



Reporte Final de Estadía

Jessica Yadira Martínez Juárez

Plan de mejora al proceso de ventas en la
función de intercambios para la empresa
Gomsa Automotriz



Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz

Programa Educativo

Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial

Reporte para obtener título de Ingeniero en
Desarrollo e Innovación Empresarial

Proyecto de estadía realizado en la empresa
GOMSA Automotriz

Nombre del proyecto

Plan de mejora al proceso de ventas en la función de intercambio
para la Empresa Gomsa Automotriz

Presenta

Jessica Yadira Martínez Juárez

Cuitláhuac, Ver., a 28 de Abril de 2018.



Programa Educativo

Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial

Nombre del Asesor Industrial

Daniel Francisco Hernández Espejo

Nombre del Asesor Académico

Erika Patricia Quevedo Batista

Jefe de Carrera

Carlos Alberto Ruiz López

Nombre del Alumno

Jessica Yadira Martínez Juárez

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	4
1.1 ESTADO DEL ARTE	4
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.3 OBJETIVOS	11
1.4 DEFINICIÓN DE VARIABLES	12
1.5 HIPÓTESIS	12
1.6 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	12
1.7 LIMITACIONES Y ALCANCES.....	13
1.8 GOMSA AUTOMOTRIZ S.A DE C.V	13
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA	35
CAPÍTULO 3. DESARROLLO DEL PROYECTO	39
CHECK LIST DE CRÉDITO CASA	50
CRÉDITO FINANCIERO	51
CRÉDITO CONTADO-BANCO-SUÁUTO	52
CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	54
4.1 RESULTADOS.....	54
4.2 TRABAJOS FUTUROS	61
4.3 RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	63

AGRADECIMIENTOS

Le doy gracias a Dios a mis padres, maestros y compañeros por haberme acompañado a lo largo de mi carrera, por ser esa fortaleza en los momentos más difíciles y por brindarme una serie de aprendizajes y experiencias a lo largo de mi etapa estudiantil en las instalaciones de la Universidad Tecnológica del Centro De Veracruz.

Le doy gracias a mi familia que es conformada por mi padre, madre y hermano por el apoyo que en todo momento me han brindado, los valores que me han inculcado a lo largo de mi vida y por darme la oportunidad de estudios, sobre todo por ser un gran ejemplo de vida a seguir.

Gracias a las personas que me apoyan en mi estadía por brindarme la oportunidad de poder aplicar mis conocimientos y colaborar con ellos para proponer mejoras a la problemática que presento la empresa GOMSA Automotriz S.A de C.V.

A mi compañero de trabajo que me ha brindado la mejor atención y me proporciona la información necesaria para la realización de mi proyecto.

En general doy gracias a todas las personas que están haciendo posible el poder culminar mi carrera de la mejor manera.

RESUMEN

El proyecto que a continuación se detalla fue desarrollado en la empresa Gomsa Automotriz, específicamente en el área de comercialización. Está vinculado a la función de venta, en la cual se detectó una problemática con la ubicación de unidades que se ofrecen a los clientes y son administradas por el encargado de los intercambios. Al realizar el diagnóstico en la empresa se determinó también que existe oportunidad de mejora en la integración de documentación de expedientes de venta, para la integración de los expedientes participan diversas áreas con las cuales se propondrán los cambios requeridos.

La función de intercambio tiene como finalidad la localización de unidades que escoge el cliente ya que si no se encuentra lo que pide se debe de buscar en las otras sucursales y hacer un traspaso de unidades, así otras sucursales tienen la oportunidad de realizar el mismo proceso.

Con la finalidad de corregir la problemática se desarrolló un plan de mejora a la función de ventas dirigido a los intercambios e integración de expedientes, el trabajo ayudará a mejorar primeramente el tiempo en la entrega de unidades a los clientes, a completar el proceso de armado de los expedientes de venta en el tiempo correspondiente ya que en muchas ocasiones los documentos se van entregando días después del cierre de la venta y eso atrasa las funciones administrativas o se pueden quedar incompletos, generando desviaciones en las auditorías.

ABSTRACT

The project that is detailed below was developed in the company Gomsa Automotriz, specifically in the commercialization area. It is linked to the sales function, in which a problem is detected with the location of the units offered to customers and those managed by the person in charge of the exchanges. When carrying out the diagnosis in the company it was also determined that there is an opportunity for improvement in the integration of the documentation of sales files, for the integration of the required orders, various areas with which the required changes were proposed.

The exchange function has the purpose of locating the units that connect the client and that is not found what you need. You should look at the other branches and make a transfer of units, as well as the other branches have the opportunity to perform the same process.

In order to correct the problem, an improvement plan can be made to the sales function to the changes and the integration of the resources, the work helps to improve the time in the delivery of the units to the clients, and complete the assembly process. of the sales files in the corresponding time since in many cases the documents were delivered before closing the sale and that attracted the administrative functions or may remain incomplete, generating deviations in the audits.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene la información proceso de estadía desarrollado en la empresa Gomsa Automotriz, desempeñando propuestas para el área de comercialización. El proyecto presenta un diagnóstico a la operación del área de ventas y a la detección de problemáticas. El área de venta en la agencia Chevrolet está a cargo del control de inventarios de las unidades que llegan a la agencia y de las unidades que son vendidas, de igual modo son responsables de los traspasos que se hacen de la agencia a otras sucursales o viceversa, y de la conformación de expedientes documentales de las diversas áreas que intervienen en la venta. Se inició el desarrollo del proyecto revisando bibliografía referente a la función de venta y como es ejecutada en otras empresas.

1.1 Estado del Arte

La venta es una actividad empresarial en la que un vendedor descubre y hace satisfacer las necesidades de un comprador, para lograr una ventaja mutua y duradera de ambas partes. El objetivo de realizar una venta es construir una relación que proporcione ventajas a corto, mediano y largo plazo como al vendedor y al cliente. También las ventas se describen como actividades comerciales que llevan a cabo los vendedores. (Barton Weitz, 2005)

Cada vez que sucede una relación de confianza entre un comprador y un vendedor, ambos tienen confianza. Algunas relaciones pueden implicar diversas transacciones y durar años, otras pueden durar el tiempo en que se concluye la venta. (Barton Weitz, 2005)

Según Thompson la venta es una de las principales actividades en las empresas en las que se ofertan productos, servicios u otros en su mercado meta, debido a que el éxito depende exactamente de la cantidad de veces que realicen la actividad, de lo conveniente que lo hagan y de cuan rentable resulte hacerlo. (Thompson I. , 2005)

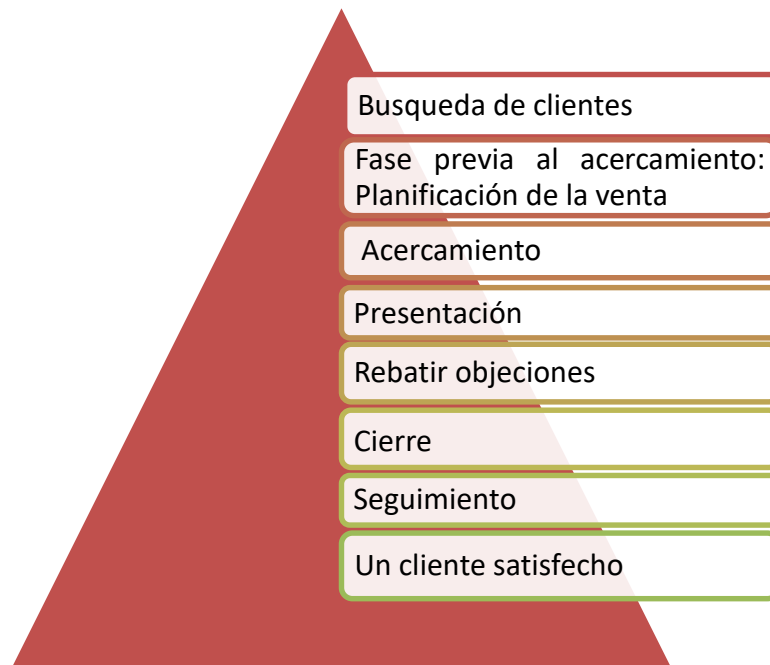
La American Marketing Association, define la venta como "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos".

Gomsa Automotriz es un intermediario que satisface necesidades mediante la venta de vehículos para diferentes segmentos. Al ser un distribuidor la función principal de la empresa es la comercialización ya que de ella subsiste económicamente la organización.

Las empresas deben estudiar sus procesos para poder determinar si existen mejoras que se puedan realizar a los mismos, enfocando la temática al proceso de ventas se presenta una propuesta de pasos a seguir para la comercialización de productos o servicios.

El proceso de venta

De acuerdo con Stanton los pasos del proceso de ventas son los siguientes:



Proceso de Venta (William J. Stanton, 1997)

Búsqueda de clientes

Es el método o función por el cual los vendedores investigan los datos personales de los prospectos que están interesados o que necesitan el producto y tienen la posibilidad de adquirirlo.

Los datos del posible cliente se pueden adquirir de diferentes formas:

- ✚ El Gerente de ventas abre una cartera de posibles clientes.
- ✚ En ferias o eventos.
- ✚ Prospectos que llegan a piso.
- ✚ Prospecciones

Fase previa al acercamiento: Planificación de la venta

La fase previa al acercamiento incluye actividades que te ayudan a la obtención de información necesaria para averiguar los datos pertinentes sobre el cliente, sus necesidades y su situación. La fase previa del acercamiento consta de 4 puntos:

- ✚ Calificar al cliente o detectar sus necesidades y posibilidades de compra.
- ✚ Proporcionar la información adecuada al vendedor para tener las herramientas adecuadas a la hora de recibir el cliente.
- ✚ El vendedor debe estar preparado a la hora de explicar el producto a ofertar.
- ✚ Hacer sentir al comprador en confianza para llevar a cabo un excelente cierre de venta.
- ✚

Acercamiento: Suele consumir los primeros minutos de la venta y, con frecuencia, facilita o imposibilita la presentación.

Presentación:

En esta parte entra la explicación del producto, sus beneficios y ventajas que ofrece el mismo, tanto como su forma de pago que el cliente escoja y le sea más conveniente.

Rebatir objeciones:

Aquí por la serie de preguntas que hace el comprador se detecta que tiene indudable interés en la compra del producto.

El cierre:

En este punto final del cierre de ventas se concluye la venta ya que el comprador acepta la adquisición del producto y se llega a un acuerdo para la recepción de documentos para poder ingresar el pedido.

Seguimiento:

Ya finalizada la venta muchas veces los clientes se prestan para seguir en contacto con la empresa ya que quedan contentos con la manera en que fueron tratados por su vendedor asignado.

En la empresa Gomsa Automotriz los involucrados en el proceso de ventas son los administrativos en esta área entran los vendedores, personas de cobranza, ejecutivos que autorizan las ventas, el gerente de ventas tiene como responsabilidad dentro de la empresa que el producto o servicio que se ofrece por parte de la empresa sea lo que el cliente busca y lo que se especifica en la descripción del producto ya que es la principal fuente de ingresos.

El cierre de ventas es un punto importante en el proceso de ventas, ya que después de dar las especificaciones del producto y sus beneficios, el de la última palabra es el comprador y es un momento de tensión para ambas partes porque no se sabe qué respuesta dará, se desea inducir al cliente y persuadirlo para convencerlo a que decida llevar a cabo la compra. (Casas, 2016)

El cierre de una venta es la adquisición de compromisos por parte del comprador. Dentro del cierre de la venta implica asesorar al cliente a llevar a cabo la toma de una buena decisión de compra. El servicio que es ofrecido por parte de la empresa debe de cubrir las necesidades que busca el cliente y ser el más adecuado, que haga sentir al cliente en confianza ya que si esto no sucede el cliente se llega a retractar de su decisión, y no se llega a un cierre de venta por lo que el servicio que se ofrece debe de ser del 100 % para que influya en la decisión del cliente, para que si el cliente tiene dudas se sienta en confianza de pedir aclaraciones.

Con base en lo que menciona Fisher del Libro Mercadotecnia ser un buen vendedor implica llevar a cabo una serie de pasos importantes y cualidades que lo identifiquen como un buen vendedor, la importancia del perfil de un vendedor es que debe de contar con el 100% de conocimiento de lo que está ofertando, tener seguridad y no ponerse nervioso, simpatía, capacidad de observación, empatía, determinación, facilidad de palabra, poder de persuasión coraje, iniciativa, oportunidad, serenidad, sinceridad, espíritu de equipo, entusiasmo, etc. Ya que contando con estas características se puede lograr llegar a un cliente satisfecho ya que tendrá claro de lo que se está ofertando y se aclararan sus dudas para así llegar a un buen cierre de ventas. (Laura Fisher, 2011)

Para la empresa Gomsa Automotriz es de suma importancia concluir la venta con un buen cierre de ventas ya que de esta manera el cliente estará decidido a realizar la compra ya que el conocimiento que tiene el vendedor influye para la toma de esta decisión porque así sus ideas se quedan aclaradas y no tendrá problema de quedar confundido.

