

MODELO DE NEGOCIO CHEVYCONDUCE EN LA CIUDAD DE BOGOTA PARA EL
AÑO 2017

Presentado por:

MARÍA CLAUDIA CASTRO CRISTANCHO

DANIEL EDUARDO RODRIGUEZ TORO

Trabajo de Grado para Optar al Título de Especialista en Gestión Empresarial

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Bogotá D.C.

Tabla de contenido

1.MODELO DE NEGOCIO PARA ALIANZA DE CONDUCCIÓN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ PARA EL AÑO 2017	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2.RESUMEN EJECUTIVO	8
3.PLAN DE NEGOCIO	9
3.1. Plan Estratégico	9
3.1.1. <i>Objetivos a largo plazo</i>	9
3.1.2. <i>Misión</i>	9
3.1.3. <i>Visión</i>	9
3.1.4. <i>Valores Corporativos</i>	10
3.1.5. <i>Identificación del Servicio</i>	10
3.1.6. <i>Análisis FODA</i>	10
3.2. Plan de Mercadeo	13
3.2.1. <i>Publicidad</i>	14
3.2.1.1. <i>Objetivos</i>	14
3.2.1.2. <i>Representación de la campaña publicitaria y plan de medios</i>	14
3.2.2. <i>Promoción</i>	16
3.2.2.1. <i>Estrategias</i>	16
3.2.2.2. <i>Herramientas promocionales para el consumidor</i>	17
3.2.3. <i>Relaciones Públicas</i>	17
3.2.3.1. <i>Objetivos</i>	17
3.2.3.2. <i>Herramientas de la RRPP</i>	17
3.3. Plan de Producción	18
3.3.1. <i>Localización de la planta de producción</i>	18
3.3.2. <i>Especificación de los procesos</i>	19
3.3.3. <i>Capacidad de servicio</i>	20

3.3.4. <i>Diseño del servicio</i> -----	21
3.3.5. <i>Administración de promoción de la calidad</i> -----	22
3.3.6. <i>Administración del abastecimiento</i> -----	23
3.3.7. <i>Mantenimiento de equipos</i> -----	26
3.4. Plan Estratégico de Recursos Humanos -----	26
3.4.1. <i>Plan de gestión humana</i> -----	26
3.4.2. <i>Desarrollo de planes de personal y Descripciones de Cargo</i> -----	26
3.4.3. <i>Reclutamiento de personal, entrevista y selección</i> -----	27
3.4.4. <i>Entrevista, evaluación y selección de empleados</i> -----	31
3.4.5. <i>Capacitación e inducción de empleados con base en los requisitos del puestos</i> -----	35
3.4.6. <i>Evaluación de Competencias y desempeño a empleados</i> -----	43
3.4.7. <i>Perfiles y Escala de salarios</i> -----	47
3.4.8. <i>Clima laboral</i> -----	47
3.4.9. <i>Higiene y seguridad industrial</i> -----	50
3.4.10. <i>Estructura organizacional</i> -----	53
3.4.11. <i>Retribuciones a los empleados</i> -----	55
3.5. Plan Jurídico -----	58
3.6. Plan de Finanzas -----	61
3.7. Impactos -----	65
3.7.1. <i>Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Político</i> -----	66
3.7.2. <i>Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Económico</i> -----	66
3.7.3. <i>Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Social</i> -----	66
3.7.4. <i>Relación bajo el Análisis PESTE, impacto tecnológico</i> -----	66
3.7.5. <i>Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Ecológico</i> -----	66
3.8. <i>Plan de Informática</i> -----	67
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----	69
BIBLIOGRAFÍA -----	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA	11
Tabla 2 Plan de Medios.....	15
Tabla 3 Presupuesto Plan de Publicidad	166
Tabla 4 Presupuesto Plan de Promoción de ventas.....	177
Tabla 5 Presupuesto del Plan de Relaciones Públicas	18
Tabla 6 Programación de servicios	21
Tabla 7 Perfiles y Escalas de Salarios.....	47
Tabla 8 Crecimiento de Ventas por Trimestre	61
Tabla 9 Ingresos Totales por Año.....	62
Tabla 10 Estimación Costos Salarios Mensual.....	62
Tabla 11 Gastos Fijos Mensuales	62
Tabla 12 Estimación Primer Mes.....	63
Tabla 13 Estado de Resultados con Proyección a Cinco Años.....	63
Tabla 14 Balance General con Proyección a Cinco Años	64
Tabla 15 Flujo de Caja Efectivo con proyección a cinco años	65

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Imagotipo: Ilustración 1 Imagotipo ChevyConduce.....	13
Ilustración 2 Mapa Localización.....	19
Ilustración 3 Mapa de Procesos.....	20
Ilustración 4 Ficha Técnica.....	21
Ilustración 5 Propuesta Comercial.....	24
Ilustración 6 Proceso de Selección del Talento Humano.....	27
Ilustración 7 Director Línea de Fidelidad de Alianza.....	54
Ilustración 8 Asesor de Ventas.....	55
Ilustración 10 Organigrama.....	55

1. MODELO DE NEGOCIO PARA ALIANZA DE CONDUCCIÓN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ PARA EL AÑO 2017

2. Resumen Ejecutivo

ChevyConduce iniciará su funcionamiento a nivel Bogotá y tendrá proyección a nivel nacional, teniendo en cuenta la presencia de Chevrolet en casi todas las ciudades capitales del país, y el objetivo que se buscará es lograr las alianzas con Escuelas de Enseñanza Automovilística para ofrecer a los clientes nuevos y antiguos suscritos a los Planes de Autofinanciamiento Comercial un nuevo servicio que les ayudará de manera ágil, oportuna y confiable contar con la orientación y asesoría al respecto en el momento de decidirse a tomar el curso de Conducción.

La Alianza ChevyConduce brindará a los clientes la posibilidad de acceder al curso de Aprendizaje de Conducción tanto para los titulares principales del plan como a familiares de primer grado de consanguinidad, esto es hijos, padres y hermanos, generando una cultura de unidad y compartir que nos representará mayor acercamiento a los clientes por medio de este servicio adicional donde se logrará además un incremento en la colocación de planes de Autofinanciamiento.

Si bien el crecimiento en ventas y entregas de vehículos cada año se ha mantenido en aumento aun en periodo recesivo a nivel de la zona Bogotá, las tendencias actuales de apertura, competitividad e innovación obligan al sector de autofinanciamiento a complementar y mejorar sus productos y servicios, por tanto la Alianza ChevyConduce es la oportunidad para el consecución de nuevas alianzas, que brinden mejores servicios y soluciones a nuestros clientes.

De los anteriores planteamientos se encontró que los clientes que ingresan deben contar con el servicio y asesoría oportuna ya que se ha evidenciado que en el momento de la adjudicación, no tienen conocimiento de conducción y no cuentan con orientación precisa para una academia de confianza, les genera sobrecostos y demoras en entrega del vehículo.

El incremento en la competencia en la colocación de planes de otras marcas, conlleva en primer lugar a implementar un servicio adicional y oportuno con el fin de brindar soluciones a nuestros clientes y el consecuente incremento de índice a las ventas.

3. Plan de Negocio

Respecto a las horas teóricas, lo ideal es que no sean virtuales ni se limiten a una cartilla, sino presenciales, para poder resolver todas las inquietudes. Asimismo resulta fundamental cerciorarse del nivel de capacitación de los instructores, que deben ser certificados por el Ministerio de Transporte.

3.1 Plan Estratégico

3.1.1. *Objetivos a largo plazo*

Nuestra Alianza ChevyConduce se situará dentro de los próximos cinco años como la Alianza Líder en el Mercado del servicio de enseñanza de la conducción, ofreciendo a nuestros clientes actuales y futuros la oportunidad de recibir la satisfacción total.

Brindar a nuestros clientes actuales y futuros nuevos servicios con la más alta calificación no solo en el aprendizaje de la conducción de un vehículo sino con la certeza que recibirá la mejor atención desde el primer contacto hasta la finalización de su curso.

Llevar a cabo nuevas Alianzas para un mejor servicio a nuestros clientes generando la optimización de posventas y así el ingreso de nuevo clientes.

3.1.2. *Misión*

Brindar a nuestros clientes el servicio adicional de la conducción como empresa de autofinanciamiento de vehículos como servicio de valor agregado orientado a satisfacer la necesidad de nuestros clientes que no tienen el conocimiento ni los requisitos legales para conducir en Colombia, contando con el respaldo y la trayectoria de Chevyplan.

3.1.3. *Visión*

Consolidar nuestro liderazgo en la prestación del servicio de conducción para nuestros clientes de autofinanciamiento de vehículos, con procesos efectivos y un equipo humano enfocado en la satisfacción de nuestros clientes, alcanzando al 2022 una participación superior al 20%.

3.1.4. *Valores Corporativos*

Compromiso: con Alianza ChevyConduce buscamos una relación duradera con nuestros a través del cumplimiento de su sueño con un trabajo exigente en equipo Academia-Sociedad.

Pasión: ver nuestros clientes con una alta satisfacción debe ser nuestro objetivo cada día en cada tarea orientada a este logro en la Alianza.

Respeto: para la Alianza la preocupación por clientes satisfechos generará un trabajo con alta consideración y cumplimiento con los clientes.

Transparencia: el cumplimiento de los principios y valores por cada una de las partes de la alianza respaldan su gestión.

Responsabilidad: el sentido de la Alianza conlleva un alto compromiso en el cumplimiento de objetivos internos como con el cliente.

Innovación: para el crecimiento continuo y generación de nuevas alianzas implicará generación de nuevas ideas y propuestas en el desarrollo y andar de la actual Alianza ChevyConduce.

3.1.5. *Identificación del Servicio*

La prestación del servicio de Curso de Aprendizaje de vehículos automotores en asesoría y capacitación por medio de la Alianza ChevyConduce, permitirá contar con un servicio de altísima calidad con el respaldo de ChevyPlan que proporcionará a los clientes actuales y futuros la oportunidad de cumplir con todos los requisitos de ley que establece la legislación colombiana con respecto al aprendizaje de conducción de vehículos automotores.

3.1.6. *Análisis FODA*

TABLA 1 ANÁLISIS FODA

El mercado objetivo inicial de la Alianza ChevyConduce, tiene ubicación en toda la ciudad de Bogotá, incluido el municipio de Soacha, de acuerdo al ingreso de ventas de Planes de Autofinanciamiento a través de los Concesionarios Chevrolet, mediante los cuales, se logra una participación importante en la entrega de vehículos mensualmente por la Fabrica GM y donde los

estratos 2 y 3 caracterizan a nuestra mayoría de clientes, a quienes principalmente se dirige la Alianza.

Realizado en análisis de FODA, factores internos y externos que afectan, podemos generar las siguientes estrategias:

PLAN DE NEGOCIO ALIANZA CONDUCE CHEVY				
NÚMERO	ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Implementación de Nuevos Servicios	Falta implementación de Nuevos Servicios	Nuevos Mercados	Competencia Desleal
2	Atracción de Mayor Número de Clientes	Clientes Inconformes	Mejoramiento Calidad de Vida	T.L.C.
3	Preferencia de la Marca	Precios de los Vehículos	Clientes Referidos	Restricción de vehículos
4	Menor Costo Financiero	Información Negativa en Redes	Beneficios a Cliente Antiguos	Incremento de precios
5	Marca Líder en Entregas	Demoras en Entregas	Continuidad del Negocio	Entes Legales

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración -- Estrategias Internas y Externas

PLAN DE NEGOCIO ALIANZA CONDUCE CHEVY				
0				
ESTRATEGIAS PROPUESTAS				
No.	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1	Generación de nuevos servicios con lleva a nuevos	Nuevo Servicio que no Ofrece Competencia	Busqueda de Necesidad del Clientes	Innovar los productos y servicios ofrecidos.
2	Prestación de nuevos servicios - alianzas	Fidelización de Clientes	Respuesta A Tiempo de la Necesidad del Cliente	Implementar programas de fidelización.
3	Fortalecer el programa de clientes referidos ofreciendo	Opciones de Vehículo para Trabajo	Información en Calidad y Nueva Propuesta de	Optimización gestión post-venta.
4	Ofrecimiento de descuentos para sus próximos vehículos.	Disminucion en Cuota Administración	Publicación de Comentarios de Clientes Felices	Respuesta oportuna a seguimiento de las entregas.
5	Mantener el ranking del #1 en entregas con promociones a	Cumplimiento de Artículos del Contrato	Agilidad en Resultados hacia el Cliente	Solución en primer contacto.

