

Plan de negocios empresa de servicio técnico automotriz, potenciación integral y desarrollo de motores

Seminario para optar al Título de Ingeniero Comercial
Mención Administración de Empresas

Autor:

Ignacio Valdivia Silva

Profesor Guía:

Mario Morales Parragué

Santiago, Chile 2009

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.

RESUMEN . .	4
NO DISPONIBLE A TEXTO COMPLETO . .	6

RESUMEN

El presente plan de negocios presenta un proyecto que busca llenar un espacio en el mercado aun no cubierto aprovechando conocimientos técnicos adquiridos y conocimiento del mercado gracias a la experiencia adquirida trabajando de forma independiente. El proyecto es un Servicio Técnico Automotriz que cuenta además con una rama de Potenciación Integral y Desarrollo de motores. Se pretende competir directamente con concesionarios de marca autorizados, a un precio más competitivo. Para lo anterior se utilizarán diversas herramientas que permitirán asegurar un nivel de calidad y servicio de primera calidad, orientando la empresa completa en este sentido. El proyecto es pensado por un Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y un Ingeniero en Ejecución en Mecánica Automotriz del DUOC UC, quienes ya tienen experiencia con un emprendimiento ofreciendo servicios mecánicos a domicilio y además una destacada participación potenciando vehículos para competencias de Cuarto de Milla. En este sentido no se realizan cambios estéticos a los vehículos sino solo mejoras para la performance del mismo, esto incluye mejoras al motor como instalación de computadores programables, Piggy Backs, Turbinado de motores, instalación de kits de Nitro, además de mejoras a la suspensión y frenos. Tenemos a la fecha 6 vehículos que tienen participación activa en competencias a nivel regional, Nacional e Internacional obteniendo importantes triunfos, lo que nos ha permitido generar redes de contactos en el mundo de las competencias y además de la mecánica automotriz.

Esta experiencia y redes de contactos son base fundamental de este proyecto, dado que ya tenemos precios preferenciales en la compra de insumos como repuestos y lubricantes, además de contar con una clientela cautiva. En este sentido sin embargo queremos ir mas allá de los clientes particulares que hemos segmentado en nuestro mercado objetivo y queremos ofrecer nuestro servicio a empresas e instituciones que tengan flotas vehiculares y no tengan donde hacer las mantenciones ni reparaciones de la misma. Esta inquietud nace de comentarios y conocidos que trabajando en diversas instituciones nos indican que existe esta necesidad no cubierta hasta el momento por ninguna empresa, lo cual nos hace pensar en atacar este nicho.

Pretendemos aprovechar las capacidades y conocimientos que tiene un Ingeniero Comercial con conocimientos de mecánica y electrónica automotriz, junto a un Ingeniero en Mecánica Automotriz para llevar adelante un proyecto que junte lo mejor de ambas carreras, pudiendo entregar un servicio de primer nivel en cuanto a capacidades técnicas y de infraestructura, innovando siempre en calidad y particularmente aprovechando las nuevas herramientas tecnológicas disponibles, generando ideas que fomenten la confianza de nuestros clientes en nosotros como es la implementación de cámaras web en nuestro taller que podrán ser vistas desde nuestro portal de internet desde cualquier parte del mundo, siendo nuestro portal un pilar fundamental en el desarrollo mismo del negocio dado que nos servirá para generar y mantener una base de datos de clientes que nos permita realizar por ejemplo, marketing directo para focalizar nuestros esfuerzos de marketing con promociones dirigidas a nuestros clientes obteniendo una mayor tasa de respuesta, ofreciendo servicios exclusivos a los clientes que lo deseen como opción de retro y entrega del vehículo a domicilio entre otros. Además implementaremos herramientas de gestión de operaciones para asegurar nuestro compromiso con la calidad y servicio, utilizaremos

algunas de las 7 herramientas de calidad de Ishikawa además de implementar un sistema de CRM mediante nuestro portal que nos permita asegurar tanto un nivel de calidad como una orientación clara a nuestros clientes, entregándoles diferentes herramientas que nos permitan obtener un feedback de ellos para constantemente buscar cubrir sus necesidades y atender a sus inquietudes, pudiendo llegar incluso a implementar la estrategia Six Sigma en nuestra empresa, además de certificaciones ISO.

El mercado automotriz en nuestro país viene creciendo desde el 2000 y la llegada de nuevas marcas de origen Asiático ha hecho crecer aun más el parque vehicular y se proyecta que siga en crecimiento. Si bien la crisis económica mundial ha llevado a algunas marcas a recortar su producción esto ha llevado a peligrar a muchos concesionarios en nuestro país y el mundo, haciendo quebrar incluso a algunos concesionarios, disminuyendo nuestra competencia. Por otra parte los vehículos Asiáticos, en particular el mercado de vehículos Chinos, son de un bajo costo pero de una calidad igualmente baja, lo que abre un mercado interesante para los talleres mecánicos dado que además son de mecánica bastante básica. Por otra parte, los efectos de la crisis económica llevan a que los clientes busquen alternativas más baratas que los concesionarios para reparar sus vehículos pero con un nivel de calidad y confianza similar al entregado por estos, y es aquí donde nosotros estaremos para ellos.

Finalmente, dado que el negocio es básicamente una prestación de servicios y tenemos una red de contactos que nos permite obtener productos como son los repuestos y lubricantes a muy bajo costo, además de poder trabajar con aseguradoras de vehículos para nuestra rama de pintura y desabolladura, el negocio es notoriamente muy rentable, ofreciendo una tasa interna de retorno de un 63%. Además se identificaron los puntos de riesgo financiero a tener en consideración y como los manejaremos para disminuirlos. Creemos que nuestra propuesta presenta un gran valor al mercado por cuanto la industria se encuentra dividida básicamente en los concesionarios oficiales que cobran un elevado precio y los talleres mas artesanales o menso personalizados que ofrecen un servicio a bajo costo, nosotros queremos posicionarnos en medio, compitiendo en calidad con los concesionarios a un precio en promedio un 25% menor pero con mejor calidad de servicio y un servicio innovador que se apoye en las mejoras tecnológicas disponibles a la fecha, siempre buscando innovaciones que generen más valor agregado a nuestro servicio. Ya contamos con experiencia en este mercado, tenemos los conocimientos técnicos y nuevas ideas para ganar clientes y tener una alta tasa de fidelización.

NO DISPONIBLE A TEXTO COMPLETO

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.