Es importante llevar un buen manejo de la documentación que se necesita para el poder levantar un pedido ya sea a crédito o de contado ya que con esa información se puede llegar a un armado de expediente ordenado y con toda la información que se pide con base a un Check List con el tipo de operación en el que se llevó a cabo la venta, la documentación se debe de entregar en tiempo y forma para que a la hora de búsqueda de algún documento sea más fácil y se puedan localizar adecuadamente.

Con base a lo que menciona (Aguero, 2016) para llevar a cabo un buen manejo de expedientes de clientes se debe de:

- Inspeccionar: la documentación que se almacenara en el expediente debe de ser comprobada y verificada que sea la correcta que corresponda a cada expediente.
- Clasificar: ordenar los documentos.
- Codificar: escribir o indicar el nombre con el que se archivara los documentos y realizar una etiqueta para ser identificados fácilmente.
- Guardar: en este paso final se colocan los documentos en carpetas, folders y luego se archivan.

Para la empresa Gomsa Automotriz es importante llevar un orden en el archivado de expedientes y que cuenten con la información del Check List modificado. Ya que a la hora de ir a buscar algún documento la localización del mismo sea de manera rápida y adecuada ya que estarán archivados en orden al número de factura correspondiente.

De acuerdo con Montufar (2008) las organizaciones pueden emplear el cambio planeado por tres motivos:

- Para resolver problemas actuales.
- Para aprender de la experiencia y adaptarse a los cambios.
- Para impulsar futuros cambios.

Para las empresas el implementar planes de mejora le es de gran ayuda ya que se orientan a llevar una mejor organización en sus procesos y que estos no afecten a un mal resulta de lo que se lleva a cabo. Por lo que en la empresa Gomsa Automotriz se sugirió llevar a cabo un plan de mejora para ordenar su proceso.

Los vendedores dedican gran parte de su tiempo en buscar e ir a visitar a sus clientes, pero frecuentemente en ellos de apodera una sensación de frustración y rechazo si no consiguen cerrar una venta o llegar a persuadir al cliente. (William J. Stanton, 1997)

Las organizaciones solo existen cuando el producto y servicio se vende de la manera adecuada y los vendedores suelen ser la parte más importante que hace que la venta se logre ya que ellos son los que realizan todo el procedimiento para poder cerrar una venta. (Barton Weitz, 2005)

Llegar a obtener la satisfacción del cliente depende del desarrollo que perciba de un producto en cuanto a las expectativas que reciba en la demostración del producto, obteniendo eso el comprador quedara satisfecho por haber recibido una excelente explicación del producto.

1.2 Planteamiento del Problema

Gomsa Automotriz presenta problemáticas en su área de ventas ya que hay impuntualidad en las entregas de unidades, falta de expedientes o se encuentran incompletos, disminución de las ventas, retrasos en el otorgamiento de créditos, etc.

La empresa desea realizar mejoras en el proceso de ventas y expedientes de clientes para poder incrementar las ventas de la organización, así como los reportes de existencias de unidades, con la finalidad de mejorar los resultados por lo que se realizará un plan de mejora para obtener los mismos.

- Elementos del problema
- Bajas ventas
- Desorganización en los expedientes
- Proceso lento
- Expedientes incompletos debido a que la documentación no se archiva en la fecha indicada

Enunciado del problema

La empresa refleja deficiencias en la operación del proceso de intercambios de unidades y de integración de expedientes de venta.

Pregunta de investigación

1. ¿Cuáles son las principales causas que llevan a la mala planeación de los expedientes?
2. ¿Qué impacto tendrá la aplicación del modelo de mejora en la función de intercambios?
3. ¿Cuál es el impacto que tendrá el modelo de cambio en el proceso de ventas en la empresa “Gomsa Automotriz S.A de C.V”?
4. ¿Con la implementación de cambio se tendrá un mejor control en la organización de los expedientes?

1.3 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un plan de mejora para el área de ventas de la empresa Gomsa Automotriz en su función de intercambio de unidades con la finalidad de incrementar la eficiencia del proceso de comercialización y entrega de unidades.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico en el área de ventas para determinar las oportunidades de mejora
- Identificar el proceso de venta que realiza actualmente la empresa
- Identificar el proceso de intercambio y su integración en el proceso de ventas
- Determinar cuáles son las herramientas actuales utilizadas para los intercambios
- Proponer mejoras en el proceso de intercambios y agilización de los documentos que conforman los expedientes.
- Determinar cuáles son los elementos que conforman un expediente de venta

- Implementar un modelo de cambio para la mejora de los expedientes en la función de intercambios

1.4 Definición de variables

- Proceso de ventas
- Proceso de intercambios
- Expedientes de ventas
- Administrativos involucrados en los procesos

1.5 Hipótesis

Si la empresa implementa un plan de mejora a su proceso de ventas en la función de intercambio, entonces incrementará la eficiencia del proceso de comercialización y entrega de unidades.

1.6 Justificación del Proyecto

En la actualidad las empresas presentan una serie de problemáticas en sus procesos administrativos, por lo que Gomsa Automotriz presenta una de ellas en su proceso de intercambios que es la mala desorganización de los expedientes.

El presente proyecto servirá para eliminar la problemática que presenta la función de intercambios ya que el proceso que ellos implementan presenta fallas a la hora de ser aplicado, por lo que el departamento se verá beneficiado en llevar un control de los expedientes que serán archivados y esto le será de gran ayuda al responsable de esa función, por las auditorías que deben cumplir.

El resultado o beneficio que se espera obtener de este proyecto es la agilización del proceso que implementa la función de intercambios, llevando un orden en los expedientes y un control con las unidades que llegan de intercambio.

El uso de la información q

1.7 Limitaciones y Alcances

Alcances

1. El desarrollo del proyecto fue únicamente para la Agencia Córdoba.
2. Este trabajo tendrá un impacto favorable para departamento de ventas y su relación con los clientes.
3. Se podrán actualizar y complementar los expedientes de ventas cerradas.
4. Se logrará tener un mejor control en el ordenamiento y complementación de los expedientes de las unidades nuevas de la empresa GOMSA Automotriz.
5. Se mejorará el proceso de ventas en la función de intercambios para tener mayor eficiencia en las entregas.

Limitaciones

1. Las facilidades de las otras áreas para proporcionar información.
2. La falta de tiempo de los administrativos para participar en actividades del proyecto.
3. Las actividades diarias del área retrasan la investigación y actualización de documentación.
4. Falta de evidencias de algunas actividades del proceso de venta.
5. La confidencialidad de la información de ventas.

1.8 GOMSA Automotriz S.A de C.V

Historia

Gomex, nace en el año 2007 fruto de la escisión de Grupo Gomsa, empresa con más de 150 años de existencia y tres generaciones de dirigirla. A pesar de la corta historia como Gomex, las empresas que lo conforman tienen una importante trayectoria y tradición de más de 35 años en el estado de Veracruz, Puebla y Oaxaca. En el ramo Automotriz contamos con la distribución de las marcas CHEVROLET, BUICK, GMC y CADILLAC en las Ciudades de Veracruz, Xalapa, Córdoba, Orizaba, Tuxtepec, Acayucan, Teziutlán, Martínez de la Torre y Tierra Blanca.

También se tiene participación dentro de Grupo Gomsa, dedicado al ramo de comercio exterior y transporte logístico. En el ramo de Logística Internacional se cuenta con agencias aduanales, oficinas de comercialización, bodegas y líneas de transporte.

Chevrolet fue fundada en Detroit en noviembre de 1911 por el ingeniero y piloto de carreras Louis Chevrolet y el fundador de General Motors William C. «Billy» Durant, quien desarrolló vehículos que pronto se ganaron una reputación de rendimiento, durabilidad y calidad.

Análisis del Micro entorno

Proveedores

Artículos de limpieza

- Prolyquim
- Kimberly Clark



Artículos de papelería

- Romano papelerías
- Office Depot



Combustible

- Gasolinera de los Arcos



CFE

Telmex

Intermediarios de marketing

Su principal intermediario en publicidad es la empresa Publimax ya que esta se dedica a realizar sus carteles, folletos, tarjetas de presentación de vendedores, publicidad para eventos a realizar y propaganda que identifica a la agencia.

Análisis de la competencia

ANÁLISIS DE COMPETENCIA DIRECTA		
CHEVROLET	NISSAN	VOLKSWAGEN
<ul style="list-style-type: none"> • CAVALIER 	<ul style="list-style-type: none"> • SENTRA 	<ul style="list-style-type: none"> • VENTO 
<ul style="list-style-type: none"> • BEAT 	<ul style="list-style-type: none"> • MARCH 	<ul style="list-style-type: none"> • POLO 
<ul style="list-style-type: none"> • AVEO 	<ul style="list-style-type: none"> • VERSA 	<ul style="list-style-type: none"> • GOL SEDAN 
<ul style="list-style-type: none"> • MALIBU 	<ul style="list-style-type: none"> • ALTIMA 	<ul style="list-style-type: none"> • JETTA

		
<ul style="list-style-type: none"> • TRAX 	<ul style="list-style-type: none"> • KIKS 	<ul style="list-style-type: none"> • TIGUAN 
<ul style="list-style-type: none"> • TRAVERSE 	<ul style="list-style-type: none"> • MURANO 	<ul style="list-style-type: none"> • ATLAS REVIEW 
<ul style="list-style-type: none"> • TAHOE 	<ul style="list-style-type: none"> • ARMADA 	<ul style="list-style-type: none"> • VW ATLAS 
<ul style="list-style-type: none"> • EQUINOX 	<ul style="list-style-type: none"> • X-TRAIL 	<ul style="list-style-type: none"> • TIGUAN ALLSPACE 
<ul style="list-style-type: none"> • SUBURBAN 	<ul style="list-style-type: none"> • ARMADA 2018 	<ul style="list-style-type: none"> • ATLAS 2018 

VENTA AL PUBLICO

MARZO y acumulado, 2018 vs 2017

GRUPO	Subgrupo	MARZO 2018			MARZO 2017		ENERO - MARZO		
		Autos	Camiones ligeros	Total	Total	Var. %	2018	2017	Var. %
ACURA		43	110	153	201	-23.9	441	567	-22.2
BMW		1,600	0	1,600	1,407	13.7	4,745	3,873	22.5
FCA MÉXICO		3,120	4,160	7,280	8,436	-13.7	21,879	26,107	-16.2
FORD MOTOR		2,788	3,068	5,856	6,889	-15.0	18,344	20,957	-12.5
GENERAL MOTORS		15,196	4,432	19,628	24,027	-18.3	43,805	61,766	-29.1
HONDA		2,558	4,943	7,501	7,208	4.1	22,973	22,001	4.4
HYUNDAI		2,511	1,492	4,003	3,531	13.4	11,815	10,095	17.0
INFINITI		66	95	161	189	-14.8	549	553	-0.7
ISUZU		0	116	116	118	-1.7	343	246	39.4
JAGUAR		31	0	31	17	82.4	88	36	144.4
KIA		4,884	2,779	7,663	6,811	12.5	23,201	19,009	22.1
LAND ROVER		0	159	159	49	224.5	295	106	178.3
LINCOLN		22	154	176	121	45.5	536	440	21.8
MAZDA		2,209	1,928	4,137	4,061	1.9	13,218	12,637	4.6
MERCEDES BENZ*		1,450	0	1,450	1,653	-12.3	4,319	4,289	0.7
MINI		517	0	517	462	11.9	1,526	1,384	10.3
NISSAN		17,409	11,054	28,463	37,263	-23.6	80,160	95,999	-16.5
PEUGEOT		148	560	708	724	-2.2	2,287	2,111	8.3
RENAULT		473	1,829	2,302	2,299	0.1	6,553	6,819	-3.9
SMART		94	0	94	78	20.5	293	227	29.1
SUBARU		19	86	105	101	4.0	308	308	0.0
SUZUKI		1,275	576	1,851	1,181	56.7	5,524	3,823	44.5
TOYOTA		4,593	3,723	8,316	9,549	-12.9	25,742	25,735	0.0
VOLKSWAGEN		13,637	2,527	16,164	20,532	-21.3	47,905	58,838	-18.6
	AUDI	1,068	0	1,068	999	6.9	3,415	3,196	6.9
	PORSCHE	117	0	117	104	12.5	364	329	10.6
	SEAT	1,929	103	2,032	2,159	-5.9	6,009	6,807	-11.7
	VOLKSWAGEN	10,523	2,424	12,947	17,270	-25.0	38,117	48,506	-21.4
VOLVO		166	0	166	105	58.1	380	322	18.0

SMART		94	0	94	78	20.5	293	227	29.1
SUBARU		19	86	105	101	4.0	308	308	0.0
SUZUKI		1,275	576	1,851	1,181	56.7	5,524	3,823	44.5
TOYOTA		4,593	3,723	8,316	9,549	-12.9	25,742	25,735	0.0
VOLKSWAGEN		13,637	2,527	16,164	20,532	-21.3	47,905	58,838	-18.6
	AUDI	1,068	0	1,068	999	6.9	3,415	3,196	6.9
	PORSCHE	117	0	117	104	12.5	364	329	10.6
	SEAT	1,929	103	2,032	2,159	-5.9	6,009	6,807	-11.7
	VOLKSWAGEN	10,523	2,424	12,947	17,270	-25.0	38,117	48,506	-21.4
VOLVO		166	0	166	105	58.1	380	322	18.0

MARZO 2018	74,809	43,791	118,600	137,012	-13.4	337,229	378,248	-10.8
MARZO 2017	89,396	47,616	137,012					
Variación %	-16.3%	-8.0%	-13.4%					
Diferencia	-14,587	-3,825	-18,412					

Ene - Mar 2018	211,073	126,156	337,229					
Ene - Mar 2017	250,148	128,100	378,248					
Variación %	-15.6%	-1.5%	-10.8%					
Diferencia	-39,075	-1,944	-41,019					

N.D. No Disponible

N.C. No Calculable

Tabla sustraída de (AMIA, 2018)

Clientes

Los clientes que se ubican principalmente dentro de un rango del mercado de consumo son: hombres y mujeres por lo general mayores de 25 años pertenecientes a una clase media. Todos ellos favorecen el acercamiento de la empresa a los clientes finales.