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ FODA			
PLAN DE NEGOCIO ALIANZA CONDUCE CHEVY			
No.		FORTALEZAS	DEBILIDADES
1		Implementación de Nuevos Servicios	Falta implementación de Nuevos Servicios
2		Atracción de Mayor Número de Clientes	Clientes Inconformes
3		Preferencia de la Marca	Precios de los Vehículos
4		Menor Costo Financiero	Información Negativa en Redes
5		Marca Líder en Entregas	Demoras en Entregas
No.	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1	Nuevos Mercados	Generación de nuevos servicios con lleva a nuevos clientes	Busquedad de Necesida del Clientes
2	Mejoramiento Calidad de Vida	Prestación de nuevos servicios - alianzas	Respuesta A Tiempo de la Necesidad del Cliente
3	Clientes Referidos	Fortalecer el programa de clientes referidos ofreciendo más beneficios.	Información en Calidad y Nueva Propuesta de Vehículos
4	Beneficios a Cliente Antiguos		
5	Continuidad del Negocio		
No.	AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1	Competencia Desleal	Nuevo Servicio que no Ofrece Competencia	Innovar los productos y servicios ofrecidos.
2	T.L.C.	Fidelización de Clientes	Implementar programas de fidelización.
3	Restricción de vehiculos	Opciones de Vehículo para Trabajo	Optimización gestión post-venta.
4	Incremento de precios		
5	Entes Legales		

Fuente: propia

Como resumen podemos encontrar que tenemos los siguientes resultados así:

Fortalezas: Servicio con el respaldo de ChevyPlan, Es un servicio en el cual se puede aplicar un sin fin de creatividad así poder sorprender al cliente, tener acceso a los clientes con los que cuenta ChevyPlan, sus costos son diferidos en el mismo plan de Autofinanciamiento, teniendo en cuenta esto nos hace un servicio con mayor posibilidad de ventas ya que no solo está diseñado para el cliente que toma el servicio sino para las personas de su núcleo familiar que ya tengan la edad para tomar un curso de conducción, la relación que tiene los directores comerciales y a quienes ofrecer el servicio, el acceso a la actual tecnología y las innovaciones que puedan darse en el servicio.

Oportunidades: Es un mercado que está en crecimiento, aprovechar la marca Chevrolet y ChevyPlan para dar a conocer la nueva Alianza ChevyConduce, ofrecer el servicio a clientes no habituales como son los jóvenes quienes anhelan tener su vehículo propio.

Debilidades: El hecho de ofrecer un servicio nuevo el cual tendrá que contar con muy buenas estrategias de marketing para saberlo dar a conocer y dar un alto posicionamiento dentro del mercado.

Amenazas: La competencia desleal de empresas de financiamiento de vehículos quienes puedan ofrecer un servicio similar a menor precio.

3.2. Plan de Mercadeo

El objetivo general es penetrar el mercado de una forma exitosa con el fin de crear ventas de la unidad estratégica de negocio CHEVYCONDUCE durante el periodo comprendido entre el mes de abril de 2017 a diciembre de 2022.

Nombre: ChevyConduce

Marca: ChevyPlan

Slogan: Enseñamos a conducir Vida

IMAGOTIPO: ILUSTRACIÓN 1 IMAGOTIPO CHEVYCONDUCE



Fuente: Propia

3.2.1. *Publicidad*

3.2.1.1. *Objetivos*

1. Dar a conocer la nuestra nueva línea de servicios integrando los conceptos vanguardistas y de exclusividad.
2. Posicionar el servicio en la rutina de los usuarios, como impactante y de alta calidad, además respaldado por los valores de la responsabilidad y el compromiso con los clientes y obviamente el respaldo de una empresa altamente posicionada en el mercado del autofinanciamiento de vehículos como lo es Chevyplan.
3. Crear un espacio de opinión en la web donde la empresa pueda interactuar con sus clientes recibiendo una retroalimentación constante con el fin de fidelizarlos.

3.2.1.2. *Representación de la campaña publicitaria y plan de medios*

1. La estrategia para llevar a cabo es la de establecer una publicidad llamativa pero enfocada en la seriedad y el profesionalismo de la organización y su nuevo servicio, comprometida con las necesidades de los clientes al presentarles soluciones llenas de innovación y creatividad que permitan dar soluciones y distinción a los clientes que se acojan a los planes de autofinanciamiento de vehículos.
2. En cuanto a la parte motivacional se quiere alentar a que los clientes actuales y futuros vean una nueva forma de hacer su curso de conducción, estrechando las relaciones empresariales entre los usuarios de Chevyplan. En la parte racional; que los clientes Chevyplan se sientan apoyados en su deseo del aprendizaje de la conducción de vehículos y que sepan de antemano que están dejando su vida y la de su familia en las manos de una empresa en la que pueden confiar por su alto sentido de pertenencia para con sus clientes, responsabilidad y cumplimiento en el servicio.

A continuación se muestran en las tablas 2 y 3 el plan de medios y el presupuesto del plan de publicidad que se llevará a cabo durante el desarrollo de las campañas.

TABLA 2 PLAN DE MEDIOS

<p>MEDIOS</p>	<p>Flyer: Separador de libros elaborado con los colores de la marca ChevyPlan, con el que se brindará toda la información de la compañía incluido su nuevo servicio ChevyConduce. Éste será distribuido en las actividades empresariales de la cámara de comercios de Bogotá además de los eventos donde la empresa tenga muestras empresariales.</p> <p>Video institucional: Es un video donde se muestra a la empresa, todo el portafolio de servicios y las bondades de ser parte de éste nuevo proyecto.</p> <p>Pendones: Estos se ubicarán en las exposiciones que se describirán en el plan de relaciones públicas, en la página web, páginas de redes sociales tales como (Facebook, twitter, LinkedIn, YouTube y la más importante Fourskuare). Además, se publicará en los portales de venta de vehículos tales como tucarro.com, carroya, etc.</p> <p>Revistas: Se publicitará en las revistas nacionales especializadas en temas automovilísticos tales como revista Motor, autos de primera, Revista autocrash, etc.</p> <p>Internet: Aprovechar la página de Internet de Chevyplan para colocar en ella toda la información necesaria y adecuada para crear en los clientes la necesidad de empezar un curso de manejo con un verdadero respaldo empresarial. Además, de un grupo de Facebook donde los usuarios puedan opinar retroalimentando a la empresa y sus servicios construyendo una comunidad virtual de clientes satisfechos dando oportuna respuesta a sus dudas o inquietudes.</p>
----------------------	---

TABLA 3 PRESUPUESTO PLAN DE PUBLICIDAD

Descripción	Año												
	Abr	Ma	Ju	Ju	A	Sep	O	N	D	E	F	M	2017- 2018
	v	n	n	l	g	c	ov	ic	n	eb	ar		
Flyers	600												600
Pendones	600												600
Páginas Amarillas				700									700
Revistas	1000		10		50		5		5		50		4000
Página Facebook	1000												1000
Video Institucio		25											2500
Total	3200	25	10	70	50		5		5		50		9400

Los valores están en miles de pesos colombianos

3.2.2. Promoción

3.2.2.1. Estrategias

1. Crear marketing de compra por correo por medio de los clientes actuales. Estos clientes ya han decidido adquirir un producto de financiamiento de vehículos lo que puede ser útil es obtener información personal de ellos. Estos son clientes que ya están familiarizados con Chevyplan y representan la audiencia hacia la que apuntaremos para hacer dar a conocer nuestra nueva alianza ChevyConduce.
2. Ofrecer regalos promocionales y funcionales de la nueva Alianza ChevyConduce, tales como llaveros o esferos los cuales serán publicidad de la Alianza los cuales podrán llegar a ser propiedad de diferentes personas que quizá no tengan un plan de autofinanciamiento de vehículos pero se darán por enterados por medio de éste.
3. Un evento de apreciación de nuestros clientes actuales en los cuales podrán encontrar diferentes novedades de ChevyPlan y sus accesorios y además dar a conocer nuestra nueva Alianza.
4. Realizar el proceso de post venta llamando a los clientes para conocer la satisfacción que han tenido con el producto, todo esto se realizará a través de un grupo especializado del contact center. Esto sirve para el propósito dual de promocionar a la Alianza ChevyConduce.

3.2.2.2. Herramientas promocionales para el consumidor

1. *Descuentos por pronto pago:* Se realizarán descuentos hasta del 5% a los clientes que cancelen su servicio del aprendizaje de la conducción con la Alianza ChevyConduce de contado o en un plazo de hasta 5 días hábiles.
2. *Bonos regalos:* Se obsequiarán bonos de descuentos para accesorios que tengan disponibilidad las tiendas Chevrolet a nivel Nacional.

TABLA 4 PRESUPUESTO PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS

Descripción	Año												
	A	M	Ju	Ju	A	Se	O	N	D	E	Fe	M	2017-
Descuentos por pronto pago	1500	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	10300
Bonos de	10	1	1	10	10	1	10	1	1	10	1	10	120
Total	16	9	90	90	90	9	90	9	9	90	9	90	115

Los valores están en miles de pesos colombianos

3.2.3. Relaciones Públicas

3.2.3.1. Objetivos

1. Construir y mantener una imagen positiva de la Alianza Chevyconduce en la mente de nuestros consumidores actuales y futuros.

3.2.3.2. Herramientas de la RRPP

1. *Programas de televisión:* Se utilizarán los programas de televisión nacionales tales como Motor TV y programas de televisión de televisión por cable de las cadenas Turbo y History Channel entre otros a los que se ha invita a conocer nuestro nuevo servicio del aprendizaje de la conducción con el respaldo de la Alianza ChevyConduce de Chevyplan.

2. *Lobbying*: Se realizarán desayunos de negocios donde la empresa Chevyplan invitará a los líderes del mundo del automovilismo a nivel nacional tales como Asopartes, Asociación de Vehículos automotores, Andi, Acolfa, y la Asociación de Comerciantes FENALCO, para que conozcan nuestro nuevo servicio y así estrechar nuestros lazos comerciales y se puedan producir posibles alianzas estratégicas que permitan dar a conocer en todos los espacios donde se mueven dichas organizaciones nuestra nueva Alianza de ChevyConduce.
3. *Ferias Automotrices*: Se tendrá participación en los principales eventos de ferias automotrices tales como la Gran Feria Del Automóvil y Expopartes que año a año tienen lugar en Corferias en donde podremos captar sin duda alguna el interés por las personas apasionadas por el mundo del automóvil y que sin duda alguna serán el voz a voz en la consecución de nuestras ventas.

TABLA 5 PRESUPUESTO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

Descripción	Año												
	Ab	M	Ju	Ju	A	Se	O	N	D	E	Fe	M	201
Programas de		5			50			5					150
Lobbying		15							1				300
Ferias													
Total		20			50			15	1		10		650

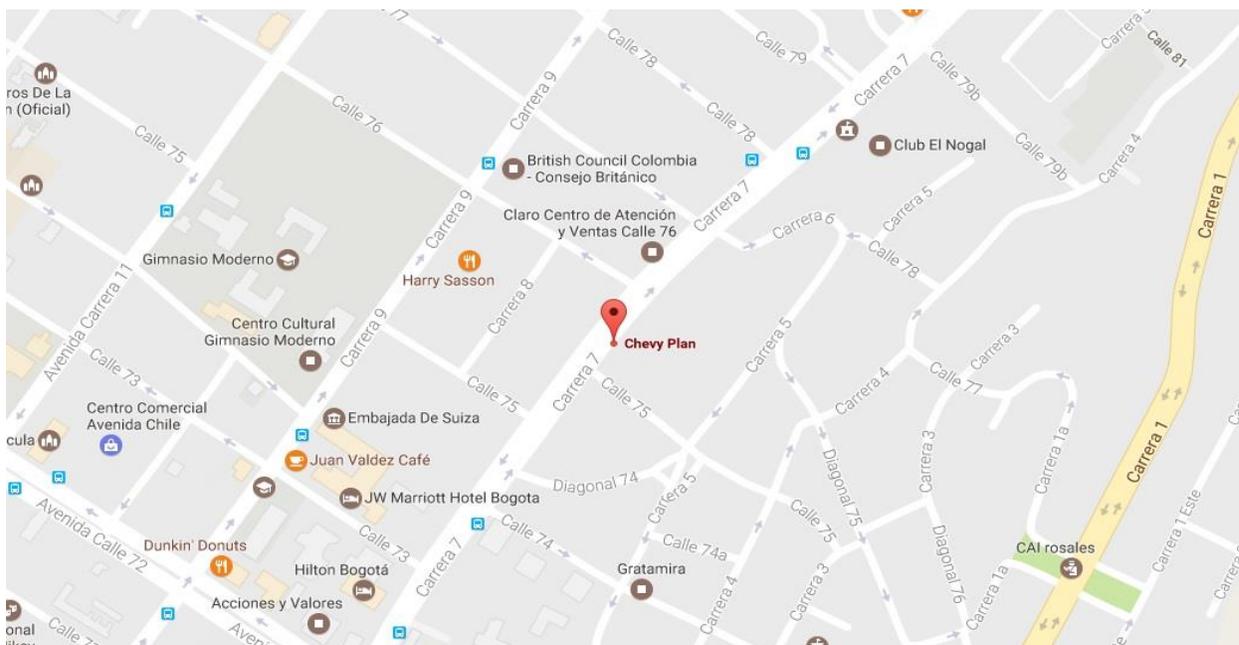
Los valores están en miles de pesos colombianos

3.3. Plan de Producción

3.3.1. Localización estratégica Alianza ChevyConduce

A continuación presentamos el mapa de la ubicación de Chevyplan ya que es el sitio en donde han funcionado las oficinas principales durante 20 años y desde allí se podrá gestionar todo lo relacionado con la Alianza ChevyConduce.

