

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

DIAGNÓSTICO Y DIRECCIONAMIENTO INTEGRAL ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN

CENTRO AIRES



2012

**DIAGNÓSTICO Y DIRECCIONAMIENTO INTEGRAL ESTRATÉGICO DE LA
ORGANIZACION CENTRO AIRES**

**JULIAN ALBERTO GOMEZ RUBIANO
CODIGO: 2006262535
DIANA PATRICIA TOVAR SALAS
CODIGO: 2006262848
DAVID LEONARDO BARREIRO MEDINA
CODIGO: 2008275511**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
NEIVA - HUILA
2012**

**DIAGNÓSTICO Y DIRECCIONAMIENTO INTEGRAL ESTRATÉGICO DE LA
ORGANIZACION CENTRO AIRES**

**JULIAN ALBERTO GOMEZ RUBIANO
CODIGO: 2006262535
DIANA PATRICIA TOVAR SALAS
CODIGO: 2006262848
DAVID LEONARDO BARREIRO MEDINA
CODIGO: 2008275511**

**Proyecto De Grado Para Optar A Titulo De
Administración De Empresas**

**DIRECTOR DEL PROYECTO
PROFESOR: ALEXANDER QUINTERO BONILLA
MsC. Ciencias De La Organizacion**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
NEIVA - HUILA
2012**

AGRADECIMIENTOS

Los realizadores de este diagnóstico expresan los más sinceros agradecimientos a toda la planta de profesores de la Universidad Surcolombiana. Así mismo para nuestro guía y maestro del proyecto el profesor Alexander Quintero Bonilla que hizo posible que se diera la forma de presentar este documento de investigación.

De igual manera dedicamos este trabajo a las demás personas que de una u otra manera estuvieron involucradas, como los padres, familiares y amigos. Por otro lado agradecer al señor Alex Pedraza Rocha propietario de la organización Centro Aires, quien tuvo su generosidad de ofrecernos realizar este importante trabajo para desarrollar el ante-proyecto por la cual decidimos como modalidad de grado.

Tu tiempo es limitado, de modo que no lo malgastes viviendo la vida de alguien distinto. No quedes atrapado en el dogma, que es vivir como otros piensan que deberías vivir.

No dejes que los ruidos de las opiniones de los demás acallen tu propia voz interior. Y, lo que es más importante, ten el coraje para hacer lo que te dicen tu corazón y tu intuición.

“steve jobs”



CENTRO AIRES.

Centro Aires está ubicada en la calle 3 N° 5 – 110 barrio Centro. Su actividad económica principal es la venta e instalación de aires acondicionados para cualquier clase de automotor. También comercializa repuestos, accesorios de lujo y equipos de sonido. La zona donde esta localiza es altamente estratégica ya que sus alrededores existe comercio relacionados con la compra o venta de repuestos automotriz.

Su planta física está dividida por diferentes empresas en las cuales realizan trabajos de latonería, mecánica y pintura. De esta manera entre todos se dividen los gastos de alquiler y mantenimiento

INFORME EJECUTIVO CENTRO AIRES

El entorno que rodea a la organización Centro Aires es altamente dinámico y favorable. Esto se debe en un alto porcentaje en el volumen de las ventas de vehículos que los concesionarios registraron en la región en el 2012. Por lo tanto han sido matriculados en particular en la Secretaria Municipal de Transito y Transporte de la ciudad de Neiva. Así mismo se evidencia en las calles de la ciudad de Neiva uso masivo de vehículos por partes de las ciudadanos que habitan en ella.

En la auditoría interna se evidencias diversas deficiencias. Por ejemplo en el proceso administrativo se advierte que es muy mecanizado y fácilmente pueden llegar a fallar. Para esto deben construir nuevos controles que lleven a la organización a tener mayor orden y ejercer un buen desempeño en la toma de decisiones. Por otro lado es de esperar que Centro Aires siga creciendo, teniendo en cuenta el mejoramiento continuo interno para enfrentar los cambios bruscos de la tecnología.

El país con su política económica ofrece oportunidad en los mercados internaciones. Los TLC son un ejemplo claro de ello. Con este mecanismo ingresan al país un número significativo de vehículos nuevos incrementando el parque automotor. También se observa que el PIB ha subido al 4% es un promedio que genera seguridad a los inversionistas extranjeros. Por tal razón es de destacar que el porcentaje de las personas desocupadas disminuya a un dígito como indica el DANE.

La propuesta que se le asigna a la organización Centro Aires es de mejorar y fortalecer la parte interna. Se debe tener en cuenta la planeación y la participación del mercado. Esto con el fin de aprovechar las oportunidades del entorno logrando de esta manera brindar y evitar las amenazas mencionadas. La empresa tiene que actualizar y cambiar por completo la tecnología para ser competitiva.

Para concluir, se recomienda al propietario que debe tomar decisiones adecuadas. Se recomienda analizar las acciones planteadas en el escenario (PENSAR EN GRANDE NOS LLEVA LEJOS), para que la organización alcance la estabilidad desde lo interno y externo. Por lo tanto sostenerse en un mercado que cada vez es cambiante y muy competitivo.

Tabla de contenido

1. HISTORIA	11
1.1 POLITICAS DE CALIDAD	13
1.2 MISION	14
1.3 VISION	14
2. DIAGNÓSTICO DE ANALISIS INTERNO	15
2.1 PLANEACION.	15
2.2 ORGANIZACIÓN.	16
2.3 DIRECCION.	19
2.4 CULTURA ORGANIZACIONAL.	19
2.5 MOTIVACIÓN.	19
2.6 PERSONAL.	20
2.7 CONTROL.	21
2.8 PRESTACION DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS.	22
2.9 TECNOLOGÍA.	22
2.10 PROVEEDORES.	23
2.11 PERFIL DE CLIENTE.	24
2.11.1 EL CLIENTE.	24
2.11.2 COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE EN LA PRESTACION DEL SERVICIO.	25
2.12 PRODUCCION DEL SERVICIO	28
2.13 TAMAÑO Y PARTICIPACION EN EL MERCADO	31
2.14 ANALISIS FINANCIERO.	36
2.14.1 RAZONES FINANCIERAS.	37
3 ANALISIS EXTERNO:	38
3.1 ENTORNO ECONOMICO	38
3.1.1 Producto interno bruto.	38
3.1.2 Comportamiento Semestral.	39
3.1.2 Inflación	40
3.1.3 Índice De Precios De Consumidor (IPC).	40
3.1.4 Tasa de Interés en el Comportamiento de compra de vehículos.	42

3.1.5 Empleo y Desempleo	43
3.1.6 Economía Regional del Huila.	44
3.2 PRECIO PROMEDIO DE INSTALACIONES DE AIRES ACONDICIONADOS.	46
3.3 TENDENCIA DEL SECTOR DE AIRES ACONDICIONADOS.	48
3.4 SITUACIÓN ACTUAL DEL PETRÓLEO.	48
3.4.1 Política Petrolera	48
3.4.2 Inversión.	49
3.4.3 Distribución De Regalías.	49
3.5 POLITICO.	52
3.5.1 TLC Con Estados Unidos.....	52
3.5.2 TLC Con Corea.	52
3.5.3 Plan de reordenamiento territorial	53
3.6 TECNOLOGIA.....	55
3.6.1 Localizador de Fugas.....	55
3.6.2 SPX Robinair AC1234. Estación de carga A/C preparada para el nuevo refrigerante.	55
3.6.3 Bombas de vacío de alto rendimiento CooTech SPX Robinair	56
3.6.4 R-744 (Dióxido de Carbono, CO2)	57
3.7 ENTORNO DEMOGRAFICO.....	57
3.8 ENTORNO CULTURAL.....	58
3.9. ENTORNO JURIDICO.....	59
3.9.1 Estatuto del consumidor Ley 1480 del 2011.....	59
3.9.2 Ley anti trámite Decreto ley 19 de 2012.....	60
3.9.3 Ley Ambiental. Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007.....	62
3.9.3 Seguridad y Medio Ambiente.....	63
4. COMPETENCIA.....	65
4.1 AUTOCENTRO.	66
4.2 MORENO Y CIA LTDA.....	66
4.3 CAESCA S.A.....	67
5. PLANEACION ESTRATEGICA.....	69
5.1 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR INTERNO (EFI).	69

5.1.1 FORTALEZAS.....	70
5.1.2 DEBILIDADES.....	71
5.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (EFE).....	73
5.2.1 OPORTUNIDADES.....	74
5.2.2 AMENAZAS.....	75
5.3 MATRIZ INTERNA Y EXTERNA (IE).....	76
5.4 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC).....	78
5.5 MATRIZ DOFA.....	79
5.6 MATRIZ DE POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO Y EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN (PEYEA).....	80
5.7 PLAN DE ACCIÓN.....	82
5.8 PROSPECTIVA.....	83
5.8.1 Matriz de impacto cruzado (Debilidades).....	83
5.8.2 Matriz de impacto cruzado (Fortalezas).....	86
5.8.3 Matriz de impacto cruzado (Amenazas).....	89
5.8.4 Matriz de impacto cruzado (Oportunidades).....	92
6. HIPÓTESIS.....	95
7. ESCENARIOS.....	97
7.1 EL AMIGAZO.....	97
7.2 AMPLIANDO EL NEGOCIO.....	98
7.3 PENSAR EN GRANDE NOS LLEVA LEJOS.....	98
7.4 ESTA FRIO EN LO CALIENTE.....	101

1. HISTORIA

Centro Aires, es una organización perteneciente al sector de servicio auto mecánica especializada en la instalación de aires acondicionados. Su mercado objetivo son los clientes que poseen vehículo y buscan la necesidad de cambiar las condiciones de temperatura en el interior de sus automotores.

Nace en el Año 2006 por medio del señor Alex Pedraza Rocha. Gracias a la experiencia adquirida a lo largo de su vida como mecánico de autos. Adicional a esto evidenció una gran demanda en crecimiento relacionado con el mejoramiento de la temperatura en el interior de vehículos.

Alex Pedraza Rocha afirmó que uno de sus grandes impulsos para crear Centro Aires fue que en su niñez era demasiado curioso, ya que armaba y desmontaba con gran facilidad juguetes, bicicletas o cualquier tipo de artículo, es decir poseía una habilidad innata.

Parte de su juventud la vivió en la Inspección El Juncal donde compartió con sus abuelos. Tiempo después cuando cursaba octavo grado de bachillerato regresó de vacaciones de mitad año. Su tío el señor Ricardo Sánchez, dueño de un taller de mecánica, le manifiesta el deseo de trabajar con él, de manera que también culmine el bachillerato en la ciudad de Neiva, hecho por el cual acepto.

Pasados unos años adquirió conocimiento básico de mecánica. Tiempo después trabajó como empleado en Auto Centro y Moreno y Cía.; ya que son talleres reconocidos en la ciudad de Neiva. Demostró gran destreza para desempeñarse eficazmente en el oficio. Posteriormente realizó un acompañamiento como asesor en instalaciones de aires acondicionados. Actualmente dirige el mantenimiento de aires acondicionados para vehículos a las diferentes empresas que requieren constantemente de su servicio. Para Alex Pedraza, estos episodios de su vida fueron los pasos determinantes en la formación de Centro Aires.

Un día Javier Cabrera conoció al señor Alex Pedraza y le propuso formalizar una sociedad la cual consistía en inyectar capital por parte de Javier Cabrera y en cambio Alex Pedraza adiciona su capacidad empírica para trabajar. Pasado dos días de iniciar la adecuación de las instalaciones del taller, Javier Cabrera informa a su socio que ya no desea continuar más con el proyecto. En ese momento corta la sociedad pero ya se habían invertido \$2.000.000 de pesos en capital para la adecuación del local. Entonces se dividieron los gatos por mitad.

Posteriormente incentivado por sus amigos de confianza, quienes le aconsejaban crear su propio negocio, y no obstante la incertidumbre, creó su empresa especializada en instalación y mantenimiento de aires acondicionados la cual llamó CENTRO AIRES. Fueron claves igualmente su esposa familiares quienes apoyaron la iniciativa.

Inició como empresario con pocos recursos económicos para financiarlo. Buscó ayuda en la ciudad a través de los bancos en los cuales no encontró apoyo. Se financió gracias a sus amigos y familiares los cuales impulsaron para construir su propio negocio promoviendo así a crearlo y abrir sus puertas al público.

En el año 2006 es inscrita la empresa en la Cámara de Comercio de la ciudad. Alex Pedraza Rocha buscó un nombre que tuviera sentido para los cliente por lo que pensó en CENTRO AIRES como razón social. Luego ésta es matriculada en la Secretaría de Hacienda de la Alcaldía de Neiva. El principal objeto social es la instalación y mantenimiento de aires acondicionado para vehículo automotor. La esposa Olga Liliana aparece como propietaria de la organización es decir que está formando una (fami-empresa.)

Consiguió un establecimiento el cual arrendó para ejecutar su razón social. El local se encuentra ubicado en la parte céntrica y estratégica para la realización de la actividad. En su alrededor funcionan empresas dedicadas a los servicios similares del sector automotriz disponible en la dirección calle 3 N° 5 – 110. Dicho espacio es adecuado de tal manera que se distribuyó para función del mismo y arrendar a otros negocios de mecánica, latonería y pintura.

La mano de obra está conformada en gran parte por familiares. Esto se debe a los vínculos cercanos que tienen con ellos desde la niñez. Genera un ambiente de confianza permitiendo que sea más productiva la organización. También es importante tener en cuenta la formación empírica muy semejante a lo que hizo Alex Pedraza Rocha, trabajando en talleres de mecánica automotriz.

Con el paso del tiempo se observó otras necesidades de los clientes en el medio del servicio automotriz. Decidió realizar una actividad secundaria para comercializar repuestos de alarmas, eleva vidrios, instalación de luces frontales, direccionales, plumillas y todo lo relacionado con la parte del sistema eléctrico de los carros livianos.

En la actualidad Centro Aires no cuenta con la suficiente planificación para sustentar las actividades que permitan permanecer en el tiempo. Esto se debe que no se ha realizado un análisis interno y externo e identificando debilidades fortalezas o amenazas que impactan una organización.

1.1 POLITICAS DE CALIDAD

- Realizar los trabajos según lo solicitado por el cliente, y lo programado en la empresa para evitar errores o fallas. (justo a tiempo)
- Establecer altas normas de seguridad para los empleados y el medio ambiente desempeñando actividades que permitan mejorar los procesos y que generen poca o nula contaminación.
- Cumplir con todos los requisitos de las normas ambientales y de calidad de la organización.
- Realizar retroalimentación con el cliente para conocer sus opiniones, peticiones, evaluaciones y expectativas de nuestra organización.
- Mejoramiento continuo (Toyotismo) en nuestras labores, procesos como dentro y fuera de la organización
- Trabajar con personal que cumpla los requisitos de la organización y clientes capacitándolo para realizar sus actividades.
- Ofrecer a los empleados las mejores condiciones de trabajo para que así realice a satisfacción sus funciones, generando orgullo y sentido de pertenencia.

1.2 MISION

Centro Aires es una organización especializada en proporcionar ambientes placenteros al conducir. Buscamos por medio de la comercialización, instalación y reparación de equipos refrigerantes consolidar el funcionamiento de patrones de alta calidad. Así mismo incorpora nuevas técnicas de dispositivos tecnológicos para mantener el mejoramiento continuo, cuidando los sistemas ecológicos.

Estamos comprometidos con la generación de utilidades, para satisfacer a los socios y también la calidad de vida de todos en la organización. Por lo tanto se contribuye con el desarrollo social de la región.

1.3 VISION

Centro Aires se proyecta para el 2021 como una empresa líder en el sector de servicio mantenimiento, comercialización y de mejoramiento especializado en productos de refrigeración para automotores, con énfasis en el sector industrial y comercial; fortaleciendo la gestión hacia el mercado regional a través de alianzas estratégicas nacionales, enmarcado en un sistema integral de calidad, medio ambiente, seguridad industrial y salud ocupacional.

2. DIAGNÓSTICO DE ANALISIS INTERNO

2.1 PLANEACION.

Centro Aires no tiene establecidos de manera clara las metas y objetivos que se quieren lograr como organización. Por esta razón la empresa no cuenta con una estrategia definida y la gerencia no percibe lo que sucede en su entorno. Esto se debe que las características del estilo de la dirección solo se concentran en la parte operativa. Así mismo como consecuencia el descuido de la labor gerencial.

No cuenta con una forma de manejar los sucesos en las diferentes tendencias del entorno externo. Para eso el impacto puede ser de manera positiva o negativamente en la organización. A continuación observamos las siguientes condiciones del entorno:

- Débil manejo en un sistema de investigación para llegar a conocer posibles nuevos proveedores que le faciliten ser competitivos con los precios y calidad.
- Poco análisis del impacto ambiental que causan la instalación del gas de modo que la organización no lo supervisa como actividad preventiva.
- Reutilizan el gas para minimizar el impacto ambiental que este genera al medio ambiente
- Es pobre el estudio que permita determinar ventaja en nuevos mercados, proveedores, productos o nuevas tecnologías.
- La atención en el servicio al cliente esta descuidado puesto que los empleados no cuenta con la capacitación adecuada para el desarrollo del mismo.

Alex Pedraza Rocha no maneja en la organización un plan de presupuesto anual que será utilizado en el siguiente año. Teniendo en cuenta lo anterior para el dueño no está en su mente hacer una relación de costos y gastos anuales. Sin embargo se observa que el manejo del presupuesto es el diario que ingresa en caja. Ahora bien la empresa ha manejado esta idea hace seis años, superando hasta el momento adversidades y circunstancias llevando a la organización tener leves cambios y no optar por crear el plan de presupuesto.

La organización no tiene la declaración de la misión. Por consiguiente no subestima los recursos de tiempo, personal y financieros necesarios para llegar a cabo los objetivos que se tienen en la empresa. Además por ello es muy importante tener en cuenta lo plasmado en este escrito ya que debe llevarse a la práctica en acciones concretas en un período determinado.

Los planes de contingencias no existen. Los recursos son ejecutados en forma inmediata cuando sea el momento de utilizarlo y por eso no hay compromiso con lo que pueda suceder en el futuro. A parte de eso no lo toma de una manera preventiva para llegar y estar en la vanguardia de los cambios bruscos de la economía.

El dueño maneja la sinergia en la organización de forma consciente. Por lo tanto los trabajadores están subordinados a las decisiones tomadas por parte de Alex Pedraza Rocha. Además el personal ejecuta la jornada laboral de manera coordinada permitiendo adquirir el dinamismo para obedecer lo ordenado.

2.2 ORGANIZACIÓN.

El gerente de la organización tiene definido los roles que desempeña cada uno de sus empleados. Los técnicos laboran en la parte operativa y esto permite gozar de conocimientos empíricos. Además ellos poseen la experiencia para llevar a cabo los trabajos de instalación de aires acondicionados en los automóviles. En cierta medida la parte administrativa es decir la secretaria y el contador, tienen sus funciones coordinadas en la oficina para complementar el proceso de prestación del servicio como tal.

La forma como están distribuidos los procedimientos depende según los roles que desempeña cada individuo dentro de la organización. Por este motivo se han definido dichos roles de manera informal permitiendo que el gerente lleve la autoridad en cada proceso. En este orden de ideas tenemos una forma más visible de representar un organigrama por niveles. Significa que Alex Pedraza Rocha (dueño) es gerente y quien está facultado para ejercer autoridad en la organización. Con lo anterior se observa la distribución de modo horizontal en el siguiente gráfico N° 1:

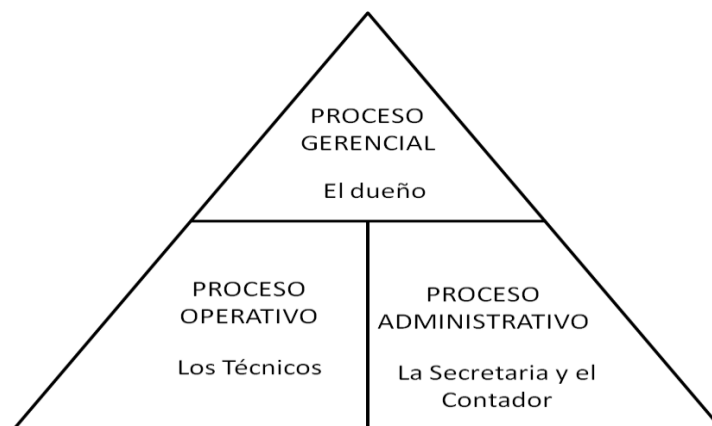


Gráfico N° 1. (Niveles de los procesos Centro Aires).

Centro Aires no ha diseñado una estructura formal. Los empleados de la organización no conocen el organigrama plasmado gráficamente en algún lugar de la organización. Son elementales de representar las funciones que tiene que desempeñar cada miembro en el cargo que le ha sido asignado. Sin embargo de manera informal cada uno de ellos tiene claro las correspondientes funciones. Por otro lado no se encuentra un memorial donde se encuentre escrito el puesto de

cada uno de los trabajadores. Tampoco se observa el significado ni el reto que debe tener cada individuo en el rol que ejecuta.

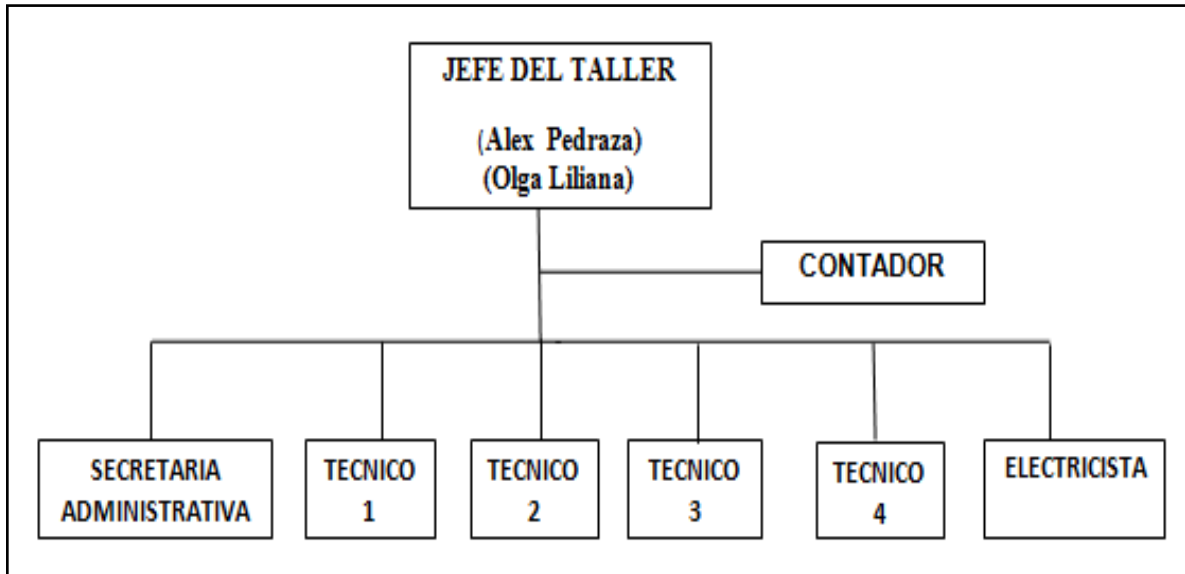


Grafico N° 2. (Organigrama Centro Aires).

A continuación se hará la clasificación de las funciones.

- **JEFE DE TALLER:** Supervisa las actividades de los empleados. Esto permite llevar a cabo correctamente el procedimiento con el fin de detectar las falencias de la organización.
- **EL CONTADOR:** Maneja e interpreta toda la contabilidad de la organización para así producir informes para la gerencia o terceros.
- **SECRETARIA ADMINISTRATIVA:** Encargado de recibir y redactar correspondencia también lleva la agenda de la organización. Custodia los documentos de la empresa, tiene como función secundaria la venta de mostrador.
- **EL ELECTRICICO:** Realiza las instalaciones y reparaciones relacionadas con la electricidad de vehículos. reacondicionarlo para que sea capaz de soportar el sistema de aire acondicionado.
- **TECNICOS:** Ocupan en reparar, mantener y revisar s vehículos de motor de esta manera modificar su estado para realizar una instalación exitosa.

La organización está ubicada en un punto que facilita la localización por parte de los clientes. En primer lugar es el sitio donde los clientes transitan por la vía principal. Simultáneamente encuentran almacenes de autopartes para varias marcas de automotores y talleres que prestan el servicio de reparación de motores. Además está a unos pasos del taller Auto Centro donde aprovecha de la especialidad de Centro Aires para utilizarlo en cualquier momento que lo requiera.

La distribución de la planta física de Centro Aires está diseñada de tal forma que se arrendó otros espacios. Por lo tanto se tiene como alternativa del negocio subarrendar estos espacios con el fin de generar ingreso adicional. También se observa que el 60% del espacio no es utilizado para desarrollar la actividad del objeto social de la organización. No obstante se atiende todo tipo de vehículo pequeño como los estilos de sedan, camionetas 4x4, furgonetas y carros cisterna. Para interpretar mejor la distribución del espacio físico tenemos el siguiente gráfico N° 3.

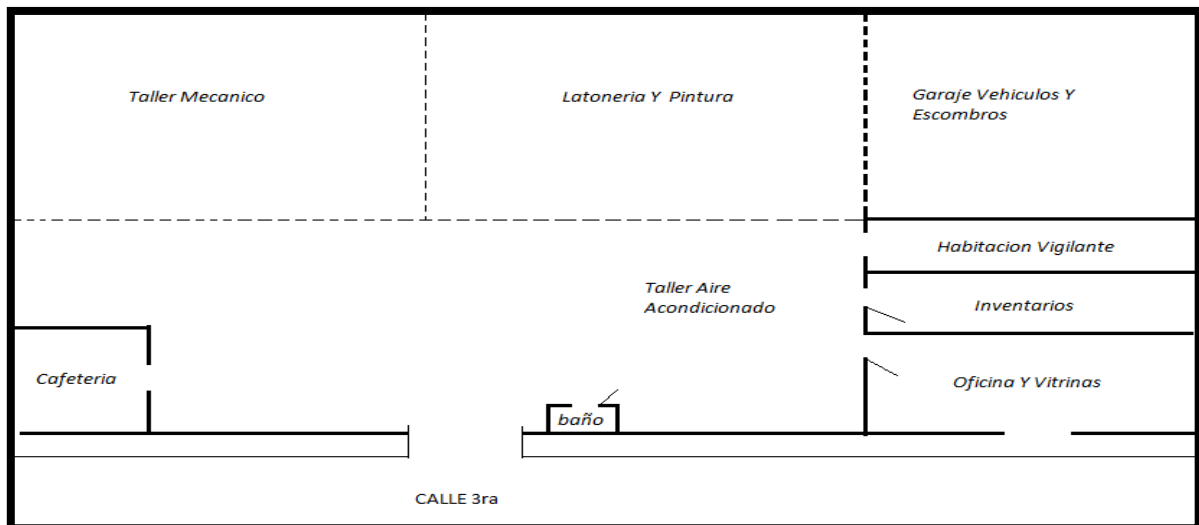


Grafico N° 3. (Definición del espacio físico de Centro Aires).

- Sección de mecánica. (Subarrendado)
- Sección de latonería y pintura. (Subarrendado)
- Sección de instalación de aires acondicionado.
- Sección de oficina, estantes de repuestos y vitrinas.
- Mini tienda con dos y sillas. (Subarrendado)
- Espacio donde duerme el vigilante (Habitación).
- Sección de basura, chatarra, escombros. (Subarrendado)

2.3 DIRECCION.

La gerencia es el mayor órgano principal para tomar las decisiones. En este caso Alex Pedraza Rocha es el encargado de dirigir en todos los aspectos y guiar a la organización en pro de cumplir con las necesidades diarias.

