

Proyecto Mantenimiento de Vehículos Automotores a Domicilio

Jonathan Stiv Sierra Peña

Diana Marcela Cano Chacón

Olga Lucia Arias Salinas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Creación de Empresa I

Docente:

Maritza Arias Hernández

Grupo: Modelos de Innovación 50101

Proyecto Mantenimiento de Vehículos Automotores a Domicilio



<https://www.facebook.com/domiautomecanica>

Nombre del Proyecto:

Domiauto

Integrantes:

Jonathan Stiv Sierra Peña

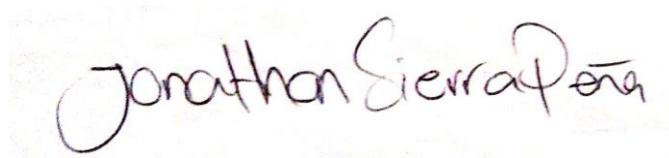
Diana Marcela Cano Chacón

Olga Lucia Arias Salinas

Compromiso del Autor

Yo Jonathan Stiv Sierra Peña identificado con C.C. 1032466580, estudiante del programa Creación de Empresa 1, Modelos de Innovación 50101, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A handwritten signature in black ink that reads "Jonathan Sierra Peña". The signature is written in a cursive style and is centered on the page.

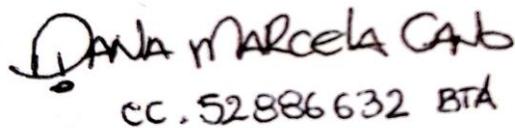
Jonathan Stiv Sierra Peña

C.C.1032466580 de Bogotá

Compromiso del Autor

Yo Diana Marcela Cano Chacón identificada con C.C. 52886632, estudiante del programa Creación de Empresa 1, Modelos de Innovación 50101, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Diana Marcela Cano
CC. 52886632 BTA

Diana Marcela Cano Chacón

C.C. 52886632 de Bogotá

Compromiso del Autor

Yo Olga Arias Salinas identificada con C.C. 53103045, estudiante del programa Creación de Empresa 1, Modelos de Innovación 50101, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Olga Arias Salinas
C.C. 53103045 BTA

Olga Lucia Arias Salinas

C.C.53103045 de Bogotá

Contenido

Resumen Ejecutivo:	1
Presentación General del Proyecto Mantenimiento de Vehículos Automotores a Domicilio	1
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos.....	2
Claves para el éxito de Domiauto	3
A nivel Social:.....	4
A nivel Económico:	4
A nivel Ambiental:.....	4
Objetivos de Desarrollo Sostenible aplicado al Proyecto	4
8) Trabajo Decente y Crecimiento Económico.....	4
13) Acción por el clima.....	5
17) Alianzas para lograr los objetivos	5
Definición de nuestra teoría de Valor Compartido	5
Tecnologías Disruptivas.....	5
Análisis Pestel Domiauto	6
Político	6
Económico	7
Social.....	7

Tecnológico.....	8
Ecológico	8
Legal	9
Cuadro de Problemas	10
Conclusión	12
Pregunta Problema Seleccionada.....	12
Árbol de Problemas.....	12
Conclusión Árbol de Problemas	13
Pregunta Problema	13
Árbol de Objetivos.....	13
Conclusión Árbol de Objetivos.....	14
Técnicas de Ideación del Proyecto.....	14
Lluvia de Ideas	14
Autoevaluación de la Idea de Negocio	15
Conclusión	22
Guía de Negocio Estructurada	23
Alternativas de Innovación de Proyecto	25
Análisis de la competencia.....	25
4.2 Cuadro comparativo con la competencia.....	26
Conclusión	26

Idea más prometedora e Innovadora	27
Idea de Innovación	27
Fuerzas de la Industria	27
Análisis de la demanda	28
Influencias Internas	28
Influencias externas	28
Poder de negociación del cliente.....	28
Análisis de la oferta:	29
Análisis de comercialización y de los proveedores	31
Segmentación del mercado	33
Bondades de nuestro Producto.....	33
Ejercicio Buyer Persona.....	34
Definición de Nuestro Cliente	36
¿Dónde encontramos nuestro cliente ideal?.....	36
Valores que destacan a nuestro cliente ideal.....	36
¿Cuál es el entorno de nuestro cliente en la semana?	37
Necesidades más urgentes de nuestro cliente ideal:	37
¿Cómo se ajusta Domiauto a nuestros Clientes?	37
Perfil del cliente: Trabajos del cliente	38
Mapa de Valor: Productos y Servicios.....	39

Propuesta de Valor	39
Diseño del Producto: Ficha Técnica	39
Fase del ciclo de vida de nuestro producto	41
Definición Estratégica.....	41
Diseño de concepto	42
Diseño en detalle.....	50
Diagrama de bloques.....	50
Gráfica cadena de distribución.....	50
Costos de producción y precio de venta	51
Indicadores de calidad.....	52
Producción:	54
Brochure de Servicios.	54
Prototipo:.....	56
Características del producto:.....	56
Características del prototipo:	56
¿Cómo interactúa el cliente con nuestro prototipo?.....	56
Modelo Running Lean de la empresa Domiauto	57
Validación Del LEAN CANVAS	60
Hipótesis Sobre la Necesidad de un Servicio Automotriz a Domicilio	61
Objetivo de la Investigación.	61

Objetivos Específicos de la Investigación.	61
Tipo de Investigación.....	62
Diseño del Formulario de Nuestra Encuesta.....	62
Hipótesis Investigación de mercados:.....	62
Tabulación y análisis de la información.	65
Conclusiones.....	80
Recomendaciones	82
Bibliografía	83

Resumen Ejecutivo:

El presente proyecto tiene como objetivo demostrar la viabilidad de nuestra idea de negocio, la cual llevaremos a cabo por medio de una plataforma digital donde ofreceremos nuestros servicios de mecánica y embellecimiento automotriz con un plus donde queremos resaltar la honestidad, efectividad y rapidez en la prestación del servicio, los objetivos de este proyecto están enfocados en mejorar la calidad de vida de nuestros clientes a través de nuestro producto, logrando que tengan más tiempo disponible para invertir en sus vidas personales y de esta manera mitigar las frustraciones del cliente.

Alineamos el proyecto conforme a los ODS establecidos mundialmente, para lograr que nuestra empresa sea sostenible y sustentable y de esta manera poder aumentar nuestros ingresos sin afectar el ambiente del planeta y cuidando los recursos para futuras generaciones.

Nuestra meta es llegar al mercado de las personas de estrato promedio propietarios de vehículos que requieren del servicio por factores de desconocimiento en el tema del mantenimiento o porque simplemente surgen imprevistos, a cualquier hora del día y en el lugar que menos lo esperamos.

El medio para acercarnos a los clientes serán las redes sociales, haciendo contacto mediano por medio de un video explicativo en el que demostramos que las calamidades suceden cuando menos se esperan y Domiauto puede ser el salvavidas ante estas situaciones.

Gracias a nuestro estudio de mercado, pudimos descubrir que nuestra idea de negocio posee una gran acogida puesto que son demasiadas las personas que se encuentran inconformes con el servicio técnico de ciertos talleres y concesionarios, es aquí en donde entra a jugar la honestidad y transparencia de Domiauto para fortalecer y fidelizar las relaciones con sus clientes.

Domiauto cuenta con una franja de servicios amplia que va desde gasolina a domicilio, servicio mecánico para todo tipo de automotor, cerrajería a domicilio, recogida y entrega de los vehículos en puntos acordados previamente, hasta poder polichar la pintura de su vehículo para mejorar su aspecto, es de esta manera que pretendemos darnos a conocer y así a largo plazo poder ser la empresa de servicios automotrices más reconocida a nivel nacional.

Presentación General del Proyecto Mantenimiento de Vehículos Automotores a Domicilio

Debido a la oportunidad que hemos visto en el sector automotriz del difícil acceso a un servicio profesional y de calidad de reparación de vehículos a domicilio, que se pueda brindar los 7 días de la semana, las 24 horas del día, para que los propietarios de vehículos puedan en su tiempo libre disfrutar con sus familias, ocio y demás, sin tener que pasar horas en el mecánico.

Adicional a esto también podríamos decir, que muchas veces las personas cuando llevan sus vehículos a los talleres, piden un análisis para lograr un diagnóstico de fallas y así poder reparar cualquier daño, pero las personas que realizan estos diagnósticos muchas veces mienten e inventan fallas que no hay, para poder vender cosas que aún no necesitan los vehículos y sacar un mayor provecho económico, es un tema de honestidad que queremos implementar en nuestro proyecto, no diagnosticar fallas erróneas en los vehículos para que los clientes sientan confianza y credibilidad al momento de tener que utilizar nuestro servicio y así fortalecer nuestro mercado.

Para lograr esto queremos crear una empresa que se dedica al mantenimiento a domicilio de vehículos a motor, entre ellos (motos, carros, camiones, microbuses etc.) y que su actividad no solo se enfoque en el mantenimiento mecánico y eléctrico sino también en la parte estética de interiores, exteriores y lujos, logrando así cumplir con las expectativas de nuestros clientes al encontrar todo en un solo lugar.

Buscando primordialmente la comodidad del cliente y más en estos momentos teniendo en cuenta la situación actual de pandemia (covid-19), queremos

acercarnos a nuestros clientes de manera virtual, creando una aplicación en la cual el cliente pueda expresar puntualmente qué servicio o producto desea de nuestra línea, y de esta forma sea de más fácil acceso, con opciones de personalización del servicio, creando paquetes y precios que se ajusten a la necesidad de nuestro cliente, contamos con la experiencia de un gran mecánico con experiencia de más de 20 años en el ramo y gran variedad de contactos y proveedores del sector automotriz que nos pueden ayudar con importaciones y precios más bajos para equilibrar un gana gana entre el cliente y nosotros como prestadores del servicio.

Queremos llegar a nuestros clientes con una filosofía de honestidad y prestando un servicio de óptima calidad, con equipos adecuados e implementos necesarios para lograr que los vehículos y sobre todo sus propietarios se sientan bien atendidos.

Objetivo General

Posicionar nuestra plataforma digital, prestando servicios de mantenimiento automotriz a domicilio de alta calidad y de esta forma llegar al corazón de nuestros clientes a nivel regional, logrando confianza, fidelidad y credibilidad, de esta forma superar las expectativas de nuestros clientes y así posicionar nuestra marca en el mercado como la empresa de servicios automotrices más eficiente de Colombia, y a largo plazo expandir nuestra organización a nivel nacional.

Objetivos Específicos

Lograr ser reconocidos como empresa líder en servicio de mantenimiento automotriz a domicilio para el año 2024.

Ofrecer oportunidad laboral a los pasantes del SENA para que realicen sus prácticas de aprendizaje en carreras afines a la mecánica automotriz y la electricidad, en el segundo semestre del 2024.

Generar empleo, dando oportunidad a mecánicos con experiencia e idoneidad que sobrepasan los 40 años y les es difícil volverse a emplear, esto lo tendríamos en cuenta desde el inicio de nuestras operaciones.

Hacer alianzas para la recolección de aceite usado con empresas como: Proptelma, Reciproil Ltda. y talleres del sector, de esta forma contribuir en la protección de las fuentes hídricas de vertimientos de materiales indebidos permanentemente.

Ubicar a Domiautos como plataforma líder de conexión con los usuarios de nuestro servicio de reparación automotriz a domicilio en las principales ciudades de Colombia en 3 años.

Claves para el éxito de Domiauto

Servicio 24 horas 7 días a la semana ajustándose a las necesidades de nuestros usuarios.

Servicio confiable, honesto, oportuno y de calidad, logrando experiencias memorables.

Poseemos mecánicos certificados y con amplia experiencia en el ámbito automotriz.

Mejora continua del servicio, creando canales permanentes de comunicación, donde el cliente puede expresar sus recomendaciones e inconformidades a Domiautos.

Nuestra idea de negocio puede solucionar problemas existentes en los siguientes entornos:

A nivel Social:

Dar oportunidad a los egresados del SENA de adquirir experiencia laboral, puesto que la mayoría son jóvenes entre los 18 y 25 años, sin ningún tipo de experiencia lo que dificulta el inicio de su vida laboral.

A nivel Económico:

Promover el consumo de autopartes nacionales creando alianzas con proveedores y fabricantes colombianos de PYMES brindando así un crecimiento significativo a la economía de pequeños distribuidores.

A nivel Ambiental:

Mediante nuestro método de servicio a domicilio, disminuimos los desplazamientos innecesarios de los vehículos, y de esta forma contribuimos a la reducción de la contaminación producida por el uso de recursos fósiles.

Objetivos de Desarrollo Sostenible aplicado al Proyecto

8) Trabajo Decente y Crecimiento Económico

Crear alianzas con el SENA mediante contratos de aprendizaje para el inicio de la vida laboral de sus egresados y de esta forma aportamos a la disminución del desempleo en la juventud colombiana.

13) Acción por el clima

Lograr alianzas estratégicas con empresas recicladoras de aceite automotriz y de esta manera detener el impacto por el mal tratamiento de residuos tóxicos y a su vez contribuimos a preservar el ambiente.

17) Alianzas para lograr los objetivos

Crear alianzas con los grupos de interés (proveedores, entidades educativas, plataformas digitales, clientes) fomentando de esta manera un fortalecimiento económico del sector y crecimiento para todos.

