

## **CREACIÓN DE EMPRESAS NIVEL I**



**ECO LLANTAS DEL ARIARI**

Estudiantes:

**YAMILE PERDOMO CRUZ**

**JUAN DAVID SÁNCHEZ**

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior - CUN

Administración De Empresas

Granada – Meta

2020

## **CREACIÓN DE EMPRESAS NIVEL I**

Estudiantes:

**YAMILE PERDOMO CRUZ**

**JUAN DAVID SÁNCHEZ**

Docente:

**LUZ DARY VALDERRAMA DIAZ**

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior - CUN

Administración De Empresas

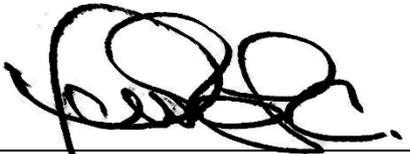
Granada – Meta

2020

## COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **YAMILE PERDOMO CRUZ** identificado con C.C **40.614.040** estudiante del programa Técnico profesional en Administración de Empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma



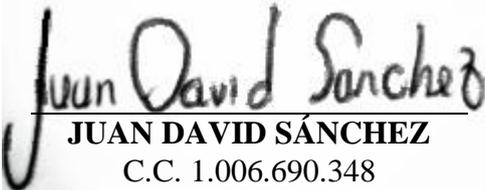
---

**YAMILE PERDOMO CRUZ**  
C.C. 40.614.040

## COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **JUAN DAVID SÁNCHEZ** identificado con C.C **1.006.690.348** estudiante del programa Técnico profesional en Administración de Empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma



**JUAN DAVID SÁNCHEZ**  
C.C. 1.006.690.348

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	7
OBJETIVOS .....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos Específicos .....	8
CLAVES PARA EL ÉXITO.....	9
RESUMEN EJECUTIVO.....	10
1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	11
1.1 Objetivo De Desarrollo Sostenible.....	13
1.3 Tecnologías Disruptivas .....	14
1.4 Análisis del Sector Económico .....	16
2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD .....	17
2.1 Árbol De Problemas y Objetivos .....	18
3 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	20
3.1 Estructura de Idea de Negocio .....	20
3.2 Descripción la Solución “Idea de negocio Estructurada” .....	21
4 INNOVACIÓN .....	21
5 FUERZAS DE LA INDUSTRIA .....	22
5.1 Contextualización De La Empresa .....	22
5.1.1 <i>Nombre de la empresa</i> .....	22
5.1.2 <i>Actividad económica</i> .....	22
5.1.3 <i>Tamaño de la Empresa</i> .....	22
5.2 Análisis De La Demanda .....	23
5.3 Análisis De La Oferta .....	24
5.4 Análisis De La Comercialización .....	25
5.5 Análisis de los Proveedores.....	26
6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	27
7 PROPUESTA DE VALOR.....	28
7.1 Perfil Del Cliente.....	28
7.1 Mapa De Valor.....	31
8 DISEÑO DEL PRODUCTO .....	34
8.1 Ficha Técnica.....	34
8.2 Proceso de Producción de Servicio .....	34
<i>Tomado: Autores</i> .....	35

9	PRECIO DE VENTA .....	35
9.1.	Costo Unitario de Materiales.....	35
9.2	Costo Unitario de Mano de Obra.....	36
9.3	Costo Unitario CIF (Costos Indirectos Fabricación) .....	36
9.4	Costo de Producción .....	37
10	PROTOTIPO.....	37
10.1	Plano de Distribucion.....	37
10.2	Video Prototipo – pitch .....	38
11	MODELO RUNNING LEAN.....	38
12	VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	39
12.1	Objetivo de la Investigación.....	39
12.2	Tipo De Investigación A Realizar (Cuantitativa O Cualitativa).....	39
12.3	Diseño Del Formulario De La Encuesta.....	39
12.4	Tamaño de la Muestra.....	40
13.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	42
14	LESIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES .....	48
	BIBLIOGRAFÍA.....	49

## **INTRODUCCIÓN**

Es una empresa que presta el servicio de alineación, balanceo, cambio de llantas automático, y venta de llantas, por esta razón se hizo un estudio de los vehículos del municipio, por el desgaste irregular de sus llantas, su poca durabilidad e inconformidad en el manejo del vehículo.

El montaje automático es necesario ya que evita daños en el montaje de la llanta, el balanceo del vehículo es para el confort en la conducción y mantenimiento del desempeño de los neumáticos, las consecuencias de no realizar el balanceo a su vehículo o de un procedimiento mal realizado en las ruedas delanteras y traseras se materializan en vibraciones ya sea el volante, en el piso del auto, en el tablero o en los asientos en distintas franjas de velocidades, cuando su vehículo necesita su alineación se nota ya que hala hacia la derecha o la izquierda cuando suelta el volante por unos segundos en su auto, la alineación del vehículo consiste en ajustar los ángulos de las ruedas, manteniéndolas perpendiculares al suelo y paralelas entre sí.

La empresa va a contar con una innovación de aparatos tecnológicos para la realización de la prestación del servicio y la venta de llantas multimarca que cuenta la empresa en el cual nos va a hacer competitivo a las demás empresas que existen en nuestro municipio con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes ya que ellos son la prioridad de que esta empresa funcione en el sector económico trayéndonos beneficios como empresa y la necesidad de los vehículos de llevar acabo esto para la seguridad de las personas evitando el índice de accidentalidad en el municipio y en carreteras nacionales

Siempre comprometidos con el cuidado del medio ambiente, por medio de buenas prácticas a nivel regional, generando un proceso innovador ayude al desarrollo económico de la región mientras de otra forma se genera de manera efectiva a mejorar a los procesos ambientales que generan el residuo de las llantas, fomentando una cultura y cuidado de la flora y la fauna de manera regional sirviendo como ejemplo para el país y el mundo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Desarrollar bajo los parámetros educativos aprendidos durante los procesos de formación una idea de negocio rentable, por medio de la prestación de un servicio para suplir las necesidades relacionadas con los procesos de mecánicas de los vehículos livianos y de carga pesada en la región del Ariari.

### **Objetivos Específicos**

- ❖ Identificar las distintas necesidades en temas automotriz en la región del Ariari.
- ❖ Diseñar y plasmar estrategias necesarias que se adecuen a cada una de las necesidades en temas automotriz en vehículos livianos y de carga pesada.
- ❖ Evaluar los riesgos y beneficios dentro de la idea de negocios.
- ❖ Desarrollar cada uno de los procesos que conllevan al perfeccionamiento de la sinterización de la idea de negocio.

## CLAVES PARA EL ÉXITO

- Idea única a nivel regional
- Conocimiento y experiencia sobre la idea de negocio.
- No se cuenta con competencia directa en la región, la más cercana con los mismos servicios se encuentra a 100 kilómetros aproximadamente.
- Se cuenta con un amplio mercado en la región a la cual ofrecer los productos y servicios.
- Productos y servicios necesarios para el correcto funcionamiento de los vehículos, y amparado por la ley como requisito para el cumplimiento de los requisitos de la tecno mecánica vehicular a nivel nacional.
- Productos y servicios de calidad
- Productos que ayudan al cuidado del medio ambiente, únicos en la comercialización de estos a nivel regional.
- Precios competitivos.
- Personal técnico certificado junto la experiencia necesaria para el cumplimiento de las metas y objetivos.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proceso de alineación, balanceo, montajes automáticos y ventas de llantas en multimarca para vehículos vigentes, ya que gracias a esto se mejora el funcionamiento del vehículo sino también protege y da confort al momento de conducirlo evitando un alto índice de accidentalidad en el momento de trasportarse al destino propuesto con el fin de la empresa sea reconocida a nivel regional por el buen servicio que presta la empresa ECO LLANTAS DEL ARIARI S.A.S satisfaciendo las necesidades de los clientes con la adquisición de nuevos productos tecnológicos, innovando en el sector económico del municipio de Granada Meta siendo más competitivo a las demás empresas que prestan estos mismos servicios.

Por lo cual se genera un proceso de idea de negocio que beneficia la región del Ariari junto a cada una de las empresas de transporte o que manejen su propia flota de vehículos, de igual forma a cada una de las personas dueñas de algún tipo de vehículos a nivel personal sin importar el tamaño de este (familiar, Carga liviana, mediana, pesado o agrícola), como parte de una idea esencial y productiva la cual es muestra una gran viabilidad económica y de aceptación.

Este proceso se reconoce gracias a la investigación desarrollada por medio de la necesidad dentro de un mercado estudio, en el cual se evidencia una necesidad que ayude a mejorar algunos tiempos en el desarrollo de algunas actividades junto con el sobre costos que incurre en algunas ocasiones el traslado a la realización de algunas actividades que solo se generan dentro de una serviteca.

Los resultados esperados dentro de los procesos de investigación generados por medio de la realización de encuestas cualitativas, en la cuales se buscaba recolectar algunas características dentro de la información especialmente para el desarrollo de validación de la idea dentro de la comunidad de la región del Ariari, la cual muestra datos muy interesantes como parte de la validación y la necesidad dentro del mercado actual para el desarrollo de la actividad en específico, mostrando una viabilidad dentro de la investigación la cual esta plasmada dentro de cada una de las actividades generadas y proyectadas en la presente actividad.

## 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Uno de los grandes problemas que se están viviendo en la actualidad es el alto impacto ambiental, problema en el cual la población en general ha sido la causante de muchas de los factores como la contaminación de subsuelos, agua y aire; problema que ha venido siendo transmitido de forma hereditaria al paso del tiempo entre los que ocupamos el mundo, convirtiéndose en un factor preocupante, ya que se han podido observar una gran variación ambiental en el planeta entero por culpa de estas malas decisiones.

Dentro de los problemas más graves en relación del impacto ambiental esta la gran abertura que se genera en la capa de ozono, derritiendo glaciales completos, generando un proceso casi de extinción de algunas especies como el oso polar la cual se están generando planes de reestructuración con el fin de proteger; este tipo de situaciones ha prendido las alarmas a nivel mundial por lo cual sean generados organizaciones alrededor del mundo con el fin de cuidar al medio ambiente, por lo cual se crean cumbres internacionales con temas y pactos de estricto cumplimiento, con acciones muy específicas que ayuden dentro de la mitigación desde cada uno de los países. De igual forma dentro de las distintas cumbres, también son invitados y en algunas grandes empresas que en ocasiones pertenecen a dichos grupos, siendo parte de los pactos e ideas que permiten un desarrollo ambiental y la recuperación de la vida de la flora y fauna alrededor del mundo desde sus distintos procesos laborales o producciones de las distintas materias primas que surten al mundo.

Es aquí en donde grandes empresas mundialmente reconocidas en relación de materia que han generado procesos de contaminación a nivel mundial en cada uno de sus desechos, como los son las llantas ya que están elaboradas principalmente de caucho, derivados del petróleo y alambre, materiales que son difíciles de deshacerse de forma natural, ya que un pedazo de caucho puede tardar en descomponerse totalmente unos ochocientos (800) a mil (1.000) años y el alambre unos quinientos (500) años; un vehículo por lo general desecha un juego de llantas cada tres a cinco años aproximadamente, todo vehículo cuenta como mínimo cuatro (4) llantas en otros vehículos de carga pesada pueden portar hasta veinte (20) llantas, si le agregamos uno de los resultados de estudio que de igual preocupan a la población mundial, en el cual estudia la generación de automotores alrededor del mundo, llegando a la conclusión de por medio de estudios que por cada 10 seres humanos en la actualidad existe un vehículo en las calles alrededor del mundo, es decir ¿cuánta contaminación se está generando por medio del desecho de llantas en el año?

Esto es un proceso que realmente preocupa alrededor del mundo, por lo cual se esta iniciando a generar nuevos procesos de elaboración de las llantas alrededor del mundo, con el fin que sean mas amigables con el medio ambiente y de igual forma brinden la seguridad sin perder la calidad como sean venido generando con los materiales tradicionalmente, por lo cual es una de las grandes alternativas que se están fomentando con un costos en ocasiones muy variable según el tipo y la marca de la empresa que diseña o fabrica estos productos.

Por lo cual una de las ideas de negocios es la generación de una serviteca en la cual se puedan comercializar productos para el mantenimiento vehiculares en la región del Ariari, tales como aceites a base de elementos ecológicos y de calidad, pero principalmente enfocando la comercialización de llantas que sean amigables con el medio ambiente, aportando significativamente a la flora y la fauna de la región del Ariari, como de igual forma a nivel del departamento del Meta, generando una marca que genere conciencia entre los distintos clientes que confían en el mejoramiento del medio ambiente del mundo desde nuestra región.

Bajo la marca ECO-LLANTAS DEL ARIARI S.A.S se busca incursionar en un mercado difícil, ya que es generar una cultura dentro de los cliente que puedan creer en la calidad y la eficiencia de las llantas es algo complicado por primera vez, ya que en ocasiones es difícil adquirir productos distintos a los tradicionales, por lo cual se deberá buscar de forma continua estrategias en las cuales se puedan obtener la compra y confianza por primera vez, con el fin de demostrar que las llantas comercializadas por Eco-Llantas Del Ariari S.A.S son de las misma calidad que las adquiridas tradicionalmente alrededor de las distintas marcas comerciales.

## **1.1 Objetivo De Desarrollo Sostenible**

- Generar una estrategia comercial, dedicada a los cuidados vehiculares la prestación de servicios de balanceo, alineación, cambio y venta de llantas, como una práctica comercial dentro de la ciudad de Granada (Meta).
- Implementar una serviteca en la ciudad de Granada Meta como una estrategia empresarial dedicada a la comercialización de productos vehiculares que cuiden el medio ambiente, enfocando sus ventas en el comercio de llantas ecológicas con la más alta calidad que traen los productos tradicionales.

