

**Universidad Internacional del Ecuador**

**Escuela de Ingeniería Automotriz**



**Tema:**

**Estrategias para la Reactivación Productiva en Talleres  
Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil Pos Covid-19**

**Proyecto Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Mecánica Automotriz**

**Carlos Diovan Carrión Benítez**

**Director:**

**Ing. Fernando Gómez Berrezueta, MSc.**

**Guayaquil-Ecuador**

**Junio, 2021**



**Universidad Internacional del Ecuador Escuela de Ingeniería Automotriz**

**Certificado**

**Ing. Fernando Gómez Berrezueta, MsC.**

CERTIFICA

Que, el trabajo titulado “Estrategias para la Reactivación Productiva en Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil Pos Covid-19”, realizado por el estudiante: Carlos Diovan Carrión Benítez, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple las normas estatutarias establecidas por La Universidad Internacional del Ecuador, en el Reglamento de Estudiantes. Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional. El mencionado trabajo consta de un empastado que contiene toda la información de este trabajo. Autoriza al señor Carlos Diovan Carrión Benítez, que lo entregue a biblioteca de la ESCUELA, en su calidad de custodia de recursos y materiales bibliográficos.

Guayaquil, junio 2021

---

Ing. Fernando Gómez Berrezueta, MsC.

Director de Proyecto

**Universidad Internacional del Ecuador**

**Escuela de Ingeniería Automotriz**

**Certificado y Acuerdo de Confidencialidad**

Yo, Carlos Diovan Carrión Benítez, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet; según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

---

Carlos Diovan Carrión Benítez

C.I. 0705251759

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, por haberme brindado la salud, los medios, los recursos, la fortaleza física y mental, para lograr mi formación durante mi vida estudiantil.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo siempre en todo momento. Gracias por todo papá y mamá por darme la oportunidad de escoger una carrera para mi futuro, y por siempre creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor incondicional, por todo esto y muchas cosas más les agradezco que hoy estén a mi lado.

Carlos Carrión

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por todas las experiencias vividas en la Universidad, por brindarme las experiencias vividas durante el transcurso del periodo académico profesional, ya que estas no solo me dieron conocimiento, si no también humildad que es lo hermoso de la vida, además de permitirme finalizar mi vocación, y ser fiel testigo de que nuestros sueños pueden hacerse realidad si tenemos el coraje de perseguirlos.

Así también, agradezco el apoyo y colaboración de cada uno de los docentes, por siempre potencializar mis ideales en el proceso de desarrollo académico. Agradezco a mi tutor durante todo el desarrollo del proyecto, Ing. Fernando Gómez Berrezueta.

Agradecer, sin duda, a mis Padres, compañeros(as) y familiares por todo su apoyo y confianza incondicional que me ha permitido conseguir terminar esta carrera.

A todos ellos, muchas gracias.

## Resumen

El presente estudio planteó Diseñar estrategias para reactivar productivamente a los Talleres Automotrices Multimarca de la Ciudad de Guayaquil Post Covid-19 ante las disposiciones adoptadas por la pandemia de COVID-19 en el 2020. Metodológicamente, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo exploratorio y con diseño de campo, la recolección de datos se hizo a través de un cuestionario diseñado a tal fin. El muestreo fue probabilístico y consistió en 359 talleres Multimarca ubicados en Guayaquil. Los hallazgos más relevantes fueron: 291 talleres (81,1%) se mantuvieron abiertos durante el periodo estudiado; 300 talleres tuvieron una disminución de sus ventas en un porcentaje igual o superior al 50%; las medidas asumidas para mantener los talleres abiertos fueron la Capacitación y utilización de equipos de bioseguridad y la Desinfección y somatización de los talleres respectivamente en el 47,6% y el 28,7 % de los casos; 274 talleres afirman que el acceso a líneas de crédito ante las instituciones financieras nacionales es la razón principal que limita la reactivación; las estrategias para reactivar los talleres, según los entrevistados radican en brindar servicios personalizados 42,9%; 28,7% plantean prestar nuevos servicios; 18,9% sostiene la implantación de sistemas integrales. Se concluye que ante la coyuntura los talleres multimarca deben implementar estrategias diseñadas para abordarla.

**Palabras clave:** Estrategias, reactivación económica, talleres multimarca, COVID-19.

### **Abstract**

The present study proposed to design strategies to productively reactivate the Multibrand Automotive Workshops of the City of Guayaquil in light of the provisions adopted by the COVID-19 pandemic in 2020. Methodologically, the research had a quantitative, exploratory and field-design approach. Data collection was done through a questionnaire designed for this purpose. The sampling was probabilistic and consisted of 359 multi-brand workshops located in Guayaquil. The most relevant findings were: 291 workshops (81.1%) remained open during the studied period; 300 workshops had a decrease in their sales by a percentage equal to or greater than 50%; The measures taken to keep the workshops open were Training and use of biosafety equipment and Disinfection and sanitation of the workshops, respectively, in 47.6% and 28.7% of the cases; 274 workshops affirm that access to credit lines with national financial institutions is the main reason limiting reactivation; The strategies to reactivate the workshops, according to the interviewees, lie in providing personalized services 42.9%; 28.7% propose to provide new services; 18.9% support the implementation of comprehensive systems. It is recommended that in the face of the situation, multi-brand workshops must implement strategies designed to address it.

**Keywords:** Strategies, economic reactivation, multi-brand workshops, COVID-19.



## Índice General

Certificado y Acuerdo de Confidencialidad .....	iv
Dedicatoria .....	v
Agradecimiento .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
Índice General .....	ix
Índice de Tablas .....	xii
Índice de Figuras .....	xiii
Capítulo I.....	1
Antecedentes.....	1
1.1 Tema de Investigación.....	1
1.2 Planteamiento, Formulación y Sistematización del Problema .....	1
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2.2 Formulación del Problema .....	5
1.2.3 Sistematización del Problema .....	6
1.3 Objetivos de la Investigación.....	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivos Específicos .....	6
1.4 Justificación y Delimitación de la Investigación .....	7
1.4.1 Justificación Teórica .....	7
1.4.2 Justificación Metodológica .....	7
1.4.3 Justificación Práctica .....	8
1.4.4 Delimitación Temporal.....	8

	x
<b>1.4.5 Delimitación del Contenido .....</b>	<b>8</b>
<b>Capítulo II .....</b>	<b>10</b>
<b>Marco de Referencia .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 El Efecto de la Emergencia Mundial en la Producción .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Transporte en Ecuador .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Talleres Automotrices .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Tipos de Mantenimiento .....</b>	<b>16</b>
<b>2.5 La Productividad de un Taller Automotriz Multimarca .....</b>	<b>17</b>
<b>2.6 Cronología de la Pandemia por COVID-19 .....</b>	<b>18</b>
<b>2.7 Las Decisiones y Estrategias a Nivel Mundial.....</b>	<b>23</b>
<b>2.7.1 La Pandemia en Ecuador .....</b>	<b>26</b>
<b>2.7.2 Las Decisiones y Estrategias en el Sector Automotriz .....</b>	<b>27</b>
<b>2.7.3 Marco Conceptual.....</b>	<b>30</b>
<b>Capítulo III.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1. Marco Metodológico .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2. Enfoque de la Investigación .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2.1. Investigación Exploratoria .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2.2. Investigación de Campo.....</b>	<b>33</b>
<b>3.3. Métodos .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4. Población y Muestra .....</b>	<b>34</b>
<b>3.5. Instrumentos y Técnicas de Recolección de Datos .....</b>	<b>35</b>
<b>3.6. Procedimientos de la Investigación .....</b>	<b>36</b>
<b>3.7. Encuesta .....</b>	<b>36</b>
<b>3.8. Operacionalización de Variables .....</b>	<b>37</b>
<b>Capítulo IV .....</b>	<b>38</b>

<b>4.1</b>	<b>Resultados de la Investigación .....</b>	<b>38</b>
<b>4.2</b>	<b>Situaciones que se Tuvo que Enfrentar para Mantener Activo el Taller Durante la Pandemia en el Año 2020 .....</b>	<b>38</b>
<b>4.3</b>	<b>Comportamiento (Disminución) Promedio de las Ventas Durante la Pandemia .....</b>	<b>39</b>
<b>4.4</b>	<b>Medidas o Alternativas para Gestionar la Apertura de Talleres tras la Nueva Normalidad.....</b>	<b>41</b>
<b>4.5</b>	<b>Factibilidad de Seguir Operando el Taller con las Restricciones de Movilidad y Cuarentena .....</b>	<b>42</b>
<b>4.6</b>	<b>Factores Económicos que Afectan la Reactivación Económica de su Taller .....</b>	<b>43</b>
<b>4.7</b>	<b>Políticas del Gobierno Para la Reactivación Económica.....</b>	<b>44</b>
<b>4.8</b>	<b>Plan de Reactivación Económica Para el Taller .....</b>	<b>46</b>
<b>4.9</b>	<b>Estrategias Para Reactivar el Taller .....</b>	<b>47</b>
	<b>Capítulo V .....</b>	<b>49</b>
<b>5.1</b>	<b><i>Propuesta.....</i></b>	<b>49</b>
<b>5.2</b>	<b><i>Análisis Pestel.....</i></b>	<b>51</b>
<b>5.3</b>	<b><i>Análisis Porter.....</i></b>	<b>56</b>
<b>5.4</b>	<b><i>Situación y Restricción Talleres Automotrices Multimarca Debido A la Emergencia Sanitaria.....</i></b>	<b>58</b>
<b>5.5</b>	<b><i>Diseño de Estrategia para la Reactivación de los Talleres Multimarca En Base a las 4 P.....</i></b>	<b>60</b>
<b>5.6</b>	<b><i>Protocolos de Bioseguridad.....</i></b>	<b>65</b>
<b>5.7</b>	<b><i>Aplicación del Plan Estratégico.....</i></b>	<b>66</b>
	<b>Conclusiones.....</b>	<b>68</b>
	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>71</b>

<b>Bibliografía.....</b>	<b>xii</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexos 1. Formato de Encuesta.....</b>	<b>77</b>
<b>Anexos 2. Protocolo de Bioseguridad.....</b>	<b>79</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1 Fuerza Laboral Ecuatoriana en Fabricación de Vehículos.....</b>	<b>3</b>
<b>Tabla 2 Fuerza Laboral Ecuatoriana en Comercio y Reparación de Vehículos y Motocicletas .....</b>	<b>4</b>
<b>Tabla 3 Variación en Venta de Vehículos .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 4 Operacionalización de Variables .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 5. Situaciones Enfrentadas para Mantener Activo el Taller Durante Pandemia..</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 6 Disminución Promedio de las Ventas Durante la Pandemia .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 7 Alternativas Empleadas para Gestionar la Apertura del Taller tras la Nueva Normalidad.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 8 Factibilidad de Seguir Operando el Taller con las Restricciones de Movilidad</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 9 Factores Económicos que Afectan la Reactivación Económica del Sector .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 10 Políticas del Gobierno para la Reactivación Económica .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 11 Plan de Reactivación Económica para el Taller .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 12 Estrategias para Reactivar el Taller .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 13 Estrategias del Producto.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 14 Estrategias de Precio.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 15 Estrategias de Comercialización .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 16 Estrategias de Comunicación y Promoción.....</b>	<b>64</b>

## Índice de Figuras

<b>Figura 1 Casos Diarios de Coronavirus en el Mundo .....</b>	<b>22</b>
<b>Figura 2 Casos de COVID-19 Guayaquil.....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 3 Ventas Mensuales de Vehículos .....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 4 Situaciones Enfrentadas para Mantener Activo el Taller Durante Pandemia.</b>	<b>39</b>
<b>Figura 5 Disminución Promedio de las Ventas Durante la Pandemia.....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 6 Alternativas Empleadas para Gestionar la Apertura del Taller tras la Nueva Normalidad.....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 7 Factibilidad de Seguir Operando el Taller con Restricciones de Movilidad ....</b>	<b>43</b>
<b>Figura 8 Factores Económicos que Afectan la Reactivación Económica del Sector.....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 9 Políticas del Gobierno para la Reactivación Económica .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 10 Plan de Reactivación Económica de Talleres.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 11 Estrategias para Reactivar el Taller.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 12 Diseño Estratégico de la Propuesta.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 13 Estructura de las Fuerzas de Porter.....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 14 Canal de Distribución.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 15 Cronograma para la Aplicación del Plan Estratégico.....</b>	<b>67</b>

## Capítulo I

### Antecedentes

#### 1.1 Tema de Investigación

Estrategias para la Reactivación Productiva en Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil Pos Covid-19.

#### 1.2 Planteamiento, Formulación y Sistematización del Problema

La economía mundial y sus perspectivas de crecimiento global para el año 2020, han sido severamente afectadas por la pandemia del SARS COV 2 o COVID-19, que comenzó inicialmente en China, a finales del 2019. Todos los organismos mundiales y las empresas calificadoras de riesgo, han advertido las consecuencias para todos los sectores de la economía de las Naciones y Ecuador no es una excepción. En tal sentido, el sector transporte, igualmente ha sido impactado por los efectos de la paralización económica.

En este orden de ideas, la ciudad de Guayaquil, uno de los centros más importantes de la economía ecuatoriana, en su condición: portuaria, industrial, agrícola, pesquera y camaronera, también ha sido perturbada por la pandemia. En tal sentido, el sector transporte también ha sido alterado y por ende todo el sector asociado a esta actividad, entre estas los diferentes servicios automotrices, que van desde: la producción del parque automotor, las ventas, la circulación y los servicios de mantenimiento, entre otros. Por tanto, es importante investigar estas circunstancias y los efectos que hayan podido mermar la productividad de los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil a efectos de plantear estrategias para su recuperación.

##### *1.2.1 Planteamiento del Problema*

A partir del mes de diciembre de 2019, en la provincia de Wuhan. China, al declararse los primeros brotes de un nuevo virus que se identificó como COVID-19, una de las principales medidas para minimizar el contagio creciente y sus efectos en la salud fue el

aislamiento social, esta estrategia consistió en la prohibición de circulación pública de las personas. El confinamiento domiciliario, conocido como cuarentena y sobre todo la limitación de actividades económicas para evitar el contagio, solamente se extendió la flexibilidad de movilización a aquellos sectores prioritarios tales como el sanitario, el alimentario, el de seguridad entre otros.

En Ecuador, las primeras medidas adoptadas a este respecto iniciaron a nivel nacional a partir del 16 de marzo del 2020. A partir de ese entonces, las medidas afectaron globalmente los precios de las diferentes materias primas. En Ecuador sectores importantes como el florícola vio disminuir sus ventas internacionales en un 70%, el precio del cacao por tonelada disminuyó en promedio en un 7% con respecto a los precios del 2019, el sector camaronero, igualmente se vio aquejado por las restricciones de carácter temporal impuestas a este mercado a nivel mundial (PWC, 2020).

En este orden de ideas, las perspectivas de crecimiento económico de Ecuador fueron consideradas y estimadas, tanto por organismos nacionales como internacionales, en escenarios desfavorables y negativos. A este respecto, el Gobierno Nacional estimó la caída del Producto Interno Bruto del país (PIB) en un 7% para el 2020, el Banco Mundial (BM), estimó una desaceleración del PIB ecuatoriano en un 6%; el Fondo Monetario Internacional consideró una caída del PIB nacional en un 6,30% y Goldman Sachs lo hizo en un 5,7%, en consecuencia, todos estos entes estimaron que por efectos de la pandemia el PIB del Ecuador evidenciará una contracción durante el 2020 (PWC, 2020).

Es evidente que los escenarios de contracción económica influyen en todos los sectores de la economía nacional, una de las principales afectaciones será en la productividad y la competitividad de los mismos. Esto se debe entre otros factores, a las restricciones de movilidad de las personas para minimizar el contagio, los efectos sobre la salud de la población y la muerte de un porcentaje, algo significativo, de miembros de la fuerza laboral



ecuatoriana, el cierre temporal de ciertas actividades productivas no consideradas prioritarias en medio de la pandemia y la implementación de medidas de bioseguridad en los puestos laborales.

El transporte automotor urbano representa una de las actividades más importantes para la movilización de los ciudadanos, por lo cual, su función no solamente es social, sino que incide en aspectos laborales y finalmente en la dinámica económica de los entornos urbanos. Igualmente, el traslado de los bienes producidos para satisfacer las necesidades de las personas permite que este sector adquiera importancia en cualquier tipo de circunstancias.

La importancia del sector automotriz a nivel nacional se concentra en la fuerza laboral que ocupa. En cuanto a fabricación de vehículos, nacionalmente se tienen las siguientes cifras:

**Tabla 1**

*Fuerza Laboral Ecuatoriana en Fabricación de Vehículos*

<b>Actividad</b>	<b>Número de trabajadores</b>
Fabricación de vehículos, carrocerías, remolques y semirremolques	8.728
Fabricación de autopartes	2.645
Total en este subsector	11.373

Fuente: (Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador, 2020).

De la misma forma, otro subsector importante en el sector automotriz ecuatoriano es el relacionado con comercio y reparación de vehículos y motocicletas. Este, moviliza igualmente un significativo mercado laboral que ocupa a una fuerza de trabajo en diferentes áreas del subsector. A continuación, se presenta la información estadística a finales del 2019.

**Tabla 2***Fuerza Laboral Ecuatoriana en Comercio y Reparación de Vehículos y Motocicletas*

<b>Actividad</b>	<b>Número de trabajadores</b>
Venta de vehículos	16.662
Mantenimiento de vehículos	110.552
Venta de autopartes	32.531
Venta y mantenimiento de motocicletas	11.373
Total en este subsector	171.118

Fuente: (Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador, 2020).

En total el sector automotriz del país ocupó a finales del 2019 a 182.491 trabajadores. Por tanto, cualquier evento que afecte directamente a la salud de la población, también lo hará en este sector, de modo que el COVID-19 incidirá en su fuerza laboral mientras dure la pandemia y las medidas adoptadas para minimizar su efecto. En tal sentido, las cifras de desempleo nacional para junio 2020 alcanzaron un 16,80% con respecto al 4,90% a junio 2019. Sin embargo, la composición del mercado de trabajo de Ecuador sufrió un reacomodo durante el 2020 originado por la pandemia, por ello el subempleo pasó de un 17% a junio 2019 a un 34,70% en junio 2020 (Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador, 2020).