Definición de nuestra teoría de Valor Compartido

Basados en la viabilidad de nuestra propuesta de negocio, debido a la demanda del mercado, nos damos cuenta que podremos contribuir de manera esencial en tres aspectos de los valores de desarrollo sostenible, brindando más oportunidades de crecimiento a los jóvenes de nuestro país, pequeños empresarios y productores del mismo, así como contribuyendo a la disminución de la contaminación y la conservación de nuestro ambiente por medio de campañas que fomenten el uso de nuestros productos de estética automotriz, en donde por cada diez productos vendidos generamos una donación del 30 % en donde el 20 % va destinado para fundaciones ambientales e instituciones educativas de áreas rurales y el 10% para fondos de desarrollo social enfocados en poblaciones vulnerables.

Tecnologías Disruptivas

Por medio de nuestra plataforma digital, nuestros usuarios pueden obtener un servicio de mecánica automotriz a domicilio, encontrando todo en un mismo lugar, la oferta de servicios, el medio de programación y la forma de pago del mismo.

Contamos con una base de datos que contiene el historial de cada vehículo y de esta forma podemos tener un diagnóstico de fallas mecánicas más ágil y oportuno.

Análisis Pestel Domiauto

Político

El plan de desarrollo nacional del presidente duque, nos impacta de manera positiva, estando acorde con dos de los objetivos de desarrollo sostenible (8. trabajo decente y crecimiento económico, 13. acción por el clima) (plan nacional de desarrollo 2018-2022 pág. 151)

Tenemos apoyo del plan de desarrollo, puesto que se abrirán créditos de bajo valor y de fácil acceso para las pequeñas y medianas empresas. (Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 pág.151)

Nos acogemos al programa de gobierno “incrementar los apoyos directos a las empresas para la modernización productiva” con el fin de trabajar en un medio actual y con tecnología óptima para el desarrollo de nuestras actividades. (Plan nacional de desarrollo 2018-2022 pág. 181)

El país posee tratados de libre comercio con estados unidos y Corea lo que nos facilita en gran medida la importación de repuestos de difícil consecución. (Ministerio de Comercio Pág. 3 Perfil comercial de la república de corea)

Impuesto a las ventas en los servicios de mantenimiento.

La regla general impuesta por el artículo 420 del estatuto tributario, más exactamente en su literal c), es que todo servicio prestado en el territorio nacional, o desde el exterior, están gravados con el impuesto a las ventas. (Gerencia.com 4 de junio 2020, Servicios de mantenimiento gravados con IVA)

Económico

Para el año 2020 el sector actividades de servicios ha decrecido al 3,2 (boletín técnico DANE pág. 4)

Las importaciones han decrecido a un 2,5 %, lo que nos dificulta la importación de repuestos de ciertas marcas que son necesarias. (Boletín técnico DANE pág. 27)

Pertenece a las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado ya que en el primer trimestre del 2020 el PIB crece al 4,5% respecto al mismo periodo del 2019 (boletín técnico DANE pág. 28)

Acceso a programas de crédito como INNpuls a través del gobierno (innpulsacolombia.com-cuatro líneas de crédito especiales para emprendedores)

Facilidad de acceso a créditos con cooperativas que brindan apoyo a nuevas empresas (art. Quienes apoyan el emprendimiento en Colombia - pág. Capsulas De Emprendimiento)

Social

Menor riesgo de contagio Covid, ya que nuestro servicio es a domicilio y el contacto sería por medio de las redes sociales, bajo todos los protocolos de bioseguridad.

Aportar para disminuir los niveles de informalidad, ya que brindamos oportunidad tanto al talento joven como al adulto que pasa los 40 años.

Disminuir la desigualdad social, con nuestro apoyo a los jóvenes egresados del SENA dándoles oportunidad para acceder al mercado laboral y adquirir experiencia.

Podemos enfocar nuestro producto a los diversos grupos conformados por aficionados del deporte a motor.

Acceso fácil a nuestra plataforma descargándola en cualquier tienda virtual de cualquier sistema operativo.

Quienes van a acceder a nuestro servicio con frecuencia son los propietarios de vehículos con edades entre 30 y 50 años.

El estilo de vida de las personas actualmente es pasar la mayor parte de su tiempo en la oficina lo cual no les permite tener tiempo disponible para satisfacer esa necesidad.

Tecnológico

Implementar el uso de las aplicaciones que hay disponibles en el mercado hoy en día para nuestro beneficio.

Contamos actualmente con variedad de plataformas para el escaneo y lectura de códigos de error en los vehículos que facilitan nuestros diagnósticos de fallas existentes.

Gracias a los diagnósticos actuales y amplios que se pueden ofrecer al cliente, podemos generar credibilidad en la reparación de los vehículos.

El avance de las TIC nos impacta de manera positiva por la facilidad de creación de plataformas para acceder de manera más fácil a nuestros clientes.

Ecológico

Disminuir la contaminación del aire producida por los vehículos, ya que reducimos los desplazamientos de estos.

Alianzas para el tratamiento de residuos del aceite automotriz.

La exigencia de tecnología euro v en los motores en Colombia, nos exige estar capacitados para la manipulación de esta tecnología.

Técnicas de lavado de micro encapsulación para vehículos, lo cual encapsula la suciedad para poder retirarla sin usar una sola gota de agua y se brilla el vehículo a la vez que se retira el tratamiento.

Productos de embellecimiento automotriz y lavado biodegradables y amigables con el ambiente, si nos desplazamos hasta donde está el cliente disminuirémos también emisiones de CO2.

Nos rigen los Criterios Ambientales para Servicio de Mantenimiento de Vehículos, estipulado por el ministerio de ambiente, el cual indica el adecuado tratamiento de residuos (llantas, aceites, baterías). (Ministerio de Ambiente-Criterios Ambientales para el Servicio de Mantenimiento de Vehículos. Pág.1)

Legal

Protección de datos personales, (Ley 1582 de 2012)

Acogernos al reglamento técnico de talleres, dispuesto por el ministerio de comercio, industria y turismo (resolución 0957 del 21 marzo del 2012)

La Superintendencia de Industria y Comercio nos regula en cuanto a la protección al consumidor y a brindar garantías a la hora de ser requerido (Superintendencia de Industria y Comercio)

Influye el decreto 575 del 2013 en el cual se estipulan las medidas de pico y placa para vehículos particulares y de servicio público. (Alcaldía de Bogotá, Documentos para pico y placa)

Cuadro de Problemas

Tabla 1

cuadro de problemas

<i>Criterio</i>	Problema	Problema	Problema
	1	2	3
	Adquisición de repuestos para vehículos de alta gama	Diagnósticos mecánicos erróneos en los vehículos	Restricciones de movilidad y tráfico en horas pico.
Conocimiento o experiencia	3	4	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	5	5
Alcance técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?,	5	5	4

¿tenemos acceso a
información/datos/cifras,
puedo darle alguna
solución?

Tiempo (posible solución)	3	4	5
Costos (posible solución)	3	4	5
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	2	5	1
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	2	5	1
Total	22	32	25

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Conclusión

Después de desarrollar el cuadro de problemas podemos definir que el más relevante para nosotros fue llegar a un diagnóstico puntual en las fallas presentadas en los motores, encontramos que su puntuación fue de 32 contra 22 y 25.

Pregunta Problema Seleccionada

¿Cómo lograr diagnósticos exactos de las fallas que puedan presentar los vehículos?

Árbol de Problemas

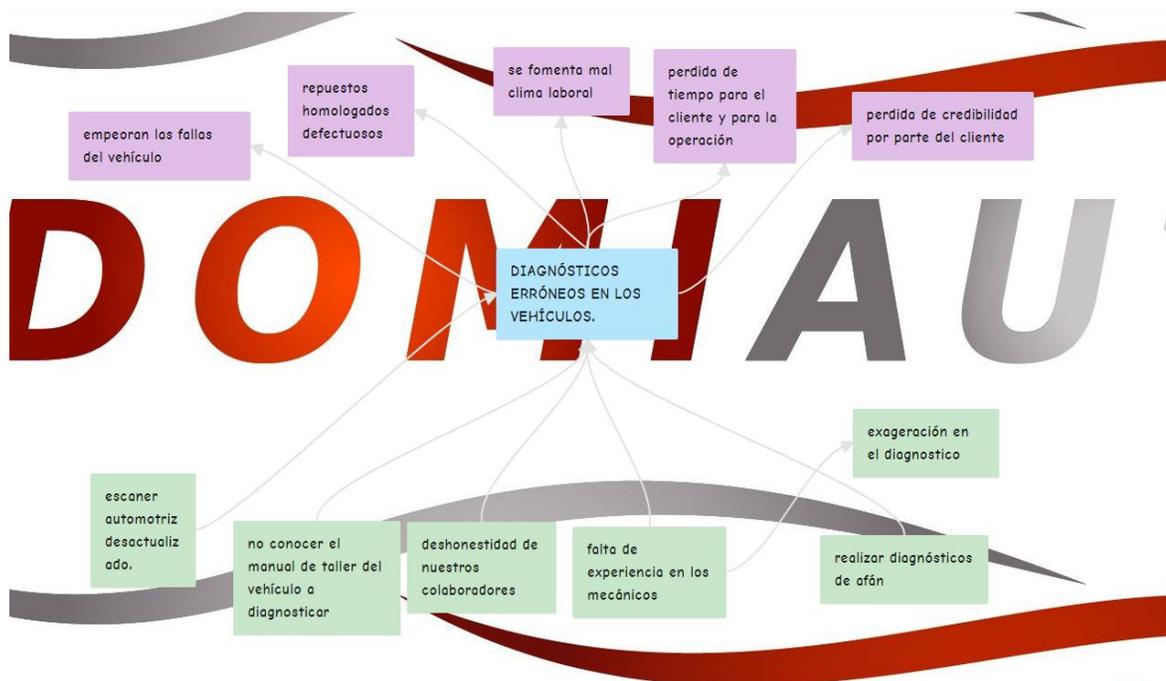


Ilustración 1. Cuadro de Problemas.

Conclusión Árbol de Problemas

Podemos definir que los involucrados en nuestro árbol de problemas somos principalmente los propietarios de la empresa, nuestros mecánicos y los usuarios de nuestro servicio. las condiciones negativas percibidas por los involucrados son los diagnósticos mal realizados a los vehículos, fallas a la hora de la efectividad del servicio, pérdida de credibilidad y daños a largo plazo en los motores.

Pregunta Problema

¿Cómo lograr diagnósticos exactos de las fallas que puedan presentar los vehículos?

Árbol de Objetivos

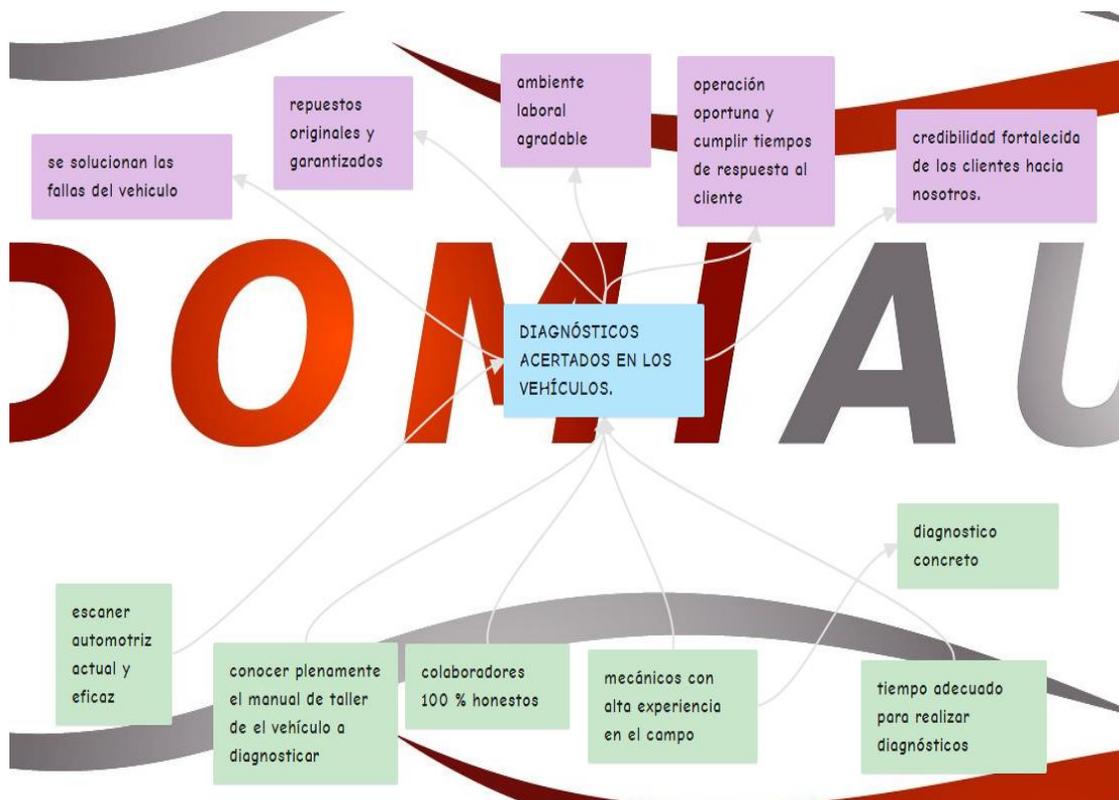


Ilustración 2. Árbol de Objetivos.

