	1	.4	.4	51.6
Calidad de servicios, Seguridad, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	1	.4	.4	52.0
Calidad de servicios, Ubicación	1	.4	.4	52.4
Calidad de servicios, Ubicación, Atención personalizada	3	1.2	1.2	53.6
Calidad de servicios, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	2	.8	.8	54.4
Calidad de servicios, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	2	.8	.8	55.2
Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	43	17.3	17.3	72.6
Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	8	3.2	3.2	75.8
Precios	5	2.0	2.0	77.8
Precios, Atención personalizada	5	2.0	2.0	79.8

Precios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	16	6.5	6.5	86.3
Precios, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	5	2.0	2.0	88.3
Precios, Ubicación	3	1.2	1.2	89.5
Precios, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	4	1.6	1.6	91.1
Seguridad	1	.4	.4	91.5
Seguridad, Atención personalizada	2	.8	.8	92.3
Seguridad, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	1	.4	.4	92.7
Seguridad, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	1	.4	.4	93.1
Seguridad, Precios	2	.8	.8	94.0
Seguridad, Precios, Ubicación	4	1.6	1.6	95.6
Seguridad, Ubicación	2	.8	.8	96.4
Seguridad, Ubicación, Atención personalizada	1	.4	.4	96.8
Seguridad, Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	1	.4	.4	97.2
Ubicación	3	1.2	1.2	98.4
Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar	1	.4	.4	98.8
Ubicación, Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar, Atención personalizada	3	1.2	1.2	100.0
Total	248	100.0	100.0	

Tabla 15. Qué valora más al momento de buscar un lugar que brinde estos servicios.
Elaboración propia

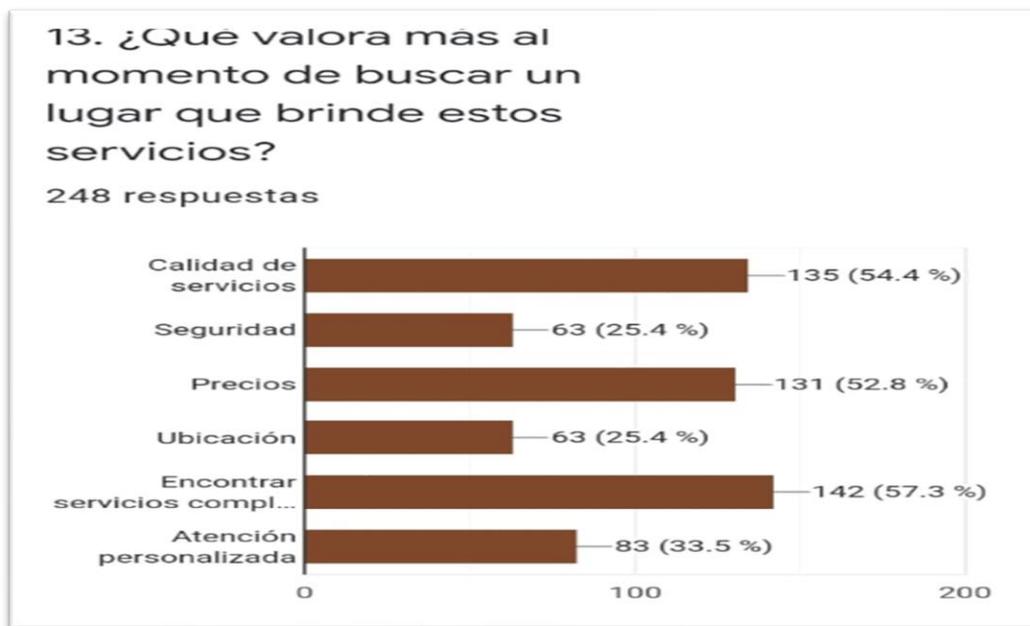


Gráfico 13. Qué valora más al momento de buscar un lugar que brinde estos servicios.
Elaboración propia

En la pregunta número trece, los resultados reflejan que los clientes encuestados de Auto Llantas Bryan's expresan que su mayor preferencia al momento de buscar servicios complementarios y modernos en el rubro de comercialización de llantas es, en resumen, encontrar los servicios complementarios y modernos en un mismo lugar, seguido de la calidad de servicios y precios. Se puede analizar que los clientes prefieren encontrar todos los servicios que necesiten para su vehículo en un mismo lugar y recibir calidad de servicios lo cual justificaría el precio, ya que la movilización de un lugar a otro para completar los servicios incurriría en costos de movilización y tiempo.