ILUSTRACIÓN 2 MAPA LOCALIZACIÓN

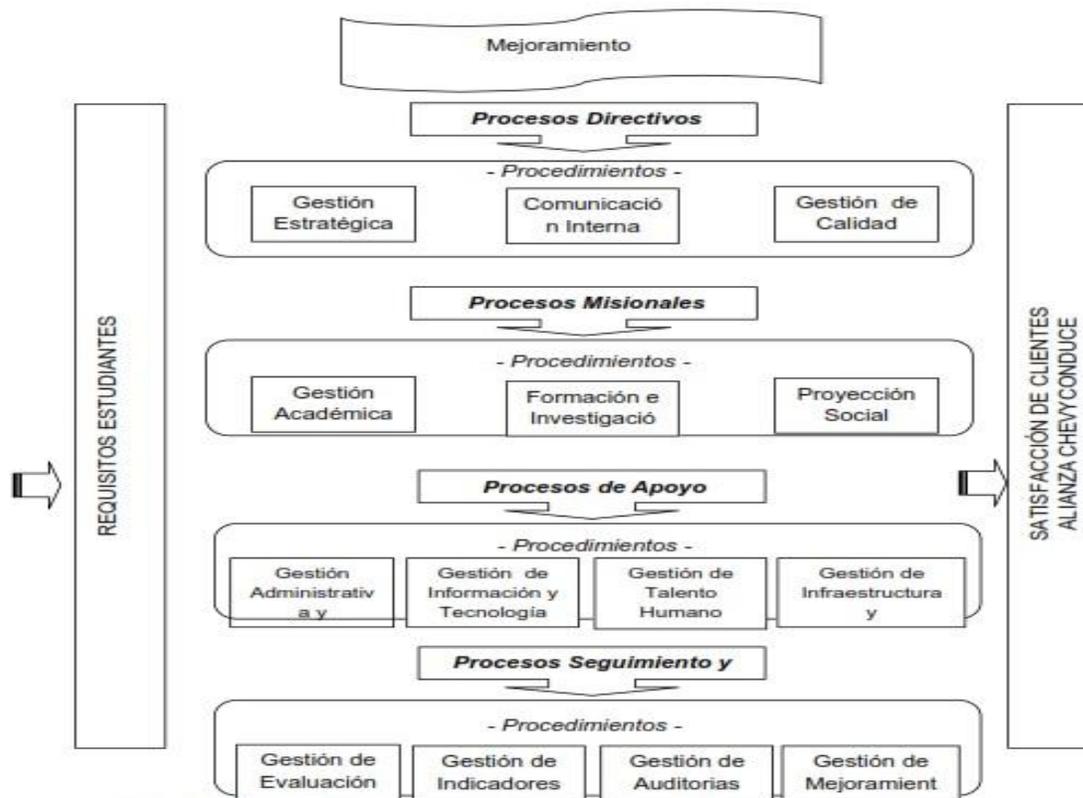


Fuente: Google Maps

3.3.2. Especificación de los procesos

Para garantizar la calidad en la prestación del servicio y asesorías a través de la Alianza en cada proceso se tendrá en cuenta la norma ISO 9001. El mapa de procesos a llevar a cabo y definido por la empresa del cual dependerá el desarrollo y aplicación de cada estrategia para el apoyo operativo se describe a continuación:

ILUSTRACIÓN 3 MAPA DE PROCESOS



Fuente. Elaboración propia

3.3.3. Capacidad de Servicios

Esta capacidad será determinada por el número de nuestros clientes que accederán cada mes al Curso de Capacitación, el cual se determinará a través de las ventas mensuales de los Planes. Se espera un incremento mensual dependiendo de la demanda ya que para el año 2018 se pretenden contar con 200 cursos mensuales los cuales representarán un incremento notable de las ventas de la Alianza ChevyConduce.

TABLA 6 PROGRAMACIÓN DE SERVICIOS

PROGRAMACION DE SERVICIO					
FECHA DE INICIO PLANEADO	FECHA DE TERMINACIÓN PLANEADA	CANTIDAD DE CONVENIOS	HORAS DE CAPACITACIÓN	TOTAL DE HORAS	OBSERVACIONES
1/04/2017	30/04/2017	100	22	2200	
1/05/2017	30/05/2017	110	22	2420	
1/06/2017	30/06/2017	110	22	2420	
1/07/2017	30/07/2017	110	22	2420	
1/08/2017	30/08/2017	110	22	2420	
1/09/2017	30/09/2017	110	22	2420	
1/10/2017	30/10/2017	110	22	2420	
1/11/2017	30/11/2017	110	22	2420	
1/12/2017	30/12/2017	110	22	2420	

Fuente: Propia de acuerdo a proyecciones realizadas

3.3.4. Diseño del servicio

La Alianza ChevyConduce busca brindar a los clientes suscriptores al plan el beneficios de asesoría y descuento en el Curso de Conducción a través del convenio efectuado para tal fin con la Academia o Academias ofertantes.

ILUSTRACIÓN 4 FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA DE SERVICIO	
Empresa	Chevyplan-Alianza
Nombre del Servicio	Alianzas para prestación Servicio de Enseñanza de Conducción
Descripción del Servicio	Ofrecimiento de servicio de Academia de Conducción para clientes suscriptores del Plan de Autofinanciamiento con descuento por Alianza
Usuarios	Dirigido a titulares de planes de autofinanciamiento Chevyplan
Procesos	Negociación, Inscripción e Inicio de Curso
Cargo o Rol responsable del Servicio	Asesor de venta, quien debe caracterizarse por altas competencias comerciales para el logro de incremento de las ventas con el nuevo Servicio Alianza

Pasos a seguir por el Usuario	Entrega de soporte de descuento para ingreso a Academia
Valor del beneficio	Incluido en el Formato de Descuento
Tiempo para tomar servicio	Determinado por el cliente, según su disponibilidad de tiempo
Necesidad y expectativas de los clientes	Cumplimiento, calidad, servicio y seguimiento postventa
Control del Servicio	Auditoría periódica con Alianzas
Requisitos para el servicio	Confirmación de pago en Academia

Fuente. Elaboración propia

3.3.5. Administración de promoción de la calidad

Para el caso de la Alianza ChevyConduce vamos a implementar la NTC ISO 9001 de 2015 ya que dado el Decreto 1500 de 2009 por el cual se establecen los requisitos para la constitución, funcionamiento y habilitación de los Centros de Enseñanza Automovilística, se determina su clasificación y se dictan otras disposiciones, se debe implementar puesto que dado el gran crecimiento que han tenido las micro, pequeñas y medianas empresas en el sector comercial en Colombia, se presenta diariamente una gran competencia entre las mismas. La mejor forma para ganar terreno, ser competitivos, y lograr posicionarse en el mercado, es implementar un sistema de mejora continua, que permita tener clientes satisfechos, cumplir con la demanda del mercado y cualquier otra exigencia que logre el reconocimiento de la empresa.

En la mejora continua de esta organización, se debe implementar un sistema de Gestión de Calidad, es por esto que en la Alianza ChevyConduce se registrará bajo este modelo con el fin de garantizar el funcionamiento del mismo.

Todo lo anterior se hará desde los requerimientos de la norma NTC ISO 9001:2015, ya que permitirá la identificación y estructuración de los procesos presentes en la alianza.

Con este diseño se pretenderá dar solución o mejorar la poca gestión de calidad que se da en la organización, además de cambiar la administración informal o empírica que se da en la misma, para lograr un adecuado y mejor funcionamiento de la organización en general.

El diseño del sistema de gestión de calidad brinda la posibilidad de resolver algunos problemas que enfrenta la organización, a través del paso a paso lógico y óptimo que permita llevar a cabo una estructuración de los procesos para implementar en la misma, cuya importancia radica en una mayor calidad de los productos y servicios, y por lo tanto mayor satisfacción del cliente y rentabilidad.

A pesar de que en la actualidad se le ha dado mayor importancia al tema de la calidad en las organizaciones, esto no es algo nuevo, pues data desde el año 1450 a.C. cuando los egipcios inspeccionaban meticulosamente las piedras para la construcción de pirámides.

Después, en la edad media se logra evidenciar la calidad, ya que en esta época el trabajo era netamente artesanal y el fabricante tenía comunicación directa con el cliente, lo cual hacía que estos se empeñaran en que todo lo que fabricaban se caracterizara por su calidad; con el crecimiento del mercado estos se convirtieron en instructores y supervisores, y a este proceso se le denominó control de calidad del operario¹.

3.3.6. Administración del abastecimiento

De acuerdo a los estándares de servicio deseados por la Alianza ChevyConduce y teniendo la oportunidad de elegir entre varios proveedores la Alianza ChevyConduce ha destinado para que uno de nuestros Aliados a la empresa Touring y Automóvil Club de Colombia.

Para el inicio de la Propuesta se requerirá información publicitaria para la presentación del nuevo servicio a los clientes en los puntos de venta de los Planes de Autofinanciamiento, a través de la Fuerza Comercial.

Se buscará

¹ Evans James R. Administración y Control de la Calidad. 7a edición. editorial Thomson. [en línea], slideshare. Disponible en < <http://es.slideshare.net/gustavopincay/administracion-y-control-de-calidad-evans-7ma>> [citado el 31 de Marzo de 2015]

ILUSTRACIÓN 5 PROPUESTA COMERCIAL



Bogotá, 07 de Abril de 2017

Señora:
Maria Clara Castro
 Servicio Personalizado
 CHEVIPLAN S.A
 Ciudad.

REF.: PROPUESTA CURSO DE CONDUCCION PARA PRINCIPIANTES

Respetada Sra. María Claudia:

De acuerdo con su solicitud nos permitimos hacerle entrega de la propuesta comercial y económica para desarrollar el proceso de Curso de Conducción y Certificado de Aptitud en Conducción para principiantes.

Agradeciendo su amable atención y en espera de sus comentarios.

Cordialmente,

ALFREDO ALBORNOZ GUERRERO
 Gerente General
 FIA Touring & Automóvil Club de Colombia
 PBX. (57 1)6514222

SEDES
Bogotá: Calle 102 a N° 49 a -24 PBX: (57-1) 651 4222 - Fax: (57-1) 651 4230 Call Center: 889 50 50
Bucaramanga: Carrera 32 N° 40 - 36 Local 2 Tel: (7) 645 4770 Fax: (7) 634 4011
Cartagena: Av. La N° 14-54 Edificio Seguros Quilvar Tel: (5) 665 1338 - 653 3058 Fax: (5) 665 5416
Perseña: Centro Comercial y Cultural Picoentro Calle 18 N° 12 - 62 Local A 101 Tel: 344 3000
www.a.c.c.c.o.m.co



PRESENTACIÓN

A continuación presentaremos propuesta para la ejecución del curso y obtención del Certificado de Aptitud en Conducción, requerido para que una persona pueda solicitar la expedición de la Licencia de Conducción Colombiana.

OBJETIVO

Capacitar personas para que con responsabilidad y conocimiento sean conductores seguros que no pongan en riesgo su vida, ni la de los demás en las vías.

Nuestros cursos están dirigidos para formar conductores seguros, responsables, con habilidades de manejo defensivo básico y ante todo con cultura vial. Contamos con más de 35 años de experiencia enseñando con la más alta calidad garantizando la formación de conductores tan buenos como nuestros pilotos Colombianos.

ALCANCE

Cubre las actividades desde la información básica del curso, requisitos, matrícula y facturación, hasta el cargue del Certificado de Aptitud en Conducción en el Registro Único Nacional de Tránsito.

NORMATIVIDAD

Somos el Único Centro de Enseñanza Automovilística Certificado Internacionalmente por la FIA (Federación Internacional de Automovilismo) y FITAC (Federación Interamericana de Touring y Automóvil Clubes), por la ISO 9001:2008 y en conformidad por BUREAU VERITAS, bajo la Resolución 3245 y Decreto 1500 del 2009 del Ministerio de Transporte, para formar conductores en las categorías A2, B1 y C1.

SEDES
Bogotá: Calle 102 a N° 49 a -24 PBX: (57-1) 651 4222 - Fax: (57-1) 651 4230 Call Center: 889 50 50
Bucaramanga: Carrera 32 N° 40 - 36 Local 2 Tel: (7) 645 4770 Fax: (7) 634 4011
Cartagena: Av. La N° 14-54 Edificio Seguros Quilvar Tel: (5) 665 1338 - 653 3058 Fax: (5) 665 5416
Perseña: Centro Comercial y Cultural Picoentro Calle 18 N° 12 - 62 Local A 101 Tel: 344 3000
www.a.c.c.c.o.m.co





TOURING & AUTOMÓVIL
CLUB DE COLOMBIA



PERSONAL

Contamos con instructores de amplia trayectoria e idoneidad certificada.

DESCRIPCION DEL CURSO

El Centro de Enseñanza Automovilística – Automovil Club de Colombia ofrece el Servicio de Expedición del Certificado de Aptitud en Conducción a las personas que tomen el Curso de Conducción para las siguientes categorías:

CERTIFICADO DE APTITUD EN CONDUCCION PARA MOTOCICLETA (CATEGORIA A2):

El curso tiene una intensidad de 43 horas académicas (1 hora = 50 minutos) distribuidas de la siguiente manera:

15 HORAS PRÁCTICAS
25 HORAS TEÓRICAS
3 HORAS TALLER

Las practica-taller se toman en 9 sesiones de 100 minutos diarios en horarios desde las 9:00 a las 18:00 y las teóricas en 4 sábados de 8:00 a 13:00

CERTIFICADO DE APTITUD EN CONDUCCION PARA VEHICULO (CATEGORIA B1):

Esta categoría es para certificar conductores que requieran conducir un vehículo liviano servicio particular inferior a 3.5 toneladas (Automovil, motocarro, cuatrimoto, campero, camioneta y microbús).