Conclusión Árbol de Objetivos

Para solucionar los diagnósticos erróneos fortaleceremos la honestidad y la experiencia de nuestros mecánicos, aumentando credibilidad y confianza frente a nuestros clientes. Así mismo también enfatizamos demasiado en la revisión a fondo de cada detalle, no solo para repararla sino también para lograr exactitud.

Técnicas de Ideación del Proyecto

Lluvia de Ideas

Decidimos usar la técnica de lluvia de ideas, porque nos pareció la más efectiva y fácil de desarrollar y se acopla a nosotros como equipo.

Mecánicos con alta experiencia en el campo

Colaboradores 100% honestos

Escáner automotriz actual y eficaz

Conocer plenamente el manual de taller del vehículo a diagnosticar

Tiempo adecuado para realizar diagnósticos

Diagnóstico concreto

Credibilidad fortalecida de los clientes hacia nosotros

Operación oportuna y cumplir tiempos de respuesta al cliente.

Ambiente laboral agradable

Repuestos originales y garantizados

Se solucionan las fallas del vehículo

Servicio automotriz a Domicilio

Plataforma digital como bolsa de empleo en la CUN

Redes de reciclaje por toda la ciudad, con alianzas de empresas que transforman el material reciclado.

Importadora de repuestos de vehículos.

Cambios de aceite a domicilio

Servicio estético de vehículos a Domicilio

Restaurante de comida saludable, menús pequeños y asequibles

Autoevaluación de la Idea de Negocio

Tabla 1

Servicio Automotriz a Domicilio

	Escala de valoración	
Interés/Disposición		
Afirmaciones	F)	V)

-La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer

-No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad

-Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.

-Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando

4

Total de afirmaciones valoradas en:

0

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Tabla 2

Valoraciones

	A	B	C	
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=
				0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	x	2	=
				0

Total de afirmaciones valoradas en 3:

$$0 \quad \times \quad 3 \quad = \quad 0$$

Total de afirmaciones valoradas en 4:

$$1 \quad \times \quad 4 \quad = \quad 4$$

Total de afirmaciones valoradas en 5:

$$3 \quad \times \quad 5 \quad = \quad 15$$

Puntaje Total 19

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Tabla 3

Plataforma Digital Bolsa de empleo CUN

Interés/Disposición

Escala de valoración

Afirmaciones

F)

V)

-La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	3		
-No me incomodaría decir otros que me dedico a esta actividad.	5		
-Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	5		
-Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1		
# Total de afirmaciones valoradas en:	1	1	0

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Tabla 4

Valoraciones

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:					
	1	X	1	=	1
Total de afirmaciones valoradas en 2:					
	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:					
	1	X	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:					
	0	X	4	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 5:					
	2	X	5	=	10
			Puntaje Total		14

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Tabla 5

Redes de Reciclaje por toda la ciudad y alianzas con empresas que transforman el material

Interés/Disposición	Escala de valoración				
Afirmaciones					
	F)				V)
-La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer		2			
-No me incomodaría decir otros que me dedico a esta actividad					5
-Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.					5
-Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando		2			
# Total de afirmaciones valoradas en:	0	2	0	0	2

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Tabla 6

Valoraciones

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en					
1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en					
2:	2	X	2	=	4
Total de afirmaciones valoradas en					
3:	0	X	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en					
4:	0	X	4	=	0
Total de afirmaciones valoradas en					
5:	2	X	5	=	10
			Puntaje Total		14

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Conclusión

Se concluye que la idea de negocio “servicio automotriz a domicilio” es la que se ajusta de mejor manera a nuestra idea de negocio, puesto que, hallamos en la escala de valoración que hay más objetivos alcanzables, ya que, tenemos conocimiento del área casi en su totalidad. Al contrario de la “plataforma digital como bolsa de empleo” y de “redes de reciclaje por toda la ciudad y alianzas con empresas que transforman el material reciclable” puesto que se evidencia menor cumplimiento de los ítems evaluados, lo cual se refleja en menor probabilidad de éxito del proyecto.

Tabla 7

Estructura de la idea de negocio, Servicio Automotriz a Domicilio

¿Cuál es el producto o servicio?	Reparación automotriz a domicilio
¿Quién es el cliente potencial?	<p>Los usuarios frecuentes del servicio serían:</p> <p>Los empleados u oficinistas que no tienen flexibilidad en horarios,</p> <p>Cualquier persona que no quiera salir de su hogar, personas con poco conocimiento en mecánica automotriz.</p> <p>Personas con cualquier calamidad automotriz imprevista y que requieran de una solución inmediata.</p>

¿Cuál es la necesidad?	Servicio automotriz a domicilio las 24 horas, con conocimientos profundos en el área, efectivo y oportuno, para solución de problemas frecuentes en los vehículos o cualquier urgencia.
¿Cómo?	Por medio de una aplicación, creando paquetes y precios que se ajusten a sus necesidades; con mecánicos de gran trayectoria, proveedores de calidad y así lograr beneficios para el cliente y para nosotros
¿Por qué lo preferirán?	<p>Por la escasez de tiempo de los clientes</p> <p>Por flexibilidad de horarios, por un servicio profesional y de calidad</p> <p>Por solución de calamidades imprevistas.</p>

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Guía de Negocio Estructurada

Nuestra frase generada con la ilustración que mostramos a continuación es:

Crear y consolidar una plataforma digital accesible económica rentable y sostenible con facilidad de uso para que los propietarios de vehículos con problemas y calamidades imprevistas puedan satisfacer su necesidad y solucionar problemas poco típicos en sus vehículos con horarios flexibles, servicio de calidad, honestidad y precisión.

¿Cómo podemos...

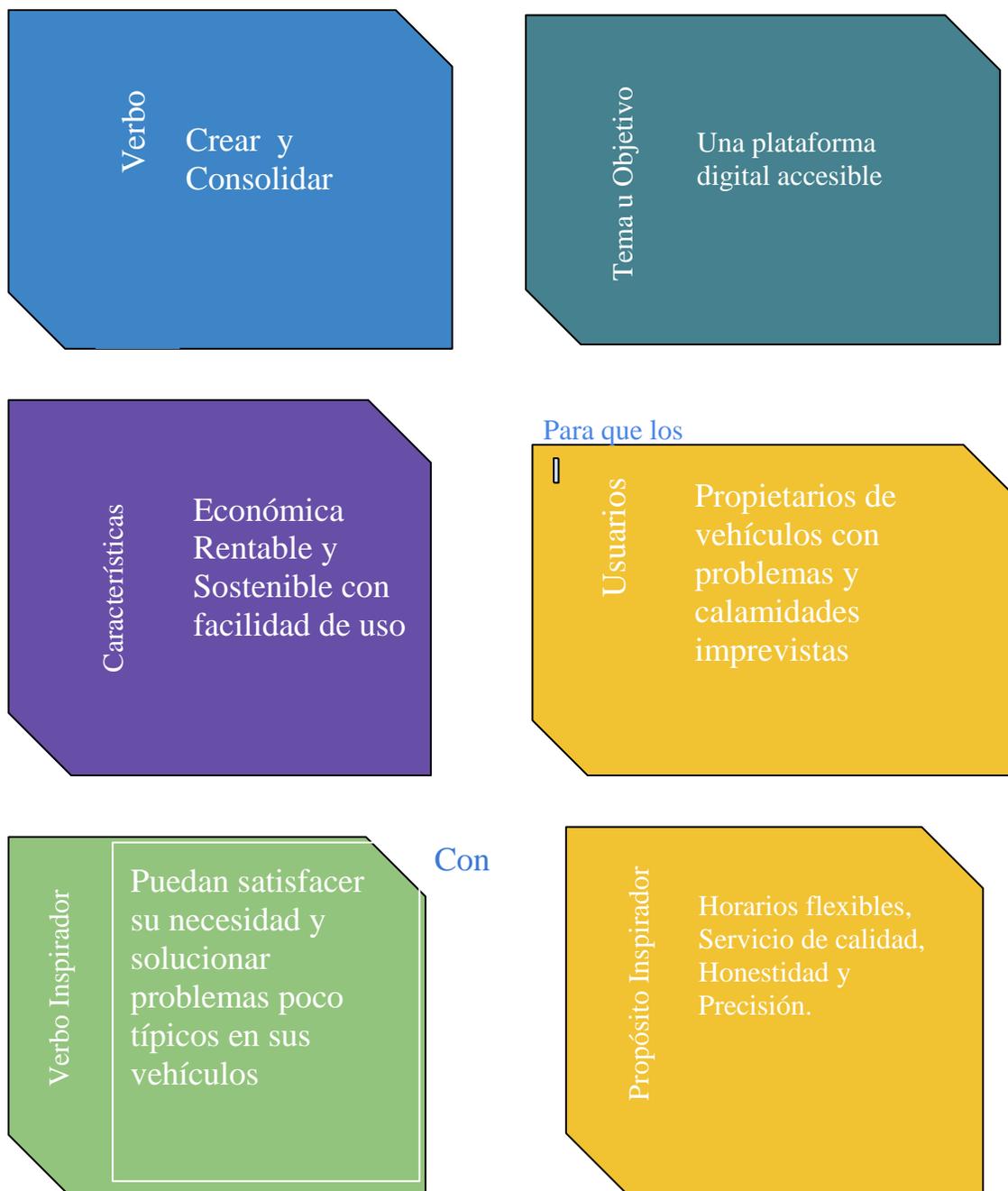


Ilustración 3. Guía de Negocio Estructurada.

Alternativas de Innovación de Proyecto

Hacer alianzas estratégicas con talleres reconocidos por medio de la plataforma, para que el cliente escoja la opción que más le guste y esté a su alcance.

Dejar las llaves dentro del vehículo es un error común por eso contaremos con el servicio de cerrajería automotriz a domicilio.

Por cada cierto número de referidos realizado por nuestros clientes, se les dará como obsequio algún Servicio Estético.

La posibilidad de tener un mecánico al alcance de un clic en tan solo minutos.

Tener la certeza de que el vehículo queda en buenas manos y que su reparación será de calidad y exacta logrando que perdure el servicio.

Análisis de la competencia

Tabla 8

Análisis de la competencia

Autolab	mecánica básica, mecánica especializada, revisiones automotrices, estética automotriz
Carro Taller	Carro taller, paso corriente carro y moto, cambio de llantas, surtido de gasolina, servicio de grúa carro y moto, conductor elegido, ingeniería automotriz.
Taller Online	Servicios de mantenimiento preventivo, mecánica rápida automotriz, embellecimiento para tu vehículo.

Asistcar Mantenimiento preventivo, cambio de aceite, cambio de pastillas de frenos, electricidad automotriz, cambio de correa de repartición, sincronización.

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

4.2 Cuadro comparativo con la competencia

Tabla 9

Cuadro comparativo

Domiauto

Competencia:

Carro Taller, Autolab, Taller Online,

Asistcar

<p>Nos diferenciamos por ofrecer alianzas con talleres de renombre, nuestro servicio de cerrajería automotriz, nuestro sistema de referidos en servicios estéticos y cambios de aceite.</p>	<p>Mantenimiento preventivo, cambios de aceite, cambios de llantas, embellecimiento automotriz, , surtido de gasolina, conductor elegido, mecánica básica, electricidad automotriz.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Conclusión

Podemos concluir que podemos asumir una competencia leal frente a las demás empresas, innovando en servicios que no son tan comunes en el ramo como la

cerrajera, el sistema de referidos y alianzas con talleres de renombre por medio de la plataforma, así mismo entendemos que podríamos abarcar gran parte del mercado si potencializamos la efectividad en los demás servicios ya establecidos. Adicional a eso, deseamos promover el trabajo colaborativo entre talleres y de alguna manera mediar para acabar con la competencia egoísta entre el gremio y así lograr un equilibrio en el mercado para el beneficio de todas las partes.

Idea más prometedora e Innovadora

Idea de Innovación

Nuestra idea está basada en la creación de una plataforma digital con acceso las 24 horas del día, los 7 días de la semana, en la cual el cliente pueda encontrar todos los servicios automotrices necesarios y nuestros servicios plus que aún no presta la competencia, adicional a esto, queremos conformar una red de talleres no propios sino colaborativos en donde el cliente pueda encontrar lo que más se ajuste a sus necesidades y presupuesto, así fomentar también el trabajo en equipo en el gremio con honestidad y efectividad, haciendo alusión a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que deseamos implementar.

Fuerzas de la Industria

Hemos escogido como nombre para nuestra empresa Domiauto, una empresa diseñada para dar solución a los problemas que se puedan presentar por fallas en los vehículos, la actividad económica de nuestra empresa está representada en el código 4520 en la lista del CIIU (Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores) , el tamaño de nuestra empresa por lo pronto se ubica dentro de las PYME de Colombia

y la ubicación de nuestra casa matriz y de operaciones será en el barrio Siete de agosto en una bodega .

Análisis de la demanda

Influencias Internas

Búsqueda de un trabajo honesto y de diagnósticos exactos en los vehículos.

Cumplimiento con los tiempos ofrecidos de entrega del servicio.

Probar un servicio innovador y que no es común

Satisfacción en el servicio logrando la fidelidad del cliente.

El acceso al servicio en cualquier parte de la ciudad.

Influencias externas

Voz a voz lograda por medio de los grupos de automovilistas en Bogotá.

Referidos entre familiares que ya hayan hecho uso de nuestro servicio.

