



Plan de negocios para Car Detailing - detallado de autos

Harnol Julian Sánchez Barón

Programa de Contaduría Pública  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Centro Sur  
Sede Neiva

octubre de 2024

Plan de negocios para Car Detailing - detallado de autos

Harnol Julian Sánchez Barón

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesor Héctor Julio Vargas Castro

Esp. Alta gerencia

Programa de Contaduría Pública

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Sede Neiva

octubre de 2024

## **Agradecimientos**

En esta ocasión quiero agradecer primeramente a Dios por darme salud, vida, entendimiento y paciencia, para trabajar en este proyecto tan especial para mí, también quiero agradecer a todas las personas que han compartido parte de su conocimiento, que me han servido para resolver y despejar dudas, también quiero agradecer a mi familia por el apoyo y esfuerzo que me brindan para que este proyecto salga adelante, a UNIMINUTO agradecer por la oportunidad de permitirme pertenecer a esta institución, que me ha formado con principios y conocimientos profesionales para la vida, también no menos importante a CENTRO PROGRESA, que gracias al acompañamiento y asesorías por parte de sus docentes, han permitido que en este proyecto se trabaje y se convierta en una meta por cumplir.

## **Resumen**

Este trabajo tiene como objetivo la organización y formalización de la empresa CAR DETAILING cuyo objeto principal es el servicio de mantenimiento en latonería, pintura y polichado, para vehículos de diferentes marcas y gamas, ofreciendo procesos de alta calidad, garantía y cumplimiento, respetando siempre las normas ambientales. Esta propuesta de valor se enfoca en ofrecer servicios de alta calidad en los procesos de latonería, pintura, polichado y personalizados, pensando siempre en la satisfacción del cliente. Aplicando tecnologías nuevas que asesoren de forma clara para tener una comunicación asertiva con los clientes. El análisis de mercado y financiero muestra la viabilidad del proyecto, reflejado en los estados financieros un crecimiento en las utilidades a medida que la empresa desarrolla su funcionamiento operativo y administrativo, resaltando por medio de las estrategias administrativas y operativas, la sostenibilidad constante del proyecto en el sector automotriz, y destacando el buen manejo que se dé a nivel ambiental.

Este trabajo muestra la viabilidad y crecimiento empresarial, para el fortalecimiento de una empresa de mantenimiento automotriz, destacándose como potencial para marcar la diferencia en el mercado del sector automotriz.

**Palabras clave:** ambiental, empleo, social, sostenible, innovación, tecnología.

## **Abstract**

This thesis aims to organise and legalise the company CAR DETAILING, whose main purpose is the maintenance service in brass, painting and polishing, for vehicles of different brands, offering high quality processes, guarantee and compliance, always respecting environmental standards. This value proposition is focused on offering high quality services in the processes of brass plating, painting, polishing and customised, always thinking about customer satisfaction. The application of new technologies that provide clear advice and have an assertive communication with our customers. The market and financial analysis shows the viability of the project, reflected in the financial statements a growth in profits as the company develops its operational and administrative operation, highlighting through administrative and operational strategies, the continued sustainability of the project the automotive sector, highlighting the good management that is given at the environmental level.

This work shows the viability and business growth, for the strengthening of an automotive maintenance company, standing out as a potential to make a difference in the market of the automotive maintenance sector.

**Keywords:** Environmental, employment, social, sustainable, technology, innovation.

## Tabla de Contenido

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Agradecimientos .....                                               | 3  |
| Resumen.....                                                        | 4  |
| Abstract .....                                                      | 5  |
| Índice de tablas .....                                              | 9  |
| Índice de figuras .....                                             | 11 |
| Índice de anexos.....                                               | 12 |
| Modulo 1. Introducción.....                                         | 13 |
| Modulo 2. Justificación de la idea de emprendimiento.....           | 15 |
| 3. Objetivos.....                                                   | 17 |
| 3.1. Objetivo general .....                                         | 17 |
| 3.2. Objetivos específicos.....                                     | 17 |
| Modulo 4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor .....        | 18 |
| Modulo 6. Valor agregado.....                                       | 19 |
| Modulo 7. Antecedentes.....                                         | 20 |
| Módulo 8. De mercado.....                                           | 23 |
| 8.1. Análisis del Sector.....                                       | 23 |
| 8.2. Análisis del Mercado .....                                     | 25 |
| 8.3. Investigación de mercados.....                                 | 26 |
| 8.3.1. Tipo de investigación.....                                   | 26 |
| 8.3.2. Definición de la población .....                             | 27 |
| 8.3.3. Muestra .....                                                | 27 |
| 8.3.2. Instrumentos utilizados para recolectar la información ..... | 28 |
| 8.3.2.5. Análisis y sistematización .....                           | 29 |
| 8.3.2.6. Conclusiones del estudio de mercado .....                  | 36 |
| 8.4. Clientes .....                                                 | 38 |
| 8.5. Competencia .....                                              | 38 |
| 8.6. Estrategias de venta .....                                     | 39 |
| 8.6.1. Concepto de Producto o servicio .....                        | 39 |
| 8.6.2. Estrategia de distribución.....                              | 42 |
| 8.6.3. Estrategia de precio.....                                    | 43 |
| 8.6.4. Estrategia de Promoción .....                                | 43 |

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 8.6.5. Estrategia de comunicación .....                        | 44 |
| 8.6.6. Estrategia de servicio .....                            | 45 |
| 8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado .....                     | 47 |
| 8.6.8. Estrategia de Aprovevisionamiento .....                 | 47 |
| Módulo 9. De operación.....                                    | 49 |
| 9.1. Ficha Técnica .....                                       | 49 |
| 9.2. Descripción del proceso .....                             | 50 |
| 9.3. Estado de desarrollo.....                                 | 51 |
| 9.4. Plan de producción.....                                   | 51 |
| 9.5. Proyección de ventas.....                                 | 51 |
| 9.6. Requerimientos de inversión .....                         | 52 |
| 9.6.1. Lugar de operación.....                                 | 52 |
| 9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo.....      | 52 |
| 9.7. Plan de compras .....                                     | 53 |
| Módulo 10. De organización .....                               | 55 |
| 10.1. Estrategia organizacional .....                          | 55 |
| 10.2. Matriz DOFA .....                                        | 56 |
| 10.3. Organismos de apoyo.....                                 | 57 |
| 10.4. Estructura organizacional.....                           | 57 |
| 10.5. Aspectos legales .....                                   | 59 |
| 10.6. Costos Administrativos.....                              | 61 |
| Modulo 11. Financiero .....                                    | 63 |
| 11.1. Proyección de ingresos.....                              | 63 |
| 11.2. Proyección de egresos (costos y gastos) .....            | 64 |
| 11.3. Capital de trabajo .....                                 | 65 |
| 11.4. Balance general .....                                    | 66 |
| 11.5. Estado de resultados .....                               | 67 |
| 11.6. Punto de equilibrio .....                                | 68 |
| 11.7. Flujo de caja.....                                       | 70 |
| 11.8. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad..... | 71 |
| Módulo 12. Impactos .....                                      | 74 |
| 12.1. Impacto Económico.....                                   | 74 |
| 12.2. Impacto Regional.....                                    | 74 |

12.3. Impacto Social ..... 74

12.4. Impacto Ambiental ..... 75

Modulo 13. Resumen ejecutivo ..... 76

14. Referencias bibliográficas..... 78

Anexos ..... 79

## Índice de tablas

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Tipo de servicio .....                                                    | 29 |
| Tabla 2 Ubicación y adecuaciones .....                                            | 30 |
| Tabla 3 Cantidad de vehículos diferentes que visitan el taller semanalmente ..... | 31 |
| Tabla 4 Precios al cliente.....                                                   | 32 |
| Tabla 5 Satisfacción del cliente.....                                             | 33 |
| Tabla 6 Garantía del servicio.....                                                | 34 |
| Tabla 7 Control de calidad del servicio.....                                      | 35 |
| Tabla 8 Talleres Municipio de Neiva .....                                         | 39 |
| Tabla 9 Presupuesto Mezcla de Mercado.....                                        | 47 |
| Tabla 10 Proveedores .....                                                        | 48 |
| Tabla 11 Ficha técnica.....                                                       | 49 |
| Tabla 12 Descripción del proceso de latonería, pintura y polichado .....          | 50 |
| Tabla 13 Plan de producción incremento anual 5% .....                             | 51 |
| Tabla 14 Proyección de ventas incremento anual 5% .....                           | 51 |
| Tabla 15 Requerimientos de Maquinaria, Planta y Equipo.....                       | 52 |
| Tabla 16 Plan de Compras.....                                                     | 53 |
| Tabla 17 Análisis DOFA .....                                                      | 56 |
| Tabla 18 Estructura Organizacional .....                                          | 58 |

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabla 19 Costos Administrativos .....           | 61 |
| Tabla 20 Costos de producción mano de obra..... | 62 |
| Tabla 21 Proyección de ingresos.....            | 63 |
| Tabla 22 Proyección de Egresos.....             | 64 |
| Tabla 23 Capital de trabajo.....                | 65 |
| Tabla 24 Balance General .....                  | 66 |
| Tabla 25 Estado de Resultados.....              | 67 |
| Tabla 26 Punto de Equilibrio.....               | 68 |
| Tabla 27 Servicios .....                        | 68 |
| Tabla 28 Flujo de Caja .....                    | 70 |
| Tabla 29 Conclusiones Financieras .....         | 71 |

## Índice de figuras

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 Tipo de servicio.....                                                     | 29 |
| Figura 2 Importancia de la ubicación del taller .....                              | 30 |
| Figura 3 Cantidad de vehículos diferentes que visitan el taller semanalmente ..... | 31 |
| Figura 4 Precios al cliente .....                                                  | 32 |
| Figura 5 Satisfacción del cliente.....                                             | 33 |
| Figura 6. Garantía del servicio .....                                              | 34 |
| Figura 7 Control de calidad del servicio.....                                      | 35 |
| Figura 8 Diagrama de procesos .....                                                | 41 |
| Figura 9 Logo .....                                                                | 55 |
| Figura 10 Organigrama .....                                                        | 57 |

## **Índice de anexos**

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Anexo A. Modelo de la encuesta realizada. ....                            | 79 |
| Anexo B. Fotografías encuestas realizadas para el estudio de mercado..... | 80 |
| Anexo C. Fotografías talleres (competencia) .....                         | 82 |
| Anexo D. Maqueta - (Plano) .....                                          | 84 |

## **Modulo 1. Introducción**

El desarrollo de este proyecto está enfocado principalmente a satisfacer la demanda en el área de latonería y pintura del sector automotriz, en el barrio siete de agosto de la ciudad de Neiva, se busca mejorar los procesos en el mantenimiento Automotriz, creando estrategias de innovación a través de las tecnologías para cada uno de los procesos de mantenimientos y renovación en pinturas personalizadas, atendiendo los vehículos de diferentes marcas, y proporcionando satisfacción a los clientes en general.

En el documento se evidencian aspectos relativos al módulo de mercado, destacándose el análisis del sector y el análisis del mercado de este servicio. Se realizó un estudio de mercado aplicando instrumentos como encuestas, este proceso arrojó información que permite afirmar que los talleres en condiciones normales tiene un ingreso de vehículos elevados durante el mes; comparado con la competencia del sector, las instalaciones son grandes, pero falta desarrollar un proceso de distribución adecuada que minimicen los recorridos y pérdida de tiempo, también se puede mencionar que las áreas de pintura no cuenta con instalaciones adecuadas para su funcionamiento, ya que las partículas del ambiente podrían perjudicar el proceso de acabados en la pintura. Lo anterior con el objeto de que al aplicar la propuesta en el proyecto habrá mejoras en los procesos y las condiciones medioambientales de las instalaciones de la empresa.

Basado en este estudio, se trazan estrategias para dar mayor satisfacción a los clientes, mejorando la organización administrativa y operativa, a través de la implementación de procesos con tecnologías innovadoras en cada uno de ellos, con el objetivo de minimizar costos y tiempo en la ejecución de los procesos requeridos, se plantea para esta actividad productiva de latonería y pintura automotriz implementar estudios de capacitación constante para cada uno de los colaboradores, para que estén preparados y actualizados de nuevas tecnologías y su aplicación, e implementando procesos de seguridad industrial.

El presente proyecto de grado entre otros aspectos presenta los requerimientos necesarios como equipos, maquinas, herramientas, unido al ya descrito espacio físico. La especial atención se ha prestado a la estrategia organizacional, trazada a partir del diagnóstico que proporcione la matriz DOFA. De esta se desprende la estructura organizacional, ajustada a los aspectos legales.

Al finalizar se presenta el módulo financiero, que se toma como un tema de especial importancia para este trabajo, dada la formación en Contaduría Pública que tiene el autor.

El proyecto, es dirigido al mejoramiento en la calidad y en cada uno de los procesos que requiere este servicio de latonería y pintura automotriz, generando satisfacción al cliente, y arribo de más clientes, como resultado de aplicar una buena metodología al realizar el mantenimiento y restauración de los vehículos desde cero y los cuidados necesarios para obtener el mejor acabado en la superficie de la pintura. La importancia de poseer conocimientos aprendidos a través de la experiencia en el sector automotriz, complementado con conocimientos teóricos a través de la Universidad, han aportado para desarrollar procesos de calidad, mejorar la planeación y organización de esta actividad productiva, de grandes impactos tanto en lo social, económico, ambiental, tecnológico, y laboral, que está enfocada a implementarse en el taller automotriz CAR DETAILING, para la satisfacción de los clientes a través del mejor servicio.

## **Modulo 2. Justificación de la idea de emprendimiento**

El sector automotor se encuentra en recuperación en este año 2024. El aumento en las ventas de nuevos vehículos da un parte de tranquilidad para la industria en todo el país, incluyendo una ciudad como Neiva, donde la contracción de las ventas a inicio del año preocupó a los líderes del sector.

A un mayor número de vehículos rodando, se suman los servicios que estos requieren, por lo que un emprendimiento dedicado al mantenimiento y reparación de estos vehículos es una oportunidad, en una ciudad en continuo desarrollo como Neiva.

La tendencia a la personalización de automóviles va en aumento. Cada vez se suman más vehículos a los clubes automovilísticos que destacan marcas específicas y detrás de ello, está la industria de personalización y embellecimiento automotriz.

Por otra parte, el cuidado de vehículos tanto nuevos como usados, hace que un emprendimiento de este tipo sea una oportunidad de mercado interesante, para una ciudad de más de 30 mil vehículos rodando por sus calles (Alcaldía de Neiva, 2020).

Esta idea de negocios surge por varias razones. Desde lo social, es importante hacer una empresa que genere empleos estables a personas con conocimientos en el área automotriz, como aprendices SENA y muchos más, con la experiencia y certificación. La idea es que este negocio sea la fuente de ingresos de las familias de las personas que formen parte de él.

También está la preocupación por hacer una empresa que cumpla con todos los estándares de calidad para el cliente, por lo que se plantea un negocio en pro de las necesidades del mismo, basado en un estudio de mercado para brindar los servicios y productos que satisfagan sus necesidades y que a la vez cumpla con todos los requerimientos que exige la ley, incluyendo el componente ambiental, pues, dada las características del emprendimiento, se tiene en cuenta que producirá residuos químicos, por lo cual se iniciará con la adecuación de las instalaciones,

atendiendo a todas las normas relacionadas con la protección del medio ambiente, separando en el sitio los residuos y realizando su correcta disposición final, en los lugares definidos para estas sustancias químicas. También se desarrollarán periódicamente, actividades educativas con los colaboradores sobre el tratamiento responsable de los productos utilizados en los trabajos.