4.3 PROPUESTA DE MEJORA.

Después de que se realizó el análisis de los resultados obtenidos, se comprueba que, si es posible que Auto Llantas Bryan's pueda realizar la ampliación de servicios, y se procederá a presentar una propuesta de solución al problema de investigación "La necesidad que tiene Auto Llantas Bryan's de ampliar servicios en rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas".

La cual se detallará cronológicamente para poder explicar cada una de las acciones a realizar y que sea más comprensible para su ejecución.

PLAN DE INVERSION

La puesta en marcha del proyecto de la ampliación de la gama de servicios complementarios a los actuales en la microempresa Auto Llantas Bryan's, los servicios que se adicionarán serán: alineamiento y balanceo computarizada, cambios de aceite y mecánica rápida. Con una inversión de Lps.4,000,000.00, la inversión inicial será realizada para poder suplir las necesidades de tecnología, maquinaria, acondicionamiento del local, y contratación de personal necesarios para la puesta en marcha del proyecto, dichos fondos serán financiados con un 30% de fondos propios y el resto del 70% con fondos de la banca privada. Los rubros más representativos de la inversión estarían en maquinaria y equipo, así como la adecuación del local para poder instalar el nuevo equipo.

Plan de Inversión				
	Factor S.	25		
Maquinaria y Equipo	Cantidad	Precio \$	Precio \$	Precio Lps.
Equipo para el montaje y desmontaje de las llantas	2	7,000.00	14,000.00	350,000.00
Equipo para el balanceo de las ruedas	2	7,000.00	14,000.00	350,000.00
Equipo para alineación de ruedas y suspensión	1	25,000.00	25,000.00	625,000.00
Compresor	1	10,000.00	10,000.00	250,000.00
Elevador de dos postes	2	7,000.00	14,000.00	350,000.00
Equipo hidraulico	2	5,000.00	10,000.00	250,000.00
Extractor de Aceite	2	3,000.00	6,000.00	150,000.00
Pistola de impacto	2	1,500.00	3,000.00	75,000.00
Total Maquinaria			96,000.00	2400,000.00
Mejora de Instalaciones			Precio \$	Precio Lps.
Mejoras local para alineamiento y balanceo			15,000.00	375,000.00
Mejoras local para cambios de aceite			7,500.00	187,500.00
Mejoras local para mecanica rapida.			7,500.00	187,500.00
Mobiliario y equipo de oficina			3,000.00	75,000.00
Suministros de limpieza			2,000.00	50,000.00
Otros			2,000.00	50,000.00
Total Instalaciones			37,000.00	925,000.00
Materia Prima			Precio \$	Precio Lps.
Materia prima para alineamiento y balanceo			7,000.00	175,000.00
Materia prima para cambios de aceite			15,000.00	375,000.00
Lote de repuestos generales para mecanica			5,000.00	125,000.00
Total de materia prima			27,000.00	675,000.00
Total de inversión			160,000.00	4000,000.00

FLUJO DE CAJA

Flujo de caja				
Años	Inversión	Ingresos	Egresos	FCA
0	4000,000.00	-		
1		7200,000.00	4320,000.00	2880,000.00
2		8280,000.00	4968,000.00	3312,000.00
3		9522,000.00	5713,200.00	3808,800.00
4		10950,300.00	6570,180.00	4380,120.00
5		12592,845.00	7555,707.00	5037,138.00

Tabla 16 Flujo de caja
Elaboración propia

ANÁLISIS DEL FLUJO DE CAJA.

Los ingresos proyectados en un periodo de 5 años tienen como base un promedio de ventas en el primer año de L.7,200,000.00 lo que representa una venta mensual de L.600,000.00, para los años siguientes se proyecta un incremento del 15% de las ventas con relación al año anterior.

Los egresos proyectados representarían un 60% de las ventas por año.

CALCULO DEL COSTO / BENEFICIO

Inversión	4000,000.00
Tasa de Descuento	10%
Suma de ingresos	32582,561.37
Suma de Gastos	21504,490.50
Costo - Inversión	25504,490.50
C/B	1.28

Tabla 17 Cálculo de Costo Beneficio
Elaboración propia

El VNA (Valor neto actual) de los ingresos entre el Costo – Inversión da un costo beneficio de 1.28, dicho resultado nos permite analizar que dicho costo beneficio es mayor que 1, lo que permite decidir que el proyecto es rentable.