Accesibilidad al servicio por nuestras tarifas ajustadas a nuestros clientes.

Resultados de la encuesta de satisfacción públicos en nuestra aplicación.

Costos elevados de la competencia que nos pueden direccionar clientes.

Logramos determinar según las estadísticas de la encuesta de micro negocios que estamos compitiendo en un mercado de gran magnitud que abarca el **27.9 %**, de este mercado la cuota que esperamos abarcar es del **2%** con respecto a los análisis hechos.

Poder de negociación del cliente

El poder de negociación de nuestros clientes se basa estrictamente en condiciones de entregas, tiempos y lugares de desarrollo del servicio, puesto que

vamos a manejar un programa de referidos en donde al completar cierta cantidad de clientes direccionados se obsequiará algún servicio.

Análisis de la oferta:

Nuestros competidores más cercanos son las siguientes empresas (Autolab, carro taller, taller online, Asistcar) que prestan los mismos servicios que nosotros solo que algunos no lo hacen las 24 horas al día, ni los 7 días de la semana, nuestros servicios complementarios serán “cerrajería automotriz, mecánica básica, gasolina a domicilio, electricidad automotriz, cambios de aceite, referidos en servicios estéticos”.

Entramos a competir con empresas que encuentran en la publicidad de redes sociales un potencial para la consecución de clientes, mediante el voz a voz entre las personas que ya han tomado sus servicios, podemos aprender de su forma de hacer negocio, la táctica de estar en las redes sociales con la fortaleza y convicción de que nuestra aplicación será un plus para la activación de marca, también podemos analizar que nuestros competidores indirectos podrían ser los talleres ya establecidos como locales y los concesionarios que prestan los mismos servicios que nosotros, el cliente es quien se remite a sus instalaciones y concluimos que también son un producto sustituto.

Como barreras de acceso al mercado son pocas las que encontramos, “elevadas inversiones” las cuales estamos buscando evitar mediante el uso de la aplicación y sin tener que disponer de un local demasiado grande, también una amplia diferenciación del producto, en la cual debemos hacer una inversión generosa para poder tener una publicidad que ponga en la mente del cliente qué nos está diferenciando y de qué manera.

Debemos tener una capacitación continua de nuestros colaboradores acorde a los avances de cada una de las tecnologías que abarcan el negocio automotriz, como amenaza de nuevos bienes entrantes en el sector encontramos los vehículos de motores eléctricos.

Tabla 10

Servicios ofertados por la competencia

Nombre del Competidor	Producto	Pre cio	Servicio (Ventaja Competitiva)	Ubicac ión
Autolab	Mecánica Básica, Mecánica Especializada, Revisiones Automotriz Estética Automotriz	Varí a según el servicio requerido	Son conocidos en el mercado, instalaciones limpias, confiabilidad.	Av. cra 30 #66-53 (siete de agosto alrededores)
Asistcar	Reparació n, Mantenimiento preventivo,	Varí a según el servicio requerido	Trabaja con todas las marcas y se especializa en	Oficina s virtuales (@AsistCar)

	Accesorios para auto		Chevrolet y Renault.	
Carro	Carro	Varí	Tienen sus	Cra 28
Taller	taller, servicio de grúa, conductor elegido, cambio de llantas.	a según el servicio requerido	propias grúas, buena disposición de los mecánicos.	con calle 66 (barrio siete de agosto)
Taller	Servicios	Varí	Opciones	Calle
Online	de mantenimiento preventivo, mecánica rápida automotriz, embellecimiento para tu vehículo.	a según el servicio requerido	de acuerdo al presupuesto	98 #18-71 (Chicó norte)

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Análisis de comercialización y de los proveedores

En el análisis encontramos que los proveedores necesarios para nuestra operación, son los de repuestos, aceites, filtros, productos estéticos y cuidados de pintura, tornos industriales.

teniendo esto en cuenta también analizamos que la competencia utiliza mucho la modalidad de reparación en la que el cliente es quien busca los repuestos por su cuenta y los lleva para efectuar dicha reparación, en cuanto a proveedores estéticos

utilizan en su mayoría productos Simoniz ubicada en Carrera 127#15b-60 Bogotá, los tornos industriales se pueden ubicar fácilmente en los sectores de talleres en Bogotá (Siete de agosto), en cuanto a proveedores de repuestos, podemos encontrar una amplia gama de los mismos por ejemplo:

Distribuidora Japón Corea ubicada en Cra 27 #64-33 Barrio Siete de agosto, Distribuidores de Incolbest, Kimautos ubicada en Carrera 27ª #66-38 Barrio Siete de agosto, Mundo Repuestos Calle 1ª # 19-27 Barrio Eduardo Santos y contacto directo con las marcas autorizadas en Colombia, para surtido de lubricantes podemos ubicar contacto directo con los mejores fabricantes.

Definimos para nuestra idea de negocio, que la mejor opción para nuestros proveedores es la de tener un contacto directo con los fabricantes y líneas automotrices de marcas reconocidas así mismo con los importadores más destacados del mercado ya antes mencionados, en primer lugar porque nos pueden brindar precios exclusivos y en segundo lugar porque nuestra línea o canal de distribución podría ser más corta y ágil para el desarrollo de la operación frente a nuestros clientes, en ese orden de ideas el canal de distribución que deseamos aplicar para nuestra idea de negocios es la de :

Corta: (Fabricante, Detallista, Consumidor)

Nuestra idea es lograr alianzas estratégicas y una bodega de repuestos e insumos que nos puede brindar agilidad para la prestación del servicio, dentro de las empresas que consideramos para lograr estas alianzas estratégicas están:

Para abastecernos de lubricantes tenemos el Distribuidor Mobil ubicado en la Calle 24 sur # 9-23 donde encontraremos las siguientes marcas Mobil, Kixx, Petrobras, Castrol, Havoline, Repsol.

Para abastecernos de los repuestos acudiremos a las distribuidoras anteriormente mencionadas ya que son las marcas más solicitadas por los clientes entre las cuales tenemos Bosch, Mobis, Gabriel, Corven, Best USA, Incolbest, KYB

Para el abastecimiento de los productos de embellecimiento tenemos Simoniz ubicada en Carrera 127#15b-60 Bogotá, Clean Blean ubicada en Carrera 54 # 173-22 Barrio Villa del Prado

Para el abastecimiento de filtros tenemos Energiteca ubicada en Calle 63f #26-41 Barrio Siete de agosto.

Importadora Japón Korea, Kimautos, Mundial de Latas, Importadora Korea.

Con todos estos proveedores tenemos una gran ventaja y es que están ubicados cerca de nuestras instalaciones en el barrio Siete de Agosto y esto disminuiría costos de transporte y demoras en los desplazamientos.

Segmentación del mercado

Bondades de nuestro Producto

Ahorro de tiempo

Ahorro de dinero

Reduce el desplazamiento del cliente

Funcionamos las 24 horas del día /7 días

Personal calificado

Repuesto de alta calidad

Agendamiento de servicio a través de la plataforma

Honestidad y cumplimiento en el servicio

Garantía en el servicio prestado

Fácil acceso al servicio

Total conocimiento de los procedimientos en cada vehículo

Ubicación en puntos estratégicos, para fácil acceso

Diagnósticos exactos y reales en los vehículos

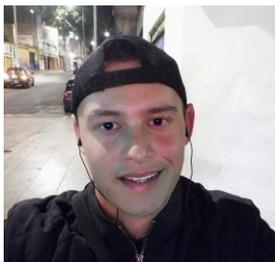
Servicio de confianza

Experiencias memorables.

Ejercicio Buyer Persona

Tabla 11

Buyer persona



<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>Teme que al llevar su vehículo al mecánico le hagan cambio de partes innecesarias, que termine arreglando más de la cuenta en su vehículo, que el</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña</p> <p>Desea tener un servicio económico de calidad y eficaz, necesita diagnósticos acertado por parte de personal calificado, anhela invertir sólo lo necesario en el mantenimiento de su</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	diagnóstico no sea acertado y tenga que gastar más dinero.	vehículo, sueña con que el mantenimiento realizado sea duradero y de calidad.
Demográficos y geográficos:	¿Que están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?
Demográficamente encontramos que podríamos apuntar a un mercado femenino sin dejar de lado al público masculino y básicamente serían personas de estrato medio y alto con una edad entre los 30 a 50 años, también clientes trabajadores y profesionales u oficinistas.	Busca tener su vehículo en óptimas condiciones, cumpliendo con todos los requerimientos de ley y es importante para ellos encontrar la excelencia en el servicio con valores como honestidad, respeto, amabilidad y eficiencia.	Busca satisfacer sus necesidades en concesionarios y talleres recomendados, pero muchas veces no quedan a gusto con el resultado, la barrera que se presenta a grandes rasgos en su camino es la deshonestidad.
frases que mejor describen sus experiencias	El hecho de que sea costoso, no garantiza que sea de calidad.	
	Buscando solucionar un problema en el vehículo, encontró dos más.	

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta? Podríamos tener en cuenta que pensando en fidelizar al cliente se pueda tener detalles sutiles que le gusten por ejemplo: el hecho de llevar el carro al taller sucio, y que se lo devuelvan en perfecto estado de limpieza.

Incentivar en los usuarios el servicio preventivo y no solo los correctivos que disminuirían costos para ellos y evitaría el deterioro del auto.

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Definición de Nuestro Cliente

¿Dónde encontramos nuestro cliente ideal?

Las personas que aplican para ser nuestro cliente ideal, las encontramos básicamente en el entorno automotriz, bien sea en grupos de aficionados a los vehículos o en todas las personas de estrato medio que logran tener un vehículo de gama media propio.

Valores que destacan a nuestro cliente ideal

Compromiso

Responsabilidad

Voluntad

Gratitud

Lealtad.

¿Cuál es el entorno de nuestro cliente en la semana?

En este caso hallamos un cliente que se mueve en un ambiente familiar alternando con su ambiente laboral, le gusta disfrutar salidas casuales en las que comparte con familia y amigos.

Necesidades más urgentes de nuestro cliente ideal:

La necesidad de un servicio óptimo en el momento indicado ya que las averías de los autos pueden presentarse cuando menos lo esperamos, podemos ser la solución de inconvenientes en medio de situaciones adversas, por ejemplo: quedarse sin gasolina en una zona alejada, un vehículo que no vuelva a encender a altas horas de la noche cuando la mayoría de los talleres ya están cerrados.

¿Cómo se ajusta Domiauto a nuestros Clientes?

Según el análisis, nuestro producto se ajusta perfectamente al cliente ideal, puesto que contamos con todos los recursos necesarios para llevarlo a cabo con honestidad y respeto hacia el mismo, tenemos la capacidad de cubrir una urgencia en los momentos menos esperados, contamos con un personal calificado no solo en experticia automotriz si no en técnicas de servicio al cliente, lo más importante en nuestra filosofía de servicio es poder ayudar al cliente a optimizar sus recursos y a que sea efectiva la solución del problema.

Como mencionamos anteriormente tenemos otros actores que cumplen con los servicios que prestamos nosotros y también entran como producto sustituto, por ejemplo: Assist Car, Carro Taller, Taller Online, Autolab.

También pudimos analizar que nuestro fuerte en cuanto al mercado o la población total que podría comprar nuestro producto serán los empleados de horarios administrativos que el trabajo les ocupa la mayor parte del día.

Según un sondeo que realizamos a un grupo de personas captado, la percepción hacia nuestro servicio el 98,8% de ellos estarían dispuestos a utilizarlo y lograrían suplir sus necesidades de manera satisfactoria.

Perfil del cliente: Trabajos del cliente

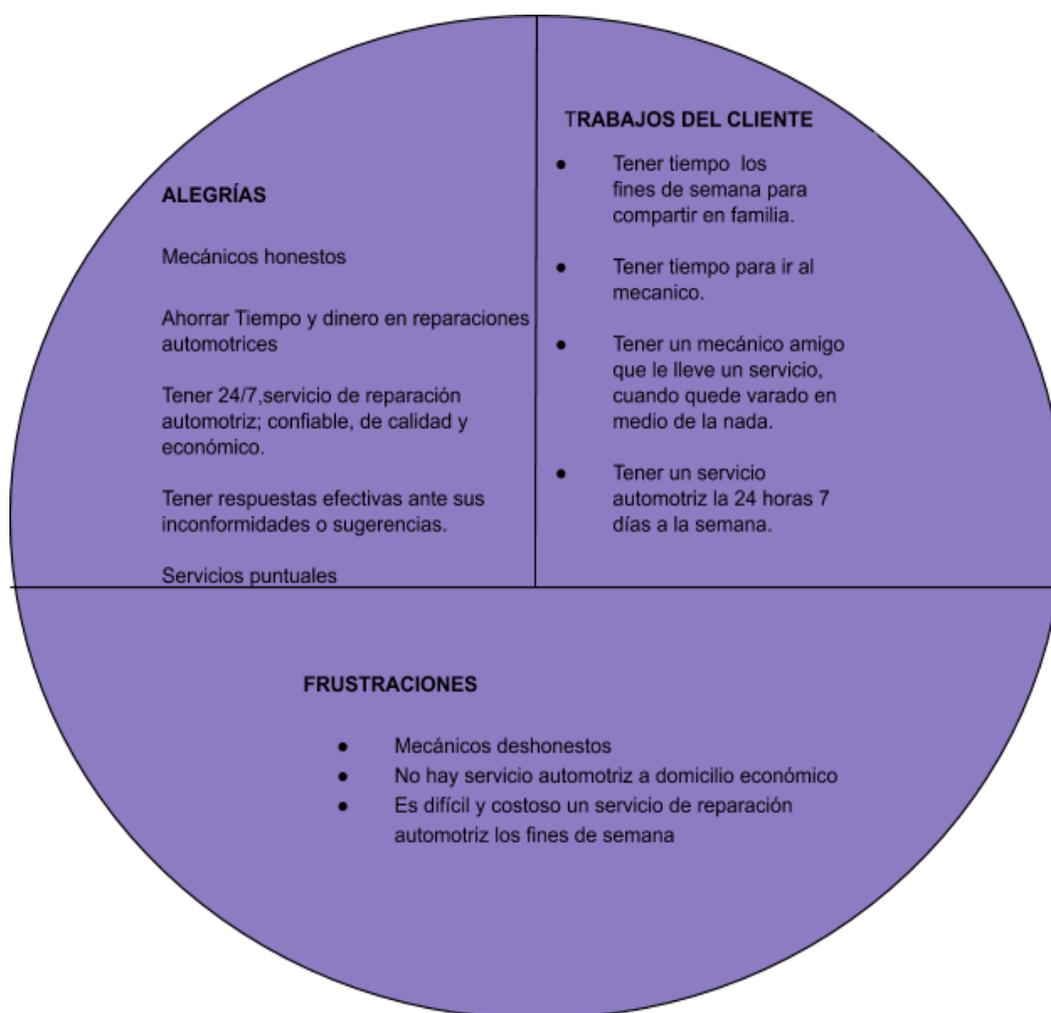


Ilustración 4. Perfil del Cliente.