Por otro lado, se encuentra la pasión del emprendedor, por trabajar en lo que más le gusta, además de aplicar todo lo aprendido a nivel profesional, en el área contable, y en lo administrativo, con el direccionamiento de este proyecto de emprendimiento, que igual se convierte en el proyecto de vida del autor.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Estructurar un plan de negocio para la creación de un taller automotriz, especializado en reparaciones de latonería, pintura y mantenimiento de automóviles. ubicado en la comuna 5 de la ciudad de Neiva, aplicando los conocimientos adquiridos durante la formación profesional.

#### **3.2. Objetivos específicos**

Realizar el estudio de mercado para determinar el marketing del servicio que se plantea ofrecer.

Proyectar los componentes del plan de negocio aspecto organizacional, legal, operacional.

Plantear el componente financiero del proyecto, ingresos, gastos y utilidades, que establezcan la viabilidad financiera del proyecto.

#### **Modulo 4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor**

Neiva es una ciudad con más de 30 mil vehículos rodando, con un crecimiento en ventas de vehículos nuevos, que, aunque no se compara con el crecimiento del año 2022, el descenso en las tasas de interés y en la inflación, ha desbloqueado las ventas del sector automotriz, haciendo que sea una industria cada vez con mayor fuerza en la ciudad, lo que hace crecer su necesidad de servicios automotores en general.

La carencia de talleres especializados en latonería y pintura de autos, en la comuna cinco de Neiva, son pocos los talleres especializados en reparación de vehículos o trabajos de latonería y pintura. Para dar solución a esta necesidad se brindará a los propietarios de vehículos, la posibilidad de reparación cuando presenten problemas o deterioro de la pintura de los mismos, ocasionada por diferentes causas (choques, volcamientos, accidentes y deterioro por el pasar del tiempo), se dispondrá de un equipo técnico, con tecnología actualizada, operada por un grupo de personas expertas.

## **Modulo 6. Valor agregado**

Car Detailing es un taller especializado en la reparación de latonería y pintura de vehículos, de diferentes marcas y tipos, que se distingue de la competencia, por ser atendida directamente por su propietario; utilizar materiales de calidad y excelentes acabados en sus trabajos; servicios de trabajos especializados como enderezado de la pieza para luego dar un buen alistado, culminando con un excelente acabado; se cuenta con tecnología en procesos, maquinaria, materiales y talento humano profesional; este se mantiene en constante capacitación, para que puedan estar actualizados con las prácticas y materiales del mercado, garantizando servicios de calidad.

La diferencia en el cumplimiento y garantía del trabajo, así como en el compromiso, la pasión y el amor que le pone cada uno de los colaboradores, hacen de Car Detailing un lugar de preferencia para los clientes. Buscando el mejoramiento continuo, Car Detailing implementa un sitio web, donde los clientes puedan consultar los servicios que ofrece la empresa y trabajos realizados por la misma, además también podrán agendar para cotizaciones y tengan una idea acerca de lo que va a costar su servicio, en cuanto a medios de pagos, Car Detailing ofrece diferentes medios de pago electrónicos de entidades diferentes como Nequi, Daviplata, Bancolombia y entre otras, esto con el fin de facilitar al cliente su medio de pago y al mismo tiempo evitar que se estén desplazando con sumas de dinero por temas de seguridad, en cuanto a la empresa esta medida servirá para cumplir con normativas vigentes en cuanto a temas de bancarización.

## Modulo 7. Antecedentes

En Colombia hay gran variedad de talleres especializados en la reparación de latonería y pintura automotriz y se caracterizan por sus servicios y tecnología para la prestación de este servicio.

Los talleres de interés y de ejemplos a seguir en Colombia, corresponden a los nombres de **Sincromotors**, que tiene como domicilio principal la ciudad de Bogotá en la calle n. 47 9 43. Esta empresa fue constituida como sociedad por acciones simplificada y se dedica al Comercio y reparación de vehículos automotores nuevos. **Arautos SAS**, con domicilio en la ciudad de Cali en la carrera 5 norte 38 AN 75, dedicada a la asesoría y reconstrucción automotriz, la forma jurídica de la empresa es sociedad por acciones simplificada y pertenece al sector económico con código CIIU 4520 (mantenimiento y reparación de vehículos automotores) y cuenta con una planta de 85 empleados aproximadamente. **Comercializadora Homaz**, ubicada en la ciudad de Pereira en la Avenida 30 de agosto 94 165, dedicada al comercio de vehículos automotores nuevos, mantenimiento y reparación de vehículos automotores, comercio de vehículos automotores usados, comercio de partes piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores; fue constituida en 1998 y tiene 332 empleados a su servicio. En la ciudad de Cartagena se encuentra **Juanautos el Cerro SAS**, en la calle 30 18a 104 pie del cerro ofrece a sus clientes servicios y productos de alta calidad y confiabilidad del sector automotriz. Todos estos talleres cuentan con reconocimiento y certificación por la empresa **Cesvi Colombia SAS**, empresa dedicada a la investigación y la experimentación en el área automotriz, que desarrolla productos y servicios enfocados en las necesidades de la industria automotriz de Colombia y Latinoamérica (Avendaño, 2022).

En el Huila, se encuentra la empresa **Caliche latonería y pintura automotriz**, exactamente en el municipio de Pitalito con dirección sur #12-51 TV 3, ofrece servicios de

detallado, revisión, reparación y pintura automotriz cuentan con gran experiencia y trayectoria en el mercado para la satisfacción de los clientes. La empresa **Serviautos Garzón** ubicada en la calle 5 sur 18 36 barrio Agua Azul en el municipio de Garzón – Huila, cuentan con una gran variedad de servicios relacionados a la reparación, mantenimiento, lavado y detallado de vehículos automotores, con experiencia de más de 5 años en el mercado y convirtiéndose en una de las empresas más grandes y reconocidas de centro del departamento del Huila.

En la ciudad de Neiva hay grandes y reconocidas empresas como lo es **Autocentro Ltda**, con ubicación en el centro de la ciudad, cuentan con una gran experiencia en el mercado automotriz, especializados en la reparación de motores, latonería y pintura para automóviles y una gran variedad de servicios al público en todo lo relacionado con el mantenimiento de vehículos. Esta empresa fue constituida como sociedad limitada y también se dedica al comercio de partes piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores, otra empresa muy reconocida de la ciudad es **Talleres Frank**, se encuentra ubicada al sur de la ciudad con más de 10 años de experiencia en el mercado, una empresa especializada al detallado, mantenimiento, reparación, latonería y pintura de vehículos automotores, cuentan con personal profesional y equipos especializados para la realización de los trabajos, Talleres Frank es muy reconocida por sus clientes satisfechos producto del cumplimiento y la entrega de trabajos profesionales. Existe otra empresa muy conocida llamada **Rensa Autos** cuenta con gran trayectoria en el mercado automotriz, siendo reconocidos por sus servicios, e instalaciones, calidad y entrega de trabajos, con una experiencia de más de 8 años en la industria automotriz, ubicada en la zona industrial de la ciudad. Así como estas empresas, existen muchas más muy reconocidas y de gran posicionamiento en la industria automotriz. Estas empresas son gran ejemplo de inspiración, motivación y de superación para crear empresa y poder competir en el mercado satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Esta idea de negocio nace gracias a la gran trayectoria de mi vida y experiencia laboral en el sector automotriz conociendo el mercado y las preferencias de los consumidores de este servicio, también gracias al conocimiento adquirido, y con el pasar del tiempo esto me ha permitido conocer los clientes, materias primas, aplicaciones, procesos y preferencias con todo lo relacionado a la prestación de este servicio, queriendo así desarrollar, ejecutar y crear empresa partiendo del amor por el arte de reparar vehículos, y con la idea de poder generar empleos a personas interesadas y conocedoras de este arte.

Actualmente se viene desarrollando el proyecto o protocolo escrito, con el apoyo de Centro Progresá Neiva.

## Módulo 8. De mercado

### 8.1. Análisis del Sector

La industria automotriz en el mundo no descansa a la hora de proponer nuevos desarrollos en pro de la seguridad, el confort y el diseño, y como es de esperarse, las nuevas actualizaciones generan una dinámica diferente, motivada por las crecientes necesidades y gustos de los usuarios por los vehículos.

“El sector automotor colombiano es un pilar importante de la economía del país, generando empleo y contribuyendo al crecimiento del PIB. En 2022, se vendieron 250.497 vehículos en Colombia, un aumento del 33% con respecto al año anterior” (Educatyba, 2023).

El mercado colombiano está en un punto de cambio, unido a lo tradicional con lo tecnológico, métodos de reparación como los de conformación de chapa que conservan técnicas artesanales usadas por años, que contrastan con el desarrollo de materiales en la carrocería como aleaciones e introducción de fibras. Las últimas innovaciones tecnológicas con sistemas ADAS, naturalmente ocasionan que quienes quieran estar a la vanguardia del mercado, opten por actualizaciones de formación, equipamiento y software indispensables para la reparación, además de exigir al personal del taller los conocimientos técnicos requeridos por los vehículos de nueva generación, por lo cual antes era inimaginable.

El sector automotriz en Colombia viene experimentando diferentes momentos y situaciones durante los últimos años. Si bien, durante 2023 se presentó una caída representativa en las ventas del 29%, respecto al 2022, se espera que para 2024 haya un crecimiento leve en el sector; gracias a factores como la disminución de las tasas de interés y la inflación. Según estimaciones de la Andi y Fenalco, se espera que durante 2024 se matriculen entre 180 mil y 190 mil vehículos (Alpopular, 2024).

Actualmente en el Huila existen talleres de pintura automotriz, la mayoría no están constituidos legalmente, muy pocos garantizados y que ofrecen trabajos de calidad, los precios por reparaciones varían según el estado en que lleguen los vehículos, cuando es reparación por pieza tiene un costo aproximado de 300 mil por cada una, y en ocasiones las piezas tienen que ser reemplazadas por la magnitud del daño. En algunos lugares los precios varían de acuerdo con la calidad y garantía de los trabajos. Hay que aclarar que en muchos de estos sitios ofrecen precios cómodos, pero estos son por la utilización de productos y procesos que no ofrecen garantía alguna. En Neiva existen aproximadamente 500 talleres, que llevan a cabo esta práctica y no cuenta con instalaciones adecuadas, tecnología y actualización suficientes para ofrecer trabajos de calidad.

Neiva cuenta con más de 35 mil vehículos matriculados en la ciudad (Alcaldía de Neiva, 2020). Esto favorece la industria automotriz generando oportunidades de uso de los servicios, de igual manera que los accidentes de tránsito, como otra causal por la que se incrementa la demanda de estos servicios en los talleres automotrices. Los precios de estos trabajos dependen de las tecnologías e instalaciones con las que cuentan estos talleres; estos precios varían de acuerdo con el tipo de trabajo que se vaya a realizar, se ofrecen desde pintura general, reparaciones, cambio de piezas, siniestros entre otros, en el mercado se pueden ver precios de pintura general entre 1.500.000 y 3.000.000 de pesos y las reparaciones por piezas oscilan entre los 200 mil a 300 mil pesos. Todos estos servicios varían de acuerdo al tipo de pintura utilizada, a los procesos, personal capacitado y profesional para la realización de estos, también se tiene en cuenta las instalaciones y adecuaciones con las que estos cuentan, y ofrecen desde la pintada en cabinas de pintura hasta talleres que realizan esta práctica al aire libre.

## 8.2. Análisis del Mercado

Actualmente la industria automotriz avanza de manera significativa en cuanto a reformas tecnológicas, avances en los diseños que vienen directamente de fábrica, modelos, estilos y colores a utilizar en los vehículos. Se considera que para el 2025, estas nuevas tecnologías emergentes tengan un impacto significativo en el sector automotriz en Colombia, sobre todo en lo que tiene que ver con funcionamiento de los vehículos (eléctricos, gasolina, ACPM etc.).

Los vehículos eléctricos, son amigables con el medio ambiente ofrecen ventajas en eficiencia y ahorro de combustible. Además, se espera que en Colombia esta infraestructura de carga para vehículos eléctricos se expanda; lo que facilitará aún más su adopción en el país.

Una gran tecnología emergente es la conducción autónoma. Aunque puede no estar disponible en el 2024, se espera que los vehículos con capacidad de conducción autónoma parcial estén más presentes en el mercado. Por otra parte, cobra mayor importancia la conectividad. Los automóviles estarán equipados con tecnología que les permitirá conectarse a Internet y otros dispositivos, lo que brindará acceso a servicios y aplicaciones en línea. Esto incluye desde sistemas de navegación avanzados hasta la posibilidad de controlar ciertas funciones del vehículo a través de dispositivos móviles.

Una de las principales preocupaciones en términos de sostenibilidad, es la reducción de las emisiones de gases contaminantes. Se prevé que, en 2025 aumente la demanda de vehículos eléctricos y con bajas emisiones en Colombia. Este cambio se debe a un mayor enfoque de personas y empresas en la protección del ambiente, y a la implementación de regulaciones más estrictas en cuanto a las emisiones de los vehículos.

Además, se espera que marcas del sector adopten prácticas más sostenibles en la producción de vehículos. Esto incluye, el uso de materiales que generen menos contaminación, la

reducción de residuos y la implementación de procesos de fabricación más eficientes en términos de consumo de energía. (Alpopular, 2024)

### **8.3. Investigación de mercados**

Al desarrollar la presente investigación de mercado para el proyecto CAR DETAILING, se busca determinar características poblacionales para determinar la viabilidad del emprendimiento y la posición frente a la competencia.

#### **8.3.1. Tipo de investigación**

Se desarrolló un tipo descriptivo con enfoque mixto cuantitativo, cualitativo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006, pág. 117) “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquiera otro fenómeno que se someta a análisis”. Igualmente, para Hurtado (2010, pág. 133) la investigación descriptiva “consiste en la identificación de las características del evento en estudio”. Se trata entonces de determinar con detalle los rasgos característicos de un hecho o situación particular.

La metodología de investigación cuantitativa toma las teorías generadas a partir de los resultados cualitativos para recopilar datos cuantitativos que puedan utilizarse para medir un concepto o fenómeno a escala.

En última instancia, los números y los valores informan los procesos de toma de decisiones en muchos contextos. Los resultados cuantitativos son útiles en ámbitos de investigación en los que se valora o exige precisión. También se usan en la investigación social y conductual para describir numéricamente fenómenos que pueden no parecer cuantificables de forma natural.

### 8.3.2. Definición de la población

Como población objetivo, se toman los talleres que prestan servicios de latonería y pintura ubicados en la comuna cuatro y la zona industrial de Neiva; por ser en estos sectores, donde se concentra la mayor cantidad de ellos, según el POT (plan de ordenamiento territorial) actual. Según un proceso de observación directa y conteo realizado, por el autor, en la actualidad son 20 talleres de latonería y pintura en la comuna 4 y en la zona industrial se encuentran ubicados 35 talleres dedicados al servicio de la latonería y pintura, para un total de 55 talleres, como se pudo evidenciar en la dependencia de industria y comercio de la alcaldía de Neiva.

|                               | <b>COMUNA<br/>4 CENTRO<br/>DE NEIVA</b> | <b>ZONA<br/>INDUSTRIAL<br/>DE NEIVA</b> | <b>TOTAL, DE<br/>TALLERES</b> |
|-------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------|
| <b>NUMERO DE<br/>TALLERES</b> | <b>20</b>                               | <b>35</b>                               | <b>55</b>                     |

### 8.3.3. Muestra

Para determinar la muestra de la población objetivo uno, cuyo total es 55 empresas; se define tomar el 60% de estas, atendiendo que es una población finita pequeña y por consiguiente la estimación efectuada se ajusta a la realidad. Se obtienen los siguientes resultados:

Población = 55 el 100%

Muestra = 33 el 60%

Por lo tanto, la muestra es 33 talleres, que se seleccionaran al azar, tanto en la comuna 4 como en la zona industrial de la ciudad de Neiva.