Generar un procesos de cuidado con el medio ambiente es una actividad latente que va en aumento, dentro de esta preocupación es la generación de soluciones reales a nivel mundial, por lo cual en la región del Ariari se compromete al cuidado de la flora y la fauna por medio de la genera de una serviteca que lleva por nombre Eco-Llantas Del Ariari S.A.S, la cual tiene el reto de comercializar llantas como un producto ecológico con el fin de mejorar la calidad del medio ambiente alrededor del mundo.

## **1.2 Teoría De Valor Compartido**

El municipio de Granada ha venido generando un avance comercial y económico de manera continua en la últimos, por medio del desarrollo comercial que allí se efectúa por medio de la comercialización de producto agrícola, lo cual es la fuente principal del Granada y municipios aledaños, ya que Granada es un punto estratégico de la región del Ariari al ser el centro comercial y punto de partida obligatoria para la capital llanera Villavicencio; gracias a esta oportunidad se están explotando una gran variedad de comercio, dentro del mismo el sector transporte es necesario para el propio desarrollo, ya que son los que diariamente generan por medio de este las distintas transacciones entre Granada y la capital de País como lo es Bogotá.

Este transporte continuo genera una gran oportunidad estratégica comercial, por medio de los repuestos necesarios para el mantenimiento necesario para los distintos vehículos personales, de carga liviana o carga pesada que son necesarios para transportar los productos de la región, por lo cual la gran propuesta de la idea de negocio es necesario tener en cuenta que en la ciudad de Granada no cuenta con una serviteca a nivel profesional, como

lo demanda la ley, ya que la única existente es para vehículos pequeños, y los vehículos grandes deben dirigirse a desarrollar estas actividades de mantenimiento de sus vehículos de carga pesada perdiendo la oportunidad económica dentro del municipio.

Por lo cual se ve la oportunidad de negocio, la cual es necesario por medio de la investigación empresarial, la generación de una serviteca que preste los distintos servicios bajo los distintos parámetros ordenado por el ministerio de transporte y el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, que sirva para el cumplimiento de dentro del certificado de revisión técnico mecánica y de emisiones contaminantes además sirviendo como un proceso de mantenimiento que ayude a la prevención de accidentes de tránsito como el deterioro del de cada uno de los vehículos sin importar el tamaño.

### **1.3 Tecnologías Disruptivas**

En la actualidad el mercado se encuentra continuamente en un proceso de innovación de forma constante dentro de cada uno de los servicios y productos que ofrecen el mercado actual con el fin de brindar mejores productos con una alta calidad, además se busca en muchas veces con las diferentes innovaciones buscar procesos que aporten de forma significativa al medio ambiente, por cual se generan en una variedad de productos, incluyendo el combustible actual ya que “Al combustible E85 también se le conoce como combustible flexible, es una mezcla de etanol y gasolina, la cual contiene del 51% al 83% de etanol. En los meses de verano, las mezclas tienden a tener más etanol mientras que en el invierno tienen menos. El combustible E85 se usa en los vehículos de combustible flexible (a partir de ahora VCF), los cuales son aquellos vehículos fabricados para funcionar tanto con gasolina como con E85. Algunos de los fabricantes de vehículos ofrecen en su catálogo, vehículos de combustible flexible, los cuales se distinguen porque el tapón del depósito de gasolina es amarillo.” (Global. 2016)

Al igual que este combustible también, de igual forma podemos observar muchas mejoras en otros componentes vehiculares, como los aceites los cuales tienden de igual que la gasolina a ser menos contaminante que el aceite clásico, por otra parte, uno de los grandes factores a los cuales se le brinda una gran apuesta dentro de la serviteca aparte de los aceites favorables con el medio ambiente es las llantas ecológicas, Empresas como Pirelli, Goodyear, Bridgestone, Continental y Michelin están fabricando llantas "ecológicas" para reducir la

resistencia al rodado, en consecuencia disminuir el consumo de combustible así como la emisión de Dióxido de Carbono (CO<sub>2</sub>) y con esto alargar la vida útil de las mismas... Se fabrican con materiales naturales y éstos producen que el roce con el suelo sea menor y se frene menos el vehículo, resultando en un ahorro de combustible del 3%, lo cual puede sonar irrelevante, pero si ese porcentaje lo valoramos anualmente, el ahorro de gasolina será muy significativo, además de que el vehículo emitirá menor cantidad de gases contaminantes a la atmósfera. Este tipo de llantas también ofrecen un 20% más de vida útil, es decir, si las llantas comunes tienen una vida útil de 5 años, este tipo de neumático durará un año más aproximadamente. (Juárez, Rodrigo. 2019)

Además si tenemos en cuenta los distintos procesos que ofrecen el servicio de serviteca en el cual se puede realizar una serie de actividades en relación al mantenimiento de todo tipo de vehículo personales, de carga liviana hasta cargas pesada, generando procesos sistematizados identificando en tiempo real cada una de las posibles fallas, con el fin de generar un proceso de corrección oportuna evitando sanciones por parte de la policía de carreteras y en el peor de los casos accidentes letales.

De igual forma se puede generar una hoja de vida de cada uno de los vehículos con el fin de poder reportar en tiempos de corto plazos antes de cumplir el tiempo de cambio de algún tipo de pieza en específico teniendo en cuenta el tiempo de vida de cada una de las piezas antes de generar un desgaste o deterioro que pueda aumentar algún daño a otros elementos del automotor en general, todo esto con la ventaja de la sistematización de la información por parte de la serviteca, trabajando de forma continua por la seguridad y la calidad dentro de los procesos o actividades que produzcan cada uno de los automotores que tomen los servicios dentro de la Eco-Serviteca del Ariari S.A.S.

## 1.4 Análisis del Sector Económico

**Tabla 1:** *Análisis Pastel*

<p><b>POLITICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen políticas comerciales entre EEUU, principal exportador de vehículos y respuestas.</li> <li>• Gran capacidad de ensamblaje a nivel nacional, junto con convenios directos de casa matrices.</li> <li>• Participación continua en cumbres internacionales, presto a incentivar el uso que cuide el medio ambiente.</li> </ul>	<p><b>TECNOLOGICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El mantenimiento dentro de las servitecas cuenta con tecnológicos de punto que permiten un proceso más confiable.</li> <li>• Los softwares son especializados en mantenimiento de algunas las distintas áreas en general de todo tipo de vehículos.</li> <li>• Los repuestos cuentan con tecnología de punta que permiten un mejoramiento eficiente en los vehículos.</li> </ul>
<p><b>ECONOMICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El sector vehicular es la principal actividad que mueve la económica del país a través del transporte de mercancía.</li> <li>• El sector automotriz contribuye anualmente la producción industrial del país en un 4% y representa el 6.2% de PIB.</li> <li>• Su desarrollo genera ingresos para el estado vía aranceles e impuestos y crea fuentes de empleo durante el comercio del mismo.</li> </ul>	<p><b>ECOLOGICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La disposición final de cada uno de los elementos retirados debe de tener un proceso que permitan un proceso favorable con el medio ambiente.</li> <li>• Las servitecas están obligadas a crear políticas ambientales dentro de cada actividad.</li> <li>• Existen materiales que favorecen el medio ambiente como llantas y aceites.</li> </ul>
<p><b>SOCIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación continua de empleo directo e indirecto, por medio del mantenimiento, y disposición final de los residuos.</li> <li>• Brindar planes de recolección de elementos desechados y que puedan ser aprovechados protegiendo al medio ambiente.</li> <li>• Contribuir cambiando el uso de las llantas tradicionales, por una ecológicas y dando una disposición final adecuada de dicho producto.</li> </ul>	<p><b>LEGAL</b></p> <p>Resolución 1488 de 2003 (diciembre 19) MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL. Por lo cual se establecen los requisitos, las condiciones los límites máximos permisibles de emisión, bajo los cuales se debe realizar la disposición final de llantas usadas y nuevas con desviación de calidad, en hornos de producción de Clinker de plantas cementeras.</p>

*Tomado: Autores*

## 2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

**Problema 1:** Uno de los grandes problemas dentro del desecho de las llantas que cumplen su ciclo de vida, es que hacer con estos residuos, ya que normal ver que en muchas ocasiones estas son arrojadas dentro de las zonas de relleno conocidas como basureros municipales y en otros casos son desechados en sitios de zonas verdes o fuentes hídricas.

**Problema 2:** A pesar de ser productos de alta calidad, son pocos los lugares en donde se brindan la oportunidad de promocionar, ya que se pueden ver en grandes ciudades como Bogotá, Cali, Medellín entre otras, una comercialización en servitecas los productos de llantas y neumáticos ecológicos.

**Problema 3:** En la actualidad se vive aun en una cultura tradicionalistas, por lo cual existen algunos temores de adquirir nuevos productos que generen un mismo beneficio, y aún más en relación bajo la carencia bajo el mejoramiento ambiental el cual existe un pequeño sector que a pesar de todo han venido tomando conciencia de la importancia de consumir productos que ayuden al medio ambiente.

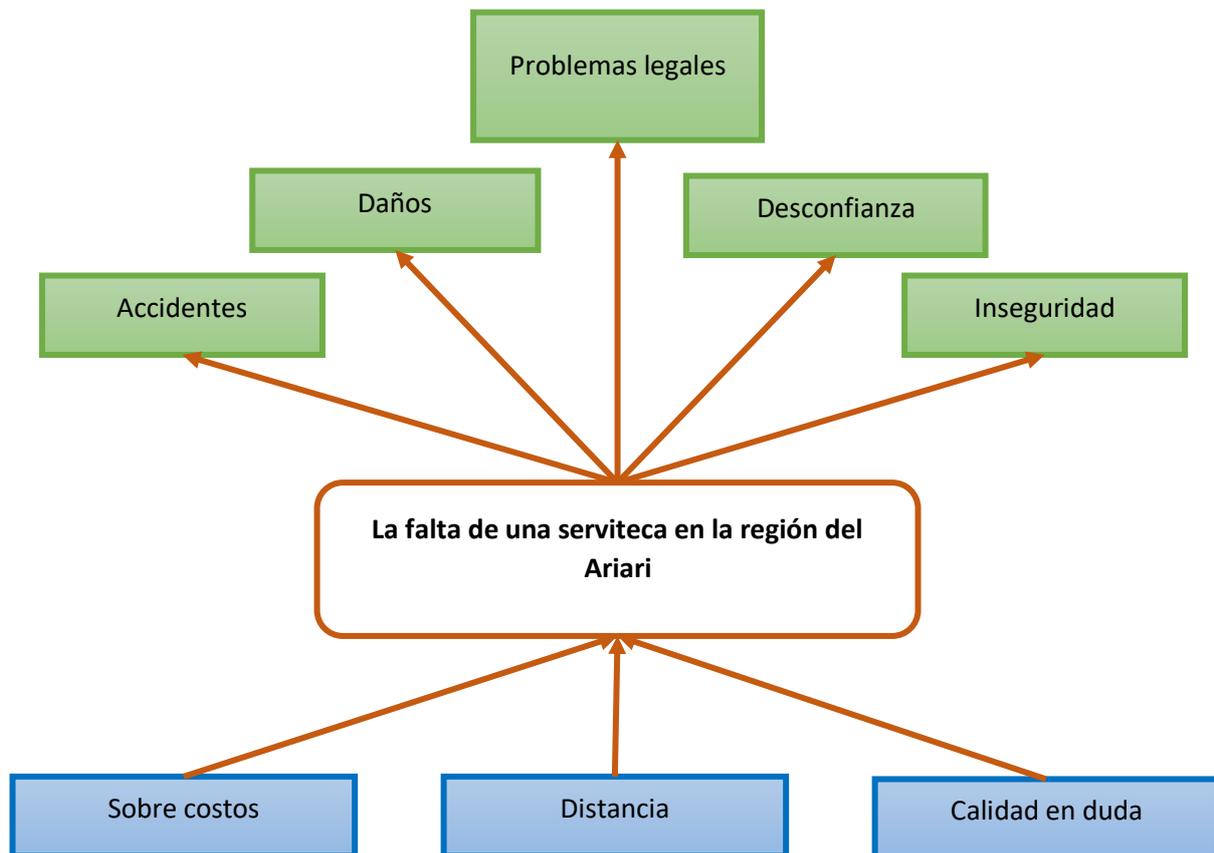
**Tabla 2:** *Identificación de Problemas*

	<b>PROBLEMA 1</b>	<b>PROBLEMA 2</b>	<b>PROBLEMA 3</b>
<b>CRITERIO</b>	No dar el uso adecuado a las llantas y neumáticos cuando culmina su ciclo de utilidad.	No han promocionado el producto (llantas y neumáticos ecológicos)	Carencia de los conocimientos apropiados sobre el impacto ambiental que generan las llantas al final de su vida útil
Conocimiento o experiencia	4	4	4
Asesoramiento de un experto (si lo requiere, ¿lo tenemos?)	4	4	4
Alcance (técnico, ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso a la información/datos cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	3	5	5
Impacto ¿es trascendental?, ¿Representa un desafío para ustedes?	5	5	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>22</b>

**No han promocionado el producto (llantas y neumáticos ecológicos):** es el punto que obtuvo más puntuación ya que es difícil encontrar a nivel departamental un lugar en el cual se promocione o pueda adquirir llantas y neumáticos ecológico, ya que estos productos son desarrollados bajo grandes marcas empresariales como Pirelli, Goodyear, Bridgestone, Continental y Michelin las cuales ofertan de forma continua productos de alta calidad amigable con el medio ambiente, la cual es una gran propuesta en marchar generar estrategias comerciales en la región del Ariari que se pueda ofertar las llantas y neumáticos ecológicos por medio de la serviteca Eco llantas del Ariari S.AS, sirviendo como ejemplo dentro del departamento del Meta.