Este curso tiene una intensidad de 50 horas académicas (1 hora = 45 minutos) distribuidas de la siguiente manera:

20 HORAS PRÁCTICAS
25 HORAS TEÓRICAS
5 HORAS TALLER

SEDES

Bogotá: Calle 102 a N° 49 a -24 PBX: (57-1) 651 4222 - Fax: (57-1) 651 4230 Call Center: 989 50 50
Bucaramanga: Carrera 32 N° 40 - 36 Local 2 Tel: (7) 645 4770 Fax: (7) 634 4011
Cartagena: Av. La N° 14-54 Edificio Seguros Bolívar Smls: (5) 665 1338 - 653 2098 Fax: (5) 665 3416
Persepolis: Centro Comercial y Cultural Polivalente Calle 18 N° 12 - 62 Local A 101 Tel: 344 3000

www.acc.com.co



TOURING & AUTOMÓVIL
CLUB DE COLOMBIA



Las prácticas se toman en 9 sesiones de 100 minutos diarios, en horarios desde las 6:00 a las 18.30 y las teóricas-taller en 4 sábados de 8:00 a 14:00 y/o en ocho días entre semana de lunes a jueves de 16:00 a 18:50

CERTIFICADO DE APTITUD EN CONDUCCION PARA VEHICULO (CATEGORIA C1):

Esta categoría es para certificar conductores que requieran conducir un vehículo liviano servicio público inferior a 3.5 toneladas (Automovil, motocarro, cuatrimoto, campero, camioneta y microbús).

Este curso tiene una intensidad de 65 horas académicas (1 hora = 45 minutos) distribuidas de la siguiente manera:

30 HORAS PRÁCTICAS
30 HORAS TEÓRICAS
5 HORAS TALLER

Las prácticas se toman en 13 sesiones de 100 minutos más una de 50 minutos diarios en horarios desde las 6:00 a las 18:30 y las teóricas-taller en 5 sábados de 8:00 a 14:00 y/u ocho días entre semana de lunes a jueves de 16:00 a 18:50 más un sábado.

PARQUE AUTOMOTOR

El CEA – ACC, cuenta con los siguientes vehículos automotores:

MOTOS

AKT, Pulsar y Kimko

VEHICULOS

Chevrolet Sail, Renault Twingo y Logan

SEDES

Bogotá: Calle 102 a N° 49 a -24 PBX: (57-1) 651 4222 - Fax: (57-1) 651 4230 Call Center: 989 50 50
Bucaramanga: Carrera 32 N° 40 - 36 Local 2 Tel: (7) 645 4770 Fax: (7) 634 4011
Cartagena: Av. La N° 14-54 Edificio Seguros Bolívar Smls: (5) 665 1338 - 653 2098 Fax: (5) 665 3416
Persepolis: Centro Comercial y Cultural Polivalente Calle 18 N° 12 - 62 Local A 101 Tel: 344 3000

www.acc.com.co





COSTO

A continuación, se relaciona tabla de costos de acuerdo a la solicitud de la empresa CHEVIPLAN.

DESCRIPCIÓN PRODUCTO		No. DE PERSONAS	COSTOS POR GRUPO
CATEGORIA B1	Vehículo liviano servicio particular	Grupos de 1 a 39	\$750.000
		Grupos de 40 a 69	\$730.000
		Grupos de 70 a 100	\$715.000
CATEGORIA C1	Vehículo liviano servicio público	Grupos de 1 a 39	\$1.000.000
		Grupos de 40 a 69	\$980.000
		Grupos de 70 a 100	\$950.000

Agradecemos por contactarnos, quedamos atentos a sus observaciones

Cordialmente.,

ALFREDO ALBORNOZ GUERRERO
Gerente General
FIA Touring & Automóvil Club de Colombia
PBX. (57 1)6514222

SEDES
Bogotá: Calle 102 a N° 49 a -24 PBX: (57-1) 651 4222 - Fax: (57-1) 651 4230 Call Center: 989 50 50
Bucaramanga: Carrera 22 N° 40 - 38 Local 2 Tel: (7) 645 4770 Fax: (7) 634 4011
Cartagena: Av. La N° 14-54 Edificio Seguros Quilón Tel: (5) 565 1318 - 553 3058 Fax: (5) 655 3415
Pereira: Centro Comercial y Cultural Pisucentro Calle 18 N° 12 - 62 Local A 303 Tel: 344 3000
www.scc.com.co



3.3.7. Mantenimiento de instalaciones y equipos

De acuerdo a la naturaleza de la Alianza el mantenimiento será asumido de la Academia según el Convenio vigente.

3.4. Plan Estratégico de Recursos Humanos

3.4.1 Plan de Gestión Humana

Para la Alianza ChevyConduce un aspecto relevante lo genera el Plan de Desarrollo del personal a través de un plan dirigido por Gestión Humana, teniendo en cuenta la descripción de los cargos, los perfiles requeridos, de acuerdo al proceso de Selección y Contratación, Programa de Capacitación, Inducción y desarrollo del cargo, nivelación salarial, bonificaciones por cumplimiento de metas mensuales.

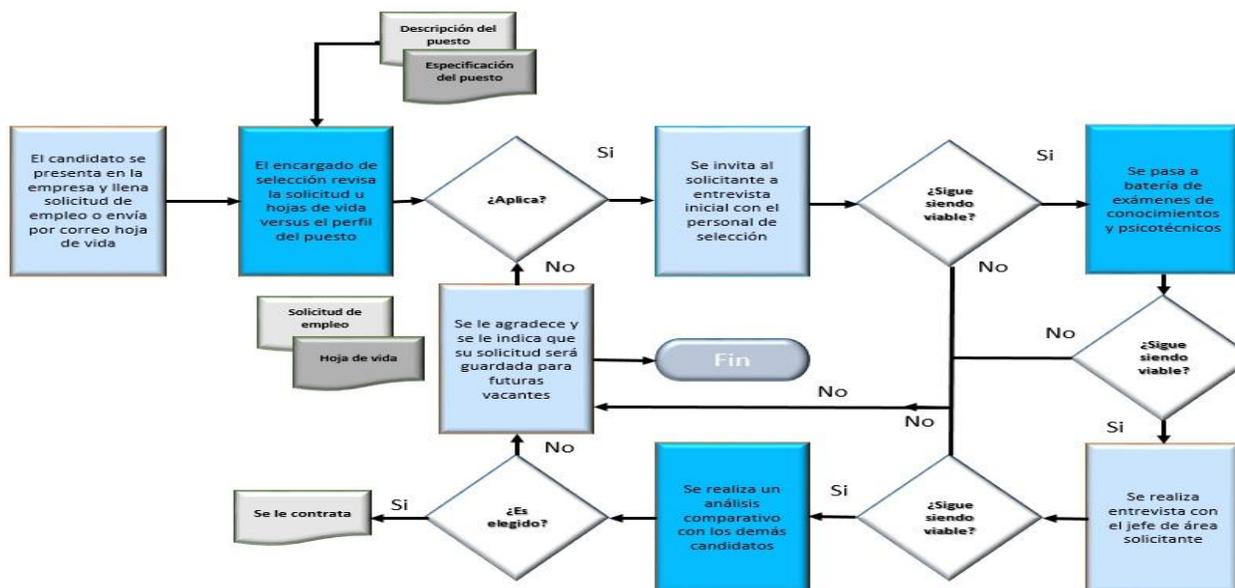
3.4.2 Desarrollo de planes de personal y Descripciones de Cargo

El plan de desarrollo de desarrollo, cuenta con un programa mediante el cual el personal contará la formación requerida para cada cargo, que lo llevara a proyectarse con carrera profesional de acuerdo al aprovechamiento de logros en los cargos asignados.

3.4.3 Reclutamiento de personal, entrevista y selección

Con respecto al reclutamiento de personal la Alianza contará con el servicio a través de outsourcing donde planteamos el siguiente flujograma de fases a realizar:

ILUSTRACIÓN 6 PROCESO DE SELECCIÓN DEL TALENTO HUMANO



Fuente. Elaboración propia

FORMATO 1 DESCRIPCIÓN DE CARGOS

		DESCRIPCIÓN DEL CARGO		CÓDIGO: HPGTH-FOR-01	
IDENTIFICACIÓN					
Compañía:		Área:			
ALIANZA CHEVYCONDUCE					
Nombre del Cargo:		Cargo del Jefe Inmediato:			
Técnico		xxx			

PROPÓSITO DEL CARGO				
RED OPERACIONAL				
Externo		Interno		Externo
		1. Jefe Inmediato:	2. Otros Cargos de la Organización que me afectan:	3. Otros Cargos del Grupo que me afectan:
7. Fuentes Externas que me Afectan:				8. Fuentes Externas que yo Afecto:
		4. Subalternos:	5. Otros Cargos de la Organización que yo afecto:	6. Otros Cargos del Grupo que yo afecto:
PERFIL DEL CARGO (Requisitos mínimos)				
Educación Formal:		Profesional en ciencias de las ingenierías, económicas o administrativas o afines.		
		Especialista en gerencia de proyectos o afines.		
		Certificación PMI.		
Idiomas:		Nivel de inglés B1		

Conocimientos Específicos y Formación Adicional:	Metodologías de mejoramiento continuo (lean) y de optimización y control de procesos bajo BPM y sistemas BPM.		
	Diseño y reingeniería de procesos.		
	Gestión de proyectos bajo metodología PMI – Certificación.		
	Indicadores de Gestión		
	Administración de Presupuestos		
	Sistema de Gestión de Calidad		
	Nivel avanzado de Excel, Word y PowerPoint.		
	Diseño de presentaciones efectivas.		
Competencias del cargo : Habilidades	<u>Competencias Organizacionales:</u> Orientación a resultados, Orientación al servicio, Relacionamento Personal, Trabajo en Equipo, Visión sistémica y Gestión del cambio...		
NOTA: LAS COMPETENCIAS SON DE ACUERDO A CARGO	<u>Competencias de Liderazgo:</u> Visión Estratégica, Comunicación asertiva.		
	<u>Competencias Funcionales</u> – Gestión Operativa: Enfoque sistémico, orientación a la excelencia, Gestión por procesos.		
Experiencia:	5 años de experiencia profesional de los cuales mínimo 2 deben ser en actividades específicas en gerencia de proyectos, rediseño y/o automatización de procesos.		
	Administración de equipos de trabajo.		
Requisitos Legales:	Tarjeta profesional		
Otras características del puesto. Se darán a conocer de acuerdo a las necesidades que el perfil lo requiera.			
Exigencias físicas: las determinadas para cualquier cargo.			
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD			
DESCRIPCIÓN	FUNCIONES		
1. Funciones esenciales del puesto			
Objetivo principal de la	Detalle de cada función		

función				
2. Funciones marginales del puesto:				
Objetivo principal de la función	Detalle de cada función			
3. Describa el perfil de un supervisor.				
Objetivo principal de la función	Detalle de cada función			
4. Horas totales por semana				
Espacio para diligenciar por el área de selección				
Se debe realizar exámenes físicos para aspirar a cualquier cargo	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO		
Se debe realizar estudio de seguridad	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO		
Este puesto requiere soportes de capacitación.	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO		
Versión del contenido de la Descripción del Cargo:	Versión 2			
Fecha de Actualización:	30 de noviembre de 2016			
Actualizado por:	Pedro Pérez – Analista de Desarrollo Humano			
Aprobado por:	Gerencia Control			

	Interno			
FIRMAS				
Acepto las condiciones del cargo laboral designado de acuerdo a los requisitos.				
Nombre del empleado	Firma	Fecha		
Certifico que las declaraciones anteriores, según mi leal entender y saber, describen con precisión el Puesto.				
Nombre del Jefe Inmediato	Firma	Fecha		

Fuente: Elaboración propia.

3.4.4. Entrevista, evaluación y selección de empleados

Para la Alianza la selección de personal funciona como un proceso compuesto de varias etapas o pasos secuenciales que atraviesan los candidatos.

FORMATO 2 ENTREVISTA PERSONAL

										Fecha:				
Nombre del Aspirante:														
Instrucciones: Este formulario de entrevista está diseñado para ayudar a que el panel de selección llegue a un consenso sobre los méritos del aspirante en cuestión.														
PLANEACION Y PREPARACION														
Capacidad para establecer metas, prioridades, fecha límite y planeación de estrategias.														

1			2			3			4			5		
Comentarios:														
USO DE LOS RECURSOS														
Capacidad para administrar las funciones a su cargo.														
1			2			3			4			5		
Comentarios:														
ADAPTABILIDAD														
Capacidad para solucionar eventos desafiantes u obstáculos inesperados														
1			2			3			4			5		
Comentarios:														
HABLA Y ESCUCHA														
Capacidad para hablar de manera eficaz y escuchar para entender.														

1			2			3			4			5		
Comentarios:														
CUIDADOS DE OTROS														
Capacidad para considerar y responder ante las necesidades y las capacidades personales de otros individuos														
1			2			3			4			5		
Comentarios:														
DIRIGIR A OTROS														
Capacidad para influir o dirigir a otras personas para que cumplan sus tareas y logren sus metas														
1			2			3			4			5		
Comentarios:														
TRABAJO EN EQUIPO														
Capacidad para administrar, dirigir y participar en equipos, así como para fomentar la cooperación y el espíritu de grupo														

1			2			3			4			5		
Comentarios:														
INICIATIVA														
Capacidad para generar nuevas ideas y llevarlas, así como buscar responsabilidad sin guía ni supervisión														
1			2			3			4			5		
Comentarios:														
RESPONSABILIDAD														
Capacidad para actuar de forma ética e íntegra en la toma de decisiones inmediatas.														
1			2			3			4			5		
Comentarios:														
PRESENCIA PERSONAL														
Presentación personal a la entrevista (Vestimenta, Higiene, acorde a la ocasión, etc.)														