### 8.3.2. Instrumentos utilizados para recolectar la información

Para el desarrollo de la investigación el instrumento utilizado es la encuesta, realizada a los propietarios de los diferentes talleres ubicados en la comuna 4 y zona industrial de la ciudad de Neiva.

La encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida (Tamayo y Tamayo, 2008).

#### ENCUESTA

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.CS.  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA  
CENTRO PROGRESA E.P.E.

Encuesta a competidores (TALLERES)

Somos un grupo de estudiantes de UNIMINUTO Neiva, que estamos realizando un estudio de mercado en este sector para un emprendimiento, solicitamos su apoyo si lo estima conveniente dando respuesta a estas preguntas, esta información se utilizará solo para fines académicos.

1. INFORMACIÓN GENERAL:

Nombre. ubicación..... antigüedad.....

2. Presta el servicio de latonería.....pintura...polichado.....otro.....

3. ¿Considera importante la ubicación y las adecuaciones del lugar, para ofrecer el servicio? Si....no....

4. ¿cuántos autos visitan el taller de latonería y pintura en una semana?....

5. ¿cuáles son los precios que manejan al cliente? Del mercado.... por debajo del mercado.... por encima del mercado.... especiales.....

6. ¿porque considera que los clientes recomiendan este taller?

Calidad del servicio... precios.... calidad de repuestos...calidad de pinturas...cumplimiento...garantía....

7. ¿Cuál es la garantía de garantía que ofrece el taller?.....

8. ¿cómo establece el control de calidad de los servicios?.....

GRACIAS.

### 8.3.2.5. Análisis y sistematización

Se realiza un análisis cuantitativo (tabulación), gráfico y descriptivo de cada una de las respuestas obtenidas.

Análisis instrumento encuesta.

Respuesta a pregunta No 1

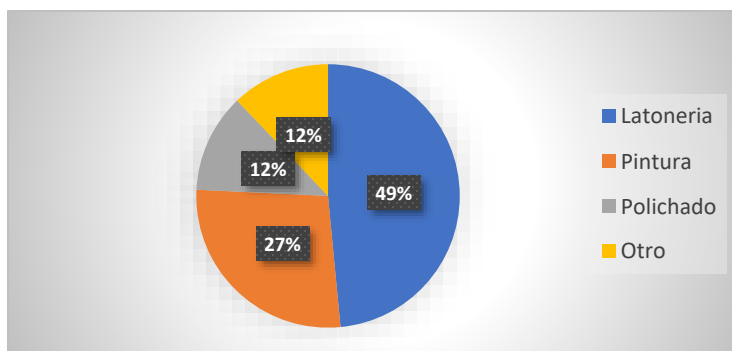
**Tabla 1 Tipo de servicio**

*Tipo de servicio*

| Servicio  | cantidad | %   |
|-----------|----------|-----|
| Latonería | 16       | 49  |
| Pintura   | 9        | 27  |
| Polichado | 4        | 12  |
| Otros     | 4        | 12  |
| Total     | 33       | 100 |

FUENTE: propia

**Figura 1 Tipo de servicio**



FUENTE: propia - Word

De acuerdo con los servicios que prestan las empresas, podemos concluir que el servicio de latonería equivale al 49% de las actividades que tiene gran importancia en el desarrollo de sus procesos, junto con el proceso de pintura (27%) que es una actividad complementaria.

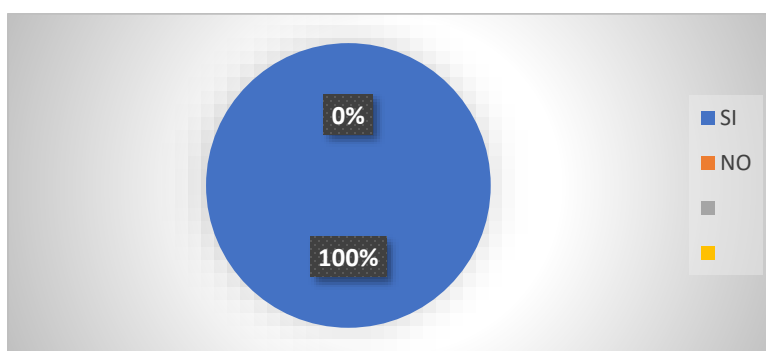
Respuesta a pregunta No 2

**Tabla 2 Ubicación y adecuaciones**

| Importancia | cantidad | %   |
|-------------|----------|-----|
| Si          | 33       | 100 |
| No          | 0        | 0   |
| Indiferente | 0        | 0   |
| Total       | 33       | 100 |

FUENTE: propia

**Figura 2 Importancia de la ubicación del taller**



FUENTE: propia - Word

Como se puede evidenciar en esta gráfica, para el 100% de los encuestados es muy importante la ubicación que tiene la empresa para el desarrollo de sus actividades.

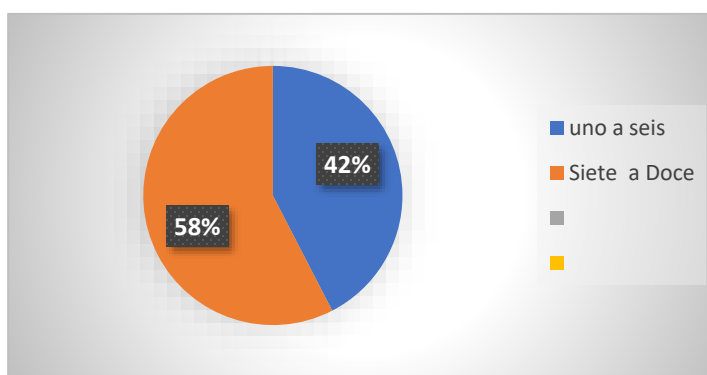
Respuesta pregunta No 3

**Tabla 3 Cantidad de vehículos diferentes que visitan el taller semanalmente**

| Frecuencia | cantidad | %   |
|------------|----------|-----|
| 1-6        | 14       | 42  |
| 7-12       | 19       | 58  |
| Total      | 33       | 100 |

FUENTE: propia

**Figura 3 Cantidad de vehículos diferentes que visitan el taller semanalmente**



FUENTE: propia - Word

Los resultados arrojaron que semanalmente al taller en su mayoría ingresan entre 7 y 12 vehículos solicitando servicios de reparación; lo que equivale a decir que un 42 % de vehículos ingresan entre 1 y 6 veces en una semana, solicitando servicios. De esta forma se evidencia que mínimo en una semana se tienen más de seis vehículos en reparación.

Respuesta pregunta No 4

**Tabla 4 Precios al cliente**

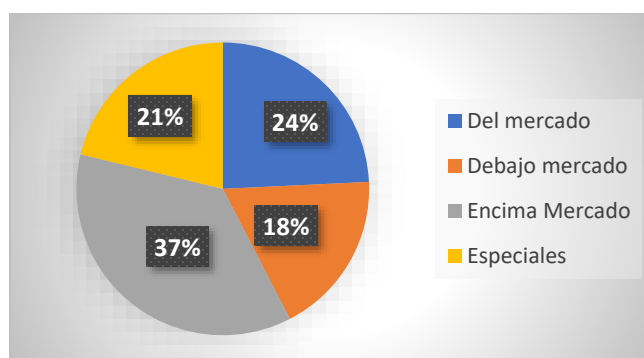
*Precios al cliente*

| Precios                | cantidad | %   |
|------------------------|----------|-----|
| Del mercado            | 8        | 24  |
| Por debajo del mercado | 6        | 18  |
| Por encima del mercado | 12       | 37  |
| Especiales             | 7        | 21  |
| Total                  | 33       | 100 |

FUENTE: propia

**Figura 4 Precios al cliente**

*Precios al cliente*



FUENTE: propia – Word

Los resultados de la entrevista arrojan que la mayoría de los precios que manejan estas empresas en sus servicios ofrecidos están por encima del valor de mercado y que corresponde al 44%, y siendo el de menos relevancia los talleres que ofrecen precios especiales.

Respuesta Pregunta No 5

**Tabla 5 Satisfacción del cliente**

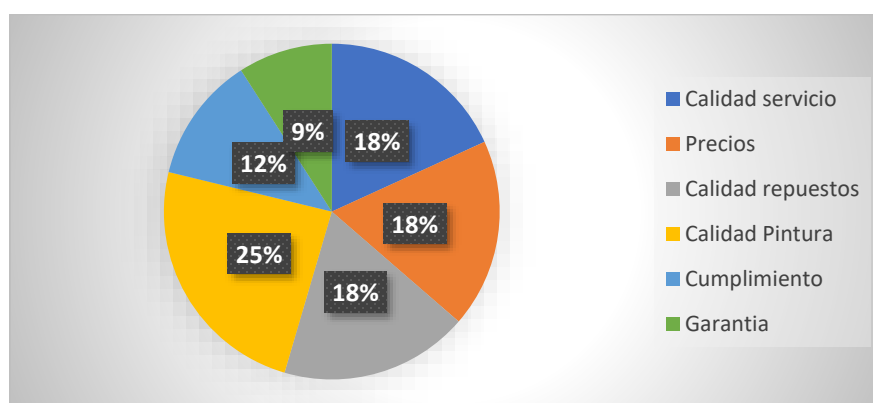
*Satisfacción del cliente*

| satisfacción         | cantidad | %   |
|----------------------|----------|-----|
| Calidad del servicio | 6        | 18  |
| Precios              | 6        | 18  |
| Calidad en repuestos | 6        | 18  |
| Calidad en pinturas  | 8        | 25  |
| Cumplimiento         | 4        | 12  |
| Garantía             | 3        | 9   |
| Total                | 33       | 100 |

FUENTE: propia

**Figura 5 Satisfacción del cliente**

*Satisfacción del cliente*



FUENTE: propia - Word

Los resultados arrojan la importancia y preferencia que tienen para los clientes, en la calidad de la pintura ofrecida cuando envían a reparar sus vehículos, lo cual corresponde al 25%,

seguido de los precios, calidad en el servicio y calidad en los repuestos, siendo estos equivalentes al 18%.

Respuesta pregunta No 6

### Tabla 6 Garantía del servicio

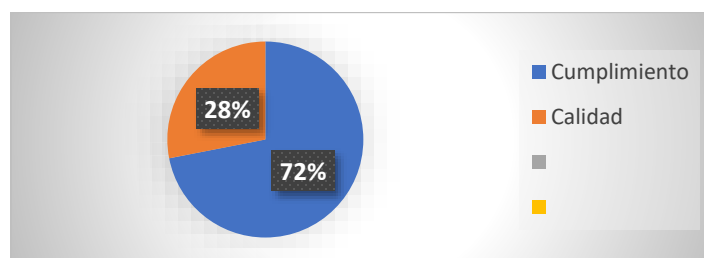
*Garantía del servicio*

| Tipo de garantía | cantidad | %   |
|------------------|----------|-----|
| Cumplimiento     | 24       | 72  |
| Calidad          | 12       | 28  |
| Total            | 33       | 100 |

FUENTE: propia

### Figura 6. Garantía del servicio

*Garantía del servicio*



FUENTE: propia - Word

Para las empresas es muy importante el cumplimiento del servicio que ofrecen estas empresas a ellos arrojando un porcentaje del 72%, y sin menos importante la calidad del servicio ofrecido representado en el 28%.

Respuesta pregunta No 7

**Tabla 7 Control de calidad del servicio**

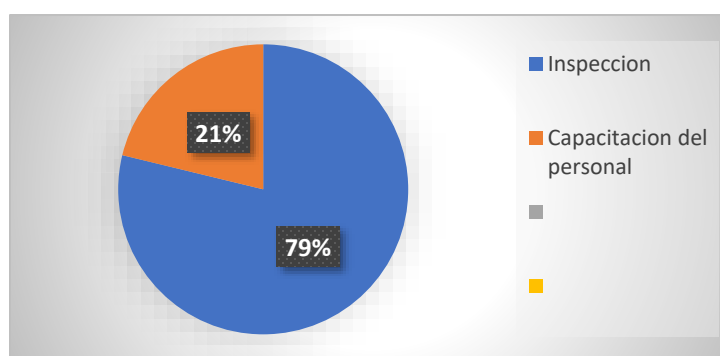
*Control de calidad del servicio*

| Controles                 | cantidad | %   |
|---------------------------|----------|-----|
| Inspección                | 26       | 79  |
| Capacitación del personal | 7        | 21  |
| Total                     | 33       | 100 |

FUENTE: propia

**Figura 7 Control de calidad del servicio**

*Control de calidad del servicio*



FUENTE: propia - Word

Para las empresas es muy importante la inspección de calidad, para garantizar un buen trabajo y la satisfacción del cliente, arrojando un porcentaje del 79%, sin dejar de lado que el 21% corresponde a capacitación del personal.

### **8.3.2.6. Conclusiones del estudio de mercado**

El estudio de mercado realizado identifica en la zona donde se desarrolló la gran oferta disponible, la cual constituye la competencia directa en el sector de alistamiento de vehículos, así como en el suministro de piezas para la reparación de estos. También implica la demanda, y la cantidad de vehículos que semanalmente requieren los servicios de taller, siendo en promedio seis vehículos; estos en una proporción de 49% solicitan servicios de latonería y un 27% servicios de pintura. Se puede afirmar que la afluencia de vehículos se debe a la ubicación y disposiciones del taller. A la buena imagen que se tiene entre la clientela dada la calidad de los trabajos que se realizan, producto de un proceso de supervisión y control, apoyado también por el conocimiento y experiencia del talento humano que labora en la empresa.

Existen otros servicios poco explotados y con una alta rentabilidad como pueden ser las personalizaciones del vehículo.

El emprendimiento está ubicado en la comuna 5 en barrio siete de agosto de la ciudad de Neiva, siendo favorable estratégicamente para el cumplimiento de los objetivos, considerando que está ubicada en una zona reconocida por este aspecto y facilitando la rápida ubicación para el cliente.

Otro aspecto destacado del mercado es el tamaño de la demanda. De acuerdo con la encuesta, semanalmente se atienden entre 7 y 12 vehículos, lo que significa que al menos un vehículo diario solicitaría los servicios del taller. Si bien, este número no es excesivo, si es una base sólida para iniciar, si se tiene en cuenta que el emprendimiento tendrá otros servicios como la personalización y el polichado, siendo este último un servicio rápido y de rotación mayor, que puede generar un incremento en el tamaño de la demanda para el taller.

De la misma manera, el precio es uno de los aspectos de mercado indispensables en el estudio de producto, incluido dentro de las 4Ps del marketing. Si bien, con en el análisis de mercado realizado antes de la encuesta, se pueden conocer los rangos de precios de los servicios, el estudio además arrojó que, los servicios objeto de este estudio se encuentran por encima de los precios del mercado general, lo que sigue representando una oportunidad de estabilización de la rentabilidad y la posibilidad de incursionar con promociones que den a conocer el taller, sin sacrificar el margen de ganancia.

Por otra parte, el grado de calidad del servicio evidenciado en la investigación, determino como las empresas dan mucha importancia y relevancia a la forma de cómo se ofrecen los servicios de calidad, para generar la satisfacción del cliente al recibir un buen servicio. La investigación tuvo como referencia la calidad de los productos como latonería, pintura, cumplimiento, precios, garantía; generando un porcentaje similar en todos los servicios, considerando que el cliente hace mucho énfasis en un buen servicio en general.

En las encuestas se evidencia que, la mayor importancia que el cliente da a la hora de obtener un servicio de latonería, pintura y otros, es el cumplimiento, el buen servicio y calidad en los productos o materiales. Conocer a los competidores, su participación en el mercado y las estrategias que emplean proporciona información valiosa para posicionar la empresa ofreciendo un buen servicio de calidad adecuadamente a cada uno de los clientes.