Otro dato importante del sector automotriz ecuatoriano es su edad o antigüedad promedio, que para el 2020 alcanza 16,1 años, lo cual hace forzoso la revisión continua y mantenimientos periódicos en talleres especializados, por lo cual, adquiere mucha relevancia la disponibilidad de estos servicios para la dinámica del parque automotor nacional a fin de su continua operatividad.

Ante esta pandemia, fue creado a nivel nacional durante la emergencia sanitaria por la pandemia por COVID-19, el Comité de Operaciones de Emergencia (COE) en cada provincia a fin de girar instrucciones en las áreas productivas nacionales. En la ciudad de Guayaquil fue

creado y en fecha 15 de mayo de 2020, se autorizó una serie de medidas para el sector automotriz de la ciudad. Las disposiciones al respecto, contemplaba la autorización de funcionamiento a empresas del sector automotriz, entre ellos los Talleres Automotrices Multimarca, que tuviesen en su nómina de trabajadores a más de 50 colaboradores y que previamente debían efectuar una auditoría externa en materia de seguridad y salud ocupacional posterior a los 15 días de concedida la autorización para funcionar (Municipalidad de Guayaquil & Corporación para seguridad ciudadana de Guayaquil, 2020).

En otro orden de ideas, los talleres automotrices comenzaron a evidenciar una baja en la demanda de sus servicios producto de las disposiciones sanitarias ante la contingencia sanitaria. Por lo cual, comenzaron a prestar servicios a domicilio para los usuarios que así lo soliciten, especialmente cuando a partir del 4 de mayo de 2020, las ventas de repuestos y otros servicios automotrices, fueron facultados para realizar operaciones vía online y a domicilio con los respectivos salvoconductos emitidos por las instancias competentes. A este respecto se estimó una disminución de la demanda en un 50% y una operatividad que, en ocasiones, alcanzaba solo el 10% de la capacidad (El Universo, 2020).

Otro problema que afectó al sector, fue la paralización de las ensambladoras de vehículos en el país ante la emergencia sanitaria. La Cámara de la Industria Automotriz del Ecuador (CINAE), señala que aun cuando en el 2019 se experimentó una reducción del 40% en la producción nacional de vehículos, para el 2020, adicionalmente se estima una baja del 30%, lo cual implica una reducción en la disponibilidad de efectivo que afectará la recuperación del sector después de la crisis sanitaria (El Universo, 2020).

### ***1.2.2 Formulación del Problema***

¿Cuáles estrategias son factibles de implementar para reactivar productivamente a los Talleres Automotrices Multimarca de la Ciudad de Guayaquil afectados por las medidas

tomadas por el Estado ecuatoriano ante la emergencia sanitaria planteada por la pandemia el COVID-19?

### ***1.2.3 Sistematización del Problema***

¿Cómo beneficiará la presente investigación al sector automotriz especialmente a los Talleres Automotrices Multimarca de la Ciudad de Guayaquil para recuperar su productividad ante los efectos de las diversas disposiciones implementadas por el Estado ecuatoriano en el marco de la pandemia del COVID-19?

¿Qué tipo de normas y autorizaciones concedidas por instancias oficiales deben considerarse para la factibilidad del planteamiento de estrategias para la recuperación de la productividad de los Talleres Automotrices Multimarca de la Ciudad de Guayaquil durante y posterior a la vigencia de disposiciones para enfrentar a la pandemia por COVID-19?

¿Cómo se formularán las estrategias para la recuperación, productividad y competitividad de los Talleres Automotrices Multimarca de la Ciudad de Guayaquil en el marco de la pandemia por COVID-19?

¿Cuáles servicios prestados por los Talleres Automotrices Multimarca de la Ciudad de Guayaquil deben ser priorizados en la formulación y diseño de estrategias para la recuperación de la productividad de los mismos en el marco de la pandemia por COVID-19?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Diseñar estrategias para la reactivación productiva en Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil en el marco de las disposiciones adoptadas ante la emergencia sanitaria por la pandemia por COVID-19.

### ***1.3.2 Objetivos Específicos***

Caracterizar el sector de los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil.

Especificar las medidas asumidas por el Estado ecuatoriano ante la emergencia sanitaria por la pandemia por COVID-19 para el sector Automotriz.

Determinar los niveles de afectación de los servicios prestados por los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil durante la pandemia.

Formular un plan estratégico para la reactivación productiva en Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil durante el periodo que resta para la culminación oficial de la pandemia y posterior a esta.

#### **1.4 Justificación y Delimitación de la Investigación**

Una vez definidos los objetivos de la presente investigación, se plantea la importancia y justificación de la misma desde los enfoques teóricos, metodológicos y prácticos.

##### ***1.4.1 Justificación Teórica***

El presente estudio se fundamenta en el análisis de las diversas investigaciones realizadas en la materia, y que se consideran referentes teóricos esenciales para desarrollar la propuesta. Esta revisión documental, permitirá puntualizar la perspectiva teórica que será necesaria para el constructo cognitivo en el cual se basará el estudio.

##### ***1.4.2 Justificación Metodológica***

La presente investigación considerará todos los referentes metodológicos de investigaciones efectuadas y relacionadas con la materia objeto de estudio. Conjuntamente, estimará el uso de todo el instrumental del método científico para plantear una ruta apropiada para el alcance de los objetivos propuestos y lograr alcanzar resultados concluyentes para los casos estudiados. Desde los diferentes aspectos metodológicos, se escogerá el enfoque, tipo y diseño de la investigación, simultáneamente, se determinará la población y su respectiva muestra significativa para adelantar las diferentes fases del estudio. Por consiguiente, se determinará qué tipo de mecanismos e instrumentos serán necesarios para recolectar,

clasificar, organizar y analizar la información que permitirá obtener los hallazgos más significativos de la muestra estudiada.

Una vez terminada todas las fases del proceso investigativo, permitirá la elaboración de un plan contentivo con las estrategias necesarias para la reactivación productiva de los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil.

### ***1.4.3 Justificación Práctica***

Esta investigación se justifica desde el punto de vista práctico porque considerará todos aquellos aspectos relacionados con las medidas adoptadas en el sector automotriz, desde las instancias oficiales, en el marco de la contingencia sanitaria planteada por la pandemia por COVID-19, en tal sentido, se efectuará un diagnóstico de la oferta de servicios antes de la pandemia y durante el curso de la misma, con el propósito de determinar la contracción que pudo haber sufrido la demanda de servicios prestados por los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil, especialmente cuáles fueron los más afectados. Una vez concluido el estudio, permitirá el diseño de estrategias objeto de la presente investigación.

Como es de esperar, se justifica de una manera práctica, porque se aspira que una vez concluido pueda convertirse en un referente, tanto teórico como metodológico, para futuras investigaciones que, sobre esta misma área, sean adelantadas.

### ***1.4.4 Delimitación Temporal***

La investigación se desarrollará en el último cuatrimestre del año 2020 (septiembre-diciembre). Se estima que sea un periodo suficiente para dar cumplimiento a los objetivos formulados y plantear las estrategias de recuperación productiva para los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil.

### ***1.4.5 Delimitación del Contenido***

El contenido de la presente investigación versará en los siguientes contenidos:

Marco conceptual y cronológico de la pandemia por COVID-19, tanto a nivel mundial como a nivel nacional.

Medidas adoptadas en Ecuador para minimizar el contagio, así como los efectos que estas causaron a la economía nacional y especialmente en la ciudad de Guayaquil.

Comportamiento de la demanda de servicios prestados por los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil, durante el periodo de duración de la pandemia.

Importancia de las estrategias para recuperar la productividad del sector, no solo hasta que la pandemia haya sido declarada oficial y mundialmente controlada, sino posterior a esta.

## Capítulo II

### Marco de Referencia

#### 2.1 El Efecto de la Emergencia Mundial en la Producción

La propagación mundial de una pandemia se convirtió en una preocupación latente, tras las medidas establecidas por cada país los sectores comerciales y productivos se enfrentan a una dura realidad. Los efectos del Covid -19 fueron devastadores, sin embargo, tras una nueva normalidad la situación económica y productiva requiere de estrategias y acciones que contribuyan a fortalecer el comercio interno. Ante esta realidad existen estudios y propuestas que están orientadas a evidenciar el impacto y el marco de acción necesario para garantizar el crecimiento y desarrollo productivo.

Dentro de este marco de acción se considera el estudio dirigido por Correa (2020) quien lideró el proyecto de estudio desarrollado en la Universidad Técnica Particular de Loja quienes realizan una investigación sobre el impacto económico y propuestas de reactivación económica frente al COVID-19 en Ecuador.

La introspección de esta problemática deja en evidencia el desplome económico del Ecuador, factor que afecta el desarrollo y crecimiento de la economía. El deterioro de los ingresos y la pérdida de empleos repercuten significativamente en el índice de pobreza; siendo necesario que se establezcan estrategias y políticas que contribuyan a reducir el impacto de la pandemia a su vez permitan fortalecer a los sectores más afectados.

Dentro del marco de acción productivo existe un estudio orientado a la reactivación desde un marco integral, sin embargo, por los efectos de la pandemia y medidas económicas establecidas en Ecuador uno de los segmentos que se ha visto perjudicado es el turismo.

En este contexto los autores Ángel Guillermo Félix Mendoza y Nelson García Reinoso (2020) proponen el estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. En el estudio se destaca la



relevancia de las decisiones políticas y la importancia del Estado al establecer acciones que contribuyan a fortalecer la estructura productiva. De tal modo que llega a las siguientes conclusiones:

El impacto del COVID-19, pese a sus impactos negativos en el sector turístico de Manta, se presenta también como una oportunidad para replantear el desarrollo de la actividad turística en destinos poco evolucionados como éste, que, a pesar de contar con la presencia de cadenas hoteleras de cinco estrellas, éstas representan una muy pequeña parte del sector empresarial, ya que en Ecuador el 80% de la planta hotelera está representado por hoteles de pequeña y mediana envergadura. Dichos negocios, por lo general, son de gestión familiar y no presentan una evolución muy satisfactoria de sus servicios y ratios económicos en los últimos años, razón por la cual deberán evolucionar y re cualificarse por necesidad de supervivencia, especialmente en el uso de las tecnologías y los sistemas de comercialización digital. Igual es el caso del subsector de restauración, que deberá utilizar estrategias inteligentes para no perder su cuota de participación en el sector turístico y poder convertirse, como ocurre en muchos destinos, en uno de los más competitivos del mismo. Y las agencias de viaje, por último, deberán repensar sus modelos de negocio y canales de distribución y la migración hacia sistemas on-line como opción más válida para abaratar los costes operativos (Félix & García, 2020, pág. 80).

Ante esta realidad el Estado ecuatoriano debe proveer un plan de acción que involucre a las empresas y los sectores productivos para mejorar el panorama económico, dado que las decisiones tomadas frente a la pandemia han afectado el entorno y provocado que varias de las empresas cierren. Ante esta realidad se hace hincapié en tomar un nuevo enfoque frente a la crisis en la que está inmerso el Ecuador.

Se deberán replantear nuevos procesos participativos y estructurarse comités de crisis que tengan la oportunidad de evolucionar como OGD de no existir esta figura en los destinos

afectados. La situación se complica más en países como Ecuador, donde la crisis se ve acrecentada si cabe la crisis actual generada por la disminución del precio del barril de petróleo, el cual ha sido históricamente su principal fuente de ingresos económicos; situación está que invita a replantear los sistemas de producción nacionales, donde el turismo se presenta ciertamente como una fuente alternativa viable para la captación de divisas (Félix & García, 2020, pág. 79).

Son estudios de referencia que han sido analizados dentro del contexto económico y social y que convierte en un marco de referencia para el estudio que se pretende desarrollar.

## **2.2 Transporte en Ecuador**

El transporte en Ecuador, constituye uno de los sectores económicos más importantes para la conformación de la mayoría de las cadenas productivas, fortaleciendo el desarrollo económico nacional, sirve de sostén y respaldo al 13% de las empresas y sus ingresos globales representan el 4% de los ingresos del sector privado de la economía, aporta al PIB el 5,2%, a su vez genera el 5,8% de los empleos a nivel nacional (Ekos, 2019).

Dentro de este importante sector, se suma uno que adquiere vital importancia que es el sector automotriz ecuatoriano, componente muy importante de la industria nacional, sus niveles productivos son significativos, sin embargo, la industria ha sufrido una contracción importante en los últimos meses. Este importante sector se encuentra compuesto por:

- Fabricación de vehículos, carrocerías, remolques y semirremolques.
- Fabricación de autopartes.
- Venta de vehículos.
- Mantenimiento de vehículos.
- Venta de autopartes.
- Venta y mantenimiento de motocicletas.

Las ventas en el sector han sido afectadas en el último año, y se considera que la demanda ha disminuido por varias razones, sin embargo, la mayoría de ellas está asociada a las secuelas económicas de la pandemia global por COVID-19. Algunas de las razones primordiales son el aumento del desempleo, la disminución de la fuerza laboral, la disminución de los ingresos por grupos familiares, la afectación de la salud de la población, entre otras. A continuación, se presentan unas estadísticas correspondientes al periodo junio 2019-2020. En ella podrán ser observadas las variaciones absolutas y relativas en las ventas del sector.

Al observar las tendencias de la Tabla 3, se evidencia que todos los segmentos de vehículos presentaron disminuciones muy significativas en el año 2020 con respecto a los volúmenes de ventas del año 2019. Estas cifras, son una de las percepciones que están afectando la productividad de los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil, durante el periodo de duración de la pandemia.

**Tabla 3***Variación en Venta de Vehículos*

Segmentos	Número de unidades			Variación (unidades)			
	Julio 2019	Julio 2020	Ene- Julio 2019	Ene- Julio 2020	Jul / Jun 2020	Julio 2020- 2019	Ene- Julio 2020- 2019
Automóvil	4.770	2.360	31.812	14.820	16%	-51%	-53%
Bus	176	35	1.088	276	16%	-80%	-53%
Camión	670	783	4.533	3.619	46%	17%	-75%
Camioneta	1.638	1.203	10.768	6.013	-5%	-27%	-20%
SUV	4.279	2.873	25.698	14.350	15%	-33%	-44%
VAN	519	313	2.867	1.674	29%	-40%	-44%
Total	12.052	7.567	76.766	40.752	50%	-37%	-42%

Fuente: (Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador, 2020).

### 2.3 Talleres Automotrices

De acuerdo a Cajamarca (2020), la etimología del vocablo taller procede del término francés atelier y alude a un espacio donde se trabaja primordialmente con las manos. Un taller automotriz es una empresa donde uno o varios técnicos automotrices especializados en diferentes particularidades mecánicas reparan vehículos de diversas categorías, así como motocicletas, con la finalidad de arreglar averías, efectuar mantenimientos de rutina o extraordinarios, corregir daños o repotenciar las condiciones de los vehículos que ingresan al taller. Este personal experto, está en capacidad de identificar las piezas dañadas a través de su diagnóstico, para bien repararlas o sustituirlas si fuere el caso.

Actualmente, existen talleres de mecánica automotriz para atender marcas de vehículos muy específicos, solo se reparan o venden repuestos de una sola marca, sin embargo, también hay talleres autónomos donde son reparados y vendidos repuestos y accesorios para toda clase y modelos de vehículos, estos son conocidos como Talleres Automotrices Multimarca. Algunos de los servicios en los que se especializan este tipo de talleres son los siguientes: “Des abolladura o latonería; Pintura; Accesorios; Mecánica General; Mecánica de alto nivel apoyado por tecnologías de punta; Importación y venta de repuestos legítimos; Venta de Vehículos” (Donado, 2014, pág. 1). En Ecuador, la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), para talleres automotrices se es el CIUU G4520.01 que identifica al “Mantenimiento y reparación de vehículos automotores (Cajamarca, 2020).

A fin de garantizar un buen servicio mecánico y satisfacer al cliente, un taller mecánico debe caracterizarse por:

- Debe brindar un buen servicio al cliente.
- Trabaja siempre con responsabilidad
- Ofrecerá garantía en todos sus servicios.
- Se guiará siempre por la honestidad y valores
- Cumplirá con los acuerdos tratados con sus clientes.
- Su espacio de trabajo estará siempre ordenado y limpio.
- Sus clientes recomendarán su trabajo.
- Contará con una amplia experiencia.
- Mantendrá capacitados a sus empleados.
- Utilizará equipo y técnicas innovadoras.
- Manejara refacciones de calidad.
- Resolverá los problemas de tu vehículo en una sola cita (Proyect, 2020, pág. 1).

## 2.4 Tipos de Mantenimiento

Un vehículo representa una inversión costosa, por tanto, su mantenimiento asegura su funcionalidad y rendimiento acorde a las especificaciones técnicas de su fabricante, además de garantizar la adecuada vida útil del vehículo, los mantenimientos que se ejecuten en él pueden prevenir desde accidentes a daños totales u ocultos a la maquinaria del mismo. Los mantenimientos que se realizan en un vehículo pueden ser:

**Mantenimiento Correctivo:** En este tipo de mantenimiento correctivo se efectúan reparaciones o reemplazos de partes del vehículo que ya no funcionan, o si lo hacen es inadecuadamente.

**Mantenimiento Preventivo:** Esta referido al cumplimiento de las disposiciones del fabricante, estas señalan los diferentes lapsos de tiempo o kilometraje recorrido, de diversos componentes que deben reemplazarse o ser revisadas para determinar su estado operativo (Granell, 2018).

**Mantenimiento Predictivo:** es el tipo de mantenimiento que transforma al propietario del vehículo en un observador, en otras palabras, identifica por medios particulares y sentidos si se requiere cierto tipo de reparación previniendo que algún componente llegue a fallar definitivamente.