Giro de la empresa

Empresa Chevrolet Gomsa Automotriz se dedica a la comercialización de autos nuevos y seminuevos, ofrece servicio automotriz con mecánicos educados en reparar todas las marcas de autos. Además, venden accesorios de General Motors para Chevrolet. De esta manera, puede adaptar su coche a su gusto.

Misión

Ofrecer productos y servicios que generen entusiasmo en nuestros clientes.

Visión

Ser reconocidos por General Motors como los mejores Distribuidores de México con las distinciones de “DISTRIBUIDORES ORO”.

Objetivos

- Satisfacción total del cliente: en Gomex, siempre con una sonrisa y actitud de servicio, buscamos superar las expectativas de nuestros clientes, a través del conocimiento de nuestros productos y servicios, que permita agilizar la toma de decisiones, asegurando su preferencia y haciendo del servicio al cliente una ventaja competitiva en nuestro negocio.

- Un gran lugar para trabajar: en Gomex, estamos comprometidos con la selección, capacitación, desarrollo y crecimiento profesional de nuestra gente, que nos permita ser un referente en talento humano.
- Medio ambiente: todos en Gomex, conscientes de nuestro entorno, fomentamos una participación activa, apoyando programas de desarrollo sustentable, empleando eficientemente nuestros recursos, reduciendo los residuos generados y mejorando nuestro impacto al medio ambiente.

Descripción del producto



CHEVROLET CAVALIER
2018



CHEVROLET BEAT 2018



CHEVROLET AVEO 2018



CHEVROLET CRUZE 2018



CHEVROLET SPARK 2018



CHEVROLET MALIBU 2018



CHEVROLET TRAX 2018



CHEVROLET TRAVERSE
2018



CHEVROLET TAHOE 2018



CHEVROLET EQUINOX
2018



CHEVROLET SUBURBAN
2018



CHEVROLET TORNADO
2018



CHEVROLET COLORADO
2018

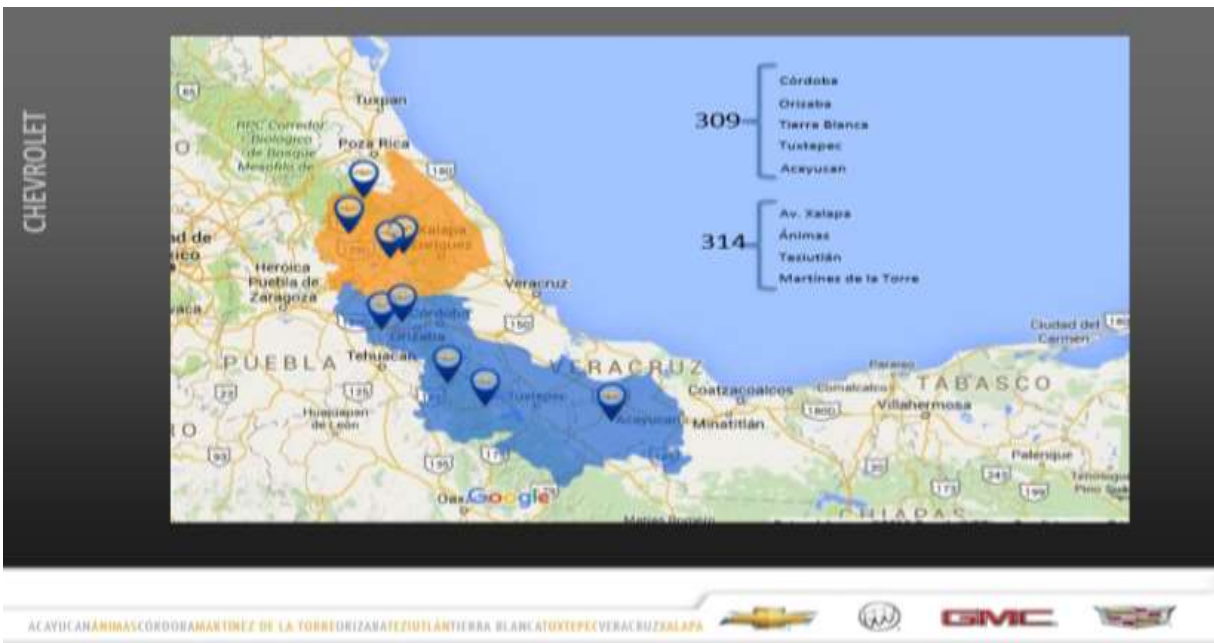


CHEVROLET CHEYENNE
2018



CHEVROLET SILVERADO 2018

Ubicación de las agencias



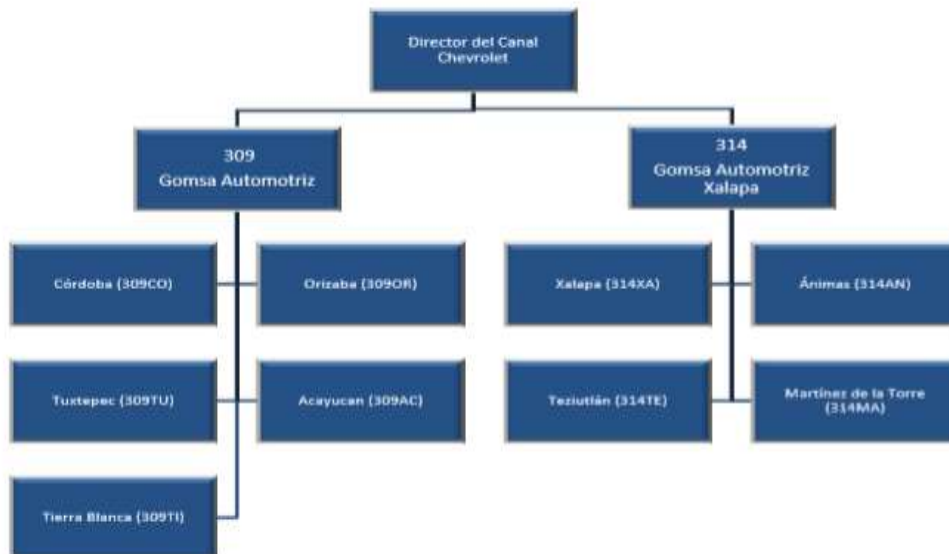


ACAYUCAN ANIMAS CORDOBA MARTINEZ DE LA TORRE ORIZABA TUXTLA TIERRA BLANCA TUXTEPEC VERACRUZ XALAPA



Organigrama

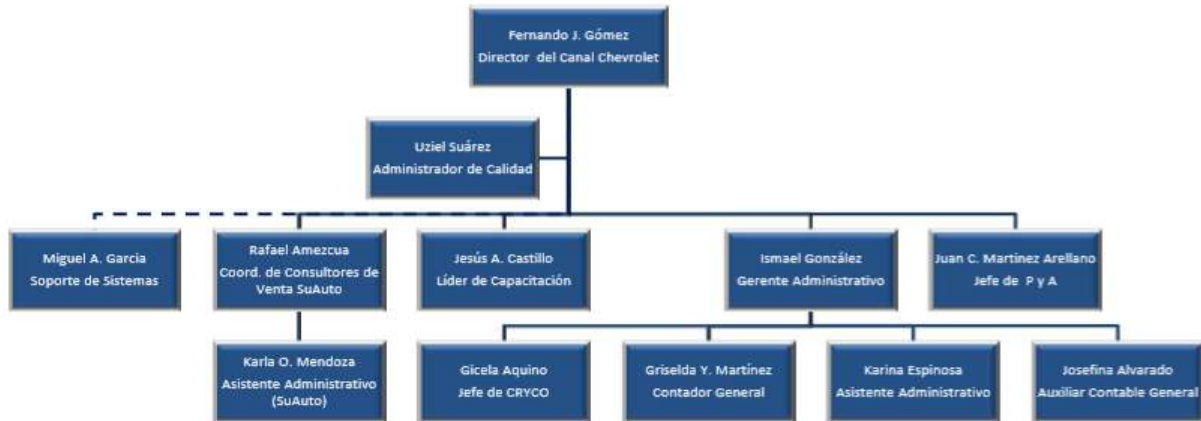
Canal Chevrolet



ACAYUCAN ANIMAS CORDOBA MARTINEZ DE LA TORRE ORIZABA TUXTLA TIERRA BLANCA TUXTEPEC VERACRUZ XALAPA



Estructura Organizacional 309CH



ACAYUCANÁNIMASCÓRDORAMARTÍNEZ DE LA TORREORIZABATEZHUtlÁNTIERRA BLANCATUXTEPECVERACRUZALAPA



Estructura Organizacional General



ACAYUCANÁNIMASCÓRDORAMARTÍNEZ DE LA TORREORIZABATEZHUtlÁNTIERRA BLANCATUXTEPECVERACRUZALAPA



ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Brinda varios servicios. • Respaldo de la marca Chevrolet. • Publicidad. • Alta variedad de vehículos. • Excelente calidad. • Marca seria. • Ofrece el mayor respaldo y apoyo a sus clientes y vehículos. • Certificaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • La industria automotriz es una de las más importantes en México. • Desarrollo de la industria. • Incremento de ventas. • Amplia cartera de clientes. • Nuevos segmentos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No mantiene un seguimiento constante al cliente con el fin de fortalecer sus relaciones. • Avance de la competencia en el mercado automotriz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica. • Competencia. • Productos que ofrezcan mayor innovación. • Alta tasa de crecimiento de actividades competitivas.

Análisis del Macro entorno

Ubicación geográfica de Gomsa Automotriz



Ubicación de Córdoba Veracruz

Entre los paralelos 18° 50' y 19° 00' de latitud norte; los meridianos 96° 52' y 97° 01' de longitud oeste; altitud entre 600 y 1,800 m.

Clima

Semicálido húmedo con abundantes lluvias en verano (87%), cálido húmedo con abundantes lluvias en verano (8%) y semicálido húmedo con lluvias todo el año (5%). La información que se muestra a continuación en las tablas fue sustraída de documento en internet llamado cuadernillos municipales.

Fuerzas demográficas

POBLACIÓN DE CÓRDOBA				
Año	Total	Hombres	Mujeres	Proporción estatal (%)
2017	208,784	97,991	110,793	2.56
2014	204,427	95,809	108,617	2.56
2010	196,541	91,805	104,736	2.57
2005	186,623	86,791	99,832	2.62
2000	177,288	82,983	94,305	2.57
1995	168,760	80,179	88,581	2.5

Para Gomsa Automotriz es importante tener identificado el tamaño de la población de Córdoba ya que teniendo esos datos se podrá definir un segmento de mercado.

Tasa de crecimiento	
Periodo	Tasa %
2005-2010	1.12
2000-2005	0.91
1995-2000	1.16
1990-1995	2.05

La tasa de crecimiento de Córdoba en los últimos años ha incrementado esto es favorable ya que hay más personas interesadas en adquirir un vehículo ya que los integrantes de su familia van aumentando.