La supervisión en la organización es un factor clave que desempeña muy bien el líder de la empresa. Puesto que el apoyo y la comunicación que se tiene entre los individuos es comprensible. Asimismo los empleados hacen parte de una familia y ha permitido que no fallen en el compromiso de llevar a ejecutar muy bien el trabajo. De tal manera que se realicen con mayor satisfacción un ambiente organización adecuado.

En algunas ocasiones debe salir él propietario para atender trabajos de domicilio en otros talleres. Entonces cuando se requiere tomar alguna decisión está debe ser supervisada a través de una llamada telefónica. De otra forma la esposa es quien tiene un valor agregado en la toma de decisiones pero el proceso de venta y de la función de la secretaria. Porque en la parte operativa si es de manera exclusiva con Alex Pedraza Rocha.

2.4 CULTURA ORGANIZACIONAL.

Alex Pedraza transmite un sentido de identidad y por eso la cultura organizacional se toma desde el punto de vista funcional. Dado que la forma de dirección es unipersonal de modo que el gerente mande en todas las decisiones de la organización. También es de resaltar es que para llegar a este punto de manejar a los subalternos le ha tocado vivir la experiencia de ser empleado y ahora estar en el puesto de gerente. La conducta de los miembros de la organización se basa en un entorno estable y predecible con el objeto de indicar lo importante de hacer bien el trabajo.

2.5 MOTIVACIÓN.

Los empleados en Centro Aires tienen la moral muy alta. Los integrantes que conforma la organización pertenecen a familiares muy cercanos a la gerencia es decir Alex Pedraza Rocha. En esta forma hace que se faciliten para cumplir las reglas y normas que son diseñadas de carácter verbal y establecidas por la organización de manera informal.

La participación de todos los miembros de la organización es muy activa. Ya que generan iniciativas para mejorar procesos en la empresa. También se ayudan como equipo a identificar cada uno de los problemas referentes a los procesos operativos del negocio. Todo esto gracias al estilo de dirección participativo que tiene el señor Alex Pedraza Rocha con todos los trabajadores. Hace de la motivación más compleja para conllevar a cabo las buenas relaciones humanas.

Alex Pedraza motiva e incentiva la creatividad en la organización constantemente. Una de las formas de hacerlo es organizar eventos donde se comparten momentos de distracción con la familia. Esto ayuda a mejorar y optimizar las relaciones entre empleado y empleador en la organización especialmente en la parte operativa. Por otro lado se debe aplicar gran inventiva con el fin de que la mayoría de los trabajos son manuales llevando a impartir nueva formas para desarrollar los procesos.

Es claro determinar que la frecuencia de retiro o ausentismo en la organización es demasiado baja, gracias a los factores múltiples suministrados por la gerencia. Uno de ellos es el salario dividido en dos partes uno fijo el cual ofrece estabilidad y uno variable donde motiva al empleado a cumplir metas. Esto busca evidenciar grupos informales con el objeto de ayudar a unir lasos y afectos con los miembros de la organización así mismo evita de esta manera el ausentismo.

La gerencia no realiza ninguna retroalimentación periódica. Esto causa que el señor Alex Pedraza Rocha no atienda de forma controlada la parte gerencial; sino más bien se ocupa únicamente de los compromisos externos. Por lo tanto crea en los empleados insatisfacción debido a que no se sienten escuchados y de esta manera no pueden realizar ningún tipo de sugerencia o aporte a la organización.

2.6 PERSONAL.

Si todos los individuos fueran iguales es decir con las mismas condiciones para aprender o trabajar, la selección no sería necesaria. Pero hay una enorme variedad de diferencias individuales físicas y psicológicas que llevan a que las personas se comporten. Por lo tanto perciben estas situaciones de manera diferente.

Centro Aires no cuenta como un departamento de recursos humanos. Teniendo en cuenta el tamaño de la organización el gerente se encarga instintivamente de realizar esta función de forma empírica. Por consiguiente soluciona todos los problemas referentes al personal.

Unos de los aspectos relevante en la organización es que su mano de obra está compuesta por familiares cercanos. Por tal razón evidencia una diferencia en el proceso de reclutamiento, de esta forma genera una ventaja y desventaja. También al observar que son personas muy allegadas a la gerencia tienen el aval para ejercer el cargo que se necesita. Se puede lograr ejercer un método donde haya un registro para reclutar al personal idóneo para la función requerida en la organización.

De acuerdo con las entrevistas realizadas a los empleados de Centro Aires afirman conocer la mayoría de sus funciones en el puesto de trabajo. También indican que es necesaria una capacitación para actualizarse en funciones internas de la organización.

Es de entender que todas las decisiones son programadas por jefe del taller, ya que se basan en reglas informales que se han establecido por la gerencia. Todos los procedimientos son conocidos por Alex Pedraza Rocha, quien esta permanentemente supervisando las acciones. Por tal razón no ha considerado implementar un sistema formal de evaluación en el desempeño interno puesto que esta tarea la hace a diario.

Gracias a la observación se logró identificar que las condiciones del espacio de trabajo son deficiente en cuanto a limpieza y seguridad. Ya que no se cuenta con los elementos de seguridad necesarios para ejercer la operación y no hay un sistema de control para manejar residuos de la actividad realizada.

2.7 CONTROL.

Centro Aires no cuenta con un sistema de evaluación en los procesos. Por lo tanto no hay resultados para poder comparar otras evaluaciones que permita tomar decisiones en relación con lo planeado. Esto se debe que no se puede corregir desviaciones o errores para mejorar, no obstante la organización no encuentra el rumbo que la lleve a proyectarse. En términos concretos la dirección está llena de incertidumbre para ejecutar los objetivos pactados a largo o corto plazo.

La organización no posee de manera detallada el control de las finanzas. Entonces, no hay una forma concreta que demuestre un hábito de registrar los egresos e ingresos de sus operaciones de caja. Adicional a esto no maneja un estado pérdidas y ganancias ni presupuesto para así determinar su situación financiera. En este presente solamente se limita al compromiso del pago de los impuestos por medio del contador.

El sistema de ventas que maneja Centro Aires está diseñado para registrar las entradas del día a día. Puesto que establece un sistema rudimentario por la cual consiste en vender el producto y automáticamente se registra manualmente en un archivo Excel. El recaudo del dinero es recibido por la secretaria, para más tardes darle información de todos los ingresos registrado al propietario.

Por otro lado el registro del inventario de la mercancía no es muy confiable al momento de actualizarlo. Es por eso que cuando llega fin de mes no hay datos exactos de los productos ya no existentes en el inventario. La forma como se maneja es muy mecánica y no cuenta con un modelo como los conocidos en el mercado (UEPS, PEPS, Retail, Promedio). Esto no ha permitido que mejore la eficiencia en los procesos maximizando tiempos, calidad y eficacia, entonces se tiene proyectado sistematizar su inventario por alguno de los modelos de inventarios existentes para generar mayor rapidez y confiabilidad de su stock.

La forma que emplea la organización para cambiar las herramientas que utiliza en el taller, es observando el desgaste que se tiene. Es decir que al momento en que

se necesita la misma ahí se verifica si funciona. Para el caso de pérdida será cobrado por el técnico quien tenía en su momento la herramienta a cargo.

La capacitación a los miembros de la organización en manipulación de software esenciales como lo es el paquete office que permitan tener información en tiempo real como es stock, precios e historiales generales. En la empresa no se ha implementado este tipo de tecnología en su totalidad.

En últimas la organización no emplea ningún tipo de sistema de normas en calidad como las comunes que son: ISO 14.000, ISO 18.000.

2.8 PRESTACION DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS.

Los clientes potenciales son aquellos que tienen un vehículo como medio de transporte. La necesidad de tener un ambiente fresco debe consumir el sistema de aire acondicionado. Además tiene la adquisición de otros artículos de lujo para ser instalados en el instante que lo requiera. En la actualidad ofrece los siguientes servicios:

- Instalación de aires acondicionados para vehículos.
- Mantenimiento de aires acondicionados para vehículos.
- Venta de equipos completos para aires acondicionados para vehículos de baja y alta gama.
- Instalación de alarmas anti robo.
- Reparación de sistemas eléctrico en los vehículos.
- Sensores de reversa para carros (radar)

2.9 TECNOLOGÍA.

La oficina cuenta con un computador donde se realizan aquellos trabajos que permiten guardar información de los clientes en una de bases de datos. Para esto la secretaria realiza la actualización tomando como ayuda la herramienta Excel. También se utiliza un archivo similar de manera que pueda llevar el inventario de los productos que venden en las vitrinas y así poder programar los pedidos de lo que se vendiendo.

También utilizan sistemas de comunicación como son los móviles. Estos teléfonos son muy útiles para cuando Alex Pedraza sale a realizar trabajos a domicilios en otras empresas del sector y en esos instantes que se necesita para poder comunicarse en dichas situaciones y tomar decisiones.

Las herramientas utilizadas en el proceso de mantenimiento e instalación de aires acondicionados son las que cumplen funciones de carácter específico. Para esto la organización cuenta con 5 manómetros por la cual uno de ellos tiene un año de uso, los cuatro restantes ya están desgastado por el uso diario de trabajo en un

periodo de tres años. Hay dos equipos para recuperar refrigerante y tiene uso de cinco años. Utilizan un compresor de aire con un uso de dos años, también posee dos juegos de llaves expansivas, llaves fijas, alicates, destornilladores, acoples de diferentes medidas para los manómetros.

La organización no cuenta con un sistema de información que permita generar alerta para el caso de actualizar los equipos y herramientas. Por tal razón no está a la vanguardia de la tecnología contemporánea. Dado que en estos tiempos los vehículos están innovando a corto plazo por lo tanto genera que también los objetos de trabajo cambien.

2.10 PROVEEDORES.

La organización tiene buena relación con los proveedores quien entrega mercancía a corto plazo. También garantizan ajustar los precios dependiendo de la cantidad de repuesto nuevos que requieran. El estándar de calidad en los repuesto son el mayor soporte de los convenios de compras en la organización. Tiene la posibilidad de negociar precios, fechas de pago y formas de cancelación. Así mismo la confianza de los proveedores juega un papel importante porque se lleva a cabo un espeto con los acuerdos establecidos.

- Auto Aires S.A.
<http://www.autoaires.com.co/>
Calle 14 # 46 -30
Medellín - Colombia
Llámenos al PBX (57) 4 266 66 82
- Universal de aires.
<http://universaldeaires.com/>
Bogotá.
- Temp Kontrol Colombia S.A.
Av Calle 124 N° 95 – 12. Parque Industrial.
Portos Bodega 50. PBX 57 1 4284466 www.tkcolombia.com
Bogotá Colombia.
Único distribuidor autorizado para Colombia de Thermo King unidades de refrigeración en transporte de carga aire acondicionado en transporte de pasajeros ventas asistencia técnica repuestos originales
- Auto frio. Aire Acondicionado para Automotores,
Reparación y Mantenimiento de Aire Acondicionado
Av 3 # 40n-187, Valle del Cauca, Cali
Teléfono: (57) (2) 6640339

Observamos que los proveedores son del nivel nacional. Esto se debe que en la región no hay una empresa quien se encargue de proveer los repuestos que se requieren para dicha actividad. De todas formas el flete es un recargo que se debe adquirir por la compra de los repuestos a los proveedores.

2.11 PERFIL DE CLIENTE.

El potencial cliente es aquel que posee un vehículo por la cual busca satisfacer la necesidad de instalar un sistema de refrigeración en su automóvil. Para este caso se tiene en cuenta el modelo del vehículo, porque al detallar el periodo de compra se observa que el mismo no viene instalado el sistema de aire acondicionado. Por lo tanto tiene el espacio para adaptar e instalarlo sin modificar la estructura del diseño interno del carro.

El cliente habitual es el que tiene un vehículo con la necesidad de realizar el mantenimiento del sistema de aire acondicionado porque ya cumplió el uso. Este se recomienda hacerlo cada año, así mismo llega al taller con la condición de que sea ejecutado el mantenimiento. Ahí es atendido por medio del técnico quien realiza el diagnóstico del sistema de refrigeración y encargado de prestar el servicio culminándolo a cabalidad.

El cliente taller es la empresa que cuentan con grandes instalaciones y requiere de los servicios a domicilio por parte del propietario Alex Pedraza Rocha. Así pues la necesidad de llevar convenios con dichos talleres integrales para prestar el servicio personalizado. Lleva a CENTRO AIRES lograr especializarse a un más teniendo reconocimiento y prestigio.

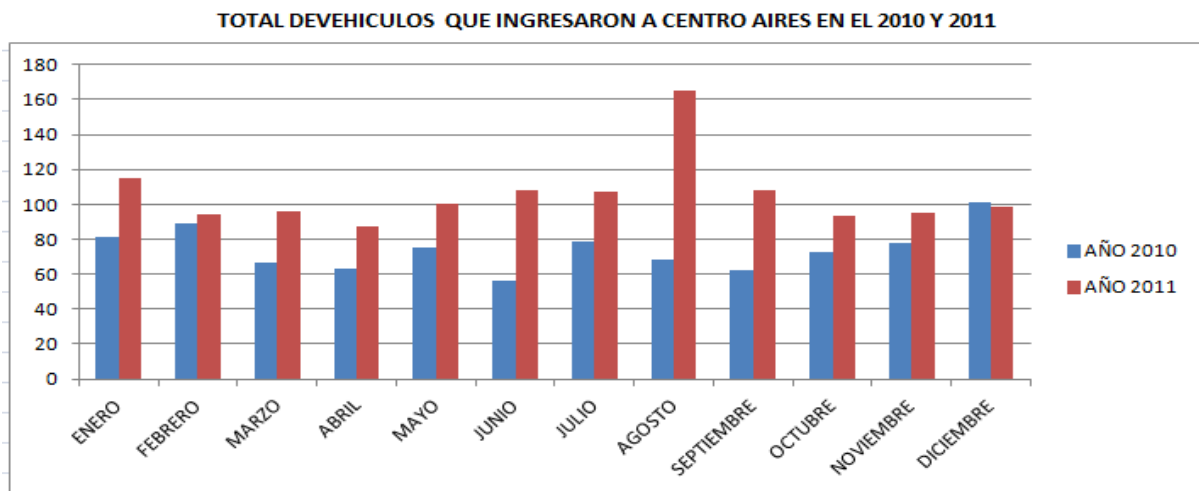
El cliente empresarial son las presta un servicio de transporte de pasajeros ya sean empresas del sector privado o público. En ellas se encuentra que poseen un gran parque automotor donde cada vehículo tiene su propio sistema de refrigeración para la comodidad de los pasajeros. Por consiguiente el soporte técnico preventivo y el respectivo mantenimiento en el sistema de refrigeración es la principal necesidad que se aplica cada seis meses. Para este caso hablo de formar un outsourcing quien presta dicho servicios.

2.11.1 EL CLIENTE.

- Es quien posee un automóvil y utilitario 4x4.
- Las marcas comerciales del país Chevrolet, Mazda, Ford, Hyundai, Kia, Nissan, Toyota, Renault, Fiat, Wolsvagen, Peugeot, Daihatsu.
- Los ingresos deben ser superiores a 4 SMLV.
- La ocupación es ser profesional, empresario, comerciantes y asalariado del sector público.
- Estrato 3, 4, 5 y 6.

2.11.2 COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE EN LA PRESTACION DEL SERVICIO.

La organización CENTRO AIRES tiene un registro de datos Excel. Por este motivo identifica los clientes que usan los servicio de de instalación y mantenimiento de aires acondicionados para vehículos. Así mismo identifica el ingreso en los periodos de 2010 y 2011.



El gráfico representa el estado del ingreso de los vehículos. Por consiguiente muestra una leve alza en el ingreso para el año 2011 con respecto al 2010. Indica que hay conocimiento de los clientes frente a la prestación del servicio de Centro Aires.

Grafico N° 1. (Niveles de los procesos Centro Aires).

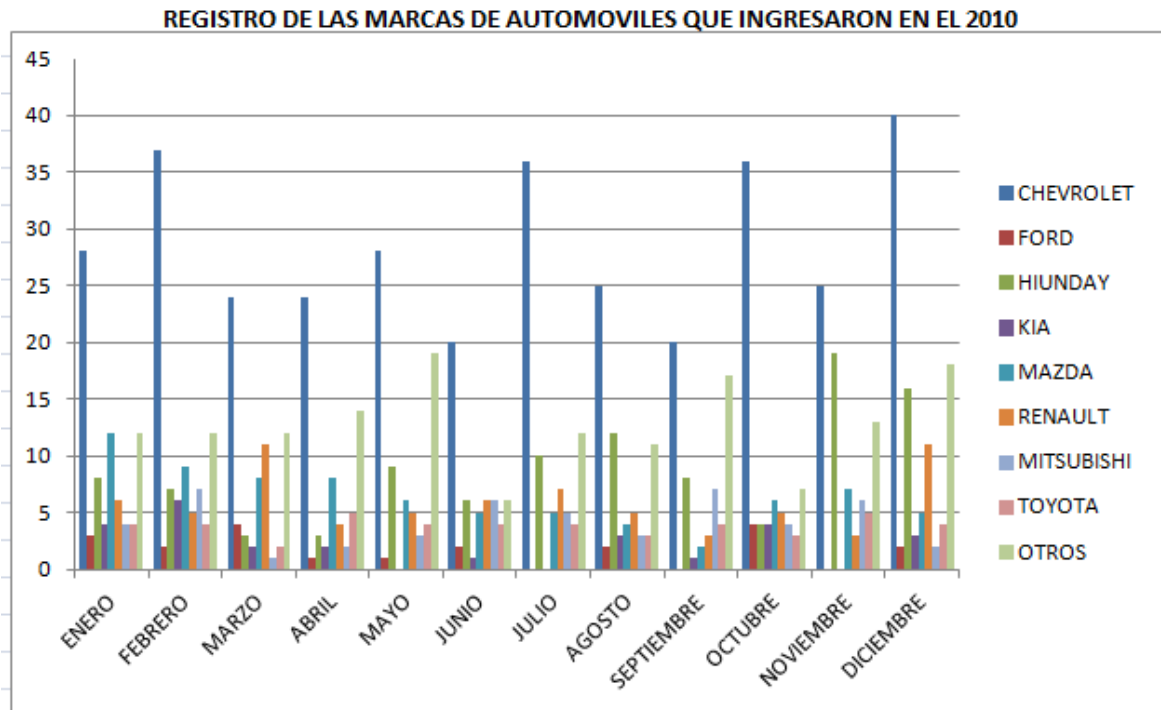


Grafico N° 4.

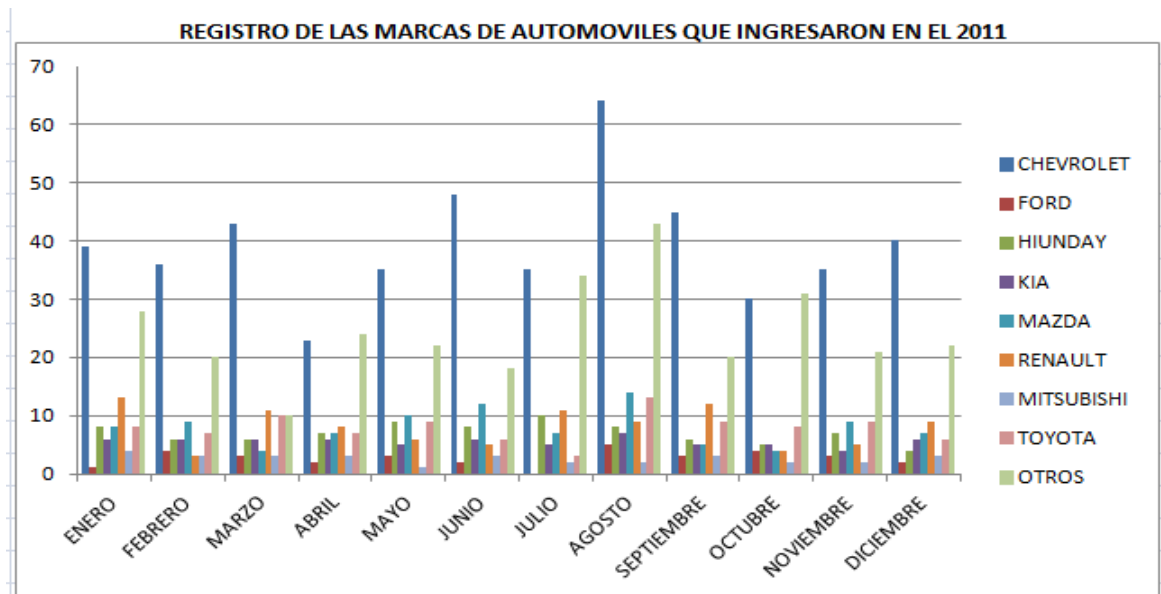


Grafico N° 5.

Es claro que hay un ritmo muy positivo que comprueba la capacidad de atención al cliente que tiene CENTRO AIRES, al disponer de un grupo de técnico comprometido a responder la demanda del tipo de marca que se necesite de la prestación del servicio.

El comportamiento de compra de los clientes de la empresa es el siguiente: 46% instalación aires acondicionados. 37% mantenimiento aires acondicionados, 11% repuesto aires acondicionados y 6% otros repuesto Y artículos.

COMPORTAMIENTO COMPRA	SERVICIOS O SERVICIOS
Instalacion Aires Acondicionados	46%
Mantenimiento Aires Acondicionados	37%
Repuestos Aires Acondicionados	11%
Otros Repuesto y Articulos	6%
Total	100%

Grafico N° 6

COMPORTAMIENTO DE COMPRA

■ Instalacion Aires Acondicionados ■ Mantenimiento Aires Acondicionados
■ Repuestos Aires Acondicionados ■ Otros Repuesto y Articulos

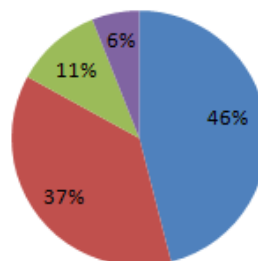


Grafico N° 7

El 90% de los clientes de la empresa manifestaron cotizar productos y servicios en la competencia, entre los más representativos están Moreno y Cia, Auto Centro, Inverauto y Caesca. En la consulta sobre la prestación del servicio y precios en la organización que se les hizo a los clientes nos informaron satisfacción en el servicio. Además el renombre que tiene el dueño Alex Pedraza Rocha genera credibilidad y confianza.

2.12 PRODUCCION DEL SERVICIO

La organización identifica el proceso del servicio de mantenimiento de aire acondicionado, por lo tanto empieza por el ingreso a la empresa desde la calle tercera (3) donde está el logo que identifica la empresa y el vehículo entra directo al taller. Las condiciones son precarias porque no hay una señalización quien indique donde estacionar el vehículo para dirigirse al lugar adecuado y realizar el respectivo trabajo. A parte de eso se encuentra un espacio reducido sin divisiones pintadas que señale la ubicación exacta de estacionamiento y hay un techo que cubre la parte del sitio donde los cubre del sol o la lluvia para hacer el mantenimiento.

Dentro de las instalaciones del taller es atendido por el técnico quien realiza la atención al usuario e identifica la necesidad. El técnico pregunta sobre el problema que tiene con el sistema de refrigeración del automotor y en este caso el cliente solicita el mantenimiento del aire acondicionado porque no está en buen funcionamiento.

La operación para realizar el diagnóstico del funcionamiento del aire acondicionado se empieza por lo siguiente:

Se realiza una inspección general al sistema A/C.

- Inspeccionar la correa del compresor. Para esto la correa no debe presentar grietas, cortes, ni deterioro.
- Inspeccionar todas las mangueras y las tuberías de la línea de alta y asegúrese de que no presenten perforaciones ni averías.
- Verificar que no haya signos de fuga en el sello del compresor.
- Inspeccionar y limpiar el condensador. Para esto debe retirar la rejilla frontal o revisar con una linterna entre las aletas. La mugre que se acumula en este espacio, puede aumentar las altas presiones, así mismo recalienta el motor y afecta el rendimiento del sistema de aire acondicionado.
- Chequear los ventiladores para que estén en funcionamiento según con las especificaciones del fabricante.
- Si el sistema tiene una válvula de control de calor, verificar que esté funcionando correctamente.
- Si el vehículo tiene filtro de aire en la cabina, verificar si es necesario reemplazarlo.
- Chequear que el suiche para pasar de aire frío a caliente, funcione bien para ambos lados.
- Chequear que el suiche de circulación de aire esté funcionando bien para ambos lados, es decir para la circulación en la entrada de aire externo.
- Verificar que ambas tapas de servicio del sistema A/C estén instaladas. Estas son importantes para sellar el sistema y evitar fugas de refrigerante.
- Chequear las revoluciones del motor en ralenti, si éstas son muy bajas, puede ser que exista una falla a nivel de conexiones, sistema eléctrico, filtro

de aire, válvula de recirculación de gas del mofle. Adicionalmente, si las revoluciones están muy altas o por debajo de las rpm establecidas, el motor puede bloquear el sistema de aire acondicionado. Por esta razón siempre que se ilumine en el tablero el indicador para chequeo del motor, debe realizarse un diagnóstico de este problema antes de realizar cualquier procedimiento en el sistema A/C.

- Revisar que cuando haya bajas o altas rpm del motor, verifique si al encender el A/C el clutch del compresor se engancha correctamente.
- Realizar una prueba de funcionamiento del A/C, utilizando los manómetros para verificar las presiones, el termómetro para determinar la temperatura ideal de enfriamiento de acuerdo con las escalas de presiones y temperaturas, y las demás herramientas de servicio. Escuchar los ruidos inusuales en las partes del motor, roces y olfatear lo malos olores.
- La carga de gas refrigerante ser apropiada como lo indica el manual, así como el proceso para determinar dicha cantidad (por medio de los manómetros). Hay que tener en cuenta el buen funcionamiento del compresor y del sistema en general, porque es muy importante en el confort de los ocupantes al interior del vehículo.
- Finalmente, la carga de lubricante en el sistema debe ser la indicada, teniendo en cuenta las especificaciones del equipo A/C y la cantidad de refrigerante utilizado para la carga. En este sentido, si se carga el sistema con lubricante insuficiente, se afectará el funcionamiento del compresor. Este problema no se evidenciará inmediatamente, pero con el tiempo el usuario notará una disminución en el enfriamiento de su aire acondicionado. Por lo tanto cuando esto ocurra puede ser demasiado tarde, pues tal vez ya exista una falla irreparable del compresor.

El técnico procede a diagnosticar el automotor y buscar cuál es el problema que tiene así sea grave o leve. Cuando el resultado ya está listo entonces se dirige al cliente y le comenta las observaciones del problema con un valor del arreglo aproximado. Por lo tanto el cliente dará la orden de proceder con el arreglo para que el técnico empiece a ejecutar el trabajo. Posteriormente ordena a la secretaria que realice una orden de trabajo por escrito con los datos completos del cliente. Además solicita de una vez el refrigerante nuevo que va ser cambiado en su debido tiempo.

Estas son sólo algunas pautas que los técnicos en refrigeración deben tener en cuenta a la hora de realizar cualquier tipo de servicio o diagnóstico. Sin embargo, existen muchos caminos para llegar al mismo punto, así que la experiencia también es muy importante, sobre todo si tenemos en cuenta que todos los sistemas son diferentes y para un mismo caso pueden existir distintas posibilidades de solución.

Es de observar que cuando los técnicos realizan el trabajo no cuentan con las medidas de seguridad y salud ocupacional. Debido a esto no utilizan gafas protectoras, guantes, mascarar para manejo de gases volátiles, ropa de trabajo como overol, calzado adecuado. Según la norma ISO 14001 OHSAS lo cual consiste en prevenir accidentes laborales y preservar la integridad física de los empleados.