Algunos servicios elementales que deben hacerse periódicamente en un Taller Automotriz Multimarca al vehículo son los siguientes:

**Servicio de Afinación:** este es un mantenimiento básico y fundamental para un automóvil, la oportunidad recomendable para su realización es por lo menos cada 6 meses o a más tardar un año. Este tipo de servicio contempla la sustitución de las bujías, el aceite del motor, filtros de aceite y gasolina, se requiere de una limpieza de válvulas, del cuerpo de aceleración, la limpieza de los inyectores, el lavado externo del motor y la supervisión de los 15 puntos de seguridad del vehículo:

1. Líquido de frenos
2. Líquido de los limpiaparabrisas
3. Gomas de los limpiadores
4. Filtro de aire y de respiración
5. Luces exteriores
6. Radiador y líquido anticongelante
7. Aceite de la dirección hidráulica
8. Mangueras y bandas
9. Aceite de la transmisión o trans eje
10. Revisión de engrasado del chasis
11. Aceite del diferencial
12. Presión de llantas
13. Carga o líquido de la batería
14. Lavado exterior de ventanas, faros y espejos
15. Aspirado interior (CORU, 2019, pág. 1).

Otro servicio necesario es el de alineación y balanceo, pues el automóvil debe contar con una dirección firme, en otras palabras, el volante debe permanecer firme durante la marcha sin necesidad de fuerza alguna del conductor. Este servicio, favorece la seguridad al momento de la conducción y además alarga la vida útil de los neumáticos, la periodicidad de este ajuste, es por lo menos una vez al año o por lo máximo a los 18 meses (CORU, 2019).

## **2.5 La Productividad de un Taller Automotriz Multimarca**

La economía actual, en la que se desenvuelven las empresas, incluso los talleres mecánicos son muy competitivos, por lo tanto, mantenerse en el mercado demanda una alta productividad y lograr la fidelidad de sus clientes. A este respecto “La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor

utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo determinado” (Sevilla, 2020, pág. 1).

La finalidad de la productividad consiste en determinar la eficiencia de la producción por cada factor empleado, en el entendido que la eficiencia radica en la obtención del máximo beneficio utilizando el mínimo de los factores. En otras palabras, “cuantos menos recursos sean necesarios para producir una misma cantidad, mayor será la productividad y, por tanto, mayor será la eficiencia” (Sevilla, 2020, pág. 1).

Algunos lineamientos que favorecen la productividad en un taller mecánico automotriz son los siguientes:

- Conservar la limpieza y organización de todas las áreas del taller
- Capacitar continuamente a sus colaboradores.
- Invertir en tecnología
- Disponer con estructuras y equipos de alta calidad
- Crear un cronograma de servicios para cada automóvil consignado por los clientes para su mantenimiento.
- Optimizar el tiempo de ejecución de los servicios programados en el cronograma ofrecido a los clientes.
- Delegar apropiadamente las tareas en el taller sin sobrecargar a ninguno de los colaboradores
- Establecer una comunicación comprensible y objetiva con los colaboradores (Riosulence, 2019).

## **2.6 Cronología de la Pandemia por COVID-19**

Un fenómeno nada esperado fue la propagación del COVID-19 para entender los efectos se procede a realizar una retrospectiva de la cronología. Una pandemia derivada del coronavirus COVID-19 se originó en Wuhan en el 2019 que se expandió a nivel mundial con



una rapidez impresionante. Los primeros casos se identifican en Wuhan China el 17 de noviembre del 2019 se registra el primer caso, una persona de 55 años de edad contrae la enfermedad siendo el caso cero de análisis causando una gran preocupación. Sin embargo, el ocultismo y el secretismo fue un detonante para que el 1 de diciembre se conozca que existían 47 pacientes hospitalizados con síntomas similares al paciente cero (OMS, 2020).

Con el paso de los días y frente a una enfermedad desconocida los médicos empiezan una tarea ardua, el COVID-19 llega a Europa el 27 de diciembre con un paciente de 53 años que acudió al Hospitales Avicenne (de Bobigny) y Jean Verdier (de Bondy), a pesar de presentar una sintomatología negativa la enfermedad evoluciona y se diagnostica COVID-19.

Tras los casos presentados el 30 diciembre del 2019 se solicita al comité de Salud de la ciudad de Wuhan que gestione y desarrolle acciones para frenar una enfermedad que estaba desarrollado con una patología de neumonía. Un día después organismos internacionales muestra preocupación a una enfermedad desconocida 27 personas ya estaban contagiadas. Las similitudes encontradas dejaban en evidencia la necesidad de investigar, los primeros casos fueron trabajadores que desarrollaban sus actividades en el mercado de mariscos de la ciudad de Wuhan, la condición crítica de siete ciudadanos fue un detonante, y una alarma para los países vecinos es así que Hong Kong, Macao y Taiwán toman medidas restrictivas en las fronteras a pesar de las acciones tomadas ya se habían registrado 266 personas (La Organización Mundial de la Salud (OMS) , 2020).

Los primeros meses de enero el mercado de Wuhan fue considerado como sospechoso del brote y cerrado para un proceso de limpieza y desinfección alternativa que era tomada para reducir el brote de caso, pero no fue suficiente a través de pruebas de laboratorio se determina que 41 pacientes tienen Coronavirus. Pero el desconocimiento fue determinante al considerar neumonía, las investigaciones se centraban en descartar cual era la enfermedad es así que los

pacientes pasaban por procesos de análisis para determinar su enfermedad, en el que se consideraba la gripe estacional, SARS, MERS y gripe aviar. En 5 días aproximadamente los casos se incrementaron de 41 a 59 una patología nada común, es así que como mecanismo de protección 163 personas que atendieron a las personas infectadas pasan a un proceso de cuarentena.

El 9 de enero se da a conocer la muerte de un hombre de 61 años que sufrió diversos padecimientos (hígado crónico, y murió por fallo cardíaco y neumonía) la OMS y el Centro europeo de prevención y control el accionar de las autoridades chinas cuya finalidad estaba orientada a reducir el brote. Se procede a realizar investigaciones con la Universidad de Fudan, Shanghai y organismos internacionales Centro Chino para el Control y la Prevención de Enfermedades, una por la Academia China de Ciencias Médicas y otra del Hospital Jinyintan cuya finalidad era determinar la secuencialidad genética y el virus (MacKenzie, 2020).

Tras el anuncio de medidas y procesos de prevención los casos se fueron incrementado para finales de enero los casos registrados por contagio en China eran 312 y 6 fallecidos y se fueron expandiendo a lo largo de Europa.

Para el mes de febrero China termina la construcción del Hospital Huoshenshan destinado a cuidar y tratar casos del coronavirus, la OMS establece el nombre oficial del Enfermedad del coronavirus o Enfermedad por coronavirus denominada COVID-19. Fue el más complejo de la enfermedad por la cantidad de fallecimientos a nivel mundial.

El 25 de febrero se registra el primer caso de covid -19 en Brasil de un hombre de 61 años. Latinoamérica se empieza a enfrentar a una situación compleja que demanda una estructura sanitaria sólida para finales de febrero se cuenta 82.294 casos a nivel mundial 439 casos nuevos en China y 746 fuera de China (La Organización Mundial de la Salud (OMS) , 2020).

Para marzo se siguen tomando decisiones decisivas orientadas a ayudar a los países que poseen sistemas de salud frágiles con una orientación hacia el cuidado y protección, es así que la OMS establece un plan estratégico de preparación y respuesta de la comunidad internacional dado el incremento de reporte que se generan a nivel mundial tras los contagios y muertes. Varios países toman la decisión de cancelar eventos públicos, aplazan el cronograma escolar e inician cuarentenas como medidas para precautelar la salud de los ciudadanos. Para finales de marzo los infectados de Covid-19 con 3 millones y 250 mil de víctimas morales y 860 mil que se recuperan del virus.

Abril 2020 sigue siguiendo un mes de lucha e investigación a nivel mundial las estadísticas superan las expectativas 3.5 millones de personas infectadas y 1 millón de persona recuperadas. Los países más alejados también se ven afectados por el covid, Comoras y Tayikistán registran los primeros casos.

Para mayo la cantidad de personas infectadas se incrementa rápidamente llega a 4 millones de personas, sin embargo, con el pasar de los días esta cifra cambia constantemente para finales de mayo ya se registraron 5 millones de muertos y 345.000 recuperados y solo 150.000 recuperados.

Para junio países que habían considerado la cuarentena, empiezan un proceso de reapertura economía mientras que otros países como Venezuela, Salvador y Brasil establecen medidas restrictivas para evitar la propagación del virus. Los casos registrados ya superan los 6 millones, 2.64 millones de pacientes recuperados y 378 mil muertos (Salinas, 2020).

En julio del 2020, Brasil se convierte en unos países de América Latina con más casos de contagios para finales de julio supera los 2 millones de contagios para finales del mes la cantidad de contagios supera los 12 millones d y el 4.5% de fallecidos y el 58% de casos recuperados.

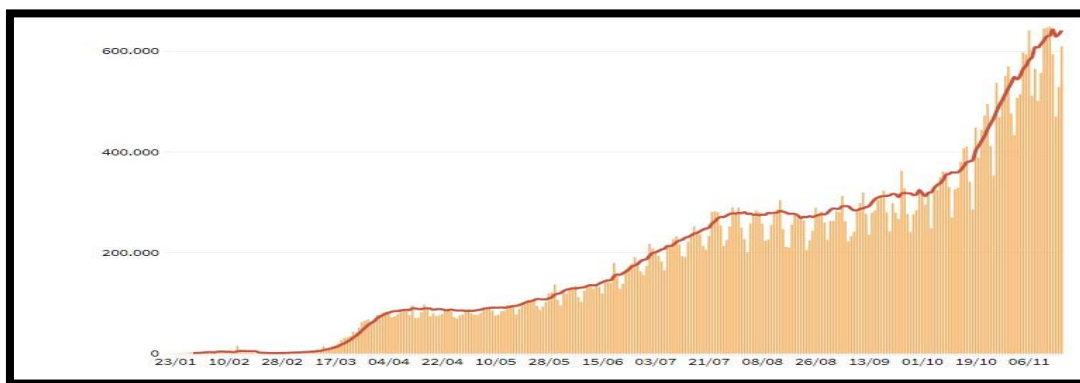
Para agosto las cifras de contagio siguen siendo alarmantes Brasil presenta una curva de crecimiento de casos que bordea los 3 millones y se convierte en el segundo país de América Latina en registrar 100.000 muertos.

A septiembre del 2020 la pandemia sigue avanzando con cifras alarmantes es así que India supera a Brasil en casos de Covid-19 siendo el segundo país con más contagiados, las muertes por Covid-19 se incrementan y llegan a 1 millón de muertes a octubre del 2020 los países y ciudades del mundo que no habían registrado casos de Covid-19 presentan los primeros casos de contagio del virus (Islas Salomón, Wallis y Futuna, Islas Marshall) para finales de octubre de acuerdo a cifras oficiales existe 44 millones de casos y una acumulación de casos nuevos cada tres días (MacKenzie, 2020).

Para el mes de noviembre se siguen confirmando nuevos casos a nivel mundial las cifras oficiales destacan 50 millones de casos y se siguen registrando nuevos casos en países como Americana, y Vanuatu. A continuación, se muestra la evolución de la pandemia a nivel mundial.

**Figura 1**

*Casos Diarios de Coronavirus en el Mundo*



Fuente:Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University

(JHU) (CSSE, 2020, pág. 2).

Los datos e información oficial dejan en evidencia el impacto de la pandemia a nivel mundial y la repercusión en América Latina citándolo como el epicentro de un escenario

devastador que por la carencia de un sistema de salud apropiado y la falta de recursos el panorama de casos se incrementa constantemente.

## **2.7 Las Decisiones y Estrategias a Nivel Mundial**

Por el impacto de la pandemia y el crecimiento constante de casos, varios países tomaron la decisión de realizar confinamientos para evitar la expansión de la enfermedad, tras las medidas establecidas y la restricción, varios de los sectores productivos y comerciales afrontaron una situación preocupante que obligo a los Estados a tomar decisiones complementarias. Según menciona que “El confinamiento y el cierre de la actividad económica puede agravar la situación de pobreza en la que viven millones de personas, generando situaciones de inestabilidad que pueden originar una crisis peor a la sanitaria” (Instituto Español de Estudios Estratégicos, 2020, pág. 4). En este contexto, el Covid-19 no solo afectó a la economía de los países sino también ha provocado una crisis sanitaria con repercusiones eminentes en donde se destaca la fragilidad de los sistemas sanitarios que no están preparados.

### **España**

Ante la crisis económica y sanitaria por el COVID -19 España se ha visto afectada por todas las decisiones tomadas. Sin embargo, se debe destacar que al realizar una introspección general se evidencia que tras la crisis existe factores complementarios como “la bajada del precio del petróleo, el bajo precio del carbono en el mercado de emisiones debido a la paralización industrial y las discrepancias dentro del propio seno de la UE, entre el norte y el sur, relacionadas con la gestión de la crisis del coronavirus” (Instituto Español de Estudios Estratégicos, 2020, pág. 5). A pesar del impacto se plantean acciones en el ámbito productivo y económico para resarcir la crisis.

### **Medidas Consideradas Para la Reactivación**

- Se destinan 18.000 millones de euros para reforzar el sector sanitario, proteger el bienestar de las familias y apoyar la liquidez de las empresas.
- Apoyar a los trabajos autónomos
- Apoyo a las empresas con la finalidad de preservar el empleo
- Se toman medidas complementarias para utilizar 200.000 millones de euros para créditos.

Con respecto al ámbito empresarial las decisiones se centran en:

- Flexibilización de los aplazamientos del pago de impuestos durante un periodo de seis meses, previa solicitud, con bonificación en los tipos de interés.
- Se aprueba una línea de financiación específica a través del Instituto de Crédito Oficial por importe de 400 millones de euros para atender las necesidades de liquidez de las empresas y trabajadores autónomos del sector turístico, así como de las actividades relacionadas que se estén viendo afectadas por la actual situación.
- Se permite que las empresas que han recibido préstamos de la Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa puedan aplazar su reembolso.
- Se amplían las bonificaciones a la Seguridad Social para contratos fijos discontinuos que se realicen entre los meses de febrero y junio en los sectores de turismo, comercio y hostelería vinculados a la actividad turística.
- No aplicación de la regla que regula el uso de slots para las próximas temporadas. Esta exención permitiría que las compañías aéreas no se vean

penalizadas en el futuro por haber reducido sus vuelos en las actuales circunstancias (Gobierno de España, 2020, pág. 2).

### **Estados Unidos**

En el caso de Estados Unidos se plantea un plan de reactivación de la económica para lo cual se reduce las posibilidades del confinamiento y cierre prolongado de negocios se toma la decisión de la apertura para evitar la depresión económica y los efectos que estos podrían ocasionar a la sociedad (Alandete, 2020).

Ante el Covid-19 se registran 640.000 casos de 30.000 fallecidos una cifra que se incrementa paulatinamente tras la crisis y el contagio se ha perdido 22 millones de puestos. Muchas de las empresas han optado por cerrar por el miedo al repunte de casos y fallecimientos.

En este contexto las medidas tomas se orientan a:

- Precautelar la salud de los estadounidenses a través del uso de la mascarilla y el distanciamiento y de cierta manera medias que se expanden para evitar el confinamiento.
- En el ámbito empresarial se mantiene el teletrabajo y las compañías establecen serias medidas de seguridad (USA gov, 2020).

### **China y Corea**

Los países que enfrentaron una dura realidad tras una pandemia trabajaron incansablemente por controlar el Virus y fueron un referente a nivel mundial. Con una economía afectada por la falta de proveedores para el desarrollo de la industria manufacturera las importaciones se vieron afectadas y el rubro automotriz sufrió una drástica caída (Observatorio Parlamentario, 2020).

Dentro de las medidas establecidas están:

- Un estímulo de 13 mil millones de dólares para entregar a al sector de salud, a las empresa y pymes que se vieron afectadas por la crisis.
- Establecimiento de la ley para la protección del empleo.
- Suspensión del impuesto a la renta para las empresas.
- Postergación del pago del impuesto del IVA
- Nueva capitalización para otorgar financiamiento a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) por más de 500 millones de dólares (Observatorio Parlamentario, 2020).

### ***2.7.1 La Pandemia en Ecuador***

Ecuador da a conocer en todos los medios oficiales que existe un caso de COVID-19, dado por la importación del virus desde Madrid, siendo el tercer país de la región en presentar contagios. En 10 días, por la proliferación del virus y por las conexiones aéreas y portuarias Guayaquil es la primera provincia que se convierte en el epicentro de la enfermedad. El ritmo creciente de la enfermedad es devastador es así que en marzo se confirman 10 casos, los allegados de los casos positivos eran 177 personas que se encontraban en la provincia de Guayas y los Ríos. El 26 de marzo 1382 casos que pertenecían a la provincia de Guayas, Pichincha y los Ríos. La provincia del Guayas era las afectada con 1377 casos (Ministerio de salud, 2020).

En los meses de abril y mayo del 2020 el puerto principal mantiene un creciente ritmo de contagios comunitarios siendo el epicentro de la enfermedad. Conforme transcurre la enfermedad el 23 de julio del 2020 la capital sobrepasa el número de contagiados y se convierte en el epicentro.