Mapa de Valor: Productos y Servicios

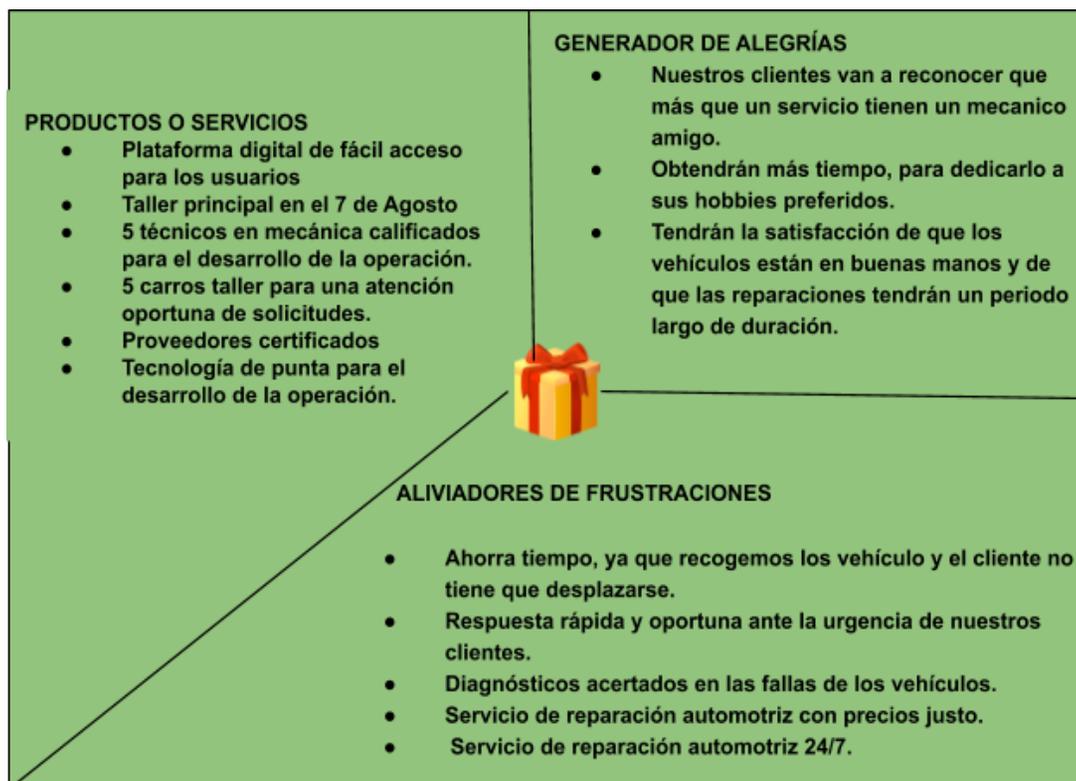


Ilustración 5, Mapa de Valor.

Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor consiste en mejorar la calidad de tiempo de vida de los clientes, obteniendo un mecánico amigo a tan solo un clic y ofreciendo la tranquilidad de que su necesidad será resuelta.

Diseño del Producto: Ficha Técnica

Tabla 12

Ficha Técnica

Ficha Técnica del Producto/Servicio

- a. Reparación automotriz a domicilio Domiauto
- b. Plataforma digital, reparación automotriz a domicilio, 24/7, cerrajería automotriz a domicilio, surtido de gasolina, mantenimiento preventivo, cambios de aceite, embellecimiento automotriz, conductor elegido, electricidad automotriz.
- c. NTC (Norma Técnica Colombiana)-ISO (International Organization for standardization)- MINTIC.
- d. Referidos por servicios, acceso a aplicación.
- e. Plataforma digital, internet, voz a voz.
- f. Publicidad por redes sociales, Facebook, Instagram, brochure de servicios.
- g. Garantía: todo trabajo está garantizado antes y después de su desarrollo.
- h. Surtido de gasolina, cerrajería automotriz a domicilio, embellecimiento automotriz, todo esto sujeto a sugerencias de procedimiento por parte del cliente.

Elaboró: Diana Marcela Cano Chacón

Revisó: Olga Lucia Arias Salinas

Aprobó: Jonathan Stiv Sierra Peña

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Fase del ciclo de vida de nuestro producto

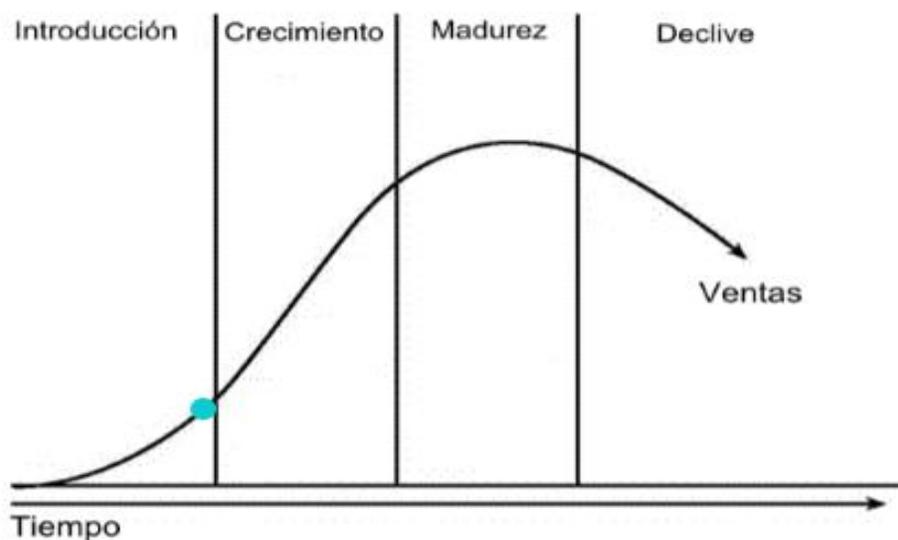


Ilustración 6. Ciclo de Vida de Nuestro Producto.

Somos una empresa en busca de introducirnos en el mercado y de que el cliente pruebe la novedad de nuestros servicios, por ende, nos encontramos en la fase de **introducción**.

Definición Estratégica

- Decreto 1412 de 2017,

"Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones", al igual que "Incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones para contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones".

(Departamento administrativo de la función pública, 2017, pág. 1.)

- Registro de Cámara y comercio
- NIT

- Cuenta bancaria a nombre de la empresa. (emprendices.co, 2020, requisitos y certificados para crear un negocio en Colombia).

Diseño de concepto

Los elementos necesarios para nuestra operación son:

- Servidores de plataforma online.



Ilustración 7.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.osgroup.co%2Fque-es-un-servidor-web%2F&psig=AOvVaw13J4kHkvEwCt0ZCyIi1iVP&ust=1606103046907000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCPiAvKSele0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- 5 kit herramienta para mecánica automotriz.



Ilustración 8.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv>

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.planetacolombia.com%2Fcarro-taller-modul-system-colombia-F140AC60712D4&psig=AOvVaw0THECQNo2LWlOkJOMhq1R3&ust=1606103155881000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCPjmv-uele0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- 2 carro taller



Ilustración 9.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.planetacolombia.com%2Fcarro-taller-modul-system-colombia-F140AC60712D4&psig=AOvVaw2EDY32Hfy6arUWveCpgrUH&ust=1606103282070000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCMjcl5efle0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- 2 scanner de diagnóstico de última tecnología



Ilustración 10.

Fuente:https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.amarilla.co%2Fproducto%2Fscanner%2Bautomotriz%2Bprofesional%2Bx-431%2Bpro%2Bmarca%2Blaunch%2F4535&psig=AOvVaw2hCzbHThM8IJnu_N5B9vWu&ust=1606103363340000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCJDk672fle0CFQAAAAAdAAAAA_BAJ

- Combustible



Ilustración 11.

Fuente:https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.paisminero.com%2Findex.php%3Fopcion%3Dcom_content%26view%3Darticle%26id%3D22201%26catid%3D145%3Aarse%26Itemid%3D989&psig=AOvVaw2bz88yW3fDoaWsnvasg46G&ust=1606103486146000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCND41_Kfle0CFQAAAAAdAAAAABAD

- Proveedores de repuestos



Ilustración 12.

Fuente:https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.civico.com%2Fflugar%2Fdistribuidora-japon-korea-sas-bogota%2F&psig=AOvVaw0MnGWX0Ql_3wxj0Tx4z-MX&ust=1606103584221000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCJCFIKqgle0CFQAAAAdAAAAABAD



Ilustración 13.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fpt.linkedin.com%2Fcompany%2Fincolbest&psig=AOvVaw2ikwrdsViHDPkYqBQGkbvh&ust=1606103661534000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCPD3vMSgle0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- Filtros y lubricantes

Mobil™

Ilustración 14.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.mobil.com.mx%2Fes-mx%2Flubricantes%2Fconsumidor%2Fautos%2Fproductos-para-tu-auto%2Faceites-para-motor&psig=AOvVaw35HarJ3kkFX4fc5qu1Q3QZ&ust=1606103775728000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCPiXqYOhle0CFQAAAAAdAAAAABAD>



Ilustración 15.

Fuente: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.kixxa.com%2Fkixx_g1_20w50%2F&psig=AOvVaw0PcVpSZ3MDDURBiRoEG6WQ&ust=1606103856168000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCMDLs6Ghle0CFQAAAAAdAAAAABAJ

- Aceite penetrante



Ilustración 16.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.ferreticalimon.com%2Fproduct%2Faceite-penetrante-wd-40-spray-96-onz&psig=AOvVaw3ad4jR3eq9TBMXcb5yF9J6&ust=1606103944888000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCli5vNWhle0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- 2 Hidro lavadoras



Ilustración 17.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.alkosto.com%2Fhidrolavadora-karcher-k2-mx&psig=AOvVaw1FQ6eYET47ccrk6ePpzEd3&ust=1606104014885000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCLis2PWhle0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- Productos de embellecimiento automotriz



Ilustración 18.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.publimotos.com%2Fnoticias%2Factualidad%2F1323-quieres-una-moto-yamaha-r3-simoniz-te-regala-una&psig=AOvVaw21CM0GWWdP39Afd3o4BZZC&ust=1606103699759000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCLCAkNmgle0CFQAAAAAdAAAAABAD>



Ilustración 19.

Fuente: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fvivetucarro.co%2Ftalleres%2Fa%2Fcleanblin%2F&psig=AOvVaw0K5w2C0q7xXjliwwzxc6M_&ust=1606104091559000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCNjWnpWile0CFQAAAAAdAAAAABAJ

- 2 kit de aplicación y extracción de fluidos.



Ilustración 20.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.oscaro.es%2Fkit-para-el-cambio-de-aceite-10107-gu&psig=AOvVaw3gWjtRwMS7-XPWIchXEJm2&ust=1606104194010000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCKCK5Mmile0CFQA AAAAdAAAAABAD>

- 2 kit de cambio de neumáticos.



Ilustración 21.

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fes.aliexpress.com%2Fi%2F32899749289.html&psig=AOvVaw0pn8BmHb62J0ZqBwuSfgoN&ust=1606104262987000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCPjAhOmile0CFQAAAAAdAAAAABAD>

- 2 contenedor para tratamiento de residuos tóxicos



Ilustración 22.

Fuente: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.recytrans.com%2Fblog%2Fcontenedores-de-residuos%2F&psig=AOvVaw0RZvKS_f3d1GuGDB46QZ7U&ust=1606104339582000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCOi124qile0CFQAAAAAdAAAAABAD

Diseño en detalle

Diagrama de bloques



Ilustración 7. Diagrama de Bloques.

Gráfica cadena de distribución



Ilustración 23. Cadena de Distribución.

Nuestra cadena de distribución está basada en que los detallistas somos nosotros como Domiauto, realizamos la compra al fabricante y en el desarrollo de nuestro servicio suministramos los productos requeridos al consumidor.