Población por tamaño de localidad 2010	
Ámbito Tamaño	Habitantes
Rural	30,337
Menos de 500 hab.	8,568
500 a 2499 habitantes	21,769
Urbano	166,204
2,500 a 14,999	25,308
15,000 a más habitantes	140,896

Habitantes en principales localidades	
Localidad	Habitantes
Córdoba	140,896
La Luz Francisco I. Madero (San Román)	11,099
El Pueblito (Cruceiro Nacional)	8,078
La Luz y Trinidad Palotal	3,358
Colorines	2,773
Resto de localidades	30,337

Fuerzas Económicas

Principales características de las unidades económicas	
Indicador	Valor
Unidades económicas	9,661
Personal ocupado total	46,418
Personal ocupado dependiente de la razón social total	41,387
Personal ocupado dependiente de la razón social total remunerado	27,221
Personal ocupado no dependiente de la razón social	5,031
Total de remuneraciones (miles de pesos)	1,728,496
Producción bruta total (miles de pesos)	16,420,256
Consumo intermedio (miles de pesos)	9,076,,492
Valor agregado censal bruto (miles de pesos)	7,343,764
Formación bruta de capital fijo (miles de pesos)	347,081
Variación total de existencias (miles de pesos)	548,928
Total de activos fijos (miles de pesos)	5,563,384

Aquí se muestra la tasa de empleo en la región de Córdoba, estos datos le son de suma importancia a la empresa ya que con base a los estadísticos se prospectan mercados de potencial estable y económico.

Empleo 2010	
Indicador	Valor
Población de 12 años y más	153,998
Población económicamente activa	85,004
PEA ocupada	81,577
Sector primario	3.40%
Sector secundario	18.90%
Sector terciario	73.10%
No especificado	4.60%
PEA desocupada	3,427
Población no económicamente activa	68,124
Estudiantes	24,538
Quehaceres del hogar	35,140
Jubilados y pensionados	4,815
Incapacitados permanentes	1,422
Otro tipo	2,209
Tasa de participación económica	55.20%
Tasa de ocupación	96.00%

Fuerzas naturales

Uso de suelo y vegetación	
Tipo de superficie	Superficie (Km2)
Superficie continental	159.9
Agricultura	135.6
Pastizal	0
Bosque	0
Selva	0
Matorral xerófi	0
Otros tipos de vegetación	0
Vegetación secundaria	8.5
Áreas sin vegetación	0
Cuerpos de agua	0
Áreas urbanas	15.8

Esta estadística muestra que tanta cantidad de suelo y vegetación abarca la ciudad de Córdoba.

Acciones en materia ambiental	
Indicador	Valor
Volumen de residuos sólidos urbanos recolectados (miles de toneladas)	84
Vehículos de motor recolectores	25
Superficie de los rellenos sanitarios (hectáreas)	0
Capacidad disponible de los rellenos sanitarios (metros cúbicos)	0
Plantas de tratamiento de aguas residuales	9
Capacidad instalada	72
Volumen tratado	1

Esta nos muestra cuales son los materiales u objetos que causan contaminación en el medio ambiente por lo que de una manera afecta a Gomsa Automotriz ya que hay grupos de personas que están en contra de la contaminación al medio ambiente por lo que perjudica la compra de un vehículo, pero es un porcentaje muy bajo.

Fuerzas tecnológicas

Vehículos de motor Tipo	Tipo de servicio			Total
	Oficial	Público	Particular	
Automóviles	0	1,812	36,143	61,164
Camiones de pasajeros	0	915	52	967
Camiones y camionetas de carga	0	146	16,682	16,828
Motocicletas	0	N/A	5,414	5,414

En esta tabla se muestra una estadística que los automóviles es el producto que más se consume por parte de la población de Córdoba.

Red carretera	
Tipo	Longitud (Kilómetros)
Total en el municipio	84.3
Troncal federal pavimentada	19.9
Alimentadoras estatales pavimentadas	59.3
Alimentadoras estatales revestidas	3
Caminos rurales pavimentados	0
Caminos rurales revestidos	2

Los coches contarán con una serie de dispositivos que garantizarán una mayor seguridad con el objetivo de reducir los accidentes de tráfico.

Se integrarán los sistemas de control de neumático, que identificarán un inflado incorrecto o cualquier defecto de presión.

Fuerzas Geográficas

Indicador	Valor
Cabecera municipal	Córdoba
Localidades en 2010	96
Urbanas	5
Rurales	91
Superficie	159.9 km ²
Porcentaje del territorio estatal	0.20%
Densidad poblacional en 2010	1,229.2 hab/km ²

Fuerzas políticas

Gobierno Municipal de Córdoba	
Presidenta municipal	Leticia López
Partido o coalición	PAN
Dirección Municipal	Calle 1 S/N entre Av. 1 y 3, Centro Histórico, Centro, C.P. 94500
Teléfono	(271) 712-1988, 712-2387, 717-1700, 712-6221
Página Electrónica	www.cordoba.gob.mx
Distrito electoral	19 Córdoba
Distrito electoral federal	XVI Córdoba

Fuerzas culturales

Población indígena	
Indicador	Valor
Población en hogares indígenas	7,072
Población de 3 años o más hablante de lengua indígena	
Total	3,035
Hombres	1,353
Mujeres	1,682
Población de 3 años y más que habla lengua indígena	1.65%
Hablantes de lengua indígena que no hablan español	0.88%
Lengua principal	Mazateco

De acuerdo con las estadísticas nos muestra que en Córdoba todavía hay un mayor porcentaje de personas con cultura indígena que no consume los productos vehiculares.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

MÉTODO DE DIAGNÓSTICO

Para el desarrollo de esta estadía se inició haciendo un diagnóstico de la situación de la empresa en el cual se implementaron dos técnicas la observación y la entrevista, las cuales se describen a continuación.

OBSERVACIÓN

La observación como método, consiste en la utilización de los sentidos, para obtener de forma consiente y dirigida, datos que nos proporcionen elementos para nuestra investigación. Constituye el primer paso del método científico, que nos permite, a partir de ello, elaborar una hipótesis, y luego vuelve a aplicarse la observación, para verificar si dicha hipótesis se cumple.

La observación puede ser efectuada por seres humanos, o por dispositivos mecánicos. (COLABORADORES, 2013)

ENTREVISTA

Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa.

Tipos de entrevista

a) Entrevistas estructuradas

Consiste en proporcionar cuestionarios estructurados, en los cuales las preguntas están predeterminadas tanto en su secuencia como en su formulación.

b) Entrevistas semiestructuradas

Al igual que las anteriores las preguntas están definidas previamente en un guion de entrevista, pero la secuencia, así como su formulación pueden variar en función de cada sujeto entrevistado.

Es decir, el/la investigador/a realiza una serie de preguntas (generalmente abiertas al principio de la entrevista) que definen el área a investigar, pero tiene libertad para profundizar en alguna idea que pueda ser relevante, realizando nuevas preguntas.

c) Entrevistas en profundidad

También denominada por algunos autores como entrevista abierta. Generalmente suelen cubrir solamente uno o dos temas, pero en mayor profundidad. El resto de las preguntas que el investigador realiza, van emergiendo de las respuestas del entrevistado y se centran fundamentalmente en la aclaración de los detalles con la finalidad de profundizar en el tema objeto de estudio. (Añón, 2011)

Posterior al diagnóstico la empresa da autorización para la realización del plan de mejora, el cual tuvo cimentación en el modelo de cambio de Lewin. Para la empresa es de suma importancia llevar a cabo la implementación del modelo de cambio ya que al aplicarlo mejorará su proceso en la función de intercambios y agilizarán los pasos del cierre de ventas.

Con base a Lewin (Montufar R. , 2008) define el cambio como una modificación de las fuerzas que mantienen el comportamiento de un sistema estable. Por ello, dicho comportamiento siempre es producto de dos tipos de fuerzas: las que ayudan a que se efectúe el cambio (fuerzas impulsoras) y las que impiden que el cambio se produzca (fuerzas restrictivas), que desean mantener el statu quo. Cuando ambas fuerzas están equilibradas, los niveles actuales de comportamiento se mantienen y se logra, según Lewin, un “equilibrio cuasi estacionario”. Para modificar ese estado “cuasi estacionario” se pueden incrementar las fuerzas que propician el cambio o disminuir las que lo impiden, o combinar ambas tácticas.

Lewin propone un plan de tres fases para llevar a cabo el cambio planeado:

1. Descongelamiento: esta fase implica reducir las fuerzas que mantienen a la organización en su actual nivel de comportamiento.
2. Cambio o movimiento: esta fase consiste en desplazarse hacia un nuevo estado o nuevo nivel dentro de la organización con respecto a patrones de comportamiento y hábitos, lo cual significa desarrollar nuevos valores, hábitos, conductas y actitudes.
3. Recongelamiento: en esta fase se estabiliza a la organización en un nuevo estado de equilibrio, en el cual con frecuencia necesita el apoyo de mecanismos como la cultura, las normas, las políticas y la estructura organizacionales. Además,

Lewin sostiene que estas tres fases se pueden lograr siguiendo los siguientes pasos:

1. Se determina el problema.
2. Se identifica su situación actual.
3. Se identifica la meta por alcanzar.
4. Se identifican las fuerzas positivas y negativas que inciden sobre él.
5. Se desarrolla una estrategia para lograr el cambio a partir de la situación actual dirigiéndolo hacia la meta.

La perspectiva de Lewin se puede ampliar si se representa el modelo de cambio de tres fases (descongelamiento, cambio y recongelamiento) mediante el llamado “esquema de la raíz cuadrada”, dado que, en efecto, este modelo es muy similar a esa operación aritmética.

- a) Como se puede observar, en la fase de descongelamiento prevalece una situación determinante; por ejemplo, la elaboración del control de inventarios por medios manuales, con el consiguiente desperdicio de horas-hombre y la posibilidad muy alta de cometer errores.
- b) Se presenta el proceso de cambio, en el cual al principio se puede observar un decremento de la productividad.

Si se recurre de nuevo al ejemplo del control de inventarios, se podría suponer que a la persona responsable de hacerlo no le fue posible entregar en forma oportuna su reporte mensual ni tampoco manejar el paquete de computación que se requiere para agilizar el proceso de control de la mercancía.

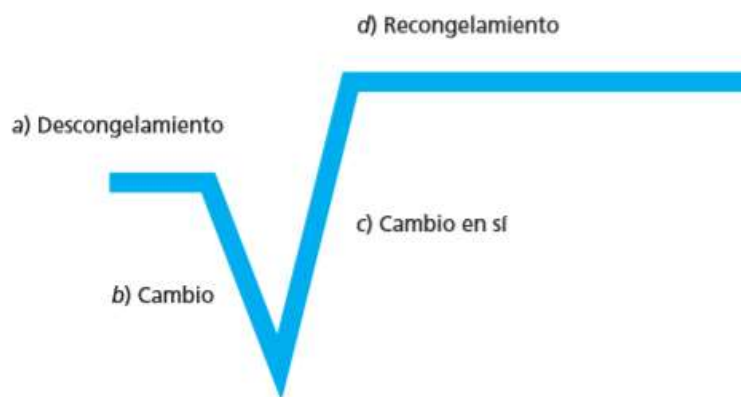


Figura de modelo de cambio de (Montufar R. , 2008)

c) Posteriormente, dentro de ese mismo proceso de cambio, se puede observar un incremento de la productividad dado que ya le es más fácil al sujeto de cambio asimilar el nuevo paquete de computación y ha podido economizar tiempo y mejorar la exactitud de su reporte, además de que le fue posible entregarlo de manera oportuna.

d) Por último, se inicia la etapa de recongelamiento, en la cual el nuevo método se integra como una parte de la actividad normal de trabajo.

CAPÍTULO 3. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1. Diagnóstico al área de ventas

Observación

Se aplicó el método de observación para detectar cual era una de las problemáticas que había en la función de intercambios, por lo que se detectó que el mayor problema que presentaba era la desorganización de los expedientes y que los documentos que integran el mismo se entregaban tiempo después de la entrega de la unidad por lo que no se podían archivar los expedientes, también la falta de ordenamiento de los expedientes.