Figura 2

Casos de COVID-19 Guayaquil



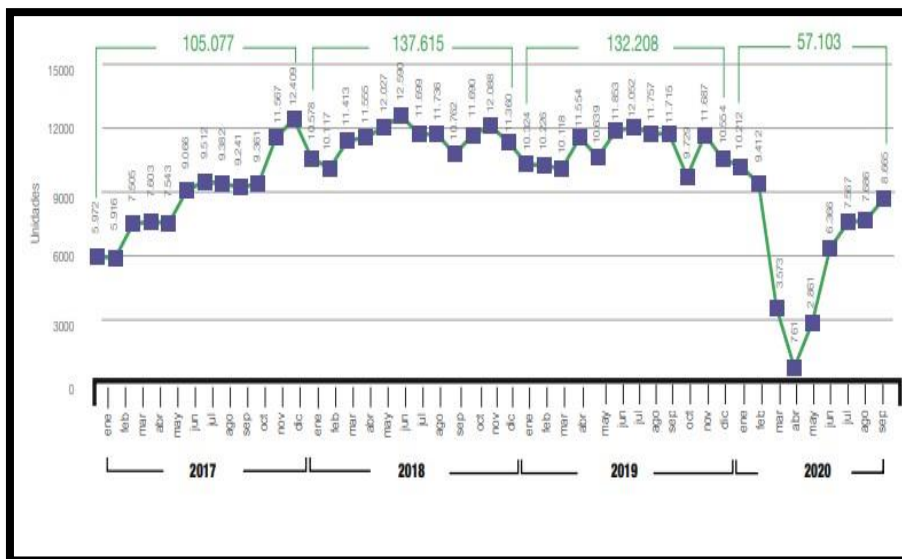
Fuente: (Primicias , 2020)

### 2.7.2 Las Decisiones y Estrategias en el Sector Automotriz

Una caída de ventas del 77% en el sector automotriz se da tras 80 días de emergencia en la que se perdieron alrededor de 300 millones en recaudación 890 millones en facturación (Alvarado, 2020). En los meses de pandemia solo se vendieron 57.103 vehículos el 43.19% menos que el periodo del 2019. Los meses de marzo, abril, mayo y junio son los más críticos para el sector automotriz (AEADE, 2020)

Figura 3

## Ventas Mensuales de Vehículos



Fuente: (AEADE, 2020)

En vista de la panorámica del sector automotriz se establecen estrategias y decisiones desde las perspectivas de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador destacando:

- Se realizará la comercialización de vehículos y la atención de talleres previa cita o en caso de emergencias.
- Se priorizará el comercio electrónico o telefónico y la entrega y servicio técnico a domicilio.
- Retomar la atención las empresas que se comprometieron a cumplir el Protocolo de Bioseguridad del Sector Automotor y el plan de reactivación y que consten en el listado de empresas enviado por el gremio (Plan de Reactivación de las empresas Automotrices, 2020, pág. 3)

A pesar de las medidas establecidas el sector automotriz solicita al estado modificaciones en la ley con la finalidad de reducir el impacto en las ventas. En este contexto, Baldeón (2020) señala la necesidad de cambios estructurales dentro de los que se concibe:

- Los empresarios afrontan costos excesivos por el incremento de impuestos.

- Dificultad para el acceso a créditos.
- Regulaciones inadecuadas que encarecen el financiamiento.
- Creación de moratoria para las empresas del sector de transporte

Ante la realidad y el manejo de la información y estadísticas es uno de los sectores que se ha visto perjudicados; Sin embargo, el planteamiento propuesto por la AEADE en el plan de reactivación plantea como ejes:

- Levantar al sector
- Marcar una agenda de competitividad,
- Creación de productos financieros especializados para la compra de vehículos.
- Matriculación sea directa en los concesionarios.
- Establecer precios razonables para que las personas puedan adquirir un automóvil propio.
- Acceso al crédito y promover alternativas de financiamiento de vehículos nuevos.

Para dar cumplimiento con los parámetros establecidos se han elaborado 8 objetivos con los cuales se pretende reactivar el sector.

- Promover el vehículo como un espacio seguro para evitar el contagio del covid 19
- Una reforma tributaria que permita disminuir el ICE y los aranceles
- Mejorar la calidad de combustibles
- Impulsar el plan de chatarrización y mejorar la competitividad
- Facilitar el acceso a financiamiento para adquirir vehículos, establecer líneas de crédito y fideicomisos de garantía.
- Simplificación y automatización de trámites
- Desarrollo de espacios virtuales de comercialización (Baldeón, 2020, pág. 8)

### **2.7.3 Marco Conceptual**

#### **Covid-19**

Los Coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios Coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS). El Coronavirus que se ha descubierto más recientemente causa la enfermedad por Coronavirus COVID-19 (OMS, 2020, pág. 1).

#### **Recesión Económica**

“En economía se entiende por recesión el periodo en el que se produce una caída de la actividad económica de un país o región, medida a través de la bajada del Producto Bruto Interno real, durante un periodo prolongado de tiempo” (Banco Central de Reserva de Perú, 2020, pág. 19).

#### **Refinanciamiento**

Solicita un nuevo préstamo con la finalidad de cancelar la deuda a pesar de que no se hayan vencido las fechas de pago (Banco Central de Reserva de Perú, 2020).

#### **Renegociación de la Deuda**

“Proceso mediante el cual se busca modificar el pago del servicio de la deuda, a través de una reprogramación del calendario de pagos o de una refinanciación” (Banco Central de Reserva de Perú, 2020, pág. 25).

#### **Riesgos**

Situación que se genera frente a la situación incierta de las condiciones financieras y económicas de un país. “En términos generales se puede esperar que, a mayor riesgo, mayor retorno esperado” (Banco Central de Reserva de Perú, 2020, pág. 25).

### **Reactivación Económica**

Proceso en el que se establecen acciones orientadas a mejorar la economía del país, después de que país afronta una crisis que afecta a la ciudadanía. De acuerdo a Banrepcultural (2020, pág. 32). Menciona que:

Para esto ponen en marcha políticas de generación de empleo y de incentivos al consumo, entre otras muchas estrategias. Si se obtienen los resultados esperados, los índices de empleo empiezan a mejorar, el desempleo baja, la producción de bienes y servicios en la economía aumenta a la par con los precios de éstos puesto que se presenta una mayor demanda por ellos, comenzándose, así, un fase de crecimiento económico en la cual se da el mejoramiento del bienestar de las personas; en resumidas cuentas: una fase de “reactivación económica” (esto es lo que se denomina un periodo de recuperación dentro del ciclo económico).

### **Estrategias de Negocio**

Son aquellas estrategias seleccionadas para competir en el mercado, para lo cual se analiza a los competidores y su entorno (Soto, 2020)

## Capítulo III

### 3.1. Marco Metodológico

Se procederá a la revisión actual y sistemática de la literatura asociada a la materia objeto de la investigación. Esta consulta consistirá en la ubicación de referentes teóricos como trabajos de investigación como Tesis de Maestría y Doctorado, artículos de revisión y consultas con expertos de la materia para fijar los criterios que guiarán a la investigación. A este respecto serán considerados motores de búsqueda académicos y páginas especializadas y autorizadas en el tema, estadísticas acopiadas por entes oficiales, así como cualquier disposición legal emanada de instancias o entes gubernamentales.

### 3.2. Enfoque de la Investigación

La investigación se concibe como un estudio cuantitativo. El estudio cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, pág. 15). Por lo tanto, es un proceso que contribuye a establecer un acercamiento subjetivo a la realidad para contextualizar el fenómeno de estudio, pues pretende valorar los efectos de las medidas asumidas ante la contingencia sanitaria por COVID-19 en la disminución de la productividad de los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil, de modo que se puedan plantear estrategias para minimizar estos efectos. Complementariamente se cuantificará la información con la finalidad de observar la realidad actual de los talleres automotrices y las medidas tomadas por el estado ecuatoriano con respecto a la nueva normalidad consideraciones que estarán relacionadas con la propuesta productiva.

#### 3.2.1. Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria está orientada a investigar problemas poco estudiados y en los que se requiere la preparación de un terreno que será el antecedente de la investigación

que tendrán un alcance descriptivo por que se buscará especificar las características y perfiles de los fenómenos que están inmersos en la productividad frente a una pandemia un fenómeno que se someterá a mostrar las dimensiones de cada situación con respecto contingencia sanitaria (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017).

La investigación se concibe como exploratoria, pues hasta el presente no se ha efectuado una investigación que relacione las disposiciones emanadas por entes oficiales y sus consecuencias en los Talleres Automotrices Multimarca en la Ciudad de Guayaquil en el marco de la contingencia sanitaria por la pandemia de COVID-19.

### **3.2.2. Investigación de Campo**

Por la dimensión de la investigación el estudio de campo será el mecanismo para la recolección de información que será útil para la investigación ya que se puede ampliar el conocimiento para realizar un diagnóstico de las características más relevantes que se establecerán para el planteamiento de estrategias frente a una recuperación productiva (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017).

Se considera una investigación de campo debido a que se acudirá directamente a los afectados, a efectos de consultarlos y tomar información primaria de las fuentes en la materia objeto de estudio.

### **3.3. Métodos**

La investigación se sustenta en un carácter de estudio cuantitativo a través del cual se analiza el impacto de la crisis productiva y comercial generada por una pandemia específicamente en el sector automotriz.

Se analiza el contexto y los puntos de vista que estuvieron relacionados con la temática de estudio. Los resultados obtenidos contribuyen a profundizar los efectos de la pandemia en el sector automotriz y cómo influyen en la realidad social y económica tras las medidas establecidas por el estado ecuatoriano.

Para integrar la información se procede a realizar un estudio descriptivo-analítico en el que se construirá la relación entre las estrategias y reactivación económica. La profundización de las causas y efectos serán un referente para influir significativamente en el contexto empresarial, siendo un mecanismo de recopilación de alternativas que se emplearán como parte de la solución a la problemática.

Complementariamente con el estudio se utiliza el método inductivo para conocer la generalización de la reactivación económica como alternativa para la solución estratégica y el mejoramiento de la dinamización de los talleres automotrices y establecer conclusiones a partir de hechos particulares que permitirán el planteamiento de la propuesta en la cual se establecen soluciones de tal modo que las estrategias serán el medio para el fortalecimiento del sector.

El método deductivo será utilizado para el establecimiento de inferencias destacando la relevancia de establecer un plan de reactivación para el desarrollo de estrategias para instituir análisis concretos que permitan la obtención de información acorde al desarrollo del estudio.

### **3.4. Población y Muestra**

La población de estudio serán los talleres que se encuentran ubicados en la ciudad de Guayaquil, y participaran con la finalidad de brindar información relevante de la situación en la que encuentra frente a la nueva normalidad. La encuesta será la herramienta para profundizar la información a través de la aplicación de la obtención de respuestas abiertas y cerradas.

De acuerdo al INEC (2010), existen en el Ecuador 23.348 establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores de los cuales un 27% se encuentra en Guayas (Ecuador en Cifras, 2012).



Por tanto, la población para el presente estudio es 5.494 talleres automotrices en Guayaquil.

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

Consideración de la ecuación.

N: Corresponde al tamaño de la población: 5.494

Z $\alpha/2$ : Valor Z para 95% de confianza: 1.96.

P: Valor de aceptación de la proporción: 0,5

e: Error aceptable para el estudio: 0.05

Con estos datos se obtendrá una muestra con un nivel de confianza del 95% y un posible error porcentual de +/- 5%.

Cálculo:

$$n = \frac{5.494(1,96)^2 0,5(1-0,5)}{(5.494-1)0,05^2 + 1,96^2(0,05)(1-0,05)}$$

***n = 359 Encuestas***

### **3.5. Instrumentos y Técnicas de Recolección de Datos**

La encuesta permite la recopilación de información, esencial para comprender el sitio entorno a la crisis sanitaria y la pandemia siendo el epicentro de la problemática que obligó al cierre parcial y total de talleres para evitar la propagación del virus. Ante esta realidad y la nueva normalidad se procede a plantear estrategias que contribuirán a la reactivación económica que se da en torno a una carencia de un plan de reactivación estatal.

La encuesta consta de un análisis general de la situación de la pandemia y la realidad del sector automotriz enfocándose en los talleres y la necesidad de contar con un plan de

reactivación basada en estrategias que les permita recuperar el mercado y confianza de sus clientes.

La cuantificación de los datos será a través del registro automatizado de datos de la plataforma Survey Monkey mecanismo que se utilizará para el envío de la encuesta y el registro de datos que ira acorde a la percepción del dueño o supervisor del taller. Mecanismo empleado dada la situación de la nueva normalidad precautelando así la seguridad del encuestador.

### **3.6. Procedimientos de la Investigación**

La investigación documental parte de la contextualización de los conceptos y teorías propios del estudio de las variables que se encuentran expresadas en el marco teórico.

Para el procesamiento de datos se procederá a la obtención digital de los resultados a través de la plataforma Survey Monkey los dueños o jefes de los talleres darán una perspectiva general de la situación por la que atraviesan.

Finalmente, se procede al análisis e interpretación de los datos que serán obtenidos de la plataforma Survey Monkey instrumento utilizado para la unificación de la información.

### **3.7. Encuesta**

Para el Desarrollo de la Presente Investigación se Realizó una Encuesta de 8 Preguntas de Diversos Tópicos, Concernientes a los Talleres Automotrices Multimarca, la cual se presenta en el Anexo 1.

### 3.8. Operacionalización de Variables

**Tabla 4**

*Operacionalización de Variables*

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Reactivación económica	Proceso en el que se establecen acciones orientadas a mejorar la economía del país, después de que el país afronta una crisis que afecta a la ciudadanía.	Nueva normalidad	Encuesta	1,2	<b>Técnica:</b> Encuesta
		Sector del automotriz	Encuesta	3.4.5,6	<b>Instrumento:</b> cuestionario estructurado

*Operacionalización de Variables*

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos.
<b>Estrategias</b>	Mecanismos empleados para contribuir a la dinamización de la economía frente a una crisis.	Análisis sectorial	PESTEL	4	<b>Técnica:</b> Encuesta
		Análisis local	Porter	3.4.6	
		MIX DE MARKETING	Producto	6.4	<b>Instrumento:</b> cuestionario estructurado
			Plaza		
			Precio		
			Promoción		

## Capítulo IV

### 4.1 Resultados de la Investigación

A continuación, se presentan los hallazgos más importantes obtenidos una vez aplicado el instrumento diseñado para el presente estudio, el cual estuvo conformado por 9 ítems, que arrojan la siguiente información.

### 4.2 Situaciones se Tuvo que Enfrentar para Mantener Activo el Taller Durante la Pandemia en el Año 2020

A este respecto, la situación predominante durante el año 2020 para enfrentar los efectos de las medidas sanitarias implementadas para abordar la pandemia fue mayoritariamente la atención personal del taller, en tal sentido 188 talleres (52,4%) de los 359 investigados fueron los que asumieron esta postura ante la crisis, seguidamente 103 talleres (28,7%) asumió el cierre parcial del taller, y solo 69 talleres (18,9%) tuvieron que cerrar definitivamente el negocio. A este respecto, 291 talleres (103 +188) que representan el 81,1% (28,7%+52,4%) se mantuvieron abiertos durante el periodo estudiado. A continuación, se presentan los resultados, tanto en una tabla como gráficamente.

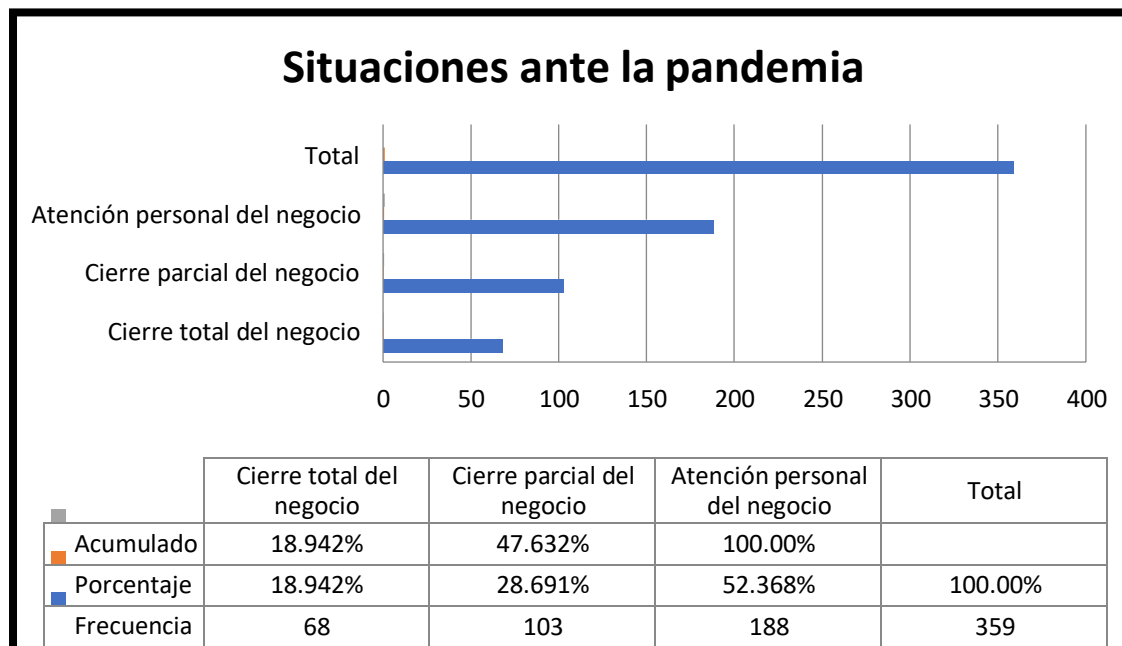
**Tabla 5**

*Situaciones Enfrentadas para Mantener Activo el Taller Durante la Pandemia*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Cierre total del negocio	68	18,9%	18,9%
Cierre parcial del negocio	103	28,7%	47,6%
Atención personal del negocio	188	52,4%	100,0%
Total	359	100,0%	

Figura 4

*Situaciones Enfrentadas para Mantener Activo el Taller Durante la Pandemia*

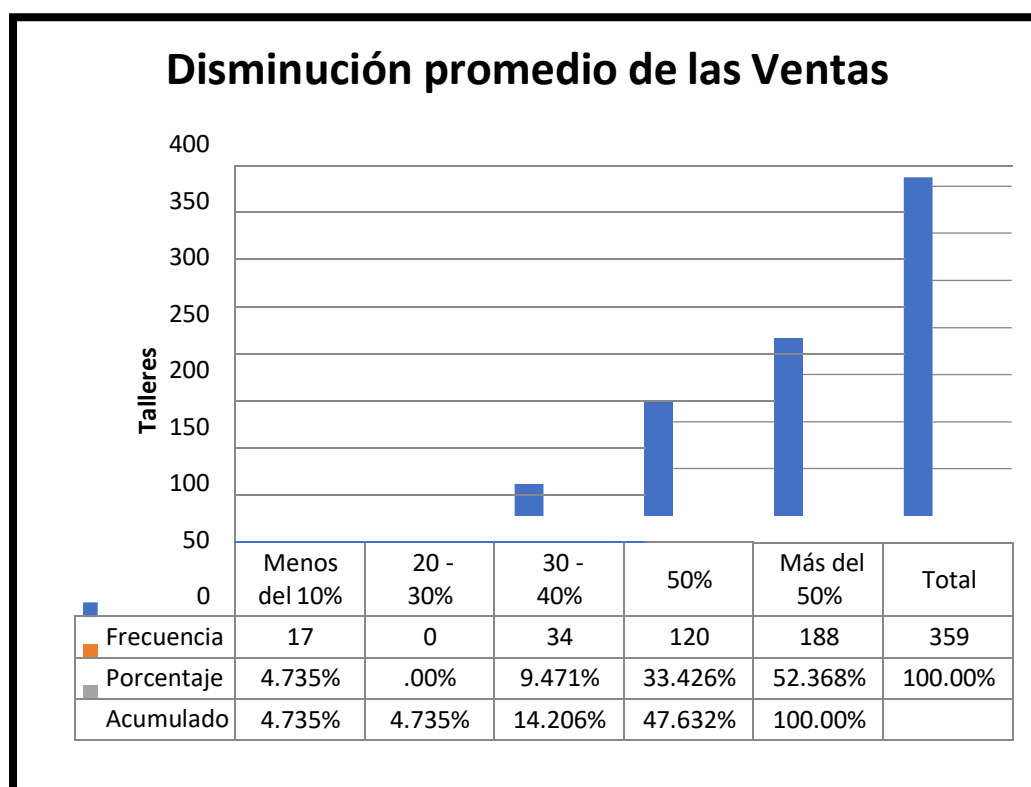


#### 4.3 Comportamiento (Disminución) Promedio de las Ventas Durante la Pandemia

En cuanto a la disminución promedio de las ventas, la situación que predominó durante el año 2020 fue mayoritariamente la disminución promedio de las ventas de más del 50% , en este sentido, 188 talleres (52,4%) registró este comportamiento, seguido de 120 talleres que disminuyeron sus ventas en promedio en un 50% y 34 (6,5%) que estiman que su disminución estuvo en el rango del 30 al 40%, solo 17 talleres (4,7%) afirman haber tenido una disminución de sus ingresos por ventas de menos del 10%. Es evidente que la tendencia más significativa es que 300 talleres (120+188) tuvieron una disminución de sus ventas en un porcentaje igual o superior al 50%, sin embargo, se puede concluir que todos los talleres sufrieron una disminución a este respecto. A continuación, se presentan los resultados, tanto en una tabla como gráficamente.