El puesto de las herramientas está ubicado en el lugar de trabajo que es el área del taller. Algunos cajones tienen medidas de seguridad como son chapas con candados. Pero sin embargo a su alrededor tienen almacenado mucho repuesto viejo que han sacado de otros arreglos y los tiene ubicados con las herramientas de trabajo. Las redes eléctricas están conectadas con cables unidos por cintas, cabuya. No obstante esto genera un alto riesgo de provocar accidentes internos.

Hay un pequeño cuarto que contiene variedad de repuestos viejos y que no sirven porque ya cumplieron su ciclo de uso. Esto genera un almacenamiento inadecuado en la distribución del espacio. Las herramientas están desgastadas y no hay un armario organizado que identifique cada una por su tamaño y clase de uso.

En las instalaciones no hay una sala VIP donde el cliente pueda sentarse a esperar el arreglo del problema del vehículo. No hay una atención donde se pueda ofrecer un vaso con agua y tinto para que se amena la espera. Entonces el cliente le toca estar encima de los técnicos arriesgando causar algún accidente y que el técnico no pueda realizar bien el trabajo incomodando su lugar de trabajo.

Después de medio día de trabajo en el vehículo, se hacen las respectivas pruebas del funcionamiento del aire acondicionado. Luego le enseñan al cliente el mantenimiento que se le hizo y también los repuestos que se han cambiado dentro del vehículo. La secretaria se encarga de realizar una factura a mano con los valores, así mismo especifica los costos de los repuestos.

La organización al realizar el procedimiento de registro digital no hay un sistema de almacenamiento de cómputo. Porque no cuenta con el programa diseñado para llevar las entradas y salidas de caja. El único medio de pago es el efectivo puesto que no hay un medio para ejercer el pago electrónico a través de las tarjetas de crédito o débito de los clientes.

2.13 TAMAÑO Y PARTICIPACION EN EL MERCADO

En CENTRO AIRES es fundamental que las ventas en la industria automotriz en Colombia muestren datos positivos de crecimiento anual. Esto conlleva a que tenga garantizado el servicio de mantenimiento de los aires acondicionados en los vehículos por el frecuente uso de los propietarios. También es de tener en cuenta que los vehículos nuevos ya vienen incorporados con el sistema de refrigeración. Además en los caso que este necesite reparación total, Centro Aires estará para prestar dicha necesidad.



Grafico N° 8

Según Econometría, en junio de 2012 se vendieron en el país 26.749 vehículos, cifra un 1,0% inferior a la del mismo mes del año pasado. De esta manera, en el primer semestre del año las ventas acumuladas alcanzan 160.831.

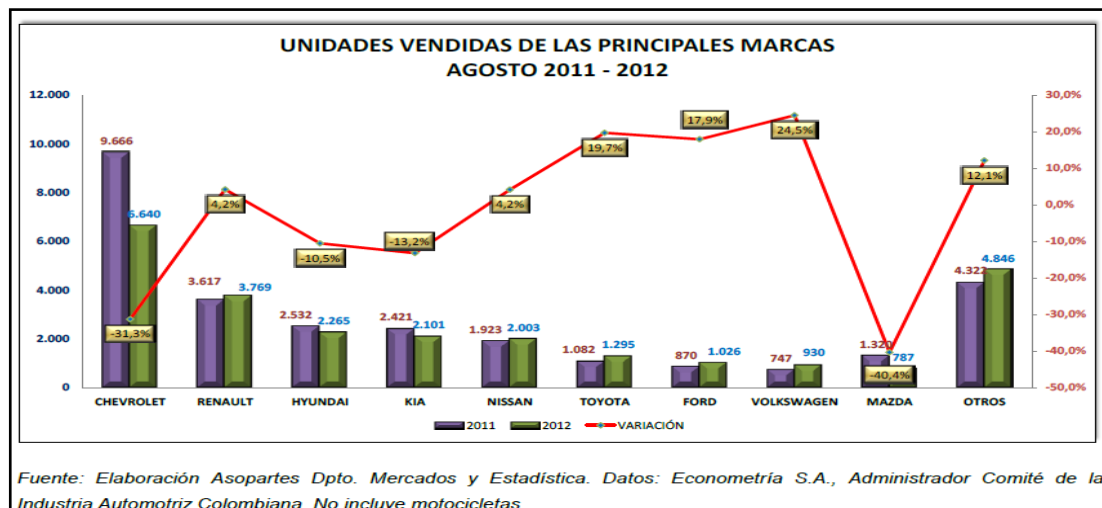
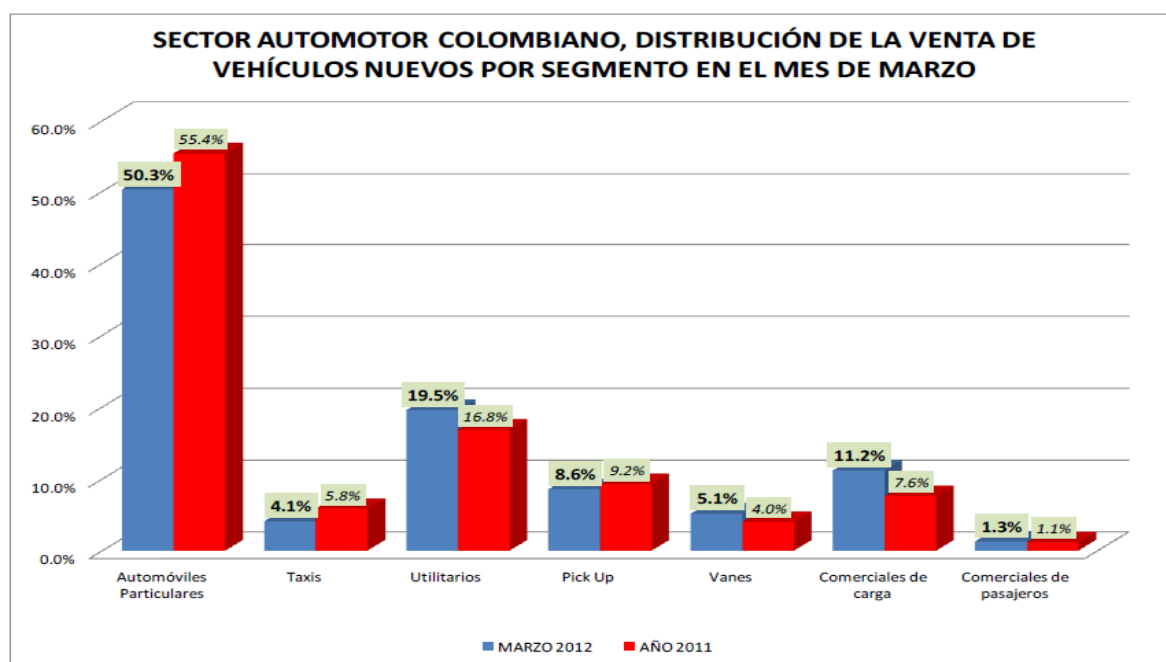


Grafico N° 9

El reporte estadístico que informa ASOPARTES muestra el top 10 de las principales marcas donde se compara el mes de agosto del año 2011 vs. 2012. Por lo tanto la marca Chevrolet ocupa el primer puesto de manera consecutiva cerrando sus ventas con 6.640 vehículos vendidos, esta marca presentó una reducción del 31.3%, en segundo lugar se encuentra la marca Renault con 3.769 vehículos en el mes de agosto teniendo un incremento del 4.2%, en tercer lugar se encuentra la marca Hyundai con 2.265 vehículos vendidos, presentando una reducción del 10.5%.

La marca que más presentó incremento fue Volkswagen con una variación positiva del 24.5% pasando de 747 para agosto de 2011 vs. 930 para agosto 2012. La marca que más presentó reducción en ventas fue Mazda con un 40.4%, en cifras paso de 1.320 a 787 vehículos vendidos en el mes de agosto 2011 vs. 2012. En otros encontramos marcas como Grupo Cinascar, Fiat, Honda, DFM, Dodge, Freightliner, BMW, etc.



Fuente: Econometría S.A., Administrador Comité de la Industria Automotriz Colombiana. No incluye motocicletas.

Grafico N° 10

Los vehículos de uso preferentemente familiar (automóviles y utilitarios SUV) correspondieron durante el primer trimestre de 2012 al 70% de las ventas totales, registrando 55.311 unidades frente a 57.411 del año anterior – 3.7% menos. En este grupo de vehículos los automóviles particulares han cedido espacio a favor de los utilitarios, en los tres meses corridos del año se vendieron en Colombia 41.158 automóviles particulares (8.5% menos que en el mismo periodo del año pasado) mientras que se vendieron 14.153 utilitarios (3.8% más que el año pasado).

La Gobernación del Huila por medio del Secretario de Transito y Transporte informa que el recaudo del impuesto de rodamiento fue satisfactorio. Eso se debe que para el territorio cuenta con un total de 75.165 vehículos perteneciente al parque automotor del departamento. Por otro lado en el municipio de Neiva registra 38.143 vehículos matriculados es decir el 34% del total que hay en el departamento del Huila.

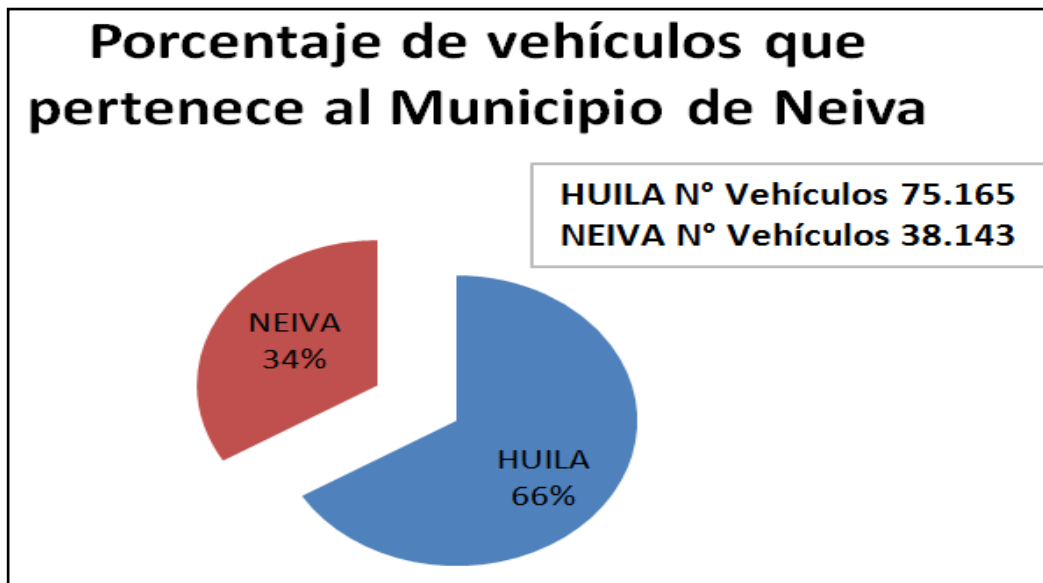
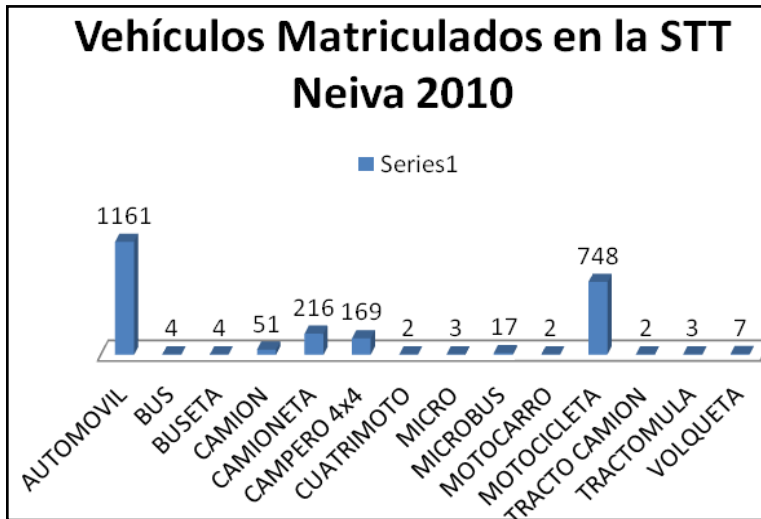


Grafico N° 11

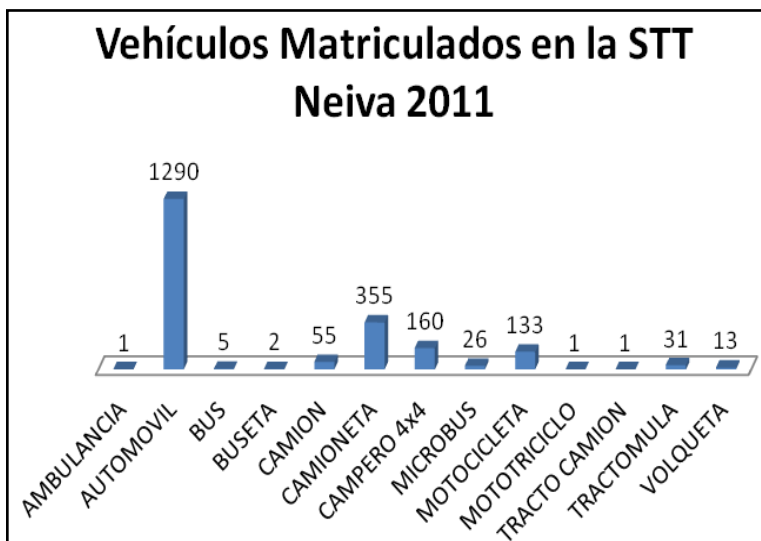
En la ciudad de Neiva para el año 2011 se vendieron 4.500 carros modelos 2012 según reporte de FENALCO regional Huila. Los datos de ventas es información que realiza el gremio de los 16 concesionarios donde evaluaron el comportamiento de las ventas de carros de todas las marcas. Para este caso se utilizó un periodo de doce meses del año anterior. Por otro lado para el año 2010 la venta fue de 3.450 carros.

El reporte estadístico de vehículos matriculados que registra la Secretaria de Transito y Transporte Municipal de Neiva es positivo y se observa en los siguientes cuadros:



MATRICULADOS 2010	
CLASE	TOTAL
AUTOMOVIL	1161
BUS	4
BUSETA	4
CAMION	51
CAMIONETA	216
CAMPERO 4x4	169
CUATRIMOTO	2
MICRO	3
MICROBUS	17
MOTOCARRO	2
MOTOCICLETA	748
TRACTO CAMION	2
TRACTOMULA	3
VOLQUETA	7
TOTAL	2389

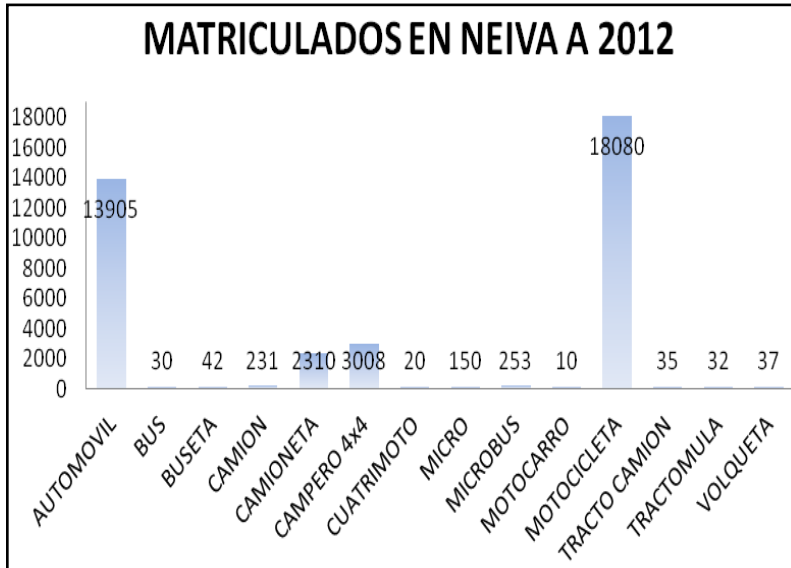
Grafico N° 12



MATRICULADOS 2011	
CLASE	TOTAL
AMBULANCIA	1
AUTOMOVIL	1290
BUS	5
BUSETA	2
CAMION	55
CAMIONETA	355
CAMPERO 4x4	160
MICROBUS	26
MOTOCICLETA	133
MOTOTRICICLO	1
TRACTO CAMION	1
TRACTOMULA	31
VOLQUETA	13
TOTAL	2073

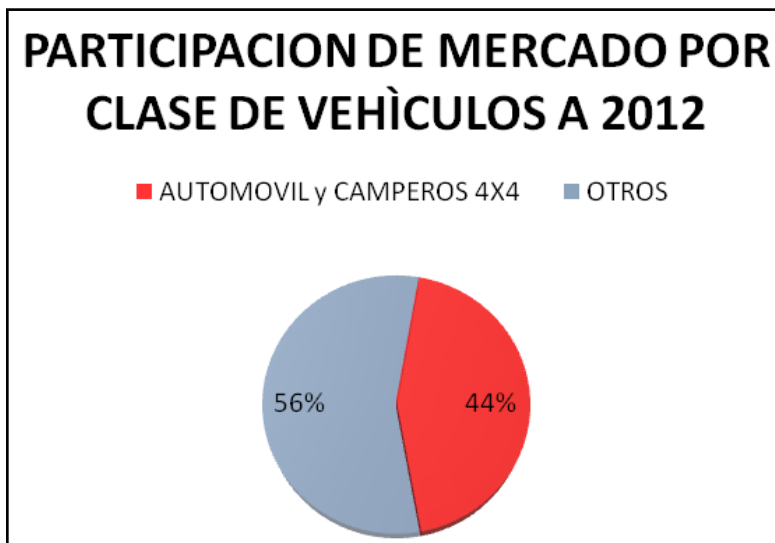
Grafico N° 13

La información consultada de los vehículos matriculados para el año 2010 según la clase automóvil y campero 4x4 fueron de 1.339 unidades. Por otro lado para el año 2011 se registraron 1.451, es decir que subió con 112 vehículos de diferencia para un incremento del 8%.



MATRICULADOS EN NEIVA A 2012	
CLASE	TOTAL
AUTOMOVIL	13905
BUS	30
BUSETA	42
CAMION	231
CAMIONETA	2310
CAMPERO 4x4	3008
CUATRIMOTO	20
MICRO	150
MICROBUS	253
MOTOCARRO	10
MOTOCICLETA	18080
TRACTO CAMION	35
TRACTOMULA	32
VOLQUETA	37
TOTAL	38143

Grafico N° 14



MATRICULADOS EN NEIVA A 2012	
CLASE	TOTAL
AUTOMOVIL y CAMPEROS 4X4	16913
OTROS	21230
CAMION	38143

Grafico N° 15

La organización CENTRO AIRES tiene participación de los vehículos que transitan en la ciudad de Neiva. Así mismo el estudio indica que hay una buena parte de automóviles y camperos 4x4 que circulan y se encuentran registrados en este municipio.

2.14 ANALISIS FINANCIERO.

El área financiera de la empresa CENTRO AIRES nombre comercial y razón social OLGA LILIANA SOLANO PERDOMO NIT 36.066.19 -1. Está cuenta con el proceso financiero ajustado al cumplimiento de las normas de contabilidad. Para este procedimiento goza de la asesoría por parte de un contador. Esta persona se encarga de llevar la contabilidad generada a través de la actividad económica. Por lo tanto esto le permite tener actualizada la información tributaria y datos administrativos que en determinado momentos pueden ser muy importantes en la toma de decisiones.

DETALLE	AÑO 2009	%	AÑO 2010	%	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2011	%
VENTAS BRUTAS	\$ 127.830.000	100%	\$ 147.004.500	100%	\$ 19.174.500	13,04 %	\$ 191.105.850	100%
COSTO DE VENTAS	\$ 40.277.000	68%	\$ 45.110.240	69%	\$ 4.833.240	10,71 %	\$ 51.876.776	73%
UTILIDAD BRUTA	\$ 87.553.000	32%	\$ 101.894.260	31%	\$ 14.341.260	14,07 %	\$ 139.229.074	27%
GASTO DE PERSONAL	\$ 44.736.200	35,00	\$ 50.482.182	39,49	\$ 5.745.982	11,38 %	\$ 60.578.618	31,70
PAGO DE NOMINA	\$ 41.250.000	32,27	\$ 46.612.500	36,46	\$ 5.362.500	11,50 %	\$ 55.935.000	29,27
PRESTACIONES SOCIALES	\$ 3.486.200	2,73	\$ 3.869.682	3,03	\$ 383.482	9,91 %	\$ 4.643.618	2,43
GASTOS GENERALES	\$ 27.310.200	21,36	\$ 30.054.572	23,51	\$ 2.744.372	9,13 %	\$ 32.552.006	17,03
GASTO DE INTERESES	\$ 1.985.200	1,55	\$ 2.203.572	1,72	\$ 218.372	9,91 %	\$ 2.644.286	1,38
GASTOS POR PAGAR	\$ 8.250.000	6,45	\$ 9.322.500	7,29	\$ 1.072.500	11,50 %	\$ 11.187.000	5,85
GASTOS DIFERIDOS	\$ 875.000	0,68	\$ 1.032.500	0,81	\$ 157.500	15,25 %	\$ 1.239.000	0,65
ARRENDAMIENTO	\$ 16.200.000	12,67	\$ 17.496.000	13,69	\$ 1.296.000	7,41 %	\$ 18.720.720	9,80
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 15.506.600	12,13	\$ 21.357.506	16,71	\$ 5.850.906	27,40 %	\$ 46.098.449	24,12
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.506.600	12,13	\$ 21.357.506	16,71	\$ 5.850.906	27,40 %	\$ 46.098.449	24,12
IMPORRENTA	\$ 2.325.990	1,82	\$ 3.523.988	2,76	\$ 1.197.998	34,00 %	\$ 8.067.229	4,22
UTILIDAD DESPUES	\$ 13.180.610	10,31	\$ 17.833.518	13,95	\$ 4.652.908	26,09 %	\$ 38.031.221	19,90

Con la información suministrada por la organización se puede determinar que la empresa CENTRO AIRES ha tenido en los últimos tres años una tendencia de crecimiento. Por esta razón las ventas en el año 2009 fueron de \$127.830.000, año 2010 \$147.004.500 y año 2011 \$191.105.850. Significa que estas cifras

representan un crecimiento en relación año 2009 y 2010 del 13.04%, para el año 2011 la empresa alcanzo un crecimiento del 23% para un total de venta de \$191.105.850.

La empresa muestra eficiente manejo de los recursos propios. Se debe a la implementación de un profesional contable que le permite asesorar sobre la reducción de **GASTO DE PERSONAL** por servicio y suministro en el último año. Los datos presentados anuncian que de un 39,49% del año 2010 a un 31,70% dando una reducción significativa que tiene inferencia directa en el porcentaje de utilidad obtenía por la empresa. Por la cual en el año 2009 fue de **\$17.833.518** representando un **13,95%** y para el año 2011 fue de **\$ 38.031.221** lo que representa un 19,90%.

2.14.1 RAZONES FINANCIERAS.

RAZON DE	ACTIVO CIRCULANTE	<u>56.776.223,00</u>	3,90
LIQUIDEZ	PASIVO CIRCULANTE	14.555.250,00	

La empresa CENTRO AIRES cuenta con 3,90 pesos de activo circulante por cada peso de pasivo circulante para cubrir sus obligaciones con terceros

PRUEBA	ACT. CIRC. - INVENT.	<u>56.776.223,00</u>	<u>12.500.000,00</u>	3,04
ÁCIDA	PASIVO CIRCULANTE	14.555.250,00		

La empresa CENTRO AIRES cuenta con 3,04 pesos de activo circulante por cada peso de pasivo circulante para cubrir sus obligaciones con terceros después de depurados sus inventarios.

RAZON DE	PASIVO TOTAL X 100	<u>1.455.525.000,00</u>	14,99 %
ENDEUDAMIENTO	ACTIVO TOTAL	97.126.223,00	

La empresa CENTRO AIRES cuenta con un endeudamiento del 14.99%. Esto le permite contraer obligaciones con terceros.

RENTABILIDAD DE	UTILIDAD NETA X 100	<u>2.399.780.000,00</u>	19,90 %
LAS VENTAS	VENTAS NETAS	123.325.000,00	

La empresa CENTRO AIRES tiene una rentabilidad de 19,90 % en relación con sus ventas periódicas

CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO TOTAL -PASIVO TOTAL	82.570.973,00
---------------------------	-----------------------------------	----------------------

La empresa CENTRO AIRES cuenta con un capital de trabajo de \$82.570.973,00 para operar después de haber cubrió todos sus pasivos a corto y largo plazo

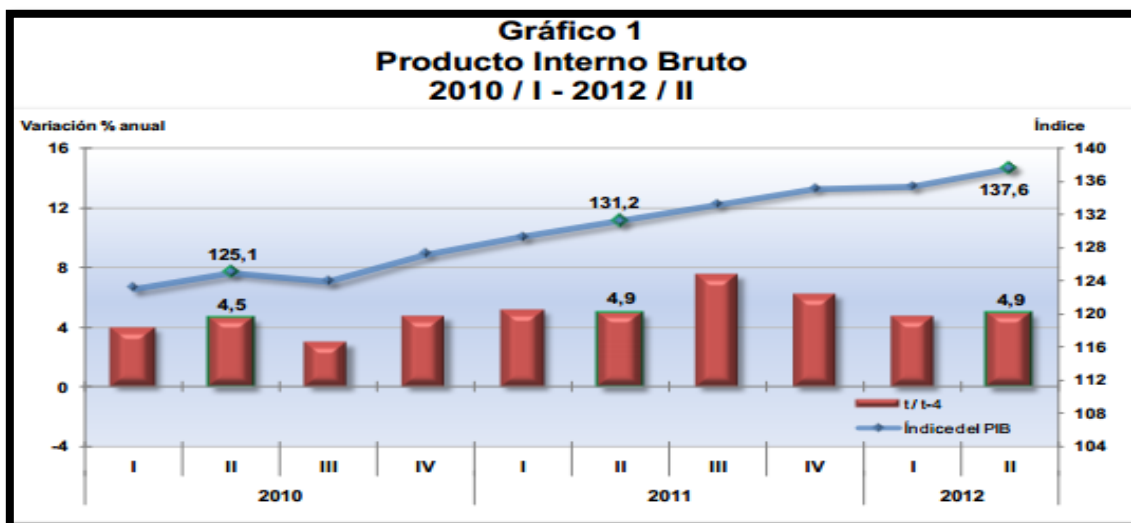
3 ANALISIS EXTERNO:

3.1 ENTORNO ECONOMICO.

Considerando los aspectos contenidos del entorno externo impactando directa o indirectamente a Centro Aires, las variables seleccionadas describen a continuación.

3.1.1 Producto interno bruto.

En Colombia informan que para el segundo trimestre del año 2012 la economía del país creció 4,9% con relación al mismo trimestre de 2011. Ahora bien comparando al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó 1,6%. La variación del primer semestre de 2012 respecto al mismo periodo de 2011 fue de 4,8%.



Fuente: dane – dirección de síntesis y cuentas nacionales

Gráfico N° 16

3.1.2 Comportamiento Semestral.

En un comunicado del Banco de la República indica que la primera mitad del año 2012, el Producto Interno Bruto creció en 4,8% respecto al primer semestre de 2011. Este comportamiento se explica por las siguientes variaciones sectoriales: 10,8% en explotación de minas y canteras; 7,9% en construcción; 5,9% en establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas; 4,8% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; 4,5% en comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles; 4,0% en electricidad, gas de ciudad y agua; 3,7% en servicios sociales, comunales y personales; 1,2% en agropecuario, silvicultura, caza y pesca; y -0,2% en industria manufacturera. El total de los impuestos aumentó en 7,0% con relación al mismo periodo de 2011.