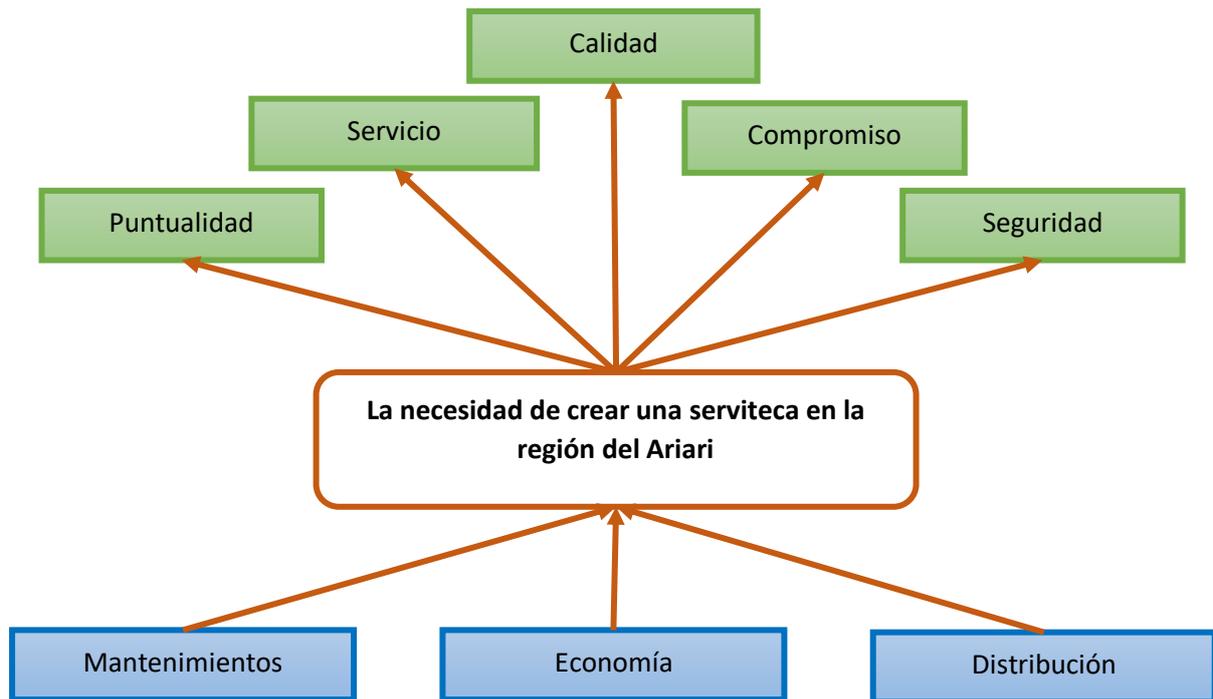
## 2.1 Árbol De Problemas y Objetivos

Figura 1: Árbol de Problemas



Tomado: Autores

Figura 2: Árbol de Objetivos



Tomado: Autores

Como se puede observar el “Mantenimiento, Económica y Distribución” son tres causas las cuales al combinarse se puede generar una idea de negocio productivo, en la cual es viable la necesidad de crear una serviteca en la región del Ariari, ya que no se cuenta con una con la que cuente con los reglamentos ordenado por la ministerio de transporte, como de igual forma la manera de generar la incursión de nuevos productos al servicio de los clientes que sean 100% favorables con la flora y la fauna de nuestra región, portando de forma positiva al departamento del Meta y al país disminuyendo considerablemente la contaminación y desechos tóxicos que tanto han generado controversia y daños a la población en general.

Generando una cultura empresarial por medio de la generación de una serviteca que brinde los servicios básicos de mantenimientos tales como los servicio de alineación, balanceo, cambio de llantas, engrases, cambios de aceite entre otros servicios dentro el portafolio de la serviteca Eco Llantas del Ariari, fomentando el consumo de materiales amigables con el medio ambiente, tales como llantas y neumáticos ecológicos como de igual forma aceites biodegradables ayudando a cumplir con las metas y objetivos empresariales y ambientales a nivel nacional e internacional.

### 3 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La palabra Serviteca, es un término registrado por Goodyear de Colombia, que quiere decir: Servicio Técnico Automotriz. Estas entidades, han tenido éxito en el país, por el apoyo incondicional que les ha dado Goodyear de Colombia a las mismas.

Las servitecas ofrecen servicios de lo que se conoce como “mecánica menor”, la cual son conocidas como actividades mecánicas de poca complejidad, por lo cual estos sitios se especializan en actividades en mantenimientos vehicular tales como los servicios de alineación, balanceo, cambio de aceite, filtros, lavadas entre otras actividades básicas que se puedan ofrecer dentro de todo tipo de vehículos sin importar si es de carga, automóvil, camioneta o jeep, esto se conocería como una actividad principal dentro de la idea de negocio dentro del desarrollo del portafolio empresarial.

Este servicio cuenta con una calidad dentro de cada uno de los productos ofrecidos, junto con un grupo de colaboradores en las distintas áreas, capacitado y con la experiencia requerida dentro de cada una de las posibles necesidades que pueda enfrentar los clientes en relación con el mantenimiento de sus vehículos, ofreciendo un servicio profesional y de calidad al precio justo.

#### 3.1 Estructura de Idea de Negocio

**Tabla 3:** *Estructura de idea de Negocio*

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	Prestar un servicio (servicio de alineación, balanceo, cambio de llantas, engrases, cambios de aceite entre otros) para los dueños de todo tipo de vehículo en la región del Ariari.
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	Empresas de transporte, junto con personas con cualquier tipo de vehículo con la necesidad de consumir alguno de los servicios ofertados.
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Generar un servicio de eficiente y económico, con productos de calidad y amigables con el medio ambiente.
<b>¿Cómo?</b>	Generando una serviteca, en la cual se ofrezca los distintos servicios en la ciudad de Granada, por medio de estrategias comerciales entre empresas comercializadoras de productos para vehículos que ayuden a cuidar el medio ambiente.
<b>¿Por qué lo preferirán?</b>	Prestando un servicio de calidad dentro de la ciudad de Granada, siempre comprometidos con el medio ambiente a costos justos para cada uno de los clientes.

*Tomado: Autores*

### 3.2 Descripción la Solución “Idea de negocio Estructurada”

**Tabla 4:** Descripción Solución

¿Cómo podemos...

<b>Verbo</b>	<b>Tema u Objetivo</b>	<b>Característica</b>
Crear	Una serviteca en la ciudad de Granada Meta	Regional Protege El Medio Ambiente Economía Innovadora Responsable Servicio De Calidad

Para que los...

<b>Usuarios</b>	<b>Verbo Inspirador</b>	<b>Propósito Inspirador</b>
Empresas de Transporte público y privado, como dueños de toda clase de vehículo en particular.	Prevención	De accidentes por medio del desgaste natural de sus vehículos; realizar periódicamente el mantenimiento preventivo y adquiriendo productos que ayuden al medio ambiente de la región.

Tomado: Autores

## 4 INNOVACIÓN

**Tabla 5:** Descripción de la Innovación

Variable	Descripción De La Innovación
<b>Servicio</b>	Se genera un servicio de calidad por perdió de un personal técnico en el área del manejo de las distintas áreas dentro de una serviteca, dando una característica fundamental de poder brindar asesoría por personal 100% capacitados dentro del área automotriz en las distintas líneas. Por otra parte, la comercialización de productos para el mantenimiento básico como llantas, neumáticos y aceites ofertados contaran con el sello de biodegradables es decir “productos amigables con el medio ambiente”, el cual será el fuerte de la serviteca con el propósito de mejorar la calidad de los vehículos y de la naturaleza de la región.
<b>Mercadeo</b>	Aun que dentro de la región del Ariari aún se vive una cultura muy arraigada al tradicionalismo dentro del comercio, es de enfatizar que por otra parte existe una pequeña minoría que va en aumento por generar consumo a productos biodegradables, por lo cual el servicio de la serviteca es una actividad fundamental en la región del Ariari, pero las técnicas de mercadeo serian aplicada a los productos biodegradables dentro del portafolio.
<b>Proceso</b>	Loas procesos son actividades que deben ir evolucionando de forma constante con el fin de mejorar continuamente cada una de las distintas

actividades, por lo cual se deben diseñar estrategias de manera continua que aporten significativamente a la evolución del servicio teniendo en cuenta la calidad dentro de los productos y el servicio con el cliente.

*Tomado: Autores*

## 5 FUERZAS DE LA INDUSTRIA

### 5.1 Contextualización De La Empresa

#### 5.1.1 Nombre de la empresa

ECO LLANTAS DEL ARIARI S.A.S

#### 5.1.2 Actividad económica

La presente iniciativa cuenta con una actividad económica basada en el desarrollo del mantenimiento automotriz menos el cual son alineación, balanceo, cambio de aceite, filtros, lavadas entre otras, dentro de una planta conocida como SERVITECA (SERVICIO TÉCNICO AUTOMOTRIZ)

#### 5.1.3 Tamaño de la Empresa

Según el tamaño de la empresa es catalogada por el tipo de empresa y/o la cantidad total de empleados que esta tenga a cargo para la ejecución de sus actividades u objetivos primordiales, por lo cual la serviteca Eco-Llantas del Ariari S.A.S contara inicialmente con ocho empleados entre operativos y administrativos, además siendo la única en el país bajo dicha razón social convirtiéndola o catalogándola de tamaño “Pequeña Empresa”

**Tabla 6:** Descripción de cargo

CANTIDAD	CARGO	ACTIVIDAD
1	<b>Gerente</b>	Representante legal, responsable del desarrollo del cumplimiento de las metas administrativas, comerciales y operativas como de igual forma la parte legal de la empresa.
1	<b>Contador</b>	Encargada de desarrollar todas las actividades contables y financieras, como la obligación de pago de nómina, facturas y cumplimiento de pago ante entidades gubernamentales (Impuestos).
1	<b>Secretaria</b>	Tiene como función recibir pagos de clientes, generar base de datos de vehículos y clientes, manejo de agendas operativas junto con el manejo documental que brinde los soportes necesarios en caso de algún tipo de interventoría interna o externa.

1	<b>Vigilante</b>	Prestar servicio de vigilancia interna las 24 horas del día, prestando protección a la mercancía como a cada uno de los clientes y funcionarios dentro del establecimiento.
1	<b>Bodeguero</b>	Tiene como objetivo despachar cada una de las facturas aprobadas, como tener en cuenta el mantenimiento de la bodega, reconocer el inventario y detallar periódicamente la existencia actual, como la solicitud formal de la mercancía que se encuentre a punto de ser inexistente.
3	<b>Operarios</b>	Encargados de generar las actividades operativas tales como los procesos de mantenimiento a cada uno de los vehículos, generando asesorías personalizadas referente a cada una de las necesidades y situaciones de los vehículos.

*Tomado: Autores*

## 5.2 Análisis De La Demanda

Existe una gran demanda vehicular dentro del mercado actual en la ciudad de Granada, como de igual forma dentro de los municipios aledaños los cuales deben desarrollar sus actividades de mantenimiento vehicular y que deban realizar un traslado hasta la ciudad más cercana como lo es acacias y Villavicencio en donde se prestan los servicios de serviteca.

Por lo cual se puede identificar dentro de la personalidad de los usuarios, a un cliente con capacidades adquisitivas que buscan el cuidado de sus vehículos ya que en la mayoría de estos dependen económicamente de sus vehículos como medio de sustento a nivel familiar y personal, por lo cual comprenden la importancia de tener sus automotores en buen estado con el objetivo de no tener problemas legales o accidentes.

Aunque existen una gran mayoría que tienen una cultura tradicionalista, y confían plenamente en sus mecánicos de cabecera como de igual forma sus propios conocimiento en mecánica automotriz, es importante detallar que dentro del mercado actual existen grandes profesionales empíricos que sin tener algún tipo de estudio generan una gran actividad de mantenimiento en vehículo y esto hace que los clientes se sientan satisfechos y creen la creencia que son la mejor opción para dicha actividad; por otra parte existe la población más joven que confía en la tecnificación y el desarrollo de actividades por medio de sistemas por sus precisión y rapidez en el desarrollo de estas actividades, en lo cual se puede observar una gran cultura de creencias que son muy validas dentro del mercado en mantenimiento menor.

Se puede identificar un mercado amplio si contamos los municipios que hacen arte de la región del Ariari, tales como los son San Martín, Granada, Fuentedeoro, Puerto Lleras, Puerto Rico, Puerto Concordia, y otros municipios cercanos a Granada como lo son Lejanías,

La Uribe, Mesetas, Vistahermosa e incluso se podría contar con clientes del departamento vecino Guaviare el cual no cuenta con una serviteca autorizada con licencias por lo cual se podría identificar un posible gran tamaño dentro del mercado actual; teniendo en cuenta la cultura y la desconfianza por ser una empresa nueva se contaría con un 45% de mercado siendo este variante con el transcurrir del tiempo y la experiencia de la serviteca “Eco Llantas del Ariari”.

### 5.3 Análisis De La Oferta

Aunque dentro del mercado actual a nivel regional exista una gran variedad de servicio que ofrezcan servicios similares, no significan que sean los mismos que se ofrecen dentro de una serviteca, ya que la diferencia está en el desarrollo por medio de softwares que identifican a precisión posibles problemas con el automotor, por lo cual la competencia aunque es de calidad su servicio en temas particular es la mecánica avanzada, la cual es más lucrativa por su complejidad dentro del mercado automotriz.

Por lo cual es importante identificar cada uno de lo posibles competidos y donde se encuentran ubicados, como se había comentado anteriormente las servitecas se encuentran en la ciudad de Acacias y Villavicencio, por otra parte, existen otros tipos de comercio básico en lo cuales se puede comercializar productos como llantas, neumáticos, aceites entre otros, pero en ninguno de los lugares visitados se comercializa directamente productos ecológicos.

