
CAPÍTULO V: CASO DE APLICACIÓN

5.1 PROPUESTA OPERATIVA DE UN MODELO DEL CONGLOMERADO

EXCLUSIVCAR S.A. DE C.V.

Servicios innovadores de limpieza y mejora automotriz

5.1.1 Visión

(¿Cómo visualizar la empresa en el futuro?)

Convertir a ExclusivCar en una opción que busque permanentemente la innovación en la oferta de servicios automotrices en el Distrito Federal, manteniendo una alta rentabilidad, eficiencia y compromiso con el cliente, con un servicio de calidad, rápido y serio, al alcance de cualquier persona. Buscando mejorar continuamente nuestros procesos para brindar la más alta relación calidad/precio para el cliente, satisfaciendo todas las necesidades de limpieza, y mejora de su vehículo.

5.1.2 Misión

(¿Por qué existe éste negocio?)

Ofrecer un conjunto amplio de servicios automotrices personalizados bajo una sola marca, con un modelo de negocios innovador y adaptado a las necesidades del cliente, de manera eficiente, con gran calidad, en el menor tiempo posible y en armonía con el medio ambiente.

5.1.3 Metas

(¿Qué logros debe conseguir éste negocio dentro del 1er año de operaciones?)

- Conseguir ventas para el autolavado de \$2'500,000.00 pesos para el primer año de operaciones con utilidades mínimas de 1'000,000.00 pesos.
- Conseguir ventas anuales de \$2'700,000.00 pesos para el negocio de audio y video, para los primeros 12 meses de operación.
- Conseguir ventas anuales de \$700,000.00 pesos para el negocio de autoalarmas, para los primeros 12 meses de operación.
- Conseguir ventas anuales de \$950,000.00 pesos para el negocio de rines y tapones, para los primeros 12 meses de operación.
- Contar con un sistema de apartado por cita para el resto de los servicios automotrices con ventas conjuntas de por lo menos \$600,000.00 pesos anuales.
- Realizar una encuesta de un fin de semana en los 3 centros comerciales más cercanos y ser conocidos por lo menos por el 1% de los encuestados, dentro de los primeros 6 meses de operación.

5.1.4 Estrategias

(¿Con qué ideas se va a construir y administrar el negocio?)

- Desarrollar una flotilla de carritos de lavado y un equipo de trabajo que realice visitas a los clientes institucionales de forma regular.
- Promocionar la marca y el negocio por medios electrónicos, como redes sociales, buscadores, anuncios insertados, etc.

- Promocionar la marca y el negocio por medios impresos, como repartir volantes con promociones, imprimir lonas, contratar anuncios en los centros comerciales cercanos, etc.
- Realizar campañas periódicas de promociones y descuentos especiales.
- Dar un trato personalizado y garantía de calidad en todos nuestros productos y servicios, de modo que los clientes nos recomienden “de boca en boca”.
- Mantener un estricto control de insumos y costos.
- Contar con un sistema de mejora continua de nuestros procesos y atención al cliente.
- Diseñar un sistema de relaciones públicas, que permita una relación óptima con los proveedores, clientes institucionales.

5.1.5 Planes

(¿Qué proyectos y actos específicos se realizarán para alcanzar los objetivos?)