**Tabla 6***Disminución Promedio de las Ventas Durante la Pandemia*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Menos del 10%	17	4,7%	4,7%
20 - 30%	0	0,0%	0,0%
30 - 40%	34	9,5%	9,5%
50%	120	33,4%	38,2%
Más del 50%	188	52,4%	90,5%
Total	359	100,0%	

**Figura 5***Disminución Promedio de las Ventas Durante la Pandemia*

#### 4.4 Medidas o Alternativas Empleadas para Gestionar la Apertura del Taller Tras la Nueva Normalidad

Durante la nueva normalidad representada por esquemas de flexibilización ante la pandemia, las medidas asumidas por los talleres para gestionar la apertura del taller fueron mayoritariamente la capacitación y utilización de los equipos de bioseguridad en el 47,6% de los casos (171 talleres), otra medida importante tomada fue la desinfección y sanitización de los talleres en el 28,7 % de los casos, le sigue en orden de importancia la implementación de equipos de bioseguridad en 68 talleres que representan el 18,9% y por último 17 talleres (4,7%) asumió como medida la señalización y rotación de medidas de seguridad. Lo más importante en este aspecto, es que todos los talleres tomaron medidas para mantener abiertas las puertas de sus talleres durante el año 2020. A continuación, se presentan los resultados, tanto en una tabla como gráficamente.

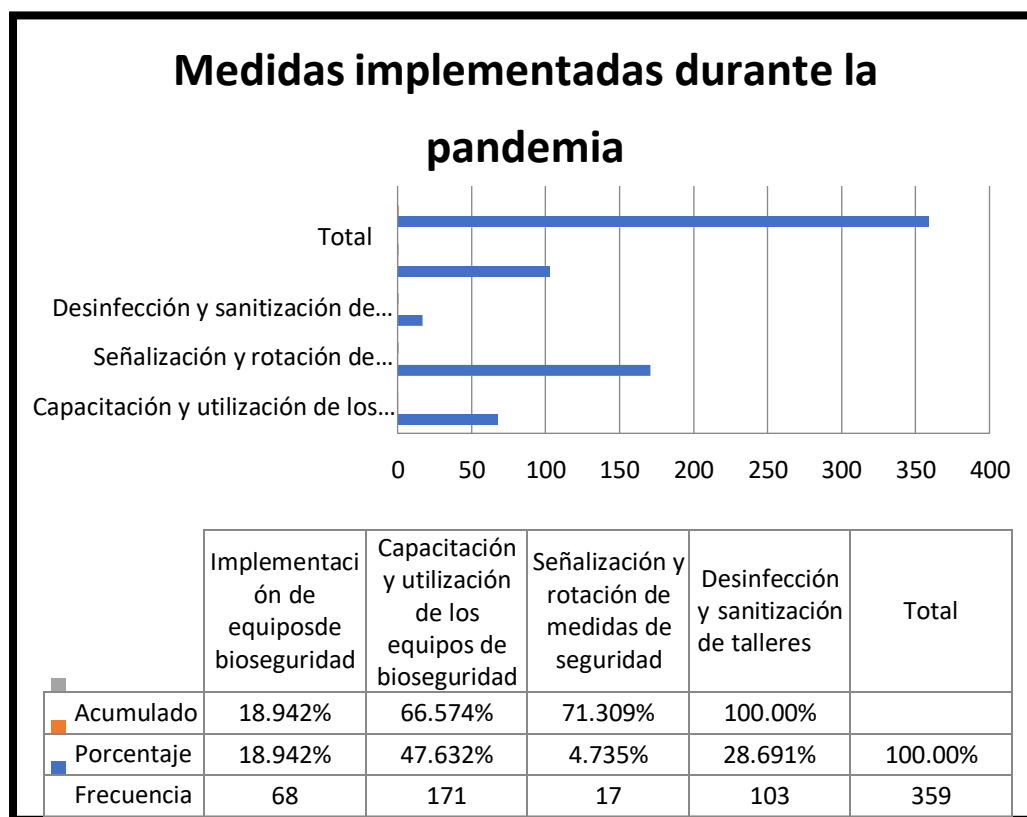
**Tabla 7**

*Alternativas Empleadas para Gestionar la Apertura del Taller tras la Nueva Normalidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Implementación de equipos de bioseguridad	68	18,9%	18,9%
Capacitación y utilización de los equipos de bioseguridad	171	47,6%	47,6%
Señalización y rotación de medidas de seguridad	17	4,7%	4,7%
Desinfección y sanitización de talleres	103	28,7%	28,7%
Total	359	100,0%	

Figura 6

*Alternativas Empleadas para Gestionar la Apertura del Taller tras la Nueva Normalidad*



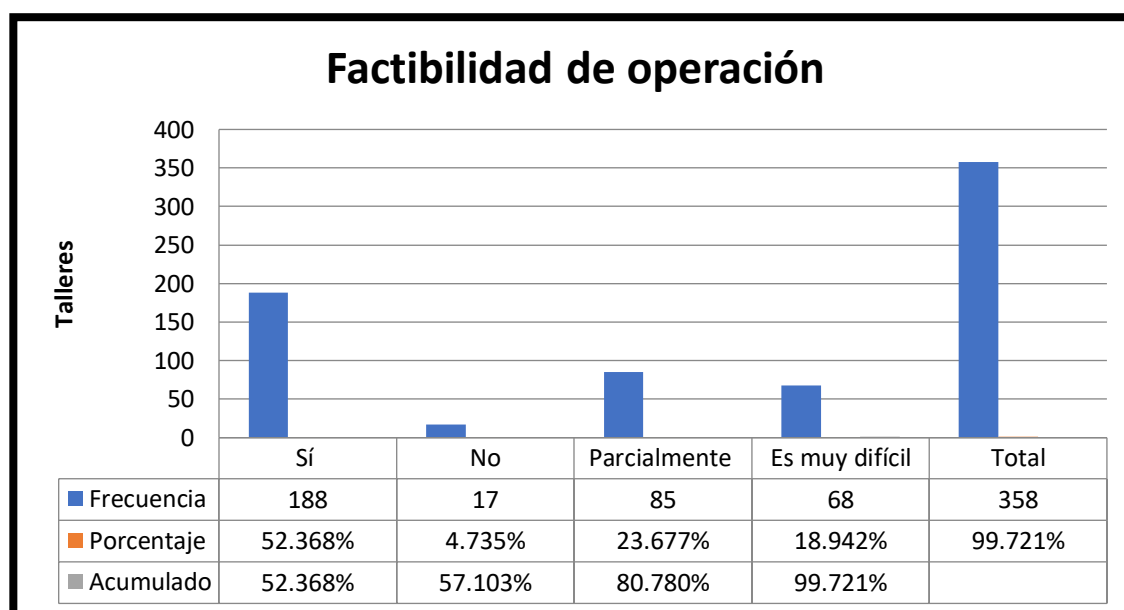
#### 4.5 Factibilidad de Seguir Operando el Taller con las Restricciones de Movilidad y Cuarentena

La mayoría de los propietarios de talleres, en el marco de la pandemia, consideró al momento de ser consultados en un 52,4% que era factible seguir operando el taller con las diferentes restricciones de movilidad durante la cuarentena, sin embargo, un 23% lo consideró parcialmente, un 18,8% lo consideró muy difícil, mientras que el 45,7% negó esta factibilidad, lo cual evidencia que aun con las restricciones de movilidad asumidas durante la cuarentena gran parte de los encuestados, es decir 273 talleres ( 188+85) consideró factible operar desde parcial a totalmente, lo cual representa un 76% del total (52,4%+23,7%). A continuación, se presentan los resultados, tanto en una tabla como gráficamente.



**Tabla 8***Factibilidad de Seguir Operando el Taller con las Restricciones de Movilidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Sí	188	52,4%	52,4%
No	17	4,7%	4,7%
Parcialmente	85	23,7%	23,7%
Es muy difícil	68	18,9%	18,9%
Total	358	99,7%	

**Figura 7***Factibilidad de Seguir Operando el Taller con las Restricciones de Movilidad*

#### 4.6 Factores Económicos que Afectan la Reactivación Económica de su Taller

La opinión de los consultados refleja que los factores económicos que afectan la reactivación económica del sector en medio de la crisis planteada por las medidas asumidas durante la pandemia, están relacionados significativa y directamente con el acceso a líneas de crédito ante las instituciones financieras nacionales, en tal sentido, 274 talleres que representan el 76,3% afirman que esta es la razón principal que restringe o limita la reactivación, pues ante

la disminución importante de las ventas, la fuente de recursos más importantes, para los encuestados, es el financiamiento bancario. Solo un 23,7% (85 talleres) cree que la marca se ha visto afectada por la imposibilidad de atender oportunamente a sus clientes y por tanto la consideran un factor económico que ha afectado desfavorablemente la recuperación del sector. A continuación, se presentan los resultados, tanto en una tabla como gráficamente.

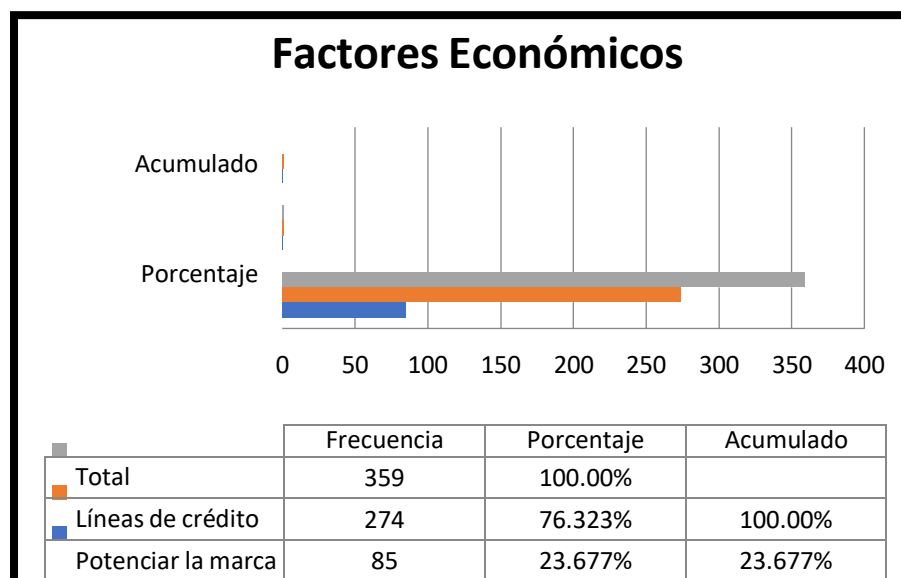
**Tabla 9**

*Factores Económicos que Afectan la Reactivación Económica del Sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Potenciar la marca	85	23,7%	23,7%
Líneas de crédito	274	76,3%	76,3%
Total	359	100,0%	

**Figura 8**

*Factores Económicos que Afectan la Reactivación Económica del Sector*



#### 4.7 Políticas del Gobierno Para la Reactivación Económica

Con respecto a cuáles deben ser las políticas que debe implementar el gobierno nacional para reactivar económicamente a este sector, 188 (52,4%) de los consultados opinan

que la medida más urgente que debe tomar el gobierno nacional es rebajar la carga tributaria a los talleres, en orden de importancia le siguen con el mismo porcentaje (14,2%) la reactivación del crédito bancario a las PYMES y el establecimiento de incentivos sectoriales respectivamente. Se observa que los talleres consultados mayoritariamente desean la intervención del gobierno a través de diversas políticas para incentivar la reactivación económica del sector, sin embargo, desestiman que una de esas políticas sea el desarrollo de talleres de capacitación para abordar la reactivación. A continuación, se presentan los resultados, tanto en una tabla como gráficamente.

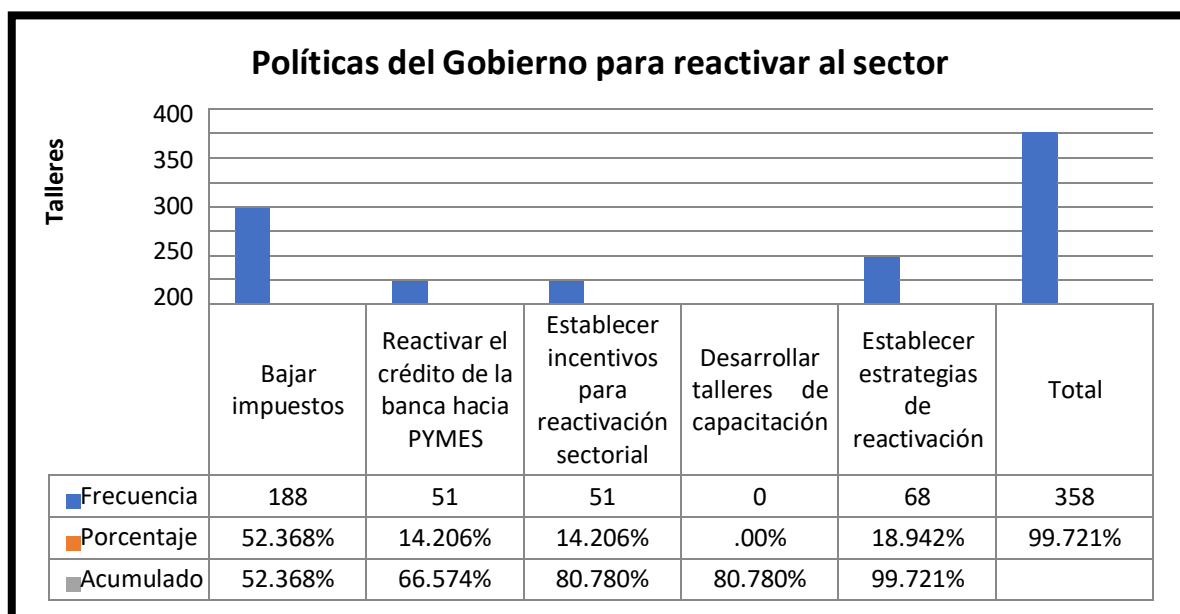
**Tabla 10**

*Políticas del Gobierno para la Reactivación Económica*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Bajar impuestos	188	52,4%	52,4%
Reactivar el crédito de la banca hacia PYMES	51	14,2%	14,2%
Establecer incentivos para reactivación sectorial	51	14,2%	14,2%
Desarrollar talleres de capacitación	0	0,0%	52,4%
Establecer estrategias de reactivación	68	18,9%	71,3%
Total	358	99,7%	

Figura 9

*Políticas del Gobierno para la Reactivación Económica*



#### 4.8 Plan de Reactivación Económica Para el Taller

Al ser consultados los propietarios de los talleres sobre si estaría de acuerdo en que se estableciera un plan de reactivación económica específicamente para su taller, mayoritariamente 342 (95,3%) contestó afirmativamente, Solo el 4,7% (17 talleres) negó esta posibilidad. Seguidamente, se presenta una tabla estadística y la graficación de los hallazgos en este sentido.