4.4 IMPLEMENTACIÓN DE LOS CAMBIOS

Se elaborará una propuesta de mejora para la implementación de los cambios, los cuales se realizarán bajo un cronograma de aplicación para que se realicen en un orden cronológico.

4.4.1 CRONOGRAMA DE APLICACIÓN.

		Cronograma de Aplicación													
ID	DURACION (DIAS)	NOMBRE DE LA TAREA	RESPONSABLE	COMIENZO	TERMINACION	COMIENZO TARDIO	TERMINACION TARDIA	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
1	7	DETALLE DE CAMBIOS	RESPONSABLES	1-Oct	8-Oct	2-Oct	9-Oct								
2	7	Elaborar la Misión y Visión de la Empresa	Gerente Propietario	1-Oct	8-Oct	2-Oct	9-Oct								
3	14	Informar al personal Administrativo de los cambios.	Gerente Propietario	1-Oct	15-Oct	3-Oct	17-Oct								
4	7	Evaluar la capacidad de Inversión.	Gerente Administrativo / Contador C	1-Oct	8-Oct	3-Oct	10-Oct								
5	7	Evaluar condiciones de las instalaciones.	Gerente Administrativo / Ingeniero Consultor	1-Oct	8-Oct	2-Oct	9-Oct								
6	14	Crear el puesto de jefe de Recursos Humanos.	Gerente Propietario	1-Oct	15-Oct	3-Oct	17-Oct								
7	21	Diseñar el Manual de Funciones por puestos.	Gerente Administrativo	1-Oct	22-Oct	3-Oct	24-Oct								
8	7	Elaborar manual de Procesos y Procedimientos	Gerente Administrativo	1-Oct	8-Oct	3-Oct	10-Oct								
9	14	Realizar contratación del personal	Gerente Administrativo	1-Oct	15-Oct	3-Oct	17-Oct								
10	7	Promover e informar al personal de Ventas.	Gerente Administrativo	15-Oct	22-Oct	17-Oct	24-Oct								
11	7	Cotización del Equipo.	Gerente Propietario / Gerente Administrativo	15-Oct	22-Oct	17-Oct	24-Oct								
12	14	Compra del Equipo.	Gerente Propietario / Gerente Administrativo	15-Oct	29-Oct	17-Oct	31-Oct								
13	7	Realizar capacitación al personal.	Gerente Administrativo	15-Oct	22-Oct	17-Oct	24-Oct								
14	7	Elaborar un plan de comunicación de cambios para clientes y colaboradores.	Gerente Administrativo	15-Oct	22-Oct	17-Oct	24-Oct								
15	30	Presentar Plan de Mejora.	Ingeniero Consultor	22-Oct	21-Nov	24-Oct	23-Nov								
16	7	Análisis de Plan de Mejora.	Gerente Propietario	12-Nov	19-Nov	14-Nov	21-Nov								
17	7	Aprobación de Plan de Mejora.	Gerente Propietario / Gerente Administrativo	12-Nov	19-Nov	14-Nov	21-Nov								
18	7	Iniciar Plan de Mejora.	Ingeniero Consultor	19-Nov	26-Nov	21-Nov	28-Nov								

Tabla 18 Cronograma de aplicación
Elaboración propia

4.4.2 DETALLE DE CAMBIOS Y RESPONSABLES DE SU EJECUCIÓN.

Se describe cómo se realizará cada una de las actividades mencionadas en el cronograma y quién será el responsable de ejecutarlas.

DETALLE DE CAMBIOS	RESPONSABLES
Elaborar la Misión y Visión de la Empresa	Gerente Propietario
Informar al personal Administrativo de los cambios.	Gerente Propietario
Evaluar la capacidad de Inversión.	Gerente Administrativo / Contador Consultor
Evaluar condiciones de las instalaciones.	Gerente Administrativo / Ingeniero Consultor
Crear el puesto de jefe de Recursos Humanos.	Gerente Propietario
Diseñar el Manual de Funciones por puestos.	Gerente Administrativo
Elaborar manual de Procesos y Procedimientos	Gerente Administrativo
Realizar contratación del personal	Gerente Administrativo
Promover e informar al personal de Ventas.	Gerente Administrativo
Cotización del Equipo.	Gerente Propietario / Gerente Administrativo
Compra del Equipo.	Gerente Propietario / Gerente Administrativo
Realizar capacitación al personal.	Gerente Administrativo
Elaborar un plan de comunicación de cambios para clientes y colaboradores.	Gerente Administrativo
Presentar Plan de Mejora.	Ingeniero Consultor
Análisis de Plan de Mejora.	Gerente Propietario
Aprobación de Plan de Mejora.	Gerente Propietario / Gerente Administrativo
Iniciar Plan de Mejora.	Ingeniero Consultor