Estas empresas (a nivel regional) no cuentan con ningún tipo de marketing publicitario, por lo cual sería un factor a favor, ya que Eco Llantas del Ariari contaría con publicidad en redes sociales y canales de la región como parte del marketing, siendo este parte de la estrategia comercial diseñado como de igual forma la generación de ofertas con la finalidad de generar la fidelización de los clientes dentro de la región.

**Tabla 7: Descripción de Competencia**

Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja Competitiva)	Ubicación
<b>Montallantas</b>	Venta de llantas, balance, cambio de aceite	Variante según el negocio	Venta y cambio de llantas, Servio de despachadora	En cada municipio existen varios puntos.
<b>Llantas la 13</b>	Venta de llantas	Varía según tipo de producto	Comercialización de llantas	Crr 13 con calle 13
<b>Sector la playa</b>	Venta de repuestos y mantenimiento a todo tipo de vehículos	Varía según producto o servicio	Todo tipo de producto y servicio de mecánica tradicional se encuentra en este lugar	Está ubicado en la carrera 14 entre las calles 18 y 21

<b>Servitecas</b>	Venta neumáticos, entre otros	llantas, aceites	Varía según producto a servicio	Servicio especializado que ofrece una serviteca en relación de mecánica menor	Ubicado en Acacias, Villavicencio y otras ciudades fuera del Meta
-------------------	-------------------------------	------------------	---------------------------------	---	---

*Tomado: Autores*

#### **5.4 Análisis De La Comercialización**

La serviteca Eco Llantas del Ariari busca dentro de su portafolio de servicios ofertar productos de excelente calidad que brinden un plus único dentro del mercado en relación al cuidado del medio ambiente al momento de culminar la vida útil de laguna de los productos, siendo este una de las principales estrategias comerciales en la región del Ariari, ya que ninguno de los posible competidores ofrecen productos de las misma calidad pero tradicionales a comparación de los ofertados dentro del portafolio de la serviteca.

Al igual que cualquier servicio o producto tradicional en relación al mantenimiento automotriz se busca elemento de alta calidad a bajos costos, por lo cual el mercado en la ciudad de Granada es muy amplio en este sentido, existen muchos lugares y sitios en donde se puede adquirir productos lo cual se genera competitividad dentro de los precios de los productos junto con la calidad, esto genera un alto nivel de competitividad a la hora de generar un procesos de apuesta de incursión dentro de un mercado tan rico en variedad de productos y servicios en materia de mantenimiento vehicular.

Esto genera una dificultad comercial, poniendo en duda la capacidad adquisitiva de los consumidores dentro de un producto o servicio dentro de un gran comercio que se encuentra en la ciudad de Granada, por lo cual es importante generar procesos de mercadeo y publicidad que sean favorables dentro de los posibles clientes con el fin de obtener una clientela que consuma continuamente cada uno de los productos y servicios y que a su vez sean porta vos de la calidad dentro del portafolio comercial, dándole la oportunidad de generar un plus importante al desarrollo ecológico dentro de cada uno de los competidores en el futuro, mientras se posiciona la marca empresarial catalogándose por calidad, economía, responsabilidad y cuidado con el medio ambiente como parte del valor agregado a comparación de la competencia actual.

## **5.5 Análisis de los Proveedores**

En la actualidad existen grandes marcas como lo son Pirelli, Goodyear, Bridgestone, Continental y Michelin que ofertan una gran variedad de productos con los mejores resultados en temas de cuidado, mantenimiento y durabilidad vehicular y con valores variables dentro del mercado, por lo cual es importante tener referencia dentro de los distintos proveedores, reconociendo de forma detallada cuales son marcas que se consumen continuamente en la región, ya que dichas marcas son competitivas y ofrecen productos que van con el objetivo de la Serviteca en materia de cuidado del Medio ambiente y su entorno.

Así como los proveedores son variables, de igual forma lo son sus precios, aunque existen proveedores que son intermediarios, lo mejor es la adquisición directa dentro de los proveedores a nivel nacional los cuales se encuentran radicados en la ciudad de Bogotá, y comercializan a menores precios que los intermediarios de igual forma se conocería de primera mano las ofertas y rebajas reales, beneficio que en ocasiones no se tendrían al proveer por medio de proveedores intermediarios, como de igual forma tener la certeza de adquirir productos de calidad y no posibles copias como las que se encuentran actualmente dentro del mercado, evitando posible desconfianza por parte del consumidor final; otra ventaja de iniciar procesos comerciales directos con las comercializadores matrices es la posibilidad de posibles créditos a futuro con menor interés.

Una de los beneficios de trabajar de igual forma con proveedores matrices son las capacitación de cada uno de sus productos antiguos o nuevos lo cual es una experiencia extra que permite detallarle al cliente cada uno de los beneficio de forma puntual sobre la adquisición de alguno de los productos, por otra parte se podría contar con la calidad del servicio junto con la responsabilidad de entrega dentro de los plazos pactados al momento de adquirir algún tipo de producto o servicio gracias a sus nivel de experiencia durante muchos años dentro del mercado a nivel nacional, dándole cumplimiento a los distintos parámetros legales dispuestos por el gobierno Colombiano frente a la comercialización de estos productos vehiculares.

## 6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El servicio producido por una serviteca está dirigido único exclusivamente para empresas y personas particulares dueñas de automotores (vehículos de cuatro mas llantas) que necesite adquirir algún tipo de producto que a su vez sea necesario para el mantenimiento de su auto, o de igual forma necesite algún tipo de servicio dentro de la mecánica menos ofrecido dentro de un servicio de serviteca a nivel nacional, los cuales por naturales ofrece comercialización de llantas y neumáticos de varias clases de marcas, aceites y algunos empaques y filtros específicos, por otro lado dentro de los servicios ofertados dentro de la servitecas se genera son cambios de aceite, desmonte de llantas, calibración de aire, alineación, balanceo, engrase y sincronización.

El servicio de serviteca está dividido en dos segmentaciones prestación de servicios (cambio de aceite, balanceo, sincronización...) y venta de productos (venta de llantas, neumáticos, aceite...), en relación a los productos a excepción que se encuentren dentro de algún tipo de oferta especial no se generaría variación dentro de su valor en particular, por otra parte la variable dentro de los precios se hace referente a tipo de producto el cual puede estar entre diez mil (\$10.000) pesos un filtro de gasolina, hasta un millón (\$1'000.000) o más por una llanta esto depende el tamaño y la marca de la misma ya que dentro del mercado cada una maneja distintas calidades y por ende precios; esta variación también se genera dentro del servicio ya que un cambio de aceite puede costar entre unos cinco mil (\$5.000) a quince mil (\$15.000) pesos variando según el tipo de vehículo, recordando que no es lo mismo manipular la cantidad generada por un vehículo personal al de un vehículo de carga pesada, por lo cual es muy influyente de igual forma cada uno de los servicios ofertados los cuales pueden ser consumidos de forma individual o por paquetes que generan una economía en particular a los clientes.

Estos servicios y productos son catalogados de consumo exclusivos ya que solo pueden ser adquiridos por personas dueñas de vehículos, por lo cual no importa demografía o psicográfica por lo cual se le brinda un servicio de calidad sin tener en cuenta la destinación del usuario, de igual forma los valores estarán prediseñados con relación al tipo de producto si es servicios se genera por medio de tipo del vehículo el cual estará registrado bajo una tabla de precios y si es algún tipo de producto de consumo este estera generado por medio de del valor adquirido más el valor de traslado junto con el porcentaje esperado sobre las ganancias.

**Tabla 8: Segmento del Mercado**

<b>CLIENTE</b>	<b>MIEDOS Y FRUSTRACIONES</b>	<b>SUEÑOS Y DESEOS</b>
	<p>Adquirir un servicio o productos de mala calidad y que no se pueda recuperar su inversión sobre dichas adquisiciones.</p> <p>Generar daños extras después de adquirir o consumir un servicio para su vehículo.</p>	<p>Generar la adquisición de productos o servicios de alta calidad a bajos costos dentro de la misma zona de residencia.</p> <p>Adquirir continuamente ofertas sobre productos o servicios deseados.</p>
<b>DEMOGRÁFICO Y GEOGRÁFICO</b>	<b>SERVICIOS PARA EL CLIENTE</b>	<b>METAS Y BARRERAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Hombres y mujeres.</li> <li>•Mayores de edad.</li> <li>•Dueños de cualquier tipo de vehículo.</li> <li>•Residencia dentro y fuera de la región.</li> <li>•Nivel Académico sin importancia.</li> <li>•Capacidad adquisitiva sobre el consumo del bien o servicio deseado.</li> </ul>	<p>Brindar servicios y productos dentro de la serviteca para el mantenimiento y cuidado de cualquier tipo de vehículo, brindando los mejores precios del mercado y la más alta calidad en productos y servicios.</p>	<p>Generar un reconocimiento de la marca “Eco Llantas del Ariari” a nivel departamental, teniendo en cuenta la competencia dentro del mercado actual y la variedad en servicios y precios dentro del mismo.</p>
<b>FRASES DE EXPERIENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad de los productos y servicios son el componente principal dentro del éxito de una organización.</li> <li>• La mejor forma de fidelizar al cliente es brindándole la mejor experiencia comercial.</li> <li>• Una marca se impone gracias al trato brindado al cliente.</li> </ul>	
<b>OTROS FACTORES PARA TENER EN CUENTA</b>	<p>Es importante tener de igual forma en cuenta dos factores que influyen mucho al momento de adquirir algunos bienes.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El valor del dólar, ya que los productos comercializados por lo general son producidos fuera del país, se comercializan bajo la divisa del dólar lo cual puede variar en algunos periodos de tiempo.</li> <li>2. De igual forma un factor importante es el nivel económico que atraviese el país, ya que si no es favorable es un poco difícil que los consumidores puedan adquirir cualquier tipo de servicios y productos.</li> </ol>	

*Tomado: Autores*

## **7 PROPUESTA DE VALOR**

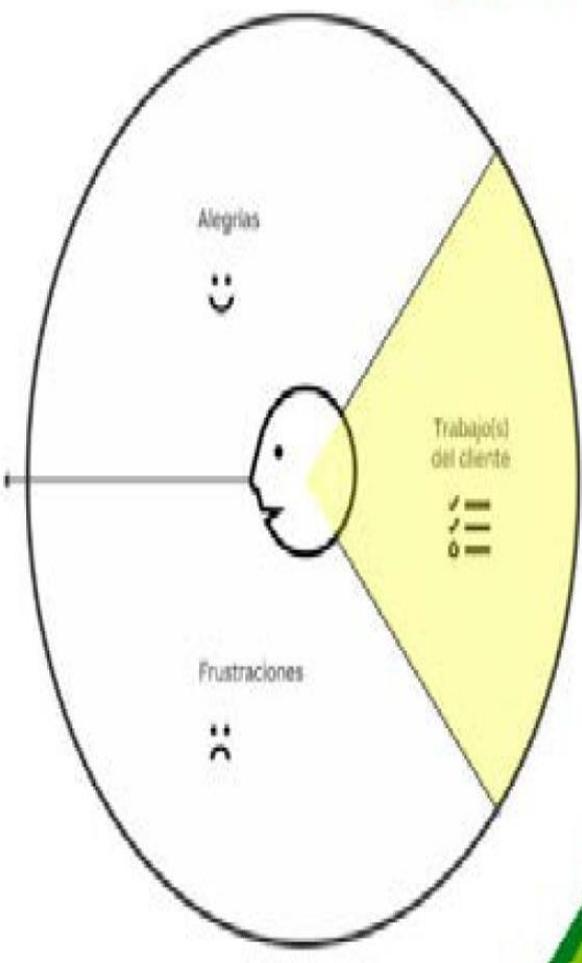
### **7.1 Perfil Del Cliente**

En la región del Ariari existe una gran variedad de clientes, de los cuales se deben de tener en cuenta dentro de los procesos de generación de comercialización de servicios y productos, ya que la región es una zona en un 90% rural por lo cual se producen actividades en su mayoría son relacionadas con el campo por lo cual sus actividades son exigentes y necesitan productos de calidad y de una gran variedad, incluyendo algunos productos para tractores, como vehículos de carga pesada lo cuales son los encargados de transportar las

diferentes mercancías producidas en cada uno de los municipios a las grandes capitales, por otra parte encontramos una serie de vehículo personales y de servicio público.