1			2			3			4			5		
Comentarios:														
COMPARACION DE ESTE ASPIRANTE CON OTROS ASPIRANTES AL MISMO CARGO														
Nombre del Aspirante				Calificación Total			Ranking		Observaciones / Comentarios					

Fuente. Elaboración propia

3.4.5. Capacitación e inducción de empleados con base en los requisitos del puesto

La capacitación del personal se realizará mediante inducción de manera personalizada en el cargo para el cual fue contratado, con prácticas en las tareas a desarrollar y ayudas con material físico. La capacitación que utilizaremos en nuestra Alianza ChevyConduce se refiere a los métodos para proporcionar a los empleados nuevos y actuales las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo y alcanzar los objetivos de la Alianza. La capacitación será delegada al jefe superior e inmediato de la persona que ocupará el puesto.

FORMATO 3 INDUCCIÓN



LISTA DEPARTAMENTAL DE INDUCCIÓN PARA EMPLEADOS NUEVOS

Nombre:	Fecha de Contratación:	Nombre del Puesto:
Departamento:	Fecha de Inicio:	Inducción Departamental Hecha Por:
TEMA		Fecha de Revisión:
1. INFORMACION DE RECURSOS HUMANOS		
a) Desarrollo de tareas y funciones por departamentos-	a.	_____
b) Descripción del desarrollo del cargo según perfiles.	b.	_____
c) Presentación de informes retroalimentación de los mismos.	c.	_____
d) Resultados del periodo de prueba.	d	_____
e) Ética de vestuario	e	_____
f) Retroalimentación anual.	f	_____

g) Actualización de licencias.		g _____
2. INFORMACION DEL DEPARTAMENTO		
a) estructuración de departamentos.		a. _____
b) Políticas y desempeños del área.		b. _____
c) Cultura de servicio,		c. _____
d) Actividades y proyectos de mejoramiento continuo de calidad).		d _____
e) Seguridad industrial		e _____
f) Equipos.		f _____
*llaves entregadas		
*otros		
g) Correo electrónicos		g _____
3. INFORMACION DE SEGURIDAD		
a) Plan de seguridad.		a. _____
b) Aplicación de normas de seguridad industrial.		b. _____
c) COPASST.		c. _____
e) Asistencia a eventos de seguridad (Obligatorio)		e _____
4. INFORMACION DE INSTALACIONES		
a) Energía de reserva.		a. _____

b) Sistemas Mecánicos.	b. _____
c) Servicios primarios.	c. _____
d) Gases Médicos.	d _____
e) Asistencia a la feria Anual de seguridad (Obligatorio)	e _____
5. INFORMACION SOBRE SEGURIDAD	
a) Tareas de código de emergencia	a. _____
b) Tareas de código Azul	b. _____
c) Código rojo: Procedimiento de evacuación	c. _____
d) Código 10: Procedimiento de riesgos externos.	d _____
e) Normas COPASST.	e _____
He recibido la capacitación sobre los temas de seguridad.	

Fuente. Cuadro adaptado según normas de ChevyConduce



HOJA DE TRABAJO PARA EVALUACION Y ENTRENAMIENTO

Empleado:	_____	Cargo	_____
Supervisor	_____	Departamento	_____
Fecha:	_____	Periodo de Revisión de	_____
		a	_____

1. ¿Cuáles áreas del desempeño laboral del empleado cubren los estándares de desempeño del puesto?

2. ¿Cuáles áreas necesitan mejorar durante los próximos seis a doce meses?

3. ¿Cuáles factores o eventos que están fuera del control del empleado podrían afectar de manera negativa o positiva Su capacidad para lograr los resultados planeados durante los siguientes doce meses?

4. ¿Cuáles fortalezas específicas, de las que ha demostrado el empleado en este puesto, deberían utilizarse con mayor							
Plenitud durante los siguientes doce meses?							
5. Enumera dos o tres áreas, en las que el empleado necesita mejorar su desempeño durante los siguientes doce meses							
falta de conocimiento, experiencia, necesidades de desarrollo de habilidades, modificación de conductas que afectan el							
desempeño laboral entre otros							
6. Con base a su evaluación de los reactivos 1-5, resuma sus objetivos comunes							
A. Lo que hará el Supervisor:							
B. Lo que hará el empleado:							

C. Fecha en que se revisara nuevamente el progreso o cuando se reevaluaran los objetivos:								

D. Datos y evidencias que se usaran para observar y medir el progreso:								

_____				_____				
Firma del Empleado				Firma del Supervisor				

Fecha								

Fuente. Cuadro adaptado según normas de ChevyConduce

Alianza ChevyConduce								
				"Problemas de trabajo y familia. Un módulo para supervisores y gerente"				
				FECHA DE CAPACITACIÓN				
NOMBRE DEL CURSO:				INICIO:				
NOMBRE DEL INSTRUCTOR:				TÉRMINO:				
Nombre: (opcional)			NOMBRE DEL PUESTO/GRADO:					
AGENCIA:		TELÉFONO DE OFICINA: (opcional)		DIRECCIÓN DE OFICINA : (opcional)				
Califique su nivel de conocimientos y habilidades (circule su calificación) Antes de este curso				En general, cómo calificaría este curso? __ Excelente __ Muy bueno __ Bueno __ Regular __ Malo				

Bajo Alto 1 2 3 4 5 Después de este curso: Bajo Alto 1 2 3 4 5						
EVALUACIÓN DEL CURSO (Marque el cuadro apropiado)						
REACTIVOS DE EVALUACIÓN Cuánto mejoró el curso sus conocimientos y habilidades en:	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	NO APLICABLE
1. Lo que son los programas de trabajo y familia						
2. Quién utiliza los programas de trabajo y familia						
3. Cómo reconocer y resolver problemas de trabajo y familia						
4. Ayudarlo a tomar medidas prácticas en trabajo						
CALIFICACIÓN DEL INSTRUCTOR						
1. Presentación, organización, impartición						
2. Conocimientos y dominio del tema						
3. Uso de materiales audiovisuales u otros auxiliares para la capacitación						
4. Estimulación de un intercambio abierto de ideas, participación e interacción de grupo.						
PUNTOS FUERTES DEL CURSO *						
PUNTOS DÉBILES DEL CURSO *						

* *
DATOS ADICIONALES QUE A USTED LE HUBIERA GUSTADO QUE SE CUBRIERAN EN EL CURSO * * *
COMENTARIOS O RECOMENDACIONES ADICIONALES

Fuente. <https://www.arlsura.com>

3.4.6. Evaluación de Competencias y desempeño a empleados

Según el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA (2016) *La evaluación de las competencias laborales es el proceso por medio del cual un evaluador recoge evidencias de desempeño, producto y conocimiento de una persona con el fin de determinar su nivel de competencia (básico, intermedio o avanzado), para desempeñar una función productiva, centrándose en el desempeño real de las personas y con base en un referente que es la Norma de Competencia Laboral y/o el esquema de certificación.*

Este procedimiento tiene como propósito promover y reconocer el aprendizaje y la experticia adquirida a lo largo de la vida laboral de aquellos colombianos que se encuentren vinculados laboralmente, que estén en búsqueda de empleo e independientes y que demuestren, como principal requisito, que tienen una experiencia laboral mínima de un año.

FORMATO 5 CALIFICACIÓN DEL DESEMPEÑO

											
Formulario para calificar el desempeño											
Nombre del empleador: _____						Nivel: _____					
Nombre del Gerente : _____											
Principales responsabilidades del trabajo:						Resultados o metas a alcanzar					
1. _____						1. _____					
2. _____						2. _____					
3. _____						3. _____					
4. _____						4. _____					
5. _____						5. _____					
Comunicación											
1				2				3			
Por debajo de las expectativas				Cubre las expectativas				Modelo esperado			
Inclusive con asesoría no logra preparar, de manera oportuna y precisa, comunicaciones directas como formularios, registros y trámites por escrito; los productos requieren de correcciones mínimas. Inclusive con asesoría, no logra adaptar, de manera directa, el estilo y los materiales para comunicar información.				Con asesoría prepara de manera oportuna y precisa comunicaciones directas como formularios y trámites por escrito; los productos requieren de correcciones mínimas. Con asesoría adapta el estilo y los materiales para comunicar información de forma directa.				Prepara por sí mismo comunicaciones como formularios, registros y trámites por escrito, de forma oportuna y			

		precisa, los productos pocas veces requieren de correcciones mínimas. Adapta el estilo y los materiales por sí mismo para comunicar información directamente.
Conocimientos Técnicos Organizacionales		
Por debajo de las expectativas	Cubre las expectativas	Modelo
Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño
Eficacia Personal		
Por debajo de las expectativas	Cubre las expectativas	Modelo Esperado
Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño
Trabajo de Equipo		
Por debajo de las expectativas	Cubre las expectativas	Modelo Esperado
Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño
Resultados del Logro de Negocios		
Por debajo de las expectativas	Cubre las expectativas	Modelo

		Esperado
Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño	Aquí se incluyen los estándares de desempeño
Evaluación de Resultados		
Logro 1		
Bajo Impacto	Impacto Moderado	Alto Impacto
La eficiencia o eficacia de los operadores se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima. La calidad de los productos se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima	La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró mucho. En la calidad de los productos mejoró mucho.	La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró enormemente . En la calidad de los productos mejoró enormemente .
Logro 2		
Bajo Impacto	Impacto Moderado	Alto Impacto
La eficiencia o eficacia de los operadores se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima. La calidad de los productos se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima	La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró mucho. En la calidad de los productos mejoró mucho.	La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró enormemente . En la calidad de los productos mejoró enormemente .
Narrativa		

TABLA 7 PERFILES Y ESCALAS DE SALARIOS

CATEGORÍA	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	SALARIOS MÍNIMOS LABORALES 2017	HONORARIOS (*48%) 2017
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	TÉCNICO	
Técnico (1)	Técnico Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 910.000	\$ 1.347.000
	Técnico Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	\$ 935.000	\$ 1.384.000
	Técnico Bilingüe	\$ 1.800.000	\$ 2.667.000
	Técnico con experiencia superior a 2 años	\$ 1.156.000	\$ 1.712.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	TECNÓLOGO	
Tecnólogo (2)	Tecnólogo Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 1.120.000	\$ 1.656.000
	Tecnólogo Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	\$ 1.520.000	\$ 2.250.000
	Tecnólogo Bilingüe	\$ 1.920.000	\$ 2.840.000
	Tecnólogo con experiencia superior a 2 años	\$ 1.920.000	\$ 2.840.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	PREGRADO	
Profesional - Pregrado (3)	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 1.935.000	\$ 2.863.000
	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	\$ 2.680.000	\$ 3.964.000
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	\$ 2.380.000	\$ 3.524.000
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	\$ 3.105.000	\$ 4.595.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	ESPECIALISTA	
Profesional - Especialista (4)	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 2.823.000	\$ 4.178.000
	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	\$ 3.529.000	\$ 5.223.000
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	\$ 3.529.000	\$ 5.223.000
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	\$ 3.952.000	\$ 5.849.000
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	MAGISTER	
Profesional- Magister (5)	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	\$ 3.670.000	\$ 5.431.000
	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	\$ 4.235.000	\$ 6.268.000
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	\$ 4.235.000	\$ 6.268.000
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	\$ 4.940.000	\$ 7.311.000
CRITERIOS TENIDOS EN CUENTA:		Salario Mínimo Legal Vigente 2017	
Colombia, la variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) (variaciones porcentuales) año 2016 fue de 5,75 fuente: http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor .		\$ 737.717	
· La diversidad de perfiles.		Subsidio de Transporte 2017	
· Contextualizamos en el tema de salarios y tendencias.		\$ 83.140	
· Incremento proporcional en aquellos salarios mas altos.		Salario Mínimo Integral 2017	
SE ESTABLECIERON LAS SIGUIENTES CATEGORIAS PARA HACER EFECTIVO EL INCREMENTO		\$ 9.590.321	
Para Técnicos, Tecnólogos, Pregrado, Especialista y Magister en todas sus categorías se aplicará el 7% que fue el incremento del SMLV para el año (2017) + 1 punto por concepto de pérdida de poder adquisitivo de la moneda. (Decreto 2209 de diciembre de 2016).		Esta tabla no aplica para: 1. Profesionales de la Salud. 2. Derecho, en todos los casos ya definidos por el Colegio de Abogados. 3. Profesionales de la Educación.	

3.4.8. Clima Laboral

Por la naturaleza de la Alianza donde nuestros clientes llegaran a través de la Fuerza de Ventas, el personal contará con una alta motivación, medible por el clima en el que a través de los Directores Comerciales y los resultados será medible periodo a periodo.

FORMATO 6 CLIMA LABORAL

<p>CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL</p> 
<p>La Dirección de la Alianza ChevyConduce está muy interesada en conocer la opinión de</p>

su personal respecto a una serie de cuestiones de interés para todos, como base para emprender la mejora de sus condiciones.