Tabla 19 Detalle de cambios y responsables de su ejecución.
Elaboración propia

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ✓ Se identifica plenamente la necesidad de ampliación de servicios que tiene la microempresa a través de la demanda de sus clientes.
- ✓ Se identificaron varias opciones que los clientes prefieren para la ampliación de servicios como ser alineamiento y balanceo y mecánica rápida.
- ✓ Se concluye que Auto Llantas Bryan's tiene la posibilidad de ampliación de servicios en el rubro de comercialización de llantas, ya que cuenta con muy buena aceptación de sus clientes.

RECOMENDACIONES

- Analizar la capacidad de inversión de la microempresa para la ampliación de servicios.
- Evaluar las instalaciones para realizar las mejoras
- Realizar la ampliación de gama de servicios en un orden cronológico.
- Identificar en orden de prioridades la ampliación de servicios.
- Contratar personal con conocimientos en el área de alineamiento y balanceo y mecánica rápida.
- Capacitar al personal involucrado en la implementación de la ampliación de servicios.
- Cumplir con las normas de seguridad laboral e industrial, instalar extintores en cada área de trabajo, el personal del área de taller debe de utilizar chalecos, cascos y guantes para realizar su trabajo, las instalaciones deben de contar con señalización de seguridad.

BIBLIOGRAFÍA

- Carmona Lavado, A. (1998). *LA TEORÍA DE LOS DOS FACTORES EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL-P48F001/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosDosFactoresEnLaSatisfaccionDelCliente-187754%20(2).pdf
- Concepto. (s.f.). *Tecnología*. Obtenido de <https://concepto.de/tecnologia/>
- Cuyo, U. N. (2018). *Plan de Negocios: Instalación de alineadora y balanceadora en el servicio de posventa*. Obtenido de bdigital.uncu.edu:
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/13990/goldstein-fce.pdf
- DocuSign. (28 de marzo de 2022). *Innovación en Pequeñas Empresas: 7 consejos para el éxito*. Obtenido de DocuSign: <https://www.docusign.mx/blog/innovación-en-pequeñas-empresas>
- Education, M. (s.f.). *Innovación Empresarial*. Obtenido de Mheducation.es:
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448614224.pdf>
- Edwards, W. (2009). *Aspectos teóricos de la satisfacción del Cliente*.
<https://1library.co/article/aspectos-te%C3%B3ricos-de-la-satisfacci%C3%B3n-del-cliente.qmw3n65z>.
- Gestion. (s.f.). *Tendencias*. Obtenido de *Que es exactamente la innovación*:
<https://gestion.pe/tendencias/que-es-la-innovacion-que-significa-realmente-innovar-nnda-nnlt-noticia/>
- Gestiopolis. (s.f.). *¿Por qué es importante innovar en los servicios?*
<https://www.gestiopolis.com/por-que-es-importante-innovar-en-los-servicios/>.
- Guerrero, J. &. (2010). *Monografía previa al grado de Ingeniero Comercial. 100*. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1786/1/07877.pdf>

- INE, H. E. (2016). *BOLETIN PARQUE VEHICULAR DE HONDURAS 2016-2020*. Obtenido de ine.gob.hn: <https://www.ine.gob.hn/V3/2021/06/15/parque-vehicular-de-honduras-2016-2020/>
- Mundial, B. (2016). Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos. *Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
- Negocios, R. I. (2019). *Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006#:~:text=Schumpeter%20considera%20que%20el%20desarrollo,los%20Factores%20T%C3%A9cnicos%20y%20Sociales.
- Online, C. A. (2013). *Situación de las Mipymes en Honduras, retos y oportunidades en el siglo XXI*. Obtenido de Portal de la ciencia: <https://www.lamjol.info/index.php/PC/article/view/1855>
- Otero, M. A. (2016). *Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla-Colombia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28049145007.pdf>
- Salesiana, U. p. (2010). *Proyecto para la implementación de una lubricadora de vehículos y máquinas de uso industrial en el sector de Challuabamba*. Obtenido de Dspace.ups: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7051/1/UPS-CT002224.pdf>