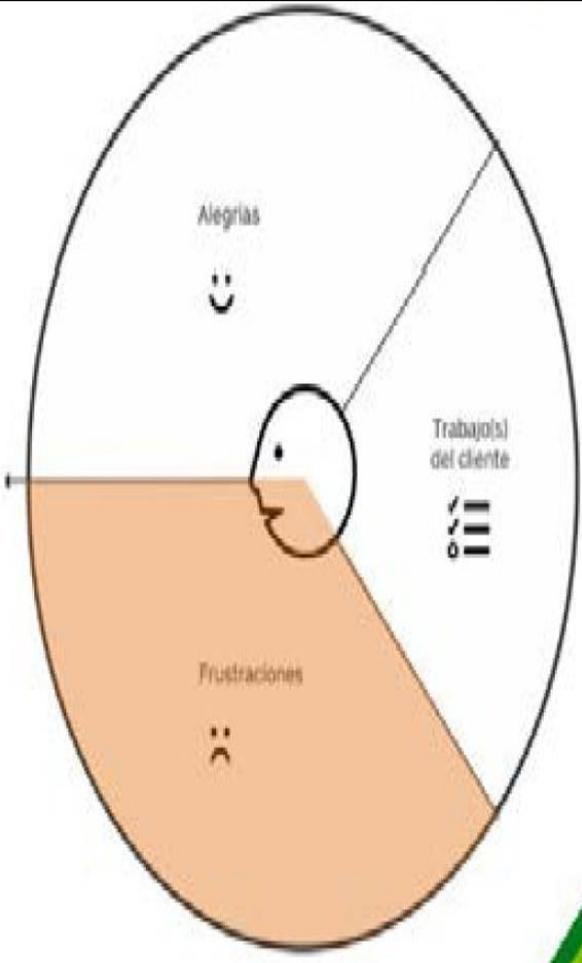
De igual forma se debe tener dentro de los perfiles de cada uno de los clientes es el incremento a nivel nacional el año pasado (2019) el cual influye de una u otra manera a regional ya que “Las ventas de vehículos nuevos en Colombia aumentaron 2,8% en el 2019, respecto al año inmediatamente anterior, según información de la Andi y Fenalco. Para el año en mención, diciembre fue el mejor mes, registrando 30.661 unidades, lo que significa una participación del 11,6% del total anual, el cual fue de 263.320 unidades” (Portafolio. 2020)

**Tabla 9: Trabajo del Cliente**

<b>TRABAJO DEL CLIENTE</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Funcionales</b></p> <p>Existe una gran variedad de actividades que desarrollan cada uno de lo clientes, los principales son transportadores de alimentos el cual es el auge principal de la región, de igual forma se encuentran los servicios públicos como buses y taxis, y otra gran parte vehículos personales que sirven como medio de transporte a sus distintos lugares de trabajo a nivel regional.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Sociales</b></p> <p>Uno de los principales problemas que posiblemente se maneja a nivel regional es problemas económicos, lo cual dificulta cualquier tipo de actividad comercial y por ende el mantenimiento de sus vehículos, como el pago de impuesto lo cual genera la venta de sus automotores son el fin de disminuir en algunos casos sus gastos.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Emocionales</b></p> <p>Existen muchos perfiles emocionales dentro del mercado, pero uno de los más identificados es aquellos que quieren ingresar a un círculo social de reconocimiento, por lo cual sus vehículos hacen parte principal para estar dentro de este, se tienen la predisposición que no tenerlos es ser parte de algún tipo de burla por lo cual se genera algunos tipos de inseguridad social generalmente.</p>	

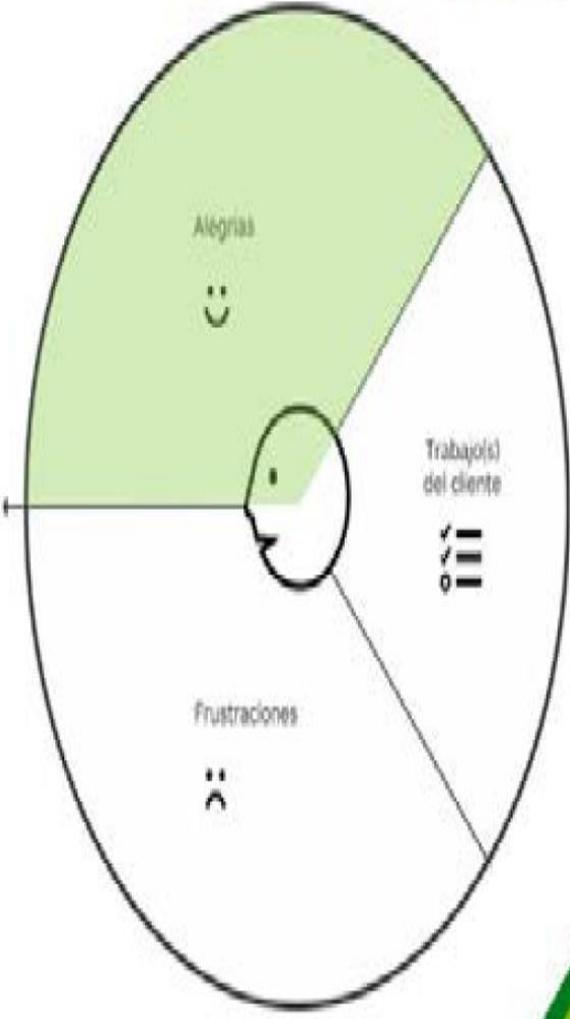
*Tomado: Autores*

**Tabla 10: Frustraciones**

FRUSTRACIONES	
<p><b>Efecto Secundarios</b></p> <p>Por lo general se tiene una cultura de solicitar descuento por todo, con el fin de obtener dicha reducción económica dentro de un servicio o producto, pero por lo general dentro del pensamiento del cliente es costoso un servicio o producto cuando sobre pasa un tope previamente relacionado con otros puntos en que comercializan o prestan el mismo servicio.</p>	
<p><b>Obstáculos</b></p> <p>Por lo general uno de los principales factores económicos es la causa que los clientes sientan algo de frustración, ya que los costos sobre un proceso pueden variar según el daño y los elementos que se deben adquirir, de igual forma la dificultad que se tenga para la solución de sus problemas.</p>	
<p><b>Riesgos / Resultados no esperados</b></p> <p>En la actualidad existen muchas causas y efectos que generan algún tipo de problema o desafíos de los clientes, una de la principal es la desconfianza generada por marcas nuevas dentro del mercado, ya que han venido consumiendo dentro de un proceso tradicional el cual tienen su atención y confianza. Por lo cual les preocupa probar nuevas cosas que de pronto les genere algún tipo de sobre costo adicional al no cumplir sus requisitos de satisfacción.</p>	

*Tomado: Autores*

**Tabla 11: Alegrías**

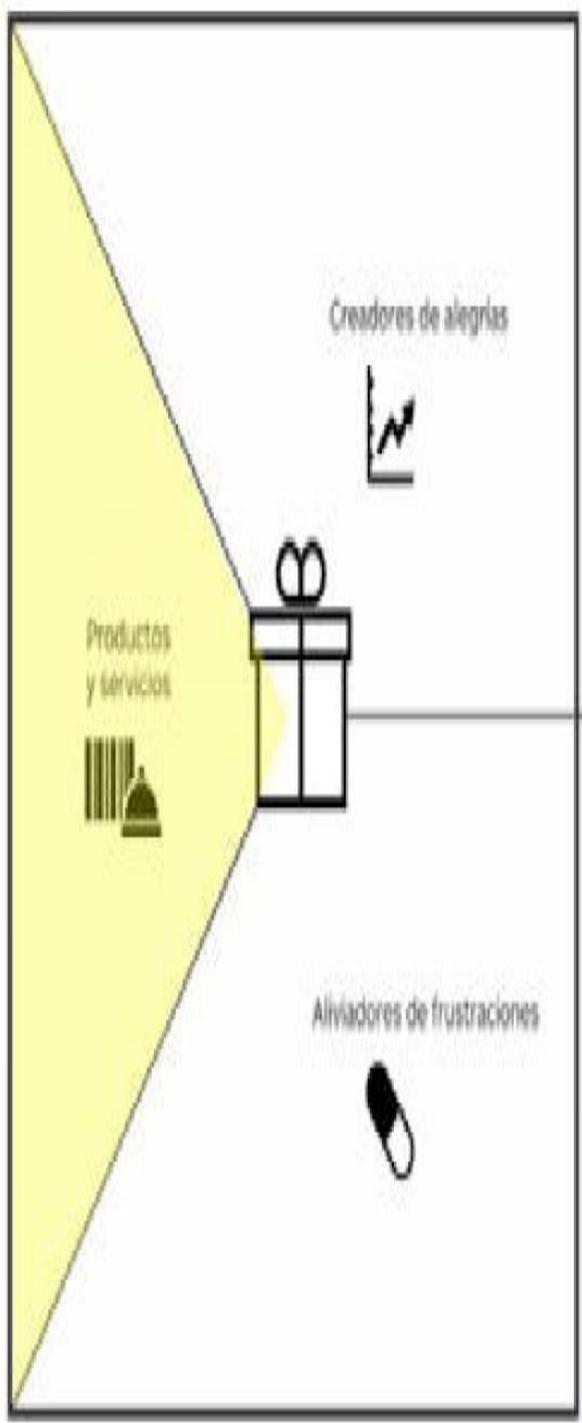
ALEGRÍAS	
<p style="text-align: center;"><b>Necesarias</b></p> <p>Brindar un servicio de calidad en cada una de las áreas, generando procesos puntuales por medio de sistemas que brinden rapidez en la identificación de cada uno de los problemas de los automotores, generando economía y rapidez, con espacios adecuados y ambientes especiales para hacer la espera algo agradable.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Esperadas</b></p> <p>Los clientes en general esperan productos y servicios de alta calidad y durabilidad que generen un proceso de confianza entre cliente y serviteca, por lo cual es importante aprender a identificar cada una de las necesidades, como de igual forma la económica es principal factor que espera cada uno de los clientes dentro de las compras o servicios.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Deseadas</b></p> <p>La felicidad de un cliente es un proceso que se logra mediante el cumplimiento eficiente de cada una de las necesidades, con un menor costo y en cortas fracciones de tiempo. El cumplimiento de cada uno de los objetivos del cliente genera un proceso de fidelidad el cual es identificable como parte del éxito, además genera un proceso de voz a voz como parte del proceso del éxito, cuando es negativo son clientes que no retornan y se generan malos comentarios entre mismos clientes como de igual forma la generación de reglamos continuos.</p>	

*Tomado: Autores*

### 7.1 Mapa De Valor

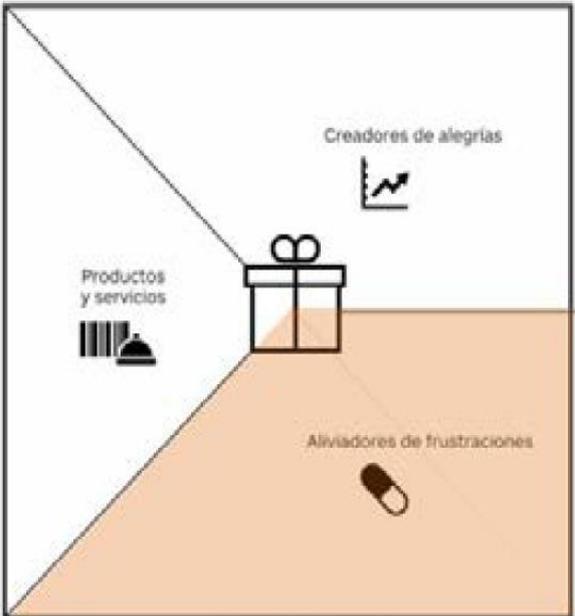
Toda organización busca ofrecer servicios y productos de calidad con el fin de mejorar el reconocimiento de la marca junto con la continuidad en la prestación de sus servicios, brindando producto y servicios de las más alta calidad cada uno de los clientes con valores agregados que beneficien el medio ambiente junto con la economía de los clientes por medio de los más altos estándares dentro de la región, portando a la economía del municipio de Granada (Meta) bajo la marca de Eco Llantas del Ariari siendo una serviteca de reconocimiento comprometidos con cada una de las necesidades de cada uno de los clientes a nivel regional y sus ciudades aledañas.

**Tabla 12: Productos y Servicios**

<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Tangibles</b></p> <p><b>Productos Ecológicos:</b> comercialización de productos amigables con el medio ambiente.</p> <p><b>Herramientas manuales:</b> todo tipo de llaves, copas, palancas que sirvan para la reparación de alguna parte del vehículo</p> <p><b>Herramientas Eléctricas:</b> todo tipo mecánica que ayuda a facilitar los procesos manuales.</p> <p><b>Maquina desmontadora:</b> utilizada para el fácil proceso de montar o desmontar todo tipo de llanta del rin o base.</p> <p><b>Plataforma estática de elevación:</b> permite elevar vehículos del suelo para mejor verificación debajo del mismo.</p> <p><b>Subterráneo:</b> hueco que sirve para el cambio de aceite o desarrollo de actividades bajo el vehículo.</p> <p><b>Tanques de aires:</b> lugar de contención de aire a presión para el inflado de llantas u otras actividades que sean necesario.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Intangibles</b></p> <p><b>Conocimientos técnicos:</b> necesarios para el desarrollo de las actividades administrativas, comerciales y operativas.</p> <p><b>Actividad comercial:</b> desarrollo de una actividad única en la región diseñada al mantenimiento de automotores.</p> <p><b>Licencias:</b> Certificados por parte de empresas técnicas en mantenimiento y venta de productos vehiculares.</p> <p><b>Garantías:</b> sobre la calidad de servicios o productos comercializados por Eco Llantas del Ariari.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Digitales</b></p> <p><b>Softwares:</b> productos sistemáticos al servicio de los diagnósticos vehiculares.</p> <p><b>Página Web:</b> manejo de propias páginas en donde se observa procesos, productos y horarios de atención, como un servicio personalizado para los clientes.</p> <p><b>Redes Sociales:</b> manejo de redes sociales perteneciente a Eco Llantas del Ariari, en la cual se pueda publicar servicios y ofertas.</p>	

*Tomado: Autores*

**Tabla 13:** *Aliviador de Frustraciones*

<b>ALIVIADOR DE FRUSTRACIONES</b>	
<p><b>Piensa en el segmento del cliente busca aliviar para sus frustraciones más importante</b></p> <p>Es primordial aprender a conocer cada una de las necesidades de los clientes con el fin de poder brindar productos y servicios necesarios que permitan que el cliente pueda adquirirlos por la necesidad presentada y no bajo supuestos, eso genera un alivio económico, de igual forma contar con los elementos necesarios dentro de la serviteca permite generar un servicio de escaneo vehicular brindando oportunamente respuesta sobre afectación a corto y mediano plazo evitando preocupación por sobre costos por no generar un mantenimiento preventivo dentro del vehículo, generando una cultura de confianza que permita el consumo de productos o servicios acorde a cada necesidad del cliente en el desarrollo de minimizar tiempo y recursos.</p>	

