

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN
AUTOMOTRIZ BOGOTÁ



JAIME ANDRES RIVERA MIRANDA
SERGIO LEANDRO COLORADO CASTAÑEDA

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA LOGISTICA
SANTAFÉ DE BOGOTA

2012

1

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN
AUTOMOTRIZ BOGOTÁ



JAIME ANDRES RIVERA MIRANDA
SERGIO LEANDRO COLORADO CASTAÑEDA

INFORME FINAL DE INVESTIGACION (IFI)

PRESENTADO A:
DR. VICTOR ROBAYO

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA LOGISTICA
SANTAFÉ DE BOGOTA

2012

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN
AUTOMOTRIZ BOGOTÁ

Jaime Andres Rivera Miranda

UNIVERSIDAD EAN

Cel: 316 3569021

e-mail: janriver79@hotmail.com

Sergio Colorado Castañeda

UNIVERSIDAD EAN

Cel: 314 3607770

e-mail: sergio.lcc82@hotmail.com

RESUMEN EJECUTIVO

La razón de crear la empresa AMIGA S.A.S es la falta de respaldo técnico automotriz con que se cuenta en la capital del país; los propietarios de los vehículos siempre tienen que buscar el taller automotor, en muchas ocasiones tienen que solicitar citas previas con varios días de anticipación y la intervención de su auto dura entre tres y cuatro días en el mejor de los casos, ocasionando de esta manera pérdidas de tiempo y la no disponibilidad del equipo.

Estos factores generan desconfianza y malestar entre los clientes, quienes desearían tener un lugar o un servicio acorde a sus expectativas, que tuviera en cuenta las necesidades reales de los clientes e involucre el tiempo como un recurso valioso que de alguna manera, debe ser recuperado.

Es allí donde Amiga puede dar una mano y llegar directamente al domicilio, trabajo o donde el cliente determine que es necesario realizar el diagnóstico y mantenimiento de su vehículo para garantizar la rapidez y efectividad del diagnóstico y mantenimiento.

Mercado

El segmento del mercado que atacaremos inicialmente son los aproximadamente 200.000 vehículos tipo automóvil de modelo reciente en la ciudad de Bogotá (inicialmente) y alrededores, de esto se espera capturar el 1% del mercado, que equivalen a unos 2.000 vehículos atendidos al año. Otro sector que se atendería son

las flotas de vehículos en empresas del sector comercial, de ese mercado serian 60.000 vehículos utilitarios y de carga de los cuales se espera capturar un 1% que equivale a la atención de 600 vehículos al año.

Ventajas competitivas

La mayor ventaja operacional es la flexibilidad en los servicios prestados (diagnóstico, reparaciones en sitio y administración de flota) sin quitarle tiempo al cliente ya que la reparación se puede realizar donde y cuando este lo indique.

La promesa de entrega se hará tan pronto como se haga el diagnóstico, garantizando por todos los medios cumplir en los términos con el tiempo y la reparación de la falla.

Adicional, todos los beneficios de contar con personal técnico calificado e instrumentos de última tecnología para el diagnóstico rápido y eficaz del mantenimiento, con la respectiva trazabilidad de reparaciones o inspecciones por vehículo.

Fortalezas con respecto a la competencia

Aseguradoras

Se aprovechará que el servicio prestado por las aseguradoras tiene un costo mensual o anual dependiendo la cobertura y la clase de seguro que se pague, esto ya ata al usuario a una cuota alta que no sabrá si va a utilizar en el transcurso de la cláusula de permanencia que usualmente es un año.

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) tendrá como objetivo brindar al cliente un servicio similar pero con la ventaja de no tener que pagar una mensualidad o cuota; se pagará solo el diagnóstico y el servicio de mantenimiento ya sea correctivo, preventivo o embellecimiento según sea el caso en el momento y el lugar que disponga el cliente.

Talleres de concesionario

Tan pronto se acaba la garantía por la compra de un vehículo en un concesionario, la persona debe pagar sobre costos y someterse usualmente a la burocracia de estos, en si aplica o no determinados mantenimientos y repuestos el uso de la garantía, adicional a la pérdida de tiempo que conlleva hacer todos estos trámites.

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) ve como una oportunidad esta falta de aprecio de los concesionarios sobre sus clientes, y les ofrece la oportunidad de no perder tiempo en protocolos y burocracia para la atención, realizando un servicio técnico con la mejor tecnología de punta, en el momento y lugar que el cliente indique y sin tener que solicitar permisos laborales o

perder tiempo precioso que puede utilizar en otras actividades, mientras ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) realiza el diagnóstico y mantenimiento indicado al vehículo al menor costo del mercado de los talleres convencionales y con el mismo grado de calidad que un concesionario.

Talleres convencionales

La tercera forma de competencia son los mismos talleres de mecánica convencional y donde se reúne la mayor parte del mercado que se quiere atacar, ya que son de fácil acceso y es de carácter más económico que las opciones 1 y 2 vistas anteriormente. De la misma forma tiene bastantes debilidades ya que por la demanda que se tiene al tipo de organización y cultura de este sector, no se piensa en la atención máxima al cliente, se piensa solo en arreglar carros de forma rápida y barata.

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) Brindará a sus clientes accesibilidad al servicio de mecánica automotriz a domicilio con costos reducidos en los mantenimientos realizados, y pactando con el cliente un plazo de entrega del trabajo tan pronto como se haga el diagnóstico. Adicional contará con un servicio de garantía del mantenimiento realizado, y tendrá derecho a un diagnóstico después de la reparación para descartar cualquier falla adicional a la inicialmente detectada.

Capital de trabajo

El Capital requerido para el inicio del proyecto es de \$109.504.136, de los cuales se tienen 50 millones de recursos propios provenientes de ahorros de la actividad laboral de los socios, y un capital a financiar por valor de \$56.488.364, el cual se pagará por los próximos 4 años con una cuota fija en pesos (se valora a una tasa de 1%).

Tabla1. Plan de inversión y financiación del proyecto, fuente los autores

2- PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION					
CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima	-1.507.886	3.015.771			1.507.886
Inventario productos en proceso					
Inventario productos terminados					
Cartera	28.618.750				28.618.750
Inversiones diferidas	430.000				430.000
Caja	7.947.500				7.947.500
Total capital de trabajo	35.488.364	3.015.771			38.504.136

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION AÑO 1
Terrenos							
Construcciones						1	
Total maquinaria y equipo				22.000.000	22.000.000	6	3.666.667
Herramientas				5.000.000	5.000.000		
gato hidraulico				6.000.000	6.000.000		
compresor				1.000.000	1.000.000		
Scanner vehiculos				10.000.000	10.000.000		
Total muebles y enseres:				14.000.000	14.000.000	12	1.166.667
muebles oficinas				8.000.000	8.000.000		
computadores				6.000.000	6.000.000		
Vehiculos:	21.000.000			14.000.000	35.000.000	15	2.333.333
unidad móvil de mantenimiento	21.000.000			14.000.000	35.000.000		
Total inversión fija	21.000.000			50.000.000	71.000.000	34	7.166.667
Inversión Total	56.488.364			50.000.000	109.504.136	34	7.166.667
Participación %	51,59%			45,66%	100,00%		

Fuente: Los autores

Ventas e indicadores económicos

Las ventas anuales ascenderán a los 500 millones de pesos aproximadamente de acuerdo al mix de servicios que se prestará a los clientes y que como resumen se puede evidenciar que se llegará con estas estimaciones a los 100 millones de pesos anuales de rentabilidad neta, que puede ser repartida entre los socios o recapitalizada para redimensionar el negocio.

Tabla 2. Estado de pérdidas y ganancias de la empresa AMIGA

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	457.900.000	476.216.000	495.264.640	515.075.226	535.678.235
Costo Materia Prima	36.189.257	37.636.828	39.142.301	40.707.993	42.336.312
Depreciaciones	7.166.667	7.166.667	7.166.667	7.166.667	7.166.667
Costos Indirectos de Fabricación	16.560.000	17.139.600	17.739.486	18.360.368	19.002.981
Mano de Obra	118.731.334	122.886.930	127.187.973	131.639.552	136.246.936
TOTAL COSTO DE VENTAS	178.647.258	184.830.024	191.236.426	197.874.579	204.752.896
UTILIDAD BRUTA	279.252.742	291.385.976	304.028.214	317.200.646	330.925.338
Salarios de Administración	79.154.222	81.924.620	84.791.982	87.759.701	90.831.291
Gastos de Administración	14.400.000	14.904.000	15.425.640	15.965.537	16.524.331
Salarios de Ventas	26.984.394	27.928.848	28.906.357	29.918.080	30.965.213
Gastos de Ventas	9.780.000	10.122.300	10.476.581	10.843.261	11.222.775
Amortización del Diferido	430.000				
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	130.748.616	134.879.768	139.600.560	144.486.579	149.543.610
UTILIDAD OPERACIONAL	148.504.126	156.506.208	164.427.654	172.714.067	181.381.729
Intereses Crédito	6.148.878	4.664.798	2.992.500	1.108.113	
Otros Intereses					
Ley Mipyme					
Comisión FNG					
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	6.148.878	4.664.798	2.992.500	1.108.113	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	142.355.249	151.841.409	161.435.154	171.605.953	181.381.729
Impuesto de Renta	49.824.337	53.144.493	56.502.304	60.062.084	63.483.605
UTILIDAD NETA	92.530.912	98.696.916	104.932.850	111.543.870	117.898.124

Fuente: los autores

En la siguiente tabla se presentan los principales indicadores financieros que nos permiten asegurar que el proyecto es económicamente viable y rentable, adicionalmente se evidencia que si existe un mercado asegurado para lograr las metas propuestas.

Tabla 3. Indicadores financieros del proyecto,

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	2,2	2,9	2,8	3,1	3,2
Endeudamiento (%)	46,79%	32,59%	29,53%	26,15%	26,17%
Rentabilidad Neta (%)	20,21%	20,73%	21,19%	21,66%	22,01%
Otra información financiera					
VAN	94.045.796				
TIR	4,8%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	213.732.755				

Fuente: Los autores

En cuanto a liquidez el indicador nos demuestra que por cada \$1 que se tiene de pasivo corriente, se cuenta con \$2,2 de respaldo en activo corriente para el primer año y de \$3,2 para el año 5, con lo cual se demuestra una liquidez sólida.

El nivel de endeudamiento para el primer año se tiene en 46,8% y para el 5 año en tan solo el 26%, esto demuestra cómo la empresa podrá respaldar sus obligaciones y mejorarlas. Es decir que por cada 1\$ que se tiene se debe 47 y 26 centavos respectivamente.

Por otra parte la rentabilidad neta se mantiene entre el 20,21% del primer año y del 22,01% en el 5 año, lo cual nos indica un negocio estable en condiciones normales; el Valor Presente Neto VAN arroja un valor de \$ 94.045.796 y una TIR de 4,8% con lo cual se evidencia que el dinero de los inversionistas tendrán una buena rentabilidad.

Perfil de los Emprendedores

Jaime Andres Rivera.

Ingeniero industrial de la Universidad Cooperativa de Colombia; Actualmente se desempeña como profesional de planeación en la empresa Telefónica Telecom, también se desempeñó como Coordinador de Abastecimiento de la línea cerámica en la empresa Alfagres S.A y Coordinador de recepción de materiales en la empresa Quala S.A.

Sergio Colorado Castañeda.

Ingeniero y Tecnólogo Mecánico de la Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas; Actualmente se desempeña como Supervisor Nacional de Vehículos del Grupo Bimbo de Colombia S.A, También se desempeñó como Jefe de Mantenimiento Automotor en Coca Cola FEMSA y Coordinador de Mantenimiento en Cine Colombia S.A.

GLOSARIO

AMIGA Quick Service móvil: Unidad Móvil de Mantenimiento Amiga

Escáner GDS: Equipo de Diagnóstico Sistemas de Inyección Hyundai

PIR: Pedido Interno de Repuesto

Contenido

1	MODULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO.....	13
1.1	JUSTIFICACIÓN.....	13
1.2	NOMBRE DE LA EMPRESA	13
1.3	TIPO DE EMPRESA.....	13
1.4	UBICACIÓN Y TAMAÑO	13
1.5	VISION.	14
1.6	MISIÓN.....	14
1.7	OBJETIVOS.....	15
1.7.1	Objetivos a corto plazo: (6 Meses)	15
1.7.2	Objetivos a mediano Plazo: (De 6 meses A 2 años)	15
1.7.3	Objetivos a largo plazo: (De 2 años DE 5 años).....	16
1.8	VENTAJAS COMPETITIVAS. VALOR	16
1.8.1	Ventaja Comercial.	16
1.8.2	Ventajas Técnicas.	16
1.8.3	Ventajas Operacionales.	17
1.8.4	Ventajas Financieras.....	18
1.9	PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES.	18
2	MODULO 2: MERCADEO.....	19
2.1	ANÁLISIS DEL MERCADO	19
2.1.1	Segmento del mercado:	19
2.1.2	Características del segmento de mercado:	19
2.2	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	20
2.3	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	23
2.3.1	Aseguradoras	24
2.3.2	Talleres de concesionarios.....	25
2.3.3	Talleres de mecánica convencional.....	26
2.4	ESTUDIO DE MERCADO.....	26
2.4.1	Objetivo del estudio	26
2.4.2	Aplicación de la encuesta.....	27
2.4.3	Encuesta tipo.....	27
2.4.4	Resultados Obtenidos.	28
2.4.5	Conclusiones del estudio realizado	29

2.5	ESTRATEGIAS.....	35
2.5.1	Estrategia de mercado	35
2.5.2	Estrategias de precios:.....	36
2.5.3	Estrategias de promoción:.....	37
2.5.4	Estrategias de comunicación:.....	38
2.5.5	Estrategias de servicio	39
2.6	PLAN DE VENTAS	42
3	MODULO 3: TÉCNICO (PRODUCTO Y/O SERVICIO)	44
3.1	CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	44
3.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	45
3.3	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	47
3.3.1	Recursos y requerimientos.....	47
3.3.2	Insumos y materiales.....	50
4	MODULO 4: ORGANIZACIÓN.....	51
4.1	CONCEPTO DE NEGOCIO – FUNCIÓN EMPRESARIAL.....	51
4.1.1	Estructura organizacional	51
4.1.2	Descripción del cargo	52
4.2	ANÁLISIS DOFA.....	54
4.2.1	Debilidades.....	55
4.2.2	Oportunidades.....	55
4.2.3	Fortalezas.....	55
4.2.4	Amenazas	56
4.3	ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS.	56
4.4	MARCO LEGAL.....	56
5	MODULO 5: FINANZAS.....	57
5.1	SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.....	57
5.2	BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO	58
5.3	ESTADO DE GANANCIAS O PÉRDIDAS PROYECTADO	58
5.4	FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO:	60
5.5	EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	60
6	BLIBLIOGRAFIA	62

1 MODULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1 JUSTIFICACIÓN

La razón de incursionar en el negocio es la falta de respaldo técnico automotriz con que se cuenta en la capital del país, los propietarios de los vehículos siempre tienen que buscar el taller automotor, en muchas ocasiones solicitar citas previas con varios días de anticipación y la intervención de su auto dura entre dos y tres días, ocasionando de esta manera pérdidas de tiempo y la no disponibilidad del equipo.

Hay muchos propietarios de vehículos que no tienen conocimiento del mantenimiento preventivo y correctivo que se debe realizar a sus máquinas, sin nombrar la falta de confianza que se genera al llevarlo a un taller y no obtener la respuesta adecuada y el servicio esperado al momento de realizar un diagnóstico en un taller automotriz tradicional, deben esperar a que se gane esta confianza con las posteriores visitas al mismo lugar.

Se desea brindar un servicio amigable y cordial al propietario de vehículo, brindando un enfoque en todos los requerimientos que este solicite: mantenimiento preventivo, correctivo, embellecimiento, accesorios y lo más importante, en el lugar y momento que el cliente lo requiera.

Cabe resaltar que el conocimiento en la administración del área automotriz, la rentabilidad, el incremento del sector vehicular junto con la desatención, integralidad, falta de capacidad y reacción oportuna de centros de servicio de la ciudad, son aspectos que hacen que este negocio sea un campo con muchas oportunidades y esperanzas financieras para incursionar.