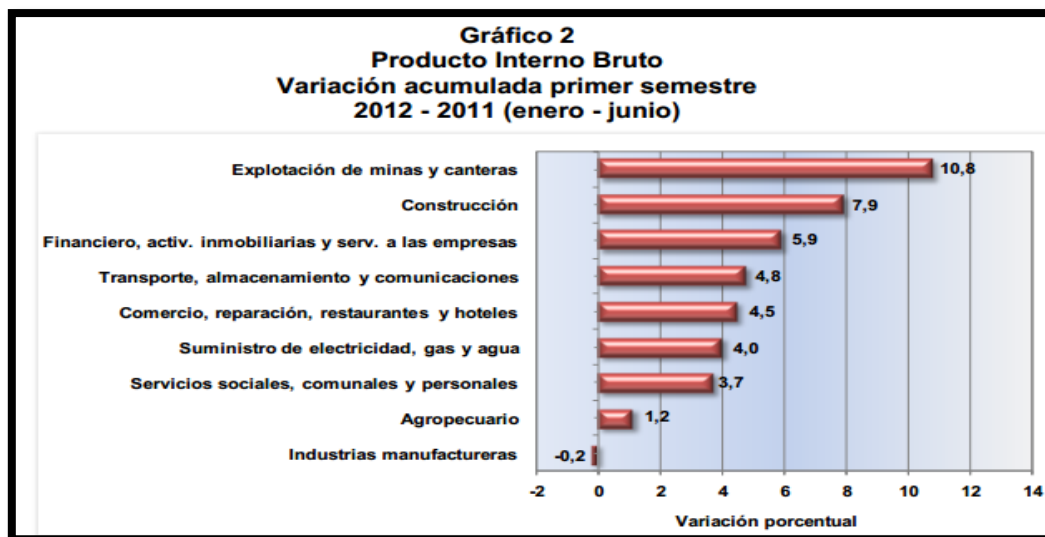


Grafico N° 17

Es un excelente momento por el cual atraviesa el sector automotor colombiano donde se prevé que se extenderá durante 2013. Sin duda, 2012 es un año sin precedentes en la venta de vehículos en Colombia al registrar cerca de 327.000 automotores vendidos superando las expectativas de todos los analistas. Pero al parecer 2013 continuará por esa senda, de acuerdo con cifras de BBVA Research, las ventas de vehículos este año pueden alcanzar las 350.000 unidades.

En el informe del Banco BBVA, los resultados en ventas obtenidos durante 2012 se debieron a la elevada confianza de los hogares, la mayor disposición de compra, los menores precios de los automotores y las bajas tasas de interés que ofrece el mercado que facilitan la adquisición de estos bienes. Estos mismos factores sumados a la baja penetración que aún muestra el sector, el continuo descenso del desempleo, el buen momento por el que pasa la economía y la fortaleza del peso frente al dólar hacen prever que las ventas de vehículos se mantendrán en ascenso durante el presente año.

3.1.2 Inflación

El DANE reveló en el día de ayer que la inflación en el pasado mes de Octubre de 2012 se ubicó en 0,61%. Según los expertos debido en parte por el fenómeno climático. Durante el mes hubiera un aumento en el índice de precios al consumidor (IPC) del 0,79%.

Al comenzar el periodo de lluvias en la primera parte de octubre tuvo una incidencia favorable sobre los precios de los alimentos con un incremento del nivel de abastecimiento debido a la recolección anticipada de algunos productos. En hortalizas y frutas se evidenció una caída promedio del 2.6%; en frutas -4.3% y tubérculos -11.2%, según las cifras reportadas por el SIPSA-DANE.

El fenómeno de lluvias que se presenta en el país permitió reducir la estimación del impacto del fenómeno del niño cerrando el año. Por lo anterior, el inicio del primer trimestre del 2013 podría encarar inflaciones superiores a las registradas en el 2012, si el ciclo climático encara mayores presiones sobre la producción del sector agrícola. Por otro lado, los precios de la carne y lácteos han permanecido estables desde el último mes según las cifras de FEDEGAN situación que no impactaría fuertemente la inflación, exceptuando por la contribución del consumo fuera del hogar que resulta relevante periódicamente

Las tarifas de combustibles se registraron un incremento para octubre en 75 COP/Galón de gasolina corriente, alcanzando un precio nacional promedio del 8,840.36 COP/Galón desde los 8,764.51 COP/Galón; según las cifras del SIPG. Por otro lado, el precio en bolsa de energía corrigió desde mitad del mes; no obstante, el precio promedio en 198.19 COP/Kwh durante Octubre se incrementó el 7.3% por encima del precio promedio negociado durante septiembre.

3.1.3 Índice De Precios De Consumidor (IPC).



Grafico N° 18

El IPC registró en octubre del 2012 un crecimiento del 0,16%, inferior en 0,03 puntos porcentuales al reportado en el mismo mes de 2011 cuando llegó a 0,19%. Para lo corrido del año, el índice presentó una variación de 2,48%, mientras que para los doce meses el IPC se ubicó en 3,06%

El promedio de las variaciones de los precios de los bienes y servicios que componen la canasta familiar que es adquirida por los hogares colombianos para su consumo registró en octubre de 2012 un crecimiento del 0,16%, inferior en 0,03 puntos porcentuales al registrado en el mismo mes de 2011 cuando llegó a 0,19%. En lo corrido del año 2012 se registró una variación de 2,48%. Esta tasa es inferior en 0,67 puntos porcentuales a la registrada en el mismo periodo del año anterior (3,15%). Entre noviembre de 2011 y octubre de 2012, es decir los últimos doce meses, el IPC presentó una variación de 3,06%

Comportamiento De Gastos

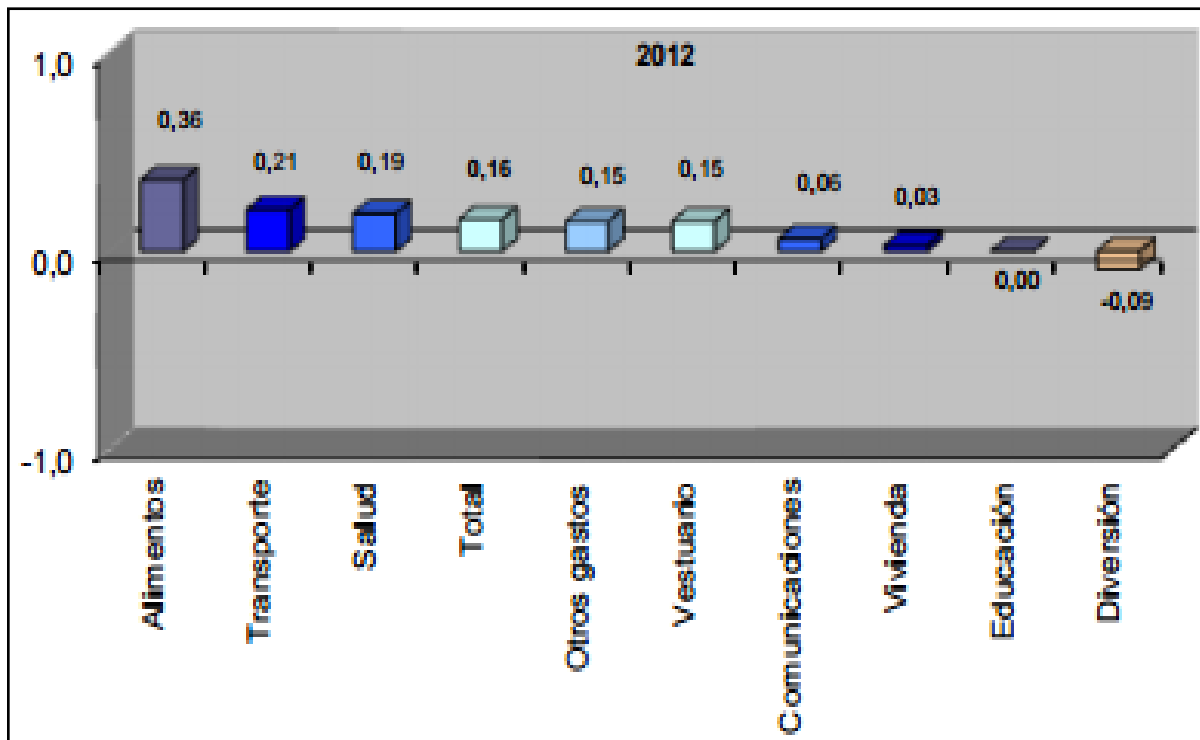


Grafico N° 19

En el servicio de transporte, los subgrupos con las mayores variaciones positivas correspondieron a transporte personal (0,31%) y transporte público (0,11%). En salud, los subgrupos con las mayores variaciones positivas fueron: bienes y artículos (0,32%) y servicios de salud (0,02%). Entre tanto, cinco grupos presentaron variaciones inferiores al IPC de octubre de 2012. Estos fueron: diversión (-0,09%); vivienda (0,03%); comunicaciones (0,06%); vestuario (0,15%) y otros gastos (0,15%). Por su parte, el grupo educación no presentó variación alguna.

3.1.4 Tasa de Interés en el Comportamiento de compra de vehículos.

Las tasas de participación y de ocupación vienen creciendo progresivamente, con lo cual se confirma que a pesar de la pérdida de dinamismo de la actividad productiva, y como lo señala el director del DANE, la economía continúa generando empleo.

Sin embargo, las cifras ponen de presente que, aunque efectivamente el mercado laboral está generando empleo, este no es, como cabe esperar en un país con altas tasas de informalidad, de buena calidad.

No obstante que la caída en el desempleo se presentó en las cabeceras y en el resto (áreas rurales), la mayor disminución se registró en esta última categoría que, para el trimestre junio-agosto, pasó de 8,1 por ciento en 2011, a 6,3 por ciento en 2012. No hay que olvidar que los empleos en el campo se caracterizan por su alto nivel de informalidad.

En las tasas de interés del Banco de la República a procurado mantenerlas estables, el dinero se 'abarató' para comprar carro. Pero hay mucho de largo y de ancho. 60 por ciento de la venta de carros es financiación según Econometría, durante el primer trimestre de este 2012 se registra un acumulado de 81.802 unidades vendidas, frente a las 78.618 comercializadas durante el mismo periodo en el 2011.

Los vehículos ensamblados representaron el 34,4 por ciento de las ventas totales con 28.131 vehículos. Así las cosas, se mantienen los momentos de esplendor que vive el sector automotor colombiano hace cuatro años. El tiempo en el que la comercializadora de vehículos empieza a tomar un impulso sin precedentes, con aumentos sorprendentes, en los que ni los mismos actores de las marcas han logrado aproximarse a las cifras totales, en las proyecciones que hacen en los comienzos de año.

Un balance trimestral que permite prever que se alcanzará el resultado global esperado de 350 mil unidades vendidas durante el año, teniendo en cuenta la buena dinámica de la economía, la mayor disposición de compra, precios muchos más competitivos y tasas de interés moderadas. La producción de vehículos ligeros en Colombia comprende la operación de tres ensambladoras en la actualidad: General Motors, Renault y Mazda. En el 2011, el porcentaje de participación nacional de vehículos ensamblados en el país asciende a 40,5% (alrededor de 131.510 unidades de las 324.570).

El mercado de vehículos en Colombia está compuesto por una participación de producción nacional del 43% y el 57% restante es importado principalmente por Corea del Sur, México, India, Japón, Ecuador, China y Estados Unidos.

3.1.5 Empleo y Desempleo

La tasa de desempleo pasó de 11,5% en julio de 2011 a 10,9% en el mismo mes del 2012. BOGOTÁ, ago. 31/12.- La cifra contrasta con la registrada en el mismo mes de julio de 2011, cuando la tasa de desocupación fue del 11,5%. Es decir, que hoy en el país hay 20 millones 485 mil personas tienen una actividad económica; 2 millones 497 están desocupados y 12 millones 822 mil colombianos están inactivos.

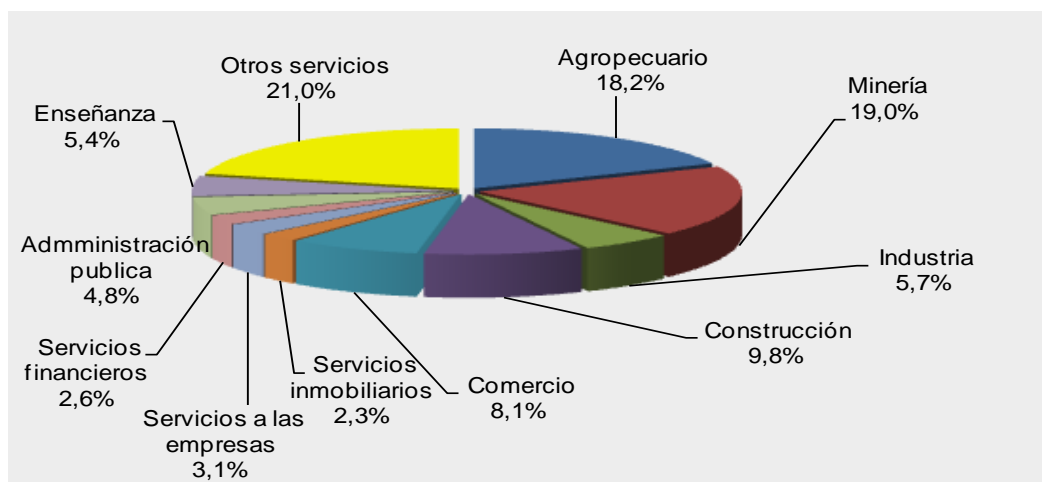
El Dane enuncia la tasa de desempleo donde informa que ha venido cayendo este año con relación a las cifras del 2011. En julio disminuyó 0,6 (10,9%) si se compara con el mismo periodo del año anterior cuando fue del 11,05%.

El Informe también señala que para las 13 ciudades el mayor índice de desempleo fue reportado en Quibdó, Popayán, Pereira, Cúcuta y Armenia. Mientras que las capitales que registraron menor desocupación son Barranquilla, Cartagena y Santa Marta.

El comercio, restaurantes y hoteles fueron los sectores que mayor aportaron a la creación de empleo en el país. Por lo tanto el Gobierno nacional continuará con los esfuerzos de bajar el índice de desempleo a cifras de un solo dígito. Hoy al ser ratificado en su cargo, el ministro del Trabajo, Rafael Pardo, resaltó el esfuerzo que se viene realizando en el país con la generación de cerca de 500.000 empleos de jóvenes con una iniciativa de rebaja de impuestos a cerca de 45.000 empresas que han contratado a menores de 28, dentro de la Ley de Formalización y Generación de Empleo, más conocida como la "Ley de Primer Empleo".

3.1.6 Economía Regional del Huila.

Sectores económicos del Huila



Fuente: DANE – Cuentas Nacionales Departamentales, marzo de 2012

Gráfico N° 20

Teniendo en cuenta el anterior comportamiento, se realizará un breve análisis de los sectores que influyen de manera directa e indirecta en el Diagnóstico.

Agricultura: El departamento es líder en la producción y comercialización de cafés especiales y en la actualidad ocupa el 2º puesto después del departamento de caldas. Gracias a la categorización, la producción es una de los mejores del país con un proceso de base tecnológica y constantes capacitaciones a sus campesinos cultivadores. Los datos revelados por *Proexprot* reportan que durante 2007 exportó un valor FOB US\$ 281,2 millones, y en 2008 US\$ 328,6 millones. En el aspecto frutícola existe un posicionamiento en el mercado de las frutas de origen como la Granadilla, Lulo, Maracuyá Y Chulupa; 3º en Mora y Uva; 4º Tomate de Árbol.

La producción piscícola conserva el liderazgo a nivel nacional con un incremento del 11% desde el año 1998 hasta 2010. Según cifras del Anuario Estadístico la producción en el Departamento está alrededor de las 12.990.914Kg/año, de los cuales aproximadamente 50% depende de la explotación realizada en jaulas, donde existe una intensiva producción con alta densidad de siembra, localizada principalmente en el Embalse de Betania.

Los avances anteriormente mencionados son gracias al fortalecimiento de las ventajas comparativas, que en los últimos años el Departamento ha realizado en la parte agropecuaria, eso ha hecho que el posicionamiento del sector primario sea líder en el país.

Comercio: La Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO Seccional Huila, presentó los resultados de la encuesta de opinión realizada mes a mes. Destacó que un 33% de los entrevistados reportó incremento en las ventas en relación con las obtenidas en mayo del año pasado, cuando el porcentaje fue de un 26%.

Dicho sector lo constituye principalmente hoteles, bares, restaurantes, que es un 55% del grupo. Si se procede de igual manera con el sector de transporte, excluyendo el transporte aéreo de pasajeros y carga (1.5% del sector), transporte terrestre interdepartamental de pasajeros (28.8% del sector) y el transporte terrestre de carga (48.1% del sector), el grupo Transporte y Comunicaciones queda reducido a un 21.6% del grupo.

Una oportunidad histórica para los negocios lo constituye sin duda La Zona Franca Surcolombiana, pues permitirá dar un salto significativo en el desarrollo regional, al generar las condiciones para la instalación de empresas, impulsando la industria y el comercio. El valor de los estudios para el establecimiento de la Zona Franca Surcolombiana ascendió a \$1.000 millones de pesos.

Industria: En el transcurso de los tres primeros trimestres de 2012, se crearon en el sector industrial 17 nuevas empresas con un capital de \$325 millones y se reformaron tres por valor de \$130 millones. Eso es apenas el comienzo ya que en el Departamento surgieron nuevas inversiones en petróleo, comercio, minas, turismo y sector agropecuario. La mayor inversión se concentrará en el sector de energía, con la determinación de Emgesa, en construir la represa de El Quimbo, a la cual se le invertirán US\$650 millones. Este proyecto no solo generará un 22% más de la capacidad instalada que tiene hoy el país, igualmente desarrollará otras industrias como el turismo, beneficiando a los municipios de Gigante, Garzón, El Agrado, Altamira, Tesalia y Paicol. Así mismo, incentivará la producción acuícola, pues el Huila es uno de los principales exportadores de mojarra. Cabe notar que los impactos socio-ambientales que acarrearán, son bastante preocupantes: Desplazamiento de 427 familias, Afectación de la producción y comercialización de 750 predios, Inundación de 842 hectáreas del bosque ripario¹, desarticulación de tejidos sociales con tradiciones históricas entre otros.

Minería: La Secretaría de Agricultura y Minería del Huila, informa que en el departamento la producción minera se basa en la explotación de roca fosfórica, oro, mármoles, arcillas y gravilla, siendo los municipios de Aipe, Tesalia, Palermo, Santa María, Íquira, Nátaga. De los que se extrae actualmente, La producción minera anual está representada en material calcáreo con aproximadamente

¹ Hace referencia a todo que está a la orilla de un río, quebrada, o masa de agua.

79.500 ton, mármol con 19.260 ton, fosforita con 15.600 ton, material para construcción 302.173 ton, arcillas con 3.000 ton y oro 352.328 gr². Según cifras del Banco Central, la IED en minería aumentó de 1.8 mil millones de dólares en 2008, a 3 mil millones de dólares en 2011.

3.2 PRECIO PROMEDIO DE INSTALACIONES DE AIRES ACONDICIONADOS.

Los precios en Centro Aires son estables y no varían con frecuencia. Por lo tanto hay que tener en cuenta que los precios del mercado varían mucho y por eso la consecuencia es por estructura interna del vehículo. Por consiguiente observamos un listado precios que se tiene en cuenta al instalar el equipo de aire acondicionado según la marca que posee el vehículo. Además hay que apreciar que los sistemas internos de cada uno de ellos son diferentes y se necesita procedimientos más rudimentarios.

A continuación son los precios estándar por marcas.

<u>Modelo</u>	<u>Precio</u>
Chevrolet Alto	\$ 2.300.000
Chevrolet Aveo	\$ 2.200.000
Chevrolet Aveo Emotion 1.4-1.6	\$ 2.200.000
Chevrolet Corsa Active –Wind	\$ 2.400.000
Chevrolet Corsa Diesel	\$ 2.400.000
Chevrolet Steem	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv 1600 (Carroc 2300)	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv 2200	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv 2300	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv 2500	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv 2800	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv 3200	\$ 2.300.000
Chevrolet Luv Dmax 2.4 G	\$ 2.200.000
Chevrolet Luv Dmax 2.5 D	\$ 2.200.000
Chevrolet Luv Dmax 3.0 D	\$ 2.200.000
Chevrolet Luv Dmax 3.5 G	\$ 2.200.000
Chevrolet Samurai	\$ 2.300.000
Chevrolet Spark 2005 M-200 7:24 Chronos	\$ 2.200.000
Chevrolet Spark 2006 M-200 7:24 Chronos	\$ 2.200.000
Chevrolet Sprint	\$ 2.300.000
Chevrolet Sprint carburador	\$ 2.300.000
Chevrolet Swift	\$ 2.300.000
Chevrolet Vitara 8-16 válvulas	\$ 2.200.000
Camión Chevrolet NHR NKR NPR	\$ 2.900.000
Camión Chevrolet FVR 43 FTR	\$ 2.900.000

²Diagnóstico Ambiental del Departamento del Huila. CAM. 2012

Camión Chevrolet Kodiak	\$ 2.900.000
Daewoo Lanos	\$ 2.300.000
Daewoo Matiz	\$ 2.300.000
Ford Festiva (Kia pride)	\$ 2.300.000
Ford Ranger 2001 / 2008	\$ 2.200.000
Ford Ranger 97-99	\$ 2.300.000
Camión Ford Cargo 815	\$ 2.900.000
Hyundai Accent y Getz 1.3 1.6	\$ 2.300.000
Hyundai Gyro Automático	\$ 2.300.000
Hyundai Gyro Mecánico	\$ 2.300.000
Hyundai Verna Automático y mecánico	\$ 2.300.000
Mitsubishi L-200 / 98	\$ 2.200.000
Mitsubishi L-200 / 99	\$ 2.200.000
Montero Hard Top V11 2.4 2.6	\$ 2.200.000
Mitsubishi Montero Standard	\$ 2.200.000
Camión Mitsubishi Canter	\$ 2.900.000
Nissan 2400 D21	\$ 2.200.000
Nissan Sentra B13 Híbrido 97-2006	\$ 2.300.000
Nissan Sentra B 14	\$ 2.300.000
Toyota 4.5	\$ 2.200.000
Toyota Hilux / Hilux 2007 Tailandesa	\$ 2.200.000
Toyota Prado	\$ 2.300.000
Lada Niva	\$ 2.350.000
Mazda 121 DH DM	\$ 2.300.000
Mazda 323 Inyección 2001 – 2006	\$ 2.300.000
Mazda Allegro	\$ 2.300.000
Mazda Asahi	\$ 2.300.000
Mazda B 2200 / 2001-2008	\$ 2.200.000
Mazda B 2200 / 97-99	\$ 2.300.000
Mazda BT50 2200-2008	\$ 2.200.000
Mazda B 2600 / 2001-2008	\$ 2.200.000
Mazda BT50 2600-2008	\$ 2.200.000
Mazda B 2600 / 97-99	\$ 2.300.000

En el caso de requerir los servicios de mantenimiento del sistema de aire acondicionado en el vehículo, el precio oscila entre \$150.000 y \$160.000. Así mismo se tiene en cuenta que no va incluido algún tipo de repuesto.

3.3 TENDENCIA DEL SECTOR DE AIRES ACONDICIONADOS.

Los fabricantes como también comercializadores del mercado de aire acondicionado argumentan que durante 2012 las ventas han crecido considerablemente. En cierta medida los datos arrojados por el portal de estadísticas de mercado Datamyne.com registran cambios fluctuantes, sobre todo en el segmento específico de importación de aire acondicionado para autos.

Una consulta realizada por ACR LATINOAMÉRICA se encuentra que en términos generales, América Latina marca para 2012 una tendencia en subida para el mes de octubre del presente año. Por hecho que las cifras son muy inferiores a las registradas durante 2011. Colombia y Chile, países que han sobresalido por su protagonismo en esta industria, muestran un descenso de consideración en las importaciones de equipos de aire acondicionado para autos como también sus servicios.

3.4 SITUACIÓN ACTUAL DEL PETRÓLEO.

El departamento del Huila tiene un área de 1.193.000 Hectáreas con posibilidades de hallar Petróleo en la Subregión norte (Neiva, Aipe, Yaguará, Baraya, Palermo, Villavieja y Tello), siendo el 61% del territorio de las cuales se han explotado hasta el año de 1997 la quinta parte. Actualmente la producción de petróleo y gas en el Departamento está atravesando un momento de bonanzas gracias a los nuevos hallazgos registrado por Pacific Rubiales quien aspira a estar produciendo en el corto plazo 225.000 barriles diarios de crudo equivalente de los cuales, 10.000 serán gas y Ecopetrol quien calcula una capacidad cercana a los 45 mil barriles por día teniendo en cuenta que hoy en día nuestro país y está produciendo 786 mil barriles diariamente.

Con lo anterior se tiene que el Huila es *marginal en la producción de crudo* con respecto a la producción global (sólo el 2,6%), pero nuestro Departamento tiene buen potencial, así como lo reitera Germán Corredor Avella, Director del Observatorio Colombiano de Energía de la Universidad Nacional que afirma "*una zona potencialmente petrolera donde se han registrado hallazgos de petróleo y de gas*". En menos de dos años las exploraciones de crudo y gas han dado resultados positivos puesto que ya son cuatro descubrimientos, que significativamente van a incrementar el inventario de reservas en esta región del país impulsando a una mayor inversión en áreas como Tempranillo Norte (Aipe), pozo Nunda-1(Tello) y Visure 1X localizado en el Bloque Buganviles.

3.4.1 Política Petrolera.

Los departamentos y municipios donde se exploten recursos naturales no renovables, así como los municipios y distritos con puertos marítimos y fluviales por donde se transporten dichos recursos tendrán derecho a participar de las regalías, así como a ejecutar directamente éstos mismos. El Acto Legislativo

permite un cambio en la distribución de las regalías para que las regiones que no son productoras reciban retribuciones proporcionalmente.

El Acto Legislativo que fue aprobado en el sexto debate, señala que de los ingresos del Sistema General de Regalías 10% se destinará para el Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación; 10% para ahorro pensional territorial y hasta un 30% para el Fondo de Ahorro y Estabilización.

La medida puede ayudar a disminuir las brechas entre las regiones, garantizando que los recursos lleguen a todos los rincones del país, pero las proyecciones realizadas por el Economista Germán Palomo, calculan que nuestro Departamento dejaría de percibir en sólo ocho años \$464.484.000.000. Eso significa una disminución notable en el ingreso al Departamento por concepto de regalías, que causarán impacto en el mediano plazo si llegase a aprobar esa Reforma.

3.4.2 Inversión.

Ecopetrol precisa que entre 2010 y 2012 la compañía invertirá más de 25 millones de dólares en la región, con el fin de adelantar actividades exploratorias en varios puntos de nuestro Departamento. Otra persona interesada en invertir es Carlos Slim, nombrado el hombre más rico del mundo por la revista Forbes, quien dice “quiere aumentar sus inversiones en Colombia debido a la política abierta del país en la exploración de petróleo, sus activos minerales y la creciente clase media”.

En nuestro país el panorama fue otro, la inversión pasó de 2.598 millones de dólares en el 2009 a 1.208 millones en el 2010. Una explicación a ello sucedió con la caída de la IED (inversión extranjera directa) se explica por reembolsos de capital, que es cuando las empresas descapitalizan sus filiales y envían recursos a sus casas matrices o cuando venden el negocio local a una firma nacional.

3.4.3 Distribución De Regalías.

El viernes 23 de diciembre del 2011, el Congreso le dio vía libre al proyecto de ley que fija una nueva distribución de los millonarios recursos de las regalías petroleras y mineras, sin duda, la iniciativa económica más importante de este gobierno. Desde el próximo 1 de enero desaparece el Fondo Nacional de Regalías y se crea la Comisión Rectora del Sistema General de Regalías, que será presidida por Planeación Nacional, además nacen varios fondos: para proyectos de ciencia y tecnología, pago de pensiones territoriales, financiar proyectos regionales, y se abre una cuenta en el Banco de la República que servirá de ahorro para los periodos de vacas flacas.