Por tanto le rogamos nos conteste a las diez preguntas que encontrará a continuación, marcando con una *equis* las respuestas que considere más ajustadas a la realidad. Marque una sola respuesta en cada pregunta. Conteste con toda sinceridad y no deje de responder ninguna pregunta.

Con objeto de que pueda expresarse con la máxima libertad, este cuestionario es anónimo, por lo que le rogamos que no firme ni indique su nombre ni departamento. No obstante, si deseara hacer alguna observación, puede escribirla al final del cuestionario.

SENTIDO DE PERTENENCIA

1. ¿Cree usted que esta empresa es un buen sitio para trabajar, comparándola con otras empresas que usted conoce?

1. Es una de las mejores empresas que conozco.
2. Es un poco mejor que la mayoría.
3. Más o menos, es igual que todas.
4. Es un poco peor que lo corriente.
5. Es una de las peores que conozco.

SENTIDO DE PERTENENCIA

2. ¿Se iría usted a trabajar a otra empresa, suponiendo que le pagaran igual y que pudiera desempeñar el trabajo que le ofrecieran?

1. Inmediatamente.
2. Muy probablemente.
3. En algunos casos, sí.
4. Lo pensaría mucho antes de irme.
5. Decididamente, no.

IMAGEN

3. ¿Cree que la Dirección hace lo que puede para mejorar las condiciones del personal?

1. Sinceramente, sí.
2. Se preocupa bastante.
3. Hace lo corriente. No mucho.
4. Hace poco en este sentido.
5. No se preocupa.

IMAGEN

4. ¿Piensa que otras empresas tratan a su personal mejor que ésta?

1. Sí, todas.
2. Bastantes.
3. Algunas.
4. Muy pocas.
5. Ninguna.

ORGANIGRAMA

1. Sí.
2. Es lo probable.
3. Según y cómo.
4. Es poco probable.
5. No. Aquí es inútil aunque se cumpla bien con el trabajo.

ORGANIGRAMA Relaciones interpersonales
6. ¿En qué relaciones está con su jefe inmediato? 1. Excelentes. 2. Buenas. 3. Corrientes. 4. Un poco tirantes. 5. Desagradables.
ORGANIGRAMA relaciones interpersonales o comunicación
7. ¿Le consulta su jefe en asuntos de trabajo? 1. Nunca. 2. Parece que le molesta discutir los asuntos con los colaboradores. 3. Alguna vez me consulta algo. 4. Cambia impresiones conmigo a menudo. 5. Suele tomar en consideración lo que le digo.
ORGANIGRAMA
8. Si dependiera de usted, ¿haría las cosas de forma diferente a lo que le dice su jefe? 1. Casi siempre las haría de otra manera. 2. Cambiaría bastantes cosas muchas veces. 3. Haría ligeras modificaciones muy a menudo. 4. Pocas veces tendría que cambiar cosas de detalle. 5. Casi nunca tendría que cambiar sus planes.
ORGANIGRAMA relaciones interpersonales
9. ¿Le aprecia su jefe en todo lo que vale? 1. No. En absoluto. 2. No me aprecia en todo mi valor. 3. A veces es un poco injusto conmigo. 4. Me estima en lo que valgo. 5. Me estima en más de lo que valgo.
ORGANIGRAMA
10. ¿Cree que su jefe trata de ayudarlo a mejorar en la empresa? 1. Francamente, sí. 2. Por lo general, tiene voluntad. 3. Me ayuda sin con ello no se perjudica. 4. No hace nada para ayudarme. 5. Le molesta que prosperen sus colaboradores
Gracias por su colaboración.

Fuente: Adaptado para ChevyConduce de la página <http://www.repotur.gov.ar>

3.4.9. *Higiene Y Seguridad Industrial*

Tendremos como base el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial diseñado por Positiva Compañía de Seguros el cual acondicionaremos acorde a nuestras necesidades.

REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

RAZON SOCIAL : Alianza ChevyConduce

NIT : 900256231-6

A.R.L : POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.

NUMERO CONTRATO DE AFILIACION CON A.R.L:

ACTIVIDAD ECONOMICA:

CODIGO DE ACTIVIDAD ECONOMICA:

CLASE Y GRADO de Riesgo asignado por la A.R.L:

DIRECCION

TELEFONO

CIUDAD

PRINCIPAL:

SUCURSALES:

Prescribe el siguiente reglamento, contenido en los siguientes términos:

ARTÍCULO 1: La empresa se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una adecuada y oportuna prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales y de la promoción de la salud de los trabajadores.

ARTÍCULO 2: La empresa se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo, de conformidad con lo establecido por el Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Resolución 1016 de 1989, Decreto 1295 de 1994, Decreto 1771 de 1994, y demás normas que con tal fin se establezcan.

ARTÍCULO 3: La empresa se compromete a designar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes de Salud Ocupacional de conformidad con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, (Elaborado de acuerdo el Decreto 1443 de 2014 - hoy compilado en el Decreto 1072 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, en el Libro 2, Parte 2, Título 4, Capítulo 6.).El cual consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo.

ARTÍCULO 4: Los riesgos existentes en la empresa están constituidos principalmente por:

- a) Área Administrativa: (Describir los riesgos que tenga esta área basándose en la tabla anexa)
- b) Planta o Área Operativa: : (Describir los riesgos que tenga esta área basándose en la tabla anexa)

PARAGRAFO: A efecto de que los riesgos contemplados en el presente Artículo, no se traduzcan en accidente de trabajo o enfermedad laboral, la empresa ejercerá control en la fuente, en el medio o en el individuo, de conformidad con lo estipulado en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, el cual se dé a conocer a todos los trabajadores y partes interesadas.

ARTÍCULO 5: La empresa y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implementación de las actividades de Salud Ocupacional, que sean concordantes con el presente Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo .

ARTÍCULO 6: El empleador proporcionará a todo trabajador que ingrese por primera vez a la empresa, independiente de su forma de contratación y vinculación y de manera previa al

inicio de sus labores, una inducción en los aspectos generales y específicos de las actividades a realizar, que incluya entre otros, la identificación y el control de peligros y riesgos en su trabajo y la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

ARTÍCULO 7: Este reglamento permanecerá exhibido en, por lo menos dos lugares visibles de los locales de trabajo, cuyos contenidos se dan a conocer a todos los trabajadores y partes interesadas.

ARTÍCULO 8: El presente reglamento tendrá vigencia a partir de su publicación y durante el tiempo que la empresa conserve sin cambios sustanciales las condiciones existentes en el momento de su emisión, tales como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del Reglamento o que limiten su vigencia.

Firma

NOMBRE

REPRESENTANTE LEGAL

3.4.10. Estructura *Organizacional*

El equipo humano que se requiere para poner en marcha este plan de negocio es el siguiente:

ILUSTRACIÓN 7 DIRECTOR LÍNEA DE FIDELIDAD DE ALIANZA

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	DIRECTOR LÍNEA DE FIDELIDAD ALIANZA
CATEGORÍA	Confianza
HORARIO DE TRABAJO	8 horas y flexible
MISIÓN	Dirigir, desarrollar y alcanzar los objetivos del plan estratégico de la alianza, coordinando el trabajo en equipo requerido.
NIVEL DE ESTUDIOS	Administrador, Economista, Ingeniero o Contador con amplia experiencia en negociación y gestión en alianzas empresariales Deseable especialista en Finanzas y/o Alta Gerencia.
OTROS CONOCIMIENTOS	Excell Avanzado y básico Access.
COMPETENCIAS	Genéricas Tuning y específicas según su profesión principal.
HABILIDADES ADICIONALES	Habilidades de comunicación, financieras, Organización Inteligencia emocional. Más de 4 años de experiencia en temas relacionados a las funciones.
PRINCIPALES FUNCIONES	Realizar la gestión, el suministro y control de la asignación de recursos materiales y humanos. Liderar la definición de los indicadores de gestión y modelos orientados a la calidad. Supervisar la realización de los diagnósticos y generación de nuevas propuestas. Vigilar y Coordinar la administración de los recursos humanos y materiales. Elaborar y presentar los informes de gestión mensual. Investigar las condiciones económicas del mercado. Conocer las últimas tendencias y la creciente competencia en el mercado. Prepara un plan de negocio perfecto de acuerdo a las metas y objetivos establecidos. Fortalecer la base de los clientes con el compromiso de servicio, calidad y satisfacción. Entender las necesidades y requerimientos del plan de crecimiento del negocio. Dirigir, coordinar y controlar las actividades del Departamento a su cargo. Asegurar el buen funcionamiento de todas las operaciones comerciales dentro de la organización. Explorar nuevas oportunidades para lograr las metas de utilidades.

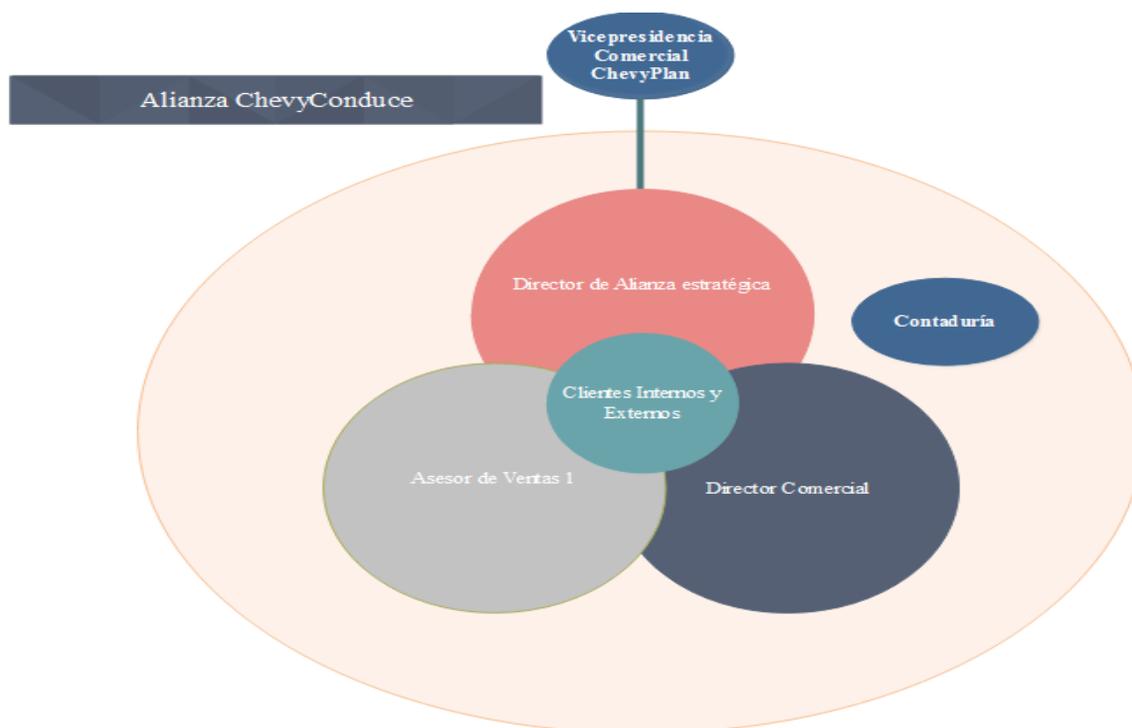
Fuente: Elaboración propia

ILUSTRACIÓN 8 ASESOR DE VENTAS

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ASESOR DE VENTAS
CATEGORÍA	Contrato Laboral Definido
HORARIO DE TRABAJO	Lunes a Viernes de 7:30 am a 5:30 pm y Sábados 7:30 am a 2 pm
MISIÓN	Apoyar la consecución de la estrategia de Mercado y Ventas de la Empresa, participando activamente de los planes de mejoramiento tendientes a fortalecer el vínculo comercial del mercado y posicionando la imagen corporativa como del producto.
NIVEL DE ESTUDIOS	Tecnólogo en Administración de Empresas, Economista o Finanzas Últimos semestres carreras Administrativas y Económicas
OTROS CONOCIMIENTOS	Excell Avanzado y básico Access.
COMPETENCIAS	Genéricas Tuning y específicas según su profesión principal.
HABILIDADES ADICIONALES	Habilidades de Comunicación, Negociación, Organización e Inteligencia emocional.
EXPERIENCIA	Más de 4 años de experiencia en temas relacionados a las funciones.
PRINCIPALES FUNCIONES	<p>Cumplir con los objetivos en término de cumplimiento de metas mensual y anual de la empresa desempeñando la función enfocados por la Misión y Visión.</p> <p>Servicio integral excelente y oportuno al cliente con un alto nivel de eficiencia, eficacia y efectividad, regidos por los valores de calidad, compromiso y transparencia.</p> <p>Formular, Proponer a la Dirección planes y programas para el incremento de recursos financieros a través de nuevos productos y servicios según las necesidades de los clientes antiguos y nuevos.</p> <p>Mantener en el desempeño de su cargo excelentes relaciones interpersonales, capacidad de liderazgo, receptividad al cambio, mejoramiento continuo, calidad y orientación al servicio integral al cliente.</p> <p>Las demás que le asinen según necesidades puntuales del negocio.</p>

Fuente: Propia

ILUSTRACIÓN 9 ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración propia

3.4.11. Retribuciones a los empleados

La retribución a los colaboradores en la Alianza ChevyConduce se regirá por lo establecido en el Código Sustantivo del Trabajo

En su artículo 127, estipula lo siguiente: “Constituye salario no solo la remuneración ordinaria, fija o variable, sino todo lo que recibe el trabajador en dinero o en especie como contraprestación directa del servicio, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte, como primas, sobresueldos, bonificaciones habituales, valor del trabajo suplementario o de las horas extras, valor del trabajo en días de descanso obligatorio, porcentaje sobre ventas y comisiones”.