Costos de producción y precio de venta

Tabla 13

Costos de Producción

Costos de Producción		
+	Costo unitario de materiales	\$ 125.000
+	Costo unitario de mano de obra	\$ 7.314
+	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 16.244
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 148.558

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Para realizar el costo de producción y el costo de venta de nuestro servicio, hemos decidido tomar como ejemplo el diagnostico de fallas de cualquier vehículo de algún cliente en alguna de nuestras jornadas de operación normal. En donde discriminamos conceptos de costo unitario de materiales:

- Escáner Automotriz \$1'399.000
- Herramienta para taller mecánico \$10'000.000
- carro taller \$80'000.000

por otro lado, el costo unitario de mano de obra siendo el correspondiente a dos horas de servicio de nuestro técnico automotriz teniendo en cuenta que devenga un salario mínimo legal vigente, costos indirectos de fabricación los cuales enmarcan:

- Combustible Diesel por día \$30.000
- SOAT vehicular \$900.000
- impuestos del carro taller \$1'400.000
- seguros todo riesgo del carro taller \$2'500.000

Estos valores los promediamos para cuantificar el desgaste diario de cada implemento de la operación.

Costo Total Unitario

PV=\$148.558 =\$89134,8

1- 40%

Indicadores de calidad

Tabla 14

Indicadores de calidad

Indicadores	Cumple/no cumple
Mejorar la calidad del tiempo personal del cliente	Ok
Realizar diagnósticos exactos a los vehículos	Ok
Reconocimiento del cliente como mecánico amigo	Ok
Honestidad en el servicio	Ok

Precios justos	Ok
Servicio de reparación 24/7	Ok
Respuesta rápida y oportuna ante la urgencia del cliente	Ok
Reparaciones duraderas	Ok
Tecnología de punta para la operación	Ok
Proveedores certificados	Ok

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Producción:

Brochure de Servicios.

DOMIAUTO

CONTÁCTANOS

3214972038

Calle 71 # 24-36
Barrio Siete de Agosto

Síguenos en instagram como
@DOMIAUTO
Domiauto@gmail.com

DOMIAUTO

**MECÁNICO
AMIGO EN
UN SOLO
CLICK**

**ENCUENTRANOS EN
LAS TIENDAS
VIRTUALES
ANDROID Y IPHONE**

**¡REGISTRATE
AHORA!**

<p>¿QUIERES CONTAR CON UN ALIADO MECANICO?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reserva tu servicio mediante nuestra APP DOMIAUTO 2. Cuéntanos tu necesidad y te asignaremos un mecánico amigo 3. Llegaremos en 1,2 por 3. 4. Diagnosticaremos tu auto y te daremos la solución. <p>¿TE QUEDASTE SIN GASOLINA? NO TE PREOCUPES, NOSOTROS LO SOLUCIONAMOS</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>ALIANZAS CON PEQUEÑOS Y GRANDES EMPRESARIOS</p> <p>Nuestra propuesta de valor consiste en mejorar la calidad de tiempo de vida de los clientes, obteniendo un mecánico amigo a tan solo un click y ofreciendo la tranquilidad de que su necesidad será resuelta.</p>	<p>NUESTROS SERVICIOS</p> <p>CERRAJERIA A DOMICILIO</p> <p>SURTIDO DE GASOLINA</p> <p>PROVEEDORES CERTIFICADOS</p> <p>SERVICIO DE REPARACIÓN AUTOMOTRIZ 24/7</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ilustración 16. Brochure.

Prototipo:

Características del producto:

Las características del servicio que ofrecemos en Domiauto son; la fiabilidad de tener un mecánico amigo a tan solo un clic de distancia, las 24 horas del día y los siete días de la semana, justo en el momento que sea necesario y en cada una de las urgencias que puedan presentar nuestros clientes, cuando tengan una avería en sus vehículos estando en una zona alejada de cualquier taller, pero no solo esto, también mejoraremos la calidad de tiempo libre de nuestros clientes ya que contarán con el servicio a domicilio para que puedan aprovechar mejor su tiempo de descanso en recreación, compartiendo en familia y no tengan que disponer de este para realizar las reparaciones de sus vehículos.

Características del prototipo:

Para el desarrollo de nuestro prototipo decidimos realizar la creación de un perfil empresa en Facebook, en el cual insertamos un video con la modalidad de Storytelling para poder contar en detalle la experiencia de nuestro servicio, también posteando información acerca de los servicios ofertados, de esta manera mediante la página, tener una interacción real con el cliente y de paso obtener información que nos sirva para mejorar nuestro modelo de negocio.

¿Cómo interactúa el cliente con nuestro prototipo?

Deseamos compartir la página de nuestra empresa a través de las redes sociales en busca de darnos a conocer y de esta manera lograr que las personas que nos visitan puedan ver el video tengan información detallada de nuestros servicios y si se encuentran interesados nos expresen sus inquietudes mediante un chat de WhatsApp donde podremos despejar todas sus dudas en cuanto al servicio y funcionamiento del mismo, también podrán programar sus citas de mantenimientos preventivos en el horario que mejor se acomode a su disponibilidad de tiempo,

ya que el objetivo principal es evitar desplazamientos del cliente al lugar donde se realiza la reparación.

Nuestro prototipo:

<https://www.facebook.com/domiautomecanica/videos/154448783065918>

Modelo Running Lean de la empresa Domiauto

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja especial	Segmento de clientes
- Diagnósticos erróneos de las fallas que presentan los vehículos cuando son llevados al taller.	Realizar diagnósticos exactos y reales en los vehículos para evitar sobre costos al cliente.	Nuestra propuesta de valor consiste en mejorar la calidad del tiempo libre de nuestros clientes, satisfaciend	Facilidad de contactarnos por medio de la plataforma, y disponibilidad las 24 horas, para acceder al servicio	Nuestro cliente objetivo lo encontramos en el entorno automotriz, bien sea en grupos de
- Falta de disponibilidad de tiempo de	- Reducir los desplazamientos del cliente		cuando nos necesitan en cualquier lugar	aficionados a los vehículos o propietarios

<p>los clientes para llevar el carro al taller</p> <p>-</p> <p>Oferta insuficiente de mecánicos que presten servicio las 24 horas.</p>	<p>hasta el sitio donde se realiza la reparación.</p> <p>-</p> <p>Funcionamiento a través de nuestra plataforma las 24 horas del día/7 días.</p>	<p>o sus necesidades, con personal que les genere confianza y tranquilidad por el servicio recibido, para que posteriormente nos puedan recomendar</p>	<p>de Cundinamarca.</p>	<p>de vehículos de gama media.</p> <p>Resalta</p> <p>ndo que en mayor número pueden ser mujeres ya que son las que menos conocimiento tienen en mecánica automotriz</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Métricas Clave</p> <p>Tecnología de punta para la operación</p> <p>Reparaciones garantizadas realizadas por personal altamente calificado.</p> <p>Proveedores certificados para la operación.</p>	<p>con posibles futuros clientes.</p>	<p>Canales</p> <p>Plataforma Domiauto.</p> <p>Página web Domiauto</p> <p>WhatsApp App</p> <p>Referencia de clientes</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Estructura de costos	Fuentes de ingresos
<p>FIJOS:</p> <p>Arriendo, Salarios de los empleados, Combustible, materiales, SOAT e impuestos de nuestros Carro-taller, Mercadeo y publicidad.</p> <p>VARIABLES:</p> <p>Gasolina, Repuestos</p>	<p>Nuestra fuente de ingresos se basa en el servicio prestado de mecánica a domicilio 24/7, diagnósticos con equipos de última tecnología, reparaciones en general de todo tipo de vehículo, gasolina y cerrajería a domicilio.</p> <p>Nuestros ingresos son dinámicos ya que varían según el tipo de servicio solicitado y la distancia a la que haya que dirigirse, los pagos pueden ser en tarjeta, Nequi, Daviplata o en efectivo.</p>

Ilustración 17. Modelo Running Lean.

Validación Del LEAN CANVAS

La sección del Lean Canvas que queremos validar será la solución del problema, la cual consiste en cubrir las necesidades de los clientes haciendo diagnósticos exactos en los vehículos, reduciendo sus desplazamientos al taller y ofreciendo facilidad en la forma de contactarnos por medio de la plataforma las 24 horas del día/7 días a la semana. A Través de un método cuantitativo de encuestas las cuales se realizaron a propietarios de vehículos en la ciudad de Bogotá.

Hipótesis Sobre la Necesidad de un Servicio Automotriz a Domicilio

Hay poca oferta de talleres los fines de semana y hacen gastar dinero innecesariamente, el 80% de las personas estarían dispuestos a usar el servicio de mecánica automotriz a domicilio.

Objetivo de la Investigación.

Examinar y validar la aceptación de nuestro producto si lo lanzamos al mercado, enfocados en ofrecer la mayor satisfacción a nuestros clientes para lograr obtener reconocimiento y de esta manera poder ampliar nuestro mercado.

Objetivos Específicos de la Investigación.

- Brindar nuestros servicios a la medida del tiempo del cliente, ajustándose a sus necesidades.
- Buscar siempre la economía para nuestros clientes, sin dejar de lado la calidad del producto y del servicio prestado.
- Expandir nuestro mercado mediante todas las opciones virtuales o redes sociales para lograr una mayor cobertura a nivel nacional.
- Posicionar Domiauto como una marca reconocida y así a largo plazo lograr expandirnos en otras ciudades principales.
- Definir estrategias para fomentar en nuestros clientes el hábito de realizar mantenimientos preventivos a los vehículos y de esta manera contribuir a extender la vida útil de estos, y disminuir emisiones de gases y materiales tóxicos que puedan afectar el ambiente.

Tipo de Investigación

Para conocer mejor el medio de desarrollo de nuestro proyecto, hemos decidido realizar una investigación de tipo cuantitativa aplicando de una encuesta virtual, la cual nos va ayudar a determinar si realmente podemos satisfacer la necesidad del cliente, ya que consideramos que de esta forma es más efectivo llegar de manera masiva a nuestro público utilizando las opciones virtuales que tenemos a nuestra disposición y más aún por la situación actual que nos encontramos en tiempos de pandemia.

Diseño del Formulario de Nuestra Encuesta

Hipótesis Investigación de mercados:

Hay poca oferta de talleres los fines de semana y hacen gastar dinero innecesariamente, el 80 por ciento de las personas estaría dispuesto a usar el servicio de mecánica automotriz a domicilio.

Edad:

- 18 a 25 años
- 26 a 34 años
- 35 a 43 años
- 44 o mas

Sexo:

- Masculino
- Femenino

Ocupación

- Empleado

- Estudiante
 - Independiente
1. ¿Posee vehículo propio (carro o moto)?
 - Si
 - No
 2. ¿Con que frecuencia utiliza su vehículo?
 - A diario
 - Una vez por semana
 - Una vez al mes
 - Ocasionalmente
 3. ¿Con que frecuencia lleva su vehículo al taller?
 - Cada quince días
 - Mensualmente
 - Cada seis meses
 - Según necesidad
 4. ¿Cuánto gasta en promedio al llevar su vehículo al taller?
 - \$120.000 a \$200.000
 - \$200.000 a \$500.000
 - \$500.000 a \$700.000
 - Más de \$700.000
 5. ¿Con quién acostumbra a realizar el mantenimiento de su vehículo?
 - Taller de confianza

- Un familiar
 - Concesionario
 - Busco recomendaciones
6. ¿Si existiera un servicio de mantenimiento automotriz a domicilio lo utilizaría?
- Si
 - No
7. ¿Tiene conocimiento en mantenimiento automotriz?
- Si
 - No
8. ¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio garantizado de mantenimiento para su vehículo?
- Si
 - No
9. ¿Ha gastado dinero innecesariamente al llevar su vehículo a los talleres?
- Si
 - No
 - ¿Por qué? _____
10. ¿Qué marca es su vehículo?
- Kia
 - Chevrolet
 - Hyundai
 - Toyota

- Otro ¿Cuál? _____

¿Qué modelo es su vehículo?

- Antes del 2000
- Del 2000 al 2010
- 2011 al 2019
- Ultimo modelo

11. ¿Realiza mantenimientos preventivos a su vehículo?

- Si
- No

12. ¿De acuerdo a la experiencia con el servicio, lo recomendaría a otras personas?

- Si
- No

Por medio de la anterior encuesta que aplicamos a diversos grupos de automovilistas, personas de nuestro entorno social y laboral que son propietarios de vehículos, realizamos un muestreo con 101 personas.

Tabulación y análisis de la información.

Los resultados del muestreo aleatorio simple realizado a un público de cien personas, objetivamente automovilistas y propietarios de vehículos son:

cantidad de personas encuestadas

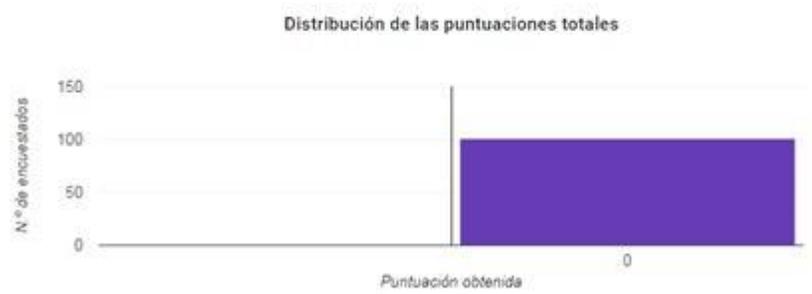


Ilustración 18. Encuesta.