*Tomado: Autores*

**Tabla 14:** *Generado de Alegrías*

<b>GENERADOR DE ALEGRÍAS</b>	
<p><b>Piensa en el segmento del cliente busca generadores de alegrías que superen sus expectativas.</b></p> <p>Una de las grandes expectativas de la vida de un cliente es la disminución económica dentro de una actividad comercial, y aun mas generada por su vehículo, realmente existen dos factores claves dentro de la generación de alegrías a corto y largo plazo dentro de un cliente es primero que sea solucionado el problema de la forma mas eficiente posible y la segunda que no genere sobre costos a futuro.</p> <p>Con el fin de obtener los resultados esperados con cada uno de los clientes, necesarios generar un proceso de responsabilidad brindad información clara y precisa que sea entendible por el usuario, y brindar un cobro justo y honesto con relación a cada una de las necesidades cumpliendo cada una de las metas bajo los tiempos estimados e informados al cliente.</p>	

*Tomado: Autores*

## 8 DISEÑO DEL PRODUCTO

### 8.1 Ficha Técnica

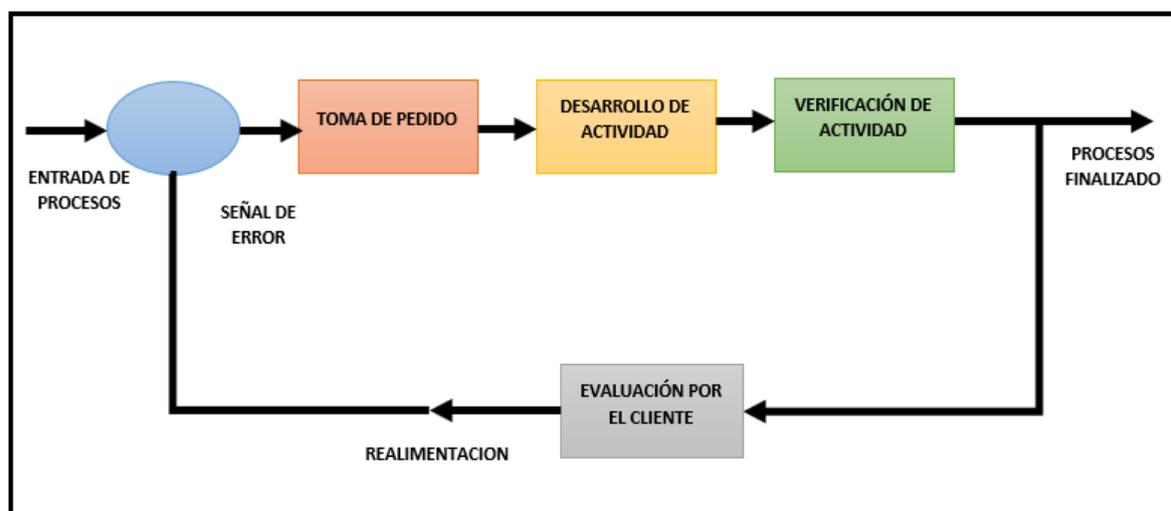
Tabla 15: Ficha técnica del servicio

CÓDIGO	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO
<b>A</b>	ECO LLANTAS DEL ARIARI
<b>B</b>	Servicio de alineación, balanceo, cambio de llantas, engrases, cambios de aceite, venta de llantas, neumáticos y aceites biodegradables.
<b>C</b>	Entidad que establece las normas de funcionamiento y administración bajo la legislación Colombiana.
<b>D</b>	Servicio de forma individual.
<b>E</b>	Redes Sociales y Canal Regional
<b>F</b>	Tarjeta con logo, fecha y tipo del servicio
<b>G</b>	Garantía bajo condiciones de los técnicos o políticas de los productos
<b>H</b>	Servicio especializado acorde a las necesidades del cliente o por medio de escaneo sistemático del vehículo.
<b>Elaboro</b>	
<b>Reviso</b>	
<b>Aprobó</b>	

Tomado: Autores

### 8.2 Proceso de Producción de Servicio

Figura 3: Proceso de Producción de Servicio



Tomado: Autores

Figura 4: Proceso Esperado



Tomado: Autores

## 9 PRECIO DE VENTA

### 9.1. Costo Unitario de Materiales

Tabla 16: Costo Unitario de Materiales

<b>Costo Unitario de Materiales</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Materiales</b>	<b>Costo Uni.</b>	<b>Costo Total</b>
3	Caja de herramientas	\$ 4.550.000	\$ 13.650.000
1	Elevador Vehicular	\$ 14.000.000	\$ 14.000.000
6	Computadores	\$ 1.250.000	\$ 7.500.000
2	Sistema de Balanceo	\$ 25.000.000	\$ 50.000.000
2	Sistema de escaneo vehicular	\$ 30.550.000	\$ 61.100.000
6	Estantería	\$ 525.000	\$ 3.150.000
6	Escritorios	\$ 500.000	\$ 3.000.000
6	Archivos	\$ 750.000	\$ 4.500.000
4	Impresoras	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000
8	Sillas de ofician	\$ 650.000	\$ 5.200.000
10	Sillas de espera	\$ 450.000	\$ 4.500.000
3	Televisores	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
10	Cámaras	\$ 400.000	\$ 4.000.000
1	Elementos de cocina	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000
1	Elementos de aseo	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 196.900.000</b>

Tomado: Autores

## 9.2 Costo Unitario de Mano de Obra

**Tabla 17:** *Costo Unitario de Mano de Obra*

<b>Costo Unitario de Mano de Obra</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Cargo</b>	<b>Costo Uni.</b>	<b>Costo Total</b>
1	Gerente	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
1	Contador	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
1	Secretaria	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
2	Vigilante	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000
1	Bodeguero	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
3	Operarios técnicos	\$ 1.500.000	\$ 54.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 170.400.000</b>

*Tomado: Autores*

Nota: el cálculo total esta generado a 12 meses por cada una de las personas en cada cargo que se necesitan dentro de las actividades.

## 9.3 Costo Unitario CIF (Costos Indirectos Fabricación)

**Tabla 18:** *Costo Unitario CIF*

<b>Costo Unitario CIP</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Materiales</b>	<b>Costo VP</b>	<b>Costo VM</b>	<b>Costo VG</b>
3	Servicio de mecánica	\$ 100.000	\$ 135.000	\$ 182.250
1	Servicio de electrónico	\$ 120.000	\$ 162.000	\$ 218.700
6	Servicio de alineación	\$ 85.000	\$ 114.750	\$ 154.913
2	Servicio de balanceo	\$ 175.000	\$ 236.250	\$ 318.938
2	Servicio de lubricación	\$ 265.000	\$ 357.750	\$ 482.963
6	Servicio de Aire Acondicionado	\$ 75.000	\$ 101.250	\$ 136.688
6	Servicio de montallantas	\$ 50.000	\$ 67.500	\$ 91.125
6	Servicio general	\$ 696.000	\$ 939.600	\$ 1.268.460
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 870.000</b>	<b>\$ 1.174.500</b>	<b>\$ 1.585.575</b>

*Tomado: Autores*

Nota: significados VP (Vehículos Pequeños), VM (Vehículos Medianos) y VG (Vehículos Grandes)

## 9.4 Costo de Producción

**Tabla 19:** *Costo de Producción*

Costo de Producción	
Costo Unitario de Materiales	\$ 196.900.000
Costo Unitario de Mano de Obra	\$ 170.400.000
Costo Unitario CIP	\$ 2.573.025
<b>Total Costo Unitario</b>	<b>\$ 369.873.025</b>

$$\frac{\$369.873.025}{35\%} = \$129.455.559$$

*Tomado: Autores*

Se calcula un costo total de \$369.873.025 como parte de la utilidad del ejercicio de producción dentro de las actividades y el costo de compra de materiales para la ejecución las actividades, por lo cual se espera una utilidad de \$129.445.559 al año.

## 10 PROTOTIPO

### 10.1 Plano de Distribucion

*Figura 5:* Plano de Distribución



*Tomado: Autores*

## 10.2 Video Prototipo – pitch

<https://www.youtube.com/watch?v=OiAY0DiwRoU&feature=youtu.be>

## 11 MODELO RUNNING LEAN

**Tabla 20:** Modelos Running Lean

<b>Problema</b>	<b>Solución</b>	<b>Propuesta de Valor única</b>	<b>Ventaja competitiva</b>	<b>Segmento de clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No cuenta con un servicio de Serviteca autorizado a menos de 100 km.</li> <li>- Los residuos de las Llantas y aceites generan daños al medio ambiente.</li> <li>- Sobre costos en los servicios de mecánica en la región.</li> <li>- servicios de mala calidad en los puntos de servicios de mecánica.</li> <li>- Mala calidad en las vías, lo cual deteriora los vehículos más rápido.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. servicio de calidad.</li> <li>2. servicio único en la región del Ariari.</li> <li>3. economía en los servicios y productos.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se presta servicio de serviteca autorizada por ministerios de transporte.</li> <li>- servicio dentro de la región a bajo costos.</li> <li>- Llantas y aceites, junto con algunos procesos amigables con el medio ambiente.</li> <li>- Personal técnico en mantenimiento de automotores de carga liviana, pesada y agrícola.</li> </ul>	<p>Ser únicos en la región con un servicio de calidad y productos amigables con el medio ambiente a bajos costos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresas con flota de vehículos de todo tipo de carga.</li> <li>Dueños de vehículos de carga pesada.</li> <li>Dueños con vehículos personales.</li> <li>Dueños con vehículos agrícolas.</li> </ul>
	<p><b>Métricas Clave</b></p> <p>El número de clientes referenciados.</p> <p>Número de clientes que consumen más de 2 veces los productos o servicios.</p> <p>Evaluación de satisfacción positiva en la prestación de servicio.</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>Infraestructura en zona central de la ciudad de Granada.</p> <p>Página Web propia en donde se encuentran de servicios y Productos.</p> <p>Redes sociales en donde se oferte los productos y servicios.</p>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pago de Nomina</li> <li>Pago de administrativos (servicios públicos, arriendo, transporte...)</li> <li>Pago de licencias</li> <li>Pago de mercancías</li> <li>Pago de herramientas</li> <li>Pago publicidad web</li> <li>Pago prestamos financieros</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prestación de servicios de mecánica automotriz.</li> <li>➤ Servicios de diagnóstico automotriz.</li> <li>➤ Venta se repuesto (llantas, empaques, aceites, entre otros.) para todo tipo de vehículo</li> <li>➤ Servicio de balanceo alineación vehicular.</li> </ul>		

*Tomado: Autores*

## 12 VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

### 12.1 Objetivo de la Investigación

La presente identificación se desarrolla con el objetivo de reconocer la viabilidad de la idea de negocio en la región del Ariari, en relación de la creación de un servicio de serviteca que ofrezca una variedad de servicios en relación con el cuidado y mantenimiento de todo tipo de vehículos (liviano, pesados y agrícolas), como de igual forma la comercialización de productos que cuiden el medio ambiente.

### 12.2 Tipo De Investigación A Realizar (Cuantitativa O Cualitativa)

Para esta actividad se toma como referencia, para el prototipo de investigación a realizas de tipo cuantitativo, por su facilidad dentro de los procesos y comprensión en el desarrollo y la obtención de resultados por medio de resultados relacionados con la numeración y aplicado de forma individual a un segmento del mercado, siendo de igual forma un proceso confiable dentro de la investigación actual aplicada única y exclusivamente a conductores o dueños de vehículos.

### 12.3 Diseño Del Formulario De La Encuesta.

**Tabla 21:** *Formulario de la Encuesta*

<b>Nombre Completo:</b>			
<b>Genero:</b>			
<b>Edad:</b>			
<b>Tipo de Vehículo:</b>			
<b>PREGUNTA</b>		<b>RESPUESTA</b>	
¿Hace uso de los servicios de las servitecas?		<b>SI</b>	<b>NO</b>
En qué ciudad hace uso de este servicio			
Los costos por los servicios se le hace “Económicos, Justos o costosos.”		Económico	Justo   Costoso
¿Conoce los productos como aceites o llantas ecológicas?		<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿Ha comprado para su vehículo productos ecológicos?		<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿le parece costoso los productos ecológicos para su vehículo?		<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿Le han ofrecidos productos ecológicos dentro de las servitecas?		<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿Le gustaría que hubiera una serviteca en Granada?		<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿cree usted que una serviteca en Granada hace falta?		<b>SI</b>	<b>NO</b>

*Tomado: Autores*

## 12.4 Tamaño de la Muestra

La ciudad de Granada cuenta actualmente con una cantidad de 85.000 habitantes en su población total, según la página oficial de la alcaldía municipal de Granada (Meta), y según la registraduría nacional del estado civil solo el 52,16% de sus habitantes son actos para votar es decir que 44.337 de los habitantes actuales son mayores de edad según: (Registraduría. (2018). 616.958 ciudadanos estuvieron habilitados en meta para votar en elección de presidente y vicepresidente de la república el Fecha de consulta 25 de mayo. abril, 2018, de registraduría nacional sitio web: (<https://wsr.registraduria.gov.co/616-958-ciudadanos-estan.html>).

Figura 6: Fórmula matemática del universo Infinito  $n < 100.000$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Por lo tanto, podemos decir que  $n < 100.00$  la fórmula para obtener el número de personas a encuestar es del universo infinito. En la **Tabla 1** se presenta las distintas informaciones a calcular.

**Tabla 22:** Elementos analizar de la población

<b>n</b> = Muestra	<b>n</b> =?
<b>N</b> = Población Muestra	<b>N</b> = 44.337
<b>z</b> = Nivel de Confianza	<b>z</b> = 90%
<b>p</b> = Probabilidad a Favor	<b>p</b> = 50%
<b>q</b> = Probabilidad En Contra	<b>q</b> = 1- p
<b>e</b> = Error de Muestra	<b>e</b> = 5

Tomado: Autores

Este tamaño de criterio presenta un nivel de confianza del 90% junto con una margen de error del 5%.