Gerente de venta	F&I	Intercambios	Aprobación de créditos	Facturación de unidades	Vendedores
El gerente de ventas es el que se encarga de llevar la relación de las unidades que se van a vender o que están en proceso de aprobación su crédito, también se encarga de motivar a los vendedores para incrementar las ventas del mes.	Revisa los documentos que se entregaran a las entidades de crédito, debe checar que toda la documentación para iniciar con el trámite de crédito sea la adecuada.	El encargado de intercambios busca las unidades solicitadas por los clientes y si se encuentra en alguna otra sucursal de Gomsa Automotriz se pueda hacer el traspaso de la unidad, también se encarga de realizar el ordenamiento de los expedientes y que este completa la información.	Se hace el llenado de los datos de los clientes para el crédito, aquí se observó que la documentación del expediente no se entrega en tiempo, ya que se imprime tiempo después y ya se integra al expediente.	En facturación se factura cuando el crédito queda aprobado por lo que los comprobantes de pago de lo que se generó de la unidad ya sean notas de cargo, accesorios son autorizados días después y por el mismo motivo se atrasa el archivado de los expedientes.	En este punto los vendedores varias veces entregan documentos impresos de manera incorrecta y hace que el proceso se vuelva lento.

Entrevista

Se entrevistó al encargado de intercambios y se le preguntó que cuales eran las problemáticas que presentaba su función, por lo que el menciona que la mala organización de los expedientes y que no se llevaban un orden en el acomodamiento y archivado. A continuación, se muestra las preguntas abiertas que se le hicieron para llegar a la problemática que el describió.

Cuestionario que se ocupó para la entrevista

1. ¿Qué problemática detectas en la función de intercambios?

R= la problemática que yo note es el mal funcionamiento en el archivado de los expedientes, y en el control de las unidades que son escogidas por los clientes, ya que si no se encuentra el vehículo de interés se tiene que buscar en otras sucursales de Gomsa Automotriz.

2. Menciona que acciones causan la problemática de la mala organización de expedientes.

R= entregar los documentos después de la fecha

Retraso en el proceso de los créditos

Proceso con retraso a la hora de facturación

3. ¿Cuáles son las acciones que te gustaría mejorar como prioridad?

R= El ordenamiento de los expedientes ya que la documentación no puede estar en lugares que no le corresponden.

Agilización en la entrega de los documentos que conforman los expedientes.

4. ¿Se entrega a tiempo la documentación que integrará el expediente? No

5. ¿Qué documentos utilizas?

R= La documentación que se utiliza para la integración y ordenamiento del expediente es un Check List, pero dependiendo del tipo de crédito es el que se utiliza.

6. ¿Cuentas con un Check List para basarte en el acomodo de los expedientes?

R= Si, pero desearía que lo modificaras, ya que no todos los puntos que vienen ahí escritos son importantes que conformen el expediente.

7. ¿Te gustaría que se le realice un Check para basarte en el acomodo?

R= Realizar uno como tal no, porque esos son mandados desde planta solo modificarlo.

Modelo de cambio de Kurt Lewin aplicado en la Empresa Gomsa Automotriz.

1. Descongelamiento:

Ya que se identificó la problemática que causa el mal funcionamiento en el ordenamiento de expedientes de unidades vendidas de la empresa Gomsa Automotriz, se detecta cuáles son las causas que llevan a ese factor a un mal funcionamiento, se propone la agilización de entrega de documentos para que no se retrase el archivado y ordenamiento de los expedientes. Se actualizó el Check List que sirve de base para seguir un orden en el acomodo de la documentación que conforma el expediente de las unidades vendidas. Donde aparte de la actualización del Check List se hará una etiqueta para cada folder que se utilice para formar el expediente.

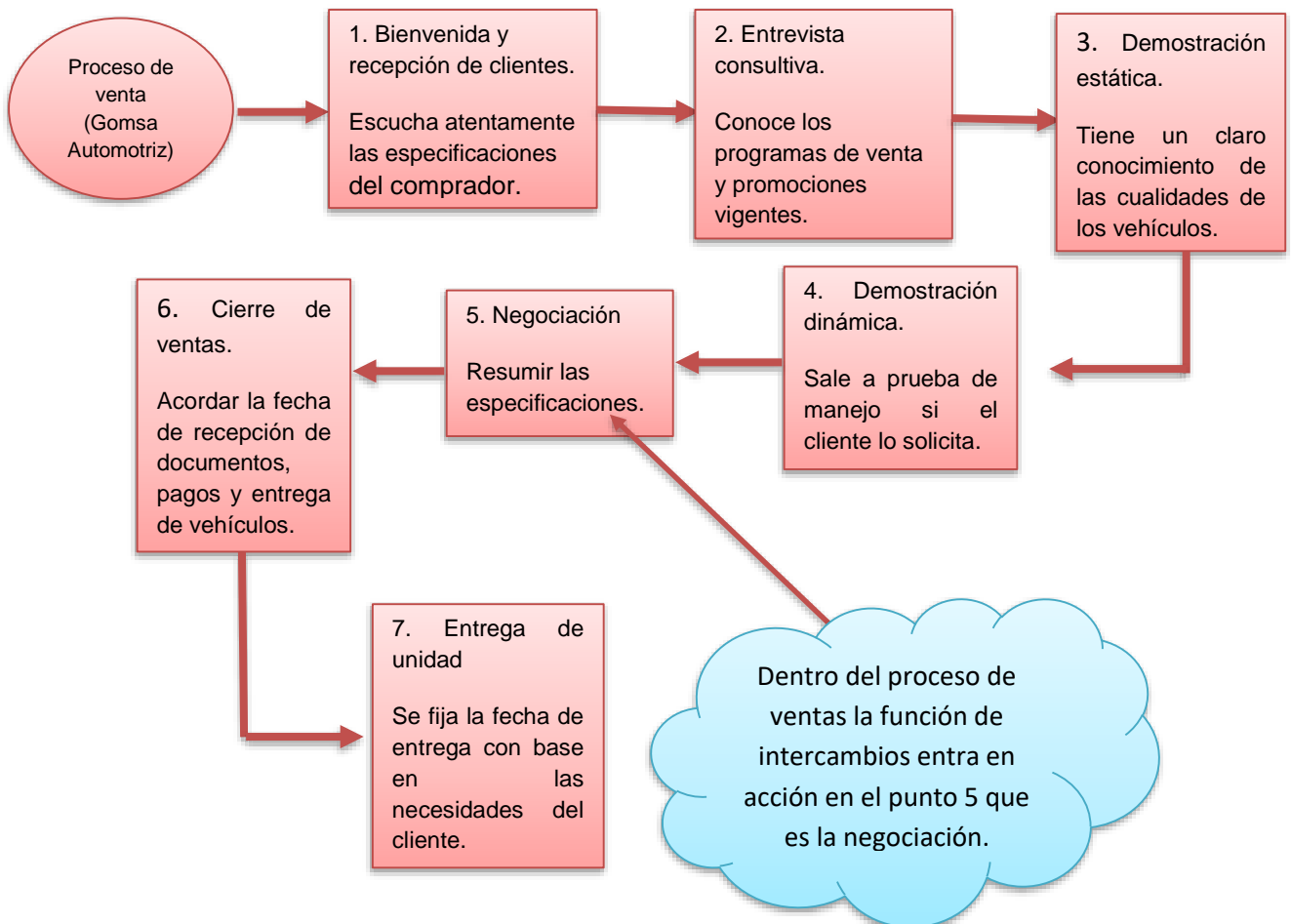
2. Cambio o movimiento:

Hablar con el jefe de ventas para que ponga estrictas reglas para la entrega de documentación ya que se retrasa el ordenado de los expedientes y eso hace que no haya un orden en los documentos que integran los mismos.

3. Recongelamiento: las personas que realizan el llenado de los expedientes de la empresa Gomsa Automotriz deberán de agilizar sus procesos de elaboración de documentación para así poder completar los mismos y que sean almacenados completos y elaborar su etiqueta para así llevar un orden y sea encontrados fácil y rápidamente. Para el incremento de las ventas en la elaboración del nuevo segmento se deberá de llevar a cabo el seguimiento del mismo mediante prospección de acuerdo a las especificaciones que vienen dentro de las variables de los perfiles.

3.2. Análisis del proceso de ventas

Proceso de venta de la empresa Gomsa Automotriz



Proceso de ventas

1. Bienvenida y recepción:

- ✚ Escucha atentamente.
- ✚ Asegura que todos se van a

2. Entrevista consultiva:

- ✚ Conoce los programas de ventas y promociones vigentes.
- ✚ Establece una comunicación directa con el prospecto.
- ✚ Dirígete al cliente por un nombre.
- ✚ Registra la información del cliente.
- ✚ Tomate el tiempo necesario.
- ✚ Escucha todas las necesidades que te mencione.
- ✚ Pregunta sobre los gustos, preferencias y formas de pago.
- ✚ Realiza preguntas abiertas y preguntas cerradas.
- ✚ Genera preguntas de control.

3. Demostración estética:

- ✚ Utiliza las características CBI, (características, beneficio, e impacto), botones calientes y necesidades detectadas en la entrevista consultiva.
- ✚ Ten un claro conocimiento de las cualidades de los vehículos, así como de los servicios opcionales y funciones para las diversas marcas.

4. Demostración dinámica:

Asegúrate de:

- ✚ El prospecto cuente con licencia.
- ✚ Vehículo esté listo con placas, gasolina, permisos.

- ✚ Contar con un recorrido o ruta definida.
- ✚ Explicar dinámicamente las características del vehículo.
- ✚ No olvides asegurar el vehículo y guardar la llave.

5. Negociación:

- ✚ Resumir las especificaciones del vehículo nuevo.
- ✚ Definir el precio final del vehículo incluyendo servicios y costos adicionales.
- ✚ Manejar objeciones y utilizar preguntas de control.
- ✚ Acordar la fecha de recepción de documentos, pagos y entrega de vehículos.

6. Cierre de ventas:

Se completan todos los aspectos financieros, términos, condiciones y compromisos que se especifiquen en el contrato.

7. Entrega:

- ✚ Se fija la fecha de entrega con base en las necesidades del cliente
- ✚ Se establece fecha, hora y se confirma el acuerdo.
- ✚ El vehículo deberá estar listo 24 horas antes de su entrega de lo contrario se informa al cliente con anticipación.
- ✚ Se debe entregar el vehículo en las condiciones acordadas y con una entrega mágica extraordinaria.
- ✚ Explica las características y funcionalidades, además ofrece una prueba de familiarización de su vehículo nuevo.
- ✚ Presenta al cliente con el consultor de servicio.

Explicación del proceso de venta antes mencionado

1. Bienvenida y recepción:

En este paso la Hostess recibe al cliente le pregunta en que vehículo está interesado, si ya había visitado la agencia antes o si es primera vez, dependiendo de la respuesta del cliente se le asigna un vendedor que le toque guardia el día que va el cliente, si ya ha sido atendido antes se le pregunta que asesor lo atendió y si le gustaría seguir con el mismo o quiere cambio de asesor, después de haber terminado el asesor con el cliente la Hostess le hace una pequeña encuesta y le pide sus datos para darlo de lata en el CRM.

2. Entrevista consultiva:

El vendedor se presenta con el cliente le habla por su nombre que aquí la Hostess al tiempo de presentarlos le dice el nombre, siempre deberá de dirigirse con el cliente de manera educada y respetuosa, siempre por su nombre. Aquí conoce las necesidades y especificaciones que el cliente tiene para la adquisición del vehículo como lo son: el modo, unidad, catalogo, color, etc. Registra a su cliente con los datos más importantes para después poder mandarle cotización o si está interesado en alguna unidad llevarle un seguimiento. También se mencionan las formas de pago, las promociones vigentes que estén activas.

3. Demostración estética:

El vendedor deberá tener conocimiento de las unidades que va a demostrar tanto del interior como del exterior, para que el cliente tenga ideas claras del mismo y no quede confundido con las explicaciones y beneficios que ofrecen las unidades de marca Chevrolet.

4. Demostración dinámica:

Se ofrece una prueba de manejo para que el cliente pueda tener más conocimiento del vehículo, se le pregunta si cuenta con licencia para poder hacer la prueba de manejo o el vendedor proporcione la suya y el mismo vendedor maneje la unidad, porque solo pueden manejar las unidades personas que tengan licencia.

5. Negociación: **(Proceso de Intercambios)**

En este punto se define el precio final del vehículo, los costos adicionales como lo son el seguro del auto y si requiere de emplacamiento (decisión del cliente), también se determina que papeles se deben de entregar para autorizar los tipos de créditos o si son de contado y para ir armando el expediente con la documentación que se especifica en un Check List, estos documentos que se piden son ara poder activar un crédito dependiendo si es financiado, por crédito banco o por crédito casa.

6. Cierre de ventas:

Se verifica que todo esté listo para la entrega, que el vehículo no este dañado y que cumpla con lo ofrecido para el cliente.

7. Entrega:

Se acuerda la fecha, hora que el cliente especifique, se revisa la unidad y se prepara la documentación que se requiera para la salida de la unidad ya sean permisos, formatos de entrega, el encargado de la entrega vuelve a dar una breve explicación de las características del vehículo.