A partir del 1 de enero de 2012 se hará realidad la frase que popularizó el ministro de Hacienda Juan Carlos Echeverry de repartir la mermelada sobre toda la tostada, con la cual quería decir que los millonarios recursos de las regalías comenzarán a distribuirse más equitativamente en todo el país. Se trata de una

'mermelada' de 8,7 billones de pesos que irán creciendo año tras año por la bonanza petrolera y minera.

*“A través del mal manejo de los recursos entre 1995 y el 2009 el 80% de las regalías se concentraron en un 17% de la población (8 departamentos, entre los que están Casanare, Meta, La Guajira, Arauca, Huila y Cesar). Según la Contraloría, en estos departamentos se presentaron delicados casos de despilfarro de estos recursos. Hay casos absurdos en los que Meta y Casanare malgastaron en obras inconclusas o que tuvieron sobrecostos. En Huila se hicieron plazas, con millonarias inversiones, que no se pudieron utilizar”.*³

En los municipios hay incertidumbre porque los recursos que llegaban a los departamentos productores ya no va ser igual que en años anteriores y por ende deben reestructurar su presupuesto para que su nivelar sus gastos a corto plazo. También algo importante es que al no reglamentarse a tiempo la reforma genera retraso con los programas que tienen las administradores locales y se deben suspender como lo son transporte y restaurante escolares.


 DNP DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN		Sistema General de Regalías Presupuesto 2012			
(Miles de millones de pesos)					
Departamento	Total	Part %	Departamento	Total	Part %
Bogotá	134,1	1,70%	Guaviare	43,4	0,55%
Valle	198	2,50%	San Andrés	45,9	0,58%
Quindío	53,6	0,68%	Caquetá	113,3	1,43%
Risaralda	75	0,95%	Nariño	282,8	3,58%
Caldas	85,3	1,08%	Amazonas	48,2	0,61%
Cundinamarca	188,9	2,39%	Cesar	466,2	5,90%
Santander	293,8	3,72%	Bolívar	317,2	4,01%
Antioquia	424,6	5,37%	Cauca	222,4	2,81%
Atlántico	152,3	1,93%	Magdalena	238,1	3,01%
Meta	1.076,10	13,61%	Vaupés	30,2	0,38%
Tolima	197,7	2,50%	Sucre	283,8	3,59%
Norte de Santander	184	2,33%	Córdoba	424,9	5,38%
Boyacá	272,3	3,44%	Guainía	44,9	0,57%
Huila	242,7	3,07%	La Guajira	586,8	7,42%
Casanare	496,1	6,28%	Vichada	59,1	0,75%
Arauca	201,5	2,55%	Choco	171,7	2,17%
Putumayo	166,6	2,11%	Otros por distribuir */	82,9	1,05%
TOTAL				7.904,40	100%

Grafico N° 21

³ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11396423>.


		SGR – Huila 2012 - Asignaciones Directas (pesos)		
Entidad	Total Directas 2012 (aún sin compensar)	50% Prom. 2007-2010 \$ Constantes 2010	Monto \$ a compensar tomado del FDR	Total Asignaciones Directas
Gobernación	38.440.930.737	97.318.179.800	17.218.206.452	55.659.137.190
Neiva	6.804.949.746	23.471.622.193	4.874.042.379	11.678.992.124
Agrado	47.257	0	0	47.257
Aipe	7.114.449.337	14.686.853.567	2.214.492.380	9.328.941.717
Baraya	40.623.385	287.644.027	72.239.320	112.862.705
Garzón	1.792.724.400	919.376.987	0	1.792.724.400
Gigante	237.541.059	605.820.945	107.700.669	345.241.728
Paicol	1.360.455.288	343.998.977	0	1.360.455.288
Palermo	2.198.168.645	7.569.826.844	1.570.900.837	3.769.069.482
Pitalito	263.090	319.573	16.518	279.608
Tarqui	6.983	3.765	0	6.983
Tesalia	2.236.930.104	531.734.357	0	2.236.930.104
Villavieja	69.637.376	84.643.211	4.388.343	74.025.719
Yaguará	1.420.011.307	5.912.781.350	1.313.876.639	2.733.887.947
TOTAL (14 E.T.)	61.716.738.714	151.732.805.597	27.375.863.537	89.092.602.251

Grafico N° 22

Los alcaldes de los municipios petroleros del Huila reaccionarios y calificaron la como lamentable y nefasta esta nueva ley, que le recortará al departamento más del 50 por ciento de los recursos que recibía anualmente por la explotación de petróleo.

Se buscará un nuevo mecanismo para defender los recursos de regalías que le corresponden a Neiva por ser productor de petróleo. “Estamos muy desilusionados porque necesitamos que el Gobierno Nacional entienda que tenemos un problema muy grave los municipios productores de petróleo, porque el Huila fue el departamento más perjudicado a nivel nacional con este nuevo sistema, por lo cual lanzamos una voz de protesta enérgica para defender lo que es nuestro. Así vengan a decirnos que nos van a dar 9.000 millones de pesos de excedentes de comercialización de petróleo no es suficiente, pues con la plata nuestra quieren hacer lo que le corresponde al Gobierno Nacional”, comentó el Alcalde de Neiva.⁴

⁴ <http://www.lanacion.com.co/2012/05/04/reforma-a-las-regalias-golpeo-al-huila/> Reforma a las regalías golpeo al Huila

3.5 POLITICO.

3.5.1 TLC Con Estados Unidos.

Las condiciones para el TLC con Estados Unidos se tienen la información de la industria automotriz que ingresará al país. Así mismo los vehículos que entraran con el actual tratado y van a entrar compitiendo con precio cuando arranque la desgravación serán las marcas coreanas, europeas y japonesas que tienen plantas en Estados Unidos.

Por ejemplo, BMW fabrica sus camionetas xDrive en ese país, y otras casas extranjeras como Toyota, Hyundai, Honda, KIA y Mercedes-Benz también ensamblan allá y podrán traer sus vehículos a un mejor precio, vía 'Miami', tal como lo hacen hoy marcas conocidas con algunos de sus modelos, como Volkswagen, Nissan, Ford, RAM, Dodge y Chevrolet.

Los carros bajarán de precio, pero de forma gradual. En este caso se acordó un periodo de 10 años a partir de la puesta en vigor del Acuerdo, de tal manera que el impacto de la reducción de aranceles será gradual en la medida en que vayan entrando en vigencia.

Los vehículos que entraran con desgravación inmediata serán los comerciales que no se fabrican en el país como tractores, trolebuses, vehículos de más de 16 personas, los 4x4 de más de 3.000 cc que no son camperos, volquetas, camiones de sondeo y perforación, coches barredora y radiológicos. Además otros vehículos particulares el desmonte de arancel será de la siguiente manera donde A cinco años, quedaron las carrocerías y las motos entre 500 y 800 cc, y a diez años, todos los vehículos a gasolina o diesel entre 1.500 y 3.000 cc, los camperos de 1.500 a 3.000 cc, los camiones grúa, los camiones de limpieza, motocicletas y velocípedos de 50 a 500 cc.

3.5.2 TLC Con Corea.

El gobierno nacional está en proceso de llevar a un acuerdo con Corea todo a su vez que se inició en el año de 2009, Colombia empezó a negociar el tratado de libre y comercio con Corea del Sur se enmarca dentro de una relación bilateral de larga tradición que se ha estrechado durante los últimos años”, sostuvo el Ministro, quien recordó que prueba del interés de fortalecer los vínculos con esa economía se ratifica en la negociación de un Acuerdo Internacional de Inversión, la cual culminó en septiembre pasado.

En estos últimos encuentros, se suscribieron varios Memorandos de Entendimiento, entre los que se destaca uno de cooperación industrial, energética y de tecnologías de información y telecomunicaciones, que fue firmado por el Ministerio de Conocimiento y Economía de Corea y el de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

El sector servicios tiene un gran potencial para ambos países toda vez que el nivel de desarrollo de Corea del Sur ha llevado a que un porcentaje elevado de su PIB se sustente en este tipo de actividades. Colombia por su parte, destacó el titular de la cartera de Comercio, ha identificado una serie de sectores atractivos para la inversión y que forman parte del programa de Transformación Productiva.

El comercio entre Colombia y Corea del Sur ascendió, en el año 2012, a 1'425.345 millones de dólares, las exportaciones colombianas sumaron 276.146 millones de dólares y las importaciones coreanas 1'149.197 millones de dólares. Los principales productos de exportación a Corea son café y sus derivados, ferroaleaciones, desperdicios de metales, flores, productos de la petroquímica, cueros, baúles y maletas. Por su parte, Colombia importa automóviles, polímeros, autopartes, teléfonos y lavadoras, entre otros productos.

Como se puede observar aquellos productos coreanos en Colombia de marcas como Samsung y LG, entre otras. Adicionalmente, Corea es el primer productor de buques en el mundo y uno de los más grandes productores de carros con marcas reconocidas mundialmente como Hyundai y Kia.

3.5.3 Plan de reordenamiento territorial

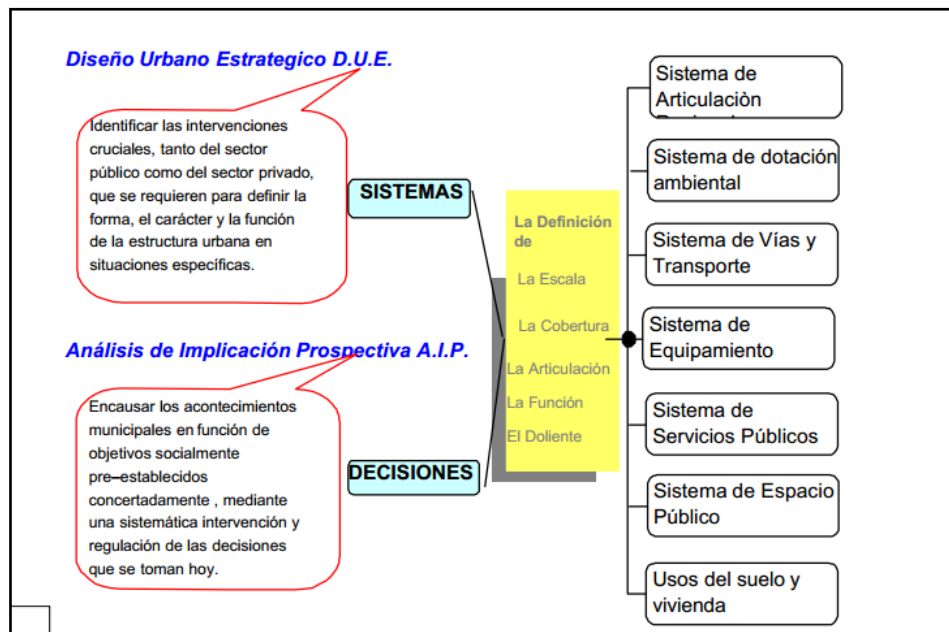


Grafico N° 23

El Plan de Ordenamiento Territorial P.O.T. es un instrumento legal por medio del cual los Municipios, de una manera concertada, integral y participativa pueden planificar el desarrollo de su región, orientando los procesos de ocupación y Usos del Suelo

Para Neiva representa un proceso de planificación de carácter técnico-político con el cual podrá configurar en el corto, mediano y largo plazo, la organización de uso ocupación de su territorio de acuerdo con:

- las expectativas y limitaciones de la población.
- las potencialidades y limitaciones del territorio.
- los objetivos sectoriales de desarrollo (económico, social, político, cultural y ecológico).

Los elementos que conforman el ordenamiento territorial están orientados a lograr que la sociedad sea más productiva, equitativa y sostenible ambientalmente, así mismo, es un medio para promover el desarrollo a través de sus instrumentos de gestión, planificación, regulación, transformación y ocupación del espacio por la sociedad

A través del POT se diseña el modelo o estrategia general que guiará la actuación pública y privada sobre el territorio, se determinan las redes de infraestructura (o sistemas generales) y se delimitan áreas para las distintas actividades comerciales, industriales y residenciales, así mismo, la densidad de población para distintos sectores o la concentración de usos, de acuerdo a la vocación del territorio desde el punto de vista de su desarrollo sostenible y dinámica urbana, todo ello, pensando en la calidad de vida de los ciudadanos y en el beneficio y disfrute de todos sin privilegiar intereses personales o de propietarios de la tierra.

Para la ciudad de Cartagena la implementación de todo este proceso representa una gran oportunidad de desarrollo, para ello ha decidido prepararse teniendo en cuenta cinco etapas que permitirán avanzar satisfactoriamente en el ordenamiento de su territorio:

1. Caracterización y análisis territorial.
2. Diagnóstico territorial.
3. Prospectiva o diseño de escenarios.
4. Formulación del programa de Ordenamiento Territorial.
5. Gestión del programa de Ordenamiento Territorial.

En el desarrollo de los estudios encaminados al Ordenamiento Territorial se consideran los tres subsistemas siguientes:

1. Natural.
2. Económico.
3. Social y urbano-regional.

El Ordenamiento Territorial debe ir dirigido al uso sustentable de los recursos, considerando tanto el carácter natural, social y económico del territorio, con miras a un mejoramiento de la calidad de vida de quienes lo habitan.

3.6 TECNOLOGIA.

La organización debe contar con herramientas digitales que le ofrece el mercado para mejorar en los procedimientos de la prestación del servicio.

Debido a las tendencias de mejorar en los procesos y procedimientos en el mantenimiento de aires acondicionados a los vehículos encontramos una serie de herramientas que facilita a los operarios realizar su trabajo.

3.6.1 Localizador de Fugas.



El localizador de fugas es de fácil de uso. Ha sido ergonómicamente diseñado para ajustar a su mano. Gracias a su manguera resistente se puede mantener la posición manualmente.

Una alarma sonora le permite orientarse hacia la fuga. La luz indicadora es especialmente útil cuando se trabaja en ambiente con mucho ruido.

3.6.2 SPX Robinair AC1234. Estación de carga A/C preparada para el nuevo refrigerante.



SPX Robinair AC1234 es la primera estación de servicio de aire acondicionado de Robinair preparada para el mantenimiento y las reparaciones en sistemas de aire acondicionado móviles que usan el nuevo refrigerante R-1234yf (incluidos vehículos eléctricos e híbridos).

En el campo de la climatización, el producto insignia de SPX-Robinair es la nueva SPX Robinair AC1234 para aire acondicionado, que

utiliza R-1234yf. Para el resto de vehículos (incluidos los eléctricos e híbridos) que utilizan el refrigerante 134a, la mejor opción es utilizar la AC788PRO o para aplicaciones más intensivas, la AC790.5

Utiliza una técnica de recuperación innovadora para recuperar 99% del refrigerante (el estándar del sector es 85%). Esto representa una menor contaminación atmosférica y, especialmente, un ahorro en costes de refrigerante tanto para el OE como el taller, ya que el nuevo refrigerante costará unas diez veces más que el que se utiliza en la actualidad.

Robinair AC1234 está disponible con un analizador de refrigerante (que se muestra a la izquierda) que se puede montar en el interior o el exterior. El analizador proporciona una señal ÉXITO o ERROR tras haber recibido y analizado el gas de muestra. Si la indicación es ÉXITO, la estación de servicio de A/A podrá iniciar la parte de recuperación del servicio de A/A; si la indicación es ERROR, la estación de servicio no podrá recuperar el refrigerante.

La Robinair AC1234 se ha diseñado para funcionar con la máxima eficiencia y velocidad: este tiempo de ciclo mejorado resulta en un ahorro de energía del 20%, lo que ahorra costes y reduce su impacto medioambiental.

3.6.3 Bombas de vacío de alto rendimiento CooTech SPX Robinair.



Energía y capacidad para una amplia gama de aplicaciones de servicio. Nota CFM de alta para la evacuación rápida y completa.

Desplazamiento de Aire Libre: 93 litros por minuto.

Fábrica de Micron Valoración: 20 micras.

Características

Nº de etapas: 2.

Consumo de montaje: 1 / 4 MFL y 1 / 2 Acme.

Capacidad de aceite: 15 oz (445 ml).

Tamaño del motor: 1 / 3 hp.

Voltaje: 115V/220V-250V 50/60 Hz.

Aprobaciones: CE.

Peso #: 29 lbs. (14,5 kg).

Dimensiones: 9.5 x 5.5 W x 15 L (247mm x 142mm x 381mm).

Diseño bietápico rotativa de paletas.

⁵ <http://www.autotools.co/productos/equipos-para-aire-acondicionado/spx-robinair-ac1234-estacion-de-carga-a-c-preparada-para-el-nuevo-refrigerante.html>

3.6.4 R-744 (Dióxido de Carbono, CO₂)

Otro de los candidatos a sustituir los actuales gases refrigerantes es el CO₂. Se trata de uno de los conocidos como refrigerantes naturales, una sustancia que se encuentra en la atmósfera. Este gas no ataca la capa de ozono y su potencial de calentamiento global es el más bajo de todos (PCG=1), ya que se trata del gas de referencia.

Presenta problemas respecto a sus propiedades termodinámicas y las consecuencias que provoca en el diseño del circuito de refrigeración. Los sistemas basados en CO₂ trabajan con presiones de entre 70 y 80 bares a la salida del compresor y tienen menor rendimiento que los basados en R-134a cuando la temperatura exterior es elevada, consumiendo, en estos casos, mayor potencia por parte del compresor. Otro inconveniente es la detección de fugas de CO₂ por medios electrónicos, ya que la simple espiración humana también contiene CO₂. El problema se puede solucionar añadiendo al gas algún tipo de trazador. Su utilización no conlleva, sin embargo, toxicidad ni inflamabilidad.

3.7 ENTORNO DEMOGRAFICO.

El Censo 2005 dejar ver una nueva realidad demográfica. Para optar por datos reales del crecimiento de la población colombiana es muy importante tener en cuenta la siguiente información.

Los estudios demográficos del DANE revelan que la población colombiana entre el 2005 y 2010 crecerá a una tasa media anual de 1.18%, lo que significa que al Terminar el quinquenio Colombia tendrá una población de 45.508.205.

El DANE culminó los estudios de Proyecciones de Población a nivel nacional y departamental. Los principales indicadores demográficos para el quinquenio 2005-2010 muestran una tasa bruta de natalidad de 19.86 por mil (aproximadamente dos nacimientos por minuto), una tasa bruta de mortalidad de 5.81 por mil (aproximadamente una defunción por cada dos minutos) y tasa de migrantes neta de -2.26 por mil.

Estos resultados le permitirán a país disponer de estadísticas demográficas a nivel nacional y departamental por edades simples (0 a 24 años) así como para los grupos quinquenales de edad, para el período 2006-2020.

Los principales hallazgos para el quinquenio 2005-2010 se presentan a continuación:

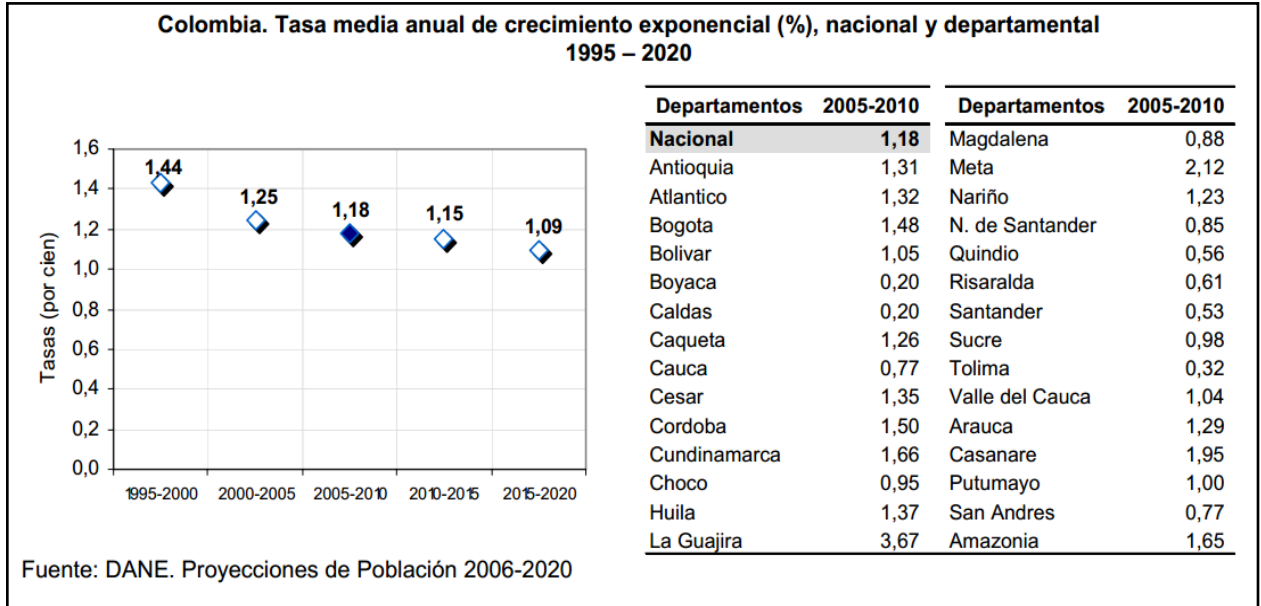


Grafico N° 24

3.8 ENTORNO CULTURAL.

Las ventajas que se tiene en el norte del departamento es el clima porque es propicio a las personas que tienen vehículos familiares tienden a utilizar con frecuencia el aire acondicionado cuando se transportan en él, la climatización al interior paso de ser un artículo de lujo a un producto de uso tan necesario como cualquier prenda de vestir.

De hecho en el mercado de vehículos ofrece una creciente gama de modelos donde vienen equipados con su respectivo climatizador interno.

Hay un mercado que se está abriendo es el del transporte local, donde los buses de servicio público están mejorando las condiciones en el sentido de tener un valor agregado a sus clientes por instalar aires acondicionado en sus vehículos.

También está generando que las demás empresas hagan lo mismo y debido a esta acción su tarifa ha sido la causa para que las personas paguen completo su pasaje. Los taxis quieren generar un buen servicios a sus cliente y están utilizando el aire acondicionado logrando que las personas se sientan cómodas mientras llegan a su destino.

Parámetros climáticos promedio de Neiva, Colombia [ocultar]													
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Temperatura diaria máxima (°C)	32.8	32.8	35.0	33.9	32.2	32.8	33.3	34.4	34.4	32.2	31.1	31.7	33.1
Temperatura diaria mínima (°C)	22.2	22.2	23.2	23.5	22.2	21.7	22.2	22.8	22.8	22.2	21.7	21.7	22.6
Precipitación total (mm)	109.2	106.7	124.5	147.3	109.2	50.8	43.2	30.5	58.4	213.4	208.3	142.2	1343.7

Grafico N° 25

En el grafico se observa el grado de calentamiento que se vive en un periodo de un año.⁶

Es importante informar que a través del daño ambiental que se ha causado en todo este tiempo por causa de la contaminación que genera las industrias y más aun los productos producidos a base de petróleo como los hidrocarburos es decir emisiones de gases que son arrojados al ambiente formando deterioro a la capa de ozono. Por lo tanto se quiere cambiar una costumbre de fabricar los vehículos impulsados por energía eléctrica es decir que a largo plazo y según los importadores de dichos vehículos lleguen al país.

3.9. ENTORNO JURIDICO.

3.9.1 Estatuto del consumidor Ley 1480 del 2011.

Se tendrá como la protección que tienen los clientes al comprar o solicitar un servicio debido al nuevo Estatuto del Consumidor, el cual entrará a regir con vigencia a partir del próximo 12 de abril de 2012.

Dentro de los principios generales, esta ley que beneficia a todos los colombianos, decreta:

1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
3. La educación del consumidor.
4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.
5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia.

⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Neiva>

Por lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio informa quien incumplan será acreedor de una sanción económica hasta de 1.000 millones de pesos a la empresa, cuando el monto tope vigente antes era de 50 millones. También se puede ordenar el cierre del establecimiento de comercio. El organismo también puede prohibir, temporal o definitivamente, la producción o venta de un producto. Y pueden ser sancionadas con una multa personas naturales, cuando se detecta que son quienes, en una empresa, desconocen los derechos del consumidor. Además de la sanción a la empresa, se le puede fijar una sanción personal que va hasta los 150 millones de pesos.

Como ente encargado de velar por los derechos del consumidor, con el fin de darle un mejor entendimiento a los contenidos, derechos, novedades e impacto que tiene este nuevo Estatuto, implementará nuevos canales de acceso a la información académica de dicha ley, por lo cual diariamente informará un dato de interés general para la opinión pública, los medios de comunicación y los consumidores del país, programando también eventos y conversatorios del mayor nivel con todos los organismos, sectores y público en general para garantizar el entendimiento total de la norma.

En este momento se debe cuidar muy bien la imagen de CENTRO AIRES, porque hay la posibilidad de tener fallas y presentar algún tipo de reclamos por parte de los clientes y estar muy atentos a prestar en el menor tiempo la solución del problema. Así mismo se puede evitar futuras sanciones por parte del ente encargado.

3.9.2 Ley anti trámite Decreto ley 19 de 2012.

A partir de hoy solo se exigirán trámites cuando sea estrictamente necesario", aseguró el mandatario, quien añadió que "en Colombia confiamos en nuestra gente, en su buena fe".

La nueva norma simplifica y en otros casos elimina varios procedimientos, lo que hará la vida más amable a los ciudadanos. "El objetivo de todo esto se resume en una frase: menos trámites y mejor servicio para los colombianos", agregó Santos.

El Jefe de Estado destacó que con esta ley son tres los grupos beneficiados: ciudadanos de a pie, los empresarios y las entidades públicas. En materia de Comercio Exterior, anunció que se buscará hacer más eficiente la Ventanilla Única, que hasta ahora ha sido una gran herramienta para todos los trámites de los importadores.

Mejorar la calidad de vida de los colombianos y establecer alianzas entre las distintas entidades del Estado, es el principal objetivo que busca la Ley antitrámites instaurada a principios de este año. Entre los principales beneficiados estarán los emprendedores interesados en crear empresa y aquellas microempresas, negocios o establecimientos que aún no se han formalizado ante los estamentos legales.

Según el Ministerio de Industria y Comercio se abolirán 70 trámites innecesarios que le hacían perder tiempo y dinero a los empresarios. Estos procedimientos serán suplidos, gracias a la unificación de la información de entidades del Estado y la utilización de las herramientas tecnológicas. La competitividad y el aumento de la formalización de muchas empresas es la principal consecuencia de esta Ley, en el sector económico y comercial. La medida según Julián Domínguez, presidente de Confecámaras, ayudará a la creación de por lo menos 10 mil nuevas empresas en 2012.

Otro de los cambios dentro las prácticas en la compañías, será el de la digitalización de todos los documentos, potenciando el uso de las nuevas tecnologías de la información, a través de formatos electrónicos y sistemas de gestión documental.⁷

En términos contables los avances se evidenciarán en los siguientes aspectos:

Libros de contabilidad: a partir del decreto los comerciantes llevarán los libros de manera digital, evitando archivar grandes cantidades de papel.

Estados financieros: si los Estados Financieros son presentados ante la Superintendencia de Sociedades, no será necesario mostrarlos ante las Cámaras de Comercio.

Ventanilla única: a partir del 31 de mayo de este año, las solicitudes de exportaciones e importaciones se podrán realizar por la Ventanilla Única de Comercio Exterior, con un plazo máximo de 3 días de respuesta.

Cajas de compensación: el tiempo de afiliación es más corto, estas entidades tienen un plazo máximo de 3 días para notificar una aprobación o rechazo de una solicitud de afiliación.

Información tributaria: la presentación de la declaración del régimen común por parte de las personas naturales y jurídicas se podrá realizar de manera electrónica a partir de julio, al igual que la actualización de la información del RUT.