1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

Asistencia Mecánica Integral con Gestión Automotriz.

A.M.I.G.A.

1.3 TIPO DE EMPRESA

Empresa de Servicios de mantenimiento preventivo y correctivo del sector automotriz.

1.4 UBICACIÓN Y TAMAÑO

La Empresa tendrá sede administrativa en Bogotá, contará con aproximadamente 14 personas directas entre personal técnico y administrativo apoyada de varios proveedores estratégicos.

Nuestras instalaciones cuentan con un área superior a 2000Mts², donde ofrecemos servicio automotriz integral: Taller de Servicio, Servicio Rápido de Mantenimiento y Almacén de Repuestos. Poseemos una infraestructura de alta tecnología que nos permite ser líderes en el mercado. Siendo nuestra compañía la mejor opción en servicio postventa.

Adicionalmente, se cuenta con un área de servicio rápido “**EXPRESS**” manejado por técnicos especializados en reparaciones inmediatas de todas las marcas.

En el área de Servicio técnico especializado y rápido se cuenta con:

- ✓ 6 elevadores para servicio técnico portátiles y con capacidad de 5.500 Kg. cada uno.
- ✓ Equipo especial de calibración para bombas de inyección,
- ✓ Banco lavador de inyectores.
- ✓ VCAPS (Computador especializado en diagnóstico)
- ✓ Escáner multimarcas.
- ✓ NGS (Equipo de análisis de fallas)
- ✓ Herramientas neumáticas, hidráulicas
- ✓ Equipo de medición de opacidad
- ✓ Analizador de gases
- ✓ Variedad de llaves para diferentes líneas de vehículos.

1.5 VISION.

Posicionarnos como un servicio técnico automotriz a Domicilio en los próximos 2 años a nivel de Bogotá y poblaciones aledañas, disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana en los 365 días del año; confiable y con personal con valores claros, calificado y certificado que garanticen un excelente servicio y técnico a nuestros clientes.

Ofrecer un servicio automotriz integral de calidad, satisfacer la expectativa de nuestros clientes, asegurar la excelencia de nuestro servicio a un precio justo, con honestidad, entrega a tiempo, con la confianza de que su vehículo está en el mejor taller automotriz, con una atención especial y personalizada para cada vehículo.

1.6 MISIÓN.

Ser el proveedor confiable y preferido por nuestros clientes con flota de vehículos propios utilizados en operaciones comerciales, brindando siempre una ventaja competitiva y un constante valor agregado, gracias a nuestro acompañamiento y trazabilidad de cada uno de los vehículos con técnicos certificados y detección de averías con tecnología de punta.

Ser el Taller automotriz domiciliario preferido por los dueños de vehículos particulares de Bogotá, a través de la satisfacción y la calidad de nuestro servicio a

domicilio y el diagnóstico acertado con nuestras herramientas de tecnología de punta.

1.7 OBJETIVOS

1.7.1 Objetivos a corto plazo: (6 Meses)

- Contar con una base de colaboradores establecida en instalaciones adecuadas y con el equipo móvil que se utilizara para prestar la asistencia técnica.
- Tener una base de clientes con más de 500 vehículos.
- Establecer contrataciones con flotillas de vehículos en la ciudad de Bogotá y alrededores.
- Realizar acuerdos de servicios con proveedores importadores de repuestos y accesorios de la línea automotriz.
- Establecer contactos con empresas privadas, publicas, colegios y fundaciones en donde se preste el servicio de asistencia en el lugar de trabajo.
- Responde adecuadamente y oportunamente a la queja de nuestros clientes.
- Lograr la satisfacción de nuestros clientes
- Apertura de nuevas oportunidades en el mercado
- Lograr mejor organización y control de los procesos de reparación.
- Aumentar la capacidad de reparaciones

1.7.2 Objetivos a mediano Plazo: (De 6 meses A 2 años)

- Ampliar la base de técnicos certificados y establecer la figura de administrador de flotas.
- Aumentar la base de clientes con más de 500 vehículos intervenidos.
- Solidificar las contrataciones ya existentes y formar parte del grupo de proveedores en empresas de rentado de vehículos en la zona central del país.
- Contar con un grupo de trabajo unido y comprometido en dar un excelente servicio, soporte técnico y resultados, sintiendo la empresa como su mejor fuente de empleo y un ambiente laboral agradable.

- generar mayores utilidades para invertir en tecnología y dar capacitación a la gente para presta un mejor servicio de posventa y calidad en el servicio al cliente.
- lograr una mayor participación en el mercado.
- ser una marca líder en el mercado.
- Crecer como empresa en el mercado de automotriz.
- incrementar las ventas.
- obtener una mayor rentabilidad.

1.7.3 Objetivos a largo plazo: (De 2 años DE 5 años)

- Contar con una estructura empresarial basada en Administradores de flota que a su vez tienen el respaldo de técnicos especializado en la línea automotriz de vehículos pequeños, livianos y pesados.
- Establecer vínculos con proveedores internacionales que faciliten la obtención y consecución de repuestos y accesorios automotrices.
- Tener ofertas comerciales con clientes por más 1500 vehículos administrados totalmente.
- Ser el proveedor integral automotriz preferido por propietarios de flotillas de vehículos de servicio particular y publico a nivel nacional.
- Ser importador directo de piezas y accesorios automotrices teniendo alianzas estratégicas con proveedores internacionales.
- Tener un grupo de colaboradores con funciones claras, comprometidos con la misión, visión y objetivos de la empresa.
- Ser reconocidos como proveedor autorizado de marcas reconocidas como Chevrolet, Hyundai, Mazda y Renault.

1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS. VALOR

1.8.1 Ventaja Comercial.

- Cada vehículo será inspeccionado por un técnico y tendrá una carpeta en donde tendrá todo el historial de los mantenimientos realizados, adicionalmente contara con un check list cada 5 meses en donde se le hará un seguimiento a cada vehículo.

1.8.2 Ventajas Técnicas.

- Se cuenta con todos los accesorios y repuestos totalmente originales, permitiendo de esta manera una duración y trabajo garantizado.

- Se utilizan herramientas originales de las casas matrices de los vehículos garantizando un desmontaje y montaje sin daños en las piezas originales del vehículo.
- El personal técnico es profesional certificado, con amplia experiencia comprobada en marcas reconocidas; contando con un continuo aprendizaje en las nuevas tecnologías.
- Cada vehículo será inspeccionado por un técnico y tendrá una carpeta en donde tendrá todo el historial de los mantenimientos realizados, adicionalmente contara con un check list cada 5 meses en donde se le hará un seguimiento a cada vehículo.
- Software de programación de mantenimiento preventivo, el cual se pondrá a su disposición para el manejo de su flota.
- Capacitación sobre producto, operación y mantenimiento de vehículos.

1.8.3 Ventajas Operacionales.

- Se cuenta con personal disponible las 24 horas del día, los 7 días a la semana, dotados de vehículos propios y herramienta de alta calidad y variedad; de tal manera que se podrá asistir sin inconveniente cualquier tipo de mantenimiento en cualquier sector de la capital y sus alrededores.
- La mayor ventaja operacional es la flexibilidad en los servicios prestados (diagnóstico, reparaciones en sitio y administración de flota) sin quitarle tiempo al cliente ya que la reparación se puede realizar donde y cuando el cliente lo indique.
- La promesa de entrega se hará tan pronto como se haga el diagnóstico, garantizando por todos los medios cumplir en los términos con el tiempo y la reparación de la falla.
- Prioridad en tiempos de recepción y trabajo de los vehículos.
- Crédito a 30 días, para mantenimientos.
- Suministro de una mano de obra calificada y repuestos originales.
- Horario adicional, en nuestro taller:

Lunes a viernes de: 6:00 a.m. a 10 p.m.

Sábados: 7:00 a.m. a 12 m

- Agendamiento de citas, en la línea directa, para que usted optimice su tiempo.

- Carro taller equipado para realizar en su Empresa el mantenimiento preventivo a su flotilla de vehículos.

1.8.4 Ventajas Financieras.

- Todos los trabajos realizados tendrán garantía incrementando el respaldo y credibilidad de la empresa, el costo está muy ligado al valor hora concesionario en donde usted no pagará más por tener el concesionario en su casa u oficina, todos los mantenimientos que se requieran sean de tipo mecánico, eléctrico, llantas, lubricación entre otros se realizaran en el mismo sitio y sin costo adicional.
- Se crea EL CLIENTE FIEL AMIGA, que se dará a los clientes fieles descuentos en servicios y productos, asesorías, invitaciones a eventos, obsequios entre otros valores agregados.
- **Descuentos** en repuestos originales del **10%**.
- Créditos y financiación extensivos para Taller y Repuestos

1.9 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES.

Jaime Andres Rivera.

Ingeniero industrial de la Universidad Cooperativa de Colombia; Actualmente se desempeña como profesional de planeación en la empresa Telefónica Telecom, también se desempeñó como Coordinador de Abastecimiento de la línea cerámica en la empresa Alfagres S.A y Coordinador de recepción de materiales en la empresa Quala S.A.

Sergio Colorado Castañeda.

Ingeniero y Tecnólogo Mecánico de la Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas; Actualmente se desempeña como Supervisor Nacional de Vehículos del Grupo Bimbo de Colombia S.A, También se desempeñó como Jefe de Mantenimiento Automotor en Coca Cola FEMSA y Coordinador de Mantenimiento en Cine Colombia S.A.

2 MODULO 2: MERCADEO

2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1.1 Segmento del mercado:

El segmento del mercado que atacaremos inicialmente son los aproximadamente 200.000 vehículos tipo automóvil de modelo reciente en la ciudad de Bogotá (inicialmente) y alrededores, que se domicilian en Bogotá, y que cuentan con la última tecnología de revisión por scanner y computador en el análisis de las fallas, de esto se espera capturar el 1% del mercado, que equivalen a unos 2.000 vehículos atendidos al año. Otro sector que se atendería son Las flotillas de vehículos en empresas del sector comercial, vehículos con pólizas colectivas otorgadas a grupos de empresas u organizaciones, buscando optimizar la operación de las empresas para que se enfoquen en su verdadera razón de negocio. De ese mercado serian 60.000 vehículos utilitarios y de carga de los cuales se espera capturar un 1% que equivale a la atención de 600 vehículos al año.

2.1.2 Características del segmento de mercado:

En Bogotá en la última década hubo un incremento de vehículos del 105%, en el 2002 había aproximadamente 590 mil vehículos particulares y en el 2012 se espera una cantidad aproximada de 1.300.000 vehículos. De estos el 45% son vehículos que no superan los diez años de antigüedad, si se descuenta 120 mil vehículos nuevos por año vendidos en Bogotá, en los últimos tres años tenemos un total aproximado de 940.000 clientes potenciales que no tienen cubrimiento de garantía por parte del fabricante¹.

¹ 07 - Boletín de prensa agosto 2011 CIFRAS JUNIO_20110801_103044.pdf, cifras de la ANDI

Tabla 4: Resumen mensual de ventas

COMITÉ AUTOMOTOR - ECONOMETRÍA S.A.									
RESUMEN MENSUAL DE VENTAS A DETAL									
PARA EL PERIODO 2007 A 2011									
Mes	Año	Automóviles	Taxis	Utilitarios	Pick Up	Vanes	Comerciales de carga	Comerciales pasajeros	Total Sector
Acumulado	2007	133.427	24.437	31.095	25.283	8.535	24.998	5.259	253.034
Acumulado	2008	119.385	16.331	32.941	22.643	7.735	15.910	4.553	219.498
Acumulado	2009	103.246	17.000	28.683	16.632	6.170	9.083	4.315	185.129
Acumulado	2010	138.287	18.967	47.079	25.708	7.928	12.115	3.785	253.869
Enero	2.011	11.028	1.455	3.510	2.294	862	1418	204	20.771
Febrero	2.011	13.913	1.637	4.591	2.538	1081	1481	286	25.527
Marzo	2.011	19.234	1.634	5.127	3.053	1113	1796	363	32.320
Abril	2.011	14.022	1.363	4.330	2.335	616	1459	239	24.364
Mayo	2.011	16.938	1.523	4.294	2.753	931	1563	203	28.205
Junio	2.011	16.343	1.652	4.272	2.307	1008	1296	152	27.030
Julio	2.011								0
Agosto	2.011								0
Septiembre	2.011								0
Octubre	2.011								0
Noviembre	2.011								0
Diciembre	2.011								0
Diciembre	2.011								0
Acumulado		91.478	9.264	26.124	15.280	5.611	9.013	1.447	158.217

Fuente: Cálculos Econometría S.A. con base en cifras reportadas por las empresas, estadísticas de la DIAN y sobordos de importación.

De esta cantidad, nos enfocamos en los usuarios que no tienen tiempo disponible para llevar su vehículo al taller y mucho menos para hacerle seguimiento a las rutinas preventivas que se requieren para sus vehículos; si a esto le agregamos las condiciones de las vías de la capital y la falta de cultura vial, se contempla un amplio mercado por satisfacer en la ciudad de Bogotá.

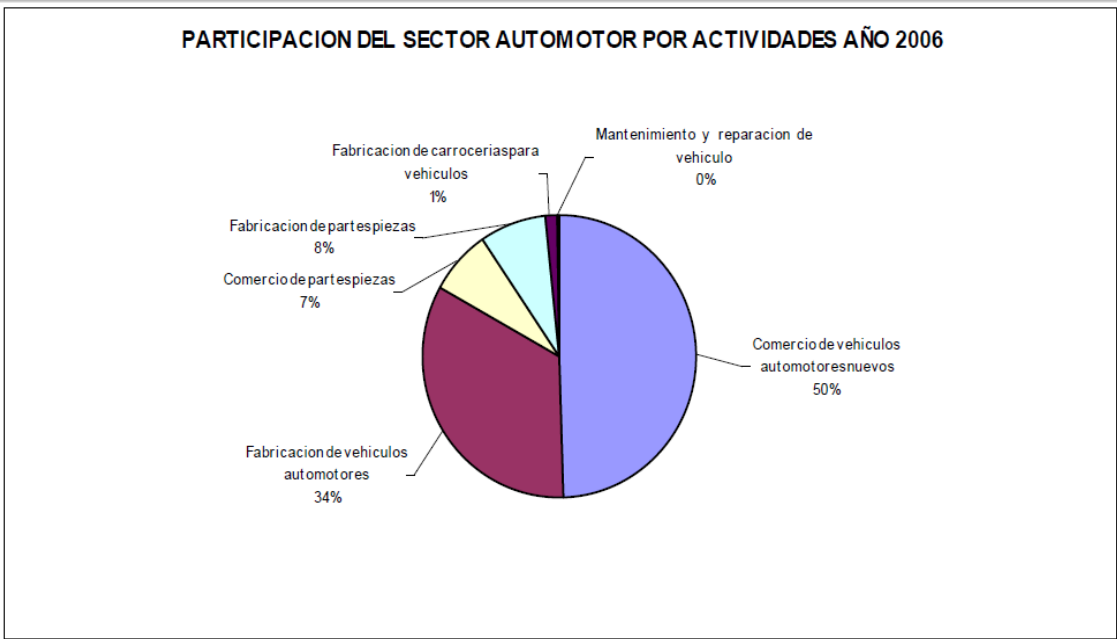
Hablando en cifras se tiene un enfoque potencial de clientes de algo más que 500.000 vehículos particulares, sin incluir flotas pequeñas, medianas y grandes de servicio público tipo reparto, transporte de personas y mercancías de no más de tres toneladas, montacargas entre otros. Si se multiplica por \$300.000 que es lo mínimo que debe gastar en mantenimiento por cambio de aceite en un vehículo tenemos una cifra de \$150.000 millones de pesos al año.

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

Aunque es un sector muy competido, no se tienen datos regulares acerca del comportamiento económico por varias razones, entre ellas la informalidad de los negocios de mantenimiento automotriz, y las múltiples facetas y variantes que ha tenido el sector en los últimos tiempos por los cambios tecnológicos de los nuevos vehículos. Adicional que la mayoría de estos negocios se crea con una razón social

de persona natural y no jurídica. Muestra de esta situación se puede observar en el cuadro adjunto de la superintendencia de sociedades donde la participación en el sector² mantenimiento y reparación de vehículos es del 0% y podría relacionarse con el sector del comercio de partes y piezas, pero se quedaría por fuera toda la mano de obra calificada y no calificada que emplea este sector para su ejecución:

Tabla 5: Participación del sector automotor



Fuente: SIREM, supersociedades.gov.co/SIREM/files/SECTORAUTOMOTRIZ.PDF

Después de este año sale de la estadística del sector automotor de la superintendencia de sociedades.