- Salvador, U. d. (2009). “Diseño de un Plan Promocional para la Pequeña Empresa comercializadora de llantas en el area Metropolitana de San Salvador. *T-658 H557em.pdf*, 206.
- Schumpeter, J. (2004). *Innovación y Determinismo Tecnológico*. Obtenido de [file:///C:/Users/DELL-P48F001/Downloads/Dialnet-SCHUMPETERINNOVACIONYDETERMINISMOTECNOLOGICO-4842897%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL-P48F001/Downloads/Dialnet-SCHUMPETERINNOVACIONYDETERMINISMOTECNOLOGICO-4842897%20(1).pdf)
- Sociales, R. d. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia*. *RCS*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28049145007/html/>
- Sula, G. M. (2022). *Plan de Arbitrios 2022* . Obtenido de <https://www.sanpedrosula.hn/storage/app/media/PDF/Gobierno%20Digital/PLAN%20DE%20ARBITRIOS%202022.pdf>
- Sula, P. d. (2022). Obtenido de <https://www.sanpedrosula.hn/storage/app/media/PDF/Gobierno%20Digital/PLAN%20DE%20ARBITRIOS%202022.pdf>
- UIDE, U. i. (enero de 2020). *Estudio para la implementación de un lubricentro en la Provincia de Santa Elena*. Obtenido de T-UIDE-244.pdf: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4034/1/T-UIDE-244.pdf>

ANEXOS

ENCUESTA

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del Centro Universitario Tecnológico Centroamericano (CEUTEC) y estamos desarrollando un proyecto de investigación en la clase Virtual de Proyecto de Graduación sobre: "La necesidad que tiene Auto Llantas Bryan's de ampliar servicios en el rubro de comercialización de llantas nuevas y usadas".

Su participación será de gran ayuda para nuestra investigación.



vicky.sabillon16@gmail.com (no se comparten)

[Cambiar cuenta](#)



*Obligatorio

La necesidad que tiene Auto Llantas Bryan's de ampliar servicios en el rubro de comercialización de Llantas nuevas y usadas.

1. ¿Qué Género es? *

- Hombre
 Mujer

2. ¿Vive en San Pedro Sula? *

- Si
 No

3. ¿En qué sector vive? *

- Norte
 Sur
 Este
 Oeste

4. ¿Maneja vehículo? *

- Si
 No

5. ¿Compra llantas nuevas o usadas para su vehículo? *

- Nuevas
 Usadas

6. ¿Qué negocios de venta de llantas nuevas ha visitado en San Pedro Sula? *

- Auto Llantas Bryan's
 Llantilandia
 Kualy Llantas
 Aurema
 Otro

7. ¿Qué negocios de venta de llantas usadas ha visitado en San Pedro Sula? *

- Auto Llantas Bryan's
- Kualy Llantas
- Auto Llantas Flores
- Robert Tire Llantera
- Otro

8. ¿Qué opina de los servicios que ofrece actualmente Auto Llantas Bryan' s? *

- Buenos
- Muy buenos
- Excelentes

9. ¿Le gustaría encontrar servicios complementarios y modernos en Auto llantas Bryan' s? *

- Sí
- No

10. ¿Si su respuesta anterior es sí, porque considera que Auto Llantas Bryan' s debe ampliar y modernizar sus servicios? *

- Satisfaccion de clientes
- Atraer mas clientes
- Competir en el mercado

11. ¿Qué servicios complementarios y modernos le gustaría encontrar en Auto Llantas Bryan' s? *

- Alineamiento y balanceo computarizado
- Cambio de aceite
- Mecánica rápida (rectificacion de discos, cambio de frenos etc.)

12. ¿Considera importante que las microempresas deben de modernizar sus servicios? *

- Sí
- No

13. ¿Qué valora más al momento de buscar un lugar que brinde estos servicios? *

- Calidad de servicios
- Seguridad
- Precios
- Ubicación
- Encontrar servicios completos y modernos en un mismo lugar
- Atención personalizada

Anexo 1. Encuesta (continuacion).
Elaboracion propia

ENTREVISTA

Señor: Alejandro Rodríguez

Propietario de la microempresa: Auto Llantas Bryan's

1. ¿Hace cuantos años creo la microempresa?