*Figura4:* Fórmula matemática del universo Infinito  $n < 100.000$ , de la información a calcular

$$n = \frac{(1,645)^2 (0,5) (0,5) (44.337)}{0,05^2 (44.336) + 1,645^2 (0,5) (0,5)}$$

**Tabla 23:** *Conclusión de los Elementos analizados de la población*

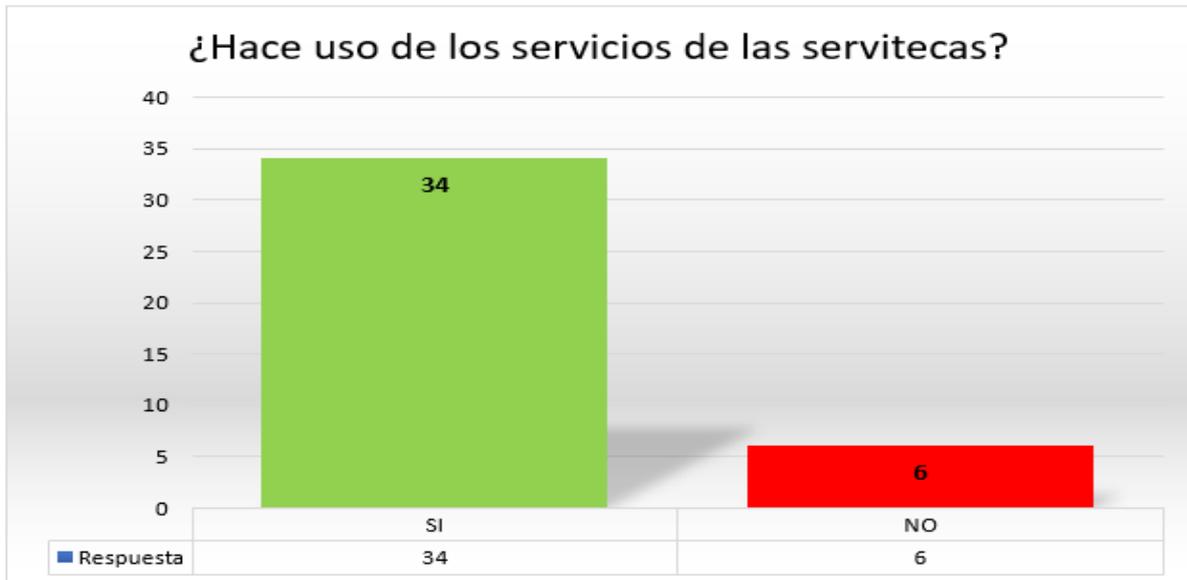
DATOS	
N	44.337
Z	1,645
p	0,5
q	0,5
e	0,05
n	270

*Tomado: Autores*

Con el fin de determinar el éxito de la realización de la encuesta se deberá aplicar a 270 habitantes del municipio de Granada, si tenemos en cuenta el porcentaje de autos que existen sobre la población mayor de edad en Colombia podríamos decir que por cada 40 habitantes solo 6 cuentan con algún tipo de automóvil de cualquier tipo (vehículos, 2020), y aplicándolo a este resultado no arrojaría un total de 40 personas con el fin de que los resultados sean confiables se generaran la totalidad de las encuestas en la zona conocida como centro de la ciudad de Granada.

### 13. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

**Tabla 24:** *Uso de los servicios de Serviteca*



*Tomado: Autores*

Dentro del grupo encuestado de 40 personas, todas con algún tipo de vehículo (liviano, Pesado o Agrícola) solo 6 certifican que no hacen uso de un servicio de serviteca, alguno alegan ser mecánicos y no necesitan del uso de otro mecánico otros tienen un servicio de confianza y calidad, el restante fue positivo diciendo que hacían uso de los servicios de serviteca continuamente.

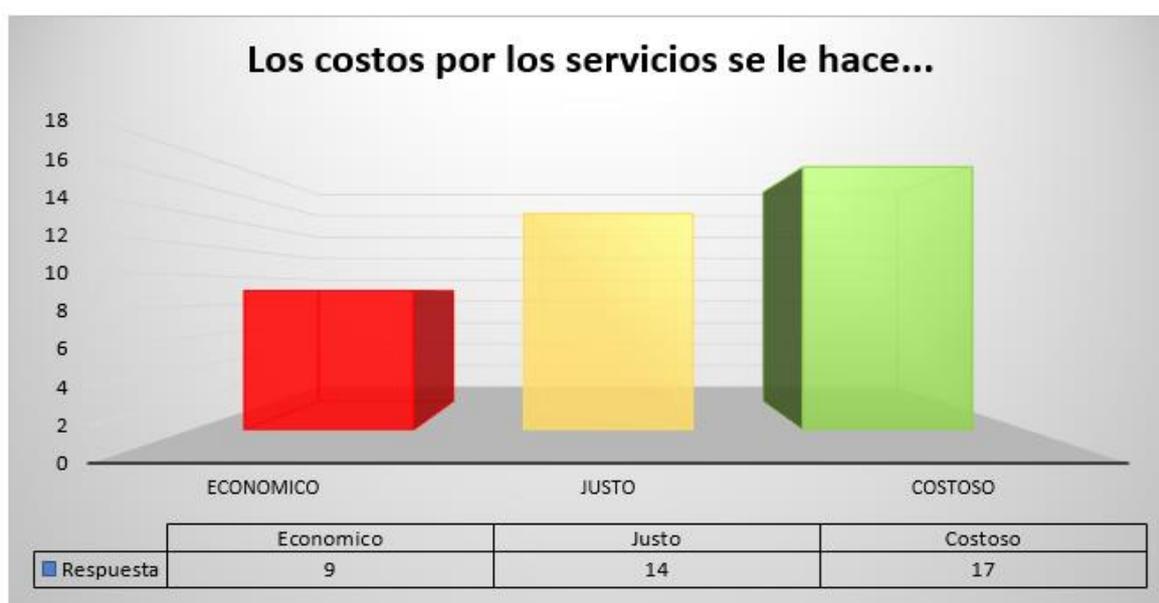
**Tabla 25:** *Ciudad de Traslado para el servicio de la Serviteca*



*Tomado: Autores*

A pesar que la anterior pregunta 6 dieron respuesta negativa reconocen que se debe dirigirse a otras ciudades a realizar el servicio de serviteca, por lo cual de la población encuestada 23 respondieron en la ciudad de Acacias por ser la ciudad de más cercanía con Granada, 15 de estos confirman que van a la ciudad de Villavicencio ya que allí existen varios puntos de serviteca y de calidad; las dos personas que dijeron que hacían uso de las servitecas en la ciudad de Bogotá, ya que eran conductores de automóviles de carga pesada (Camión) se les facilitaba cada vez que tuvieran un viaje a dicha ciudad realizar su respectiva revisión desde una serviteca en esa ciudad además dicen ser mas económicas.

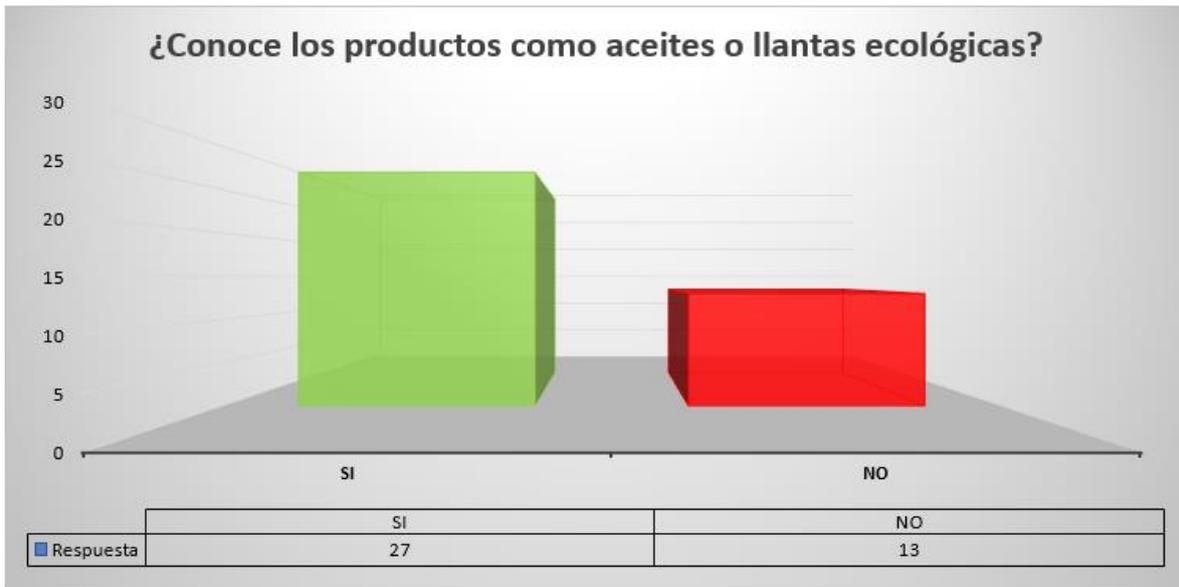
**Tabla 26:** *Costos del servicio de Serviteca*



*Tomado: Autores*

La población encuestada 17 dicen que son costosos dichos servicios, 14 justos por el mantenimiento de sus vehículos ya que saben que el que tiene un vehículo debe hacer una inversión como dijo uno de los encuestados, y solo 9 dijeron que el servicio les parecía realmente económicos pero si comparamos los 17 contra los que dijeron que era el precio justo y económico tendríamos un total de 23 personas que prácticamente se encuentran satisfechas con el valor dentro de la inversión por los servicios recibidos.

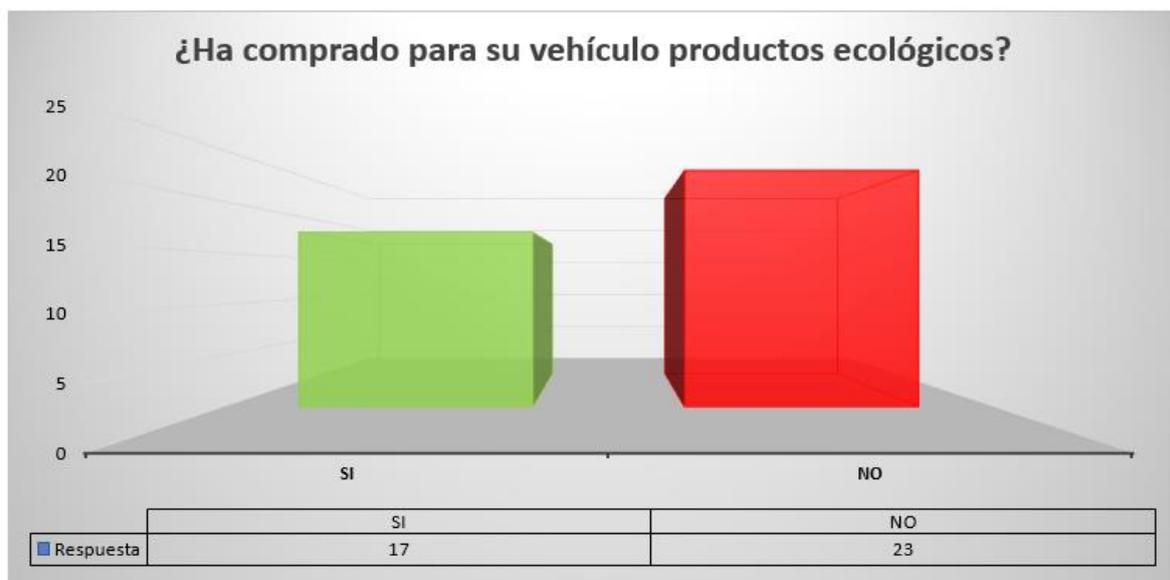
**Tabla 27:** *Productos Ecológicos*



*Tomado: Autores*

Es importante reconocer que el 67,5% de las personas encuestadas le han ofrecido productos ecológicos para sus vehículos dentro y fuera de las servitecas, es decir importante ya que es una publicidad que las personas reconozcan que existen algunos productos para sus vehículos que son amigables con el medio ambiente.

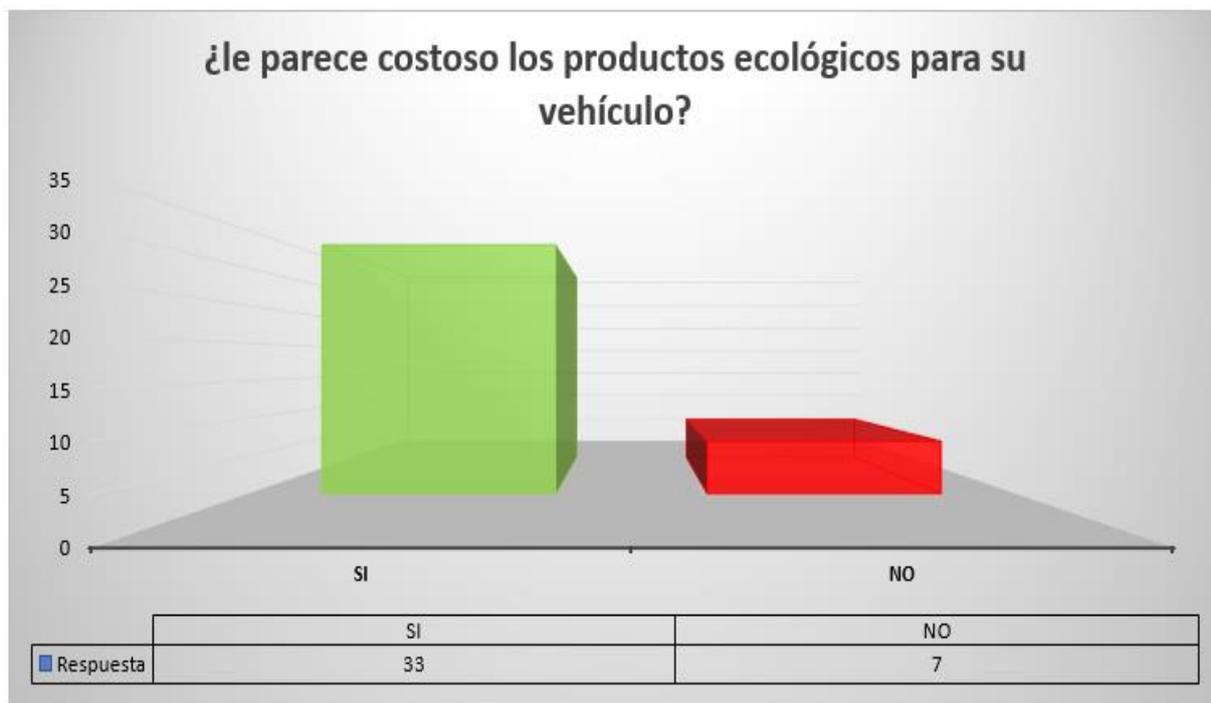
**Tabla 28:** *Compra de Productos Ecológicos*



*Tomado: Autores*

A pesar de que la respuesta con mayor influencia fue negativa es de resaltar que las personas a las cuales respondieron positivamente, han comprado mas de una vez productos ecológicos para sus vehículos, y en su mayoría les gusta la calidad de estos además están interesados en comprar nuevamente a futuro más de estos productos.