Hay un estudio sobre el sector que se realizó para un plan de mejoramiento del medio ambiente en Bogotá que realizó el DAMA, el cual nos enumera los siguientes datos del sector:

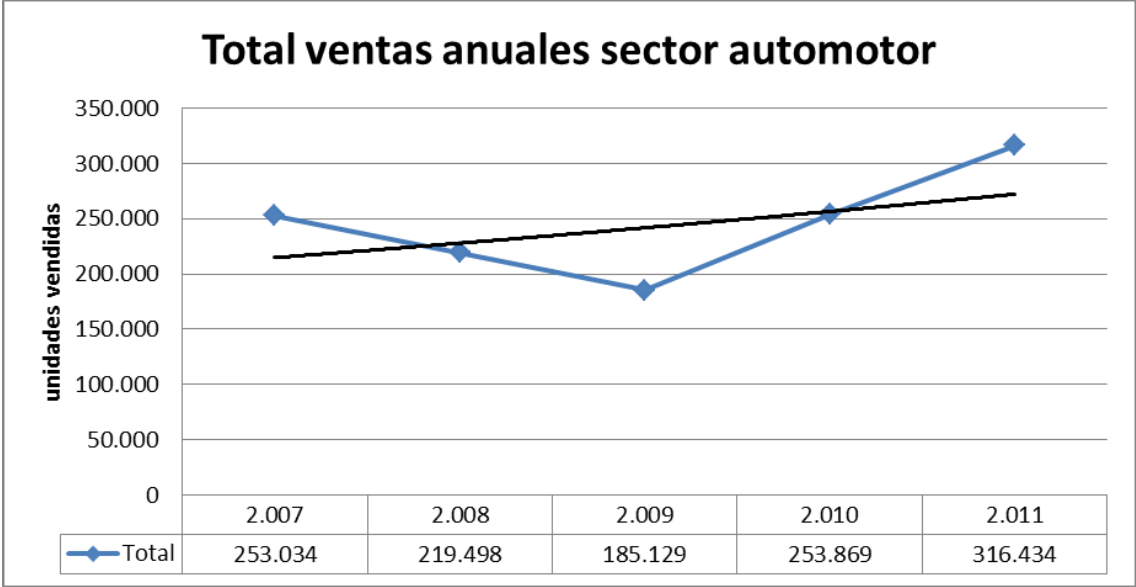
“La actividad de servicio automotriz en la ciudad de Bogotá está comprendida por los subsectores de mecánica automotriz con el CIIU G502005 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores; lubricación el cual se identifica con el CIIU G505153 Establecimientos de servicio, lavado, engrase y cambio de aceite; latonería y pintura bajo el CIIU G502006 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores latonería y pintura; y por último el lavado de vehículos con el CIIU G502001 Actividades de lavado y lustrado de vehículos automotores. Se considera un sector de alta importancia no solo porque su aporte al PIB del país es de 7.2

² sirem.supersociedades.gov.co/SIREM/files/SECTORAUTOMOTRIZ.pdf

billones en mano de obra y el parque automotor presenta un crecimiento sostenido del 7.5% anual sino también por la significancia ambiental de sus actividades.”³

Aquí se observa que esta industria genera un importante aporte a la economía del país, y que por ser un área de servicio, es un sector que promete incrementar su potencial como bien lo dice el artículo por el auge en la venta de vehículos, generada por las facilidades que ha dado el sector financiero y el ingreso del mercado chino al país.

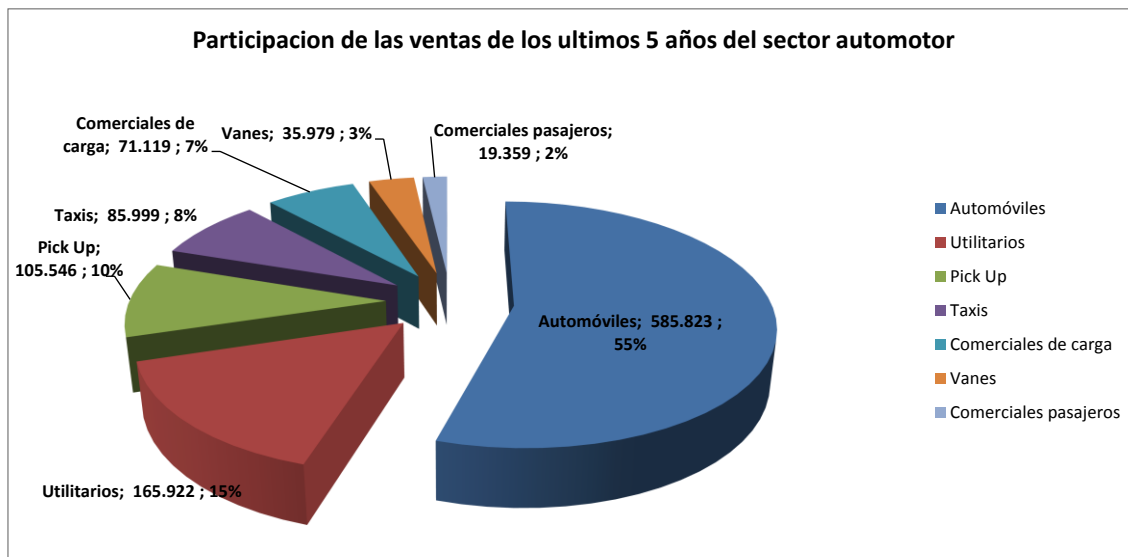
Tabla 6: Ventas anuales sector automotor



Fuente: sirem.supersociedades.gov.co/SIREM/files/SECTORAUTOMOTRIZ.pdf

³ acercar.ambientebogota.gov.co, Oportunidades de producción más limpia en el sector de servicio automotriz, pag 11

Tabla 7: Participación ventas últimos 5 años del sector automotor



Fuente: sirem.supersociedades.gov.co/SIREM/files/SECTORAUTOMOTRIZ.pdf

En el sector automotriz tenemos que la realización de los mantenimientos de los vehículos está localizado en dos grandes grupos, el 35% de los usuarios utilizan los concesionarios autorizados, el 60% talleres pequeños y el 5% hacen la intervención personalmente.

De esta manera los **85** concesionarios existentes en Bogotá más los más 16.000 talleres de los cuales aparecen 7.000 en el directorio telefónico y otros 2.000 aparecen inscritos a Fenalco adicional a los 450 registrados en la cámara de comercio de Bogotá, son los lugares más utilizados por los capitalinos para realizar los mantenimientos de sus vehículos.

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

A continuación se enumeran nuestros tres principales competidores en el mercado, describiendo sus principales ventajas y sus debilidades para comprender que la empresa ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) aprovecha las principales falencias que existen en el sector del servicio automotriz:

2.3.1 Aseguradoras

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> _ Asistencia mecánica en sitio(a domicilio). _ Tiempo de respuesta para la atención en sitio de 30 minutos. _ Asistencia las 24 horas del día los 7 días de la semana los 365 días del año. _ Servicios de ambulancia en caso de accidente. _ Reembolsos de todos los gastos que tenga el conductor en caso de accidente. _ Asesoría jurídica en caso de accidente. _ Indemnización en caso de accidentes. 	<ul style="list-style-type: none"> _ Debe pagar la prima o mensualidad por lo general alta para estratos medios o bajos para mantener los beneficios durante el tiempo que permanezca la cláusula de pertenencia. _ Se deben firmar cláusulas de permanencia. _ No cubren repuestos que sean piezas de desgaste. _ Se puede perder la garantía si no cumple determinadas cláusulas como el kilometraje recorrido para revisión. _ Claramente tiene como objetivo los estratos altos y carros de alta gama.

Consideramos que esta es una buena competencia y la primera ya que tiene servicios muy parecidos a los que vamos a brindar, y la forma en la que lo consigue tiene una forma de operar muy similar. Se aprovechará que el servicio prestado por las aseguradoras tiene un costo mensual o anual dependiendo la cobertura y la clase de seguro que se pague, esto ya sujeta al usuario a una cuota alta que no sabrá si va a utilizar en el transcurso de la cláusula de permanencia que usualmente es un año.

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) tendrá como objetivo brindar al cliente un servicio similar pero con la ventaja de no tener que pagar una mensualidad o cuota; se pagará solo el diagnóstico y el servicio de mantenimiento ya sea correctivo, preventivo o embellecimiento según sea el caso en el momento y el lugar que disponga el cliente.

2.3.2 Talleres de concesionarios

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> _ Son expertos y especializados en la marca del carro del concesionario. _ Tienen inventario de repuestos y conocen cuales son los más críticos. _ Tecnología de punta especializada en el vehículo. _ Servicio posventa mientras el carro tenga garantía. _ Mantenimiento preventivo mientras dura la garantía. _ Call center de asesoría en caso de inconvenientes durante la garantía. _ Instalaciones adecuadas para las revisiones y las reparaciones. _ Rapidez en el diagnóstico. _ Embellecimiento gratuito de vehículo. _ Todo vehículo que ingresa debe tener un inventario de ingreso. _ Garantía de las reparaciones Realizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> _ Solo es beneficioso para la persona que compró carro nuevo o usado en el concesionario. _ Es más costoso que un taller convencional. _ Después que se acaba la garantía no hay ventajas. _ este servicio de taller solo está especializado en los carros de la marca del concesionario. _ No cubre piezas de desgaste. _ Aunque el tiempo de diagnóstico es corto, la reparación suele demorarse por el flujo de vehículos, por esta razón el dueño del vehículo puede perder tiempo laboral mientras soluciona el problema. _ Si no se realizan los mantenimientos preventivos y correctivos que mandan la fábrica la unidad pierde la garantía total. _ Si no se cuenta con el repuesto la unidad permanece inmovilizada hasta que llegue el repuesto que se va a reemplazar.

La segunda opción de competencia son los talleres de los concesionarios, ya que brindan asistencia técnica de alta calidad en un local establecido para tal fin. Mientras un carro tiene la garantía del concesionario, tiene todas las ventajas que se observan en el cuadro anterior, incluso el llamado de una grúa para recoger el carro y ser llevado al taller autorizado por el concesionario y ser revisado sin ningún costo, pero tan pronto se acaba la garantía, la persona debe pagar sobre costos y someterse usualmente a la burocracia de los concesionarios en si aplica o no determinados mantenimientos y repuestos el uso de la garantía, adicional a la pérdida de tiempo que conlleva hacer todos estos trámites.

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) ve como una oportunidad esta falta de aprecio de los concesionarios sobre sus clientes, y les ofrece la oportunidad de no perder tiempo en protocolos y burocracia para la atención, realizando un servicio técnico con la mejor tecnología de punta, en el momento y lugar que el cliente indique y sin tener que solicitar permisos laborales o perder tiempo precioso que puede utilizar en otras actividades, mientras

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) realiza el diagnóstico y mantenimiento indicado al vehículo al menor costo del mercado de los talleres convencionales y con el mismo grado de calidad que un concesionario.

2.3.3 Talleres de mecánica convencional

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> _ Economía en las reparaciones. _ Versatilidad en las reparaciones. _ Fácil acceso a las instalaciones. _ Embellecimiento del vehículo. _ Flexibilidad en el servicio (hay reparaciones eléctricas, mecánicas, embellecimiento, mantenimiento preventivo, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> _ Hay que encontrar primero un taller de confianza y para ello hay que probar servicio en varios establecimientos. _ Demora en la entrega de los vehículos. _ Existe el riesgo que no quede bien el vehículo y no existe garantía sobre la reparación. _ Pérdida de tiempo con el cliente mientras se encuentra la falla. _ Falta tecnología de punta para realizar el diagnóstico.

La tercera forma de competencia son los mismos talleres de mecánica convencional y donde se reúne la mayor parte del mercado que se quiere atacar, ya que son de fácil acceso y es de carácter más económico que las opciones 1 y 2 vistas anteriormente. De la misma forma tiene bastantes debilidades ya que por la demanda que se tiene al tipo de organización y cultura de este sector, no se piensa en la atención máxima al cliente, se piensa solo en arreglar carros de forma rápida y barata.

ASISTENCIA MECÁNICA INTEGRAL CON GESTIÓN AUTOMOTRIZ (AMIGA) Brindará a sus clientes accesibilidad al servicio de mecánica automotriz a domicilio con costos reducidos en los mantenimientos realizados, y pactando con el cliente un plazo de entrega del trabajo tan pronto como se haga el diagnóstico. Adicional contará con un servicio de garantía del mantenimiento realizado, y tendrá derecho a un diagnóstico después de la reparación para descartar cualquier falla adicional a la inicialmente detectada.

2.4 ESTUDIO DE MERCADO

2.4.1 Objetivo del estudio

Evaluar la viabilidad de ofrecer un servicio técnico automotriz especializado a domicilio a un sector objetivo de la población, por medio de preguntas

cerradas y abiertas que proporcionen la información suficiente para la toma de decisiones relevantes para el proyecto.

2.4.2 Aplicación de la encuesta

La encuesta se realizará a treinta (30) propietarios de vehículos particulares en empresas de gran tamaño, igualmente a jefes y responsables del mantenimiento vehicular de empresas con flota propia.

2.4.3 Encuesta tipo

FACTOR	PREGUNTA
	¿Cómo es la calidad en el servicio que le han brindado en el taller donde asiste?
	¿Qué lo motivo a realizar el mantenimiento en este taller?
	¿Qué recomendaría para mejorar la calidad en el servicio?
Satisfacción del cliente	¿El servicio prestado en su taller de confianza satisface sus expectativas o necesidades?
Atención al cliente	¿Considera que se le atendió con cortesía y esmero cuando llevo su automóvil al taller?
	¿Considera que se le atiende con responsabilidad y agilidad cuando lleva su auto a servicio?
Los empleados conocen la información	Al momento de llevar su vehículo al taller, ¿el personal demostró tener el conocimiento técnico y administrativo para atender su necesidad?
	Cuando lleva su auto a servicio, ¿el personal demuestra tener el conocimiento técnico y protocolos de atención para detectar sus averías?
Honestidad de los empleados	¿Considera que el personal de ventas, refacciones y servicio es honesto en la información que le proporciona?
Seguimiento	Cuando lleva su auto a servicio, ¿lo mantienen informado de los avances en la reparación?
Resolución de	¿Cuándo tiene alguna duda o problema se lo

problemas	resuelven eficientemente?
Tiempo de atención	¿Considera que el tiempo de espera para ser atendido cuando llegó por primera vez al taller es adecuado?
Tiempo de entrega	¿Considera que el tiempo de entrega de su auto reparado es adecuado?
Aspecto de las instalaciones	¿Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente?
Aspecto del personal	¿Considera que el aspecto y presentación del personal que lo atiende es excelente?
Calidad del producto	¿Considera que la calidad del servicio es excelente?
Precio	¿Considera que el precio que le ofrecen es accesible según sus necesidades?
Financiamiento	¿Considera que el financiamiento que le ofrecen es accesible según sus necesidades?
Nueva necesidad	¿Conoce algún servicio técnico a domicilio que le brinde la oportunidad de realizar los diagnósticos, mantenimientos y reparación a la hora y lugar que usted especifique? ¿Cuál?
	¿Utilizaría algún servicio técnico a domicilio que le brinde la oportunidad de realizar los diagnósticos, mantenimientos y reparación a la hora y lugar que usted especifique, incluyendo su lugar de trabajo? ¿Por qué no?

2.4.4 Resultados Obtenidos.

En la encuesta realizada a los treinta propietarios se obtuvieron opiniones para mejorar nuestro servicio de posventa, entre las cuales tenemos:

- **Comunicación**

Para agendar una cita se contará con números telefónicos en los cuales el cliente se comunicará con un call center en el que se ofrecerá una cita para realizar el mantenimiento preventivo o correctivo.

- **Comunicación con el cliente**

Los asesores de servicio llamarán a los clientes una vez termine el mantenimiento de la unidad y les darán la cuenta de mantenimiento realizado.