R/- Hace más de 30 años.

2. ¿Cómo surgió la idea para crear la microempresa?

R/. - La necesidad de ingresos, por el desempleo y vi la oportunidad en el mercado ya que era un negocio que no necesitaba mucha inversión.

3. ¿Cuáles fueron los principales factores que influyeron para crear la microempresa?

R/. - Al inicio fue el factor personal ya que necesitaba ingresos para sobrevivir y después el factor familiar, ya que tenía el compromiso de mantener a mi familia.

4. ¿Cómo fue la inversión inicial?

R/. La inversión inicial fue con fondos propios de mis prestaciones.

5. ¿Porque eligió el rubro de comercialización de llantas?

R/- Elegí este rubro ya que no necesitaba mucha inversión y el producto de segunda en llantas ya tenía mercado.

6. ¿Cuándo y cómo identificó la oportunidad de negocio?

R/- Al momento de quedar desempleado y verme en dificultades, es cuando debemos de aprovechar las oportunidades, aunque tengamos que correr riesgos.

7. ¿Cuáles eran las metas de emprendedor en el momento en que creó la microempresa?

R/- En ese momento mi meta era obtener ingresos para sobrevivir, pero después de todo este tiempo y de conocer más el mercado y la comercialización del producto, mis metas son crecer y crear competencia en el mercado, y satisfacer a mis clientes.

8. ¿Tenía acceso a la tecnología cuando creo su microempresa?

R/- No, en ese tiempo no existía la tecnología como hoy.

9. ¿Ha tenido oportunidad de crecimiento en el mercado de este rubro de comercialización de llantas?

R/-Si, he aprovechado la preferencia de los clientes con la compra de llantas de segunda y ahora ya podemos ofrecer llantas nuevas y veo la necesidad de ampliar nuestros servicios a solicitud de nuestros clientes y la necesidad propia, el querer ofrecer a mis clientes ese valor agregado y así poder crecer más y buscar mejor posicionamiento en este mercado.

Anexo 2. Entrevista al propietario de Auto Llantas Bryan's
Elaboracion propia

10. ¿Con que dificultades se ha encontrado para el crecimiento de su microempresa?

R/- Primeramente, la falta de apoyo financiero, ya que cuando las microempresas no están legalmente constituidas no pueden optar a este beneficio en la banca nacional, eso me paso en los primeros años del negocio.

11. ¿Cree que ahora es necesario la tecnología para la creación y el crecimiento de una microempresa?

R/- Si, creo que es necesario ya que estamos en la era de la tecnología y esta nos da más oportunidades de crecimiento en el mercado.

12. ¿Es factible innovar en una empresa de este rubro?

R/- Pienso que sí, ya que podemos ofrecer servicios adicionales y complementarios para los vehículos.

13. ¿Qué opina de la innovación de los servicios en este rubro?

R/- Me parece una buena oportunidad para el crecimiento de las microempresas.

14. ¿Como se ha manifestado la necesidad de crecimiento de su microempresa actualmente?

R/- Los clientes me han preguntado si tengo proyectado ampliar los servicios y ofrecerles todo en el mismo lugar, como ser alineamiento y balance, mecánica rápida, etc.

15. ¿Cuáles son los planes a futuro para su microempresa?

R/- Nuestra meta en Auto Llantas Bryan's es siempre brindar satisfacción a nuestros clientes, por lo que estamos analizando la posibilidad de poder ampliar los servicios y así ofrecer ese valor agregado a nuestros clientes, ya que se lo merecen por su preferencia.

16. ¿Qué consejo le daría a alguien interesado en iniciar una microempresa en la actualidad?

R/- Que debe de tener bien definidas sus metas y estrategias para poder emprender, ya que de esto depende el poder organizarse y así obtener el éxito en una empresa.

Anexo 2. Entrevista al propietario. (Continuacion)
Elaboracion propia



Anexo 3. Ubicación Auto Llantas Bryan's.
Elaboracion propia



Anexo 4. Instalaciones Auto Llantas Bryan's
Elaboracion propia



Anexo 5. Instalaciones Auto Llantas Bryan's
Elaboración propia.



Anexo 6. Instalaciones Auto Llantas Bryan's
Elaboracion propia