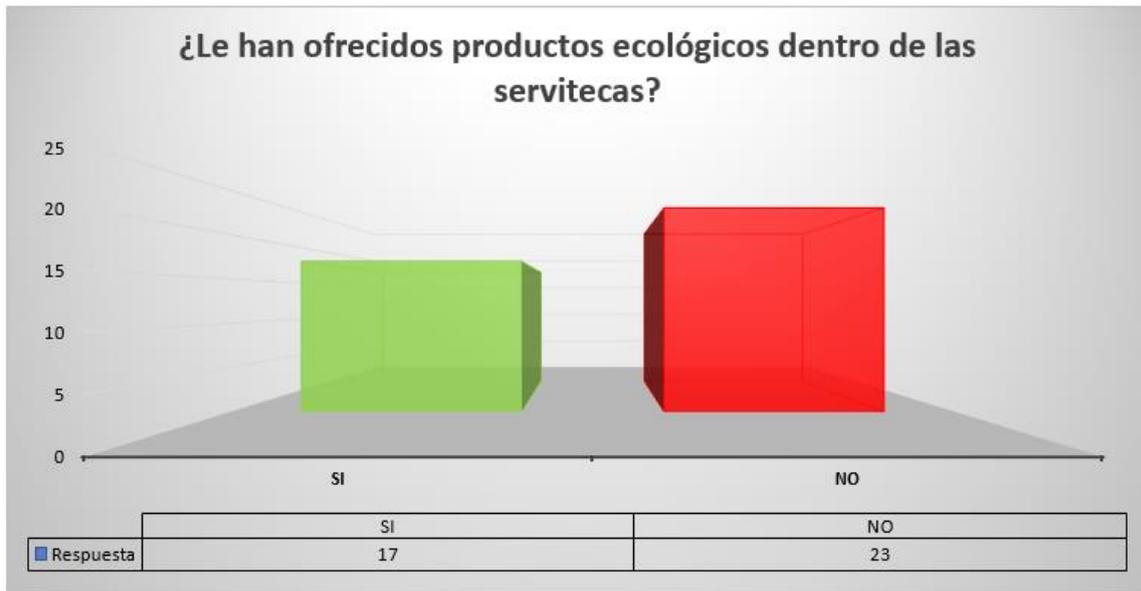
**Tabla 29:** *Costos en productos ecológicos*



*Tomado: Autores*

Es importante recalcar que algunas personas no conocían del producto pero opinaron sobre este de forma positiva, de los 27 inicialmente que dijeron que les habían ofrecido estos productos los que nunca lo compraron dijeron que una de las causas fue el sobre costo, por otra parte las personas que lo consumieron y dijeron que si existe sobre costo complementan que la durabilidad y la calidad superan dicho costo extra, por lo cual de alguna forma están conformes con el producto.

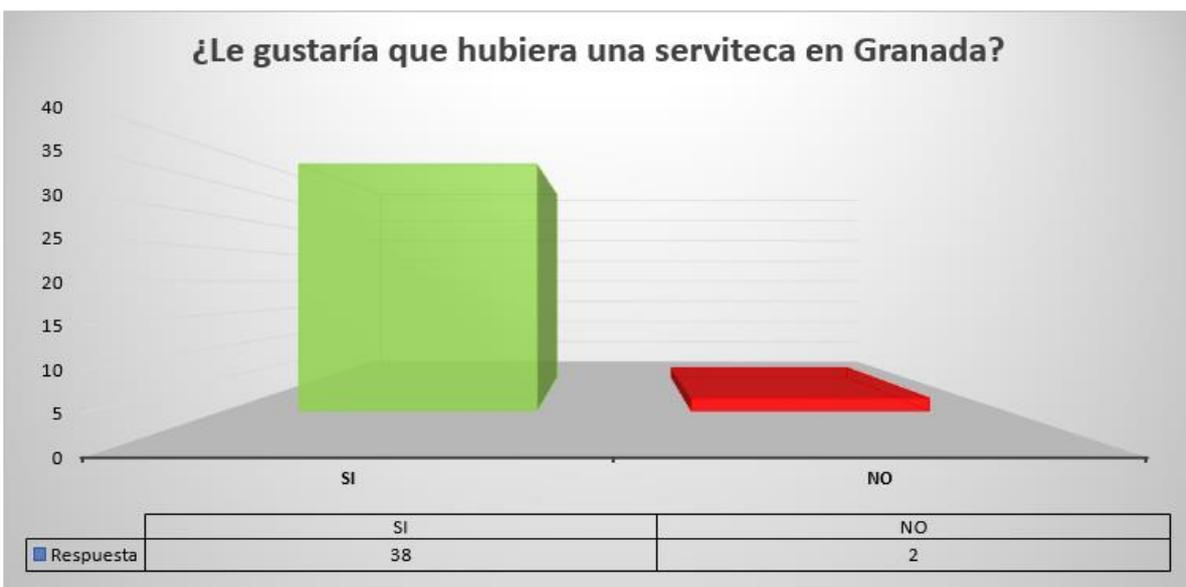
**Tabla 30:** *Ofrecimiento dentro de las Servitecas*



*Tomado: Autores*

Quizás exista algún tipo de inconveniente referente sobre la pregunta y la respuesta negativa de los encuestados, se puede analizar dos cosas importantes una es un factor de explotación dentro del mercado de la serviteca que puede ser favorable los productos ecológicos, y el segundo tiene que ver con el tema cultural en relación al tradicionalismo lo cual puede ser negativo y se deba buscar estrategias más drásticas para ingresar dentro de este mercado ecológico en una región muy apartada de la capital, lo cual en ocasiones dificulta hablar de este tipo de ideas.

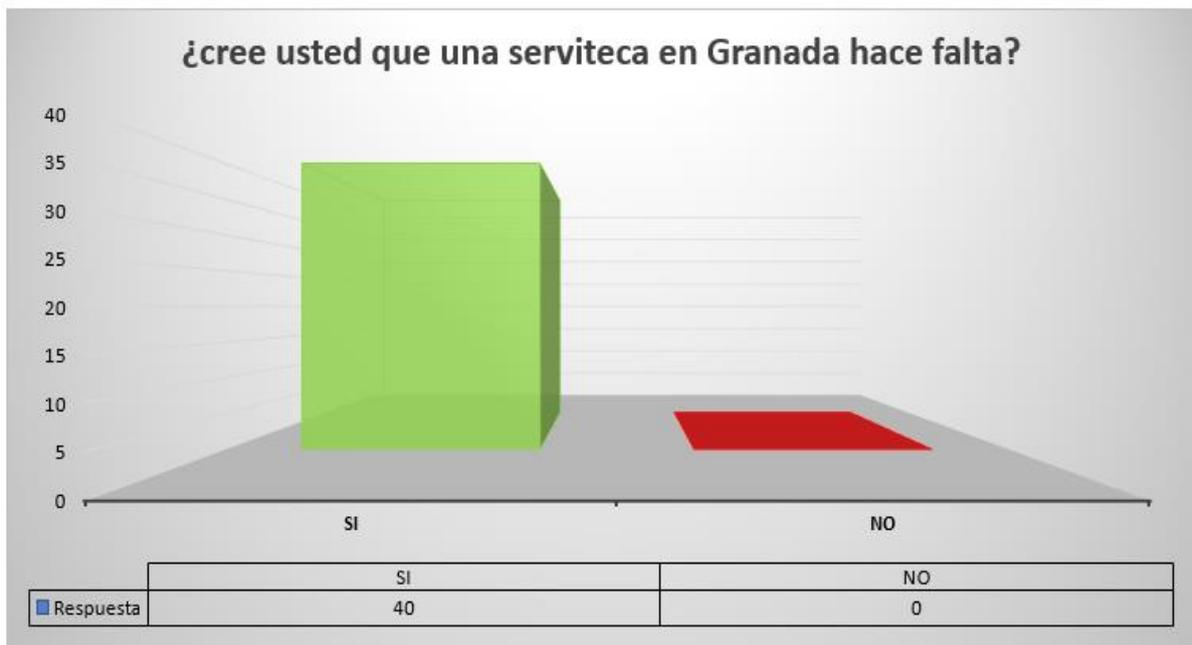
**Tabla 31:** *Idea de Serviteca en Granada*



*Tomado: Autores*

Aunque se esperaba que la respuesta fuera en un 100% positiva solo dos personas dijeron no, al preguntarles el motivo recordaron que eran mecánicos y que esto les generaría una gran competencia, por otra parte las 38 personas que dijeron que si es un resultado positivo para la organización ya que se nota un interés dentro de un mercado actual en la ciudad de Granada.

**Tabla 32:** *Hace falta en granada una Serviteca*



*Tomado: Autores*

En esta pregunta se obtiene los resultados esperados, que es la falta de una serviteca en la ciudad de Granada, a pesar que en la respuesta anterior dos fueran negativa estas personas de igual forma aseguran a pesar que sea una competencia directa para muchos empresas o personas, es importante recalcar que allí se ofrecen servicios que los mecánicos no pueden suplir como el balanceo, alineación y el diagnostico ya que son por medios me instrumentos muy costosos.

## 14 LESIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

Dentro del proceso de formulación se genera muchos procesos de aprendizajes como el reconocimiento de ideas a partir de una necesidad en particular, es aquí donde nacen las ideas por medio de cuestionamientos necesarios para reconocer la viabilidad o no de una procesos de negocio, de igual forma se aprende a reconocer y tener claro cada uno de los objetivos, metas y principios a la hora de crear una idea de negocio partiendo de la necesidad de un mercado o un problema que se este viviendo dentro de una población en particular, es importante aprender a reconocer cada una de las distintas señales de necesidades e identificar sus posibles soluciones con el objetivo de brindar la mejor y pronta solución posibles a seguir que sea de forma responsable y justa, sin generar aprovechamiento negativo.

De igual forma se genera un aprendizaje de forma aplicativa de marketing dentro de una idea, ya que se debió generar una investigación de funcionamiento de las servitecas a nivel nacional, por otra parte también la necesidad generar un servicios de serviteca a nivel regional dentro de la capital de Ariari en la ciudad de Granada, supliendo una necesidad dentro de un mercado automotriz, generando la disminución de costos, lo cual generar una enseñanza de la forma de canalizar costos por medio de establecer servicios dentro de una región en particular al servicio de la comunidad.

Como recomendación seria la generación de los planes de mercadeo, financieros, administrativos y operativos a fin de poder buscar un mejor soporte a la presente investigación de idea de negocio, con la finalidad de reconocer de forma más detallada la inversión económica que se necesita para poner en marcha la idea de negocio, de igual forma tener dichos planes sirve como apoyo documental al momento de solicitar algún tipo de préstamo económico frente alguna entidad bancaria.

Otra recomendación que se podría generar frente al proyecto es profundizar un poco más sobre la investigación de mercadeo, reconocer cada una de las distintas oportunidades y amenazas a las cuales se pueden enfrentar la idea una ves sea desarrollada en la región, ya que hasta el momento se reconoce la necesidad, los posibles sectores considerados competencia junto con algunas actividades comerciales prestadas en relación al mantenimiento de vehículos en la región de Ariari.

## BIBLIOGRAFÍA

- Global. (2016). *Global Estación de Servicio, Gasolina Ecológica*. Recuperado el 01 de octubre del 2020 del link: <https://globalestacionesdeservicio.com/gasolina-ecologica/#:~:text=Es%20un%20tipo%20de%20combustible,gases%20en%20el%20medio%20ambiente.&text=Los%20combustibles%20E10%20y%20E15%20son%20h%C3%ADbridos%20de%20etanol%20con%20gasolina>.
- Juárez, Rodrigo. (2019). *Llantastic, Llantas Ecológicas*. Recuperado el 01 de octubre del 2020 del link: <https://llantastic.com/blogs/llantastic-blog/llantas-ecologicas>
- Portafolio. (2020). *Leve aumento de ventas de vehículos nuevos en el 2019, Portafolio*. Recuperado el 14 de octubre del 2020 del link: <https://www.portafolio.co/economia/aumento-de-ventas-de-vehiculos-nuevos-2019-536911>
- Registraduría Nacional del estado Civil. (s.f.). *616.958 ciudadanos Están Habilitados En Meta Para Votar En Elección De Presidente Y Vicepresidente De La República El 25 De mayo*. Recuperado el 10 de noviembre de 2020 de [registraduria.gov.co](http://registraduria.gov.co) Sitio web: <https://wsr.registraduria.gov.co/616-958-ciudadanos-estan.html>
- Vehículos. (2020). *Colombia en cifras según el Registro Único Nacional de Tránsito*. El Tiempo. Recuperado el 14 de octubre del 2020 del link: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/colombia-en-cifras-segun-el-registro-unico-nacional-de-transito-455152>