- **Mejorar el tiempo de recepción y entrega de los vehículos**

Se contará con 15 minutos para recepcionar los vehículos.

Para la entrega de las unidades se establecerá un sitio de vehículos listos.

- **Calidad de servicio**

Se mandara a capacitaciones a los empleados para mejorar la calidad del servicio para minimizar problemas que se pueden solucionar inmediatamente.

- **Precio Ofrecido del mantenimiento**

El precio ofrecido es más bajo que el ofrecido por los concesionarios, adicionalmente cuenta con el servicio de grúa que ayuda a optimizar el tiempo, cuenta con repuestos originales y descuentos en mano de obra y repuestos.

2.4.5 Conclusiones del estudio realizado

Con los nuevos retos de la administración y con las políticas de globalización y mercados abiertos, se entiende la necesidad de establecer instrumentos y procedimientos para mejorar la calidad integral de sus servicios. Para el cumplimiento de este propósito ha tomado la decisión de implementar un departamento de gestión de calidad en el área de posventa el cual representa el área más incidente de la organización.

El trabajo realizado para el proceso de mecánica servirá de modelo para que la empresa continúe extendiendo su sistema de gestión de calidad a otros procesos y en un futuro pueda acondicionar a todas las áreas de la organización las normas internacionales de calidad.

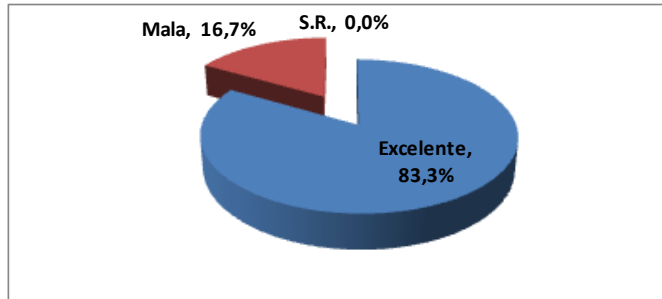
Tabla 8: Tabulación encuesta tipo, fuente los autores

ENCUESTA

1. ¿Cómo es la calidad en el servicio que le

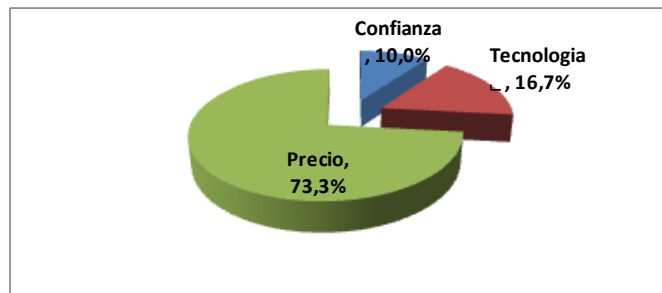
han brindado en el taller donde asiste?

RESPUESTA	%
Excelente	25 83,3%
Buena	5 16,7%
Mala	0 0,0%
S.R.	0 0,0%
TOTAL	30 100,0%



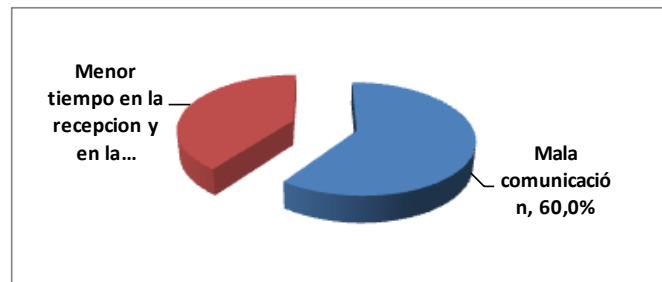
2. ¿ Que lo motivo a realizar el mantenimiento en este taller ?

RESPUESTA	%
Confianza	3 10,0%
Tecnologia	5 16,7%
Precio	22 73,3%
TOTAL	30 100,0%



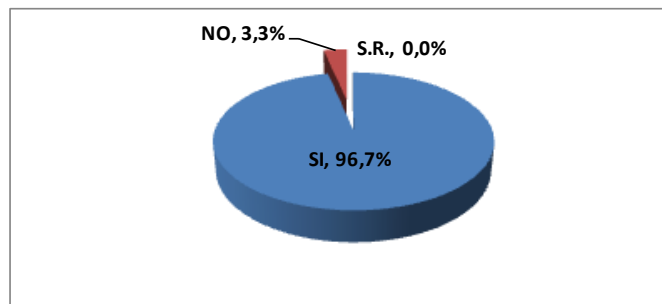
3. ¿ Que recomendaria para mejorar la calidad del servicio?

RESPUESTA	%
mala comunicaci3n	18 60,0%
menor tiempo en la recepci3n y la entrega de los vehiculos	12 40,0%
S.R.	0 0,0%
TOTAL	30 100,0%



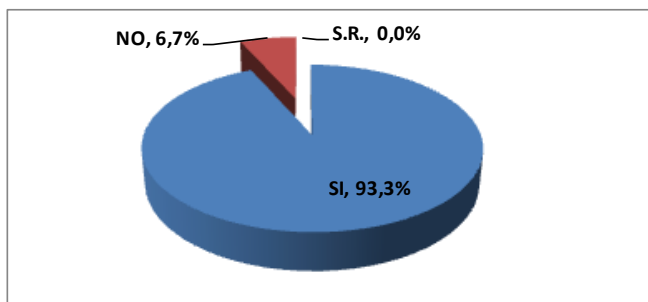
4. ¿ El servicio prestado en su taller de confianza satisface sus necesidades y

RESPUESTA	%
Si	29 96,7%
No	1 3,3%
S.R.	0 0,0%
TOTAL	30 100,0%



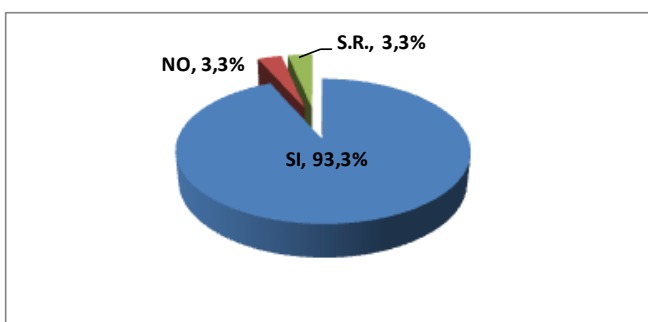
5. ¿ Considera que se le atendio con cortesia y esmero cuando llevo su automovil al taller ?

RESPUESTA		%
Si	28	93,3%
No	2	6,7%
S.R.	0	0,0%
TOTAL	30	100,0%



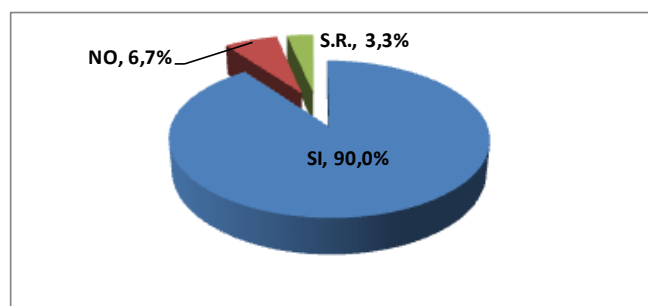
6. ¿Considera que se le ha atendido con cortesia y esmero cuando lleva a su vehiculo

RESPUESTA		%
Si	28	93,3%
No	1	3,3%
S.R.	1	3,3%
TOTAL	30	100,0%



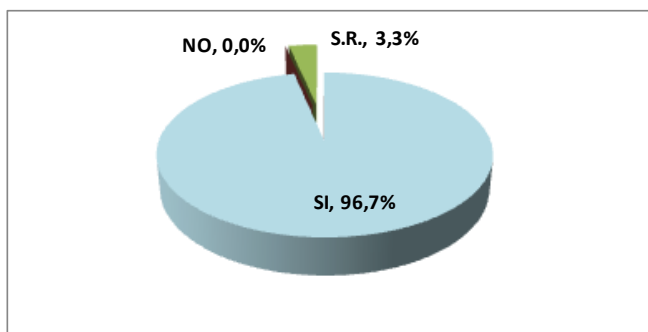
7. ¿ Considera que se le atiende con responsabilidad y agilidad cuando lleva su

RESPUESTA		%
Si	27	90,0%
No	2	6,7%
S.R.	1	3,3%
TOTAL	30	100,0%



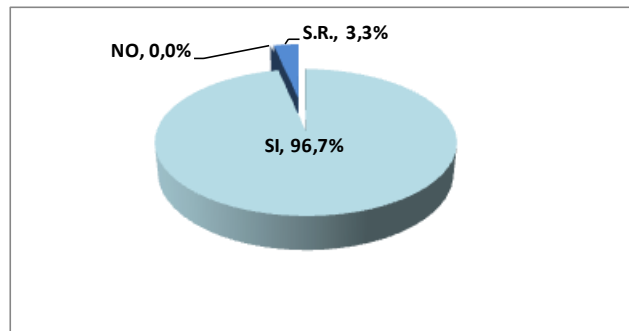
8. ¿ Al momento de llevar su vehiculo al taller, ¿el personal demostró tener el conocimiento

RESPUESTA		%
Si	29	96,7%
No	0	0,0%
S.R.	1	3,3%
TOTAL	30	100,0%



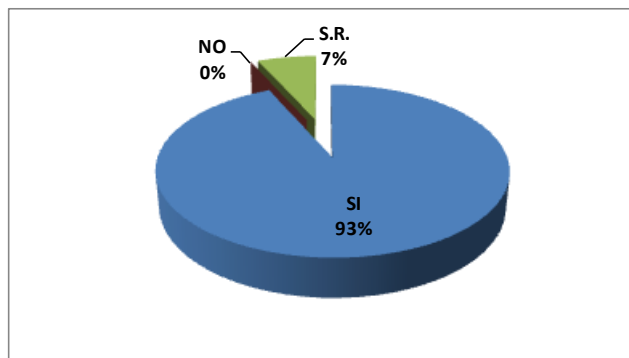
9. ¿ Cuando lleva su auto a servicio, ¿ el personal demuestra tener el conocimiento

RESPUESTA		%
Si	29	96,7%
No	0	0,0%
S.R.	1	3,3%
TOTAL	30	100,0%



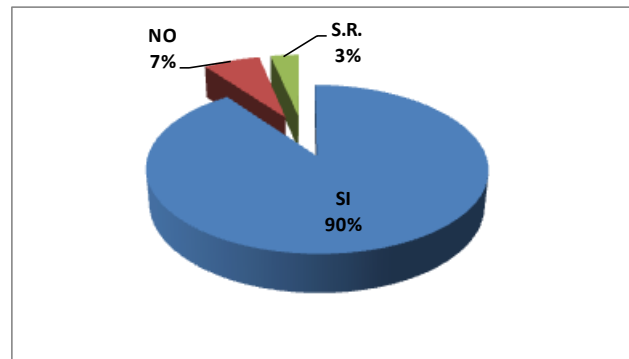
10. ¿ Considera que el personal de ventas, refacciones y servicio es honesto en la

RESPUESTA		%
Si	28	93,3%
No	0	0,0%
S.R.	2	6,7%
TOTAL	30	100,0%



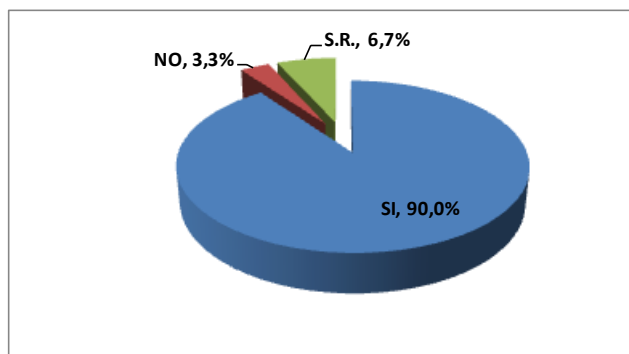
11. ¿ Cuando lleva su auto a servicio, ¿ lo mantienen informado de los avances en la

RESPUESTA		%
Si	27	90,0%
No	2	6,7%
S.R.	1	3,3%
TOTAL	30	100,0%



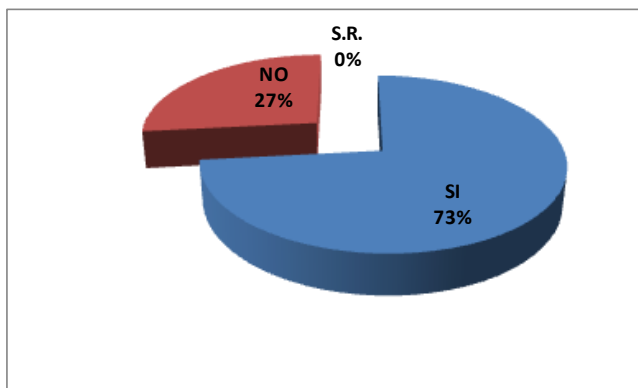
12. ¿ Cuándo tiene alguna duda o problema se lo resuelven eficientemente?

RESPUESTA		%
Si	27	90,0%
No	1	3,3%
S.R.	2	6,7%
TOTAL	30	100,0%



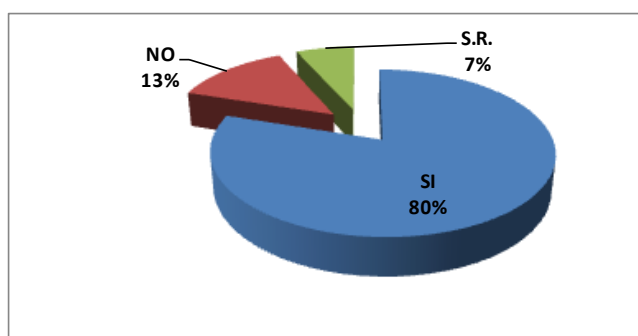
13. ¿Considera que el tiempo de espera para ser atendido cuando llegó por primera vez al taller es adecuado ?

RESPUESTA		%
Si	22	73,3%
No	8	26,7%
S.R.	0	0,0%
TOTAL	30	100,0%



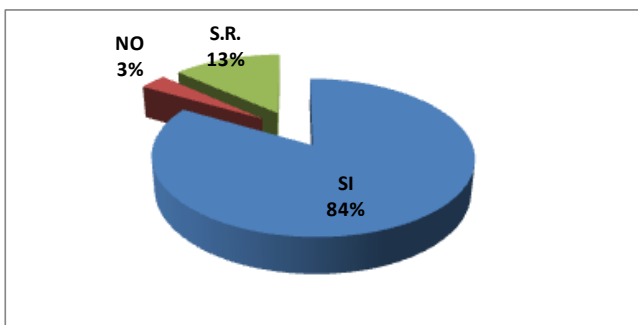
14. ¿Considera que el tiempo de entrega de su auto reparado es adecuado?

RESPUESTA		%
Si	24	80,0%
No	4	13,3%
S.R.	2	6,7%
TOTAL	30	100,0%



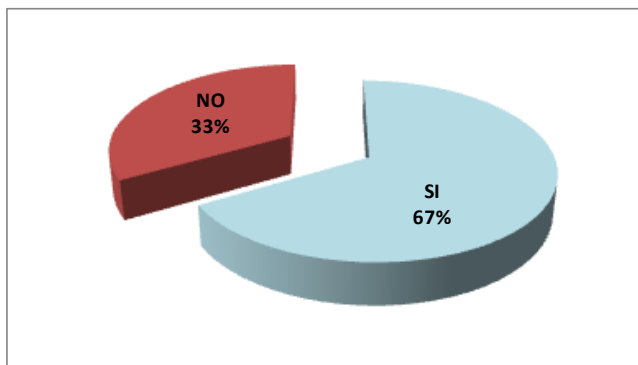
15. ¿Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente?

