
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

## **INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA LINEA DE NEGOCIO LUBRIEXPRESS**

**HUGO ALBERTO ORTIZ ANGEL.**


**UNIVERSIDAD ECCI  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y DISEÑO PUBLICITARIO  
BOGOTÁ, D.C.  
AÑO 2017**

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

**INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA LINEA DE NEGOCIO LUBRIEXPRESS**


**HUGO ALBERTO ORTIZ ANGEL.**

**UNIVERSIDAD ECCI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE MERCADEO Y DISEÑO PUBLICITARIO**  
**BOGOTÁ, D.C.**  
**AÑO 2017**

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Proyección Social 2017	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 2-Nov-2016

## Tabla de contenido

1.	TÍTULO DEL PLAN DE TRABAJO.....	3
2.	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO .....	4
2.1.	ÁREAS DE IMPLEMENTACIÓN.....	4
3.	OBJETIVOS DEL PLAN DE TRABAJO DE LA PASANTIA .....	5
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	5
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	5
4.	JUSTIFICACIÓN DE PORQUE SE NECESITA DESARROLLAR SU PLAN .....	6
4.1.	ÁREA DE DELIMITACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	6
4.2.	ESTRUCTURAS DE DEPENDENCIA DEL CARGO .....	8
5.	MARCO DE AREA DE TRABAJO HISTORIA EMPRESARIAL .....	8
5.1.	MARCO CONCEPTUAL ORDEN DEL DESARROLLO DEL PUESTO .....	8
5.2.	MARCO LEGAL QUE NORMAS LO COBIJAN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
6.1.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ASIGNADAS POR EL JEFE DE ÀREA.....	11
6.2.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.	LOGROS DE LAS ACTIVIDADES ALCANZADAS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.1	ANEXOS DE LOS DOCUMENTOS LOGRADOS EN LAS ACTIVIDADES ALCANZADAS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
8.	CONSIDERACIONES FINALES .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
9.	REFERENTES EN CASO DE EXISTIR	

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Proyección Social 2017	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 2-Nov-2016

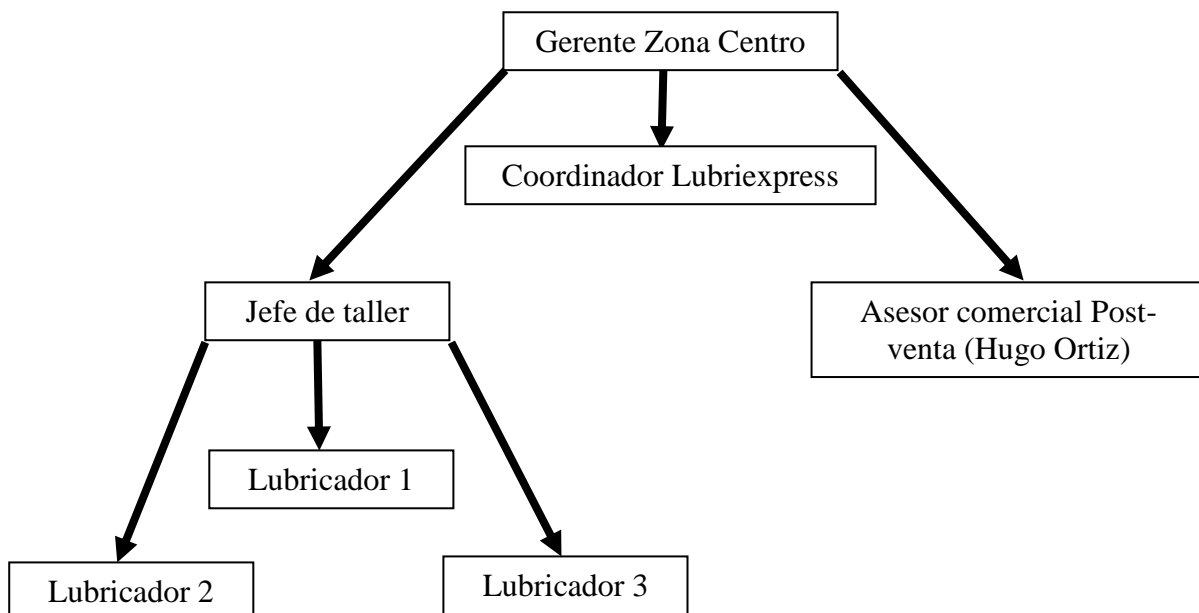
## 1. INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA LINEA DE NEGOCIO LUBRIEXPRESS