Incapacidad: en este caso la solicitud de incapacidad, es responsabilidad del empleador, para evitar la pérdida de tiempo del trabajador.

⁷ <http://www.circuloempresariosune.com/index.php/blog-administrador/item/199-ley-antitr%C3%A1mites-menos-tiempo-menos-gastos.html>

3.9.3 Ley Ambiental. Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007.

Colombia cuenta con una legislación ambiental bastante fuerte pero que pocas empresas conocen y cumplen a cabalidad, por lo cual el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental.

La Ley suscita: “Todas las empresas a nivel ambiental deben tener un departamento de gestión ambiental dentro de su organización para velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental de la República,” según lo anterior se exige la implementación de un Departamento de Gestión Ambiental en las empresas medianas y grandes, que tengan código CIU industrial, es decir que su operación económica este reglamentada y estandarizada a nivel internacional, por lo cual se ven obligadas a tener este departamento, “lo importante es que todas las empresas independientemente de su tamaño cumplan con la norma ambiental, es decir, con las leyes, decretos y resoluciones que tiene que ver con el monitoreo e impacto ambiental que puedan tener” dijo Hildegard Heins Gerente de Equilibrium Consulting Group.

La Sentencia 486 de la Corte Constitucional del 22 de julio de 2009, excluye a las micros y pequeñas empresas de cumplir esta regla, ya que la implementación de esta norma ambiental requiere de una inversión económica que pone en riesgo su viabilidad y rentabilidad.

Esta ley no plantea sanciones, estas deben ser impuestas por cada autoridad departamental teniendo en cuenta las fechas establecidas, en Bogotá, por ejemplo, la Secretaría de Ambiente ya cerró las fechas de registro de los Departamento de Gestión Ambiental, el procedimiento a seguir por parte de la Secretaría, es el seguimiento a las empresas que registraron sus departamentos y las visitas a las empresas que no hayan inscrito su departamento para conocer el motivo de porque no lo hicieron.

El decreto 1299 de 2008 que trasciende la norma, en uno de sus artículos habla de la obligación de las empresas de tener sistemas y proyectos que contribuyan al aumento de su sostenibilidad de manera continua, evaluando la implementación de proyectos que busquen disminuir el impacto ambiental de las actividades de la empresa y la creación de conciencia.

Sean grandes, medianas, pequeñas o micro empresas todas deben tomar conciencia de la importancia de preservar el medio ambiente, del uso adecuado de los recursos naturales y de iniciativas que contribuyan a disminuir las causas de actividades que atentan contra la preservación de éste.

3.9.3 Seguridad y Medio Ambiente.

El taller, para realizar las reparaciones, toma medio ambiente directo o indirectamente una serie de recursos que utiliza y transforma. Finalmente, aquello que ya no es útil, lo desecha de nuevo a la naturaleza. Cuando se conocen estas actividades y su repercusión ambiental es más fácil comprender la causa de los requerimientos legales.



Grafico N° 26

Sistema de gestión ambiental (buenas prácticas ambientales)

Centro aires no tiene establecido la implementación de un sistema gestión ambiental para que de esta manera se puede realizar.

- ✓ El SGMA, mejora la gestión de los recursos produciendo ahorro en el consumo de agua, energía y otras materias primas, al llevar sobre ellos una gestión eficiente.
- ✓ Disminuye el riesgo de accidentes medioambientales y por tanto, una menor afectación al medio ambiente y un ahorro de los costes derivados.
- ✓ Un SGMA, implica el conocimiento de la legislación medioambiental y el cumplimiento de ésta. Este hecho disminuye la posibilidad de recibir sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.
- ✓ Con la implantación de un SGMA, se consigue una mejora de la calidad de los servicios que se puedan prestar en las entidades y una mejora de la eficacia en el desarrollo de sus actividades gracias a la definición y documentación de procedimientos e instrucciones de trabajo y la adopción de medidas correctoras preventivas.

Decreto 4741 de 2005

Objeto: busca prevenir la generación de residuos o desechos peligrosos, así como regular el manejo de los residuos o desechos generados, con el fin de proteger la salud humana y el ambiente.

Alcance: las disposiciones se aplican en el territorio nacional a las personas que generen, gestionen o manejen residuos o desechos peligrosos. Obliga a todas las personas que manejan sustancias químicas peligrosas para el medio ambiente a conocer y aplicar medidas en cuanto a la generación y manejo de las sustancias residuales. En el caso del sector, aplica para las sustancias refrigerantes residuales producto del uso de los diferentes refrigerantes utilizados en los servicios de mantenimiento de sistemas de refrigeración y aire acondicionado-, que, al final, se convierten en un peligro eminente para el medio ambiente y en especial para el deterioro de la capa de ozono.

Normas técnicas internacionales

ANSI/ASHRAE

Objetivo: el American Standard ANSI / ASHRAE 34 publicado en el año 2001 y titulado “Designation and Safety Classification of Refrigerants” es una clasificación que permite asignar de forma clara y con reconocimiento internacional los nombres y grupos de seguridad de todos los refrigerantes usados, según su composición química.

ISO: 7,10, 22, 32, 68, 220

Objetivo: la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) estableció desde 1975 el Sistema para especificar la viscosidad de los aceites industriales mediante un número estándar que se agrega al final del nombre de todos los aceites industriales, incluidos los usados en refrigeración.

ARI 740, ISO 11650

Objetivo: el Instituto de Refrigeración y Aire Acondicionado (ARI) de los Estados Unidos formuló este estándar para establecer métodos de prueba con el fin de definir y evaluar el funcionamiento de equipos de recuperación y/o reciclaje frente a niveles de pureza o contaminación, capacidad, velocidad y pérdidas por purga para minimizar la emisión a la atmósfera de refrigerantes de referencia.

Alcance: aplica para equipos de recuperación y/o reciclaje de refrigerantes puros, mezclas azeotrópicas y zeotrópicas y sus contaminantes normales presentes en los sistemas de refrigeración y aire acondicionado. Este estándar define el equipo de prueba, procedimientos de muestreo y técnicas analíticas que serán usados para determinar el funcionamiento del equipo de recuperación y/o reciclaje de

refrigerantes hidrocarburos halogenados y mezclas que contienen hidrocarburos halogenados.

Guía Q – ARI

Objetivo: esta guía de referencia, expedida por el Instituto de Refrigeración y Aire Acondicionado –ARI- de los Estados Unidos, sobre recuperación de contenido y reciclaje apropiado de cilindros de refrigerante ofrece un procedimiento para recuperar el contenido y posterior reciclaje de cilindros.

Guía K – ARI

Objetivo: esta guía de referencia, expedida por el Instituto de Refrigeración y Aire Acondicionado –ARI- de los Estados Unidos, trata sobre recipientes o contenedores para refrigerantes halogenados no inflamables recuperados y describe buenas prácticas, útiles para quienes suministran, usan, almacenan y transportan este tipo de recipientes.

Alcance: aplica para recipientes con presiones de servicio no mayor a 400 psig en almacenamiento y transporte de refrigerantes halogenados no inflamables recuperados. No aplica para recipientes a presión fabricados con las especificaciones de la American Society of Mechanical Engineers –ASME- que no hayan sido aprobados por el Departamento de Transporte Americano –DOT.

Guía N – ARI

Objetivo: esta guía de referencia, expedida por el Instituto de Refrigeración y Aire Acondicionado (ARI) de los Estados Unidos, asigna colores para los recipientes de refrigerantes. Así mismo, establece definiciones y consideraciones básicas para el desarrollo de la guía de colores y sus criterios de asignación.

4. COMPETENCIA.

CENTRO AIRES cuenta principalmente con tres competidores directos, los cuales son muy reconocidos en la ciudad de Neiva por el trabajo y las marcas de vehículos que manejan. Además la trayectoria que llevan laborando en la región los hace que sean talleres de alto nivel de competencia. Tienen ventaja competitiva porque están sujetas a los cambios tecnológicos que exigen el mundo actual. También operan de manera integral ya que prestan el servicio de solución inmediata a todas las necesidades que requiera la reparación de cualquier parte del vehículo.

4.1 AUTOCENTRO.

Es una empresa de sociedad Limitada con Nit 8130084997, cuyo representante legal es el Señor Carlos Alberto Piedradita. La organización esta dedica a la prestación de servicios especializada en el mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos automotriz. Se encuentra ubicada en la calle 3 N. 5-84 centro.

Objetivos Futuros: La obtención de certificación en ISO 9000:1, NTC 6001 y OSHAS 18001. Puesta en marcha la concesión que adquirieron con FIAT Y HONDA son los mayores retos. Igualmente la ampliación de sus instalaciones con dos nuevas bodegas las cuales serán utilizadas como talleres de vehículos pesados tendrá un gran portafolio de productos y servicios para consecución de nuevos negocios en el sector Automotriz.

Estrategia Actual: Profesionales en Mecánica Automotriz para todas las marcas del mercado. Cuenta con servicio de scanner, banco de enderezado de lámina, latonería y pintura, inspección y marcación del vehículo. Con respecto a la manera de operar informan que logran tener contratación directa con todas las aseguradoras del Departamento del Huila. Así mismo con varios contratos de prestaciones de servicios con empresas del estado y privadas.

En la selección de personal, la empresa los contrata directamente a través de contrato a término fijo. También utiliza un proceso de selección para mirar las capacidades y experiencia de las personas convocadas.

4.2 MORENO Y CIA LTDA.

Es una organización de tipo sociedad limitada identificada con Nit 813001611-4, representada legalmente por el Ingeniero Robinson Rojas García. La dirección donde está ubicada es la calle 15 No 4-86 y llevan instalados en la región hace 15 años de servicio. Por lo cual el objeto social es la comercialización de autos nuevos y usados, mantenimiento de partes, piezas autopartes, accesorios de lujo para vehículos automotores.

Objetivos Futuros: La empresa conserva una trayectoria en el mercado. La creación de empleos e innovando en el servicios, mejorando la calidad en el trabajo y desarrolla un desempeño que la caracteriza.

Estrategia Actual: Tiene como estrategias la implementación de servicios en mantenimiento de automotores marcas chinas (Jac, Cherry, chana, Geely, Byd). Por esta razón utilizan nuevas tecnologías en mantenimiento a fin de ser competitiva en el campo automotriz.

Así mismo forman parte de las estrategias, la consolidación de alianzas con las aseguradoras y empresas del estado por medio de licitaciones. El propósito es de presta el servicio de mantenimiento correctivo y preventivo en general a las diferentes marcas de vehículos que conforman el parque automotor de la Fiscalía General de la Nación-Seccional Neiva. Para esto se le suministrar los repuestos originales y homologados nuevos y así tener confianza con el cliente.

Supuestos: En el último período de operaciones la empresa ha implementado estrategias para el posicionamiento en mantenimiento, basadas en la calidad de los materiales, servicios post-venta y licitaciones que han marcado una gran diferenciación. La empresa posee un nivel de endeudamiento: $\$154.756.541/466.035.840 = 33,20\%$

El nivel de endeudamiento de la empresa es del 33,20 %, lo que nos indica que cumple con lo estipulado en los términos de referencia que es menor o igual al 70%. Capital Neto: $\$316.391.943/154.756.541 = 2,04\%$. La Empresa posee 2,04 para su capital neto de trabajo. Cumple para toda clase de licitaciones, por tal razón se toma como referencia los cálculos del grupo y la participación en el mercado global es del 38%.

Capacidades: La organización posee una adecuada infraestructura física de aproximadamente 1.279 metros cuadrados. Tiene un horno de pintura, escáneres modelo 2008 la cual lo consideran un punto fuerte. Cuenta con una planta de personal de 23 personas de las cuales 10 son por contrato indefinido y trece por contrato fijo a un año. Como puntos débiles se notó la falta de visión de parte del representante legal y la falta de estrategias de mercadeo.

4.3 CAESCA S.A.

Es una empresa de responsabilidad de sociedad anónima dedicada principalmente al comercio de vehículos automotores de marca Chevrolet ya sean nuevos y usados. También se ocupa en prestar servicios mecánico automotriz, está se ubica actualmente en la Avenida 26 # 35-96 y calle 21 # 4-50.

Por otro lado tiene otras sucursales ubicadas en el municipio de Pitalito y en la ciudad de Florencia. Tiene 18 años de labores operativas en la ciudad. Se tuvo como referencia de la información por medio de una entrevista ofrecida por la Doctora Pilar del Roció Muñoz Montero, se logran identificar los siguientes aspectos:

Objetivos Futuros: Ser líderes en la posventa de vehículos de carga pesada y única en tener los mejores talleres en alta tecnología para este ramo.

Estrategia Actual: En estos momentos cuentan con unos de los mejores talleres para vehículos livianos y en concreto con la más alta calidad. La ubicación es muy estratégica la cual le permite realizar los despachos de manera oportuna. Igualmente compraron la concesión junto con el previo en el cual hoy en día tienen establecido su base de operaciones. Caesca S.A es una empresa dedicada a la posventa de vehículos nuevos y usados se esmera por sacar nuevos planes utilizando lo último en tecnología. El reto del taller es entregar un producto terminado en excelentes condiciones.

Supuestos: La empresa tiene un alto respaldo financiero por la cual se considera que presenta excelente clima organizacional. La satisfacción en el posicionamiento no es convincente, porque la atención de siniestros en la ciudad de Neiva no es adecuada. Esto se debe a que el cargo de los daños causados por choque promovido por los automóviles nuevos o usados. Para ejecutar la póliza de reparación por daños, se tiene como requisito que los vehículos deben ser comprados en la ciudad de Neiva o Florencia para que la garantía los respalde.

También se tiene en cuenta la información de la Cámara de Comercio de Neiva donde indica que Caesca registró en el 2008, lo cual fue una utilidad neta de \$2.805.466 miles de millones. Ahora bien los cálculos del grupo automotriz indican que la participación en el mercado global es del 54%.

El pensado invertir en la compra del predio que esta frente del centro comercial San Pedro Plaza para abrir una vitrina y taller de vehículos pesados de la marca Chevrolet.

Capacidades: La tecnología implementada en los talleres son canales de respaldo y el espacio físico del taller son ventajas que los hacen competitivos, además de eso, Como debilidad se notó que las relaciones en atención al cliente son bajas. La parte publicitaria es muy alta lo cual es una estrategia de marketing. En cuanto la parte organizacional la línea de mando se ve claramente las responsabilidades de cada cargo.

5. PLANEACION ESTRATEGICA.

La organización CENTRO AIRES sea a planteado de forma estratégica elaborar la siguiente matriz que son de evaluación del factor interno (EFI), para determinar con mayor aprecio las debilidades y fortalezas extraídas del diagnostico interno de la empresa. También se realiza la matriz de evaluación del factor externo (EFE), donde se encuentran las oportunidades y amenazas presentes en el mercado.

5.1 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR INTERNO (EFI).

FACTORES	PESO (A)	CALIFICACIÓN (B)	PONDERADO (AxB)	%
FORTALEZAS				
1. Ubicación de la organización.	7	4	28	10,48689139
2. Reconocimiento del propietario Alex Pedraza Rocha.	10	3	30	11,23595506
3. Calidad de la Mano de obra.	8	4	32	11,98501873
4. Capacidad de endeudamiento.	5	4	20	7,490636704
5. Liquidez.	11	4	44	16,47940075
6. Mano de obra estable.	7	3	21	7,865168539
7. Relaciones con los clientes.	4	3	12	4,494382022
8. Servicio a domicilio.	3	3	9	3,370786517
DEBILIDADES				
1. Atención en el servicio al cliente.	9	2	18	6,741573034
2. Distribución del espacio físico de la planta.	10	2	20	7,490636704
3. Carece de tecnología.	7	2	14	5,243445693
4. Organización en la	9	1	9	3,370786517

gestión de la información.				
5. Falta de publicidad y promociones.	6	1	6	2,247191011
6. No hay frecuentes capacitaciones a la mano de obra.	4	1	4	1,498127341
TOTAL	$\Sigma=100$		$\Sigma= 267$	100 %
<p>Instrucciones:</p> <p>1. Listar los factores internos claves, incluyendo tanto debilidades como fortalezas.</p> <p>2. Asignar un peso a cada factor dentro del rango 0 (nada importante) a 100 (muy importante). La sumatoria de todos los factores debe totalizar 100.</p> <p>3. Asignar un calificación de 1 a 4 a cada factor, para indicar el grado de fortaleza o debilidad que representa a la empresa.</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>Debilidad mayor = 1 Debilidad menor = 2 Fortaleza menor = 3 Fortaleza mayor = 4</p> </div> <p>4. Multiplicar cada peso del factor por su calificación para determinar el ponderado de cada factor.</p>	<p>Análisis:</p> <p>El resultado (peso), que nos arrojó la matriz anterior de factor interno que la empresa CENTRO AIRES es de 267, lo que nos indica que la organización cuenta con un conjunto de capacidades sobre la cuales puede construir una ventaja competitiva. Así debe seguir mejorando para lograr que las fortalezas que permitan desempeñarse de manera eficaz a nivel interno. Por otro lado las debilidades deben corregir a corto y largo plazo para llegar a ser más competitivos.</p>			

5.1.1 FORTALEZAS.

Ubicación de la organización: Se encuentra en la calle 3 N° 5 – 110, es el sector céntrico de la ciudad de Neiva. Por lo tanto en su alrededor se halla el auge de los almacenes de repuestos de vehículos como también de lujo. Además hay varios talleres que prestan en el servicio de mecánica, latonería y pintura.

Reconocimiento del propietario Alex Pedraza Rocha: Alex propietario de la empresa llegó a tener el reconocimiento a través de la experiencia. Esto se debe porque cuando empezó como dependiente dio lo mejor de su trabajo dando ejemplo y fomentando el Good Will.

Calidad de la Mano de obra: Esta representa la parte operativa de la organización. Por tal razón los empleados son personas allegadas al propietario y que han sido instruidos por él mismo. Ya en la parte administrativa que es manejada por la señora esposa Olga Liliana Solano y la secretaria que es una persona estudiante universitaria.

Capacidad de endeudamiento: La organización cuenta con capital para sufragar deudas a corto plazo. Esto significa que puede optar por solicitar préstamo o encargar productos y servicios con tranquilidad.

Liquidez: La solvencia con que cuenta la organización se debe que no cuenta con cartera en mora de los clientes. Otro motivo es porque en la ejecución de la prestación de servicio los clientes leales pagan en efectivo.

Mano de obra estable: El personal que trabaja en CENTRO AIRES son parientes muy cercanos. Entonces permite que no tenga contratiempo de estar cambiando constantemente los empleados más aun en lo que corresponde a la parte operativa.

Relaciones con los clientes: Los clientes que ingresan a la organización están informados por el buen trabajo y el nivel de confianza que genera el propietario.

Servicio a domicilio: Es la forma que trabaja Alex Pedraza al realizar este servicio a grandes talleres de concesionarios cuando es requerido. Esto se debe a que en ocasiones están muy recargados y solicitan el trabajo de un experto de confianza.

5.1.2 DEBILIDADES.

Atención en el servicio al cliente: La organización aun no ha formado a los empleados en como diseñar un sistema de atención al cliente. Por consiguientes el cliente en el momento que llega a la organización a solicitar los servicios de CENTRO AIRES, no cuenta con un sitio adecuado donde puedan esperar con tranquilidad la ejecución del servicio.

Distribución del espacio físico de la planta: No hay una distribución adecuada del espacio que cuenta la organización. Por lo cual permite que los empleados trabajen bajo la intemperie y en el lugar queden muy estrechos. También cuenta con una parte donde se encuentra objetos que ya no utilizan y los tienen arrumado, dejando así aprovecharlo en otra actividad que beneficie la organización.

Carece de tecnología: La falta de una aplicación de tecnología computarizada, para que el proceso de administrativo no cuenta con un software especializado para llevar de una forma eficiente el manejo de los inventarios y en general la

contabilidad de la empresa. También a los mecánicos cuando desarrollan la prestación del servicio deben contar con herramientas digitales y que sean acertados en el diagnóstico para que faciliten la ejecución del trabajo.

Organización para la gestión de la información: Es de observar que no hay un sistema integral de la información. Por la cual solo están registrando los inventarios, ingresos de caja, datos de clientes, en una improvisada tabla Excel que permite guardar en el PC.

Falta de publicidad y promociones: No hay uso de los medios de publicidad que existen en el mercado local. Esto con el fin de que la organización planee llevar promociones y bajos precios para atraer nuevos clientes.

No hay frecuentes capacitaciones a la mano de obra: Centro Aires no cuenta con ciclos de capacitación a los empleados. Por consiguiente no pueden estar actualizados de los nuevos modelos de vehículos que salen de las grandes marcas al mercado.

5.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (EFE).

FACTORES	PESO (A)	CALIFICACIÓN (B)	PONDERADO (AxB)	%
OPORTUNIDADES				
1. Cultura en el uso del vehículo.	11	4	44	16,98841699
2. Aumento de la temperatura.	13	4	52	20,07722008
3. Inversión extranjera.	5	4	20	7,722007722
4. Tecnología.	6	3	18	6,94980695
5. Crecimiento económico.	7	4	28	10,81081081
6. Unidad política.	3	3	9	3,474903475
7. TLC.	5	3	15	5,791505792
AMENAZAS				
1. Plan de ordenamiento territorial de Neiva.	10	1	10	3,861003861
2. Legislación ambiental.	11	1	11	4,247104247
3. Violencia urbana.	6	2	12	4,633204633
4. Altos precios del petróleo.	8	2	16	6,177606178
5. Aparición de fuerte competidor.	9	2	18	6,94980695
6. Cambio tecnológico de los nuevos modelos de vehículos.	6	1	6	2,316602317
TOTAL	∑=100		∑= 259	100 %

<p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Listar los factores externos claves, incluyendo tanto oportunidades como amenazas. Asignar un peso a cada factor dentro del rango 0 (nada importante) a 100 (muy importante). La sumatoria de todos los factores debe totalizar 100. Asignar un calificación de 1 a 4 a cada factor, para indicar el grado de fortaleza o debilidad que representa a la empresa. <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>Amenaza mayor = 1 Amenaza menor = 2 Oportunidad menor = 3 Oportunidad mayor = 4</p> </div> <ol style="list-style-type: none"> Multiplicar cada peso del factor por su calificación para determinar el ponderado de cada factor. 	<p>Análisis: El resultado (peso), que nos arrojó la matriz anterior de evaluación externa sobre la empresa CENTRO AIRES fue de 259, lo que nos indica que la organización cuenta con un conjunto de oportunidades que son el crecimiento económico del país, el alto consumo de vehículos, las altas temperatura del ambiente de la ciudad de Neiva, que pueden hacer que dicha organización sea más competitiva en el mercado de la región. Por lo tanto las amenazas deben procurar estar al tanto de los cambios acelerados de la economía global más aun en la tecnología.</p>
---	---

5.2.1 OPORTUNIDADES.

Cultura en el uso del vehículo: Para las personas se ha convertido en una necesidad en tener vehículo para trasportarse a lugares de trabajo o pasear con la familia. También el cliente busca en un auto seguridad, confort, fuerza, espacio para disfrutar los viajes de mayor distancia.

Aumento de la temperatura: Las altas temperaturas que se viven actualmente en la ciudad de Neiva son insoportables. Por lo tanto para las personas que utilizan su vehículo están a disposición de encender el aire acondicionado y climatizar el interior del mismo.

Inversión extranjera: Unos de los proyectos que está trabajando a mano de empresa extranjera es el proyecto hidroeléctrico El Quimbo. Otras importantes son las empresas petroleras que vienen trabajando en el departamento del Huila.

Tecnología: En otros países de América Latina se adelanta proyectos de investigación donde se utilizan mejores herramientas para la práctica del mantenimiento de aires acondicionados.

Crecimiento económico: En Colombia en los tres últimos años ha venido con un aumento en su PIB, favoreciendo a las empresas nacionales. Además de tener buenos resultados en las ventas, también proporciona que el desempleo disminuya y así mismo las personas se incentivan a consumir productos y servicios.

Unidad política: Esta percepción la tiene todos los partidos políticos que buscan tener los mismos intereses en el país. Lo que quiere llegar con la unidad es poder cubrir todas las necesidades del pueblo.

TLC: El tratado de libre comercio que ha culminado por fin es con Estados Unidos. Por tal razón el tema que le interesa a la organización Centro Aires son los vehículos que llegaran pronto a transitar en el país llegando a bajos precios. Aun están en estudio otros TLC con países de Asia y Europa.

5.2.2 AMENAZAS.

Plan de ordenamiento territorial de Neiva: POT como es conocido en la ciudad de Neiva, es el dolor de cabeza de los comerciantes que se encuentran en una parte del sector del Centro. Esto es porque a corto plazo van deben partir del lugar que ocupan actualmente y dirigirse a otro donde ya está ordenado con el Acuerdo 026 del 2009.

Legislación ambiental: Hay que tener en cuenta que la legislación ambiental se está aplicando a través de restricciones y sanciones. Las organizaciones que incumplen deberán corregir aplicar la norma y corregir el daño que se hace al medio ambiente arrojando residuos contaminantes.

Violencia urbana: Es común que los delincuentes están al acecho esperando como aprovechar que el comerciante se descuide para realizar el robo. Esto genera que no tenga confianza el cliente en el sector que se encuentra Centro Aires al temor de ser robados por estos vándalos.

Altos precios del petróleo: En los últimos años sea visto un aumento progresivo del petróleo esto se debe a que los principales países productores han tenido discrepancias políticas y permite que se eleve los precios de los combustibles. Al subir la gasolina puede generar que los propietarios de carros no utilicen el aire acondicionado por el consumo de combustible que se genera al encenderlo.

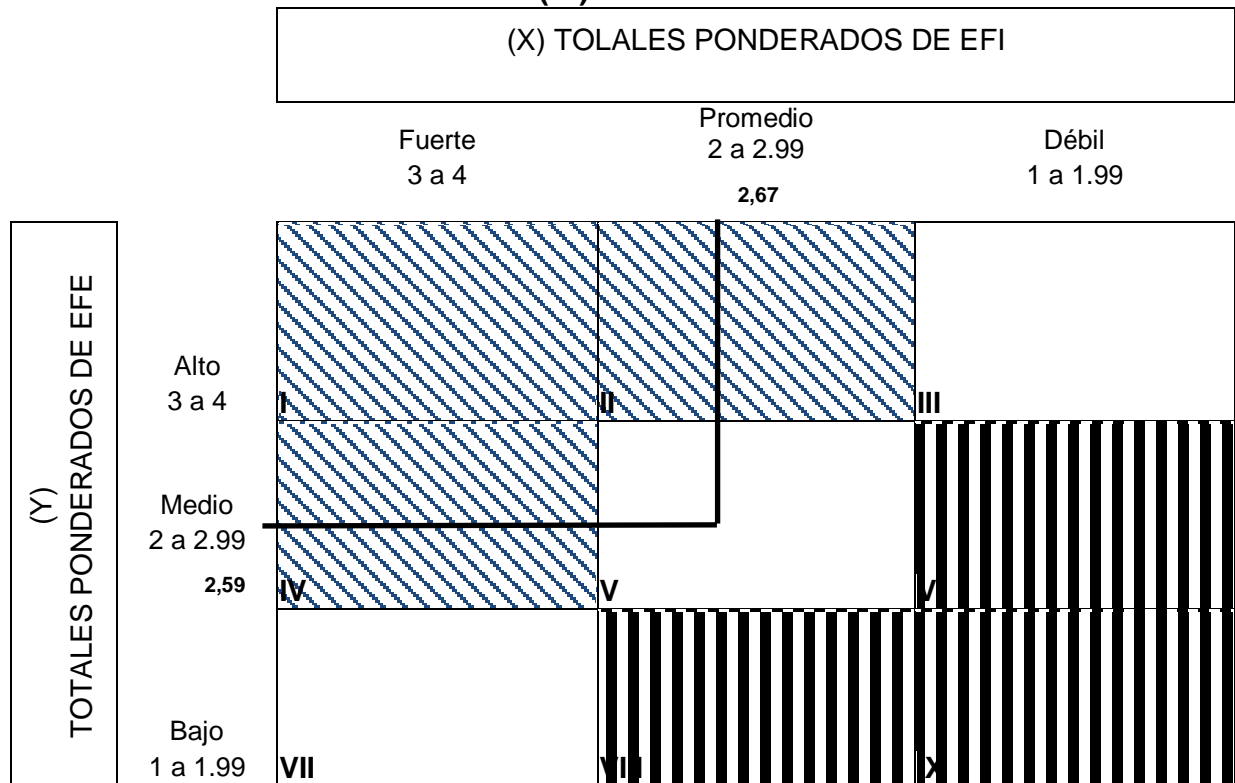
Aparición de fuerte competidor: Al llegar un competidor donde tenga mejor tecnología de punta, herramientas de información y una buena atención. Así mismo permite que los clientes ya no lleguen a Centro Aires porque no ha innovado en los procedimientos.