RESPUESTA		%
Si	25	83,3%
No	1	3,3%
S.R.	4	13,3%
TOTAL	30	100,0%



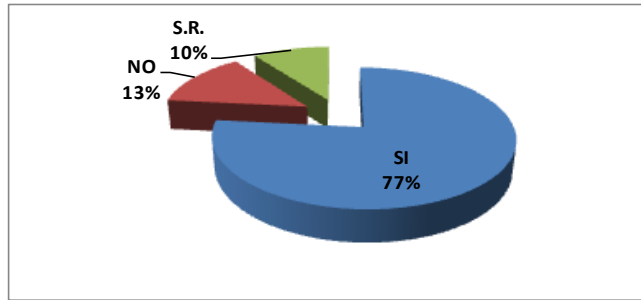
16. ¿Considera que el aspecto y presentación del personal que lo atiende es excelente ?

RESPUESTA		%
Si	20	66,7%
No	10	33,3%
S.R.	0	0,0%
TOTAL	30	100,0%



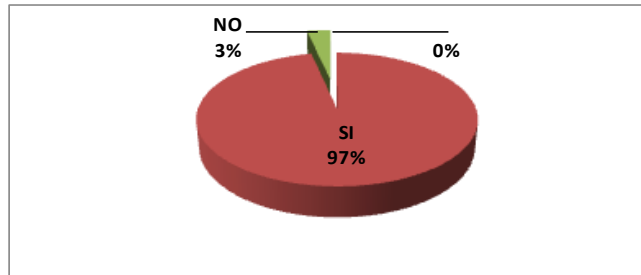
17. ¿Considera que la calidad del servicio es excelente ?

RESPUESTA		%
Si	23	76,7%
No	4	13,3%
S.R.	3	10,0%
TOTAL	30	100,0%



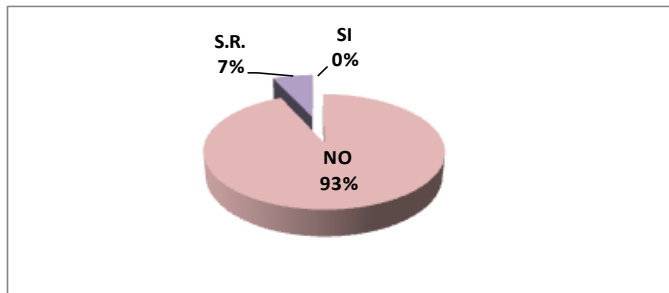
18. ¿Considera que el precio que le ofrecen es accesible según sus necesidades ?

RESPUESTA		%
Si	29	96,7%
No	1	3,3%
S.R.	0	0,0%
TOTAL	30	100,0%



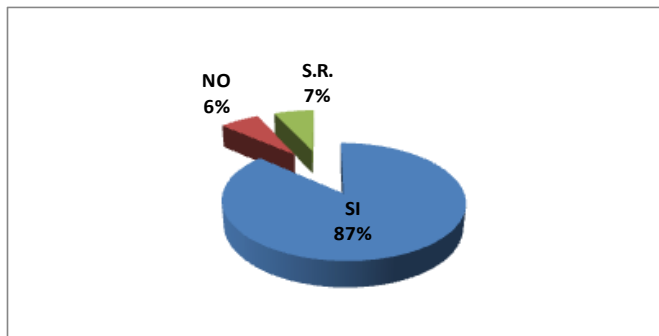
19. ¿Conoce algún servicio técnico a domicilio que le brinde la oportunidad de ...

RESPUESTA		%
Si	0	0,0%
No	28	93,3%
S.R.	2	6,7%
TOTAL	30	100,0%



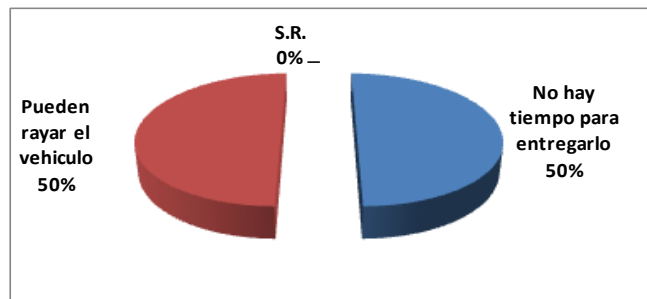
20. Utilizaría algún servicio técnico a domicilio que le brinde la oportunidad de realizar los diagnósticos, mantenimientos y reparación a la hora y lugar que usted

RESPUESTA		%
Si	26	86,7%
No	2	6,7%
S.R.	2	6,7%
TOTAL	30	100,0%



¿ Por que no ?

RESPUESTA		%
No hay tiempo para entregarlo	1	50,0%
Pueden rayar el vehiculo	1	50,0%
S.R.	0	0,0%
TOTAL	2	100,0%



2.5 ESTRATEGIAS

2.5.1 Estrategia de mercado

La estrategia de mercado en este caso va enfocada hacia nuestros clientes, para ello vamos a trabajar con una lista de clientes específicos, buscando respuestas de los mismos a fin de incrementar las ventas. Se manejará un Software el cual debe poder combinar varios criterios entre los cuales se pueden hacer ofertas y recordatorios.

Es absolutamente lógico, pues el conocer las necesidades y deseos de los clientes, y su actitud ante los productos que se le venden.

Alternativas de penetración en el mercado

En la penetración del mercado se busca quitarle clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de precio, nuevas tecnologías, creación de planes de mantenimiento, combos de mantenimiento preventivo, correctivo, creación de campañas para cada línea de vehículos contando con nuestros proveedores para que demos excelentes precios a un costo cómodo y de fácil financiación.

En el desarrollo del mercado tratamos de captar nuevos clientes sin modificar el producto, por ejemplo haciendo convenios con proveedores nacionales y extranjeros para que nos den buenos precios y a su vez podamos dar la facilidad al cliente para adquirirlos a precios apropiados con una buena financiación.

Creación de ferias de repuestos vs mantenimiento de la unidad para esta feria el diagnóstico es gratis en donde el cliente compra el repuesto a cambiar, y el técnico mecánico realiza el diagnóstico gratis, este es un gancho para que el cliente cambie el repuesto en nuestra empresa y a su vez haga el mantenimiento dependiendo del diagnóstico inicial.

Alternativas de comercialización

Entre las alternativas de comercialización contamos con nuestra página de internet (www.Amiga.com.co), en donde el cliente puede consultar cual es nuestra visión, misión y política de calidad, conocer nuestros servicios, agendar su cita, llamar al carro taller para realizar el mantenimiento de su vehículo.

Las revistas con las que tenemos convenio son: carga pesada, el tiempo, revista motor, auto show.

Contamos con nuestros proveedores a ellos les enviamos volantes y revistas para que las repartan entre sus clientes y se genere la cultura del voz a voz.

Adicionalmente se hacen eventos en compañía con el autódromo en donde contamos con un stand de todos nuestros servicios ofrecidos, se regalan volantes,

revistas, bonos de descuentos en repuestos, mantenimiento y combos de mantenimiento.

Nuestro vehículo cuenta con muy buena publicidad visual de los servicios prestados por nuestra empresa.

Utilización de cartas para los clientes, estas se las enviará a sus domicilios o empresas promociones de mantenimientos y eventos próximos que se harán en la compañía.

Por medio del call center se comunicará con los clientes en donde les comentaran las promociones vigentes.

Se enviaran correos a los celulares en donde se publicaran los mantenimientos con descuentos que se están prestando mes a mes.

2.5.2 Estrategias de precios:

Nuestro precio de lanzamiento en realizar el diagnóstico mediante el scan es de \$ 60.000 pesos, es un precio flexible, y asequible para cualquier cliente; Actualmente varios concesionarios de Bogotá y del resto del país tienen este servicio en \$ 80.000 pesos.

- En nuestra empresa cuenta con tecnología de punta, Contamos con capacitación de técnicos, Prioridad en tiempos de recepción, Agendamiento de citas en la línea directa, para que usted optimice su tiempo.
- Carro taller equipado para realizar en su Empresa el mantenimiento preventivo a su flotilla de vehículos.
- Crédito a 30 días, para mantenimientos.
- Suministro de una mano de obra calificada y repuestos originales.
- Horario adicional, en nuestro taller:
 - ✓ Lunes a viernes de: 6:00 a.m. a 10 p.m.
 - ✓ Sábados: 7:00 a.m. a 12 m

Los precios que ofrece Asistencia Mecánica Integral, por cada uno de los servicios prestados son accesibles para sus clientes. Estos precios van de acuerdo al mantenimiento que preste al parque automotor o vehículo para su respectiva reparación.

Nuestra empresa ofrece varias formas de pago esto hace que el cliente pueda tomar una buena decisión a la hora de cancelar el mantenimiento de su vehículo.

2.5.3 Estrategias de promoción:

- El servicio a domicilio se realiza mediante nuestro carro taller, en donde el cliente no cancela el servicio ningún recargo de la revisión, solo el mantenimiento del vehículo y los repuestos que se han cambiado.
- Para dar a conocer nuestros servicios, se realizarán visitas comerciales a las compañías en donde se obsequiara un check list de cada vehículo con el fin de tener un historial de cada unidad.
- Se hará un video institucional en el que se resaltarán aspectos importantes de la empresa como misión, visión, objetivos.
- Los clientes que adquieran mayores mantenimientos o repuestos y paguen de contado recibirán un trato preferencial a la hora de priorizar pedidos manejando siempre la filosofía "satisfacer al cliente, entregando un excelente servicio o compra de repuestos, en el momento y lugar, que necesita"

El objetivo principal es capturar información de clientes potenciales para construir una base de clientes, para posteriormente identificar a aquellos grupos de clientes sensibles a los estímulos mercadotécnicos.

Para los cliente que traigan cinco clientes se les dará un check list gratis y se le dará un descuento en repuestos y mano de obra.

Todo cliente que compre en nuestra empresa repuestos o mantenimiento tendrán descuentos especiales en mano de obra del 10%.

Se realizaran descuentos a los vehículos que asistan a diez mantenimientos seguidos en donde por medio de una talonera se pondrá un sello el cual le otorgara una boleta para participar en la rifa a un viaje a cualquier parte del país con todos los gastos pagos.

- **Alarmas a ser suministradas por el sistema (Software)**

El sistema también debe suministrar un conjunto de alarmas para el seguimiento y/o seguimiento sistemático y constante de los clientes, manteniendo al mismo tiempo un registro de los clientes que compran, la frecuencia de las compras, montos, etc. Entre las alarmas usadas con mayor frecuencia se mencionan:

- ✓ **Cumpleaños de cliente**

Periódicamente, al ser activado el sistema y solicitado por usted, le dará la lista de los clientes que cumplen años en un periodo de tiempo seleccionado. El sistema imprimirá la carta de felicitaciones correspondiente, así como la etiqueta para el sobre, con el nombre y dirección del cliente. Y en caso de que el cliente posea dirección de correo electrónico, enviara la carta a través de eses medio. Esta es una herramienta Psicológica. Es grato para el cliente saber que se acuerdan de él, sobre todo en su cumpleaños.

✓ **Clientes que no han comprado**

Periódicamente, cuando el sistema sea activo y se le solicite, debe estar en condiciones de suministrar una lista de personas (clientes actuales y/o potenciales) que visitaron la empresa el día anterior y no realizaron ninguna compra. Su finalidad es llamar por lo menos a una muestra de ellos para indagar sobre las razones por las que no compraron (departamento de repuestos), si compraron en otros establecimientos de competencia, y que precios compraron. Esto servirá para realizar labor de inteligencia, y en caso de que aún no hayan comprado, servirá para mejorar la oferta.

✓ **Puntos acumulables**

Como estímulo al cliente, es recomendable contar con un módulo donde se puedan acumular puntos por cada compra o mantenimiento prestado al vehículo. Es una manera de generar y premiar la lealtad, de manera que los mismos clientes sepan y contabilicen que por cada cierta cantidad de dinero en compras de repuestos o mantenimiento, acumularán determinada cantidad de puntos, con lo cual podrán optar al premio de su preferencia, dentro de una gama de ofertas que periódicamente la empresa publicará.

Además, de acuerdo con la realidad del mercado y el tipo de productos o servicios prestados por la organización, el sistema deberá incluir alarmas específicas según las características específicas de los productos o servicios ofrecidos.

2.5.4 Estrategias de comunicación:

La estrategia de comunicación la vamos a llevar a cabo con una lista de clientes específicos, buscando respuestas de los mismos a fin de incrementar las ventas. Se manejará un Software el cual debe poder combinar varios criterios nombrados anteriormente entre los cuales se pueden hacer ofertas y recordatorios.

Enseguida se seleccionarán los medios para promocionar nuestros servicios:

- Utilización de cartas para los clientes, se las enviará a sus domicilios o empresas promociones de mantenimientos y eventos próximos que se harán en la compañía.
- Se realizará unos volantes de los servicios prestados por la empresa y se repartirán por vía postal a los clientes; también se entregarán en puntos de mayor concentración de vehículos, como en parqueaderos, plazas, empresas de carga, pequeños y grandes empresarios de transporte.
- Por medio del call center se comunicará con los clientes en donde les comentarán las promociones vigentes.

- Se enviaran correos a los celulares en donde se publicaran los mantenimientos que se están prestando mes a mes.
- Se publicara en revistas del medio de transporte los servicios ofrecidos por nuestra empresa.
- Participar en la feria internacional del vehículo y ofrecer los servicios prestados, con solo entrar a nuestra sala el cliente tiene el beneficio de reclamar un check list gratis y un descuento en repuestos y mano de obra del 5 % de la reparación.
- Sacar combos de mantenimientos para ser promocionados en los diferentes medios anteriormente mencionados.
- Contamos una página web para brindar información clara de todos, aspectos institucionales de la empresa y productos ofrecidos.
- Para desarrollar la labor comercial la empresa diseñará y hará circular tarjetas de presentación.
- Para generar recordación e identificación de la empresa y sus productos, se obsequiará un video institucional a los clientes en el que se divulgará la filosofía de la empresa, el proceso de producción y el estado del Cultivo.
- Se fijará un afiche publicitario que se exhibirá en las oficinas de la empresa con el objetivo de generar recordación entre los visitantes de la empresa.

2.5.5 Estrategias de servicio

- Para brindar mejor servicio a los clientes se implantará la filosofía de "entregar el producto o servicio en el lugar y en el tiempo que el cliente lo necesite".
- Buscando facilitar el proceso de mecánica y repuestos para realizar pedidos los clientes podrán agilizar esta operación vía telefónica o por correo electrónico.
- El servicio posventa se realizará a través de llamadas telefónicas confirmando la entrega satisfactoria del producto o servicio y se recibirán a la vez sugerencias para el mejoramiento del procedimiento y del servicio.
- Se contará con un call center quien será el encargado de verificar y sacar un informe estadístico de las quejas de los clientes, con el fin de volver a llamar al cliente citarlo a nuestras instalaciones y resolver algunos inconvenientes que estén de acuerdo con reparación de la unidad o verificar si algún repuesto salió defectuoso por fábrica.

- Se creará una base de datos para los clientes, quienes serán codificados y se les realizará un seguimiento constante que permita determinar su perfil, medir el nivel de satisfacción con el producto o servicio prestado y sus hábitos de consumo.

Servicio al cliente:

Asignación de cita Telefónica

El departamento de servicio tiene un programa de citas, en donde por medio de una llamada a un teléfono destinado para este procedimiento se asignan las citas a los clientes, teniendo como prioridad su recepción y su atención inmediata, el programador de citas asigna la cita con un asesor destinado para el día de programación, quien recibe antes de las 4 de la tarde.

La funcionaria de facturación del taller de servicio asigna la cita para días posteriores solicitándole al cliente los siguientes datos: Nombre del propietario, placa, clase, teléfono de ubicación, dirección donde se realizará la visita y descripción de la revisión a realizar.

Se le informa al cliente sobre el historial de vehículo; fecha, hora de la cita y el nombre del asesor de servicio que lo va a atender. Cuando el vehículo se visita por primera vez, se solicita, el N. de chasis, N. de motor, color, modelo y dirección de domicilio y se le entrega toda la información al asesor de servicio.

Una vez recibido el vehículo, el asesor de servicio debe solicitar al cliente su calificación sobre el servicio prestado, el cual debe plasmar la encuesta de atención.

Para los casos en donde el asesor de servicio este con disponibilidad para citas, el Jefe de Servicio cambiara la prioridad el día anterior, para que el sistema genere las prioridades de citas.

El asesor de servicio, tiene única y exclusivamente la responsabilidad de atender las citas en la fecha y hora determinada por la programadora de citas.