### 2. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.

En el área de lubriexpress cuento con una oficina equipada con computador que dispone del software corporativo donde se puede acceder a abrir las ordenes de trabajo necesarias, cargar repuestos y mano de obra requeridas para finalmente facturar los trabajos autorizados, una línea telefónica fija u una celular para realizar los contactos necesarios, el área operativa cuenta con 4 bahías para realizar los cambios de aceite, una bodega para almacenamiento de repuestos, un área de almacenamiento de aceites nuevos y usados.

#### 2.1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

- El puesto de trabajo no existía.
- Se tiene un manual de manual de funciones específico para cada uno de los involucrados en el área de lubriexpress según las labores asignadas.
- Dependo del buen funcionamiento del equipo operativo para obtener la satisfacción del cliente y que siga contando con nuestro servicio.
- Fue creado para incrementar las ventas de una línea de negocios poco explotada anteriormente.
- La gerencia general por planteamiento del coordinador de taller digo el visto bueno para ajustar tanto las instalaciones como el personal para ejecutar las acciones planificadas.



	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

## 2.2. NOMBRE DEL ÁREA DE IMPLEMENTACIÓN

- *Asesor comercial Post venta*
- *Lubriexpress*
- *Lubriexpres: En esta área se realizan cambio de aceite a vehículos tipo pesado en 1 hora. (Propuesta de valor).*


## 3. OBJETIVOS DE LA PASANTIA

### 3.1. OBJETIVO GENERAL

Incrementar el tráfico de vehículos en el taller brindándoles a los clientes una gran propuesta de valor que consiste en ejecutar los cambios de aceite en 1 hora desde el momento que ingresan al concesionario hasta la hora de terminar el trabajo.

### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizaremos un cronograma de contactos telefónicos y citas con los clientes activos e inactivos basándonos en el CRM con el que cuenta la compañía, para ofrecer el servicio de lubriexpress con todos los beneficios en cuanto a tiempo y calidad del servicio que ofrecemos en nuestro taller.
2. Pondré en marcha todas las propuestas de valor creadas por la compañía para hacer sentir a nuestros clientes que ellos y sus vehículos son importantes para nuestra organización por ello es que durante el proceso de lubricación se les obsequia el engrase general del carro, 1 juego de loderas (Guardabarros plásticos) y una inspección profesional Kenworth (IPK) donde le reportamos que trabajos adicionales debe ejecutar para mantener el vehículo en óptimas condiciones de trabajo.
3. Trabajaremos día tras día para cambiar la percepción de los propietarios de vehículos pesados con respecto a la calidad del servicio de lubricación en aspectos como la mejora en los tiempos que deben esperar para que se realice el cambio de aceite de sus vehículos.
4. Investigaremos sobre las marcas de aceites y filtros que utilizan nuestros clientes para proponer el aumento de las referencias de nuestro stock y así satisfacemos cada vez sus necesidades.

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

#### **4. JUSTIFICACIÓN Y DEL PORQUE SE NECESITA DESARROLLAR SU PLAN**

##### **4.1. JUSTIFICACIÓN.**

Yo escogí hacer pasantías trabajando para aumentar el flujo de vehículos en el área de lubriexpress ya que estando en contactos con los clientes, escuchando sus comentarios positivos y negativos evidencie muchas falencias que tiene la organización en el área de lubricación. Teniendo en cuenta que llevo bastante tiempo en el medio automotriz visualice que colocando en práctica mis conocimientos en mercadeo, ventas, servicio y seguimiento al cliente podría llegar a incrementar su nivel de satisfacción y por ende las ventas del área.