#### **8.4. Clientes**

Los potenciales clientes valoran un buen servicio, donde hay calidad, cumplimiento, garantía y por su puesto el precio, la satisfacción del cliente es que el servicio obtenido sea de alta calidad y obtener garantía por los servicios brindados en el mantenimiento de su vehículo sin tener que recurrir a sobre costos.

Los clientes a los que la empresa proyecta dirigir sus servicios son personas naturales o jurídicas privadas o públicas, que tengan dentro de sus bienes un vehículo automotor.

Aunque no es un determinante excluyente el estrato socioeconómico, si es importante que el cliente tenga un poder adquisitivo medio o alto, dado que estos servicios no son considerados dentro de la canasta de productos básicos o necesarios, más bien están catalogados como “lujos” y son prescindibles en una situación económica precaria.

Para la atención de estos clientes, es primordial establecer un sistema de comunicación que sea rápido y efectivo, que facilite al cliente expresar sus inquietudes en cualquier etapa del servicio.

#### **8.5. Competencia**

En la visita realizada a los diferentes talleres de latonería y pintura localizados en la ciudad de Neiva, se logró identificar que, en algunos, las instalaciones donde se prestan los servicios son insuficientes, creando inconformismo en los clientes. También se evidenció que otros talleres, no tienen una buena distribución, ni se implementan sistemas de seguridad en sus locaciones.

Teniendo en cuenta estos factores, la empresa ha diseñado un plano de distribución de las instalaciones, con personal calificado, innovación de los equipos, maquinaria y herramientas que se utilizarán para desarrollar los procesos. Se tendrá tecnología administrativa con programas

técnicos adecuados que faciliten la comprensión de los procesos por parte del cliente, buscando la satisfacción y entrega oportuna de los servicios ofrecidos.

**Tabla 8 Talleres Municipio de Neiva**

*Talleres Municipio de Neiva*

| <b>Taller</b>                       | <b>Dirección</b>   | <b>Función</b>      | <b>Tipo sociedad</b> |
|-------------------------------------|--------------------|---------------------|----------------------|
| <b>Auto chispas</b>                 | Cll 12 25 02 loc 1 | Latonería y pintura | Persona natural      |
| <b>El taller</b>                    | Cll 12 25 02 loc 2 | Latonería y pintura | Persona natural      |
| <b>Mecánica automotriz Calderón</b> | Crr 12 7 34        | Mecánica            | Persona natural      |
| <b>Talleres Frank</b>               | Zona industrial    | Latonería y pintura | Persona natural      |

FUENTE: propia

Teniendo en cuenta los diferentes talleres, no todos están especializados en ofrecer los servicios, lo que también puede significar una ventaja para la creación de la empresa y ofrecer los servicios a nivel local y regional.

## **8.6. Estrategias de venta**

De acuerdo con el perfil del cliente, se pueden crear estrategias de venta que tengan las siguientes características.

### **8.6.1. Concepto de Producto o servicio**

En el taller de latonería y pintura automotriz es muy importante que los clientes actuales y futuros sepan cuales son los servicios que ofrece la empresa, estos productos serán ofrecidos por medio de redes sociales, publicidad en el lugar de la empresa de forma visual bien llamativa para

buscar el interés de los clientes. Utilizando letreros de cada uno de estos servicios que puede tener un taller de pintura automotriz:

## PROCESO DEL SERVICIO

### **1. Ingresar el Auto**

Se le da ingreso al vehículo para su respectiva diagnóstico

### **2. Evaluar y reparar golpes y abolladuras**

Se deduce y arregla el daño total causado por un accidente, para saber hasta dónde llega la afección, es decir, si solo es superficial o tuvo consecuencias estructurales, y así saber qué se tendrá que hacer para su reparación.

### **3. Se latonea o solda la parte afectada**

Después de revisado procede a latonear (enderezar) la parte afectada, y procede a darle una capa de masilla.

### **4. Enmasillar la parte Afectada**

Se enmasilla la parte más expuesta al daño causado, se procede dejar un tiempo de 15 minutos para revisar y pulir la masilla colocada en el vehículo.

### **5. Se lija la masilla en la parte afectada**

Se hace una limpieza y se lija la masilla instalada en la parte afecta o daño del vehículo. La pintura del vehículo debe conservarse por lo que se sugiere pulir el carro y hacer una descontaminación hará que la estética del auto se mantenga en buenas condiciones.

### **6. Corregir pintura**

Recuérdale a tu cliente que es valioso que tome en cuenta la calidad del trabajo antes que el precio, pues cuando se hace una pintada económica, esta puede ser mala, ya sea que el tono no

se haya igualado correctamente o que con un pequeño golpe se empiece a descascarar; por lo que en tu taller puedes tener este servicio para corregir estos problemas.

### 7. Pulir y restaurar pintura vehículo

Los faros y calaveras también necesitan un mantenimiento para que así los conductores puedan ver bien al momento de prender las luces, por lo que a veces es necesario realizar un pulido, cambio o restauración de estas zonas para que realicen bien su función.

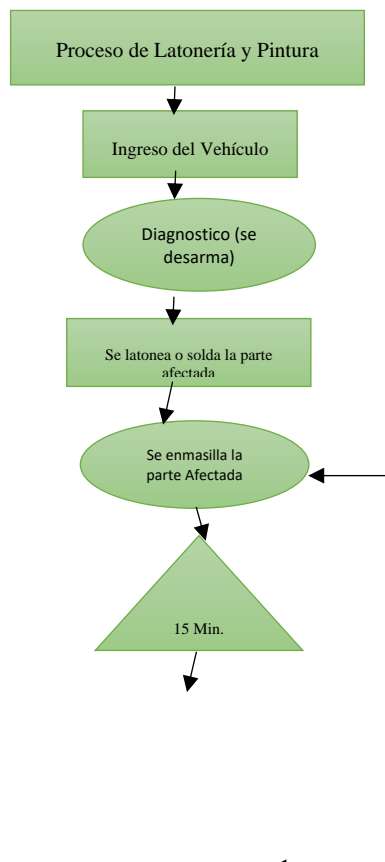
### 8. Aplicar lavado y recubrimiento de superficies

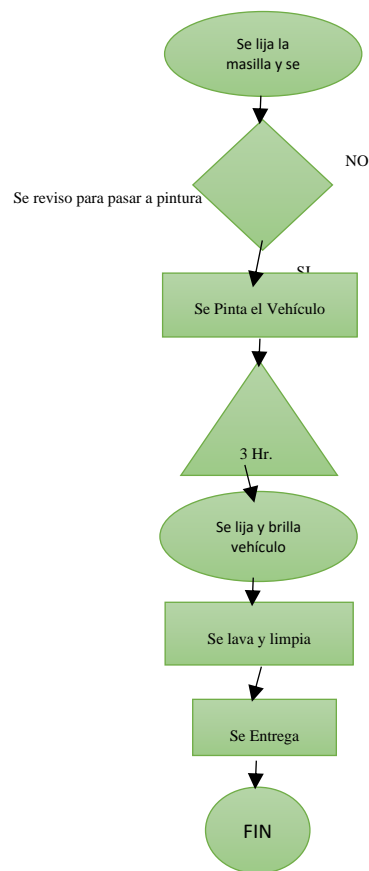
Hacer un recubrimiento de superficies por medio de un pulimento o de cera para autos es fundamental dentro del mundo de la estética automotriz, pues ayudan a que la pintura se proteja y su tiempo de vida se alargue, además de que origina una capa de protección en el vehículo.

### 9. Entrega vehículo

Después de haber realizado el proceso completo de arreglo y mantenimiento del vehículo a satisfacción del cliente, se hace entrega del vehículo.

**Figura 8 Diagrama de procesos**





FUENTE: propia - Word

### 8.6.2. Estrategia de distribución

La estrategia de distribución se fundamenta en la atención al cliente de forma directa en el punto donde se encuentra ubicada la empresa, es decir la Comuna 5, barrio Siete de Agosto, donde están los talleres y oficina principal, en el lugar de desarrollo del proyecto.

Como el principal objetivo es la atención del cliente en el lugar de la empresa, siendo un sitio de fácil acceso y visible para los clientes potenciales. Esto permitiría a los clientes ver la calidad como se trabaja y los servicios y productos que ofrecemos a cada persona.

Se Tendrá el manejo de redes sociales y pagina web de la empresa donde se estará informando al cliente sobre el avance de la obra contratada.

### **8.6.3. Estrategia de precio**

De acuerdo con la investigación efectuada en las encuestas, el cliente prioriza el precio, por ello es fundamental que la estrategia de servicios de latonería y pintura se enfoque en ofrecer precios competitivos que hagan la diferencia frente a los demás competidores en el mercado, un buen precio debe ser competitivo, tendiendo siempre en cuenta la calidad del servicio y garantía de sus reparaciones. Los clientes de la empresa deben quedar satisfechos con el servicio prestado de calidad y con los precios ofrecidos por la empresa. De esta manera el precio final sea atractivo para nuestros clientes potenciales, pero también deben ser justos para cubrir los costos de los procesos y obtener utilidades. Finalmente, en esta estrategia se tiene en cuenta la competencia, por los precios puesto que en el mercado la estrategia ha estado encaminada principalmente en el costo/utilidad de los procesos Latonería y pintura. Esta estrategia estará mayormente relacionada con la calidad, garantía y cumplimiento personalizado, respetando en torno al cuidado del medio ambiente.; incluyendo servicios de asesoría en los procesos.

### **8.6.4. Estrategia de Promoción**

Las actividades de promoción sirven para estimular la posible llegada de más clientes, y hace que se puedan interesar en tomar el producto o servicio que ofrece la empresa.

La realización de campañas conjuntas ya sea entre empresas, organizaciones o individuos, se deben tomar como una estrategia poderosa y beneficios para todas las partes involucradas que permite llegar a una audiencia más amplia al combinar las bases de clientes o seguidores de ambas partes. Esto aumenta la visibilidad de la campaña y alcanza a nuevos públicos potenciales.

Se Participará en eventos comunitarios, como ferias y festivales, en los que se puedan brindar promociones especiales por tiempo limitado a la duración del evento; Se plantea

descuentos del 10% a los primeros 10 clientes que lleguen a solicitar servicios, durante el evento. con el fin de crear oportunidades y darse a conocer, para establecer conexiones estratégicas y aumentar la visibilidad de la marca, estos eventos reúnen a profesionales de distintos sectores, proporcionando un entorno propicio para establecer relaciones comerciales claves.

Se buscará participar en eventos Virtuales, estos pueden ser una forma efectiva de llegar a innumerables clientes y promocionar la empresa. Se organizará contenido y sesiones de preguntas y respuestas en línea para interactuar con los clientes potenciales y durante ellos presentar descuentos especiales por ser cliente nuevo.

#### **8.6.5. Estrategia de comunicación**

La comunicación frecuente con los clientes es clave para la satisfacción del cliente y la resolución efectiva de problemas. Es importante proporcionar al cliente información clara sobre el proceso y calidad de servicio a ofrecer. Además, la empresa deberá mantener una comunicación con el cliente después del servicio para asegurarse de que este no presente ningún imperfecto y se mantenga en buenas condiciones, para atender cualquier problema o inquietud que surja después de la entrega.

Algunas estrategias de comunicación que se utilizaran en la ejecución de este proyecto son:

Realizar Campañas de Publicidad efectivas a través de medios de comunicación masivos como las redes sociales, cuñas radiales, se pautarán dos cuñas radiales semanales por valor de \$150.000 estas deben dirigirse a la población objetivo, enfatizando en la durabilidad, el ahorro a largo plazo y la calidad del producto o servicio. Se utilizarán medios de comunicación efectivos y económicos, como 1000 folletos o volantes con un costo de \$100.000. Las campañas publicitarias desempeñan un papel crucial para las empresas en el entorno empresarial actual.

### **8.6.6. Estrategia de servicio**

La prestación del servicio post venta y las garantías de servicio son aspectos muy importantes en cualquier negocio, incluyendo las empresas del sector automotriz. A continuación, se describen algunos de los procedimientos y políticas que la empresa implementara para asegurar la satisfacción del cliente y proteger su imagen.

#### **\*Proporcionar Servicios Postventa**

Para mantener a los clientes satisfechos, se ofrece servicios postventa, como es el nuevo mantenimiento y reparaciones en caso de mala calidad comprobada en el servicio prestado, por lo cual se hace necesario. La provisión de servicios postventa es la satisfacción del cliente, fundamental para la retención y fidelidad a largo plazo.

#### **\*Testimonios de Clientes Satisfechos**

Al utilizar testimonios de clientes satisfechos, se puede aumentar la credibilidad y confianza en la marca. Se pueden utilizar recomendaciones de clientes satisfechos para atraer nuevos clientes. Cuando los clientes potenciales ven que otras personas han tenido experiencias positivas, es más probable que confíen en la empresa y se sientan seguros para tomar el servicio y actúan como una validación de la calidad del producto o servicio ofrecido por la empresa. La experiencia positiva compartida por otros clientes refuerza la idea que la empresa cumple con sus promesas y ofrece soluciones efectivas.

#### **\*Control de Calidad**

Es importante implementar un sistema de control de calidad durante la prestación de este servicio. Esto incluye inspecciones regulares de los materiales, procesos y productos terminados para asegurar que cumplen con las especificaciones y los estándares de calidad requeridos. Además, los empleados deben recibir capacitación en los procedimientos de control de calidad y en la detección y corrección de posibles defectos.

### \*Garantías del Servicio

Las garantías del servicio incluirán diferentes tipos de coberturas y plazos, dependiendo del tipo de servicio ofrecido. Por ejemplo, una garantía puede cubrir los defectos de alistado y/o los problemas en la aplicación de las pinturas, Para ello, la empresa informará al cliente sobre las garantías disponibles y este será quien elija la opción más adecuada a sus necesidades.

Estas garantías brindan confianza al cliente al respaldar la calidad y la fiabilidad del bien o servicio. Saber que hay una garantía ofrece tranquilidad al cliente y reduce la percepción de riesgo asociada con la compra, también, proporciona a los clientes seguridad en su inversión. Saber que, en caso de cualquier problema, tienen opciones para reparación, reemplazos, y aumenta la disposición de los clientes para realizar la compra.

### \*Enfatizar en los Beneficios Ambientales y Durabilidad

El cliente valora el impacto ambiental del producto y su durabilidad a largo plazo. Por lo tanto, es importante resaltar los beneficios ambientales del uso de materiales reciclables y la durabilidad del servicio ofrecido.

Enfocarse en la comunicación persuasiva es esencial. Las campañas publicitarias deben ser diseñadas de manera que resalten los aspectos del servicio, como la durabilidad, el ahorro a largo plazo y la calidad del servicio entregado. Esto implica la creación de mensajes impactantes que comuniquen estos beneficios de manera clara y convincente.

### \*Acceso a Recursos y Financiamiento.

La colaboración con organizaciones locales puede facilitar el acceso a recursos adicionales y posibles fuentes de financiamiento. Esto es especialmente valioso para ayudar en la inversión de planta y equipo para optimizar la prestación del servicio.

Gestionar recursos, ya sea para personal, tecnología o instalaciones, puede ayudar a reducir los costos operativos para todas las empresas.

### 8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado

Aquí se relaciona el presupuesto y posibles gastos para la realización de cada una de las estrategias que generan gastos.