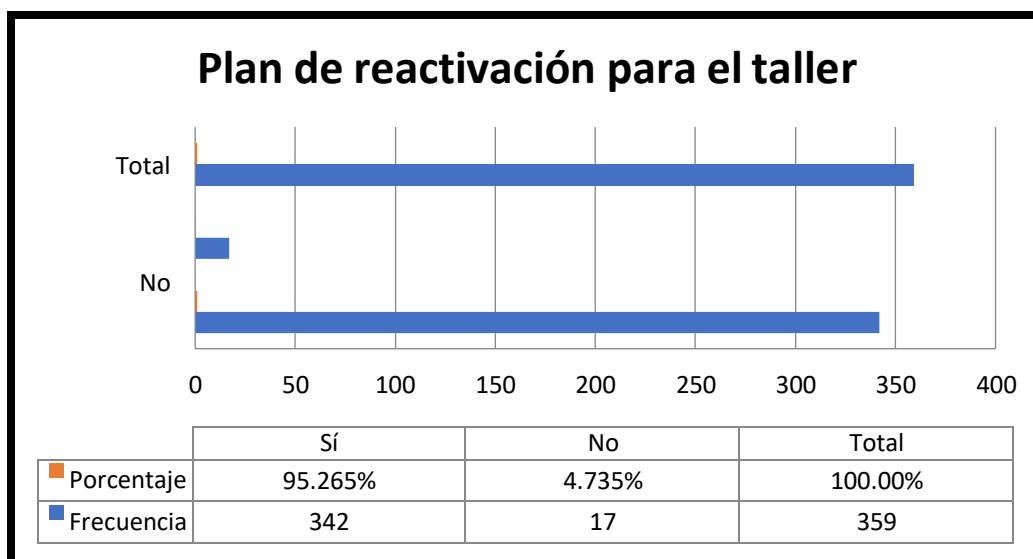
**Tabla 11**

*Plan de Reactivación Económica para el Taller*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Sí	342	95,3%	95,3%
No	17	4,7%	100,0%
Total	359	100,0%	

**Figura 10**

*Plan de Reactivación Económica para el Taller*

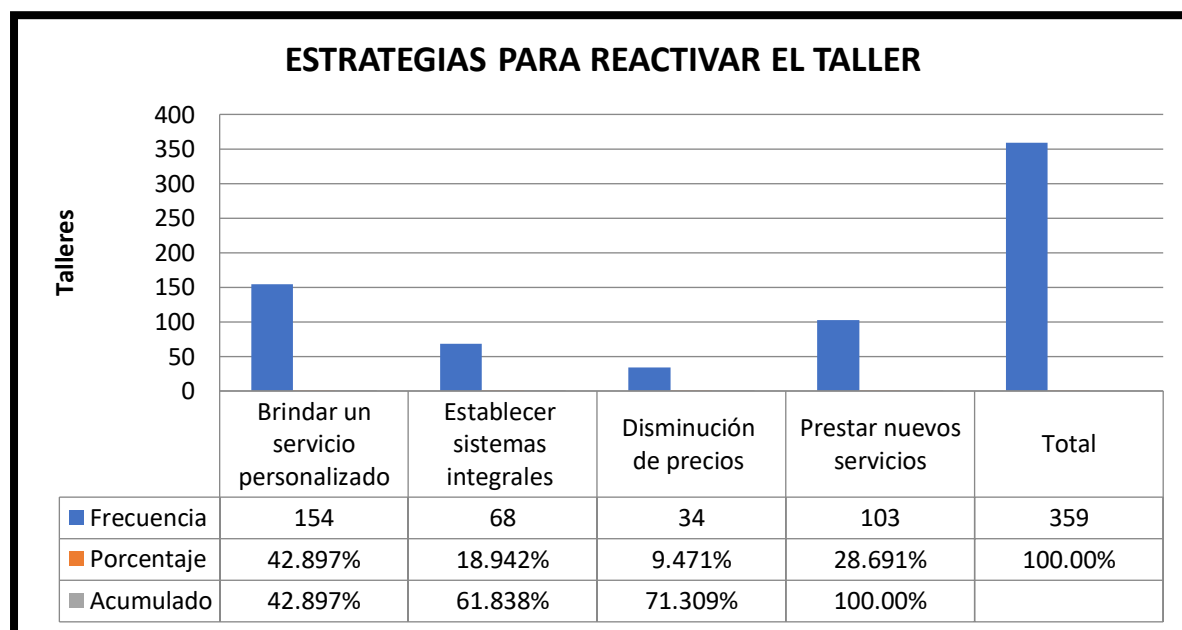


#### **4.9 Estrategias Para Reactivar el Taller**

Al ser consultados sobre cuáles considera usted que serían las estrategias para reactivar su taller, todos los entrevistados plantearon que necesitan implementar estrategias a este respecto, sin embargo jerárquicamente la respuesta más significativa fue en un 42,9% (154 talleres) fue la oportunidad de brindar un servicio personalizado; un 28,7% (103 talleres) plantean la prestación de nuevos servicios ; seguidamente un 18,9% ( 68 talleres) cree que una estrategia efectiva sería el establecimiento de sistemas integrales y solo un 9,5% cree que la disminución de los precios de los servicios sería viable como estrategia para la reactivación del taller. Seguidamente, se presenta una tabla estadística y la graficación de los hallazgos en este sentido.

**Tabla 12***Estrategias para Reactivar el Taller*

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Brindar un servicio personalizado	154	42,9%	42,9%
Establecer sistemas integrales	68	18,9%	18,9%
Disminución de precios	34	9,5%	9,5%
Prestar nuevos servicios	103	28,7%	28,7%
Total	359	100,0%	

**Figura 11***Estrategias para Reactivar el Taller*

## Capítulo V

### 5.1 Propuesta

Para la reactivación de los talleres multimarca es imprescindible contar con el diseño de una estrategia que considere por una parte la situación actual, considerando un análisis de los factores internos y externos del país las restricciones y por otra restablezca, los puntos estratégicos necesarios para lograr la reactivación incluyendo los protocolos necesarios de bioseguridad. Con estos antecedentes se procede a realizar un estudio preliminar de la situación del país, para lo cual se plantea un análisis Pestel para conocer las oportunidades y amenazas de las cuales no se tiene influencia o poder sobre ellas. En esta línea de investigación se procede a realizar un estudio de fuerzas competitivas a través del análisis de Porter con la finalidad de conocer el potencial de rentabilidad de los talleres multimarca. Se analizó el panorama global para evidenciar el impacto del Covid-19 en el Ecuador y su incidencia en las empresas. Siendo los ejes centrales para establecer una reactivación que permita partir del diagnóstico y análisis de la situación del país y del contexto empresarial.

Esta propuesta está orientada a mejorar el panorama económico de los talleres multimarca a través de la incorporación de estrategias que están encaminadas al logro de los objetivos. Para lo cual se realiza una introspección de la situación comercial empleado herramientas de análisis como el PESTEL y PORTER. Adicionalmente, se establecen estrategias en bases a las 4 P del Marketing.

#### **Alcance**

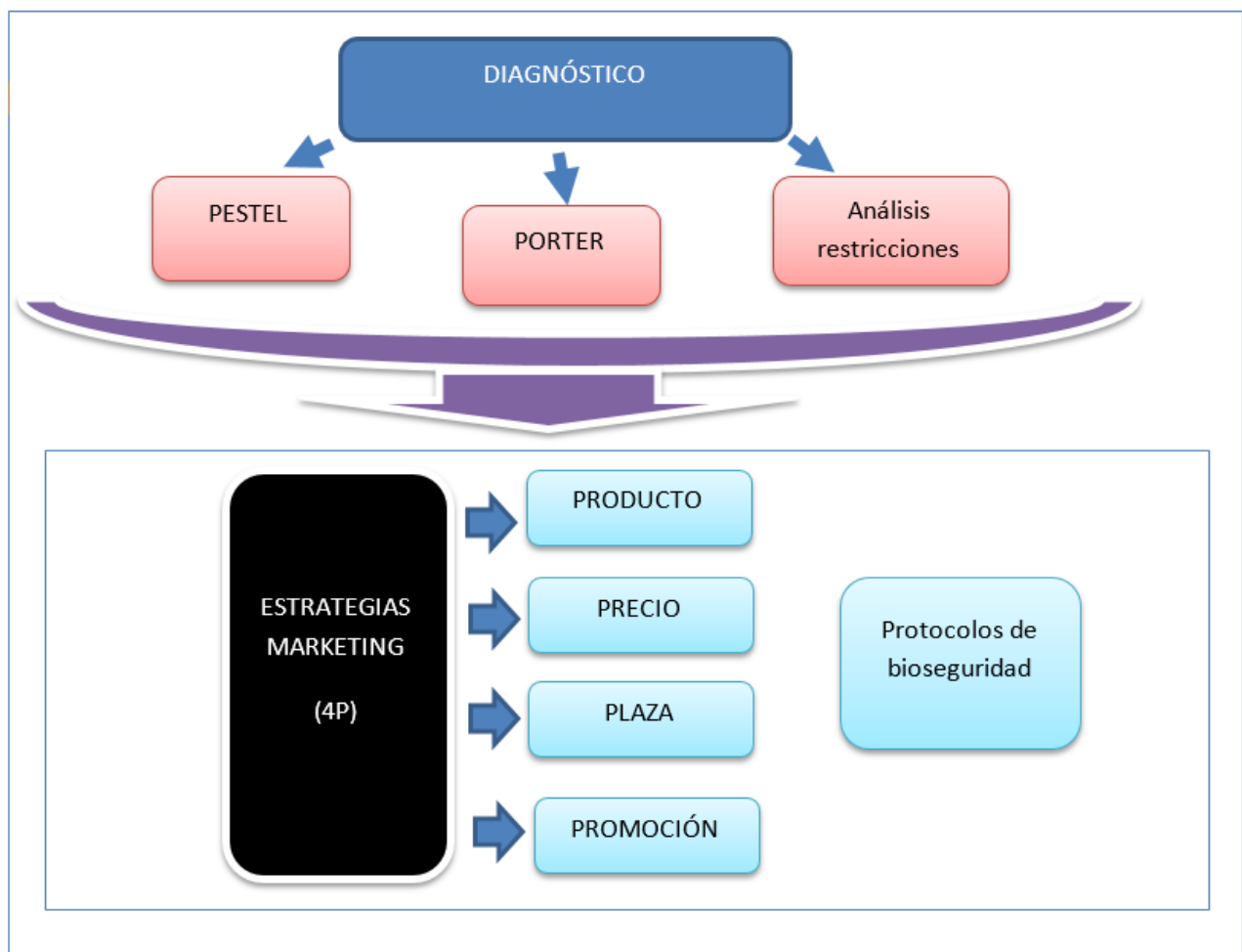
El análisis será un marco de referencia para el sector automotriz en especial a los talleres de multimarca que requieren de herramientas para viabilizar alternativas que contribuyan a mejorar las condiciones económicas y productivas de uno de los sectores que se vio afectados por la crisis sanitaria.

## Estructura de la Propuesta Estratégica

La estructura de la propuesta se centra en el análisis partiendo de un conocimiento general y específico de la situación en la que se encuentra el país, el mundo y los talleres en general, y por tanto su diagnóstico en base a esto se puede proponer las estrategias, para lo cual se ha seleccionado como planteamiento estratégico el uso de las 4Ps del marketing, que son centrarse en el Producto, Precio, Plaza y Promoción, con lo cual se puede volver a fortalecer a cada uno de los talleres que consideren estas estrategias, esto unido a protocolos de bioseguridad apropiados al contexto social donde se desarrolle, el cual será posible reactivar al sector productivo. A continuación, el diseño esquemático de la estrategia.

**Figura 12**

*Diseño estratégico de la propuesta*





## 5.2 Análisis PESTEL

En análisis descriptivo empresarial de los talleres multimarca se centra en la descripción del contexto de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

### Políticos

En el ámbito político las decisiones estatales se han centrado en fortalecer la industria nacional, en este contexto establecen un plan nacional de desarrollo que abarca el establecimiento de ejes y objetivos estratégicos con los cuales se consolida el consumo interno y la reducción de impuestos para los sectores productivos y empresariales. De tal modo que la economía se centra en viabilizar el desarrollo del país:

1. Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario afianzando la dolarización.
2. Objetivo 5: impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.
3. Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral (Plan Nacional Toda una Vida , 2017).

Con la pandemia las políticas planteadas están orientadas a mejorar las condiciones empresariales y a fortalecer el desarrollo paulatino de la reactivación económica de las empresas, en este contexto se mejora la estructura empresarial al ofrecer créditos con bajos interés para los sectores productivos a su vez se facilita el refinanciamiento de los créditos para evitar efectos adversos como el cierre total o parcial de los negocios. En este contexto, se crea fondo reactiva Ecuador como un medio de refinanciamiento que está disponible para los sectores más vulnerables dentro del ámbito empresarial.

Los créditos se otorgan a través del Banco del Pacífico, con tres años de plazo, seis meses de gracia y una tasa de 5%. Los montos a los que puede acceder varían de acuerdo al tamaño de la empresa. Las microempresas pueden acceder a montos de entre USD 500 y USD 30 000, las pequeñas empresas pueden pedir préstamos de hasta USD 300 000 y las medianas empresas pueden obtener montos de hasta USD 500 000. (Ministerio de Finanzas, 2020, pág. 3)

Existe el aporte del Estado por reactivar a las empresas que han sufrido un impacto generado por la pandemia y mejorar las condiciones de productividad, comercio y servicio. Como mecanismos de prevención se plantearon algunas políticas en Guayaquil para precautelar la salud y reducir el contagio. Durante la emergencia se estableció un proceso de semaforización por la gran cantidad de contagios en Guayaquil, se procedió a establecer reglas dentro del contexto de semáforo rojo.

- 1) Toque de queda desde las 18h00 hasta las 05h00,
- 2) Vehículos particulares (incluye motos) circulan 2 días a la semana,
- 3) Taxis y transporte mixto circulan considerando placa par e impar todos los días,
- 4) Transporte institucional circula todos los días, sin restricción de placa,
- 5) Transporte urbano con restricciones, según disposiciones.
- 6) Atención Médica se autoriza todo tipo de consultas médicas,
- 7) Transporte interprovincial se mantienen prohibidas las operaciones,
- 8) Profesionales del Derecho están autorizados a movilizarse con su credencial,
- 9) Teletrabajo; priorizar su aplicación, tanto sector público como privado (Ministerio de Gobierno, 2020, pág. 3).

Frente a las medidas tomadas varios dueños tuvieron que cerrar sus negocios, sin embargo, con el cambio de medidas y la reactivación paulatina los talleres automotrices empezaron a funcionar con medidas y sugerencias establecidas por la AEADE quienes plantean como lineamientos para el aforo. El aforo permitido será de dos personas por zona del taller y con distanciamiento de 2 metros (FEDETO, 2020).

## **Económicos**

Las actividades productivas se vieron afectados tras la pandemia los resultados afectaron considerablemente al crecimiento económico. Dentro del contexto general el impacto del Covid en Ecuador deja 701.6 millones de pérdidas y daños a los sectores productivos que van alrededor de los 120.1 millones (BCE, 2020). Ecuador atraviesa por una crisis económica que se aguzo con las medidas establecidas para frenar la pandemia. Según estimaciones del Ministerio de Economía y Finanzas se estima un decrecimiento interanual entre el -7,3% a -9,6% al finalizar 2020.

Antes de la pandemia los gastos por mantenimiento eran regulares y estaban asociados a un mantenimiento preventivo que se realiza cada 5.000 kilómetros lo que implica que cada concesionario o taller establece los precios de acuerdo al kilometraje 5KKM el costo del servicio es 57.35 más IVA cuando el kilometraje es de 100KKM es 57.87 más IVA. Los precios establecidos no incluyen repuestos. Lo que implica que de acuerdo a la falla mecánica los precios de repuesto bordean los 50 dólares a 1000 dólares consideraciones que se modifican de acuerdo a las condiciones de mercado (Chevrolet, 2015). Con la pandemia los talleres automotrices cambiaron su forma de trabajo permitiendo que se desarrollen visitas a domicilio para la reparación de los vehículos siendo una alternativa para generar ingresos ante la caída de la demanda de locales físicos. La demanda del servicio de los talleres mecánicos cayó en un 50%. Sin embargo, los imprevistos propios de la pandemia estuvieron entorno a los gastos sugeridos que se implementaron como medidas de bioseguridad entre ellos la compra de guantes, mascarillas, trajes de protección, elementos de señalización entre otros (Diario el Universo, 2020).

## **Desempleo**

Las medidas económicas para frenar la pandemia y el crecimiento de casos por contagio de covid fueron la restricción de horarios y el confinamiento, sin embargo, el efecto fue devastador el cierre total de las exportaciones, el cierre de fronteras y el cierre total o parcial de los negocios y empresas genero una brecha en el comportamiento de la estructura de empleo “la tasa de empleo adecuado alcanzó el 42.3% en el 2017 y para el 2019 disminuyó al 38.8%. Para este último año, la tasa de empleo adecuado llegó a 15.1% para la población indígena, 28.2% para la montubia y 32.9 para la población afro ecuatoriana” (Naciones Unidas, 2020, pág. 7). Con un patrón productivo lento la reactivación desgasta el mercado interno. A pesar de las condiciones y el enfoque productivo los datos evidencian la destrucción de 507.000 plazas de trabajo, pero muestran la oportunidad laboral que se desarrolló durante la pandemia en la que se apertura 242.000 ofertas laborales. Tanto para la ganadería, silvicultura y pesca (46.078), para comercio (31.817) o para industrias manufactureras (25.113).

En este contexto, las empresas han aprovechado las oportunidades y establecieron estrategias complementarias para mantenerse en el mercado.

## **Tecnológico**

La tecnología es una herramienta clave para los talleres, deben disponer de equipos y maquinaria de alta tecnología para el diagnóstico preventivo dado que los equipos sirven para detectar fallas que pueden presentarse en el vehículo después de un choque o accidente. En la actualidad los diagnósticos de los vehículos se realizan mediante plataformas virtuales y otros mecanismos que brindan información del vehículo identificando las fallas activas, como parte de un proceso preventivo en el que se evita los desarmes innecesarios de los vehículos (Auto Crash, 2018).

Con la tecnología los talleres se vuelven competitivos y ofrecen alternativas confiables a los conductores con reportes tempranos de las fallas que poseen los vehículos. En el mercado se incorporan estas alternativas para mejorar el servicio y brindar un trabajo garantizado.

Otro de los aspectos a destacar y que contribuye a gestionar y mejorar el servicio a domicilio mecánico se base en la utilización de APPS mecanismos que permiten un diagnóstico en los que se puede evidenciar fallas mecánicas y un diagnóstico general del vehículo. Una de las plataformas portátiles más utilizadas es: OBD Auto Doctor y ScanTool de AutoEnginuity software que permite acceder a diferentes sistemas y detectar las fallas (MundoWIN , 2021)

### **Legal**

En el ámbito legal el Estado estableció acciones complementarias que contribuyen a la reactivación económica y permite a los sectores generar recursos y crear oportunidades de emprendimiento. “El mundo atraviesa una emergencia sanitaria que derivó también en una crisis económica. Por ello, con estos recursos se permitirá la recuperación post COVID-19 y la atención a la alimentación, a la salud; a los sectores más vulnerables. Además, se inyectarán recursos para el programa Reactívale Ecuador (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2020, pág. 2)

Dentro de los parámetros que contribuyen a la reactivación está el establecimiento de la ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria que está orientada a la simplicidad y la progresividad para el contribuyente. Dada la crisis y la situación por la que atraviesa el país varias acciones se han orientado a fortalecer el emprendimiento. Es así que se da énfasis a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, el ministro de Producción,

Inversiones y Pesca una alternativa con la cual se pretende fortalecer la actividad económica (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2020).