##### **4.2. DELIMITACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.**

La efectividad de mi trabajo depende de varias personas involucradas en el correcto desarrollo del plan de trabajo y mejoras:


1. El área mercadeo debe seguir las recomendaciones que el personal de lubriexpress le sugerimos a la hora de hacer el material POP con el que voy a abordar los clientes para que comuniquemos lo que realmente ofrecemos en el área.
2. El departamento de abastecimiento está en la obligación de mantener un stock considerable de las referencias que tanto el coordinador del área como yo les sugerimos, esto garantiza efectividad del trabajo comercial realizado.
3. Tanto el jefe de taller como los lubricadores son la cara ante nuestros clientes al momento de ejecutar la lubricación, de su organización, rápido y buen servicio depende que nuestros clientes nos sigan prefiriendo.

*Las limitaciones que aquí se han encontrado han sido por variables como:*

1. *Tiempo: El no desarrollar los planes de trabajo, adecuación a las instalaciones físicas del área de lubriexpress con meses de anticipación causa que nos veamos como una empresa la cual no tiene organización.*

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

*2. Recursos: El mejoramiento de las herramientas, servicio al cliente y de abastecimiento son fundamentales para mantener y mejorar esta línea de negocio, pues aquí todo parte con base a la atención ágil y eficaz y si no se tiene lo mejor no nos veremos cómo los mejores.*

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

## **5. MARCO HISTORICO EMPRESARIAL**

### **5.1. MARCO HISTORICO CONCEPTUAL ORDEN DEL DESARROLLO DEL PUESTO**

- Kenworth de la Montaña es una empresa Colombiana cuyo objetivo comercial es la venta de vehículos nuevos de carga pesada y transporte de pasajeros, venta de repuestos y servicio de mantenimientos preventivos y correctivos.
- Específicamente el área de lubriexpress se encuentra ubicada en la Avenida Centenario No 91-61 Bogotá - Fontibón
- País de origen: Colombia
- Ciudad de origen: Bogotá
- 5 Años de puesta en funcionamiento.
- Kenworth de la Montaña nace en el año de 1990 con el concepto netamente de comercializar repuestos de la marca Kenworth, al pasar de los años el presidente de la compañía puede traer las primeras tractomulas de la marca al país comenzando así con la venta de equipos nuevos, con el pasar de los años construye en varias ciudades del país concesionarios donde comercializa todas las líneas de negocio en un solo punto, el área de lubriexpress en la sede de Bogotá fue implementada como actualmente funcional en el mes de abril de 2016 con el objetivos de incrementar el ingreso de clientes, el flujo de caja y el aumentos de ventas cruzadas.


### **5.2. MARCO LEGAL QUE NORMAS LO COBIJAN CONCEPTUAL**

- El ministerio de transporte es la entidad que regula el comercio de automotores
- Operamos en el sector de comercial de vehículos pesados, autopartes y servicio.
- La empresa opera desde el años de 1983

## **6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.**

- a. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ASIGNADAS POR EL JEFE DE ÀREA




	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

- Verificación de la cantidad de clientes que realizan el cambio de aceite en nuestro taller, con que frecuencia en tiempo o kilometraje lo realizan, que tipos de insumos consumen (filtros y aceites) y promedio de costos. Identificar los clientes que han dejado de adquirir nuestro servicio para realizar un trabajo de contacto buscando identificar sus necesidades o inconformidades, si las tienes, para diseñar un plan de trabajo que se adapte a sus requerimientos y comenzar a ganar su confianza en nosotros, teniendo toda la información necesario se registra en el sistema de la compañía el cronograma de visitar a realizar junto con la descripción del material POP con el que se asistirá, si es necesario o no el acompañamiento del coordinador del área para de esta manera comenzar a cerrar los negocios. r este servicio con nosotros
- A los clientes activos reforzar la aceptación que tienen en nosotros brindándole de manera clara nuestra propuesta de valor que es de 1 hora que durara el vehículo en el taller para realizar el cambio de aceite. Para los clientes nuevos preparar planes de mantenimiento que se les acomode garantizando que el tiempo de respuesta será como anuncia nuestra propuesta de valor y motivarlos con descuentos autorizados por la gerencia.
- Junto con el coordinador de lubriexpress se implementó un cronograma de llamadas y visitas según la cantidad de vehículos de cada cliente y su ubicación geográfica de tal manera que se optimice el tiempo.
- Se entregara mensualmente un informe que consta de la cantidad de vehículos atendidos en el área, su facturación y se reportara la cantidad de clientes nuevos efectivos.