En cuanto a las tasas y liquidación de recargos establece que:

1. El trabajo nocturno por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previstas en el artículo 20 161 literal c) de esta ley.
2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con algún otro. (Trabajo, 1950)

Las prestaciones sociales son pagos que el empleador hace al trabajador en dinero, especies, servicios u otros beneficios, con el fin de cubrir los riesgos o necesidades del trabajador que se origina durante la relación de trabajo o motivo de la misma. El Código Sustantivo de Trabajo, clasifica las prestaciones sociales a cargo del empleador en dos grandes grupos:

Prestaciones Comunes: son a cargo de todo patrono o empresa independientemente de su capital, tales como: las prestaciones por accidente y enfermedad profesional, auxilio monetario por enfermedad no profesional, calzado y overoles, protección a la maternidad, auxilio funerario, auxilio de cesantía, etc.

Prestaciones Especiales: están a cargo de ciertas empresas atendiendo a su capital, como son: la pensión de jubilación, el auxilio y las pensiones de invalidez, escuelas y especialización, primas de servicios y el seguro de vida colectivo.” (Díaz, 2014)

Prestaciones sociales

Prima de servicios: por éste concepto la empresa debe apropiarse mensualmente un 8.33% del salario base para el cálculo de las prestaciones sociales.

Vacaciones: cada mes la empresa debe apropiarse un 4.17% del valor del salario del trabajador por concepto de vacaciones.

Cesantías: por éste concepto es necesario apropiarse mensualmente el 8.33% del salario del trabajador.

Intereses sobre las cesantías: los intereses sobre cesantías corresponden al 12% anualmente del saldo acumulado a 31 de diciembre, por lo que se debe apropiarse o provisionar el 12% mensualmente o quincenalmente del valor de las cesantías provisionado, según sea el periodo de la liquidación.

Una vez se hayan determinado los valores que se deben apropiarse o provisionar, se procede a la Contabilización de la nómina.” (Gerencie, Gerencie, 2011)

El compuesto salarial

Hay una porción de factores internos (organizacionales) y externos (ambientales) que condicionan los salarios, determinando sus valores. El conjunto de estos factores internos y externos, se denomina compuesto salarial. El compuesto salarial cubre los siguientes factores:

1. Tipología de los cargos de la organización.
2. Política salarial de la organización.
3. Capacidad financiera y desempeño general de la empresa.
4. Situación del mercado de trabajo.
5. Coyuntura económica (inflación, recesión, costo de vida).
6. Sindicatos y negociaciones colectivas.
7. Legislación laboral.

La determinación de los salarios es compleja, ya que muchos factores variables e interrelacionados ejercen efectos diversos sobre los salarios estos factores actúan independientemente o armónicamente unos con otros, con el fin de elevar o bajar los salarios.

(Jiménez)

“La nómina está conformada por tres partes a saber. El devengado, las deducciones y las apropiaciones.

El devengado, es el valor total de ingresos que obtiene un empleado en el mes o en la quincena. Este valor está compuesto por el salario básico, horas extras, recargos diurnos y nocturnos, dominicales, festivos, comisiones, auxilio de transporte, etc.

Las deducciones son los valores que se le descuenta de la nómina al trabajador. Entre estos valor se tienen los aportes a salud y pensión que el corresponden al empleado. Las libranzas, los embargos judiciales, fondo de solidaridad pensional cuando fuere el caso, la retención en la fuente si hubiere lugar a ello, y cualquier otro descuento autorizado por el empleado.

Debemos tener claridad en el sentido que la empresa no puede descontar del sueldo del empleado valores que no estén autorizados por el mismo trabajar, por ley o autoridad judicial competente.

El resultado de restar las deducciones al total devengado, es lo que conocemos como el neto a pagar, que es lo que efectivamente recibe el trabajador.

Las apropiaciones, son los valores que la empresa deba pagar, como es la salud y pensión en el porcentaje que el corresponde, riesgos profesionales, los aportes parafiscales (SENA, Cajas de compensación y el Instituto de bienestar familiar), las prestaciones sociales (prima de servicios, cesantías, intereses sobre cesantías, dotación, vacaciones).

Se llama apropiaciones porque a diferencia del devengado que debe pagarse al finalizar el mes, las apropiaciones se pagan en los primeros días del siguiente mes o un año después dependiendo del concepto, por lo que se deben apropiar (provisionar) para poder contar con los recursos suficientes a la hora de tener que pagar esos valores.

Toda nómina está conformada por estas tres partes, pero no en todas las nóminas se deben pagar todos los conceptos mencionados aquí, puesto que algunos dependen de los monto del ingreso del empelado como es el caso del fondo de solidaridad pensional y la retención en la fuente, o los créditos por libranza que no todos los empleados lo tienen.” (Gerencie, Gerencie, 2010).

“Las apropiaciones de nómina están conformadas por los siguientes conceptos, que son determinados en la Liquidación de la nómina:

Seguridad social

Salud: la cotización al sistema de salud es de 12.5% del salario base de aportes para el sistema de seguridad social. El empleado aporta un 4% y la empresa aporta el 8.5%, porcentaje último que la empresa debe apropiarse en cada nómina y posteriormente consignar a la respectiva entidad de salud a la que este afiliado el trabajador.”

“Pensión: por cada empleado se debe aportar por concepto de pensión, un 16% del salario base cotización. El empleado aporta el 4% y la empresa aporta el 12%, valor que mensualmente la empresa debe apropiarse y consignar en el fondo de pensiones que el empleado haya determinado.

Riesgos laborales: la empresa debe afiliarse al empleado al sistema de riesgos laborales, con el objetivo de cubrir los problemas los accidentes o enfermedades que el empleado sufra como consecuencia del ejercicio de su labor en la empresa. El aporte en su totalidad está a cargo de la empresa, y el porcentaje a cotizar está dado por una tabla progresiva según sea el nivel de riesgo que corra el trabajador en su trabajo.

Aportes parafiscales

Cajas de Compensación Familiar: mensualmente la empresa debe pagar por subsidio familiar un 4% del salario base de cotización por éste concepto.

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar: mensualmente la empresa debe aportar un 3% del salario base del trabajador, con destino al I.C.B.F.

Servicio Nacional de Aprendizaje: mensualmente la empresa debe aportar el 2% de la nómina base para los aportes, con destino al SENA. (Gerencie, Gerencie, 2011).

3.5. *Plan Jurídico*

Nuestra Alianza será puesta en marcha por medio de una Sociedad por acciones simplificadas está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.²

² <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-Sociedades-por-Acciones-Simplificadas>

Una sociedad es un contrato o acuerdo que surge entre dos o más personas que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas por la empresa. Es posible constituir sociedades de único socio o accionista (unipersonal), bajo las figura de la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

Las sociedades pueden constituirse mediante escritura pública o documento privado y forman una persona jurídica independientes de sus asociados. Las sociedades que se constituyan se deben matricular en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar acordado como domicilio social y el acto de creación se deberá inscribir en el Registro Mercantil correspondiente.³

Los requisitos que debe incluir en el documento de constitución, sea escritura pública o documento privado, son los siguientes:

1. Nombres, apellidos, identificación y domicilio de las personas que intervienen como socios o accionistas (dirección de los constituyentes, para sociedades constituidas al amparo de la ley 1014). Las personas naturales deben indicar su nacionalidad, las personas jurídicas deben indicar la Ley, el Decreto, la escritura pública o documento privado, por medio de la cual fueron creadas, el número del NIT, domicilio y nombre del Representante Legal. Las personas jurídicas extranjeras deben acreditar su existencia con documento idóneo de su país de origen.
2. Indicar el tipo de sociedad que se constituye: Sociedad Anónima, Sociedad Limitada, Sociedad Colectiva, Sociedad en Comandita Simple, Sociedad en Comandita por Acciones, Empresa Unipersonal, Sociedad por Acciones Simplificada.
3. El nombre, denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye. El nombre deberá formarse de acuerdo con las reglas previstas en Ley para cada tipo de sociedad. Antes de asignar el nombre a la sociedad, se debe verificar que no haya sido registrado anteriormente por otro empresario. (Ver Homonimia en el RUES).
4. Domicilio principal de la sociedad: ciudad o municipio que se escogió para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales, se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas (Ejemplo: Bogotá, sucursal Armenia).
5. Objeto social: actividades principales que podrá desarrollar la persona jurídica (evite los objetos indeterminados). En el caso de las Empresas Unipersonales, las sociedades creadas en virtud de la Ley 1014 de 2006 y las SAS, se podrá establecer un objeto indeterminado. En este

³ Guía del Registro Mercantil Como Constituir y Matricular una Sociedad

caso, usted podrá indicar en los estatutos que: “la sociedad podrá realizar cualquier objeto lícito de comercio” (Ver Guía No. 28 Constitución de SAS, Guía No. 24. ¿Cómo constituir y articular una Empresa Unipersonal?)

6. Vigencia o término de duración de la sociedad. La vigencia deberá ser definida, (Ej.: hasta el día 30 de mayo de 2011). En el caso de las Empresas Unipersonales, las sociedades creadas en virtud de ley 1014 de 2006 y las SAS, se podrá establecer una vigencia indefinida.

7. Capital social: se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que éste está distribuido, es decir, el número de cuotas, acciones o partes de interés, de igual valor nominal, en que se dividirá y la forma en que serán distribuidas, si fuere el caso.

8. En las Sociedades Anónimas, En Comandita por Acciones y Sociedades por Acciones Simplificadas, se debe señalar el monto del capital autorizado, así como la parte del capital que se suscribe y se paga al momento de la constitución (Tenga en cuenta que existen normas legales que regulan la proporción del capital autorizado, suscrito y pagado). En el caso de las SAS, los accionistas deben decir la forma y termino en que pagaran el capital suscrito, para lo cual podrán pactar que el capital se pagará en un plazo no superior a 2 años. (Ver Guía No. 28 Constitución de SAS).

9. En las Sociedades Limitadas, Colectivas, o en Comandita Simple, se deberá indicar el valor del aporte de cada socio y el número de cuotas o partes de interés correspondientes.

10. En las sociedades creadas en virtud de la Ley 1014 de 2006, al indicarse el monto, se deberá realizar una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El socio o socios responderán por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.

11. La forma como será representada y administrada la sociedad, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales, administradores, la Asamblea de Accionistas, la Juntas de Socios, así como de las que se reserven los socios, conforme a las normas vigentes que regulan cada tipo de sociedad. Recuerde que, si el Subgerente va a ejercer funciones de representación legal o es el suplente del Gerente, está situación deberá indicarse expresamente en los estatutos.

12. En una sociedad creada en virtud de la Ley 1014 e 2006 y en las SAS, cuando no se establece la forma de administración se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.

13. Término y forma de convocar la Asamblea de Accionistas o Junta de Socios a sesiones ordinarias y extraordinarias (es decir, la antelación, medio para realizar la convocatoria y la persona u órgano competente para convocar a los socios o accionistas).

14. Las fechas en las que se deben hacer los inventarios y balances generales y la forma en que han de distribirse las utilidades.