**Tabla 9 Presupuesto Mezcla de Mercado**

*Presupuesto Mezcla de Mercado*

| <b>Estrategia</b>               | <b>Descripción</b>                                                             | <b>Cantidad</b>                    | <b>Costo</b>      |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| Investigación de mercado        | Se realiza por medio de encuestas a diferentes talleres en la ciudad de Neiva. | 33 encuestas a diferentes talleres | 1.520.000         |
| Desarrollo de producto servicio | Realizar proceso del producto                                                  | 1                                  | 10.000.000        |
| Distribución y logística        |                                                                                | 1                                  | 20.000.000        |
| Promoción y publicidad          |                                                                                | 12                                 | 12.000.000        |
| Post venta                      |                                                                                | 12                                 | 12.000.000        |
| Comunicación                    | Medios de comunicación y distribución folletos                                 | 12                                 | 8.400.000         |
| Servicios                       | Control calidad, garantías, beneficios, acceso<br>financiamiento               | 12                                 | 20.000.000        |
| <b>Total</b>                    |                                                                                |                                    | <b>97.600.000</b> |

FUENTE: propia

### 8.6.8. Estrategia de Aprovisionamiento

Para este proyecto, existen varios proveedores que desempeñan un papel importante para la adquisición de materias primas necesarias, para poder llevar a cabo el desarrollo de este proyecto de manera eficiente y garantizada, como son:

Proveedores de materias primas e insumos

Estos son esenciales para adquirir materiales como masillas, thinner, solventes, catalizadores, bases, pinturas y entre otros. Todos ellos con características en común, una de ellas es que son proveedores con capacidad de abastecimiento al por mayor en caso de ser requerido, también cuentan con despacho de la mercancía sin tener que ir directamente a sus instalaciones, ofrecen descuentos por fidelidad del cliente y hay materiales que los ofrecen a mejores precios sin la necesidad de desmejorar la calidad del producto a entregar.

### **Tabla 10 Proveedores**

#### *Proveedores*

| <b>Proveedores</b> | <b>Detalle</b>                                                                                                                     |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pinturas san pedro | Ofrece gran variedad de pinturas, barniz y catalizadores de marca reconocidas y finas del mercado y son conocidos a nivel nacional |
| Pintecol           | Ofrece todo tipo de materiales para el alistado y acabado automotriz, a precios asequibles                                         |
| Disolpin           | Ofrece amplia gama de productos para el alistado y acabado de pintura automotriz                                                   |
| Pinturas el rolo   | Ofrece todo lo relacionado a materiales de alta calidad para la preparación y acabado de pintura automotriz                        |
| Gama color         | Cuentan con preparadores, combinadores de pinturas para el acabado automotriz.                                                     |

FUENTE: propia

## Módulo 9. De operación

### 9.1. Ficha Técnica

**Tabla 11** Ficha técnica

*Ficha técnica*

| <b>Ítems</b>                  | <b>Descripción</b>                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Servicio específico</b>    | Latonería, pintura y polichado automotriz                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Nombre comercial</b>       | Car Detailing- detallando autos                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Unidad de medida</b>       | Unidad (unidad de vehículos reparados)                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Descripción general</b>    | <p>Car Detailing es un taller automotriz que ofrece servicios de latonería, pintura y polichado, ubicado en la ciudad de Neiva en el barrio 7 de agosto y cuenta con instalaciones adecuadas y personal capacitado para dar soluciones a las necesidades de los clientes.</p> |
| <b>Condiciones especiales</b> | <p>Car Detailing te ofrece desde reparaciones muy simples como rayones, deterioro, sumaduras y abolladuras, hasta reparaciones más complejas que van desde choques fuertes hasta volcamientos y siniestros.</p>                                                               |
| <b>Composición</b>            | <p>Para este tipo de trabajos Car Detailing dispone desde el personal idóneo, herramientas necesarias y materiales de excelente calidad que permiten perfectos acabados para dar cumplimiento y garantía a los clientes.</p>                                                  |

FUENTE: propia

## 9.2. Descripción del proceso

**Tabla 12 Descripción del proceso de latonería, pintura y polichado**

*Descripción del proceso de latonería, pintura y polichado*

| Actividades Del Proceso                   | Tiempo Estimado De Realización | Cargos Que Participan En La Actividad | Número De Personas Que Intervienen Por Cargos | Equipos Y Maquinaria Que Se Utilizan. Capacidad De Producción Por Maquinaria (Cantidad De Producto/ Unidad De Tiempo). |
|-------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diagnostico (Valoración)                  | 30 A 60 Minutos                | Gerente                               | 1                                             | N/A                                                                                                                    |
| Desarme De Partes De Las Piezas Afectadas | 1-2 Horas                      | Latonero, Ayudante                    | 2                                             | Desarmadores, Llaves, Herramienta De Mano.                                                                             |
| Enderezado De Las Piezas                  | 2-4 Horas                      | Latonero, Pintor,                     | 1                                             | Pulidora, Taladro, Martillos, Aguantadores, Escofina.                                                                  |
| Alistado Para Pintar                      | 4-8 Horas                      | Ayudante                              | 2                                             | Compresor, Espátulas, Manguera, Pistolas.                                                                              |
| Aplicación De Pintura                     | 1-2 Horas                      | Pintor                                | 1                                             | Compresor, Manguera, Pistolas.                                                                                         |
| Armado De Partes De Las Piezas Pintadas   | 1-2 Horas                      | Latonero, Ayudante                    | 2                                             | Desarmadores, Llaves, Herramienta De Mano.                                                                             |
| Polichado Y Acabado Para La Entrega       | 8-16 Horas                     | Pintor, Ayudante                      | 2                                             | Polichadora, Disco De Pulir (Pomo), Instalación De Corriente.                                                          |
| Entregar Y Recibir Pago                   | 30 A 60 Minutos                | Gerente                               | 1                                             | N/A                                                                                                                    |

FUENTE: propia

### 9.3. Estado de desarrollo

Actualmente la empresa se encuentra en marcha, ejecutando y ofreciendo actividades de servicio de latonería y pintura, cuenta con personal idóneo y con experiencia en la realización de esta actividad, se están adelantando gestiones de constitución, registro, permisos legales, licencias y formalización, también trabaja en infraestructura y organización del personal para brindar bienestar y estabilidad a sus colaboradores. Igualmente, se está recibiendo asesoría técnica, para la elaboración del plan de negocios, por parte de Centro Progresá UNIMINUTO Neiva.

### 9.4. Plan de producción

**Tabla 13 Plan de producción incremento anual 5%**

*Plan de producción incremento anual 5%*

| <b>Trabajo</b>   | <b>Cantidad x mes</b> | <b>Cantidad año 1</b> | <b>Cantidad año 2-<br/>5%</b> |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------|
| <b>latonería</b> | 13                    | 156                   | 164                           |
| <b>pintura</b>   | 23                    | 276                   | 290                           |
| <b>polichado</b> | 8                     | 96                    | 101                           |
| <b>Total</b>     | 44                    | 528                   | 555                           |

FUENTE: Propia

### 9.5. Proyección de ventas

**Tabla 14 Proyección de ventas incremento anual 5%**

*Proyección de ventas incremento anual 5%*

| <b>Trabajo</b>   | <b>Cantida<br/>d x mes</b> | <b>Valor x mes</b> | <b>Cantida<br/>d año 1</b> | <b>Valor x año</b> | <b>Cantidad<br/>año 2</b> | <b>Valor</b>  |
|------------------|----------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------|---------------------------|---------------|
| <b>latonería</b> | 13                         | \$3.900.000        | 156                        | \$46.800.000       | 164                       | \$49.140.000  |
| <b>pintura</b>   | 23                         | \$8.050.000        | 276                        | \$96.600.000       | 290                       | \$101.430.000 |

|                  |    |              |     |               |     |               |
|------------------|----|--------------|-----|---------------|-----|---------------|
| <b>polichado</b> | 8  | \$1.600.000  | 96  | \$19.200.000  | 101 | \$20.160.000  |
| <b>Total</b>     | 44 | \$13.550.000 | 528 | \$162.600.000 | 555 | \$170.730.000 |

FUENTE: propia

## 9.6. Requerimientos de inversión

### 9.6.1. Lugar de operación

En la actualidad el taller se encuentra ubicado en el barrio 7 de agosto, comuna cinco, calle 11 # 25-02 de la ciudad de Neiva, sobre la avenida principal del barrio, cuenta con un espacio aproximado de 100 metros cuadrados, suficientes para albergar 10 carros y desarrollar los trabajos requeridos.

### 9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

**Tabla 15 Requerimientos de Maquinaria, Planta y Equipo**

*Requerimientos de Maquinaria, Planta y Equipo*

| <b>Tipo de activo</b>          | <b>Descripción</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Requisitos técnicos</b>                       | <b>Total</b> |
|--------------------------------|---------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------------------------------|--------------|
| Infraestructura y adecuaciones | Local comercial     | 1               | 700.000               | Área aprox 100 m <sup>2</sup>                    | 700.000      |
| Maquinaria y equipo            | Compresor           | 1               | 1.500.000             | 100 libras de presión                            | 1.500.000    |
|                                | Taladro             | 1               | 300.000               | 110 v                                            | 300.000      |
|                                | Pulidora            | 3               | 400.000               | 110 v                                            | 1.200.000    |
|                                | Pistolas            | 5               | 100.000               | Media presión                                    | 500.000      |
|                                | Equipo de soldadura | 1               | 1.400.000             | 110 v<br>En acero con mangos gruesos para golpeo | 1.400.000    |
|                                | Palancas            | 10              | 60.000                |                                                  | 600.000      |

| Tipo de activo                       | Descripción           | Cantidad | Valor unitario | Requisitos técnicos             | Total     |
|--------------------------------------|-----------------------|----------|----------------|---------------------------------|-----------|
|                                      | Llaves                | 70       | 20.000         | En acero resistente al desgaste | 1.400.000 |
| Equipo de comunicación y computación | Computador            | 1        | 800.000        | Ram 8gb- disco SSD 512 gb       | 800.000   |
|                                      | Teléfono móvil        | 1        | 400.000        | Básico                          | 400.000   |
|                                      | Teléfono fijo         | 1        | 120.000        | Línea fija Resistencia          | 120.000   |
| Muebles y enseres y otros            | Sillas                | 4        | 50.000         | Max de peso 90 kg               | 200.000   |
|                                      | Silla de escritorio   | 1        | 150.000        | Silla ejecutiva Resistencia     | 150.000   |
|                                      | Escritorio            | 1        | 500.000        | Max de peso 100 kg              | 500.000   |
|                                      | Licencias y registros |          | 2.000.000      |                                 |           |
|                                      | Servicios públicos    |          | 450.000        |                                 |           |
| Gastos preoperativos                 | Cámara de comercio    | 1        | 300.000        |                                 |           |

FUENTE: propia

### 9.7. Plan de compras

Se calcula los insumos para la semana, de acuerdo con el volumen de trabajo

**Tabla 16 Plan de Compras**

*Plan de Compras*

| Materia prima | unidad   | cantidad | Valor     |
|---------------|----------|----------|-----------|
| masilla       | cuarto   | 4        | \$140.000 |
| lijas         | unidades | 40       | \$80.000  |
| Base          | cuarto   | 2        | \$70.000  |
| fondo         | cuarto   | 4        | \$50.000  |
| Thinner       | galón    | 3        | \$90.000  |
| solvente      | galón    | 2        | \$150.000 |
| barniz        | galón    | 1        | \$150.000 |
| catalizador   | cuarto   | 2        | \$80.000  |

|                     |          |    |                    |
|---------------------|----------|----|--------------------|
| Oxigeno (soldadura) | libras   | 20 | \$50.000           |
| carburo             | kilos    | 5  | \$60.000           |
| rubí                | cuarto   | 1  | \$40.000           |
| ceras               | unidades | 5  | \$120.000          |
| <b>Total</b>        |          |    | <b>\$1.080.000</b> |

FUENTE: propia

## Módulo 10. De organización

### 10.1. Estrategia organizacional

#### Misión:

Car Detailing es una empresa del sector automotriz que realiza trabajos de reparación y mantenimiento de latonería y pintura, atendiendo a estándares de alta calidad que la hacen líder en la realización de estos trabajos, en la ciudad de Neiva.

#### Visión:

Car Detailing, Se proyecta ser en el año 2028 una empresa reconocida en el sur de Colombia, para la realización de trabajos relacionados con la reparación de autos en la línea de latonería y pintura, acorde con los avances de la industria automotriz.

#### Valores Corporativos:

La empresa practica entre sus clientes y colaboradores, valores como: Responsabilidad, solidaridad, cumplimiento, calidad, experiencia, trabajo en equipo, comunicación asertiva.

#### Figura 9 Logo

*logo*



FUENTE: Diego Pajoy

## 10.2. Matriz DOFA

**Nombre de la empresa: CAR DETAILING**

**Tabla 17 Análisis DOFA**

### *Análisis DOFA*

| Fortalezas:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Debilidades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal altamente capacitado y con experiencia</li> <li>• Experiencia Laboral y conocimiento del mercado</li> <li>• Contratación con empresas</li> <li>• Logística y cumplimiento de los trabajos</li> <li>• Personal capacitado</li> <li>• Ubicación estratégica</li> <li>• Relaciones solidas con proveedores</li> <li>• Instalaciones y equipos modernos</li> <li>• Amplia gama de servicios ofrecidos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de capacitación o experiencia del personal</li> <li>• Falta de personal para la atención al cliente</li> <li>• Falta de publicidad y propaganda</li> <li>• Incumplir con las entregas</li> <li>• Deficiencia en las instalaciones o equipos</li> <li>• Problemas de gestión financiera</li> </ul> |
| Oportunidades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Amenazas:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• La demanda de compra de autos, por ende, aumentan los clientes</li> <li>• El índice de accidentalidad beneficia el mercado</li> <li>• Ser unos de los mejores talleres del sector</li> <li>• Hay pocos talleres en la zona</li> <li>• Aumento en la demanda de servicios y reparación de vehículos</li> <li>• Convenios con aseguradoras y o compañías privadas.</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos elevados</li> <li>• Competencia fuerte</li> <li>• Innovaciones tecnologías</li> <li>• Cambios en la legislación o normativas ambientales</li> <li>• Temporada de lluvia.</li> <li>• Cambios en la normativa vigente</li> </ul>                                                                   |

FUENTE: propia

### 10.3. Organismos de apoyo

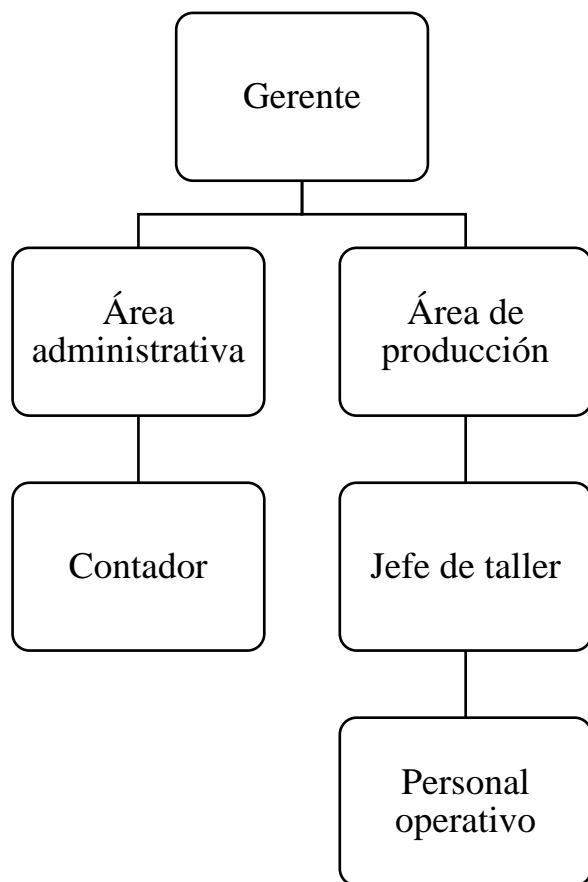
Actualmente con Centro Progresas, UNIMINUTO Neiva, se viene apoyando el proyecto, mediante la asesoría técnica y financiera; igualmente el SENA con su programa fondo emprender y capital semilla, ofreciendo asesorías y acompañamiento para la ejecución, formalización y asignación de los recursos para este proyecto.