### 5.3 Análisis de Porter

El modelo estratégico de las fuerzas de Porter permite determinar la proyección futura de las unidades de negocio, lo que implica conocer la competencia de los talleres multimarca. Bajo este contexto se analiza el impacto del sector competitivo frente a la crisis económica (Porter, 1982).

**Figura 13**

*Estructura de las Fuerzas de Porter*



Fuente: (Porter, 1982).

#### Rivalidad Entre Competidores

La rivalidad entre competidores en la ciudad de Guayaquil con respecto a los talleres automotrices multimarca es alta, existen una gran variedad de talleres que se han especializado en el automotrices, brindando servicios complementarios (cambio de aceite, servicio de lavado, lavado integro, lavado exprés, revisión vehicular, entre otros ), sin embargo este mercado también es competitivo dado que los talleres automotrices brindan este servicio aunque no cuentan con los equipos y la tecnología automotriz, carecen de atención personalizada clave para la fidelización de los clientes.

No obstante, los talleres automotrices satisfacen a la demanda y brinda servicios complementarios, pero realmente no conocen las necesidades del cliente y del vehículo siendo una amenaza media frente a la rivalidad que existe entre.

### **Poder de Negociación de los Clientes**

Guayaquil cerró el 2019 con un parque automotor estimado en 484.049 vehículos, lo que implica considerar que existe una gran demanda por la adquisición de vehículos que ahora están destinados para el desarrollo de actividades habituales como son el traslado al lugar de trabajo o residencia (Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador, 2020). El crecimiento del parque automotor permite el desarrollo de otros segmentos como talleres automotrices.

El mercado actual requiere de servicios complementarios que estén orientados a satisfacer las necesidades de los clientes y ofrecer negocios que garanticen un servicio mecánico profesional con un equipo multidisciplinario y con tecnología de punta, el poder de negociación de los clientes disminuye y no es considerado como una amenaza.

### **Poder de Negociación con los Proveedores**

Guayaquil es el centro portuario de comercio en donde es factible establecer acuerdos, convenios y alianzas con empresas que se dedican a la fabricación o importación de partes, piezas, lubricantes, filtros, aceites, grasas, llantas, mangueras, pintura.

Los talleres tendrán la facultad de seleccionar los proveedores de acuerdo a los requerimientos y necesidades en cuanto al diagnóstico mecánico, por consiguiente, el poder de negociación no es alto por la diversidad de empresas que pueden proveer de piezas, partes etc.

### **Amenaza y Entrada de Nuevos Competidores**

El mercado de los talleres automotrices de multimarca requiere de personal capacitado y profesional al igual que equipos de alta tecnología, por consiguiente, la competencia de nuevos competidores es baja, dado que se requiere de inversión y conocimiento para brindar

un servicio de calidad. Sin embargo, por los costos los clientes optan por talleres automotrices que no cuentan con la experiencia y los equipos para brindar un servicio de calidad, por consiguiente, “las principales fallas por las que los vehículos son la emisión de gases, fallas en el sistema de frenos y luces factor que está relacionado a la falta de mantenimiento de los automóviles” (Granda, 2018, pág. 2). Si bien es cierto es una amenaza baja. Se requiere de estrategias para promover el uso de talleres automotrices multimarca y evitar que se concentre el consumo en talleres irregulares o informales.

#### **Amenaza e Ingreso de Productos Sustitutos**

El sector de talleres automotrices de multimarca, tiene una alta amenaza, dado que existe talleres irregulares que pueden realizar gran parte de los servicios (servicio de lavado, lavado integro, lavado exprés, revisión vehicular, entre otros), pero lastimosamente por la falta de equipos y profesionales capacitados no pueden garantizar el trabajo que realizan. Los clientes requieren de talleres especializados que garanticen su trabajo este producto sustituto es considerado como una amenaza baja.

#### **5.4 Situación y Restricciones Sector Talleres Automotrices Multimarca Debido a la Emergencia Sanitaria**

Durante el confinamiento y la necesidad de aportar con los requerimientos que se presentaban paulatinamente se toma la decisión de permitir la apertura de talleres para brindar soporte y manteamiento a los vehículos que eran utilizados como medio de movilización que tenían prioridad o en su defecto eran utilizados para brindar servicios durante la emergencia como ambulancias, camiones, patrulleros etc.

La apertura de los talleres obligó a tomar ciertas consideraciones para la apertura:

- Ser talleres o mecánicas que cuente con la actualización del LUAE.
- Establecer un protocolo de seguridad para todos los empleados.
- La atención se realiza previa cita (Mantenimiento).
- Los talleres solo pueden atender de 8:00 a 12:00.



- Se prioriza la atención preventiva de los vehículos.
- Desinfección de los vehículos para el ingreso y salida del vehículo (COE Nacional, 2020).

Consientes de una nueva normalidad los talleres automotrices multimarca dan relevancia a las nuevas necesidades de bioseguridad lo que implica establece protocolos que aporte al desarrollo de las actividades bajo estándares que permitan prevenir el contagio. En este contexto se manejan algunas pautas que han sido establecidas por organismo y entes Estatales es este caso la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador trabaja desde un enfoque integral en el que se establece un plan de reactivación que se centra en 8 objetivos:

- Promover el vehículo como un espacio seguro para evitar el contagio del covid-19.
- Una reforma tributaria que permita disminuir el ICE y los aranceles.
- Mejorar la calidad de combustibles.
- Impulsar el plan de chatarrización y mejorar la competitividad.
- Facilitar el acceso a financiamiento para adquirir vehículos, establecer líneas de crédito y fideicomisos de garantía.
- Simplificación y automatización de trámites.
- Desarrollo de espacios virtuales de comercialización (Baldeón, 2020, pág. 8).

## 5.5 Diseño de Estrategias para la Reactivación de los Talleres Multimarca en Base a las 4P

Se establece un marco de acción en el que se involucra el planteamiento de estrategias que aporten a la consolidación de la reactivación de los talleres automotrices multimarca.

### Estrategia del Producto

La estrategia del producto que es el servicio de los talleres se centrará en la especialización y capacitación lo que implica inversión y establecimiento de un de plan de capacitación. Que se convertirá en la hoja de ruta para el mejoramiento continuo acciones que están orientadas a que existe una mejor adaptación del puesto promoviendo una mayor eficiencia y eficacia en el rendimiento de trabajo dado por el incremento de las habilidades que conllevan a una mayor productividad y mejoran la calidad de trabajo.

**Tabla 13**

*Estrategias del Producto*

Análisis antes de la pandemia	Reactivación Talleres Automotrices Multimarca
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio profesional sin capacitación, dado por la contratación de personal sin título, pero con vasta experiencia en el sector automovilístico.</li> <li>• Atención al cliente, sin seguimiento, procesos de atención al cliente inadecuados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de capacitación para un servicio profesional de calidad, que garantice el trabajo realizado.</li> <li>• Capacitación al personal de ventas, para personalizar el trato del cliente para incrementar el nivel de satisfacción y fidelización .</li> </ul>

Análisis antes de la pandemia	Reactivación Talleres Automotrices Multimarca
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio tradicional (Utilización de los espacios físico) para brindar el servicio automotriz)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de una plataforma tecnológica que aporte con información, disponibilidad, procesos mecánicos, dando respuesta al crecimiento de aplicaciones tecnológicas en donde el cliente disponga de la información 24/7 y pueda resolver sus dudas.</li> <li>• Activación de canales digitales para atención y asesoría virtual en venta y posventa a sus clientes</li> <li>• Talleres móviles a domicilio</li> <li>• Entrega de vehículos, repuestos y baterías a domicilio.</li> </ul>

A pesar de las condiciones expuestas es indispensable que se creen políticas que aporten al segmento automotriz y que permitan el abastecimiento que permita la adquisición de partes y a su vez genere fuentes de empleo. Frente a la pandemia es importante destacar que la problemática se desarrolló en el mantenimiento preventivo y predictivo esto se debe que por la pandemia varios vehículos no cumplieron con las condicionantes de mantenimiento y a su vez varios de los dueños de vehículos no disponían del dinero para cubrir el mantenimiento.

Como estrategias complementarias para el mantenimiento de vehículos se propone utilizar el dígito de placa de acuerdo a las restricciones del COE como mecanismos de prevención para evitar contagios.

## Estrategia de Precio

El precio es un punto de relevancia y decisivo para el cliente, Si bien es cierto por el manteniendo y a la utilización de insumos de calidad los costos se pueden incrementar, a pesar de estas condiciones se pretende reducir los precios en todos los servicios para que los clientes acudan a las promociones.

**Tabla 14**

### *Estrategias de Precio*

Análisis antes de la pandemia	Reactivación Talleres Automotrices Multimarca
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios excesivos por el servicio o mantenimiento del vehículo</li> <li>• Precios establecidos de forma irregular.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener precios accesibles acorde a los servicios. Para lo cual se establece un plan de promoción y venta de productos.</li> <li>• Análisis de precios para establecer precios acordes a la realidad del mercado y la disponibilidad de los clientes.</li> <li>• Establecer precios medios acorde al mercado manteniendo la calidad</li> </ul>

El establecimiento de precios medios es una manera de mantener precios accesibles que eviten el ingreso de nuevas empresa o talleres irregulares promoviendo una cultura sostenible que beneficie a los talleres automotrices multimarca.

## Estrategia de Plaza

Los talleres automotrices multimarca no requieren de la expansión a otros puntos, dado que todas las provincias cuentan con talleres especializados. Sin embargo, se requiere de un nuevo enfoque o intervención orientada a mantener la capacidad y localización de los talleres para lo cual se procede a mantener una comercialización directa en donde interviene el cliente y los talleres.

Los talleres venderán directamente a los consumidores. De tal modo, que una atención de calidad y con profesionalismo será clave para el crecimiento de este segmento.

**Figura 14**

*Canal de Distribución*



**Tabla 15**

*Estrategias de Comercialización*

Análisis antes de la pandemia	Reactivación Talleres Automotrices Multimarca
Canales directos de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener los canales directos de comercialización</li> <li>Talleres -consumidor final</li> </ul>

### **Estrategias de Comunicación y Promoción**

Los talleres deben dar a conocer su marca y los servicios que ofrecen como parte de su identidad y su participación en el mercado. Con esta ideología se pretende incrementar el nivel de clientes y mejorar el nivel de rentabilidad.

Con respecto a la promoción los puntos clave de crecimiento serán el establecimiento de rótulos con buena imagen. Otro de los recursos empleados será las redes sociales mecanismos que permiten llegar a un segmento específico de potenciales clientes.

Todas las acciones estratégicas están orientadas a mejorar el panorama empresarial de los talleres y unificar las posibilidades a través de la incorporación de la tecnología y el uso actual de productos que permiten un contacto directo.

**Tabla 16**

*Estrategias de Comunicación y Promoción*

Análisis antes de la pandemia	Reactivación Talleres Automotrices Multimarca
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización de medios tradicionales para dar a conocer los productos y servicios que ofrece el taller.</li> <li>• Los talleres no conocen los mecanismos digitales, carecen de página web o redes sociales para difundir sus productos o servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización de medios digitales y redes sociales para fortalecer el posicionamiento de los talleres.</li> <li>• Establecimiento de un plan de promociones acorde los productos y servicios que estuvieron relegados por la pandemia.</li> <li>• Posicionamiento de los talleres a través de plataformas digitales.</li> <li>• Emplear la utilización del Google Ads para posicionar a los talleres automotrices multimarca.</li> <li>• Promocionar los productos por medios sociales.</li> <li>• Rotulación de los servicios que se ofrecen en lugares concurridos.</li> </ul>

## **5.6 Protocolos de Bioseguridad**

Con la nueva normalidad es importante establecer protocolos de bioseguridad para Talleres automotrices multimarca con la finalidad de prevenir contagios por Covid-19. En este contexto, se implementarán protocolos como medida para reactivar la atención de los talleres automotrices, permitiendo así que los dueños de los establecimientos puedan precautelar la vida de los trabajadores y de los clientes.

### **Medidas de Bioseguridad**

- 1) El personal deberá usar un traje complementario de bioseguridad.
- 2) El personal deberá utiliza tapabocas para la atención de los clientes
- 3) Se ubicará un lavabo de manos externo el cual contará con (agua, jabón y toallas desechables)
- 4) Se mantendrá el distanciamiento físico de dos metros.
- 5) Se fortalecerán los procesos de limpieza y desinfección de los pisos y del ingreso de los vehículos.
- 6) No se trabajará en espacios que no existen ventilación.

En el Anexo 3 se presentan a detalle los protocolos para la implementación.

## **5.7 Aplicación del Plan Estratégico**

Para hacer aplicable el plan estratégico se establece a continuación un cronograma de implementación, en el cual se puede observar que en un período de 5 meses será posible establecer un plan completo estratégico que pueda potenciar nuevamente a los talleres, no solamente ayudándoles a recobrar sus clientes, sino que permitirá mejorar sus ventas y servicios a futuro. El plan presentado que se detalló previamente hay que tomar en cuenta que deberá ser aplicado por cada uno de los talleres de acuerdo al alcance del mismo y de igual forma podrá ser apoyado por cualquier organismo público o privado, pero deberá ser responsabilidad final de cada taller aplicarlo y hacer las inversiones necesarias y una aplicación de forma organizada, para en un período relativamente corto de tiempo, lograr mejorar la posición del taller y exponerlo de mejor manera para la reactivación productiva.



Figura 15

Cronograma para la aplicación del plan estratégico

MES	2021																			
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Operaciones para la implementación del SGA</b>																				
Diseño de estrategias de producto	X																			
Análisis de requerimientos de capacitación	X																			
Capacitación de servicio		X	X																	
capacitación de habilidades			X	X																
Análisis de necesidades tecnológicas aplicadas al caso		X																		
Financiamiento		X	X	X																
Implementación de equipamiento					X	X														
Implementación de canales digitales						X	X	X	X											
Capacitación digital operativa y ventas									X											
Organización logística para servicio a domicilio									X											
Implementación de servicio a domicilio									X											
Socialización de nuevos servicios										X										
Análisis de nuevos precios									X											
Cambio de precios									X											
Análisis de medios y estrategias promocionales a utilizar									X	X										
Diseño de plan de promoción y contratación											X	X	X							
Posicionamiento y lanzamiento														X	X	X	X	X		
Rotulación de servicios																X	X			
Establecimiento de políticas de protocolos de bioseguridad								X												
Socialización de políticas de bioseguridad														X	X	X	X	X		

## Conclusiones

El sector de los talleres automotrices multimarca se caracterizaba por ser un servicio dinámico en donde la demanda era de 1 a 6 vehículos diarios, pero con la pandemia la demanda de vehículos e ingresos se vio afectada en un 50%, situación que fue perjudicial, como medida ante la pandemia la AEADE estableció protocolos de bioseguridad que permitieron reactivar la dinámica de los talleres automotrices, complementariamente se brindó el servicio a domicilio una alternativa que aporta a mejorar los ingresos de este sector y precautelar la seguridad de las personas y los clientes.

Una de las medidas más evidentes fue la inmovilización de la población a través de la cuarentena inicial, lo cual condujo a la paralización del sector transporte tanto público como particular, lo cual afectó no solo a la industria automotriz en general, sino a las industrias conexas como las de ventas de repuestos y toda clase de servicios de mantenimiento para los vehículos. En este sentido, los talleres de servicios mecánicos de la ciudad de Guayaquil se vieron aquejados por las medidas coyunturales a este respecto, sin embargo, una vez que se fue tomando control sobre la primera ola de emergencia de contagios, se fueron flexibilizando las medidas con la finalidad de reactivar la economía de la ciudad, así como del país.

Al iniciar este proceso de reapertura, el sector de servicios de mantenimiento de autos, especialmente los de multimarca, fueron afectados y la nueva normalidad requiere de la implementación de estrategias para reactivarlos, pues suministra servicios al sector transporte, sector de alta incidencia social y económica pues es el eje principal de la movilización ciudadana, tanto para desplazarse en los casos de emergencia, como la única fuente para que los trabajadores puedan trasladarse a los puestos de trabajo, tanto para el sector salud como para los otros sectores de importancia ante la pandemia.

Se realizó una investigación de campo que permite concluir que el sector de servicios automotrices para toda clase de vehículos (talleres multimarca), asumieron mayoritariamente

como estrategia de supervivencia y recuperación económica la atención personalizada a sus clientes en horarios que le permitieran cumplir con las medidas implantadas, así como en sus lugares de residencia o aquellos acordados entre las partes. Otra estrategia en este sentido fue el cierre parcial del horario de atención del taller. Desafortunadamente, dentro del grupo consultado 69 de los 359 entrevistados tuvieron que cerrar definitivamente sus talleres, pues el costo social, laboral, productivo y económico de la pandemia sobrepasó su capacidad de sostenibilidad.

En este orden de ideas, la disminución promedio de las ventas de 333 de los talleres consultados, registró una contracción de sus ventas en un porcentaje igual o superior al 50%, sin embargo, se puede concluir que todos los talleres sufrieron una baja a este respecto.

En cuanto a las medidas asumidas por los talleres para gestionar su reapertura prevaleció mayoritariamente la Capacitación y utilización de los equipos de bioseguridad, así como la Desinfección y sanitización y la Implementación de equipos de bioseguridad. La investigación evidenció que todos los talleres tomaron medidas de bioseguridad para mantener abiertas las puertas de sus talleres durante el año 2020, en las oportunidades que les brindó el esquema de flexibilización oficial.

Referente a la factibilidad de seguir operando el taller con las restricciones de movilidad en medio de la cuarentena, los entrevistados consideraron mayoritariamente continuar operando aun en presencia de las restricciones acordadas, sin embargo, un grupo medianamente significativo afirmó que lo hizo parcialmente y el resto lo consideró entre muy difícil y la imposibilidad de hacerlo totalmente.

La opinión de 274 de los 359 talleres consultados refleja que los factores económicos que afectan la reactivación económica del sector en medio de la crisis planteada por las medidas asumidas durante la pandemia, están relacionados significativa y directamente con el acceso a líneas de crédito ante las instituciones financieras nacionales.