Cambio tecnológico de los nuevos modelos de vehículos: La implantación de un servicio de aviso mediante SMS a los clientes para avisar de la finalización de la

reparación de su vehículo. Este último servicio se pondrá en marcha cuando finalice la actualización del equipo informático y siempre en colaboración con la empresa operadora de telecomunicaciones.

El posicionamiento del negocio ante futuros cambios en el modelo de movilidad en las ciudades y de las tecnologías. Por tal razón los vehículos híbridos, eléctricos, solares serán cambios drásticos, es decir que los sistemas de climatización serán diferente a los actuales. El mecanismos de seguridad pasiva y activa, relacionados con el ámbito audiovisual: cámaras, sensores que vendrá incorporados en los vehículos son medios que permitan ser exactos en el diagnóstico.

5.3 MATRIZ INTERNA Y EXTERNA (IE)



X= PONDERADOS TOTALES MATRIZ EFI	267/100 = 2,67
Y= PONDERADOS TOTALES MATRIZ EFE	259/100 = 2,59

Interpretación:	Análisis:
<p>I- II- IV: “Avanzar y Defender”. Estrategias Intensivas (penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto. III-V-VII: “Proteger y Mantener”. La penetración en el mercado y el desarrollo del producto. VI-VIII-IX: Cosechar y/o Desinvertir”. Atrincheramiento, desprendimiento o desinversión.</p>	<p>La matriz IE para la organización Centro Aires está ubicada en el cuadrante V, por lo tanto significa que a la organización se invita para que utilice la estrategia de “retener y mantener”. En cierta medida la organización debe continuar en el mercado para crecer en la misma actividad de prestación de servicio especializado teniendo en cuenta el mejoramiento que se debe aplicar a los procesos. Por lo dicho Centro Aires se ha logrado mantener en el mercado, con las acciones implementadas hasta el momento, sin embargo el panorama externo nos muestra que cuenta con muchas oportunidades, que servirán para cumplir con dicha estrategia. Por tal razón permitirá una mayor penetración y crecimiento en el mercado en el que se encuentra.</p>

5.4 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC).

Factores Internos Claves	%	Centro Aires		Caesca S.A.		Auto Centro		Moreno y Cia	
		Calificación	Peso P/DO	Calificación	Peso P/DO	Calificación	Peso P/DO	Calificación	Peso P/DO
1. Participación en el Mercado.	22	3	66	4	88	3	66	3	66
2. Competitividad de Precios.	14	4	56	2	28	3	42	3	42
3. Calidad del Producto.	15	4	60	3	45	4	60	3	45
4. Servicio al Cliente	21	1	21	3	63	3	63	3	63
5. Superioridad Tecnológica.	17	1	17	4	68	3	51	3	51
6. Ubicación.	11	4	44	4	44	4	44	4	44
	$\Sigma = 100$		220		336		326		311

Instrucciones:

- Listar los factores internos claves.
- Asignar un peso a cada factor dentro del rango 0 (nada importante) a 100 (muy importante). La sumatoria de todos los factores debe totalizar 100.
- Asignar un calificación de 1 a 4 a cada factor, para indicar el grado de fortaleza o debilidad que representa cada competidor.

Debilidad mayor = 1
 Debilidad menor = 2
 Fortaleza menor = 3
 Fortaleza mayor = 4

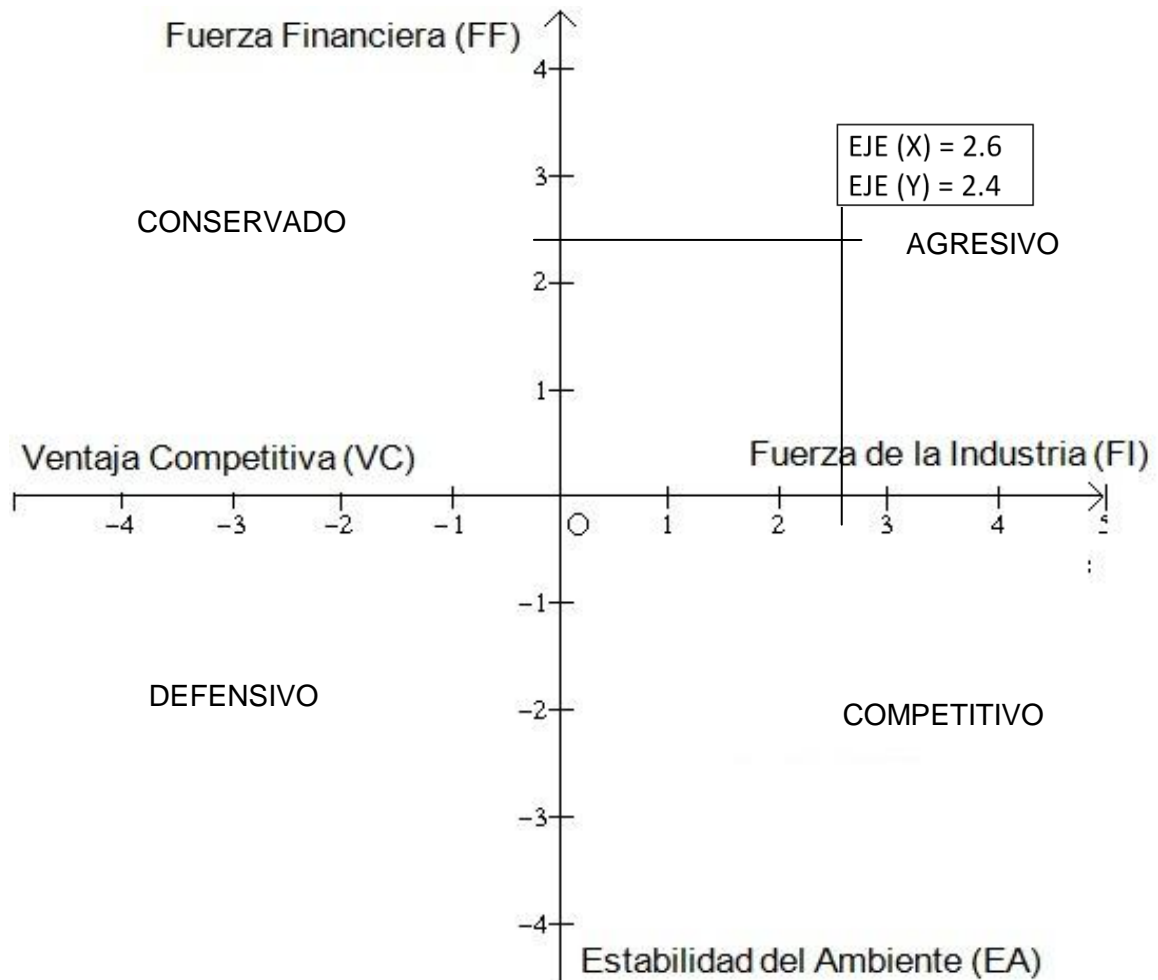
- Multiplicar cada peso del factor por su calificación para determinar el ponderado de cada factor.
- Sumar la columna de los ponderados para cada competidor. Entre más alta la calificación, más amenazante es el competidor.

Análisis: De acuerdo con la Matriz de Perfil Competitivo la organización Centro Aires está ubicada en un nivel estratégico inferior con respecto a los competidores. También se observa que el factor de tecnología y de servicio al cliente es donde se debe enfocar más la atención de Centro Aires ya que la competencia tiene como ventaja en estos factores. La que lleva mejor ubicación con respecto a las demás es Caesca S.A. con un ponderado de 336, Le sigue Auto Centro con 326. Y Moreno y Cía. con 311.

5.5 MATRIZ DOFA.

		Debilidades (D)	Fortalezas (F)
		1. Atención en el servicio al cliente. 2. Distribución del espacio físico de la planta. 3. Carece de tecnología. 4. Organización en la gestión de la información. 5. Falta de publicidad y promociones. 6. No hay frecuentes capacitaciones a la mano de obra.	1. Ubicación de la organización. 2. Reconocimiento del propietario Alex Pedraza Rocha. 3. Calidad de la Mano de obra. 4. Capacidad de endeudamiento. 5. Liquidez. 6. Mano de obra estable. 7. Relaciones con los clientes. 8. Servicio a domicilio.
Oportunidades	1. Cultura en el uso del vehículo. 2. Aumento de la temperatura. 3. Inversión extranjera. 4. Tecnología. 5. Crecimiento económico. 6. Unidad política. 7. TLC.	Estrategias DO	Estrategias FO
		1. Tener software especializado para llevar el registro de inventario, contabilidad, lo cual permite el control de ingreso y salida de los artículos. 2. Rediseñar y distribuir muy bien el espacio físico del taller, donde sea importante los elementos de seguridad para evitar accidentes entre los empleados. 3. Realizar capacitaciones con temas requeridos para la prestación del servicio como es la atención al cliente. También deben implementar actualización de las nuevas tecnologías que se utilizan en el mantenimiento de aires acondicionados. 4. Promover una fuerte campaña en los medios de información locales.	1. Aprovechar el crecimiento de las ventas de vehículos para implementar invertir en nueva herramientas avanzadas que permita ser competitivo. 2. Procurar que los técnicos tengan el pago oportuno de los salarios, que sean afiliados a las prestaciones sociales que exigen la ley. 3. Ampliar el servicio a domicilio no solo a los grandes talleres sino que también llegar a los clientes sin necesidad de llevar el vehículo.
Amenazas	1. Plan de ordenamiento territorial de Neiva. 2. Legislación ambiental. 3. Violencia urbana. 4. Altos precios del petróleo. 5. Aparición de fuerte competidor. 6. Cambio tecnológico de los nuevos modelos de vehículos.	Estrategias DA	Estrategias FA
		1. Mejorar el sistema de inventarios de los artículos, con el fin de identificar las existencias que hay en bodega, asegurando la demanda de los posibles clientes. 2. Mejorar el clima organizacional de la empresa, descubriendo el potencial de cada uno de sus colaboradores, escuchándolos y dialogando con ellos. Es necesario que se erradiquen los prejuicios respecto al personal y que se aprecie la experiencia y los aportes que cada uno trae consigo.	1. Acondicionar el espacio del taller, para aprovechar aquellas zonas ocupadas con artefactos sin utilizar. Además generara mayor orden y organización para dar una atención, asesoría, y prestación del servicio en el mantenimiento. 2. Reforzar los registros de los procesos de servicio generando una base de datos con los clientes a los que se le ha prestado asistencia, con el objeto de percibir falencias en el servicio prestado. Asegurando al cliente la Calidad de la prestación de la asistencia incentivando que de esa manera se mantenga su lealtad y recomendación de los servicios adquiridos.

5.6 MATRIZ DE POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO Y EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN (PEYEA).



$EJE (X) = 5 - 2.4 = 2.6$
$EJE (Y) = 5.2 - 2.8 = 2.4$

Fuerza Financiera.

Apalancamiento	5
Liquidez	6
Capital de trabajo	5
Flujos de efectivo	5
Facilidad para salir del mercado	5
Total Eje (Y) $\Sigma/5$	5.2

Estabilidad del Ambiente.

Cambios tecnológicos	-5
Tasa de inflación	-3
Variabilidad de la demanda	-2
Elasticidad de la demanda	-1
Barreras para entrar en el mercado	-3
Total Eje (-Y) $\Sigma/5$	-2.8

Fuerza de la Industria.

Potencial de crecimiento	5
Potencial de utilidades	5
Estabilidad financiera	4
Conocimientos tecnológicos	3
Aprovechamiento de recursos	3
Total Eje (X) $\Sigma/5$	5

Ventaja Competitiva.

Participación en el mercado	-2
Calidad del producto	-2
Ciclo de vida del producto	-3
Lealtad de los clientes	-1
Control sobre los proveedores.	-4
Total Eje (-X) $\Sigma/5$	-2.4

Instrucciones:

1. Seleccionar variables que incluyan la fuerza financiera (FF), la ventaja competitiva (VC), la estabilidad del ambiente (EA) y la fuerza de la industria (FI).
2. Adjudicar un valor numérico de +1 (peor) a +6 (mejor) a cada una de las variables que constituyen las dimensiones FF y FI. Asignar un valor numérico de -1 (mejor) -6 (peor) a cada una de las variables que constituyen las dimensiones VC, EA.
3. Calcular la calificación promedio de FF, VC, EA, y FI sumando los valores dados a las variables de cada dimensión dividiéndolas entre la cantidad de variables incluidas en la dimensión respectiva.
4. Anotar las calificaciones promedio de FF, VC, EA, y FI en el eje correspondiente de la matriz.
5. Sumar las dos calificaciones del eje x y anotar el punto resultante en X. Sumar las dos calificaciones del eje Y. Anotar la intersección del nuevo punto xy.
6. Trazar un vector direccional del origen de la matriz PEYEA por el nuevo punto de la intersección. Este vector revelará el tipo de la estrategia recomendable para la organización agresiva, competitiva, defensiva o conservadora.

Análisis:

Según la matriz "PEYEA" CENTRO AIRES debe seguir estrategias de tipo "Agresivo", por lo cual se le recomienda una serie de estrategias como penetración del mercado con mayor publicidad, desarrollo de la prestación del servicio obteniendo tecnología de punta, proponer la integración hacia delante y hacia atrás.

5.7 PLAN DE ACCIÓN.

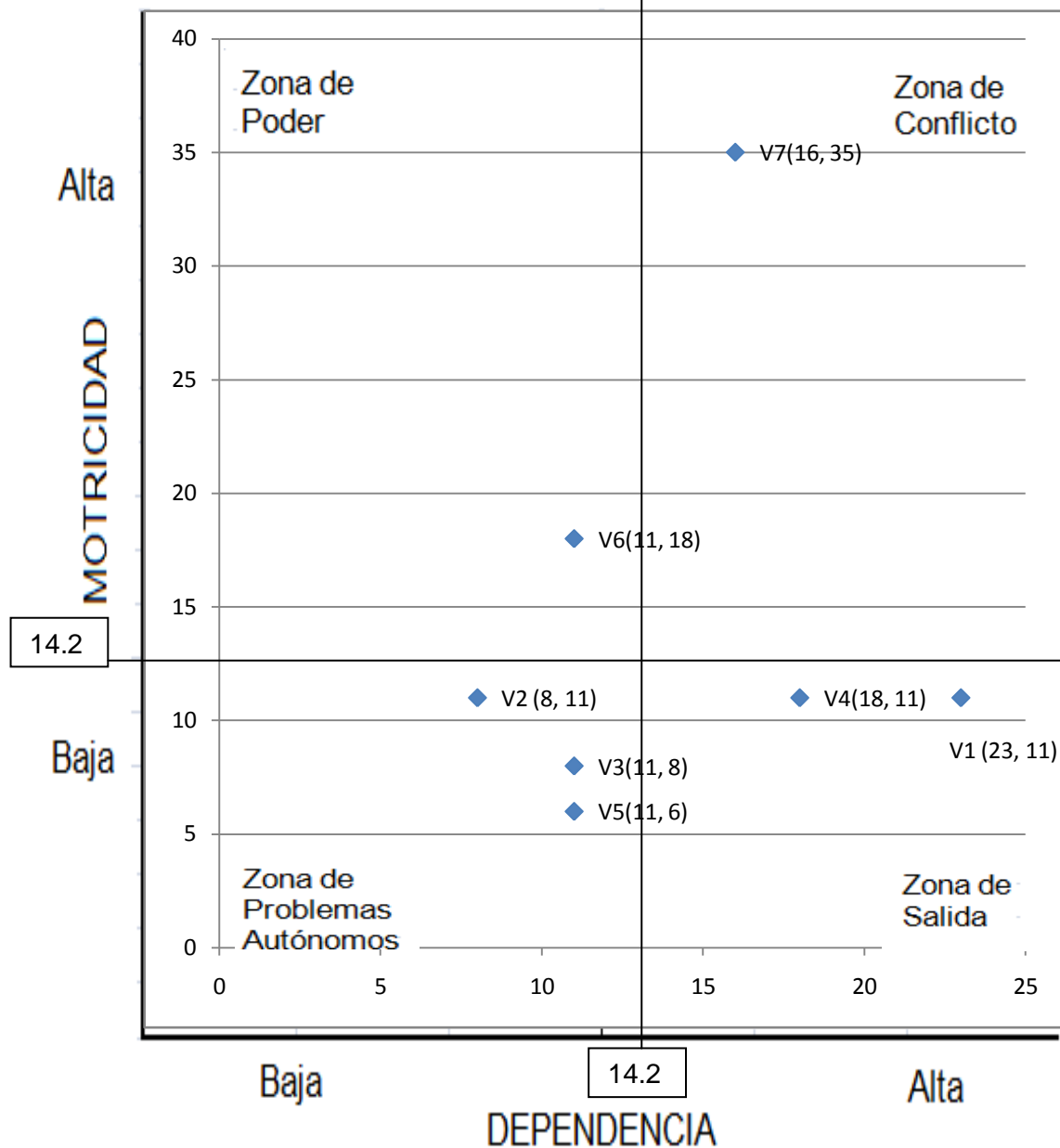
EMPRESA CENTRO AIRES				
¿Qué?	¿Cómo?	¿Con qué?	¿Cuándo?	¿Quién?
OBJETIVOS	ACCIONES	PRESUPUESTO	PLAZO (Inicio -Finalización)	RESPONSABLE
Diseñar jornadas de capacitación en atención al servicio al cliente para la mano de obra.	<ol style="list-style-type: none"> Solicitar formalmente al SENA la capacitación. Acordar los horarios de clase para que no interrumpa la jornada laboral. 	Pago al día de los parafiscales.	Febrero a mayo de 2013	Propietario Alex Pedraza Rocha. Mano de obra.
Implementar un sistema informático de registro contables para el control de los ingresos de caja.	<ol style="list-style-type: none"> Comprar un software para ser instalado en el PC que maneja la Secretaría Administrativa. 	Caja menor	Enero de 2013	Propietario Alex Pedraza Rocha. Secretaria.
Adquirir un sistema informático de inventario para la mercancía que se tiene en bodega.	<ol style="list-style-type: none"> Comprar un software para ser instalado en el PC que maneja la Secretaría Administrativa. 	Caja menor	Enero de 2013	Propietario Alex Pedraza Rocha. Secretaria.
Realizar capacitación de mantenimiento de aires acondicionados para vehículos.	<ol style="list-style-type: none"> Solicitar formalmente al SENA la capacitación. Acordar los horarios de clase para que no interrumpa la jornada laboral. 	Pago al día de los parafiscales.	Agosto a julio de 2014	Propietario Alex Pedraza Rocha. Operarios del taller.
Reestructurar el espacio físico interno de la parte administrativa y el taller.	<ol style="list-style-type: none"> Contratar los servicios de un Arquitecto para realizar los planos. Contratar el servicio de un maestro de obra para realizar el trabajo de remodelación. Solicitar permiso al propietario del local para hacer los ajustes internos. 	Crédito de un banco para financiar los arreglos.	Enero de 2014	Propietario Alex Pedraza Rocha.
Capacitar la mano de obra en sistemas de salud y seguridad industrial.	<ol style="list-style-type: none"> Requerir formalmente a la ARP, para que informe sobre los riesgos laborales y evitar accidentes laborales. 	Pago oportuno de las prestaciones sociales de Ley.	Enero de 2013	Propietario Alex Pedraza Rocha.

5.8 PROSPECTIVA.

5.8.1 Matriz de impacto cruzado (Debilidades).

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	TOTAL	
V1		0	0	0	1	1	0	2	11%
V2	1		0	0	0	0	1	2	11%
V3	0	0		1	0	0	0	1	8%
V4	0	0	1		0	0	1	2	11%
V5	1	0	0	0		0	0	1	6%
V6	1	0	0	1	0		1	3	18%
V7	1	1	1	1	1	1		6	35%
TOTAL	4	1	2	3	2	2	3	17	
	23%	8%	11%	18%	11%	11%	18%		100%

PLANO DE MOTRICIDAD - DEPENDENCIA



Variables Debilidades.

- V1.** Atención en el servicio al cliente
- V2.** Distribución del espacio físico de la planta
- V3.** Carece de tecnología
- V4.** Organización para la gestión de la información
- V5.** Falta de publicidad y promociones
- V6.** No hay frecuentes capacitaciones a la mano de obra
- V7.** Deficiente sistema de planeación

Análisis: Indica que la organización tiene como mayor debilidad es la falta de capacitación de la mano de obra. Es decir que debe dar especial importancia para que el trabajo realizado de los técnicos sea garantizado. Por otro lado definir los planes a desarrollar en periodos a corto y largo plazo.

DEBILIDADES.

V1. Atención en el servicio al cliente: La organización aun no ha formado a los empleados en como diseñar un sistema de atención al cliente. Por consiguientes el cliente en el momento que llega a la organización a solicitar los servicios de CENTRO AIRES, no cuenta con un sitio adecuado donde puedan esperar con tranquilidad la ejecución del servicio.

V2. Distribución del espacio físico de la planta: No hay una distribución adecuada del espacio que cuenta la organización. Por lo cual permite que los empleados trabajen bajo la intemperie y en el lugar queden muy estrechos. También cuenta con una parte donde se encuentra objetos que ya no utilizan y los tienen arrumado, dejando así aprovecharlo en otra actividad que beneficie la organización.

V3. Carece de tecnología: La falta de una aplicación de tecnología computarizada, para que el proceso de administrativo no cuenta con un software especializado para llevar de una forma eficiente el manejo de los inventarios y en general la contabilidad de la empresa. También a los mecánicos cuando desarrollan la prestación del servicio deben contar con herramientas digitales y que sean acertados en el diagnóstico para que faciliten la ejecución del trabajo.

V4. Organización para la gestión de la información: Es de observar que no hay un sistema integral de la información. Por la cual solo están registrando los inventarios, ingresos de caja, datos de clientes, en una improvisada tabla Excel que permite guardar en el PC.

V5. Falta de publicidad y promociones: No hay uso de los medios de publicidad que existen en el mercado local. Esto con el fin de que la organización planee llevar promociones y bajos precios para atraer nuevos clientes.

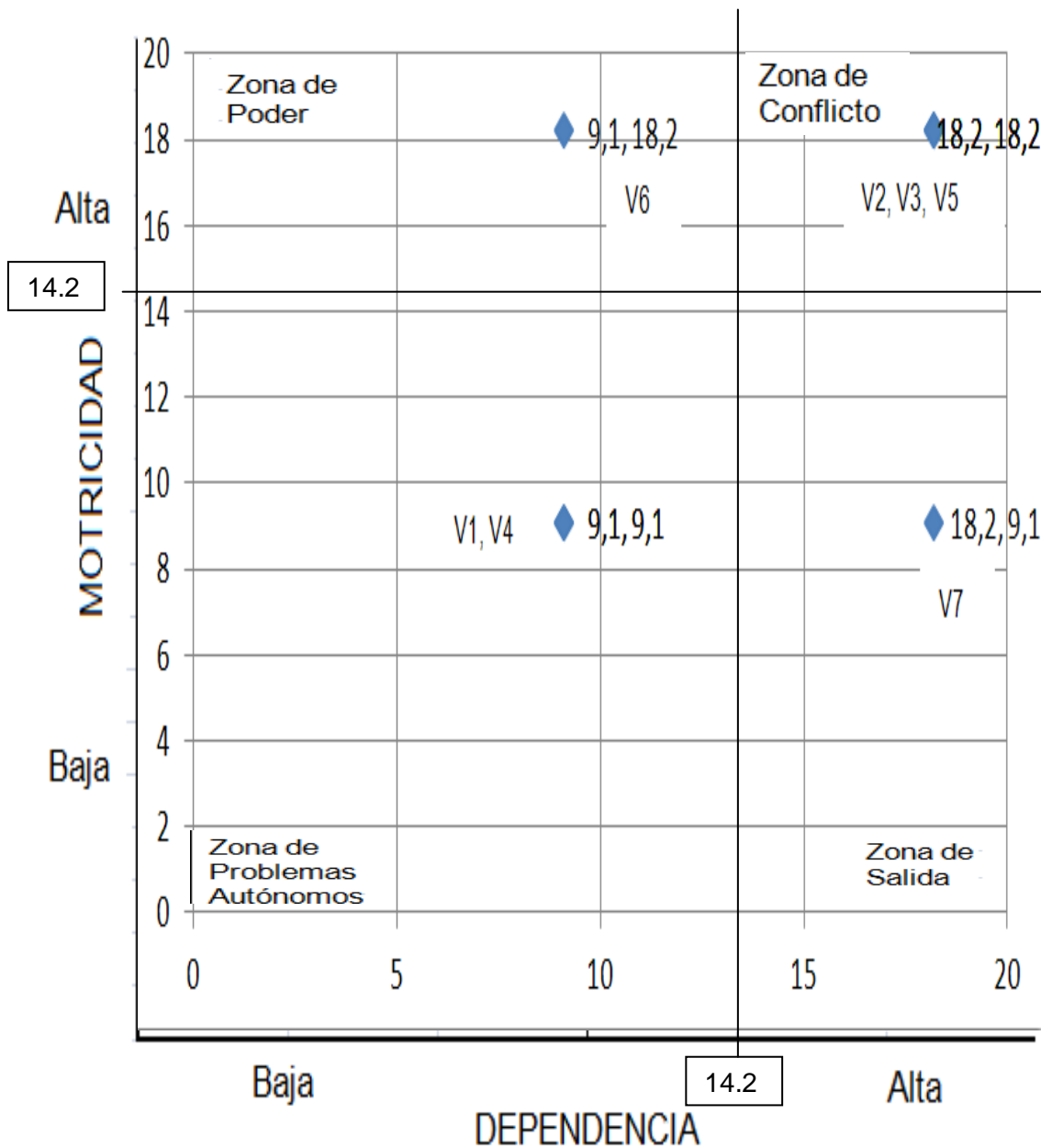
V6. No hay frecuentes capacitaciones a la mano de obra: Centro Aires no cuenta con ciclos de capacitación a los empleados. Por consiguiente no pueden estar actualizados de los nuevos modelos de vehículos que salen de las grandes marcas al mercado.

V7. Deficiente sistema de planeación: Centro Aires no cuenta con un sistema de planeación. Así mismo no provee el mecanismo que tiene la organización para dirigirla.

5.8.2 Matriz de impacto cruzado (Fortalezas).

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	TOTAL	
V1		1	0	0	0	0	0	1	9.1%
V2	1		0	0	1	0	1	2	18.2%
V3	0	1		0	0	1	0	2	18.2%
V4	0	0	0		1	0	0	1	9.1%
V5	0	0	0	1		1	0	2	18.2%
V6	0	0	1	0	0		0	1	9.1%
V7	0	1	1	0	0	0		2	18.2%
TOTAL	1	2	2	1	2	2	1	11	
	9.1%	18.2%	18.2%	9.1%	18.2%	18.2%	9.1%		100%

PLANO DE MOTRICIDAD – DEPENDENCIA



Variables Fortalezas.