También a la empresa el taller que ha sido de gran apoyo ayuda y guía, a empresas como INCIHUILA, electrificadora del huila que creen en los trabajos y servicios que ofrece este proyecto.

### 10.4. Estructura organizacional

**Figura 10 Organigrama**

*organigrama*



**Tabla 18 Estructura Organizacional***Estructura Organizacional*

| <b>Nombr<br/>e del<br/>cargo</b> | <b>Funcio<br/>nes<br/>princip<br/>ales</b>                                               | <b>Forma<br/>cion</b>                         | <b>Experi<br/>encia<br/>genera<br/>l<br/>(años)</b> | <b>Experi<br/>encia<br/>especif<br/>ica<br/>(años)</b> | <b>Tipo de<br/>contrat<br/>acion</b> | <b>Dedicacio<br/>n de<br/>tiempo<br/>(completo<br/>, tiempo<br/>parcial)</b> | <b>Uni<br/>dad</b> | <b>Remunera<br/>cion<br/>(pesos)</b> | <b>Mes<br/>de<br/>vincul<br/>acion</b> |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>Gerente</b>                   | Atender los diferentes clientes y proveedores, coordinar y asignar funciones compromisos | Bachiller                                     | 10 años                                             | 7 años                                                 | Prestación de servicios              | Tiempo completo                                                              | Horas              | 1.700.000                            | Enero                                  |
| <b>Contador público</b>          | Encargado de la contabilidad de la empresa                                               | Profesional universitario de contador público | 2 años                                              | 1 año                                                  | Prestación de servicios              | Tiempo parcial                                                               | Horas              | 1.000.000                            | Enero                                  |
| <b>Jefe de taller</b>            | Dirigir y supervisar las tareas asignadas al personal técnico (pintores,                 | Bachiller                                     | 15 años                                             | 5 años                                                 | Obra labor                           | Tiempo completo                                                              | Horas              | 1.600.000                            | Enero                                  |

| Nombre del cargo | Funciones principales                  | Formación | Experiencia general (años) | Experiencia específica (años) | Tipo de contratación | Dedicación de tiempo (completo, tiempo parcial) | Unidad | Remuneración (pesos) | Mes de vinculación |
|------------------|----------------------------------------|-----------|----------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------|--------|----------------------|--------------------|
|                  | latoneros)                             |           |                            |                               |                      |                                                 |        |                      |                    |
| <b>Latonero</b>  | Desarme, armado y enderezado de piezas | Primaria  | 3 años                     | 1 año                         | Obra labor           | Tiempo completo                                 | Horas  | 1.500.000            | Enero              |
| <b>Pintor</b>    | Alistar, preparar y dar acabado        | Primaria  | 5 años                     | 2 años                        | Obra labor           | Tiempo completo                                 | Horas  | 1.600.000            | Enero              |
| <b>Ayudante</b>  | Apoyar donde se requiera               | Primaria  | 1 año                      | 1 año                         | Obra labor           | Tiempo completo                                 | Horas  | \$1.300.000          | Enero              |

FUENTE: propia

### 10.5. Aspectos legales

**Normatividad Comercial:** Tipo de empresa PYME y privada, código CIU 4520, tipo de sociedad SAS (sociedad por acciones simplificadas), dedicada a prestar servicio de latonería, pintura y polichado automotriz.

Los aspectos legales y normativos que debe cumplir la empresa son:

\*Creación y registro de estatutos, en la cámara de comercio de Neiva.

\*Licencia de funcionamiento en la alcaldía municipal.

\*Inscripción del RUT en las oficinas de la DIAN.

\*Licencia ambiental y permisos de uso del suelo, CAM y secretaria de planeación y ordenamiento.

Actualmente se está adelantando trámites con todo lo relacionado a la normatividad tributaria, laboral, técnica y ambiental que la reglamenta.

## 10.6. Costos Administrativos

**Tabla 19 Costos Administrativos**

*Costos Administrativos*

| Nombre del cargo        | Enero     | Febrero   | Marzo     | Abril     | Mayo      | Junio     | Julio     | Agosto    | Septiembre | Octubre   | Noviembre | Diciembre    | Total anualidad   |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|--------------|-------------------|
| Gerente                 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000  | 1.700.000 | 1.700.000 | 1.700.000    | 20.400.000        |
| Contador publico        | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000  | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000    | 12.000.000        |
| Gastos administrativos  |           |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |              |                   |
| Arriendo                | 700.000   | 700.000   | 700.000   | 700.000   | 700.000   | 700.000   | 700.000   | 700.000   | 700.000    | 700.000   | 700.000   | 700.000      | 8.400.000         |
| Agua                    | 150.000   | 150.000   | 150.000   | 150.000   | 150.000   | 150.000   | 150.000   | 150.000   | 150.000    | 150.000   | 150.000   | 150.000      | 1.800.000         |
| Energía                 | 180.000   | 180.000   | 180.000   | 180.000   | 180.000   | 180.000   | 180.000   | 180.000   | 180.000    | 180.000   | 180.000   | 180.000      | 2.160.000         |
| Internet                | 80.000    | 80.000    | 80.000    | 80.000    | 80.000    | 80.000    | 80.000    | 80.000    | 80.000     | 80.000    | 80.000    | 80.000       | 960.000           |
| Registros y licencias   | 2.000.000 |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |              | 2.000.000         |
| Cámara de comercio      | 200.000   |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |              | 200.000           |
| Gastos de investigación | 1.520.000 |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |              | 1.520.000         |
|                         |           |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           | <b>Total</b> | <b>49.440.000</b> |

FUENTE: propia

**Tabla 20 Costos de producción mano de obra***Costos de producción mano de obra*

|                 | Enero     | Febrero   | Marzo     | abril     | Mayo      | Junio     | Julio     | Agosto    | Septiemb<br>re | Octubre   | Noviemb<br>re | Diciembre    | Total año         |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|-----------|---------------|--------------|-------------------|
| <b>Latonero</b> | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000 | 1.500.000      | 1.500.000 | 1.500.000     | 1.500.000    | 18.000.000        |
| <b>Pintor</b>   | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000      | 1.600.000 | 1.600.000     | 1.600.000    | 19.200.000        |
| <b>Ayudante</b> | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000 | 1.300.000      | 1.300.000 | 1.300.000     | 1.300.000    | 15.600.000        |
|                 |           |           |           |           |           |           |           |           |                |           |               | <b>Total</b> | <b>52.800.000</b> |

FUENTE: propia

## Modulo 11. Financiero

### 11.1. Proyección de ingresos

**Tabla 21 Proyección de ingresos**

*Proyección de ingresos anuales*

| Trabajo                 | Cantidad por mes | Enero      | Febrero    | Marzo      | Abril      | Mayo       | Junio      | Julio      | Agosto     | Septiembre | Octubre    | Noviembre  | Diciembre  | Total ingresos año |
|-------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------|
| Latonería               | 13               | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 3.900.000  | 46.800.000         |
| Pintura                 | 23               | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 8.050.000  | 96.600.000         |
| Polichados              | 8                | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 1.600.000  | 19.200.000         |
| Ingresos adicionales ** |                  |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 162.600.000        |
| Repuestos (autopartes)  | 4                | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 900.000    | 10.800.000         |
| Total                   |                  | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 14.450.000 | 173.400.000        |

\*\* Se platea tener ingresos adicionales por comisiones entre el 10 y 20 % en vetas de repuestos.

FUENTE: propia

## 11.2. Proyección de egresos (costos y gastos)

**Tabla 22 Proyección de Egresos**

*Proyección de Egresos anuales*

| <b>Materia prima</b> | <b>enero</b>     | <b>Febrero</b>   | <b>Marzo</b>     | <b>abril</b>     | <b>Mayo</b>      | <b>Junio</b>     | <b>Julio</b>     | <b>Agosto</b>    | <b>Septiembre</b> | <b>Octubre</b>   | <b>Noviembre</b> | <b>Diciembre</b> | <b>Total año</b>  |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Masillas             | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 560.000           | 560.000          | 560.000          | 560.000          | 6.720.000         |
| Lijas                | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000           | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 3.840.000         |
| Base                 | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 280.000           | 280.000          | 280.000          | 280.000          | 3.360.000         |
| Fondo                | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000           | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 2.400.000         |
| Thinner              | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 360.000           | 360.000          | 360.000          | 360.000          | 4.320.000         |
| Solvente             | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000           | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 7.200.000         |
| Barniz Catalizador   | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 600.000           | 600.000          | 600.000          | 600.000          | 7.200.000         |
| Oxigeno (soldadura)  | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 320.000           | 320.000          | 320.000          | 320.000          | 3.840.000         |
|                      | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000           | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 2.400.000         |
| Carburo              | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000           | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 2.880.000         |
| Rubi                 | 160.000          |                  | 160.000          |                  | 160.000          |                  | 160.000          |                  | 160.000           |                  | 160.000          | 160.000          | 1.120.000         |
| Ceras                | 480.000          |                  | 480.000          |                  | 480.000          |                  | 480.000          |                  | 480.000           |                  | 480.000          | 480.000          | 3.360.000         |
| <b>Total</b>         | <b>4.320.000</b> | <b>3.680.000</b> | <b>4.320.000</b> | <b>3.680.000</b> | <b>4.320.000</b> | <b>3.680.000</b> | <b>4.320.000</b> | <b>3.680.000</b> | <b>4.320.000</b>  | <b>3.680.000</b> | <b>4.320.000</b> | <b>4.320.000</b> | <b>48.640.000</b> |

FUENTE: propia

### 11.3. Capital de trabajo

**Tabla 23 Capital de trabajo**

*Capital de trabajo*

| <b>Descripción</b>                     | <b>Valor</b>       |
|----------------------------------------|--------------------|
| Aporte inicial del socio               | 15.000.000         |
| Capital semilla fondo emprender (SENA) | 100.000.000        |
| Crédito entidad financiera             | 20.000.000         |
| <b>Total</b>                           | <b>135.000.000</b> |

FUENTE: propia

## 11.4. Balance general

**Tabla 24 Balance General**

*Balance General*

| CAR DETAILING                                            |                  |                    |
|----------------------------------------------------------|------------------|--------------------|
| NIT: 900556333-0                                         |                  |                    |
| ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA A DICIEMBRE 31 DE 2025 |                  |                    |
| <b>ACTIVO</b>                                            |                  |                    |
| Banco Cta Cte                                            | 47.750.000       |                    |
| Diferido                                                 | 100.000.000      |                    |
| <b>Total Activo Corriente</b>                            |                  | <b>147.750.000</b> |
| Propiedad, Planta y Equipo                               | 9.770.000        |                    |
| <b>Total Activo no Corriente</b>                         | <b>9.770.000</b> |                    |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                                     |                  | <b>157.520.000</b> |
| <b>PASIVO</b>                                            |                  |                    |
| <b>Pasivo Corriente</b>                                  |                  |                    |
| Obligaciones Financieras                                 |                  | 4.000.000          |
| Impuesto de renta                                        |                  | 7.882.000          |
| Ingresos diferidos                                       |                  | 100.000.000        |
| <b>Total pasivo corriente</b>                            |                  | <b>111.882.000</b> |
| <b>Pasivo no corriente</b>                               |                  |                    |
| Obligaciones financieras                                 |                  | 16.000.000         |
| <b>Total pasivo no corriente</b>                         |                  | <b>16.000.000</b>  |
| <b>TOTAL PASIVO</b>                                      |                  | <b>127.882.000</b> |
| <b>PATRIMONIO</b>                                        |                  |                    |
| Capital Social                                           |                  | 15.000.000         |
| Utilidad del ejercicio                                   |                  | 14.638.000         |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>                                  |                  | <b>29.638.000</b>  |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>                         |                  | <b>157.520.000</b> |

FUENTE: propia

## 11.5. Estado de resultados

**Tabla 25 Estado de Resultados**

*Estado de Resultados*

| CAR DETAILING                                                     |                                  |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| NIT: 900556333-0                                                  |                                  |
| ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL DE 1 ENERO A 31 DE DICIEMBRE DE 2025 |                                  |
| <b><u>INGRESOS</u></b>                                            |                                  |
| OPERACIONALES                                                     | 162.600.000                      |
| Latonería                                                         | 46.800.000                       |
| Pintura                                                           | 96.600.000                       |
| Polichado                                                         | <u>19.200.000</u>                |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>                                             | <b><u><u>162.600.000</u></u></b> |
| <b><u>COSTO DE VENTAS</u></b>                                     |                                  |
|                                                                   | 101.440.000,00                   |
| Mano de obra                                                      | 52.800.000                       |
| Materia prima                                                     | 48.640.000                       |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>                                       | <b>61.160.000,00</b>             |
| <b><u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u></b>                              |                                  |
| Honorarios                                                        | 32.400.000                       |
| Arriendo                                                          | 8.400.000                        |
| Servicios                                                         | 4.920.000                        |
| Gastos legales                                                    | 2.200.000                        |
| Gastos de investigación                                           | 1.520.000                        |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                               | <b><u>49.440.000</u></b>         |
| <b><u>Ingresos No Operacionales</u></b>                           |                                  |
| Comisiones                                                        | <u>10.800.000</u>                |
| <b>TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES</b>                            | <b><u><u>10.800.000</u></u></b>  |

|                                        |                   |
|----------------------------------------|-------------------|
| UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTOS | 22.520.000        |
| Impuesto de Renta                      | 7.882.000         |
| <b>UTILIDAD DEL EJERCICIO INTEGRAL</b> | <b>14.638.000</b> |

FUENTE: propia

### 11.6. Punto de equilibrio

**Tabla 26 Punto de Equilibrio**

*Punto de Equilibrio*

| Egresos anuales              |                    |   |
|------------------------------|--------------------|---|
| Gastos anuales               | 49.440.000         | ↓ |
| Costos anuales               | 101.440.000        | ↓ |
| <b>Total egresos anuales</b> | <b>150.880.000</b> |   |
| Ingresos esperados en el año | 162.600.000        | ↑ |

Según los egresos proyectados para el primer año, se calcula que la empresa debe generar ingresos en el año de 150.880.000 millones para estar en su punto de equilibrio

FUENTE: propia

**Tabla 27 Servicios aproximados por año**

*Servicios*

| Servicios                      |                    |
|--------------------------------|--------------------|
| Precio aproximado de latonería | 300.000            |
| Cf/p-cv cantidades a vender    | 503                |
| <b>Total ventas en pesos</b>   | <b>150.880.000</b> |

Para estar en puto de equilibrio la empresa deberá vender en el año aproximadamente 503 unidades de servicio de latonería en el año.

|                                        |         |
|----------------------------------------|---------|
| Precio aproximado de pintura por pieza | 350.000 |
| Cantidades a vender                    | 431     |

|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| Total ventas en pesos | 150.880.000 |
|-----------------------|-------------|

---

Para estar en punto de equilibrio la empresa deberá vender en el año aproximadamente 431 unidades de servicio de pintura por pieza

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| Precio aproximado pintura general | 2.200.000 |
|-----------------------------------|-----------|

|                     |    |
|---------------------|----|
| Cantidades a vender | 69 |
|---------------------|----|

---

|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| Total ventas en pesos | 150.880.000 |
|-----------------------|-------------|

---

Para estar en punto de equilibrio la empresa deberá vender en el año aproximadamente 69 unidades de servicio de pintura general