La programadora de citas generara un informe mensual a postventa sobre la cantidad de citas asignadas y su efectividad en términos de asistencia y cumplimiento.

Generar la orden de servicio

Se inicia el proceso completo de recepción de vehículos, se solicita al cliente la documentación requerida (tarjeta de propiedad, soat vigente), el asesor de servicio debe Verificar que la información generada en el sistema corresponda a los datos

suministrados por el cliente; tales como: nombre completo del propietario, nombre Completo conductor, dirección de correspondencia, correo electrónico, teléfono fijo, celular, se realiza el inventario general, se informa al cliente la disponibilidad de no dejar sus objetos personales, se abren dos órdenes, una para el cliente, otra se ubicara izquierdo del vehículo, las llaves del vehículo se dejaran en el panorámico del automóvil.

Recepción del vehículo

Al momento de recibir un vehículo por parte del cliente, el asesor de servicio debe prestar una asesoría clara, transparente y honesta tanto para el cliente como para la Compañía, indicando desde el principio, la posibilidad de futuros imprevistos o daños ocultos que a simple vista no se identifican y que producto del análisis, desmontaje de piezas o diagnostico detallado que se haga al vehículo son encontrados. Debe informar al cliente el valor aproximado de la reparación y el Tiempo probable de entrega previendo posibles contingencias, lo anterior con el fin de ofrecer al cliente una información oportuna, evitando de esta manera crear falsas expectativas e inconvenientes posteriores.

Generación de inventario

Cuando un vehículo entra a Taller se le debe realizar el inventario completo; revisando: vidrios panorámicos y laterales; radios y accesorios; se debe prender y probar su funcionamiento; además se debe incluir dentro del inventario escrito Novedades, tales como: posibles fisuras o manchas, posibles rayones, imperfectos en pintura, entre otras.

Cuando se realiza el inventario en vehículos sucios, se debe ingresar la siguiente observación: **“No se aprecian rayones o golpes leves”** una vez el vehículo sea lavado la Compañía no responde por posibles golpes o rayones leves. Encontrados y que se encontraban ocultos bajo las impurezas, barro, estas observaciones se deben dejar en presencia del cliente.

Comunicación con el cliente

El asesor de servicio cuenta con unos formato de **Control de llamadas clientes** (solo aplicará para reparaciones especiales), donde registra las llamadas que hace al cliente como medio de seguimiento,

La empresa cuenta con proveedor que llama a los clientes (call center Data Business), el cual hace una encuesta de servicio, se comunica con los clientes al finalizar la semana, para encontrar oportunidades de mejora (**PQR**) para asegurar su fidelización y marcar la diferencia en el mercado.

Servicio a Domicilio

En Asistencia Mecánica Integral estamos pensando en el cliente, siempre lo llamamos antes de realizar una reparación, tenemos los mejores equipos de diagnóstico automotriz, personal capacitado y un vehículo dotado para todas las necesidades de su vehículo.

Somos el Servicio de mecánica automotriz a domicilio en toda Bogotá Contamos con técnicos especializados en revisión de frenos, suspensiones, motores, sincronización, desvares servicio de scanner, electricidad. No perderá su auto de vista en talleres con grandes costos y sin saber si corrigieron el problema.

El Taller Móvil de Asistencia Mecánica Integral, es un innovador concepto en servicios creado para atenderte como tú te lo mereces, ya que vamos a tu hogar, oficina o lugar de preferencia, ahorrándote tiempo y dinero.

Nuestro Taller Móvil te ofrece:

Mantenimiento preventivo para Autos y Camperos marca TOYOTA, JEEP, NISSAN, MITSUBISHI, CHEVROLET, FORD, Hyundai entre otras Marcas.

2.6 PLAN DE VENTAS

Estamos convencidos de que para el desarrollo de nuestra empresa en un entorno competitivo y en contante desarrollo, precisamos de una poderosa fuerza de ventas sostenida por una estrategia inteligente y soportes espectaculares con los cuales se tomaran plan de acción inmediatos. Solo de esta forma abriremos una brecha importante y suficiente en el mercado acelerando el proceso de crecimiento dentro del sector automotriz.

La estrategia de ventas estará basada en:

- **Concepto Operativo:**

Los contactos serán manejados por nuestro call center los cuales convertirá citas en ventas efectivas, se dispondrá de una fuerza de ventas compuesta por 2 vendedores especializados en venta de repuestos, visita a compañías de transporte, generación de licitaciones para empresas públicas y privadas.

- **Estrategia de captación de nuevos clientes:**

Nuestros vendedores dispondrán de capacitaciones y serán específicamente entrenados para ser integrales en nuestros servicios y productos que presta nuestra compañía, el objetivo primordial es que el cliente nos dé la oportunidad de conocer nuestros servicios, y como segunda opción vender.

La idea principal de nuestros vendedores presente al cliente los beneficios tangibles (cifras), la calidad de nuestros productos y servicios a un menor tiempo de reparación.

- **Fidelización de clientes**

Esta será la segunda y decisiva tarea de la fuerza de clientes, cada vendedor dispondrá de una cartera de clientes asignados a los que deberá atender de forma frecuente junto al call center.

- **Estructura**

Nuestra fuerza de ventas estará formada inicialmente por dos vendedores, estructurados del siguiente modo:

- Un asesor especializado: el cual estará con grandes empresas del transporte, flotas.
- Asesor senior: empresas en general, licitaciones, almacenes de repuestos, clientes individuales.

Pasado los tres años se contratará un gerente de ventas y se ampliara más la demanda de asesores con el fin de ampliar el negocio y ganar más reconocimiento en el mercado nacional.

- **Criterios Funcionales y operativos**

La gestión de ventas se basara en:

- **Trabajo por objetivos: (Remuneración y evaluación vinculados)**

Anuales y mensuales, determinados objetivamente y en función de los interés de la empresa.

- **Seguimiento, formación, y motivación permanentes**

Seguimiento proactivo de la actividad diaria, formación continua, información y motivación permanentes de los vendedores.

- **Competitividad y formación al éxito**

Fomento a la competitividad, premiar al mejor vendedor, al que de mejores resultados de las ventas (repuestos – mantenimiento),

De acuerdo a las ventas del mes se dará un porcentaje de las ventas para motivar al grupo de ventas que está iniciando en nuestra compañía.

➤ **Calidad de la venta**

A cada cliente que se contacte se le debe hacer un seguimiento y ser muy proactivo con las necesidades del cliente, con el fin de generar una venta satisfactoria.

➤ **Proyección de ventas**

Teniendo en cuenta las demandas estacionarias, el mercado actual y los clientes potenciales, se presenta una proyección de las ventas en la siguiente tabla.

Tabla 9: Proyección de ventas

VENTAS MESES Y ANUALIZADOS															
MESES	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$
Enero	7	175	44.518.056	7	175	46.298.778	7	175	48.150.729	7	175	50.076.758	7	175	52.079.828
Febrero	3	75	19.079.167	3	75	19.842.333	3	75	20.636.027	3	75	21.461.468	3	75	22.319.926
Marzo	5	125	31.798.611	5	125	33.070.556	5	125	34.393.378	5	125	35.769.113	5	125	37.199.877
Abril	5	125	31.798.611	5	125	33.070.556	5	125	34.393.378	5	125	35.769.113	5	125	37.199.877
Mayo	5	125	31.798.611	5	125	33.070.556	5	125	34.393.378	5	125	35.769.113	5	125	37.199.877
Junio	9	226	57.237.500	9	226	59.527.000	9	226	61.908.080	9	226	64.384.403	9	226	66.959.779
Julio	7	175	44.518.056	7	175	46.298.778	7	175	48.150.729	7	175	50.076.758	7	175	52.079.828
Agosto	5	125	31.798.611	5	125	33.070.556	5	125	34.393.378	5	125	35.769.113	5	125	37.199.877
Septiembre	3	75	19.079.167	3	75	19.842.333	3	75	20.636.027	3	75	21.461.468	3	75	22.319.926
Octubre	5	125	31.798.611	5	125	33.070.556	5	125	34.393.378	5	125	35.769.113	5	125	37.199.877
Noviembre	9	226	57.237.500	9	226	59.527.000	9	226	61.908.080	9	226	64.384.403	9	226	66.959.779
Diciembre	9	226	57.237.500	9	226	59.527.000	9	226	61.908.080	9	226	64.384.403	9	226	66.959.779
Total		1.805	457.900.000	72	1.805	476.216.000	72	1.805	495.264.640	72	1.805	515.075.226	72	1.805	535.678.235

Fuente: los autores

El método utilizado para el cálculo en la proyección de las ventas es Lineal teniendo en cuenta que se conocen unas series de tiempo y datos proyectados que permiten establecer mensualmente el pronóstico de ventas.

3 MODULO 3: TÉCNICO (PRODUCTO Y/O SERVICIO)

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Establecer la metodología general y las políticas para generar una adecuada recepción de vehículos en **AMIGA**, Los pilares sobre los cuales se fundamenta la razón del servicio a domicilio son: Calidad de los servicios y repuestos utilizados, tecnología de punta, oportunidad en la prestación de los servicios, mano de obra calificada y capacitada.

Con el servicio a domicilio de AMIGA el cliente:

- Asegura el programa de mantenimiento de unidades en campo.
- Minimiza tiempos muertos productivos de vehiculos comerciales.
- Cobertura de servicio en zonas rurales / o apartadas.
- Minimiza costos al cliente por desplazamientos, combustibles y pérdida de tiempo.

3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Objetivo

Definir y aplicar las condiciones necesarias para el servicio de la Unidad de Móvil de Mantenimiento en Sitio - (UMMS), en la operación del departamento Posventa, garantizando su adecuación, actualización y divulgación. La actualización debe estar autorizada y supervisada por el gerente de posventa.

Alcance

Las disposiciones consignadas en este procedimiento aplican al área de Mecánica General y estas políticas son las adecuadas y directamente relacionadas para dicha área.

Actividades del servicios a Domicilio

- El cliente solicita el servicio vía telefónica a la línea de Atención 4587963 Ext. 124, en donde la operadora debe ofrecer al cliente toda la información necesaria que haya lugar y preguntarle los datos necesarios para agendar la prestación del servicio.
- La información que debe proporcionar la operadora se basa en el alcance, las condiciones, generalidades y en su defecto cotizaciones de los servicios que presta la UMMS.
 - El Precio de Asistencia en sitio dentro de la Bogotá tiene un precio fijo de \$60.000 POR LANZAMIENTO
- Los Datos requeridos para la prestación del servicio son:
 - Nombre completo del propietario.
 - Teléfonos de contacto, móvil y celular.

- Correo Electrónico
 - Modelo del (los) vehículo(s).
 - Año(s).
 - Color(es).
 - Kilometraje(s).
 - Servicios solicitados al detalle (Para abrir la orden)
 - Dirección exacta de ubicación del(los) vehículo(s).
- Los Datos que se deben ofrecer al cliente son:
- Nombre completo del funcionario que coordina la UMMS.
 - Teléfonos de contacto.
 - Descripción previa de la UMMS.
 - De ser necesario, confirmación vía correo electrónico.
- Dependiendo de la solicitud del cliente, el marco de la situación y la disponibilidad de la **AMIGA Quick Servicio móvil**, se procede a coordinar la operación con el cliente para programar el servicio de la **AMIGA Quick Servicio móvil** en el menor lapso de tiempo posible.
- El Jefe de Servicio realiza la apertura de orden de trabajo con su respectivo PIR si es necesario, y comunica al cliente la totalidad de los precios que conlleve el servicio.
- El cliente puede realizar el pago del servicio únicamente por dos medios; por medio electrónico (Pago en línea) o por consignación bancaria al principio.
- Una vez se registre el pago, se emite el respectivo Paz y Salvo para proceder a prestar el servicio de **AMIGA Quick Servicio móvil**.
- El conductor debe conocer y acatar el Procedimiento Seguro para Conductores.
- El conductor y el técnico deben cumplir y respetar los procedimientos sin importar su ubicación geográfica.
- La programación de labores a desarrollar deben evitar recesos muy largos entre los mantenimientos, optimizando de esta manera el tiempo de labor útil de los técnicos.
- El Jefe de Servicio debe mantener comunicación constante con el personal de Trabajo en Sitio en el transcurso de la prestación del servicio.
- Para la salida de la **AMIGA Quick Servicio móvil** de las instalaciones de la compañía, se debe presentar el Formato de Control de Salida e Ingreso Unidad Móvil de Mantenimiento en Sitio al área de seguridad, el cual debe contener la totalidad de los registros con Firma y Sello de los funcionarios que emiten la autorización.

- Los únicos funcionarios que tienen la facultad de emitir las Autorizaciones de Salida de **AMIGA Quick Servicio móvil** son:
 - Gerente Posventa
 - Director de Servicio
 - Jefe de Servicio

- Cuando la **AMIGA Quick Servicio móvil** regrese de prestar un servicio, al ingreso a la compañía el Guarda de Seguridad debe realizar una inspección visual de **AMIGA Quick Servicio móvil**, donde debe identificar y reportar las novedades que se presenten en la **AMIGA Quick Servicio móvil**, las cuales debe registrar en el mismo SME-FM-04 y hace entrega de este al Conductor de la **AMIGA Quick Servicio móvil**.

Repuestos por garantía

Si los repuestos nuevos presentan inconformidades de fabricación estos deben ser devueltos a nuestra sede principal para ser cambiados y poder dar la garantía de estos.

Requisitos que se deben cumplir:

- Que el personal asignado de **AMIGA** siga con las pautas dadas en este procedimiento para el manejo de los productos o servicios prestados.

- Que se cumplan todas las necesidades y expectativas del cliente en cuanto al mantenimiento solicitado.

- Que la propiedad del cliente se tenga en cuenta cuando se está realizando el mantenimiento.

3.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

3.3.1 Recursos y requerimientos

AMIGA, siempre se ha visto comprometida y preocupada por el servicio de sus clientes tanto en el pre como en la post –venta de sus productos. Es por esto que nuestra empresa comenzó a implementar un nuevo programa que beneficiara a muchas clientes individuales y empresas del país.

Este programa llamado **AMIGA Quick Servicio móvil**, es una unidad en sitio que le ofrece la posibilidad a los clientes multimarcas, propietarios de unidades de servicio comercial, pesado y público de recibir en campo o lugar de trabajo, programa de mantenimiento preventivo y correctivo sin requerir costosos desplazamientos a

ciudades principales y pérdida importante de tiempo de trabajo en unidades productivas.

De igual manera, **AMIGA** quiere expandir su cobertura y llegar a zonas rurales donde es más difícil encontrar esta clase de servicios, por lo que se convierte en una ayuda de alto grado de valor.

Características técnicas



UNIDAD MÓVIL DE MANTENIMIENTO EN SITIO –A.M.I.G.A-

Equipos de dotación del vehículo:

- Escáner GDS, cuenta con módulos: VCI no. Ec 662169 y VMI no. Em 640188; computador portátil marca HP tipo Probook serie 5 este cuenta con un cable para fuente de alimentación eléctrica externa referencia no. 12921143125624; 15 accesorios - cables de conexión para traslado de datos; juego de pinzas para milímetro y alimentación de corriente desde batería; 5 CDs interactivos de consulta para programas operativos: Ahnlab 8.0, 2011.10, 2010.06 Ver.e-h, 2011.03 y 2010.06 Ver.w-h.

- Gato con capacidad de 3 toneladas y dos torres
- Cargador de batería portátil
- Compresor de aire.