3.6. Plan de *Finanzas*

Precio del servicio para el primer mes:

Servicio 1 B1 \$680.000

Incremento de precios sin Inflación

Primer año 2%

Segundo año 2%

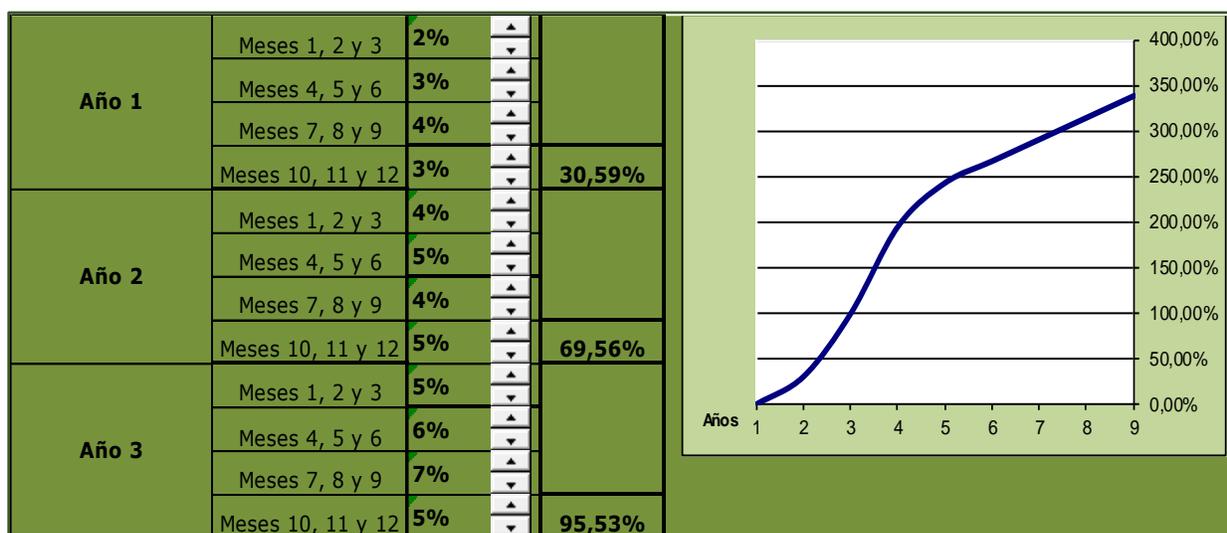
Tercer año 3%

Inflación esperada al año 6.7%

Ventas unitarias

Servicio 1 B1 100

TABLA 8 CRECIMIENTO DE VENTAS POR TRIMESTRE



Fuente: Elaboración Propia

TABLA 9 INGRESOS TOTALES POR AÑO

(En miles)			
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
	\$141.191,2	\$231.544,0	\$468.399,6

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 10 ESTIMACIÓN COSTOS SALARIOS MENSUAL

Sueldos y Salarios:						
Selecciona puesto:	Número de puestos	Sueldo Mensual Nominal	Sueldo Anual	Total Nómina	Comisión Mensual Nominal por puesto (% de ventas)	Sueldo base + comisiones
Alianzas estratégicas y desarrollo del ne	1	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	\$ -
Director Tecnológico	1	\$ 3.000.000,00	\$ 36.000.000,00	\$ 36.000.000,00	150%	\$ 3.149.940,00
Asistente de ventas	1	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 12.000.000,00	100%	\$ 1.099.960,00
Director general					2,50%	
				Las comisiones te ayudan a vender mas.		
Total Nómina Anual Base				\$ 48.000.000,00	Total Comisión Mensual:	\$ 249.900,00
Total Nómina Mensual Base				\$ 4.000.000,00		

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 6 GASTOS FIJOS MENSUALES

Total Mensual Gastos fijos	
Gastos fijos mensuales oficina corporativa.	
Renta (m ²)	\$ -
Luz	\$ -
Agua	\$ -
Comunicaciones	\$ 450.000,00
Seguros y fianzas	\$ 250.000,00
Seguridad	\$ -
Papelería y gastos de oficina	
Otros	\$ -
SubTotal gastos fijos	\$ 700.000,00

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 12 ESTIMACIÓN PRIMER MES

Gastos fijos mensuales planta y bodegas.	
Renta (m ²)	\$ -
Luz	\$ -
Agua	\$ -
Comunicaciones	\$ -
Seguros y fianzas	\$ -
Seguridad	\$ -
Papelería y gastos de planta	
Otros	\$ 200.000,00
SubTotal gastos fijos	\$ 200.000,00

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 73 ESTADO DE RESULTADOS CON PROYECCIÓN A CINCO AÑOS

	AÑO 1 Acumulado	AÑO 2 Acumulado	AÑO 3 Acumulado	AÑO 4 Acumulado	AÑO 5 Acumulado
ALIANZA CONDUCCION					
Estado de Resultados:					
Ingresos:					
Nacional:					
Ingresos por productos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por servicios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Internacional:					
Ingresos por productos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por servicios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ingresos por Comisiones	\$141.191.188	\$231.543.993	\$468.399.624	\$692.656.134	\$755.392.793
Egresos:					
Gastos fijos	\$12.415.998	\$16.698.137	\$22.457.137	\$30.202.353	\$40.618.807
Sueldos y salarios	\$51.529.780	\$61.134.400	\$67.055.791	\$72.662.204	\$74.230.620
Gastos Variables	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros (Gtos de Venta, etc.)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total costos	\$63.945.777	\$77.832.537	\$89.512.928	\$102.864.556	\$114.849.427
Utilidad antes de I,I,D,A.	\$77.245.410	\$153.711.457	\$378.886.696	\$589.791.577	\$640.543.366
Depreciación y Amortización	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad (pérdida) de Operación	\$77.245.410	\$153.711.457	\$378.886.696	\$589.791.577	\$640.543.366
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad antes de impuestos	\$77.245.410	\$153.711.457	\$378.886.696	\$589.791.577	\$640.543.366
ISR (35%)	\$27.035.894	\$53.799.010	\$132.610.344	\$206.427.052	\$224.190.178
PTU (10%)	\$7.724.541	\$15.371.146	\$37.888.670	\$58.979.158	\$64.054.337
Utilidad (pérdida neta)	\$42.484.976	\$84.541.301	\$208.387.683	\$324.385.367	\$352.298.851
Margen de utilidades netas:	30,09%	36,51%	44,49%	46,83%	46,64%

Fuente: Elaboración Propia

Si bien la Naturaleza de la Compañía de Autofinanciamiento, difiere de la Alianza, al analizar el Estado de Resultados por ingreso de comisiones, observamos la tendencia año a año a incremento en las utilidades sólo por este tipo de Alianza.

TABLA 14 BALANCE GENERAL CON PROYECCIÓN A CINCO AÑOS

ALIANZA CONDUCCION						
Balance General						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	Acumulado	Acumulado	Acumulado	s	Acumulado	Acumulado
Activo circulante						
Caja y bancos	\$60.282.040	\$142.980.835	\$346.762.064	\$670.050.154	\$1.021.747.698	
Cientes	\$2.202.936	\$4.045.442	\$8.651.897	\$9.749.174	\$10.350.481	
Inventarios.	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Total activo circulante	\$62.484.976	\$147.026.277	\$355.413.960	\$679.799.328	\$1.032.098.179	
Activo Fijo						
Terreno	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Comunicaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Mobiliario y equipo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Acondicionamiento (m²)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Computadoras y maquinas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Otros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Depreciación acumulada:	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Total activo fijo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Activo total	\$62.484.976	\$147.026.277	\$355.413.960	\$679.799.328	\$1.032.098.179	
Pasivo Circulante						
Proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Créditos bancarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Total pasivo circulante	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo total	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Capital Contable						
Capital social	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	
Resultados de ejercicios anteriores	\$37.951.181	\$116.877.891	\$310.128.007	\$631.240.935	\$982.069.353	
Resultado del ejercicio	\$4.533.794	\$10.148.386	\$25.285.953	\$28.558.392	\$30.028.826	
Total Capital Contable	\$62.484.976	\$147.026.277	\$355.413.960	\$679.799.328	\$1.032.098.179	
Pasivo + Capital	\$62.484.976	\$147.026.277	\$355.413.960	\$679.799.328	\$1.032.098.179	

Fuente: Elaboración Propia

El tipo de Alianza propuesta, donde se generan beneficio al cliente, a través del resultado de Balance General, y teniendo en cuenta el incremento de anual nos determina un resultado favorable a la Compañía, en la proyección a los 5 años.

TABLA 85 FLUJO DE CAJA EFECTIVO CON PROYECCIÓN A CINCO AÑOS

ALIANZA CONDUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Acumulado	Acumulado	Acumulado	s Acumulado	Acumulado
Flujo de Efectivo					
Utilidad neta	\$42.484.976	\$84.541.301	\$208.387.683	\$324.385.367	\$352.298.851
+ depreciación y amortización	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Generación bruta de efectivo	\$42.484.976	\$84.541.301	\$208.387.683	\$324.385.367	\$352.298.851
Usos Operativos					
Financiamiento a cuentas por cobrar	-\$57.498	-\$218.155	-\$473.334	-\$96.526	-\$51.495
Financiamiento a inventarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total usos operativos	-\$57.498	-\$218.155	-\$473.334	-\$96.526	-\$51.495
Fuentes Operativas					
Financiamiento (amort.) proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total fuentes operativas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Generación Neta Operativa	\$42.427.478	\$84.323.146	\$207.914.349	\$324.288.841	\$352.247.357
Fuentes de Instituciones de Crédito					
Financ. (amort.) créditos bancarios corto	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Financ. (amort.) créditos bancarios largo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Financiamiento neto con costo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Usos no operativos					
Venta (inversión) en activos fijos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Venta (inversión) en activos diferidos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total de usos no operativos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Fuentes no operativas					
Aportaciones (retiros) de capital	\$20.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
Total fuentes no operativas	\$20.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
Generación de flujo no operativa	\$20.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
Generación Neta de Flujo de Efectivo	\$62.427.478	\$84.323.146	\$207.914.349	\$324.288.841	\$352.247.357
Caja inicial	\$60.282.040	\$142.980.835	\$346.762.064	\$670.050.154	\$1.021.747.698
Caja final	\$122.709.518	\$227.303.981	\$554.676.412	\$994.338.995	\$1.373.995.054

Fuente: Elaboración Propia

Al mantenerse las metas en ventas con índice del beneficio esperado, y teniendo en cuenta que no se genera un índice importante en porcentaje de crédito, el Flujo de Caja refleja un buen resultado positivo.

3.7. Impactos

Para determinar el impacto PESTE en la Alianza analizamos a continuación cada uno de los componentes y así caracterizar el entorno actual:



3.7.1. Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Político

Las políticas y legislaciones a nivel global, cómo las políticas cambiarias, Alianzas Internacionales, regulaciones de empleo, políticas impositivas, estabilidad gubernamental son factores que afectarían la toma de decisiones tanto a nivel de empresas como a determinada población.

3.7.2. Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Económico

Factores a nivel económico, como Crecimiento Económico que nos lleva a Desarrollo Económico donde el mejoramiento de la calidad de vida, la modernización de la ciudad, el aumento del poder adquisitivo, nos determina un impacto directo en el ofrecimiento de nuestro servicio en la Alianza.

3.7.3. Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Social

Este factor afecta en cuanto a Crecimiento Demográfico, nivel cultural, mejoramiento de la calidad de vida, en este momento el éxodo tanto de nacionales como extranjeros, los programas de seguridad Social y medios de comunicación, son determinantes en la sociedad actual.

3.7.4. Relación bajo el Análisis PESTE, impacto tecnológico

La innovación tecnológica, cambios en el uso de la energía, automatización en procesos, velocidad de los cambio y disminución de tiempos en obsolescencia, generan un impacto en toda empresa.

3.7.5. Relación bajo el Análisis PESTE, impacto Ecológico

Las leyes de impacto medio-ambiental, la regulación sobre el consumo de energía, generación cada vez de conciencia ecológica por el calentamiento global, el cambio climático, nivel de

contaminación, desastres naturales, y las legislaciones ambientales afectarán las decisiones en adquisición de bienes y servicio a todo nivel.

3.8. Plan de *Informática*

En ChevyConduce se trabajará con el sistema SIIGO, puesto que es un programa contable administrativo que gestiona y controla en detalle todos los procesos de las diferentes áreas de la alianza. Con este sistema se puede evaluar: presupuestos, documentos, contabilidad, cuentas por pagar, gestión de recaudo, cuentas por cobrar, tesorería y activos fijos. Lo que permitirá tener un desarrollo informático acorde a las necesidades de ChevyConduce.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo al plan de negocio propuesto, se evidenció que hay una necesidad urgente en los clientes adjudicados y ganadores de contar con una asesoría, orientación y capacitación ya sea a nivel personal y familiar en los conocimientos de conducción, generando en ocasiones inconvenientes al momento de las entregas de sus vehículos, por falta de este conocimiento en el tema de la conducción. Para satisfacer esta necesidad la Alianza ChevyConduce, pondrá a disposición de nuestros clientes este nuevo servicio en asesoría, orientación y capacitación en el momento que requiere del aprendizaje, acorde con los tiempos de entregas de sus vehículos. Esta Alianza además de brindar solución a nuestros clientes, permitirá que la Fuerza de Ventas, cuenten con este beneficio, que les ayudará como incentivo en el incremento de sus resultados, más apoyo y ventaja frente a la fuerte competencia del momento, ya que será una de las fortalezas que ayudará en la decisiva de compra y cierre de ventas efectivas al momento de contactar a los clientes..

Recomendaciones

Teniendo en cuenta la presente propuesta se considera de carácter urgente el desarrollo y puesta en marcha de la Alianza, ya que contamos con un mercado importante a nivel nacional que será atraído por este nuevo servicio, teniendo en cuenta, que podemos encontrar nuevas alianzas, una vez revisados los resultados de la actual propuesta..

BIBLIOGRAFÍA

- 24, O. d.-C. (2014). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.ccb.org
- Bogotá, C. d. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de www.ccb.org.co
- Díaz, D. (21 de Mayo de 2014). *Monografías*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.monografias.com
- Gerencie. (20 de Diciembre de 2010). *Gerencie*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.gerencie.com
- Gerencie. (23 de Enero de 2011). *Gerencie*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.gerencie.com
- Jiménez, J. (. (s.f.). *Industrial JEJM*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de <http://ingindustrialjejm.co.tripod.com/1.htm>
- Lozano, U. M. (Noviembre de 2008). *Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.culturarecreacionydeporte.gov.co
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (Marzo de 2008). *SlideShare*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de <https://es.slideshare.net/ikandlar/plan-nacional-de-tecnologias-de-la-informacin-y-telecomunicaciones>
- Revista Dinero. (22 de Junio de 2016). *Revista Dinero*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.dinero.com
- SIIGO. (s.f.). *SIIGO*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.siigo.com.co
- Trabajo, M. d. (5 de Agosto de 1950). *Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.* Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.alcaldiabogota.gov.co
- Vela, P. d. (26 de Junio de 2015). *Tecnología para Pymes*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.tecnologiaparapymes.es
- FORMATO 6 Clima Laboral
<http://www.repotur.gov.ar>
- Hoja De Trabajo Para Evaluación Y Entrenamiento
<https://www.arlsura.com>