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| Precio aproximado polichado | 200.000 |
|-----------------------------|---------|

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Cantidades a vender | 754 |
|---------------------|-----|

---

|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| Total ventas en pesos | 150.880.000 |
|-----------------------|-------------|

---

Para estar en punto de equilibrio la empresa deberá vender en el año aproximadamente 754 unidades de servicio de polichado

---

FUENTE: propia

## 11.7. Flujo de caja

**Tabla 28 Flujo de Caja**

*Flujo de Caja*

| CAR DETAILING<br>NIT.900556333-0<br>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO A 31 DE DICIEMBRE 2025<br>METODO INDIRECTO |                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>                                                                            |                     |
| Utilidad neta                                                                                              | 14.638.000          |
| Diferido                                                                                                   | - 100.000.000       |
| Impuesto de renta                                                                                          | 7.882.000           |
| <b>Flujos de efectivo por actividades de operación</b>                                                     | <b>- 77.480.000</b> |
| <b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>                                                                            |                     |
| Maquinaria y equipo                                                                                        | - 6.900.000         |
| Equipo de oficina                                                                                          | - 850.000           |
| Equipo de computo                                                                                          | - 1.320.000         |
| Adecuaciones                                                                                               | - 700.000           |
| <b>Flujo neto de efectivo por inversión</b>                                                                | <b>- 9.770.000</b>  |
| <b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>                                                                       |                     |
| Obligaciones Financieras                                                                                   | 20.000.000          |
| ingresos diferidos                                                                                         | 100.000.000         |
| Capital Social                                                                                             | 15.000.000          |
| <b>Flujo neto por financiamiento</b>                                                                       | <b>135.000.000</b>  |
| Variación en flujo                                                                                         | 47.750.000          |
| Efectivo (banco)                                                                                           | 47.750.000          |
| <b>Flujo de efectivo al final del periodo</b>                                                              | <b>47.750.000</b>   |

FUENTE: propia

## 11.8. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

**Tabla 29 Conclusiones Financieras**

*Conclusiones Financieras*

| INDICADORES FINANCIEROS |                                              |                                                   |      |
|-------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------|------|
| LIQUIDEZ                | LIQUIDEZ CORRIENTE                           | Activo Corriente / Pasivo Corriente               | 132% |
|                         | PRUEBA ACIDA                                 | Activo Corriente – Inventarios / Pasivo Corriente | 132% |
| SOLVENCIA               | 1. Endeudamiento del Activo                  | Pasivo Total / Activo Total                       | 81%  |
|                         | 2. Endeudamiento Patrimonial                 | Pasivo Total / Patrimonio                         | 437% |
|                         | 3. Endeudamiento del Activo Fijo             | Patrimonio / Activo Fijo Neto                     | 299% |
|                         | 4. Apalancamiento                            | Activo Total / Patrimonio                         | 537% |
|                         | 5. Apalancamiento Financiero                 | (UAI / Patrimonio) / (UAII / Activos Totales)     | 537% |
| RENTABILIDAD            | 1. Margen Operacional                        | Utilidad Operacional / Ventas                     | 37%  |
|                         | 4. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto) | Utilidad Neta / Ventas                            | 8%   |
|                         | 5. Rentabilidad Operacional del Patrimonio   | (Utilidad Operacional / Patrimonio)               | 207% |
| ROE                     | UTIL NETA/ ACTIVOS                           |                                                   | 9%   |

FUENTE: propia

De acuerdo con el estudio de mercado, la oferta y demanda de vehículos que se presenta en la actualidad en la ciudad de Neiva y el departamento del Huila se busca la formalización y creación de la empresa CAR DETAILIN- DETALLANDO AUTOS, la cual brindara los servicios de latonería, pintura en general y polichado automotriz.

La empresa preparara sus estados financieros conforme a prácticas contables vigentes y la normatividad tributaria actual.

Para su primer año se enfocará en la organización y formalización a través de la creación y puesta en marcha de objeto social, estableciendo un local totalmente adecuado a las necesidades comerciales, por lo cual el margen de utilidad en su primer año no es el esperado, pero si

cumpliendo con su punto de equilibrio ya que como resultado total muestra utilidad, como se evidencia el indicador de rentabilidad que está por encima del 5%, lo que traduce la rentabilidad que esta produce en relación de su capital invertido, se espera que para los siguientes años experimente un crecimiento exponencial, enfocándose en implementar estrategias de mercadeo agresivas con publicidad y buen servicio que generen reconocimiento y posicionamiento, para atraer clientes.

También se espera sacar el máximo beneficio de las materias primas y los procedimientos de producción para asegurar que se aprovechen al máximo.

Para sus propósitos se presenta un capital de trabajo, indicando sus principales fuentes de financiamiento las cuales comienzan con su capital semilla (aporte del socio), con el cual se puede dar comienzo a la operación, adicionalmente, buscando el apoyo del fondo emprender siendo el principal aliado, la tercera fuente de financiamiento y no menos descartada es la Banca Financiera.

El estado de flujos de efectivo es elaborado utilizando el método indirecto mostrando tanto sus actividades de operación, como de inversión y financiación.

Para el primer año según lo proyectado se presenta una rentabilidad positiva, por encima del 5%, debido a su enfoque de iniciar y organizar la empresa, pero se estima que para los siguientes años la empresa sea más eficiente y rentable gracias a la obtención de nuevos y clientes y el mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos de producción, además de la utilización al máximo de las maquinarias y materias primas. La viabilidad financiera del proyecto se centra en conocimiento del sector, en la organización locativa y de talento humano, la prestación de un buen servicio al cliente, en la alianza con proveedores de materia prima y gremio del mercado automotriz que fidelicen a los clientes, logrando un beneficio común para todos.

|                                         |        |
|-----------------------------------------|--------|
| Utilidad proyectada para el primer año  | 9%     |
| utilidad proyectada para el segundo año | más 5% |
| Utilidad proyectada para el tercer año  | más 9% |

|                            | PROYECCION DE UTILIDAD | INVERSION INICIAL PROYECCION | INVERSION INICIAL SOCIO | PROYECCION DE UTILIDAD | TIR |
|----------------------------|------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------------|-----|
| <b>AÑO 0</b>               | - 135,000,000          | - 135,000,000                | - 15,000,000            | - 15,000,000           |     |
| <b>PRIMER AÑO</b>          | 14,248,000             |                              |                         | 14,248,000             | -5% |
| <b>SEGUNDO AÑO MAS 5%</b>  | 14,960,400             |                              |                         | 14,960,400             | 58% |
| <b>TERCER AÑO MAS 9%</b>   | 16,306,836             |                              |                         | 16,306,836             | 82% |
| <b>CUARTO AÑO MAS 10%</b>  | 17,937,520             |                              |                         |                        |     |
| <b>QUINTO AÑO MAS 10%</b>  | 19,731,272             |                              |                         |                        |     |
| <b>SEXTO AÑO MAS 10%</b>   | 21,704,400             |                              |                         |                        | -6% |
| <b>SEPTIMO AÑO MAS 10%</b> | 23,874,840             |                              |                         |                        | -1% |
| <b>OCTAVO AÑO MAS 10%</b>  | 26,874,840             |                              |                         |                        | 3%  |

## **Módulo 12. Impactos**

### **12.1. Impacto Económico**

El impacto económico de este proyecto es, la generación de ingresos por la prestación de servicios de latonería y pintura de vehículos, igualmente se estará generando rentas al municipio por concepto de pago de impuestos, como también se espera hacer parte de la dinámica del mercado local, comercializando materiales e insumos para la realización de los trabajos a los vehículos.

### **12.2. Impacto Regional**

Dar a conocer este negocio a nivel departamental, ofreciéndole una alternativa a los habitantes de los diferentes municipios, que requieran de un trabajo especializado y de calidad para la refacción de sus vehículos, Se espera generar una dinámica en el sector por cuanto encontrarán en Car Detailing, la empresa ideal, donde se sentirán motivados a realizar sus respectivos trabajos. Dada la calidad, eficiencia de la empresa, así como la satisfacción del cliente, será posible a futuro seguir mejorando en el servicio que se presta, logrando que más clientes de los diferentes municipios lleguen a solicitar el servicio.

### **12.3. Impacto Social**

Contribuir con la sociedad neivana y en general, mediante la generación de nuevos empleos directos, que mejoren el sustento de familias, además se aportara a la disminución de la tasa de desempleo en Neiva, se generaran nuevas oportunidades comerciales directas e indirectas con personas que se dediquen a actividades relacionadas al sector del cual pertenece este proyecto.

#### **12.4. Impacto Ambiental**

Al desarrollar este proyecto, se espera aportar al medio ambiente, desarrollando una cultura ambientalista, que iniciara con la clasificación responsable y constante de los residuos, ubicándolos debidamente donde corresponde, de igual forma, se realizaran las adecuaciones necesarias para la purificación de las sustancias que se expanden al aire y deterioran la calidad del oxígeno, con este espacio adaptado y dispositivos anexos, se busca reducir el impacto contaminador; otra medida que se plantea realizar es la siembra y cuidado de árboles, para que estos ayuden con la purificación del aire.

### **Modulo 13. Resumen ejecutivo**

Car Detailing es un emprendimiento que está ubicado en la ciudad de Neiva, en el barrio 7 de agosto en la calle 11 #25-02, dedicada a la reparación, acabados y embellecimiento de vehículos que hacen parte de la industria automotriz; tiene como finalidad ofrecer a sus clientes soluciones oportunas ante inconvenientes que presenten sus vehículos en cuanto a desperfectos en la latonería y pintura.

Las razones más importantes que justifican esta idea de negocio son gracias a la trayectoria y experiencia recorrida de varios años, siendo mi sustento de vida y por esta razón considero que es una idea de negocio llamativa, además gracias a este proyecto se ha podido generar empleos para los sustentos de otras familias.

Car Detailing como empresa de servicios se diferencia de sus competidores por la calidad, conocimiento y experiencia de sus colaboradores, los cuales cuentan con capacitación continua en estos procesos, para garantizarle al cliente trabajos de calidad, también se caracteriza por usar insumos o productos de marcas reconocidas que garantizan la durabilidad de los trabajos realizados. Cuenta con personal idóneo para atender sus necesidades y brindar asesoría, cuenta con instalaciones adecuadas y equipos de tecnología que facilitan y ayudan a dar cumplimiento oportuno de los trabajos.

Gracias al estudio de mercado se puede detectar las falencias que la competencia tiene, para poder priorizar y aplicarlas en este proyecto y poder tener componentes que hagan la diferencia y preferencia de los clientes al momento de elegir donde llevar su auto a reparar. Según la proyección financiera de este emprendimiento se puede llevar a cabo con muy poco capital, también se proyectan unas ventas para el primer año de puesta en marcha, se le apuesta al financiamiento con programas del fondo emprender del SENA, para la obtención de recursos y

realizar inversiones donde se tiene ya identificada las áreas a mejorar con estos recursos, con el fin de brindar mejores servicios en cuanto a calidad, cumplimiento y garantía.

Para el primer año según lo proyectado no promete la rentabilidad esperada, debido a su enfoque de iniciar y organizar la empresa, pero si se estima que para los siguientes años la empresa sea más eficiente y rentable gracias a la obtención de nuevos y clientes y el trabo de mejorar los procedimientos de producción y la utilización al máximo de las maquinarias y materias primas.

Una de las principales estrategias y más importantes es el trabajo de marketing, publicidad y elementos de tecnología, para crear contenido y llamar la atención de nuevos clientes.

Car Detailing contara con un equipo de trabajo liderado y administrado por Julian Sánchez creador de este proyecto y mi hermano Andrés Sánchez, quienes contamos con la experiencia, conocimiento y trayectoria de más de 10 años, seguido contaremos con el personal operativo, como el latonero, pintores y ayudantes; Car Detailing se compromete a ofrecer capacitación y orientación de sus colaboradores con el fin de ofrecer los mejores servicios, también estará comprometido a brindar trabajo digno y que ofrecer todas las garantías y beneficios estipuladas por la ley.

Car Detailing estará comprometido tomando y adoptando todas las medidas necesarias para contribuir al cuidado del medio ambiente.

En conclusión, este arte es y ha sido mi sustento de vida por mucho tiempo, de esta manera puedo asegurar que es un negocio el cual se puede explotar y obtener mejores beneficios si se organiza y se administra de la mejor manera con ayuda de todos los recursos que se requieran tanto como de personal y económico, y va de la mano de esfuerzo, sacrificio y dedicación.

## 14. Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Neiva. (2020). *Matricular vehículos en Neiva, ahora será más fácil*. Obtenido de Sala de prensa, Alcaldía de Neiva:  
<https://www.alcaldianeiva.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/MATRICULAR-VEH%C3%8DCULOS-EN-NEIVA,-AHORA-SER%C3%81-M%C3%81S-F%C3%81CIL.aspx>
- Alpopular. (2024). *Sector automotriz en Colombia 2024*. Obtenido de Alpopular.com.co:  
<https://blog.alpopular.com.co/operador-logistico/sector-automotriz-en-colombia-2024>
- Avendaño, G. (2022). *INDUSTRIA: Cesvi distinguió a los mejores talleres de colisión de Colombia*. Obtenido de Revista Motor: <https://www.motor.com.co/industria/Cesvi-distinguió-a-los-mejores-talleres-de-colision-de-Colombia-20220222-0007.html>
- Educatyba. (12 de 12 de 2023). *Explorando la Industria Automotriz en Colombia: Un Análisis Completo*. Obtenido de Tyba.com: <https://tyba.com.co/blog/industria-automotriz-en-colombia/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2006). *Metodología de la Investigación 4ª ed.* México: McGraw-Hill.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia 4ª ed.* Bogotá: Quirón.
- Tamayo y Tamayo, M. (2008). *El Proceso de la Investigación Científica. 4ª edición.* México: Limusa.