Dentro del proceso de ventas la función de intercambio entra en acción en el paso 7, ya que en este paso que es la negociación se busca el vehículo que el cliente escogió y se verifica que este asignado a la agencia si no es así se marca a las demás sucursales y se exponen las características del vehículo solicitado y si alguna de las sucursales cuenta con ellas se hace un intercambio de unidades, si no se encuentra la unidad se habla con el cliente y se le ofrece una mejor oferta o color de lo que había sido solicitado por el comprador, también se empieza a preparar la documentación que debe armar el expediente del cliente con los papeles necesarios. La función de intercambios se complementa con la ayuda de la encargada de facturar y la que realiza los tramites de un crédito ya que eso es complemento del expediente.

Una de las principales y fuerte problemática que presenta la función de intercambios es la difícil localización de las unidades ya que en cada unidad se ofrece una variedad gama de colores algunas veces lo que es solicitado por el cliente no se encuentra en la agencia y no se lleva un control en el acomodo de los expedientes.

También la mala organización de la documentación que debe de conformar el expediente del cliente es una de las principales problemáticas ya que se va anexando los papeles que hacen falta tiempo después de la entrega y es una situación que no se puede controlar.

Una propuesta de mejora que se implemento es el realizar una tabla donde se especifique el modelo del auto, la marca, el color, número de serie y que catalogo es, para poder ofertar al cliente el producto que se encuentra disponible en la agencia y no sea difícil estar buscando lo que el cliente eligió o tratar de hacerle cambiar de opinión por otro color, pero del modo más amable para que acceda a la petición que le ofrece la agencia.

Actualizar el Check List que se debe de utilizar por el tipo de crédito que se ofreció para que el expediente se arme solo con la documentación que requiere del Check List.

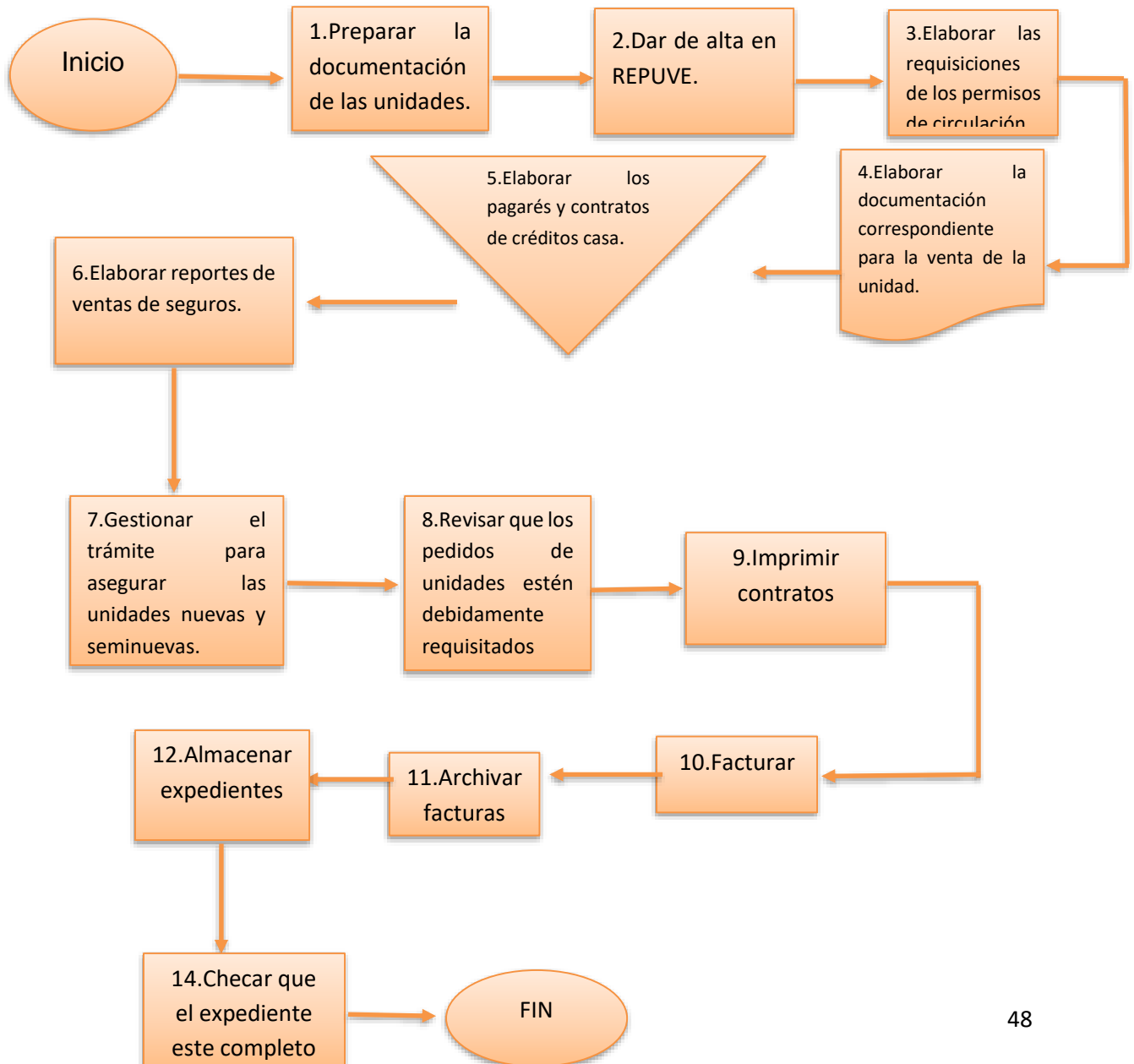
Explicación del proceso de intercambios

1. Recibir por parte del asesor la documentación, para iniciar con el trámite de la solicitud de créditos.
2. Dar de alta en REPUVE si es una venta de un auto Seminuevo.
3. Elaborar una base de datos donde se anoten los datos que llevan los permisos de circulación para llevar u control de los que se van usando.
4. Realizar la documentación liberar la unidad el día acordado con el cliente.
5. Realizar los pagarés en caso de que el crédito se por la opción de crédito casa.
6. Realizar los reportes de cuantos son los seguros que se venden al mes.
7. Verificar que el trámite de la venta de seguros vaya en buen proceso.
8. Verificar que la documentación para la toma de pedido este completa.
9. Imprimir los contratos aprobados de los créditos.
10. Facturar la unidad que se está vendiendo.

11. Archivar las facturas de todos los vehículos y en orden de acuerdo al número.
12. Almacenar los expedientes que ya estén completos.
13. Checar que los expedientes estén ordenados.

3.3. Análisis de la función de intercambios

Proceso de intercambios



3.4. Herramientas utilizadas en la función de intercambios

- ✚ FORMATO DE PREVIA
- ✚ FORMATO M2
- ✚ CHECK DE BATERIA
- ✚ REVISIÓN DE CAMPANA DE UNIDAD




Los puntos antes mencionados son formatos que se utilizan cuando llega una unidad a intercambios y es bajada de la madrina, cuando la unidad es vendida y entregada al cliente estos formatos son anexados al expediente, cada expediente lleva el orden especificado en el Check List que corresponda al tipo de operación que se va a manejar ya sea Crédito casa, financiado o banco-contado.

Por políticas de la empresa en que no toda la información puede ser utilizada o puede ser facilitada a cualquier persona, se omitió incluir ejemplos de cada uno de los formatos que se utilizan en la función de intercambios.

3.5. Herramientas utilizadas en la integración de expedientes


Además de la función de intercambios se realiza la integración de intercambio de unidades auxiliándose de los siguientes formatos:



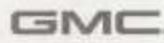
Check List de crédito Casa

	 	Versión: 03/05/2014 Expedición: 27/10/2016
Check List de Expedientes de Unidades Crédito Casa Unidades Nuevas		
Documentación Final		
1 Recibo de entrega de factura original con soporte de expediente crédito (adjunto)	Aplica	No Aplica
2 Copia entrega certificado garantía GM Plus firmado por el cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facturación de la Unidad		
1 Copia permiso anul o Tarjeta de circulación (Cuando se realicen los trámites por parte de la agencia, en el caso de unidad nueva)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Factura de Venta Entregada (Factura con la firma del cliente y archivo, así en posesión de la agencia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Copia de Ficare (Original CRVCO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Carta de agradecimiento (Ejecución por la compra de un vehículo de GMM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Cheques Entrega de Vehículo Nuevos a Clientes (Forma 14.8P)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Hoja de Unidad (Forma 05 BP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Certificada garantía GM PLUS (se debe retener hasta la liquidación total de la deuda)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Carta de Negativa de la Garantía GM PLUS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Aviso de Privacidad Firmado por el Cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Contrato Profeco de Compra Venta de Vehículo Nuevo Tasa Fija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Copia de pago de unidad a Plus Plus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Comprobante Repare (Debe de ser realizado simultáneamente en la facturación)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 Facturas de Accesorios y/o Trabajos realizados a la unidad en Posventa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 Copia de Factura Electrónica BusinesPro y Sofo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 Pedido de la unidad de BusinesPro debidamente firmado por el Cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 Copia Fólculo del Seguro Pagada por la Unidad del Crédito. (Se debe Capturar el Estatus en BP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 Autorización por parte de dirección a aceptar una Cta. De seguro diferente de las acordadas por el Grupo (Esto es mediante un correo por parte del Director Operativo Canal Chevrolet/Canal de Lujó)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 Hoja de calculo Basilla (En las operaciones de Fólculos se realiza una hoja de calculo, sirve para sacar el porcentaje de autorización que nos da Fordita) (Si Aplica) * Ninguno de los de este multiple	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 Documentación soporte de autorización de desistimiento Basilla (Caso Precio Único)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 Documentación Soporte de Recibo de Caja (Estados de cuenta)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 Copia Notas de Cargo y Notas de Crédito (Ej: Control de Apertura de Crédito que el banco carga a la Agencia, Gastos Administrativos, Bonificaciones, Descuentos, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 Comprobante de Pago de Unidad (Recibo de Caja que Asegure la Operación, Anticipos, Accesorios, garantías, trámites y cualquier servicio adicional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Documentación de Solicitud de Crédito Casa		
1 Firma/Correo de autorización de venta a crédito de Director Operativo. (En el cuerpo del correo debe venir el nombre del Cliente y los datos de la unidad, en caso de que no exista una solicitud de crédito casa correctamente firmada)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Investigación de Crédito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Contratación con datos de la operación solicitada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Formato Interno de Solicitud de Crédito Persona Física/ Moral del Grupo GM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Registro Federal del Contribuyente del Cliente (RFC)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Copia de Acta Constitutiva (Persona Moral)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Copia del Poder Notarial del Representante Legal (Persona Moral)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Copia de Identificación del Representante Legal (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Copia de Identificación del Cónyuge (Personas Mancomunadas) (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Copia de Comprobante de Ingresos del Cliente/ Propietario Real / Proveedor de Recursos (Comprobante de Nómina, Estado de Cuenta) o bien Copia de RFC.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Copia de Comprobante de Domicilio del Cliente/Real/Proveedore Real/ Proveedor de Recursos (Recibo Telefónico o Recibo de Luz)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Copia de Identificación del Aso/Propietario Real/Proveedor de Recursos (Persona Física) (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 Copia de Identificación del Cliente(Persona Física) (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrada de Unidad al Inventario		
1 Impresión de Global Warranty (Verificar si tiene Campaña la Unidad Nueva/Seminueva GM/GC)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Check list Pre entrega -Formato de Previa (Debe existir una copia 45 Plus)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Orden de Compra (Formato Interno GM para autorización de traspaso e intercambio)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Orden de Entregue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 CCO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 FORMATO CRISTAR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE		