- Contar con un equipo de 10 lavacoches dentro de los primeros 15 días de arranque de operaciones.
- Conseguir como mínimo acuerdos firmados con 3 proveedores, dentro del 1er mes de operaciones para los servicios automotrices por cita.
- Elaborar durante el primer mes de operaciones, un pizarrón con capacidad para llevar un registro semanal de ventas y satisfacción del cliente para cada uno de los negocios.
- Implementar un sistema de ventas que permita llevar un registro de los inventarios del autolavado dentro de los 3 primeros meses de operaciones.
- Presentar una propuesta de colaboración dentro del 1er mes de operaciones a por lo menos los 4 centros comerciales más cercanos (Gran Sur, Plaza Galerías, Cuicuilco y Perisur) y a por lo menos a 10 hospitales de la zona, ofreciendo paquetes y descuentos institucionales y a cualquier empleado o cliente que venga de estas instalaciones, además de acuerdos de colaboración para que la flotilla del autolavado trabaje en los estacionamientos de dichas instituciones.
- Implementar un sistema contable por computadora, durante la 1er semana de operaciones, que permita llevar un registro al día y que permita realizar los pagos a nuestros proveedores de una manera ágil y eficiente, como ASPEL, COI, NOI, SAE o cualquiera similar.
- Contar con un buzón de quejas y sugerencias desde el 1er día de arranque de las operaciones del negocio. Uno para los empleados y otro para los clientes.
- Crear un sistema de incentivos y apoyos a los empleados más eficientes y que aporten las mejores ideas de mejora del negocio.
- Realizar una evaluación al final de cada mes por el gerente y el supervisor sobre el comportamiento general del sistema, a través de encuestas a los empleados, proveedores y clientes, que permita estructurar un plan mensual de mejora del negocio, a partir del 3er mes de operaciones.

- Dentro de los 3 primeros meses de operaciones, diseñar un plan de trabajo en conjunto con cada uno de los proveedores que permita buscar y seleccionar las mejores estrategias de colaboración conjunta, que permitan que la mayor cantidad posible de clientes del autolavado conozcan las propuestas de los proveedores y utilicen sus productos y servicios; además de los clientes externos.
 - Implementar el sistema “CRM” (Customer Relationship Management) más barato que exista o del tipo “software libre”, como “SugarCRM”, que permita crear una base de datos para administrar la relación con los clientes, dentro de los primeros 6 meses de operaciones.
-

5.2 POLÍTICAS CORPORATIVAS

5.2.1 Para con los clientes

Calidad.- Consiste en desempeñar un servicio, solicitado, con el esmero y cuidado que se especifica para cada servicio, utilizando los materiales de mayor calidad posible. Hay que tomar en cuenta que la calidad también dependerá de:

- a) Condiciones del vehículo,
- b) Que el servicio solicitado no sea el idóneo y requiera otro de mayor precio.

Rapidez.- Por que reconocemos que el tiempo "vale oro" para nuestros clientes, nuestra premisa consiste en realizar el trabajo solicitado en el menor tiempo posible, utilizando el personal y mejores productos para la realización de los servicios, desarrollando procedimientos que optimicen los resultados.

Garantía.- Si no está de acuerdo con el servicio prestado y/o la atención recibida, sufrió, por responsabilidad nuestra, algún daño a su vehículo, tiene derecho a las siguientes opciones:

- a) Le rectifiquen, en ese momento o en otro posterior, el servicio prestado a fin de que sea realizado de acuerdo a lo solicitado (Que se tome en cuenta las condiciones de su vehículo y el costo del servicio prestado).
- b) Le devuelvan su dinero, en caso de no estar satisfecho con el servicio, cuando: No se esté repitiendo una situación similar y la inconformidad se deba a causas imputables exclusivamente a la empresa prestadora del servicio.

Servicio.- Consiste en que todos nuestros clientes merecen ser atendidos de manera atenta, cordial y profesional buscando siempre que tengan una experiencia positiva, que los motive a regresar por otros servicios.

5.2.2 Para con los proveedores

Rapidez de pago.- Todos los proveedores recibirán el pago de sus servicios de manera diaria vía transferencia bancaria, en la primera hora del día hábil bancario siguiente por Exclusivcar excepto cuando:

- a) Exista una situación no atribuible a Exclusivcar que impida o retrase el pago a sus proveedores. En este caso el pago se realizará al día hábil bancario siguiente o al más próximo que sea posible.
- b) Se realice cualquier reclamo por parte de un cliente que no esté satisfecho con las características del servicio recibido, que dependan exclusivamente con el trabajo/productos del proveedor y ameriten la aplicación de las políticas de garantía de Exclusivcar hacia sus clientes.