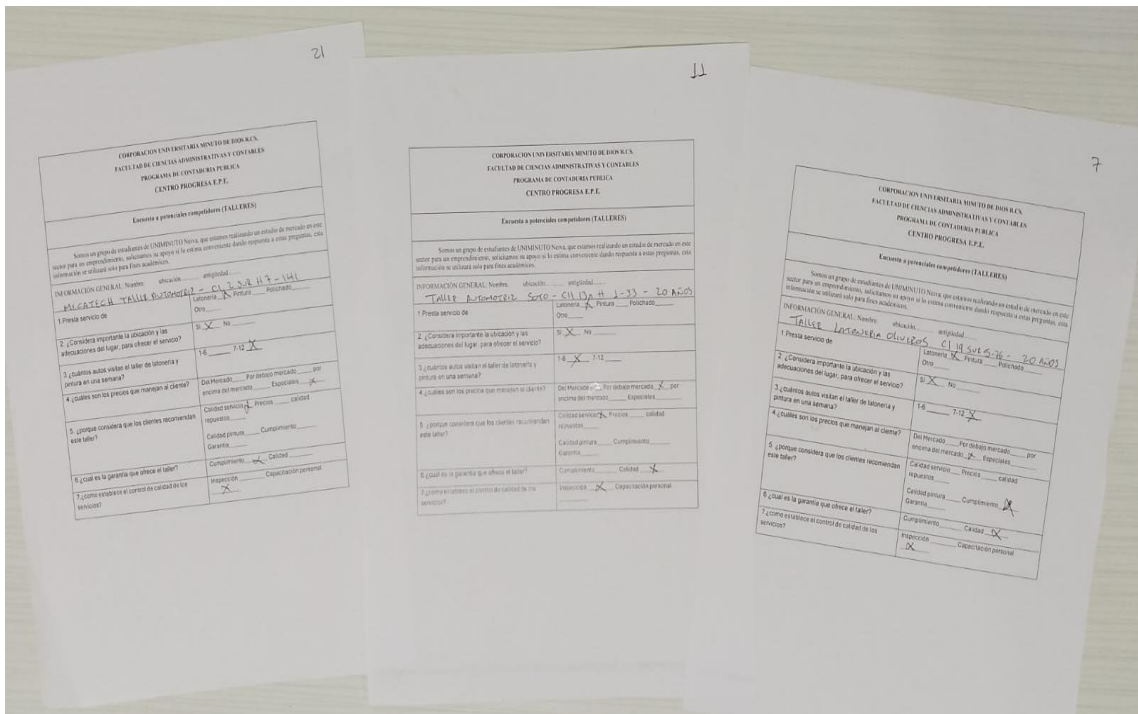
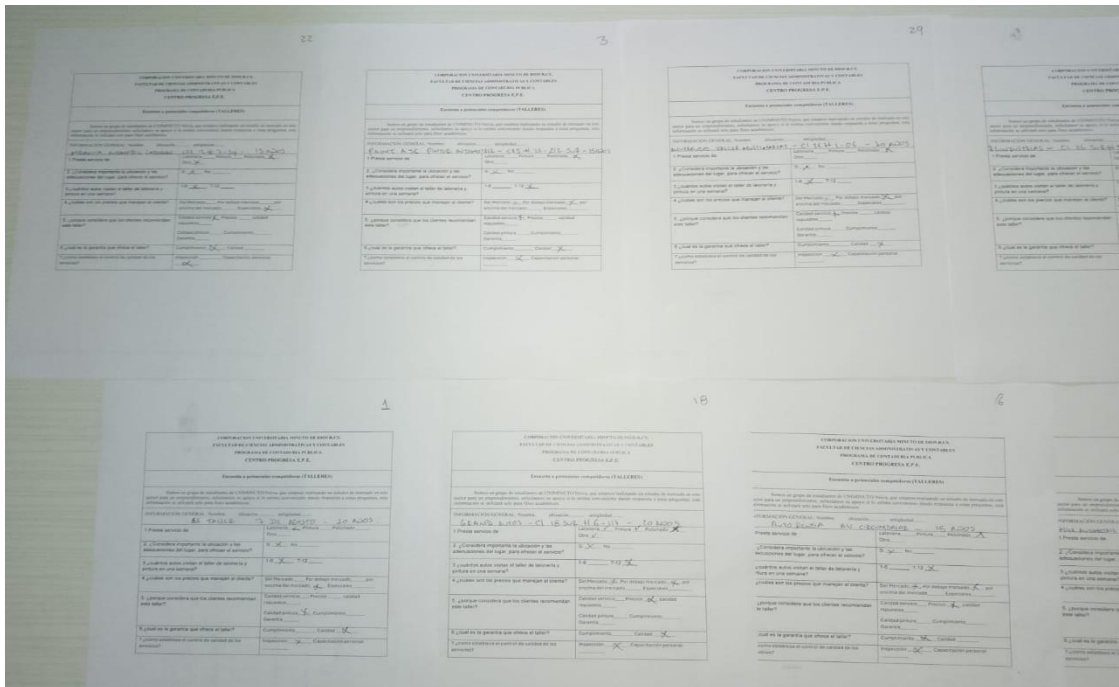
## Anexos

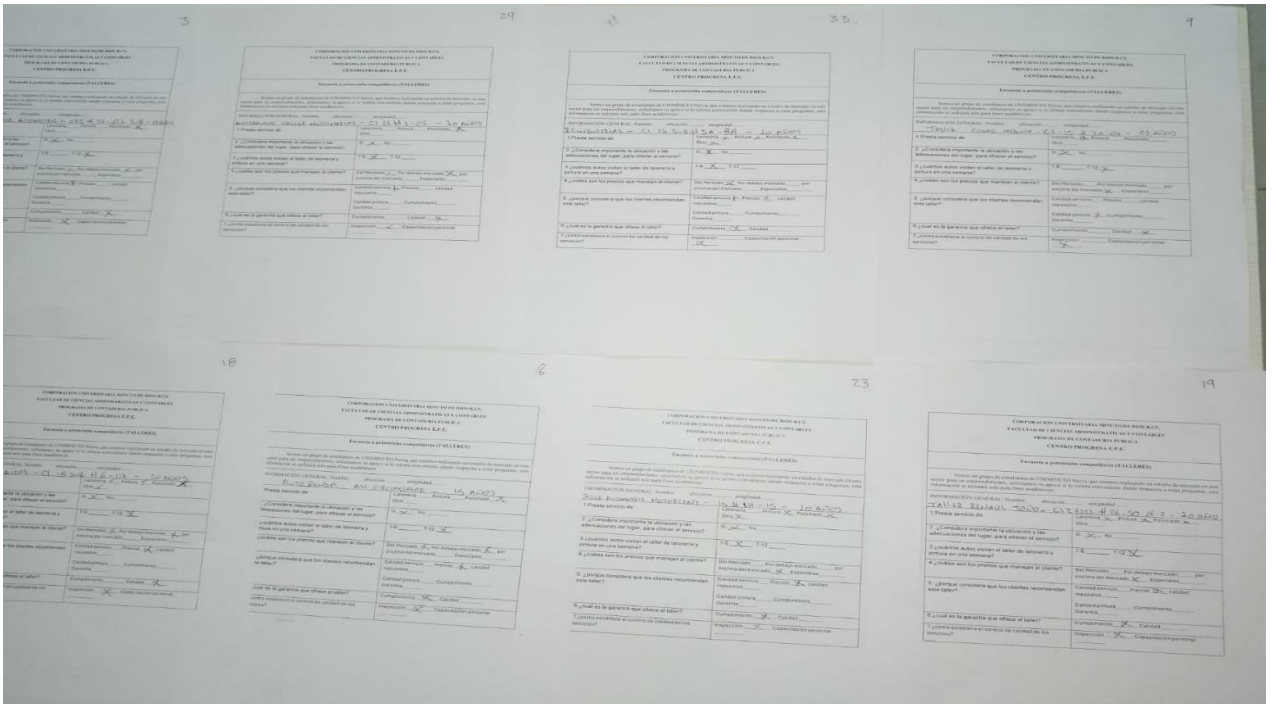
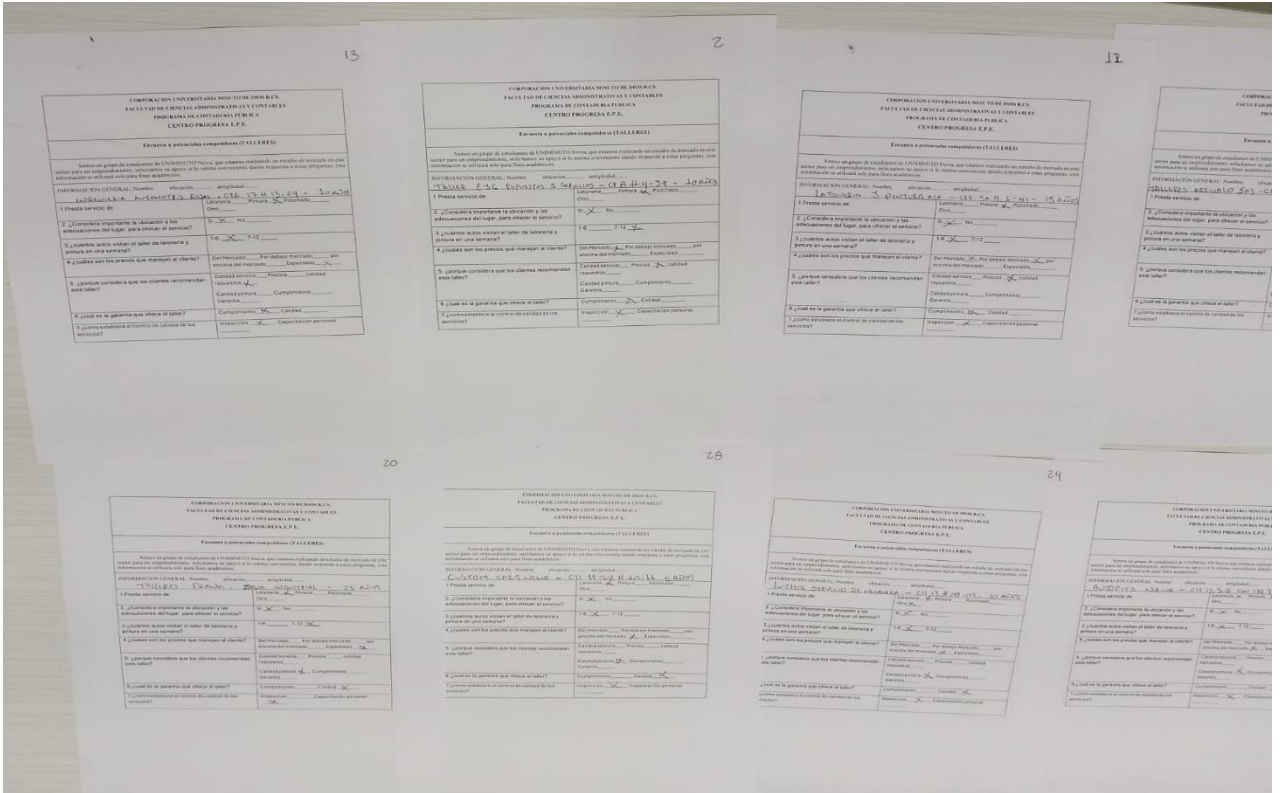
### Anexo A. Modelo de la encuesta realizada.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.CS.<br/>         FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>         PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA<br/>         CENTRO PROGRESA E.P.E.</b>                                                                              |                                                                                                                      |
| <b>Encuesta a potenciales competidores (TALLERES)</b>                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                      |
| Somos un grupo de estudiantes de UNIMINUTO Neiva, que estamos realizando un estudio de mercado en este sector para un emprendimiento, solicitamos su apoyo si lo estima conveniente dando respuesta a estas preguntas, esta información se utilizará solo para fines académicos. |                                                                                                                      |
| INFORMACIÓN GENERAL: Nombre.      Ubicación.....      antigüedad.....                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                      |
| 1. Presta servicio de                                                                                                                                                                                                                                                            | Latonería ____ Pintura ____ Polichado ____<br>Otro ____                                                              |
| 2. ¿Considera importante la ubicación y las adecuaciones del lugar, para ofrecer el servicio?                                                                                                                                                                                    | Si ____ No ____                                                                                                      |
| 3. ¿cuántos autos visitan el taller de latonería y pintura en una semana?                                                                                                                                                                                                        | 1-6 ____ 7-12 ____                                                                                                   |
| 4. ¿cuáles son los precios que manejan al cliente?                                                                                                                                                                                                                               | Del Mercado ____ Por debajo mercado ____ por encima del mercado ____ Especiales ____                                 |
| 5. ¿porque considera que los clientes recomiendan este taller?                                                                                                                                                                                                                   | Calidad servicio ____ Precios ____ calidad repuestos ____<br>Calidad pintura ____ Cumplimiento ____<br>Garantía ____ |
| 6. ¿cual es la garantía que ofrece el taller?                                                                                                                                                                                                                                    | Cumplimiento ____ Calidad ____                                                                                       |
| 7. ¿como establece el control de calidad de los servicios?                                                                                                                                                                                                                       | Inspección ____ Capacitación personal ____                                                                           |

FUENTE: propia

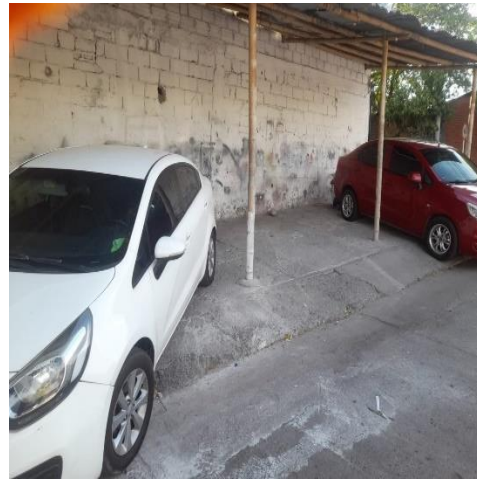
# Anexo B. Fotografías encuestas realizadas para el estudio de mercado





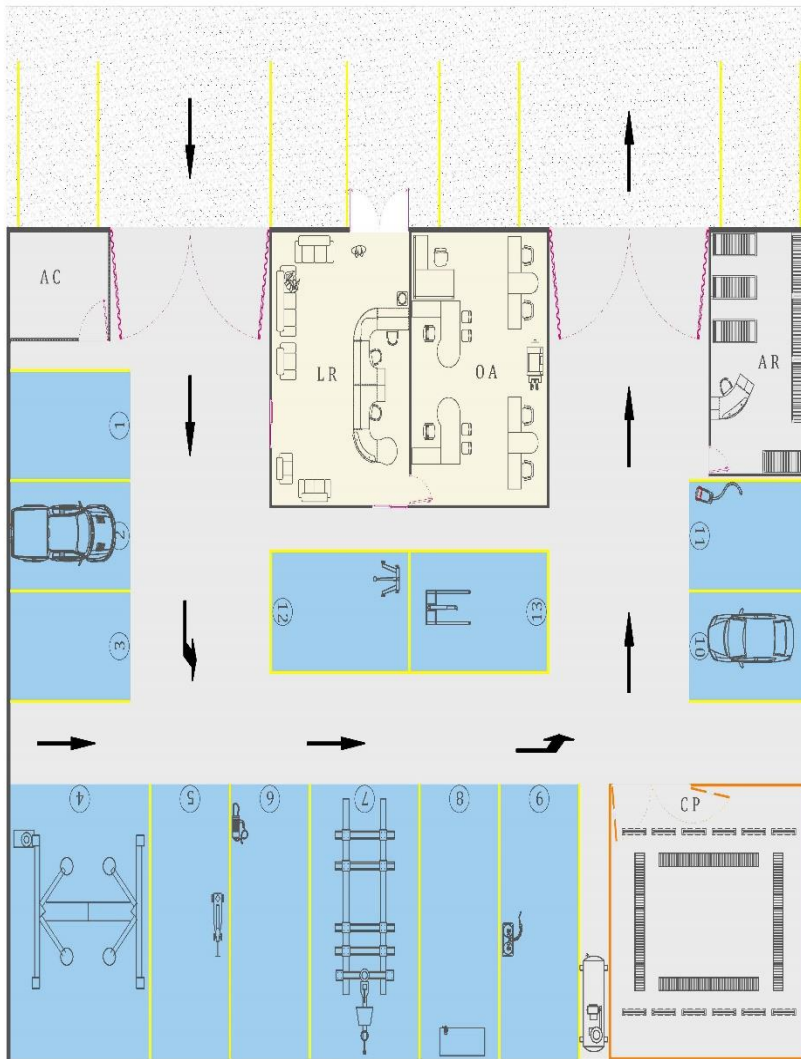
Anexo C. Fotografías talleres (competencia)





## Anexo D. MAQUETA - (PLANO)

Contiene la distribución proyectada para las áreas de trabajo.



1. Valoración de daños
2. Pre-Desarme de golpes leves
3. Alistamiento pre-pintura golpes leves
4. Elevador de vehículos
5. Desarme de golpes fuertes
6. Desarme de golpes fuertes
7. Banco chasis
8. Armado y arreglo de piezas
9. Armado y arreglo de piezas
10. Alistamiento pre-pintura golpes fuertes
11. Brillado de pintura
12. Trabajos mecanicos (motor y caja)
13. Alistamiento pre-entrega

AC - Área de Chatarra  
 LR - Lobby y Recepción  
 OA - Oficinas Administrativas  
 AR - Almacén de Repuestos  
 CP - Cabina de Pintura