NOMBRE Y FIRMA DEL AUDITOR		

Crédito financiero



Vigencia Expedición

Check List de Expedientes de Unidades Financieras Unidades Nuevas

	Aplica	No Aplica
Documentación Final		
1 Recibo de entrega de factura original con soporte de expediente crédito saldado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facturación de la Unidad		
1 Copia permiso azul o Tarjeta de circulación (Cuando se realicen los trámites por parte de la agencia, en el caso de unidad nueva)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Factura de Venta Endosada (Factura con la firma del cliente y archivo .xml en posesión de la financiera)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Carta de agradecimiento (Felicitación por la compra de un vehículo de GMM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Checklist Entrega de Vehículos Nuevos a Clientes (Forma 1A-BP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Salida de Unidad (Forma 65-BP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Certificado de garantía plus firmado por el cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Carta de Negativa de la Garantía GM PLUS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Aviso de Privacidad firmado por el Cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>* Reglas 9 es de opción múltiple</i>		
9 Contrato Pre-facto de Compra Venta de Vehículo Nuevo Tasa Fija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Compra de Contrato de GM F./Incredit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Copia de pago de unidad a Plan Fijo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Comprobante Repunte (Debe de ser realizado simultáneamente en la Facturación)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 Facturas de Accesorios y/o Trabajos realizados a la unidad en Posventa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 Copia del seguro de vida y desempleo GM F. (firmado por cliente de recibido)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 Copia del contrato y pagaré de GM F./Incredit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 Copia de Factura Electrónica BusinessPro y Sofia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 Pedido de la L. Pedido de la unidad de Business Pro debidamente firmado por el Cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 Copia Póliza del Seguro (Se debe Capturar el Estatus en BP)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 Autorización por parte de la financiera (GM F./Incredit) a aceptar una Cía. De seguro diferente de las que proponen (Esto debe ser mediante un correo o escrito/correo de las financieras).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 Hoja de calculo flotilla (En las operaciones de flotillas se realiza una hoja de calculo, sirve para sacar el porcentaje de autorización que nos da flotillas) (Si Aplica)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>* Reglas 21 es de opción múltiple</i>		
21 Documentación soporte de autorización de descuento flotilla (Caso Precio Único)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 Documentación Soporte de Recibo de Caja (Estatus de cuenta)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23 Copia Notas de Cargo y Notas de Crédito (E.): Comisión por Apertura de Crédito que el Banco carga a la Agencia, Gastos Administrativos, Bonificaciones, Descuentos, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 Comprobante de Pago de Unidad (Recibo de Caja que Ampare la Operación, Anticipos, Accesorios, gestoría, trámites y cualquier servicio adicional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25 Respuesta favorable a solicitud de crédito por parte de GM F./In Credit (Incredit es mediante un correo y GM F. es a través de la respuesta del sistema)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Documentación de Solicitud		
1 Cotización correspondiente a la Operación de Financiamiento del Cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Copia solicitud de crédito Incredit firmada por el cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Copia solicitud de crédito GM F. firmada por el cliente/Propietario Real/ Proveedor de Recursos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Formato Interno de Solicitud de Crédito Persona Física/ Moral del Grupo GM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Registro Federal del Contribuyente del Cliente (RFC)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Copia de Acta Constitutiva (Persona Morales)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Copia del Poder Notarial del Representante Legal (Persona Moral)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Copia de Identificación del Representante Legal (IFE, Pasaporte o Cedula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Copia de Identificación del Cónyuge (Bienes Mancomunados) (IFE, Pasaporte o Cedula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Copia de comprobante de ingresos (Comprobante de Nómina, Estado de Cuenta) o bien Copia de RFC.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Copia de Comprobante de Domicilio del Cliente/Aval/Propietario Real/ Proveedor de Recursos (Recibo Telefónico o Recibo de Luz)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Copia de Identificación del Aval/Propietario Real/Proveedor de Recursos (Persona Física) (IFE, Pasaporte o Cedula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 Copia de Identificación del Cliente(Persona Física) (IFE, Pasaporte o Cedula Profesional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrada de Unidad Al inventario		
1 Impresión de Global Warranty (Verificar si tiene Campaña la Unidad Nueva/Seminueva GMSC)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Check List Pre entrega (Formato de Previa) (Debe existir una cada 45 días)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Orden de Compra (Formato Interno GM para autorización de traslados e intercambios)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Orden de Embarque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 CDO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 FORMATO DE ONSTAR Y CORREO DE ALTA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE		
OBSERVACIONES		

Crédito Contado-Banco-SuAuto

GRUPO GM		Check List de Expedientes de Unidades		Vigencia:	19/09/2014
		Banco- Contado-Suauto		Expedición:	14/03/2018
		Unidades Nuevas		Aplica	No Aplica
Documentación Final					
1	Recibo entrega de factura original (Copia Certificada por Sello de la Agencia, Nombre, Fecha y Firma del Cliente)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Facturación de la Unidad					
1	Copia permiso azul o Tarjeta de circulación (Cuando se realicen los trámites por parte de la agencia, en el caso de unidad nueva)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Carta de Agradecimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	Checklist Entrega de Vehículos Nuevos a Clientes (Forma 14-BP)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4	Salida de Unidad (Forma 65-BP)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
5	Copia entrega certificado garantía GM Plus firmado por el cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
6	Carta de Negativa de la Garantía GM PLUS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
7	Aviso de Privacidad Firmado por el Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
8	Contrato Profeco de Compra-Venta de Vehículo Nuevo al Contado	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
9	Carta de Aceptación de Entrega de Unidad Suauto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
10	Copia de Pagarcé con obligaciones a Suauto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
11	Copia de Contrato Prenda del Cliente con Suauto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
12	Facturas de Accesorios y/o Trabajos realizados a la unidad en Posventa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
13	Copia de pago de unidad a Plan Piso	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
14	Comprobante Repuere (Debe de ser realizado simultaneamente en la Facturación)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
15	Copia de Factura Electrónica BusinessPro y Sofia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
16	Pedido de la unidad de Business Pro debidamente firmado por el Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
17	Copia Póliza c (Se debe Capturar el Estatus en BP)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
18	Carta para ratificar ofrecimiento de seguro al cliente. (De acuerdo al comunicado 16-2012)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
19	Hoja de calculo flotilla (En las operaciones de flotillas se realiza una hoja de cálculo, sirve para sacar el porcentaje de autorización que nos dio flotillas) (Si Aplica) * Regimen 20 es de opción multiple	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
20	Documentación soporte de autorización de descuento flotilla (Caso Precio Único)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
21	Documentación Soporte de Recibo de Caja (Estados de cuenta)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
22	Copia Notas de Cargo y Notas de Crédito (Ej.: Comisión por Apertura de Crédito que el Banco carga a la Agencia, Gastos Administrativos, Bonificaciones, Descuentos, etc.)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
23	Comprobante de Pago de Unidad (Recibo de Caja que Ampare la Operación, Anticipos, Accesorios, gestorías, trámites y cualquier servicio adicional)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
24	Notificación de Autorización de Garantía y Aceptación de Suauto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
25	Contrato de Suauto (Integrante) cesion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
26	Carta aprobación operación Banco	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Documentación de Solicitud					
1	Rechazos de la financiera GM F./In Credit (para poder hacer ops. Con Bancos)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Contrato de Suauto (Solicitante)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	Formato Interno de Solicitud de Crédito Persona Física/ Moral del Grupo GM	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4	Registro Federal del Contribuyente del Cliente (RFC)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
5	Copia de Acta Constitutiva (Persona Morales)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
6	Copia del Poder Notarial del Representante Legal (Persona Moral)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
7	Copia de identificación del Representante Legal (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
8	Copia de identificación del Cónyuge (Bienes Mancomunados) (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
9	Copia de Comprobante de Ingresos del Cliente/ Propietario Real / Proveedor de Recursos (Comprobante de Nómina, Estado de Cuenta) o bien Copia de RFC	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
10	Copia de Comprobante de Domicilio del Cliente/Aval/Propietario Real/ Proveedor de Recursos (Recibo Telefónico o Recibo de Luz)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
11	Copia de identificación del Aval/Propietario Real/Proveedor de Recursos (Persona Física) (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
12	Copia de identificación del Cliente(Persona Física) (IFE, Pasaporte o Cédula Profesional)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Entrada de Unidad Al Inventario					
1	Impresión de Global Warranty Verificar si tiene Campaña la Unidad Nueva/Seminueva GMSC	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Check List Pre entrega (Formato de Previa) (Debe existir una cada 45 días)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	Orden de Compra (Formato Interno GM para autorización de traspaños e intercambios)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4	Orden de Embarque	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
5	CDO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
6	ALTA ONSTAR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE					
OBSERVACIONES					
NOMBRE Y FIRMA DEL AUDITOR					

3.6. Propuestas de mejora al proceso de intercambio e integración de expedientes

Se propuso la modificación de cada uno de los Check List que se utilizan como base para el ordenado de los expedientes, ya que contenían puntos que no son necesarios que formen parte de la integración de los documentos, también se propuso la elaboración de una etiqueta para que el ordenamiento y archivado de cada uno de los expedientes de las unidades vendidas se puedan archivar y guardar en una gaveta de archivos o en su caso en una caja para archivos.

No. Fact.	VCO00006245	Fecha:	22/03/2018	#Inv.:	6000136
Cliente:	CARINA CRUZ CERVANTES				
Unidad:	BEAT 4 PTAS. A LS	Serie:	MA6CA5CDXJT045453		

Etiqueta para el ordenamiento de expedientes

CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En el presente proyecto se realizó la implementación de un modelo de cambio que ayudó a corregir problemáticas presentes en el área de ventas de la Empresa Gomsa en su función de intercambios, el área presenta bajas ventas y conflictos con la adecuada organización de unidades, así como con la entrega de expedientes de operaciones de venta completos.

Se propuso la implementación de ajustes en el manejo de los expedientes y también en el proceso de intercambios. Esta mejora busca sistematizar el desempeño dentro del área de ventas como su función de intercambios. En dicho proceso se obtuvo información acerca de los expedientes incompletos y que esto representa una dificultad en las auditorias, con la ayuda del Check List y de las etiquetas para los expedientes y el ordenamiento adecuado de los mismos se logró mayor fluidez y confiabilidad en la información.

Se propuso la implementación de un plan de mejora en el proceso de intercambios ya que cuando un cliente le agrada una unidad, la empresa no siempre cuenta con esa misma en su almacén, por lo que se propuso hacer una base de datos donde se especifique cuáles son las unidades que se encuentran en piso especificando el color, modelo, catalogo al que pertenece y número de serie etc.

4.1 Resultados

Con la implementación del proyecto en desarrollo se logró obtener una modificación en los expedientes que se mostrarán a continuación en el inventario correspondiente al mes de oct., nov., dic., Ene. Como resultado se obtuvo que 350 expedientes fueron ordenados adecuadamente con la ayuda del Check List diseñado y archivados en cajas de archivo para su almacenamiento y auditoria posterior.

Las imágenes que se mostrarán a continuación son los resultados que se obtuvieron durante la estancia.

1	Estados	No. Venta	Factura	Fecha	no. inventari	V.V.	Año Vehículo	Modelo	Tipo Unidad	Color	Numero de Serie	Nombre del Cliente
2	Cancelada		VCD0000005848	03/11/2017	2170695		0039805	2018	SPARK NG 5 PTAS. FLT CVT	GREEN	PIST7ALBIC6CAGC408699	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, SA DE CV
3	Cancelada		VCD0000005922	30/11/2017	2170871		0039505	2018	TRAX SUV PAQ. C	BLANCO	3GNCTEE48L215030	JUAN CARLOS MOLINA PALACIOS
4	Nueva		VCD0000005934	01/12/2017	2170956		003AD92	2018	BEAT 4 PTAS. B LT	NEGRO	MA6CB5CD8T045117	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, S.A. DE C.V.
5	Nueva		VCD0000005935	04/12/2017	2170893		1012314	2017	CHEYONNE 3500 CREW CAB LTZ 4X4 Q	GRIS	JADE M30CJ09EDHGS00708	MEGA OAXACA S.A. DE C.V.
6	Nueva		VCD0000005936	04/12/2017	2170486		003ACD1	2018	BEAT 5 PTAS. A LS	ROJO	GRAN7M6GACED9T005029	JUAN PULIDO DE AQUINO
7	Nueva		VCD0000005937	07/12/2017	2170748		0039805	2018	SPARK NG 5 PTAS. FLT CVT	ROJO	VICTOR KL8C8CASK415485	ARTURO AGUIRRE RODRIGUEZ
8	Nueva		VCD0000005938	07/12/2017	2170782		003ACD1	2018	BEAT 5 PTAS. A LS	GRIS	ACERO M6GACED4T035742	MULUMBA LORENA MATEOS ESQUEDA
9	Nueva		VCD0000005939	08/12/2017	2170940		003ACD1	2018	BEAT 5 PTAS. A LS	BLANCO	M6GACED6T035315	MARCIAL DURAN FLORES
10	Nueva		VCD0000005940	09/12/2017	2170959	1	003ACD2	2018	BEAT 5 PTAS. B LT	NEGRO	M6GACED9T002628	VERÓNICA PEREZ MICHÉ
11	Nueva		VCD0000005941	09/12/2017	2170953		0038125	2018	AVEO 4 PTAS. W LT	ROJO	GLORI 3G1T85CF3L236241	MARIA DEL CARMEN ALDUCIN JACOME
12	Nueva		VCD0000005942	09/12/2017	2170961		0038124	2018	AVEO 4 PTAS. L LS	ROJO	GLORI 3G1T85CF3L230443	ISAÍAS VAZQUEZ ESCALANTE
13	Nueva		VCD0000005944	11/12/2017	2170923		003AE02	2018	CAVALIER 4 PTAS. B LT	NEGRO	DN115GK852-HM045666	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, S.A. DE C.V.
14	Nueva		VCD0000005945	11/12/2017	2170791		003ACD1	2018	BEAT 5 PTAS. A LS	BLANCO	M6GACED1T026988	JUAN JOSE YARGAS RODRIGUEZ
15	Nueva		VCD0000005946	12/12/2017	2170915		003AD92	2018	BEAT 4 PTAS. B LT	BLANCO	M6GCB5CD6T044748	GUILLELMO JACOME JUAREZ
16	Nueva		VCD0000005947	13/12/2017	2170713		003ACD1	2018	BEAT 5 PTAS. A LS	OCRE	M6GACED1T035732	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, S.A. DE C.V.
17	Nueva		VCD0000005948	13/12/2017	2170922		003AD92	2018	BEAT 4 PTAS. B LT	PLATA	BRILL M6GCB5CD8T046548	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, S.A. DE C.V.
18	Nueva		VCD0000005949	13/12/2017	2170956		003ACD2	2018	BEAT 5 PTAS. B LT	OCRE	M6GCB5CD5T041132	MARIO ALBERTO RODRIGUEZ UBALDO
19	Nueva		VCD0000005950	14/12/2017	2170799		003ACD2	2018	BEAT 5 PTAS. B LT	GRIS	ACERO M6GACED1T036602	JUAN ROMERO GONZALEZ
20	Nueva		VCD0000005953	14/12/2017	2170907		0039502	2018	TRAX SUV PAQ. B	NEGRO	DN11 3GNCTCE58L226623	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, SA DE CV
21	Nueva		VCD0000005954	14/12/2017	2170965		0038125	2018	AVEO 4 PTAS. W LT	GRIS	BASALT 3G1T85CF3L243845	GOMSA AUTOMOTRIZ XALAPA, S.A. DE C.V.
22	Nueva		VCD0000005955	15/12/2017	2170875		0039502	2017	TRAX SUV PAQ. B	PLATA	BRILL 3GNCTCE6HL279406	REYNA MENDOZA CHAVEZ
23	Nueva		VCD0000005956	18/12/2017	2170909		0038125	2018	AVEO 4 PTAS. W LT	ROJO	GLORI 3G1T85CF3L228965	JOSE FILIBERTO FERNANDEZ SANCHEZ
24	Nueva		VCD0000005957	18/12/2017	2170974		003ACD2	2018	BEAT 5 PTAS. B LT	BLANCO	M6GCB5CD8T012938	MARIA TERESA VIAN REYES