En materia de las políticas que debe implementar el gobierno nacional para reactivar económicamente a este sector, el porcentaje más significativo de los encuestados opina que urgentemente debe rebajarse la carga tributaria a los talleres; la reactivación del crédito bancario a las PYMES y el establecimiento de incentivos sectoriales respectivamente. Se evidencia que los talleres consultados mayoritariamente desean la intervención del gobierno a través de diversas políticas para incentivar la reactivación económica del sector.

En este orden de ideas, al ser consultados los propietarios de los talleres sobre si estaría de acuerdo en que se estableciera un plan de reactivación económica específicamente para su taller, mayoritariamente 342 (de los 359 consultados) de los mismos contestó afirmativamente.

Al ser consultados sobre cuáles consideran como estrategias viables para reactivar su taller, todos los entrevistados plantearon en orden de importancia la oportunidad de brindar un servicio personalizado; la prestación de nuevos servicios; establecimiento de sistemas integrales y un ajuste a la baja de los precios de los servicios lo que involucra la incorporación de protocolos de bioseguridad que a su vez serán referentes para mantener y precautelar la vida de los empleados y de los clientes. En este contexto de acción se pretende adaptar a los talleres a las necesidades de los clientes y viabilizar soluciones con la incorporación de tecnología brindado un servicio completo en donde el cliente sea el beneficiario.

## **Recomendaciones**

Vista la coyuntura planteada por las medidas asumidas ante la emergencia sanitaria para evitar el incremento en las curvas de contagio y de víctimas fatales, se recomienda realizar y ampliar a futuro estudios sobre el impacto económico de la pandemia en este sector y en toda la industria automotriz nacional. Esta recomendación se formula en virtud de la importancia del sector transporte en la dinámica socio productiva nacional.

En consecuencia, es importante considerar la apertura de líneas de investigación para evaluar este tipo de impactos de mano del sector académico nacional, la industria automotriz, del sector de ventas de repuestos y de mantenimiento de vehículos, las cuales no solo deben estudiar los costos económicos sino también los sociales, así como el impacto sobre la cadena de valor de este segmento de la economía nacional. Como corolario, se recomienda asumir las diferentes estrategias de la propuesta formulada en la presente investigación para el sector objeto de estudio.

## Bibliografía

- AEADE. (2020). *Boletín Sector en cifras* . Ecuador : AEADE.
- Alandete, D. (18 de 04 de 2020). Trump presenta un plan para reactivar la economía de EE.UU. en tres fases. *ABC INTERNACIONAL* , págs. 1-2.
- Alvarado, P. (05 de 06 de 2020). Sector automotriz presentó su plan de reactivación frente a una caída en ventas del 77%. *El comercio* , págs. 1-2.
- Asociación de Empresas Automotrices de Ecuador . (2020). *Sector Automotor en cifras* . Quito: AEADE.
- Auto Crash . (21 de 12 de 2018). *Diagnóstico electrónico en vehículos pesados*. Obtenido de Contenido Técnico : <https://www.revistaautocrash.com/diagnostico-electronico-en-vehiculos-pesados/>
- Ayora, A. (12 de 09 de 2016). *Tejidos inteligentes: La tecnología detrás de las prendas*. Obtenido de <https://www.desnivel.com/material/material-noticias/tejidos-inteligentes-la-tecnologia-detras-de-las-prendas/>
- Baldeón, G. (2020). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade): Problemas coyunturales* . Ecuador : Aeade.
- Banco Central de Reserva de Perú. (2020). *Glosario de términos*. Perú: Banco central de reserva de Perú.
- Banrepcultural. (2020). *Glosario de términos* . Colombia : Banrepcultural.
- BCE . (2020). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 12,4% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020*. Ecuador : Banco Central del Ecuador .
- Cadena, N. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2015-2019*. Riobamba: Alcaldía de Riobamba.
- Cajamarca, L. (2020). *El nivel de cultura financiera de los propietarios de talleres automotrices del centro de la ciudad de Guayaquil y su impacto en los niveles de rentabilidad de su negocio*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS .
- Chevrolet . (12 de 05 de 2015). *Mantenimiento BEAT* . Obtenido de Talleres a nivel nacional : <https://www.chevrolet.com.ec/content/dam/chevrolet/south-america/ecuador/espanol/index/mantenimiento-preventivo/08-pdf/guia-mantenimiento-beat.pdf>
- COE Nacional. (2020). *Apertura de Talleres mecánicos* . Ecuador : COE Nacional.

Correa, F. (2020). *IMPACTO ECONÓMICO Y PROPUESTAS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA FRENTE AL COVID19 EN*. Quito : UTPL .

CORU. (2019). *¿Qué incluye el servicio de tu auto?* Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://coru.com/blog/seguros-de-autos/como-ahorrar-con-tu-auto/que-incluye-el-servicio-de-tu-auto/>

CSSE. (12 de 02 de 2020). *COVID -19*. Obtenido de <https://www.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>

Diario el Universo . (11 de 05 de 2020). Ante baja demanda los talleres mecánicos apuestan más al servicio a domicilio. *El universo* , págs. 1-7.

Donado, A. (18 de Febrero de 2014). *Que es un Taller Mecanico*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.autosoprote.com/index.php/blog-automotriz/item/298-que-es-un-taller-mecanico>

Ecuador en Cifras. (noviembre de 2012). *Infoeconomía*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info7.pdf>

Ekos. (2019 de Febrero de 2019). *Transporte y almacenamiento: Destacada participación en el encadenamiento productivo*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/transporte-y-almacenamiento-destacada-participacion-en-el-encadenamiento-productivo>

El Universo. (11 de Mayo de 2020). *Ante baja demanda los talleres mecánicos apuestan más al servicio a domicilio*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/08/nota/7836447/talleres-automotrices-reactivacion-laboral-servicio-domicilio-baja>

El Universo. (07 de Abril de 2020). *Emergencia por COVID-19 mantiene a ensambladoras de vehículos paralizadas*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/07/nota/7806726/industria-vehiculos-ensambladoras-coronavirus-emergencia-cinae>

FEDETO. (15 de 05 de 2020). *Guía de actuación en materia preventiva*. Obtenido de <https://www.fedeto.es/empresaresponsableconfianza/Guia-talleres-COVID-19.pdf>

Félix, A., & García, N. (2020). el estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 79-103

- GADM-Cantón Riobamba . (2019). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN RIOBAMBA- ACTUALIZACIÓN 2020 - 2030*.
- Riobamba: Dirección de Ordenamiento Territorial-GADM Riobamba.
- Gobierno de España. (19 de 03 de 2020). Medidas económicas adoptadas por el Gobierno de España frente a la pandemia del COVID-19. *España Puede* , págs. 1-2.
- Granda, A. (28 de 10 de 2018). El Telgrafo. *Mecánicos y talleres avalados, un pendiente en el país*, págs. 2-8.
- Granell, A. (23 de Febrero de 2018). *Mantenimiento correctivo, preventivo y predictivo del coche... ¿En qué se diferencian?* Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.ro-des.com/blog/mantenimiento-correctivo-preventivo-y-predictivo-del-coche-en-que-se-diferencian/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista. (2017). *Metodología de la investigación* . España : Mc Graw Hill .
- Instituto Español de Estudios Estratégicos . (2020). *El orden internacional tras el COVID-19*. España: IIEE.
- La Organización Mundial de la Salud (OMS) . (2020). *Origen del Covid* . Estados Unidos : La Organización Mundial de la Salud (OMS) .
- La prensa Chimborazo . (17 de 05 de 2020). Chimborazo con uno de los índices de letalidad más altos del Ecuador . *La prensa Chimborazo* , págs. 1-2.
- Lucero, K. (2020). La pandemia solo profundizó una inevitable crisis económica. *Revista Gestión* , 18-32.
- MacKenzie, D. (2020). *COVID-19: La pandemia que no debería haber sucedido jamás*. España: RBA .
- Márquez, C., & Maisanche, F. (22 de 06 de 2020). Industrias se diversificaron por la crisis. *Elcomercio* , págs. 1-3.
- Ministerio de Gobierno. (27 de 05 de 2020). *Boletín 137* . Obtenido de Desde el 1 de junio se cambian algunas reglas de la semaforización por la emergencia sanitaria: <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/desde-el-1-de-junio-se-cambian-algunas-reglas-de-la-semaforizacion-por-la-emergencia-sanitaria/>
- Ministerio de salud . (14 de 11 de 2020). *Situación coronavirus Covid-19*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/actualizacion-de-casos-de-coronavirus-en-ecuador/>
- Ministerio de Salud Pública . (05 de 08 de 2020). *Boletín provincial extracción* . Obtenido de Chimborazo : <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/Cimborazo-Riobamba.pdf>



Minsiterio de Finanzas . (2020). *Crédito Reactivate Ecuador* . Ecuador : Minsiterio de Finanzas .

MundoWIN . (12 de 04 de 2021). Noticias . *Estos son los 4 mejores software de diagnóstico de coches para los usuarios de Windows*, págs. 1-2.

Municipalidad de Guayaquil, & Corporación para seguridad ciudadana de Guayaquil. (2020). *Autorización de operación*. Guayaquil : Municipalidad de Guayaquil .

Naciones Unidas. (2020). *Plan de respuesta comunitaria* . Ecuador : Naciones Unidas.

Observatorio Parlamentario. (2020). *Los anuncios de China y Corea para reactivar su economía después del Coronaviru*. Asia Pacífico: Observatorio Parlamentario.

OMS. (2020). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Estados Unidos : OMS.

Plan Nacional Toda una Vida . (2017). *Plan Nacional Toda una Vida* . Quito : Plan Nacional Toda una Vida .

Plan de Reactivación de las empresas Automotrices. (2020). Preguntas y respuestas sobre el Plan de Reactivación de las empresas Automotrices como parte del Proyecto Piloto. Ecuador : AEADE

Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México DF: Compañía Editorial S.A. de C.V. Primicias .

(10 de 21 de 2020). ¿Qué dicen las nuevas cifras de contagios de Covid-19 en Guayaquil? *Primicias* , págs. 1-2.

Proyect. (2020). Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://proyet.com.mx/12-caracteristicas-que-debe-tener-un-buen-taller-mecanico-en-ciudad-juarez/>

PWC. (16 de Abril de 2020). *Perspectivas economicas del Ecuador*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/2020/perspectivas-economicas-ecuador.pdf>

Riosulence. (09 de Agosto de 2019). *Vea los siete pasos para aumentar la productividad del taller mecánico*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://blog.riosulense.com/es/vea-los-siete-pasos-para-aumentar-la-productividad-del-taller-mecanico/>

Salinas, J. (2020). *Covid-19 Hacia la Nueva Normalidad: Una pandemia anunciada*. España: Malbec .

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2020). *Gobierno Nacional presenta herramientas para la reactivación económica del país*. Quito : Secretaría General de Comunicación de la Presidencia.

Sevilla, A. (2020). *Productividad*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>

Soto, M. (2020). *Sociedad por Acciones Simplificada: Estrategias empresariales*. México : Instituto Mexicano .

USA gov. (15 de 06 de 2020). *Respuesta del Gobierno ante el coronavirus (COVID-19)*.

Obtenido de <https://www.usa.gov/espanol/coronavirus>

**Anexos****Anexo 1. Formato de encuesta**

Encuesta

**Talleres Automotrices Multimarca**

Taller: \_\_\_\_\_

Mi taller se puede considerar: Pequeño ( ) Mediano ( ) Grande ( )

Cantidad de empleados: \_\_\_\_\_ empleados

**Preguntas**

**1) ¿Durante la pandemia a que situaciones se tuvo que enfrentar para mantener activo el taller?**

Cierre total del negocio ( )

Cierre parcial del negocio ( )

Atención personal del negocio ( )

**2) ¿Durante la pandemia qué porcentaje de ventas considera que disminuyó en promedio?**

Menos del 10% ( ) 20 – 30% ( ) 30 – 40% ( ) 50% ( ) Más del 50% ( )

**3) ¿Qué medidas o alternativas se emplearon para gestionar la apertura del taller tras la nueva normalidad?**

Implementación de equipos de bioseguridad ( )

Capacitación y utilización de los equipos de bioseguridad ( )

Señalización y rotación de medidas de seguridad ( )

Desinfección y sanitización de Talleres ( )

**4) ¿Considera usted que es factible seguir operando su negocio con las restricciones de movilidad?**

Sí ( )      No ( )      Parcialmente ( )      Es muy difícil ( )

**5) ¿Cuáles cree usted que son los factores económicos que afectan la reactivación económica de su taller?**

Potenciar la marca ( )

Líneas de crédito ( )

**6) ¿Cuál considera usted que debe ser la política de gobierno para la reactivación económica?**

Bajar impuestos ( )

Reactivar el crédito de la banca hacia PYMES ( )

Establecer incentivos para reactivación sectorial ( )

Desarrollar talleres de capacitación ( )

Establecer estrategias de reactivación ( )

**7) Estaría de acuerdo en que se establezca un plan de reactivación económica para su taller.**

Si ( )

No ( )

Si su respuesta es negativa gracias por su colaboración

**8) ¿Cuáles considera usted que serían las estrategias para reactivar su taller?**

Brindar un servicio personalizado ( )

Establecer sistemas integrales ( )

Disminución de precios ( )

Prestar nuevos servicios ( )

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

*Gracias por su colaboración*

## **Anexo 2. Protocolo de Bioseguridad**

### **Protocolo de Bioseguridad**

#### **Introducción**

Para reducir el impacto y la proliferación del virus se procede a establecer un protocolo de bioseguridad que podrá ser utilizado y adaptado en los talleres automotrices dando cumplimiento con todas las medidas de seguridad.

#### **Objetivo**

Establecer un protocolo de seguridad para la reactivación y apertura de los talleres automotrices multimarca.

#### **Consideraciones Generales del COVID-19**

##### **Modo de Transmisión**

La transmisión interhumana se produce por vía aérea, mediante gotas que son originadas al hablar, toser o estornudar por la persona enferma y que alcanzan a una persona capaz de padecerla.

Otro medio de transmisión del virus, son las manos u objetos inanimados contaminados con secreciones, seguidas del contacto con la mucosa de la boca, nariz u ojos.

##### **Periodo de Incubación**

El período de incubación puede ser desde 2 hasta 14 días, lo cual podría variar según el caso.

##### **Signos y Síntomas**

Los síntomas del coronavirus (COVID-19) incluyen:

- Malestar general
- Tos seca
- Dolor de garganta
- Fiebre

- Disnea (dificultad para respirar)

## Consideraciones para Trabajar

### Trabajadores/as que no Deben Asistir al Lugar de Trabajo:

- a) Personas que presenten sintomatología (tos, fiebre, dificultad al respirar, entre otros.) que pudiera estar asociada con COVID-19, hasta descartar la confirmación de un caso positivo.

### Requisitos en el Lugar de Trabajo

- b) El encargado o representante de los establecimientos de servicio y o mantenimiento automotriz, tendrá la obligación de evaluar y monitorear el estado de salud de sus trabajadores diariamente, con la finalidad de salvaguardar la integridad de los miembros de la empresa.

### Protocolo de Seguridad

- 1) Lavarse las manos: Al momento de recepción de un vehículo; previa desinfección de este y post desinfección.
- 2) Desinfectar objetos personales como: celular, gafas, lentes, etc.
- 3) Mantener una aplicación constante de alcohol o alcohol gel, sobre todo al contacto de objetos.



### Requisitos de Limpieza y Desinfección de Instalaciones

- Definición de horarios de limpieza y personal de limpieza de cada área.
- Se recomienda utilizar desinfectantes como el hipoclorito de sodio al 0.1% o alcohol al 70% para la limpieza de los objetos, superficies y materiales de uso constante; así como las superficies del baño (o cualquier otro objeto sobre el que se estornude o tosa).
- Desinfectar el vehículo al ingreso al taller de servicio, recomendando: rociadores manuales o automáticos. El exterior del vehículo debe ser desinfectado con hipoclorito de sodio al 5% y amonio cuaternario.
- Las superficies internas deben desinfectarse utilizando: un atomizador con alcohol al 70%.
- Ventilación de ambientes: La ventilación de ambientes cerrados, sobre todo en período invernal o de bajas temperaturas debe hacerse con regularidad para permitir el recambio de aire.
- El dueño del establecimiento de servicio y/o mantenimiento automotriz, mantendrá un estricto control del cumplimiento de este protocolo a través del registro de limpieza y desinfección de las áreas destinadas al expendio de repuestos y mantenimiento de los vehículos.



### Requisitos de Limpieza de Máquinas, Equipos y Herramientas

- Levantar procedimientos de limpieza de herramientas y equipos y se deberán llevar los registros relacionados como garantía del cumplimiento.



Las herramientas manuales de frecuente utilización como juegos de llaves, dados, alicates, palancas de fuerza etc., deberán desinfectarse con regularidad después de ser usados en cada vehículo.

La ropa de trabajo será expuesta a desinfección una vez terminada la jornada laboral, para lo cual todo el personal deberá tener prendas extra de vestir,

para abandonar los establecimientos.

Lávese las manos con agua y jabón o con solución a base de alcohol al 70%

inmediatamente después de manipular los equipos que haya tratado.

### **Requisitos para los Clientes**

- Verificar que los usuarios al ingresar al establecimiento mantengan el distanciamiento social y utilicen los materiales de desinfección disponibles en el establecimiento, incluida la desinfección de calzado, así como también el uso de mascarilla.
- Contar con un área de desinfección de vehículos previo trabajo y post trabajos a realizarse en donde el cliente no tenga acceso.
- Uso del alcohol gel al 70% dispuesto para clientes
- Mantener la distancia de al menos dos metros entre personas, en espacios abiertos o cerrados.

### **Acciones a Implementar**

- Colocar en el establecimiento rotulado visible de número de emergencia 911 o 171.
- Establecer señalética que indique se mantenga la distancia entre personal y personas usuarias



- Establecer señalética informando el Uso Obligatorio de Equipo de Protección Personal para toda persona que ingrese en los establecimientos que se rigen en este documento.
- La capacidad y aforo de los establecimientos será el que corresponde a la semaforización establecida por el COE Cantonal.
- Redistribución del aforo del local de acuerdo con las recomendaciones de distanciamiento social (dos (2) metros en espacios abiertos)