## **7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS.**

Como implemento los conocimiento teóricos

- El cumplimiento estricto de nuestra propuesta de valor (1 Hora), calidad en el servicio prestado y generación de buenas experiencias a cada uno de nuestros clientes.
- El conocer las necesidades de cada clientes no ha llevado a obtener su confianza, esto se refleja en el cumplimiento de las metas trazadas.
- Facilidad, eficacia y alto nivel de atención a todos los clientes.
- Mantener día a día la imagen positiva en los clientes que adquieren el servicio de lubriexpress.
- Ampliar e incrementar los resultados del área aumentando la gestión comercial para que así mismo aumente el flujo de vehículos y de caja.

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

## **8. LOGROS EFECTIVAMENTE ELABORADOS.**

*El principal objetivo de la compañía era que la línea de negocio lubriexpress con su propuesta de valor en cuanto a tiempo de ejecución en los cambio de aceite y sus precios bastantes competitivos fuera atractivo tanto para clientes activos como inactivos. Teniendo el respaldo de contar con la infraestructura y personal idóneo para realizar la labor operativa, mis principales logros fueron:*


- 1. Desde el primer mes de trabajo como asesor comercial post-venta ingresando vehículos para cambios de aceite al área de lubriexpress estuve dentro de los 3 primeros asesores con mayor número de vehículos ingresados liderando así la facturación del área.*
- 2. Mes a mes tuve un promedio de 2 a 4 clientes nuevos o inactivos a quienes contacte para enseñarles la nueva línea de negocio y con quienes logre ejecutar las ventas planeadas.*
- 3. Dentro de los valores agregados que se ofrece durante el servicio de cambio de aceite, se realizaron inspecciones que arrojaron como resultado ventas cruzadas que logre vender y ayudaron a incrementar el porcentaje de facturación del taller en general en un promedio de 10% aproximadamente al mes.*
- 4. Me consolide en la compañía como un vendedor importante para la línea de negocio y aún sigo laborando en la organización.*

*Se anexan documentos de prueba del plan de mejora.*

*A toda la información recopilada y seleccionada, la cual muestra el avance y logros de la empresa en años anteriores, lo relacionada y ejecutado por usted con referencia al plan de trabajo y lo logrado por usted. Demuestre lo planeado vs lo ejecutado y sus logros y vinculaciones use aquí cuadros, mapas, imágenes, diseños, entregas, proyectos, anuncios medidas es decir todo lo que tenga para mostrar que logro ejecutar.*

## **9. FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN**

*La principal fuentes para la obtención de información del proyecto se da mediante 2 tipos específicamente: Utilizando el CRM de la compañía se realiza el primer contacto telefónico con los clientes activos e inactivos y visita personalizada al cliente anexando propuestas impresa para cerrar la negociación.*

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Proyección Social 2017</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

## 9.1 FUENTES PRIMARIAS

*En las mencionadas anteriormente podemos cuantificar el resultado de dicho trabajo con la facturación ejecutada durante un periodo de tiempos específico (mensual), para saber si se ha realizado una labor comercial y operativa tanto en la rotación de vehículos en el taller, consecución de clientes nuevos y clientes satisfechos que retornan.*

*Referentes*

*Informes de No de vehículos (2016 – 2017 Jun – enero) (software Spiga) informe mensual de ingresos en Excel.*

*Entrevista elaborada al coordinador nombres área tala en la fecha talo*