Análisis: en esta figura podemos evidenciar el muestreo y la cantidad de personas encuestadas, las cuales dieron respuesta a al cuestionario presentado con el ánimo de enfocar un poco más nuestro mercado y de esta manera saber si debemos iterar o pivotar durante el desarrollo de nuestro proyecto.



Ilustración 19. Encuesta.

Análisis: En la figura (.) se observa que contamos con un porcentaje de encuestados del 39,6% con una edad de 26 a 34 años, en segundo lugar, tenemos un porcentaje del 34,7% para edades de 35 a 43 años, también un porcentaje del 14,9% para edades de entre 18 a 25 y finalmente tenemos un 10,9 % para edades de 18 a 25 años.

Como podemos observar nuestro mercado fuerte podría estar más enfocado hacia las personas de entre 26 a 43 años, lo que nos indica que podríamos tener gran acogida, ya que estas personas representan la mayor fuerza laboral de Colombia.

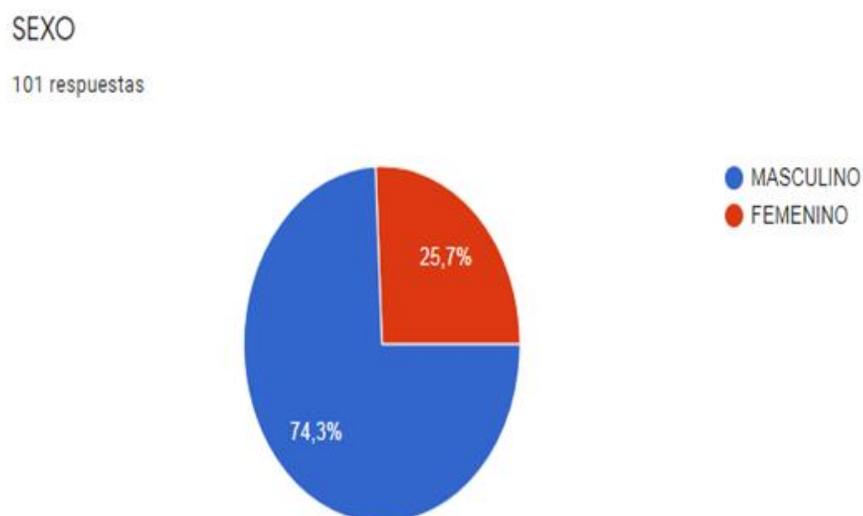


Ilustración 20. Encuesta.

Análisis: en esta gráfica podemos evidenciar que la mayoría de personas que respondieron este cuestionario son hombres teniendo un 74,3 % y las mujeres con un 25,7%, debido a esto podríamos concluir que los propietarios de vehículos en su mayoría son hombres.

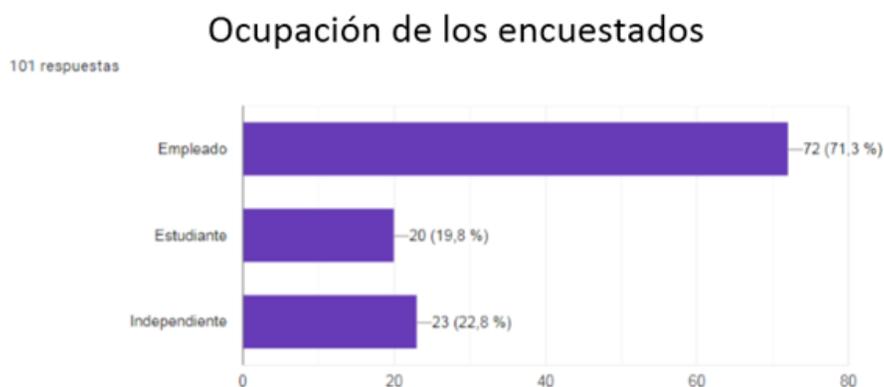


Ilustración 21. Encuesta.

Análisis: Con esta pregunta quisimos dar un poco más de sentido a nuestra teoría de que nuestro mercado fuerte podrían ser las personas que son empleadas de empresas en Bogotá y que por razones de tiempo no pueden llevar su vehículo al mecánico frecuentemente, en esta grafica podemos observar que las personas que gozan de un empleo estable están en un 71 a 72 %, lo que nos indica que la teoría es real si queremos apuntar a dicho mercado, seguido de los trabajadores independientes con un 22 a 23 % lo que nos indica que también podremos abordarlos como mercado puesto que los independientes en muchas ocasiones gozan de mejores ingresos que los empleados, finalmente tenemos los estudiantes que oscilan entre 19 a 20 % lo que nos demuestra que estas personas quizá dependan de alguien más y no puedan solventar fluidamente un servicio de nuestro tipo, teniendo cuenta esto, deseamos abarcar prácticamente el 80% del mercado de este muestreo.

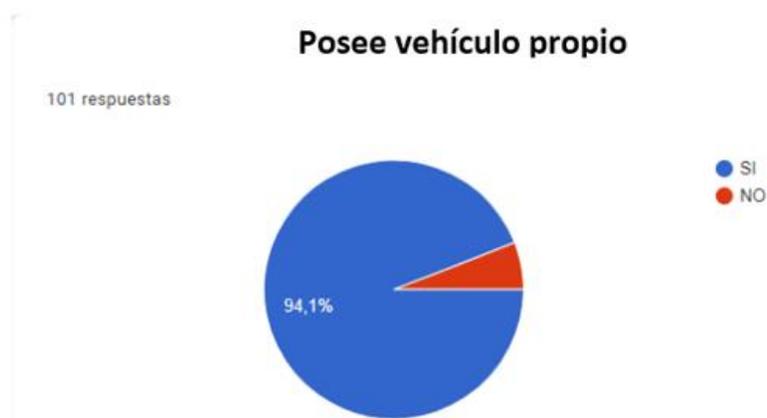


Ilustración 22. Encuesta.

Análisis: Este gráfico nos favorece, puesto que en un 94,1 % evidenciamos que las personas son propietarias de vehículos y son conscientes que deben realizar mantenimientos periódicos a estos como lo dicta la ley, en ese orden de ideas lo que busca una persona es que su vehículo esté en buen estado, por ende este resultado nos favorece, por otro lado tenemos un 5,1% de personas que no son propietarias de vehículos y serían las personas que menos usarían nuestros servicios ya que no les interesa el buen estado o los mantenimientos que tengan los mismos.

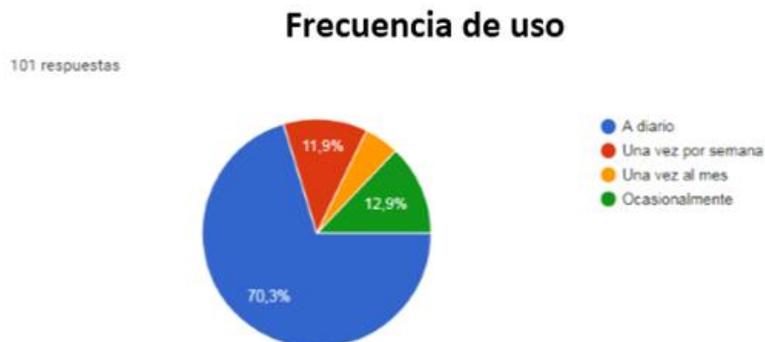


Ilustración 23. Encuesta.

Análisis: Con esta pregunta pudimos identificar que las personas acostumbran a utilizar sus vehículos a diario en un 70,3% y esto representa un desgaste de consideración en cambios de aceite, frenos y demás costos usuales en los vehículos, por otro lado tenemos las personas que los usan ocasionalmente con un 12,9% pero aun así a largo plazo son clientes potenciales ya que buscan calidad de mantenimiento, seguido de las personas que lo usan una vez por semana con un 11,9% y las que lo usan una vez al mes con un 5%. en esta fase seguimos sacando buenas conclusiones.



Ilustración 24. Encuesta.

Análisis: Con estos datos podemos evidenciar que las personas llevan sus vehículos al taller según la necesidad que van teniendo, esta cifra la respalda un 49,5% y podrían ser los clientes que tendríamos con más frecuencia, ya que como mencionamos en la gráfica anterior son los vehículos que más tendrían un desgaste, seguido de los que hacen mantenimientos mensualmente con un 27,7% y serían clientes que así mismo utilizan nuestros servicios aunque con menor frecuencia, luego podemos observar a un 15,8% que son quienes llevan sus vehículos cada seis meses al taller y para finalizar un 6,9% que los hacen cada quince días, estos también terminarán utilizando nuestros servicios.

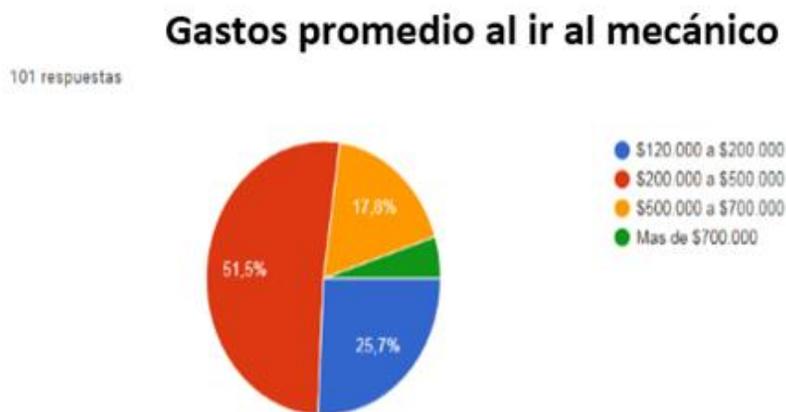


Ilustración 25. Encuesta.

Análisis: en este gráfico evidenciamos que el 51,5% del mercado gasta entre 200 mil pesos y 500 mil pesos, este resultado nos favorece porque nuestro rango de precios en los servicios está dentro de los 100 mil a 300 mil pesos dependiendo del diagnóstico o mantenimiento y esto nos hace competitivos con calidad y precios asequibles, lo sigue un 25,7% que gastan entre 120 mil pesos y 200 mil pesos en mantenimiento vehicular, para esta franja

también seguimos siendo muy competitivos, continuamos con el 17,5% quienes invierten entre 600 mil y 700 mil pesos, estimamos que este porcentaje invierte un poco más de dinero en servicios estéticos y embellecimiento lo que aún nos hace competitivos ya que este servicio se encuentra también en nuestro portafolio. por último, tenemos las personas que gastan más de 700 mil pesos en mantenimientos en sus vehículos con un 5%, quienes serían las personas que cuentan con vehículos de alta gama, también a mediano plazo queremos apuntar a este mercado.

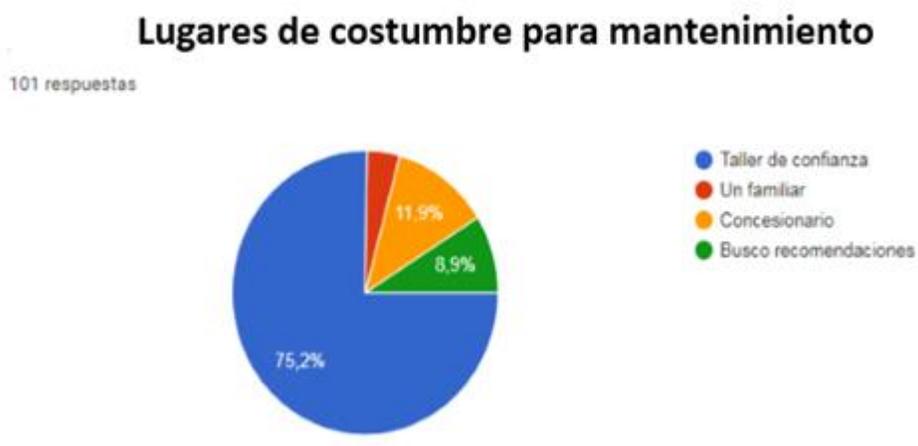


Ilustración 26. Encuesta.

Análisis: para identificar los lugares acostumbrados para hacer mantenimiento a sus vehículos desarrollamos esta pregunta, nos arroja unos datos interesantes ya que el 75,2% prefieren llevar sus vehículos a talleres de confianza, esto nos brinda la oportunidad de ganar su confianza y lealtad con el servicio que sabemos superará sus expectativas. Continuamos con el 11,9% que ponen sus vehículos en manos de los concesionarios lo que aún sigue siendo muy costoso porque en los concesionarios se industrializan los procedimientos y no se presta detalle personalizado a las necesidades específicas del vehículo. Tenemos también un 8,9% que busca

recomendaciones en otras personas o en redes sociales, este porcentaje puede brindarnos la oportunidad de darnos a conocer, para finalizar tenemos el 4% que ponen su vehículo en manos de un familiar bien sea porque es mecánico o tiene algún conocimiento básico en este ámbito y considerando que es un porcentaje muy bajo, no nos afectaría exponencialmente.

Aceptación del uso de servicio mecánico automotriz

101 respuestas

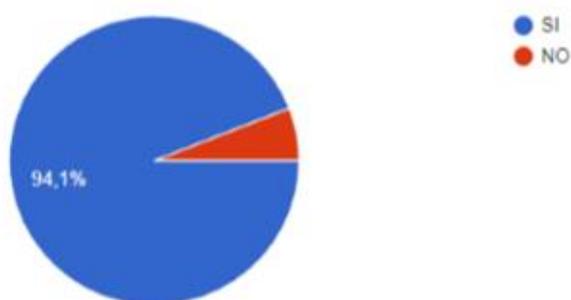


Ilustración 27. Encuesta.