La imagen que se muestra a continuación es un formato de base de datos que se propuso para llevar un control de inventarios y así poder explicarle al cliente cuales son las unidades que están en existencia.

The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet. The title bar reads 'CONTROL DE UNIDADES EN ASISTIA'. The spreadsheet has a header row with the following columns: 'MODELO', 'SERIE', 'COLOR', 'TIPO DE UNIDAD', 'CATALAGO', and 'UBICACION'. The rows below the header are empty, indicating a database structure for tracking units.

Base de datos de control de unidades



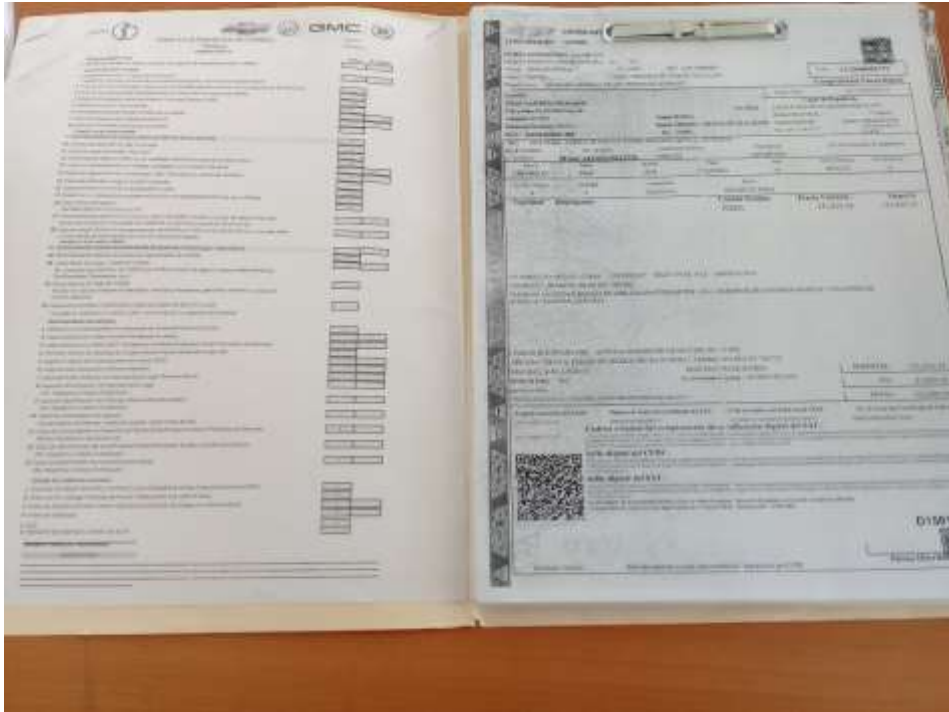
Foto de archivado de expedientes por número de factura



Ordenamiento de expedientes



Foto de expediente ordenado



Check List en expedientes



Etiquetas

No. Fact.	VCO00006245	Fecha:	22/03/2018	#Inv.:	6000136
Cliente:	CARINA CRUZ CERVANTES				
Unidad:	BEAT 4 PTAS. A LS	Serie:	MA6CA5CDXJT045453		
No. Fact.	VCO00006251	Fecha:	26/03/2018	#Inv.:	2180104
Cliente:	PATRICIA JIMENEZ TRINIDAD				
Unidad:	BEAT 5 PTAS. B LT	Serie:	MA6CB6CD9JT064210		
No. Fact.	VCO00006242	Fecha:	21/03/2018	#Inv.:	2180106
Cliente:	CONCEPCIÓN SUSANA MONTIEL RAMOS				
Unidad:	AVEO 4 PTAS. A LS	Serie:	LSGHD52H2JD020904		
No. Fact.	VCO00006244	Fecha:	22/03/2018	#Inv.:	2180073
Cliente:	LINO QUINTANA GUZMAN				
Unidad:	SILVERADO 1500 CAB. REG. XVN	Serie:	1GCNC9EH0JZ234880		
No. Fact.	VCO00006246	Fecha:	23/03/2018	#Inv.:	6000141
Cliente:	JAVIER GORDILLO GONZALEZ				
Unidad:	BEAT 4 PTAS. B LT	Serie:	MA6CB5CD8JT055492		
No. Fact.	VCO00006247	Fecha:	23/03/2018	#Inv.:	6000145
Cliente:	MARIA ANTONIA MARIN VARGAS				
Unidad:	BEAT 5 PTAS. B LT	Serie:	MA6CB6CD6JT066156		
No. Fact.	VCO00006226	Fecha:	15/03/2018	#Inv.:	2180056
Cliente:	MAGDIEL CARRILLO HERNANDEZ				
Unidad:	AVEO 4 PTAS. E LTZ	Serie:	LSGHD54H7JD015677		

Formato de expedientes

Formato de salida



GOMSA AUTOMOTRIZ S.A. DE C.V.

Calle 43 S/N esq. Blvd. Córdoba-Peñuela Col. Zona
C.P. 94690 Córdoba, Ver.
Tel: (271) 714 . 83 . 77 R.F.C. GAU920803291
www.chevroletcordoba.com.mx



Córdoba, Ver. a 13 de Febrero de 2018

Recibi de Conformidad de Gomsa Automotriz, S.A. de C.V. El vehículo nuevo y documentación correspondiente que a continuación se detallan.

MARCA	:	CHEVROLET	MODELO	:	2018
TIPO	:	BEAT 4 PTAS. B LT	COLOR	:	NEGRO - NEGRO
SERIE	:	MABC85GDJ/T037124	N° INV	:	2180094
MOTOR	:	HECHO EN INDIA			

A NOMBRE DE: JANETTE ARELY SOTOMAYOR MARTINEZ

A	NO	DOCUMENTO
()	()	FACTURA ORIGINAL No. DR UNI VCO00006145
()	()	COPIA SIN VALOR DE LA FACTURA No. DR UNI VCO00006145
()	()	POLIZA DE GARANTIA
()	()	MANUAL DEL CONDUCTOR
()	()	ORIGINAL Y DUPLICADO DE LLAVES
()	()	GATO
()	()	LLANTA DE REFACCION
()	()	REFLEJANTES
()	()	ASISTENCIA EN EL CAMINO
()	()	PRUEBA DE MANEJO
()	()	HOJA DE PRESENTACION AGENCIA
()	()	POLIZA DE SEGURO AUTOMOTRIZ
()	()	PERMISO DE CIRCULACION VEHICULAR
()	()	CONTRATO GM FINANCIAL
()	()	CONTRATO PROFECO
()	()	PAGARE
()	()	INSTALACIÓN APP CHEVROLET

Certifico que los datos generales escritos en la factura son correctos y la forma de desglosar el I.V.A. es la solicitada. (Esta factura se emite por única vez, por lo que no será sustituible bajo ninguna circunstancia).

Recibí de Conformidad

4.2 Trabajos Futuros

Los proyectos que se sugieren sean realizados para futuras estadias en la empresa Gomsa Automotriz son:

- ✚ Diseño de un segmento de mercado para incrementar las ventas de vehículos.
- ✚ Implementar un método ABC en una agencia de autos.
- ✚ Diseñar un manual de capacitación en el capital humano para evaluar el desempeño.
- ✚ Disminuir la rotación de personal con la implementación de técnicas y/o herramientas de investigación.
- ✚ Diseñar estrategias para mejorar el proceso de ventas con base a información y tecnología actualizada.

4.3 Recomendaciones

Al finalizar el proyecto se mejoró el ordenamiento de expedientes y el proceso que realiza la persona de intercambios, ya que los expedientes fueron ordenados con base al Check List que fue diseñado, el encargado de intercambios deberá de continuar con el trabajo que se realizó ya que esto agilizará el proceso de auditorías, mejorará los cierres de venta de los agentes y administrativamente se tendrá mayor control de la información.

El proyecto recalca la importancia de la planeación, dar un seguimiento eficiente y el proponerse retos para lograr los objetivos. Para el mejoramiento de la gestión del ordenado de los expedientes, con el compromiso de las personas que complementan el proceso de intercambios.

Después de concluir con este proyecto y de analizar los resultados se recomiendan los siguientes pasos a realizar:

- Seguimiento del Check List.
- Checar una vez por quincena la mejora que se obtuvo.
- Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente la atención de los clientes.
- Entregar un reporte de lo que está fallando.
- Solicitar la documentación de los demás colaboradores para así todo se cumpla en tiempo y forma.
- Incrementar la cartera de clientes.
- Tener seguimiento con el nuevo segmento, con la ayuda de los perfiles de consumidor.

Se deberá de implementar el uso de la base de datos para llevar un control en el manejo de las unidades que se encuentran en la agencia, ya que no se lleva un registro como tal de cuáles son las unidades que llegan y se encuentran en piso. Por lo que se propuso mejorar el proceso de intercambios con una base de datos.

1. Registro al llegar a la agencia.
2. Checar que este en buen estado.
3. Registrarlo en la base de datos que se implementó.
4. Compartir el inventario con los vendedores.

Bibliografía

- Aguero, G. (08 de Octubre de 2016). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:
<https://es.slideshare.net/GenesisCarolinaAguer/procedimiento-para-archivar>
- Alicia pelaez, j. r. (12 de agosto de 2013). *Entrevista*. Obtenido de Entrevista:
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf
- Barton Weitz, S. C. (2005). *Ventas*. México, D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Casas, Y. (2016). *María Melchor*. Obtenido de María Melchor:
<https://www.mariamelchor.com/blog/los-11-errores-mas-graves-al-cerrar-una-venta>
- COLABORADORES, E. D. (05 de ENERO de 2013). *Enciclopedia Culturalia* . Obtenido de Enciclopedia Culturalia : <https://edukavital.blogspot.mx/2013/01/definicion-de-metodo-de-observacion.html>
- Laura Fisher, J. E. (2011). *Mercadotecnia*. México, DF: Mc Graw Hill.
- Montufar, R. (2008). *Desarrollo Organizacional (principios y aplicaciones)*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Montufar, R. G. (2008). *Desarrollo Organizacional principios y aplicaciones* . México, DF: Mc Graw-Hill Interamericana .
- Thompson, I. (Agosto de 2005). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Thompson, I. (2017). *Promo negocios*. Recuperado el mayo de 2017, de
<https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>
- William J. Stanton, R. H. (1997). *Ventas (conceptos planificación y estrategias)*. Santafé de Bogota : Mc Graw Hill.