El Quick Servicio móvil cuenta con:

- LLAVE IMPACTO NEUM INDUST 1" 19.2CFM
- TALADRO PERC. INDUST 1/2" V.V.R. ANTES DW520K
- JGO BROCAS CLEVELAN 1/16"-1/2" 29PZS
- JGO DADOS M.1/4" 18PZ 4-13MM
- JGO DADOS M.3/8" 11PZ 10-19MM UND
- JGO LLAVES COMBINADAS 10-32MM 14PZ

- JGO DESTORNILLADORES PRO 10PZ
- JGO LLAVES HEX 10PZ 1.5-10MM
- JGO LLAVES HEX 10PZ 1/16-3/8"
- JGO LLAVES TORX PRO 8PZ UND
- ALICATE PRESION RECTO 10"
- JGO DADOS M.1/2" PTA TORX 9PZ T20-T60
- LLAVE AJUSTABLE CROMADA 6"
- LLAVE AJUSTABLE CROMADA 12"
- MANGUERA DE AIRE 1/2" 300PSI X METRO UND 12.00
- LAMPARA HALOGENO RECARG 35W 300LUM 6V
- ALICATE CORTE DIAGONAL 6"
- ALICATE PELA CABLE 8.1/4"
- JGO CALIBRADOR 0.0015-0.04" 25PZS DE 12"
- CALIBRADOR PRESION AIRE PSI
- VALVULINERA MANUAL 5GLN CON CARRO
- JGO CINCELES 5/16" - 5/8" 5PZS
- MARTILLO DE BOLA 24 OZ
- MARTILLO COMPCAST STANDARD 42 OZ
- CAMILLA PARA MECÁNICO
- LLAVE DE CORREA P/FILTRO DE ACEITE HASTA 6"
- RECTIFICADOR DE ROSCA DE BUJIAS 14MM Y 18MM
- BARRA DE AJUSTE DE FRENOS 7" DOBLE PUNTA
- JGO DE PURGADOR DE FRENOS CAJA PLASTICA
- EXTRACTOR DE GOLPE DE 2 Y 3 AG
- EXTRACTOR REVERSIBLE 4" Y 3 BRAZOS
- TORQUIMETRO 1/2" 50-250LB J6014C PROTO

- TORQUE MULTIPLICADOR M.3/4" F.1/2" 1200 LB PROTO
- JGO DADOS M.3/4" 20PZ 22-50MM
- JGO DADOS M.1/2" 23PZ 12-30MM
- JGO BOTADORES 1/16" - 1/4" 7PZS TRAB PESADO
- LLAVES ABOCINADAS 8-10MM
- LLAVES ABOCINADAS 12-14MM
- DADO IMPACTO M.1/2" 14MM 6PT
- DADOIMPACTO-M1/2"-6PT-17MM
- DADO M.1/2" IMPACTO 19MM 6PT ANTES 89119
- DADO M.1/2" IMPACTO 21MM 6PT
- DADO IMPACTO M.1/2" 22MM 6PT
- DADO M.1/2" IMPACTO 24MM 6PT
- ENGRASADORA CON PALANCA TUBO
- ALICATE ARTICULADO EXTENSIÓN 10" (PICO LORO)
- ADAPTADOR 3/8"F-1/2"M UND 1.00
- ADAPTADOR 1/2"F-3/8"M

3.3.2 Insumos y materiales

En los mantenimientos se cobrara unos insumos que hacen parte del mantenimiento correctivo o preventivo y se cargará en la orden de servicio el precio de \$ 20.000 pesos (insumos), que nos ayudaran con el presupuesto mensual.

Dentro de los insumos tenemos:

- Gasolina
- Diesel
- Lavador de inyectores
- Pegantes
- Protector de sillas, timón
- Siliconas entre otras.

4 MODULO 4: ORGANIZACIÓN

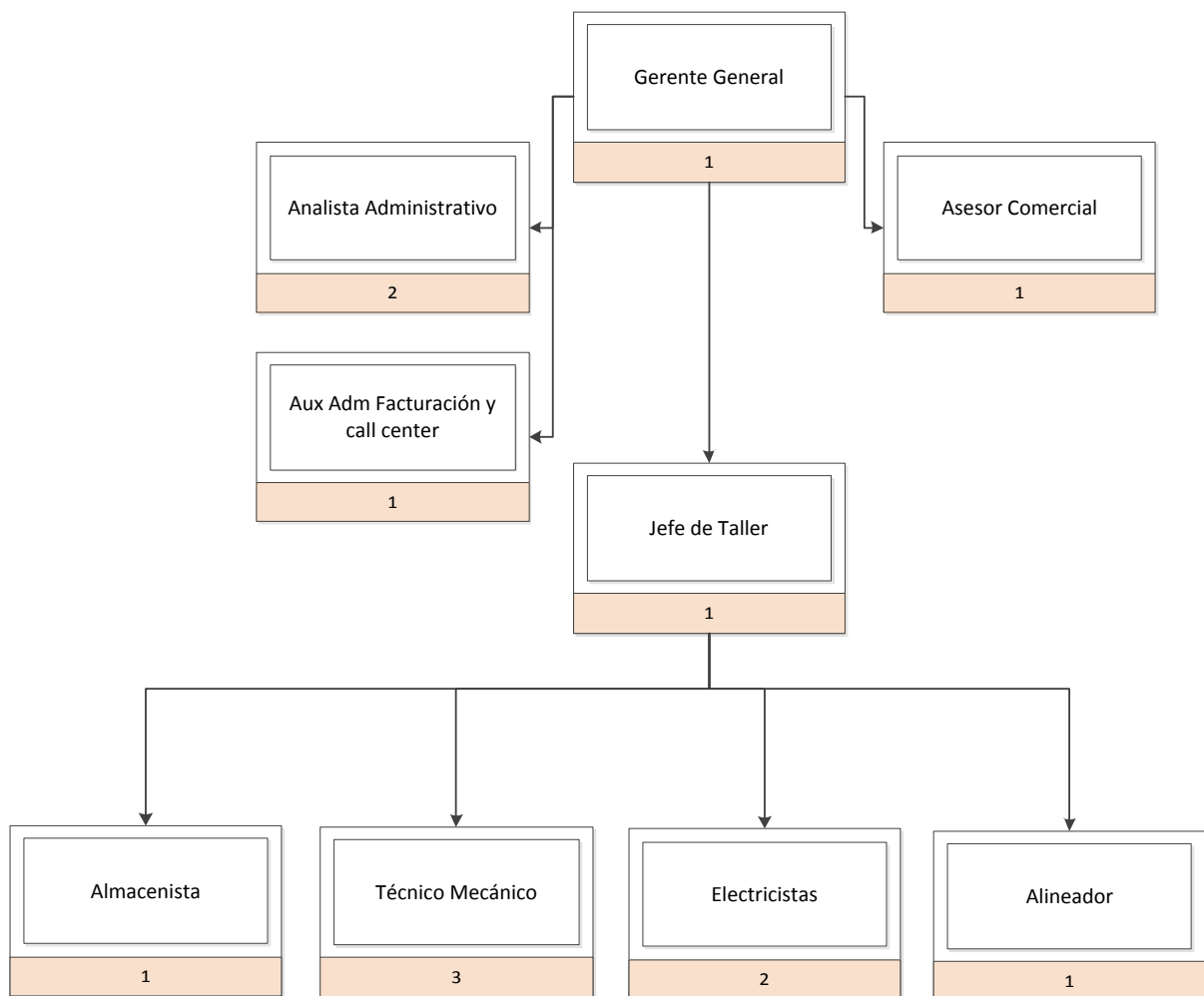
4.1 CONCEPTO DE NEGOCIO – FUNCIÓN EMPRESARIAL

4.1.1 Estructura organizacional

La Empresa AMIGA S.A.S tendrá sede administrativa en Bogotá, contará con aproximadamente 17 personas directas entre personal técnico y administrativo apoyada de varios proveedores estratégicos.

A continuación observamos el organigrama de AMIGA que soportaría inicialmente las operaciones de la compañía.

Tabla 10: Organigrama de la empresa



Fuente: los autores

4.1.2 Descripción del cargo

Tabla 11: descripción de los cargos de la empresa

NOMBRE EL CARGO	GERENTE GENERAL
COOR. INMEDIATO	N/A
CARGOS QUE LE REPORTAN	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todos los cargos de A.M.I.G.A
OBJETIVO DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planear, organizar, controlar y evaluar las estrategias y operaciones de la empresa, para la conservación de clientes y generación de nuevos contratos.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar los recursos financieros de la Empresa. ➤ Proponer e implementar Estrategias para mejorar la rentabilidad. ➤ Asegurar el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes. ➤ Supervisar el trabajo de todos los Coordinadores de Área a su cargo. ➤ Realizar recorridos periódicos por la Empresa. ➤ Supervisar mensualmente como se desarrollan las Compras, Ventas, entradas al taller, carro taller, etc. ➤ Participar en el proceso de Selección, contratación e inducción de nuevo personal. ➤ Revisar a intervalos planificados el Sistema de Gestión de Calidad de acuerdo a los parámetros definidos en la norma ISO 9001/ 2000. ➤ Evaluar el cumplimiento de los objetivos de calidad con base en los informes presentados por las diferentes áreas.

NOMBRE EL CARGO	JEFE DE SERVICIO
COOR. INMEDIATO	GERENTE GENERAL
CARGOS QUE LE REPORTAN	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todos los cargos de operación A.M.I.G.A

OBJETIVO DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyar a la Gerencia de servicio en todas las actividades de planeación, organización, control y evaluación relacionadas con operación de la empresa.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Suplir al Gerente de servicio en su ausencia. ➤ Asegurar el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes. ➤ Supervisar el trabajo de todas las personas del área a su cargo. ➤ Realizar recorridos periódicos por la empresa. ➤ Definir las condiciones de negociación con los clientes.

NOMBRE EL CARGO	ASESOR COMERCIAL
COOR. INMEDIATO	GERENTE GENERAL
CARGOS QUE LE REPORTAN	n/a
OBJETIVO DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar el proceso de ventas buscando la máxima satisfacción del cliente para la generación de utilidades para la empresa.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hacer visitas periódicas a los clientes. ➤ Ser parte activa del Comité de Calidad. ➤ Presentar informes a la Gerencia de servicio sobre el desempeño de su área.

NOMBRE EL CARGO	Analistas Administrativos
COOR. INMEDIATO	GERENTE
CARGOS QUE LE REPORTAN	<ul style="list-style-type: none"> ➤ N/A

OBJETIVO DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servir de apoyo al Gerente General en los servicios contables, administrativos, financieros y recursos humanos.
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Digitalizar actas, cartas y documentos relacionados con la empresa. ➤ Archivar documentos de la Empresa. ➤ Llevar consecutivo de facturas, remisiones y órdenes de producción. ➤ Efectuar cotizaciones y comprobantes de egreso. ➤ Diligenciar formulario de Impuestos ICA y retención en la fuente. ➤ Cumplir y Mantener el Programa de Capacitación programado por la empresa. ➤ Cuando sea necesario aplicar el procedimiento de Selección, Contratación e inducción del personal nuevo que ingrese a la empresa. ➤ Promover el programa de Salud Ocupacional con apoyo del vigía de la salud de la empresa. ➤ Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencias. ➤ Exigir buen comportamiento dentro de las instalaciones de la empresa. ➤ Manejo de documentos de aportes parafiscales, Salud (EPS) Aseguradora de riesgos profesionales (ARP) y Fondo de pensiones y Cesantías (AFP) y Caja de Compensación. ➤ Seleccionar a los proveedores de acuerdo con calidad, bajo precio, buen servicio, mejores facilidades de pago. ➤ Garantizar al área de producción que los insumos estarán para la fecha que se necesita. ➤ Realizar el proceso de selección, evaluación y re-evaluación de proveedores.

Fuente: los autores

4.2 ANÁLISIS DOFA

Si conocemos nuestras debilidades, sabemos de qué somos capaces y de qué no. Nos permite ser objetivos lo que nos evita asumir riesgos que luego no podemos cubrir. Conocer nuestras debilidades nos evita “meternos en camisa de 11 varas”. Adicionalmente, si conocemos cuales son nuestros puntos débiles, sabremos qué es lo que necesitamos mejorar. Las soluciones a los problemas sólo son posibles cuando hemos identificado los problemas, y eso no los da la matriz DOFA.

Enseguida mencionaremos cuales podrían ser nuestras mejoras en nuestra empresa:

4.2.1 Debilidades

- Tenemos una débil imagen en el mercado porque es un servicio nuevo.
- No tenemos los recursos financieros necesarios.
- No conocemos a fondo el mercado.

4.2.2 Oportunidades

- Introducir al mercado nuevos productos y servicios.
- Hay un segmento del mercado que podemos atender y todavía no lo estamos haciendo (vehículos pesados).
- Podemos desarrollar nuevos servicios y mejorar el actual para atender necesidades de los clientes.
- Podríamos atender por medio de Servicios Web
- El mercado está cambiando hacia un mayor uso de nuestros servicios de economía de acceso.
- Tenemos posibilidades de mejorar nuestros costos de acuerdo al incremento de nuestros clientes.

4.2.3 Fortalezas

- El plazo de entrega es menor que la competencia.
- Hacemos las promociones de acuerdo a la línea del vehículo y cliente.
- Se cuenta con el carro taller.
- Alto nivel de competitividad.
- Tenemos una estrategia definida
- Contamos con servicios nuevos que la competencia.
- Tenemos tecnología adecuada para los mantenimientos.
- Contamos con la estructura necesaria para desarrollar el negocio.
- Conocemos perfectamente el mercado automotriz
- Tenemos los mecanismos de control del negocio necesarios para tomar decisiones y actuar inmediatamente.

- Contamos con una estructura de ventas idónea

4.2.4 Amenazas

- Cambian las reglas de importación.
- Está cambiando la tecnología de fabricación en el mundo.
- La competencia podría adquirir nuestra forma de trabajo.

4.3 ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS.

A continuación se anexa tabla con la nómina mensual que tendrá AMIGA para el cumplimiento de su razón social.

Tabla 12: Nómina mensual de la empresa

MANO DE OBRA			ADMINISTRACION			VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
tecnico 1	750.000	9.000.000	Gerente - General	2.500.000	30.000.000	asesor comercial 1	1.500.000	18.000.000
tecnico 2	750.000	9.000.000	Axiliar Adm. 1	700.000	8.400.000			
tecnico 3	750.000	9.000.000	Auxiliar Facturación - Call Ce	600.000	7.200.000			
electricista 1	750.000	9.000.000	Axiliar Adm. 2	600.000	7.200.000			
electricista 2	750.000	9.000.000						
Alineador	750.000	9.000.000						
Jefe de servicio	1.500.000	18.000.000						
almacenista	600.000	7.200.000						
Subtotal	6.600.000	79.200.000	Subtotal	4.400.000	52.800.000	Subtotal	1.500.000	18.000.000
Parafiscales	1.914.000	22.968.000	Parafiscales	1.276.000	15.312.000	Parafiscales	435.000	5.220.000
Cesantías	549.780	6.597.360	Cesantías	366.520	4.398.240	Cesantías	124.950	1.499.400
Intereses sobre Cesantías	5.498	65.974	Intereses sobre Cesantías	3.665	43.982	Intereses sobre Cesantías	1.250	14.994
Prima de Servicios	549.780	6.597.360	Prima de Servicios	366.520	4.398.240	Prima de Servicios	124.950	1.499.400
Vacaciones	275.220	3.302.640	Vacaciones	183.480	2.201.760	Vacaciones	62.550	750.600
Total salarios	9.894.278	118.731.334		6.596.185	79.154.222		2.248.700	26.984.394

Fuente: Los autores

4.4 MARCO LEGAL

La empresa AMIGA será constituida como una entidad de tipo S.A.S, que quiere decir sociedades por acciones simplificadas y que fue creada por medio de la ley 1258 de 2008 con el fin de brindar excepciones tributarias para promover la formalización de las empresas y el aumento de empleabilidad en el país.

La actividad de la empresa corresponde al CÓDIGO CIIU G502005 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.

5 MODULO 5: FINANZAS

5.1 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.

La contabilidad se llevará inicialmente por un contador externo con los libros contables que registrará el analista administrativo a cargo del gerente General.

El software inicial será un aplicativo en Microsoft Access que permita registrar los movimientos contables, de almacén y de facturación que permitan llevar los datos contables y fiscales de la compañía. A futuro se espera poder adquirir un software más robusto que permita automatizar operaciones y disminuir el margen de error en los registros contables, financieros y logísticos.

El Capital requerido para el inicio del proyecto es de \$109.504.136, de los cuales se tienen 50 millones de recursos propios provenientes de ahorros de la actividad laboral de los socios, y un capital a financiar por valor de \$56.488.364, el cual se pagará por los próximos 4 años con una cuota fija en pesos (se valora a una tasa de 1%).