Análisis: en esta parte podemos evidenciar la tendencia positiva de los encuestados hacia adquirir nuestros servicios ya que el 94,1 % de ellos si utilizarían un servicio a domicilio el cual es nuestro plus, y tan solo un 5,9% prefiere llevar su vehículo a los talleres tradicionales.

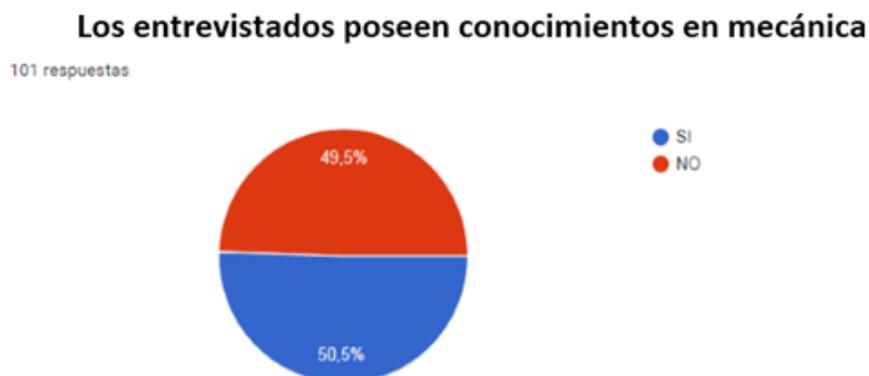


Ilustración 28. Encuesta.

Análisis: si observamos esta gráfica podemos definir que el 50,5% de las personas encuestadas tienen conocimientos en mecánica básica lo que nos favorece, porque saben que es un mantenimiento de calidad y lo que es un diagnóstico correcto en las fallas de los vehículos, mientras que el 49,5% no conocen del tema y a estas personas les cuesta diferenciar entre lo que se debe y no hacer en un taller, a este porcentaje de personas son a las que fácilmente estafan en los talleres.



Ilustración 29. Encuesta.

Análisis: Con esta pregunta identificamos que realmente el mercado requiere de servicios de mecánica honestos, oportunos y de calidad, esta aseveración la confirma el 99% que asegura estar dispuesto a pagar por un servicio garantizado de mantenimiento para su vehículo. Por otro lado, está el 1% que sencillamente no lo usaría.

Se gasta innecesariamente a la hora de ir al taller

101 respuestas

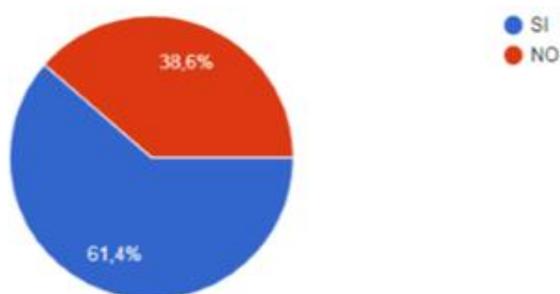


Ilustración 30. Encuesta.

Análisis: Esta pregunta nos ayuda a validar que muchas veces se gasta innecesariamente para identificar la razón de alguna falla en los vehículos, el 61,4% nos confirma que sí es necesaria la exactitud en los diagnósticos y el 38,6% ha tenido buenas experiencias, lo que nos favorece ya que buscamos beneficio económico para nuestros clientes y con esto aumentaremos la fidelidad de ellos hacia nosotros.



Ilustración 31, Encuesta.

Análisis: A la hora de hacer algún mantenimiento es importante saber su marca y referencia, por eso identificamos esta pregunta como importante y encontramos que en otras marcas diferentes a las planteadas tenemos un 52,5% en donde lideran las marcas convencionales como Nissan, Scania o Mazda, para estas marcas también somos totalmente competitivos, con la marca Chevrolet tenemos un 25,7%, es un buen porcentaje ya que sabemos que en Colombia es una marca líder y se conoce por ser costosa de mantener, enseguida tenemos un 14,9% con la marca Kia, esta marca es una plataforma fácil y económica en cuanto a mantenimiento, esta marca nos brinda oportunidades de buen mercado por la facilidad y agilidad a la hora de realizar mantenimientos. Tenemos un 5% con la marca Hyundai que es de la misma casa de Kia, y por último tenemos un 2% con la marca Toyota, esta marca tiene un poco más de requerimientos a la hora de realizar los mantenimientos y tiende a ser una marca de alta gama y aunque somos competitivos con líneas como Corolla o rav-4 no seríamos muy competitivos con este tipo de

camionetas.

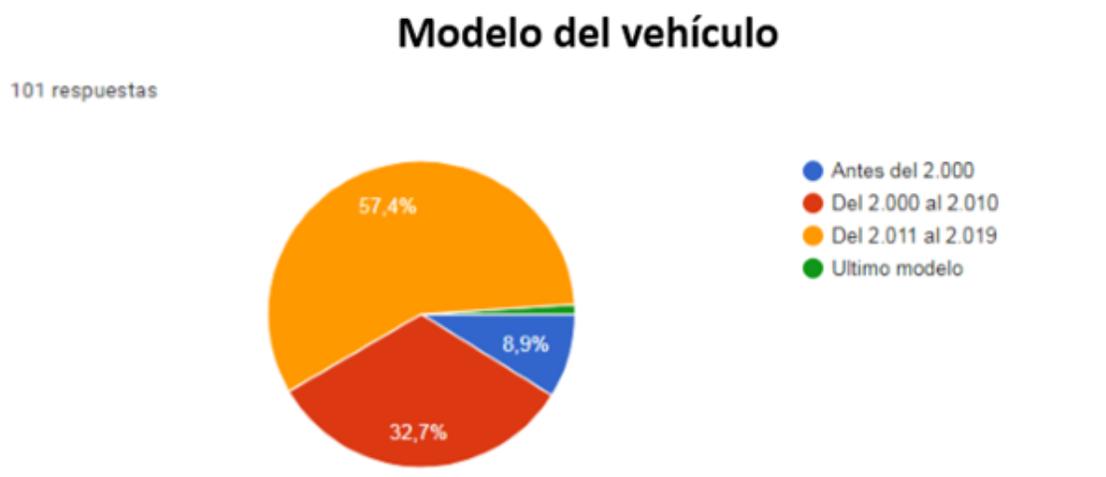


Ilustración 32. Encuesta.

Análisis: Sabemos que con las tendencias de la tecnología va a ser mucho más fácil encontrar una falla en un vehículo reciente, para nuestra fortuna tenemos un 57,4% que poseen vehículos recientes con modelos entre 2.011 y 2.019, esto juega a nuestro favor por nuestros escáneres de última tecnología para diagnósticos de fallas. Con un 32,7% se encuentran los vehículos del año 2.000 al 2.010 estos también son fáciles de diagnosticar, lo sigue el 8,9% con modelos de antes del año 2.000 y un 1% con vehículos último modelo o más exactamente 2.020 a 2.021.

Realización de mantenimientos preventivos a los vehículos

101 respuestas

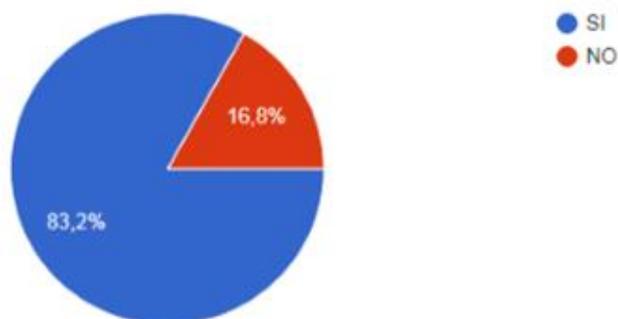


Ilustración 33. Encuesta.

Análisis: A los vehículos se les debe realizar mantenimientos no solo correctivos de fallas sino también preventivos, para evitar complicaciones posteriores, accidentes o situaciones no deseables, evidenciamos que el 83,2% de las personas si lo realiza y eso nos daría la oportunidad de ser tenidos en cuenta constantemente, tenemos un 16,8% que no los realiza, en este mercado podremos realizar campañas de concientización para que los tomen como un hábito.

Si de acuerdo a la experiencia, nos recomendaría

101 respuestas

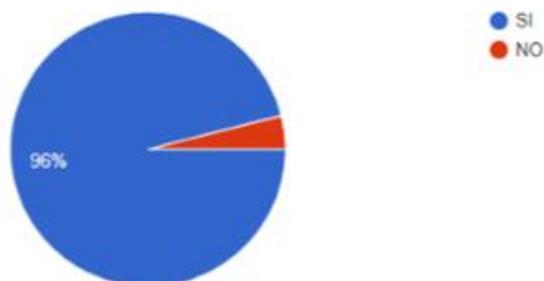


Ilustración 34. Encuesta.

Análisis: Preguntamos a los encuestados si de acuerdo al servicio prestado nos recomendarían o sencillamente nos darían una calificación en nuestra página y su respuesta nos favoreció con un 96% y nos respondió negativamente solo un 4% lo que nos motiva puesto que siempre apuntamos a la excelencia, exactitud y honestidad, esto nos indica que seremos recomendados por nuestros clientes y tan solo un pequeño porcentaje no lo haría por la no intención de hacerlo o porque no le gusta reseñar en las páginas.

Conclusiones

Con el desarrollo de este proyecto logramos identificar la viabilidad del mismo por que a pesar que en el mercado ya se prestan muchos de los servicios que ofrecemos, nosotros como propuesta de valor les damos la opción de mejorar su calidad de vida ya que obtendrán optimización en la utilización de su tiempo libre con un servicio de calidad, con repuestos garantizados, lo pudimos validar por medio de la encuesta que se realizó sacando los siguientes datos:

- El mayor rango de edad de las personas que participaron se encuentran entre los 35 a 43 años
- El mayor porcentaje fueron hombres
- Evidenciamos que hay un número importante de mujeres que poseen vehículo
- La mayoría de las personas son de ocupación empleados y al no tener flexibilidad en horarios pueden ser potenciales usuarios del servicio
- De los encuestados el 98 % son propietarios de vehículos.
- El mayor porcentaje de nuestros encuestados utiliza su vehículo a diario
- La mayoría de encuestados llevan su carro al taller según la necesidad
- La mayoría paga entre 200.000 a 500.000 pesos cuando lleva su carro al taller
- La mayoría acostumbra hacer el mantenimiento en su taller de confianza
- A la mayoría de encuestados les interesaría utilizar nuestro servicio

- La mayoría de las personas no tienen conocimiento en mantenimiento automotriz lo que los hace clientes potenciales

- La mayoría estaría dispuesto a pagar por un servicio garantizado, ya que han gastado innecesariamente al llevar el vehículo al taller, porque les hacen arreglos que no requieren.

- La mayoría de vehículos de los encuestados son modelo 2011 al 2019

- La mayoría le realiza mantenimientos preventivos a su vehículo

- El 98 % de los encuestados estaría dispuesto a recomendar el servicio de acuerdo a la experiencia obtenida

Recomendaciones

- De acuerdo al resultado de la encuesta tenemos una amplia posibilidad en el mercado y podíamos aprovecharlo ya que la mayoría no tiene conocimientos en mantenimiento automotriz.
- Si se logra un buen servicio de calidad lograremos alta fidelización.
- Apuntarle al mercado de los empleados son los que más lo usarían y necesitan de nuestro servicio por la flexibilidad en los horarios y por qué utilizan sus vehículos a diario.
- Lograremos la fidelización del cliente si realizamos diagnósticos reales, efectivos y a un buen precio.
- De acuerdo a la aceptación de nuestro servicio evaluar una pronta expansión del mercado.

Bibliografía

Resolución Número 0957 del 2012. Por la cual se expide el Reglamento Técnico aplicable a talleres, equipos y procesos de conversión a gas natural comprimido para uso vehicular. 21 de marzo del 2012, Ministerio de Comercio, Industria y Comercio.

Ley 769 de 2002. Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones. 6 de agosto del 2002, Ministerio de Transporte.

Decreto 3466 de 1982. Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones. 02 de diciembre del 2002.

Trámites y servicios Bogotá (2020). Documentos para circulación de vehículos automotores; restricción transporte particular. Alcaldía de Bogotá.
alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=26868

Decreto 070 de 2014. Reglamentación del pico y placa en Bogotá. 13 de febrero del 2014, Alcaldía Mayor de Bogotá.

Departamento Nacional de Planeación. Plan de Desarrollo Nacional 2020. Pagina
web:<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>

Encuesta de Micronegocios (Emicrom) 2019, Dane información para todos. Página
web:<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios#informacion-2019>

Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea, 2020. Perfil de Corea del Sur. Ministerio de Comercio. Página

web: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/corea>

Gerencia.com, Servicios de Mantenimiento gravados con IVA, (2020) Impuestos a las Ventas, Pagina web: <https://www.gerencie.com/servicios-de-mantenimiento-gravados-con-iva.html>

Capsulas de Emprendimiento, (2010), Quienes Apoyan el Emprendimiento en Colombia. Pagina: <https://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

Decreto 1412 de 2017, Departamento administrativo de la función pública, 2017, pág 1.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83247>