La discriminación de los rubros se puede observar en la tabla “PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN” que mostramos a continuación:

Tabla 13: plan de inversión y financiación de la empresa

2- PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION							
CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL		
Inventario materia prima	-1.507.886	3.015.771			1.507.886		
Inventario productos en proce							
Inventario productos terminad							
Cartera	28.618.750				28.618.750		
Inversiones diferidas	430.000				430.000		
Caja	7.947.500				7.947.500		
Total capital de trabajo	35.488.364	3.015.771			38.504.136		
ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION AÑO 1
Terrenos							
Construcciones						1	
Total maquinaria y equipo				22.000.000	22.000.000	6	3.666.667
Herramientas				5.000.000	5.000.000		
gato hidraulico				6.000.000	6.000.000		
compresor				1.000.000	1.000.000		
Scanner vehiculos				10.000.000	10.000.000		
Total muebles y enseres:				14.000.000	14.000.000	12	1.166.667
muebles oficinas				8.000.000	8.000.000		
computadores				6.000.000	6.000.000		
Vehiculos:	21.000.000			14.000.000	35.000.000	15	2.333.333
unidad movil de mantenimien	21.000.000			14.000.000	35.000.000		
Total inversión fija	21.000.000			50.000.000	71.000.000	34	7.166.667
Inversión Total	56.488.364			50.000.000	109.504.136	34	7.166.667
Participación %	51,59%			45,66%	100,00%		

5.2 BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO

A continuación se podrá Observar el Balance general proyectado a partir del año de inicio de operaciones de la compañía.

Tabla 14: Balance general de la empresa

BALANCE GENERAL						
BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	7.947.500	173.890.079	263.808.075	274.613.495	274.653.557	291.428.220
Cuentas por Cobrar - Cartera	28.618.750	28.618.750	28.618.750	19.842.333	20.636.027	21.461.468
Inventario de Materia Prima	1.507.886	1.507.886	1.568.201	1.630.929	1.696.166	1.764.013
Inventario de Productos en Proceso						
Inventario de Productos Terminados						
Gastos Diferidos y Operativos	430.000					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	38.504.136	204.016.715	293.995.026	296.086.757	296.985.750	314.653.701
ACTIVO FIJO						
Terrenos						
Construcciones						
Maquinaria y Equipo	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000
Muebles y Enseres	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000
Vehículos	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
SUBTOTAL FIJO	71.000.000	71.000.000	71.000.000	71.000.000	71.000.000	71.000.000
Depreciación Acumulada		7.166.667	7.166.667	7.166.667	7.166.667	7.166.667
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	71.000.000	63.833.333	63.833.333	63.833.333	63.833.333	63.833.333
TOTAL ACTIVOS	109.504.136	267.850.048	357.828.360	359.920.091	360.819.083	378.487.034
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	3.015.771	3.015.771	3.136.402	3.261.858	3.392.333	3.528.026
Imporrenta por Pagar		49.824.337	53.144.493	56.502.304	60.062.084	63.483.605
IVA por Pagar		11.447.500	11.905.400	12.381.616	12.876.881	13.391.956
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)		12.619.950	13.061.648	13.518.806	13.991.964	14.481.683
Parafiscales y Provisiones		3.625.000	3.751.875	3.883.191	4.019.102	4.159.771
Otros Pasivos						
Obligación (Crédito)	11.701.786	13.185.865	14.858.163	16.742.550		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	14.717.557	93.718.424	99.857.982	106.290.325	94.342.364	99.045.041
PASIVO LARGO PLAZO						
Obligación (Crédito)	44.786.578	31.600.713	16.742.550			
Otros Pasivos						
TOTAL PASIVO MEDIANO Y LARGO	44.786.578	31.600.713	16.742.550			
TOTAL PASIVO	59.504.136	125.319.137	116.600.532	106.290.325	94.342.364	99.045.041
PATRIMONIO						
Capital	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Utilidad del Ejercicio		92.530.912	98.696.916	104.932.850	111.543.870	117.898.124
Utilidad Retenida Ejercicios Anteriores			92.530.912	98.696.916	104.932.850	111.543.870
TOTAL PATRIMONIO	50.000.000	142.530.912	241.227.828	253.629.766	266.476.720	279.441.993
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	109.504.136	267.850.048	357.828.360	359.920.091	360.819.083	378.487.034

Fuente: Los autores

5.3 ESTADO DE GANANCIAS O PÉRDIDAS PROYECTADO

A continuación se anexa el estado de pérdidas y ganancias de la compañía en los próximos cinco años, como resumen se puede evidenciar que se llegará con las estimaciones de ventas a los 100 millones de pesos anuales por año y que puede ser repartida entre los socios o recapitalizada para redimensionar el negocio.

Tabla 15: Estado de pérdidas y ganancias de la empresa

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	457.900.000	476.216.000	495.264.640	515.075.226	535.678.235
Costo Materia Prima	36.189.257	37.636.828	39.142.301	40.707.993	42.336.312
Depreciaciones	7.166.667	7.166.667	7.166.667	7.166.667	7.166.667
Costos Indirectos de Fabricación	16.560.000	17.139.600	17.739.486	18.360.368	19.002.981
Mano de Obra	118.731.334	122.886.930	127.187.973	131.639.552	136.246.936
TOTAL COSTO DE VENTAS	178.647.258	184.830.024	191.236.426	197.874.579	204.752.896
UTILIDAD BRUTA	279.252.742	291.385.976	304.028.214	317.200.646	330.925.338
Salarios de Administración	79.154.222	81.924.620	84.791.982	87.759.701	90.831.291
Gastos de Administración	14.400.000	14.904.000	15.425.640	15.965.537	16.524.331
Salarios de Ventas	26.984.394	27.928.848	28.906.357	29.918.080	30.965.213
Gastos de Ventas	9.780.000	10.122.300	10.476.581	10.843.261	11.222.775
Amortización del Diferido	430.000				
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	130.748.616	134.879.768	139.600.560	144.486.579	149.543.610
UTILIDAD OPERACIONAL	148.504.126	156.506.208	164.427.654	172.714.067	181.381.729
Intereses Crédito	6.148.878	4.664.798	2.992.500	1.108.113	
Otros Intereses					
Ley Mipyme					
Comisión FNG					
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	6.148.878	4.664.798	2.992.500	1.108.113	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	142.355.249	151.841.409	161.435.154	171.605.953	181.381.729
Impuesto de Renta	49.824.337	53.144.493	56.502.304	60.062.084	63.483.605
UTILIDAD NETA	92.530.912	98.696.916	104.932.850	111.543.870	117.898.124

Fuente: Los autores

5.4 FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO:

Tabla 16: Flujo de caja Presupuestado

PRIMER AÑO FLUJO DE CAJA MENSUAL													
MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS	44.518.056	19.079.167	31.798.611	31.798.611	31.798.611	57.237.500	44.518.056	31.798.611	19.079.167	31.798.611	57.237.500	57.237.500	457.900.000
COMPRAS M.P. E INSUMOS	3.518.400	1.507.886	2.513.143	2.513.143	2.513.143	4.523.657	3.518.400	2.513.143	1.507.886	2.513.143	4.523.657	4.523.657	36.189.257
CONCEPTO/MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
I. Ingresos Operativos													
1. Ventas de Contado	22.259.028	9.539.583	15.899.306	15.899.306	15.899.306	28.618.750	22.259.028	15.899.306	9.539.583	15.899.306	28.618.750	28.618.750	228.950.000
2. Ventas a Crédito	22.259.028	9.539.583	15.899.306	15.899.306	15.899.306	28.618.750	22.259.028	15.899.306	9.539.583	15.899.306	28.618.750	28.618.750	228.950.000
3. Recuperación Cartera	22.259.028	9.539.583	15.899.306	15.899.306	15.899.306	28.618.750	22.259.028	15.899.306	9.539.583	15.899.306	28.618.750	28.618.750	200.331.250
Total Ingresos Operativos	22.259.028	31.798.611	25.438.889	31.798.611	31.798.611	44.518.056	50.877.778	38.158.333	25.438.889	25.438.889	44.518.056	57.237.500	658.231.250
II. Gastos Operativos Fijos													
A. Fijos:													
1. Pagos Laborales:	13.800.000	17.425.000	17.425.000	17.425.000	17.425.000	23.672.500	17.425.000	17.425.000	17.425.000	17.425.000	17.425.000	29.927.500	224.225.000
2. Arrendamientos	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	3.000.000
3. Servicios	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	875.000	10.500.000
4. Mantenimiento	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
5. Publicidad	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
6. Transporte	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
7. Otros	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	5.040.000
8. Preoperativos	430.000												430.000
Subtotal	16.175.000	19.370.000	19.370.000	19.370.000	19.370.000	25.617.500	19.370.000	19.370.000	19.370.000	19.370.000	19.370.000	31.872.500	247.565.000
A. Variables													
1. Compra de Contado Materia Prima e Insumos													
2. Compra a Crédito Materia Prima e Insumos	3.518.400	1.507.886	2.513.143	2.513.143	2.513.143	4.523.657	3.518.400	2.513.143	1.507.886	2.513.143	4.523.657	4.523.657	36.189.257
3. Pago compras a crédito	3.518.400												31.665.600
4. Compra Insumos para Inventarios													
5. Pago Proveedores Histórico													
6. Pago M.O. Y Gastos de Fabricación													
Subtotal	3.518.400	5.026.286	4.021.029	5.026.286	5.026.286	7.036.800	8.042.057	6.031.543	4.021.029	4.021.029	7.036.800	9.047.314	67.854.857
Total Gastos Operativos	19.693.400	24.396.286	23.391.029	24.396.286	24.396.286	32.654.300	27.412.057	25.401.543	23.391.029	23.391.029	26.406.800	40.919.814	315.849.857
Superavit / (deficit) Operativo	2.565.628	7.402.325	2.047.860	7.402.325	7.402.325	11.863.756	23.465.721	12.756.790	2.047.860	2.047.860	18.111.256	16.317.686	113.431.393
III. Inversiones Fijas													
1. Terrenos													
2. Edificaciones													
3. Maquinaria y Equipo	22.000.000												22.000.000
4. Muebles y Enseres	14.000.000												14.000.000
5. Vehiculos	35.000.000												35.000.000
Subtotal	71.000.000												71.000.000
IV. Recursos Obtenidos													
1. Préstamo Línea Emprendimiento	56.488.364												
2. Recursos Propios	50.000.000												
Subtotal	106.488.364												
V. Amortización Pasivos Financieros													
1. Cuotas de Capital Crédito Propuesto	922.672	931.898	941.217	950.630	960.136	969.737	979.435	989.229	999.121	1.009.112	1.019.204	1.029.396	11.701.786
2. Intereses Crédito Propuesto	564.884	555.657	546.338	536.926	527.419	517.818	508.121	498.326	488.434	478.443	468.352	458.160	6.148.878
3. Ley Mipyme													
4. Comisión Fondo Nacional de Garantías													
Subtotal	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	1.487.555	17.850.663
Superavit / (deficit) Financiero	36.566.437	5.914.770	560.305	5.914.770	5.914.770	10.376.200	21.978.165	11.269.235	560.305	560.305	16.623.700	14.830.130	131.069.093
VI. Pago de Impuestos													
IVA Cobrado	4.451.806	1.907.917	3.179.861	3.179.861	3.179.861	5.723.750	4.451.806	3.179.861	1.907.917	3.179.861	5.723.750	5.723.750	45.790.000
IVA Pagado			6.359.722		6.359.722		8.903.611		7.631.667		5.087.778		34.342.500
Imporrenta													
Subtotal													
SUPERAVIT / DEFICIT DE CAJA	41.018.242	7.822.687	-2.619.556	9.094.631	2.734.909	16.099.950	17.526.360	14.449.096	-5.163.445	3.740.166	17.259.672	20.553.880	142.516.593
		41.018.242	48.840.929	46.221.373	55.316.004	58.050.913	74.150.863	91.677.223	106.126.319	100.962.874	104.703.041	121.962.713	849.030.496
CAJA FINAL	41.018.242	48.840.929	46.221.373	55.316.004	58.050.913	74.150.863	91.677.223	106.126.319	100.962.874	104.703.041	121.962.713	142.516.593	991.547.089

Fuente: Los autores

De acuerdo al anterior Balance, Estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja proyectado a los cinco años y a un año respectivamente, se evidencia un comportamiento positivo creciente tanto de la utilidad como del patrimonio lo cual indica que el proyecto es viable financieramente.

5.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En la siguiente tabla se presentan los principales indicadores financieros que nos permiten asegurar que el proyecto es económicamente viable y rentable,

adicionalmente se evidencia que si existe un mercado a asegurado para lograr las metas propuestas.

Tabla 17: Principales indicadores financieros proyectados

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	2,2	2,9	2,8	3,1	3,2
Endeudamiento (%)	46,79%	32,59%	29,53%	26,15%	26,17%
Rentabilidad Neta (%)	20,21%	20,73%	21,19%	21,66%	22,01%
Otra información financiera					
VAN	94.045.796				
TIR	4,8%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	213.732.755				

Fuente: Los autores

Tabla 18: punto de equilibrio de la empresa

PUNTO DE EQUILIBRIO 1 AÑO							
VENTAS TOTALES ANUALES:		\$ 244.167.245				DIFERENCIA DE VENTAS	
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	Porcentaje	VENTAS PROYECTADAS		PUNTO DE EQUILIBRIO	
				PESOS	UNIDADES	PESOS	UNIDADES
REVISION Y MTTO DE FRENOS	39.512.542	152	16,18%	74.100.000	285	34.587.458	133
REVISION Y MTTO SISTEMA ELECTRICO	48.630.821	203	19,92%	91.200.000	380	42.569.179	177
MANTENIMIENTO PREVENTIVO 5.000 Km	33.433.689	152	13,69%	62.700.000	285	29.266.311	133
ALISTAMIENTO R.T.M O VIAJES	33.433.689	152	13,69%	62.700.000	285	29.266.311	133
REVISION Y MTTO SISTEMA INYECCIÓN	52.683.389	203	21,58%	98.800.000	380	46.116.611	177
REVISION Y MTTO SISTEMA TRANSMISION	36.473.115	101	14,94%	68.400.000	190	31.926.885	89
TOTAL	244.167.245	962	100,00%	457.900.000	1.805	213.732.755	843

Fuente: Los autores

En cuanto a liquidez el indicador nos demuestra que por cada \$1 que se tiene de pasivo corriente, se cuenta con \$2,2 de respaldo en activo corriente para el primer año y de \$3,2 para el año 5, con lo cual se demuestra una liquidez sólida.

El nivel de endeudamiento para el primer año se tiene en 46,8% y para el 5 año en tan solo el 26%, esto demuestra cómo la empresa podrá respaldar sus obligaciones y mejorarlas. Es decir que por cada 1\$ que se tiene se debe 47 y 26 centavos respectivamente.

Por otra parte la rentabilidad neta se mantiene entre el 20,21% del primer año y del 22,01% en el 5 año, lo cual nos indica un negocio estable en condiciones normales; el Valor Presente Neto VAN arroja un valor de \$ 94.045.796 y una TIR de 4,8% con lo cual se evidencia que el dinero de los inversionistas tendrán una buena rentabilidad.

El punto de equilibrio se alcanzara cuando vendamos 843 unidades del mix de productos que se estableció para ventas que equivale a \$213.732.755, lo que implicaría que la inversión se recuperaría en seis meses.

6 BIBLIOGRAFIA

¹ 07 - Boletín de prensa agosto 2011 CIFRAS JUNIO_20110801_103044.pdf, cifras de la ANDI

¹ sirem.supersociedades.gov.co/SIREM/files/SECTORAUTOMOTRIZ.pdf

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo SERGIO LEANDRO COLORADO CASTAÑEDA

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 79'998.107 BTA

Nombre Completo Jaime Andrés Rivera Miranda

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 79.916.080 gl

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

IFI ASISTENCIA MECANICA INTEGRAL CON GESTION AUTOMOTRIZ

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).


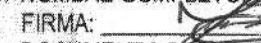
Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>SERGIO LEONARDO CORTAÑEZ</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Jaime Andrés Rivera Miranda</u>
FIRMA: 	FIRMA: 
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>791948107 STA</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>79916080 btr</u>
FACULTAD: <u>POST GRADOS</u>	FACULTAD: <u>Postgrados</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>GERENCIA LOGISTICA</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Gerencia Logística</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 30 de Mayo 2012