- V1. Ubicación de la organización
- V2. Reconocimiento del propietario
Alex Pedraza Rocha
- V3. Calidad de la Mano de obra
- V4. Capacidad de endeudamiento
- V5. Liquidez
- V6. Mano de obra estable
- V7. Servicio a domicilio

Análisis: Se observa que su mayor fortaleza en la mano de obra porque es muy estable y son familiares. También se tiene que seguir mejorando en el reconocimiento del propietario, la calidad de la mano de obra y la liquidez.

FORTALEZAS.

V1. Ubicación de la organización: Se encuentra en la calle 3 N° 5 – 110, es el sector céntrico de la ciudad de Neiva. Por lo tanto en su alrededor se halla el auge de los almacenes de repuestos de vehículos como también de lujo. Además hay varios talleres que prestan en el servicio de mecánica, latonería y pintura.

V2. Reconocimiento del propietario Alex Pedraza Rocha: Alex propietario de la empresa llegó a tener el reconocimiento a través de la experiencia. Esto se debe porque cuando empezó como dependiente dio lo mejor de su trabajo dando ejemplo y fomentando el Good Will.

V3. Calidad de la Mano de obra: Esta representa la parte operativa de la organización. Por tal razón los empleados son personas allegadas al propietario y que han sido instruidos por él mismo. Ya en la parte administrativa que es manejada por la señora esposa Olga Liliana Solano y la secretaria que es una persona estudiante universitaria.

V4. Capacidad de endeudamiento: La organización cuenta con capital para sufragar deudas a corto plazo. Esto significa que puede optar por solicitar préstamo o encargar productos y servicios con tranquilidad.

V5. Liquidez: La solvencia con que cuenta la organización se debe que no cuenta con cartera en mora de los clientes. Otro motivo es porque en la ejecución de la prestación de servicio los clientes leales pagan en efectivo.

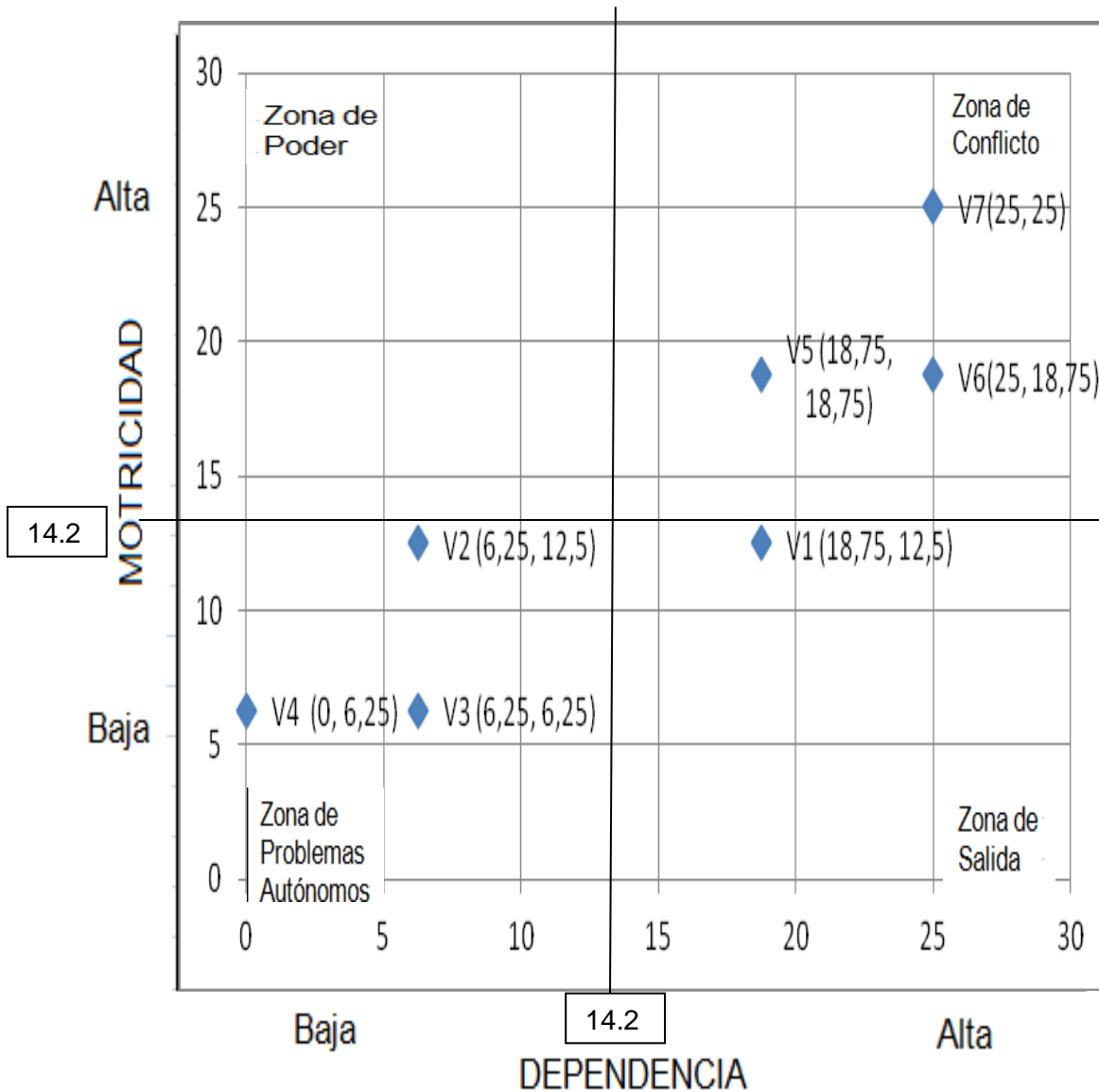
V6. Mano de obra estable: El personal que trabaja en CENTRO AIRES son parientes muy cercanos. Entonces permite que no tenga contratiempo de estar cambiando constantemente los empleados más aun en lo que corresponde a la parte operativa.

V7. Servicio a domicilio: Es la forma que trabaja Alex Pedraza al realizar este servicio a grandes talleres de concesionarios cuando es requerido. Esto se debe a que en ocasiones están muy recargados y solicitan el trabajo de un experto de confianza.

5.8.3 Matriz de impacto cruzado (Amenazas).

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	TOTAL	
V1		0	0	0	1	0	1	2	12.5%
V2	1		0	0	0	1	0	2	12.5%
V3	0	0		0	0	0	1	1	6.25%
V4	0	0	0		0	1	0	1	6.25%
V5	1	0	0	0		1	1	3	18.75%
V6	0	1	0	0	1		1	3	18.75%
V7	1	0	1	0	1	1		4	25%
TOTAL	3	1	1	0	3	4	4	16	
	18.75%	6.25%	6.25%	0	18.75%	25%	25%		100%

PLANO DE MOTRICIDAD - DEPENDENCIA



Variables Amenazas.

V1. Plan de ordenamiento territorial de Neiva

V2. Legislación ambiental

V3. Violencia urbana

V4. Altos precios del petróleo

V5. Aparición de fuerte competidor

V6. Cambio tecnológico de los nuevos modelos de vehículos

V7. Inasistencia de clientes

Análisis: La organización presenta unas series de amenazas como lo son los cambios en la tecnología, por la aparición un fuerte competidor y la pérdida de clientes.

AMENAZAS.

V1. Plan de ordenamiento territorial de Neiva: POT como es conocido en la ciudad de Neiva, es el dolor de cabeza de los comerciantes que se encuentran en una parte del sector del Centro. Esto es porque a corto plazo van a tener que partir del lugar que ocupan actualmente y dirigirse a otro donde ya está ordenado con el Acuerdo 026 del 2009.

V2. Legislación ambiental: Hay que tener en cuenta que la legislación ambiental se está aplicando a través de restricciones y sanciones. Las organizaciones que incumplen deberán corregir aplicar la norma y corregir el daño que se hace al medio ambiente arrojando residuos contaminantes.

V3. Violencia urbana: Es común que los delincuentes están al acecho esperando como aprovechar que el comerciante se descuide para realizar el robo. Esto genera que no tenga confianza el cliente en el sector que se encuentra Centro Aires al temor de ser robados por estos vándalos.

V4. Altos precios del petróleo: En los últimos años se ha visto un aumento progresivo del petróleo esto se debe a que los principales países productores han tenido discrepancias políticas y permite que se eleve los precios de los combustibles. Al subir la gasolina puede generar que los propietarios de carros no utilicen el aire acondicionado por el consumo de combustible que se genera al encenderlo.

V5. Aparición de fuerte competidor: Al llegar un competidor donde tenga mejores herramientas y atención de servicio. Así mismo permite que los clientes ya no lleguen a Centro Aires porque no ha innovado en los procedimientos.

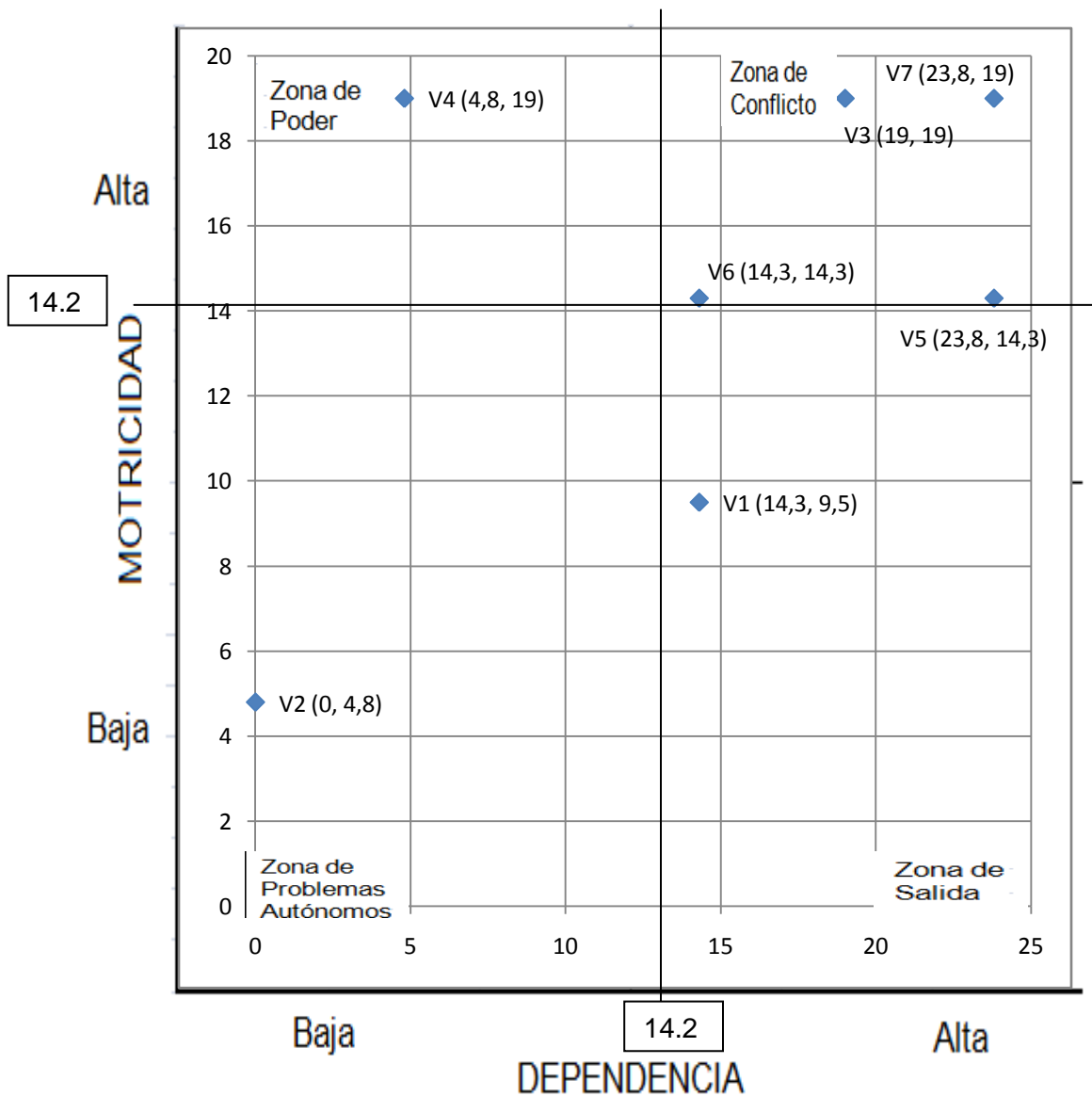
V6. Cambio tecnológico de los nuevos modelos de vehículos: La implantación de un servicio de aviso mediante SMS a los clientes para avisar de la finalización de la reparación de su vehículo. Este último servicio se pondrá en marcha cuando finalice la actualización del equipo informático y siempre en colaboración con la empresa operadora de telecomunicaciones.

V7. Inasistencia de clientes: Lo que no puede permitir Centro Aires es la escasez de cliente por no tener una buena infraestructura física y buena atención por parte de los operarios. Además el acceso a la actualización de nuevas tecnologías para aplicarla en la ejecución de la labor.

5.8.4 Matriz de impacto cruzado (Oportunidades)

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	TOTAL	
V1		0	0	0	1	0	1	2	9.5%
V2	1		0	0	0	0	0	1	4.8%
V3	1	0		0	1	1	1	4	19%
V4	1	0	1		1	0	1	4	19%
V5	0	0	1	0		1	1	3	14.3%
V6	0	0	1	0	1		1	3	14.3%
V7	0	0	1	1	1	1		4	19%
TOTAL	3	0	4	1	5	3	5	21	
	14.3%	0	19%	4.8%	23.8%	14.3%	23.8%		100%

PLANO DE MOTRICIDAD – DEPENDENCIA



Variables Oportunidades.

V1. Cultura en el uso del vehículo

V2. Aumento de la temperatura

V3. Inversión extranjera

V4. Tecnología

V5. Crecimiento económico

V6. Unidad política

V7. TLC

Análisis: En este análisis la Organización debe aprovechar las altas temperaturas de la ciudad, el crecimiento económico y las políticas del gobierno.

OPORTUNIDADES

V1. Cultura en el uso del vehículo: Para las personas se ha convertido en una necesidad en tener vehículo para transportarse a lugares de trabajo o pasear con la familia. También el cliente busca en un auto seguridad, confort, fuerza, espacio para disfrutar los viajes de mayor distancia.

V2. Aumento de la temperatura: Las altas temperaturas que se viven actualmente en la ciudad de Neiva son insoportables. Por lo tanto para las personas que utilizan su vehículo están a disposición de encender el aire acondicionado y climatizar el interior del mismo.

V3. Inversión extranjera: Unos de los proyectos que está trabajando a mano de empresa extranjera es el proyecto hidroeléctrico El Quimbo. Otras importantes son las empresas petroleras que vienen trabajando en el departamento del Huila.

V4. Tecnología: En otros países de América Latina se adelanta proyectos de investigación donde se utilizan mejores herramientas para la práctica del mantenimiento de aires acondicionados.

V5. Crecimiento económico: En Colombia en los tres últimos años ha venido con un aumento en su PIB, favoreciendo a las empresas nacionales. Además de tener buenos resultados en las ventas, también proporciona que el desempleo disminuya y así mismo las personas se incentivan a consumir productos y servicios.

V6. Unidad política: Esta percepción la tiene todos los partidos políticos que buscan tener los mismos intereses en el país. Lo que quiere llegar con la unidad es poder cubrir todas las necesidades del pueblo.

V7. TLC: El tratado de libre comercio que ha culminado por fin es con Estados Unidos. Por tal razón el tema que le interesa a la organización Centro Aires son los vehículos que llegaran pronto a transitar en el país llegando a bajos precios. Aun están en estudio otros TLC con países de Asia y Europa.

6. HIPÓTESIS

Hipótesis 1.

Alex Pedraza propietario de Centro Aires cuenta con el nivel de confianza que los clientes necesitan. Para esto los vehículos ingresan para ser atendidos con el grupo de técnicos que desarrollan el trabajo con coordinación de Alex Pedraza Rocha.

Hipótesis 2.

Implementar las nuevas herramientas tecnológicas que muestra el entorno externo. Por tal razón se debe llevar a cabo el trabajo con mayor precisión y tomar buenas decisiones. Eso solo si se invierte de manera oportuna los recursos financieros y adquirirlo.

Hipótesis 3.

Comprar a corto plazo un vehículo tipo Vans pequeño. Este con el fin de adaptarlo con todas las herramientas y repuesto que se requiera para prestar el respectivo mantenimiento de aires acondicionados a los clientes a domicilio. Aun así Centro Aires llegara a cada uno de los hogares para satisfacer la comodidad del cliente sin salir de su casa.

Hipótesis 4.

Imponer sanciones penales a través de la legislación ambiental. Con el fin de controlar fugas en el mantenimiento de los gases que se utiliza para los aires acondicionados. Entonces se autoriza a los concesionarios de marcas de vehículos en llevar ese trabajo con todas las protecciones que se requiera para no exponer dicho contaminante al ambiente.

Hipótesis 5.

Extraña enfermedad promovida por el uso constate con el aire acondicionado. Por este motivo las personas dejan de utilizar el sistema de refrigeración interno del vehículo para no tener malestar en las personas.

Hipótesis 6.

Aumento excesivo en la demanda del consumo de vehículos en la región. No obstante genera mayor compromiso en la atención y prestación de servicio obligando a contratar más personal. En un segundo lugar debe mejorar el proceso de selección del personal llevando a cabo registro y procedimiento de evaluación para la selección del trabajador.

Hipótesis 7.

Comprar el lote donde está ubicada actualmente la organización. Por la cual busca organizar los espacios de tal forma que distribuya equitativamente las actividades que se realizan a diario en el taller y en la parte administrativa.

Hipótesis 8.

La Alcaldía de Neiva ejecuta el Acuerdo N° 026 del 2009 conocido como P.O.T. Por ello obliga a que todo el comercio que se encuentra ubicado Centro Aires sea trasladado a la zona industrial. Exige al propietario Alex Pedraza a conseguir un local en otro sitio arriesgando a que los clientes se desubiquen de Centro Aires y acuda a otros para realizar el trabajo.

7. ESCENARIOS.

ESCENARIO 1

7.1 EL AMIGAZO.

Alex Pedraza Rocha gerente de la organización genera buena relación con su familia y los clientes genera confianza en la prestación de servicios. Por lo tanto la constancia, la perseverancia que lo caracteriza es una herramienta clave para continuar idealizando la empresa. Así mismo por medio de las noticias diarias del nivel nacional y de la región informan que en la actualidad la ciudad de Neiva crece el parque automotor en un 50% a comparación de hace cinco años. Entonces hace que la demanda del servicio de mantenimientos de aires acondicionados para vehículos sea una necesidad para los propietarios y no da abasto con los clientes. Entonces le propone al vecino del lado quien es AUTO CENTRO, para que formalicen una sociedad teniendo en cuenta que tiene la tecnología y la infraestructura para atender a los clientes.

Una de las condiciones para llevar ese acuerdo es reestructurar la planta física para que tenga el aprovechamiento máximo de los sitios que no son utilizados. Es decir que donde queda la organización Centro Aires sea un lugar exclusivo para el mantenimiento e instalación de aires acondicionados. Para esto se solicita el apoyo de arquitecto e ingeniero civil para que haga el respectivo estudio y se encargue de llevar a cabo la modificación del taller. Además debe tener en cuenta la división de los espacios con un margen que resalte y la respectiva señalización de seguridad.

Otro de los componentes de resalta es el tipo de herramientas que sea de última tecnología. Alex dirigirá el espacio especializado en la instalación de aires acondicionados, reparación y mantenimiento del mismo y los repuestos que son asignados por Auto Centro. Atenderá a todos los clientes que son asignados desde Auto Centro en el espacio que ha sido modificado para la prestación del servicio.

ESCENARIO 2

7.2 AMPLIANDO EL NEGOCIO.

A través del tiempo Centro Aires empezó a desarrollar otras alternativas de ingresos a causa de la utilización del vehículo en la región. Entonces le dijo a los subarrendados que en vez de arrendarles mejor hicieran una sociedad agregando más servicios para satisfacer al cliente. Para eso crearon otra razón social y cada uno coloco su propio capital de trabajo y las herramientas de trabajo. Se remodelo el lugar con características que requieran mayor seguridad y disponibilidad de atención al cliente.

En este sentido aumentó las ventas significativamente dejando de ser una pequeña empresa a un taller reconocido por la ciudad. Para esto se consolida para llegar a la competencia que son los grandes concesionarios. De todas formas la prestación del servicio integral de reparación y mantenimiento de vehículos ha sido de mayor acogida que el cliente tiene el compromiso de volver. Después la empresa incursiona en el campo de los lujos como lo son accesorios, las alarmas, sonido. Para esto debió hacer una inversión muy grande para comprar mercancía en los lugares especializados de las grandes ciudades importadoras.

Todo iba muy bien hasta que se dio cuenta que los socios estaban obrando de mala fe y no hacían bien el trabajo. Por lo tanto obligo a los clientes estar inconforme con el trabajo e ir a buscar otros talleres que realizaran mejor trabajo y garantizado. Para este motivo Alex Pedraza debió renunciar y acabar con la sociedad que se había armado. Y tuvo que pagar muchas deudas de la gran inversión que hizo.

Para poder recuperar lo que perdió Alex Pedraza empezó a vender la mercancía a precios muy bajos con los de otras empresas dedicadas a los repuestos. Así mismo volvió nuevamente a empezar de nuevo a construir su propia fami-empresa de mantenimiento de aires acondicionados.

ESCENARIO 3

7.3 PENSAR EN GRANDE NOS LLEVA LEJOS.

Alex Pedraza Rocha observó que el espacio que tiene arrendado a otras personas que realizan trabajo de mecánica y pintura no es suficiente y no le permite realizar la actividad de Centro Aires. Entonces habla con esas personas y le dice que le desocupen porque piensa remodelar el lugar para ampliar el taller. Para esto le solicita formalmente al dueño del local que quiere hacer dicha remodelación por la cual necesita de su autorización para realizarlo y el dueño le da vía libre. La esposa Gloria va adelantando un crédito con el Banco Caja Social donde es aprobado un cupo de \$32.000.000.oo

A continuación se observa siguiente cuadro donde se relaciona la cuota mensual en un periodo de 48 meses.

MONTO	\$ 32.000.000,00	BANCO BOGOTA		
INTERES				
CUOTA	(\$ 960.184,26)			
		2%		
PERIODO	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	\$ 960.184,26	\$ 512.000,00	\$ 448.184,26	\$ 31.551.815,74
2	\$ 960.184,26	\$ 504.829,05	\$ 455.355,21	\$ 31.096.460,53
3	\$ 960.184,26	\$ 497.543,37	\$ 462.640,89	\$ 30.633.819,64
4	\$ 960.184,26	\$ 490.141,11	\$ 470.043,15	\$ 30.163.776,49
5	\$ 960.184,26	\$ 482.620,42	\$ 477.563,84	\$ 29.686.212,65
6	\$ 960.184,26	\$ 474.979,40	\$ 485.204,86	\$ 29.201.007,79
7	\$ 960.184,26	\$ 467.216,12	\$ 492.968,14	\$ 28.708.039,66
8	\$ 960.184,26	\$ 459.328,63	\$ 500.855,63	\$ 28.207.184,03
9	\$ 960.184,26	\$ 451.314,94	\$ 508.869,32	\$ 27.698.314,71
10	\$ 960.184,26	\$ 443.173,04	\$ 517.011,23	\$ 27.181.303,49
11	\$ 960.184,26	\$ 434.900,86	\$ 525.283,41	\$ 26.656.020,08
12	\$ 960.184,26	\$ 426.496,32	\$ 533.687,94	\$ 26.122.332,14
13	\$ 960.184,26	\$ 417.957,31	\$ 542.226,95	\$ 25.580.105,19
14	\$ 960.184,26	\$ 409.281,68	\$ 550.902,58	\$ 25.029.202,62
15	\$ 960.184,26	\$ 400.467,24	\$ 559.717,02	\$ 24.469.485,60
16	\$ 960.184,26	\$ 391.511,77	\$ 568.672,49	\$ 23.900.813,10
17	\$ 960.184,26	\$ 382.413,01	\$ 577.771,25	\$ 23.323.041,85
18	\$ 960.184,26	\$ 373.168,67	\$ 587.015,59	\$ 22.736.026,26
19	\$ 960.184,26	\$ 363.776,42	\$ 596.407,84	\$ 22.139.618,42
20	\$ 960.184,26	\$ 354.233,89	\$ 605.950,37	\$ 21.533.668,05
21	\$ 960.184,26	\$ 344.538,69	\$ 615.645,57	\$ 20.918.022,48
22	\$ 960.184,26	\$ 334.688,36	\$ 625.495,90	\$ 20.292.526,58
23	\$ 960.184,26	\$ 324.680,43	\$ 635.503,84	\$ 19.657.022,74
24	\$ 960.184,26	\$ 314.512,36	\$ 645.671,90	\$ 19.011.350,85
25	\$ 960.184,26	\$ 304.181,61	\$ 656.002,65	\$ 18.355.348,20
26	\$ 960.184,26	\$ 293.685,57	\$ 666.498,69	\$ 17.688.849,51
27	\$ 960.184,26	\$ 283.021,59	\$ 677.162,67	\$ 17.011.686,84
28	\$ 960.184,26	\$ 272.186,99	\$ 687.997,27	\$ 16.323.689,57
29	\$ 960.184,26	\$ 261.179,03	\$ 699.005,23	\$ 15.624.684,34
30	\$ 960.184,26	\$ 249.994,95	\$ 710.189,31	\$ 14.914.495,03
31	\$ 960.184,26	\$ 238.631,92	\$ 721.552,34	\$ 14.192.942,69
32	\$ 960.184,26	\$ 227.087,08	\$ 733.097,18	\$ 13.459.845,51
33	\$ 960.184,26	\$ 215.357,53	\$ 744.826,73	\$ 12.715.018,78
34	\$ 960.184,26	\$ 203.440,30	\$ 756.743,96	\$ 11.958.274,81
35	\$ 960.184,26	\$ 191.332,40	\$ 768.851,86	\$ 11.189.422,95

36	\$ 960.184,26	\$ 179.030,77	\$ 781.153,49	\$ 10.408.269,46
37	\$ 960.184,26	\$ 166.532,31	\$ 793.651,95	\$ 9.614.617,51
38	\$ 960.184,26	\$ 153.833,88	\$ 806.350,38	\$ 8.808.267,12
39	\$ 960.184,26	\$ 140.932,27	\$ 819.251,99	\$ 7.989.015,14
40	\$ 960.184,26	\$ 127.824,24	\$ 832.360,02	\$ 7.156.655,12
41	\$ 960.184,26	\$ 114.506,48	\$ 845.677,78	\$ 6.310.977,34
42	\$ 960.184,26	\$ 100.975,64	\$ 859.208,62	\$ 5.451.768,72
43	\$ 960.184,26	\$ 87.228,30	\$ 872.955,96	\$ 4.578.812,75
44	\$ 960.184,26	\$ 73.261,00	\$ 886.923,26	\$ 3.691.889,50
45	\$ 960.184,26	\$ 59.070,23	\$ 901.114,03	\$ 2.790.775,47
46	\$ 960.184,26	\$ 44.652,41	\$ 915.531,85	\$ 1.875.243,61
47	\$ 960.184,26	\$ 30.003,90	\$ 930.180,36	\$ 945.063,25
48	\$ 960.184,26	\$ 15.121,01	\$ 945.063,25	\$ 0,00
	\$ 46.088.844,54	\$ 14.088.844,54	\$ 32.000.000,00	

Con ese dinero contrata a un profesional de arquitectura para que diseñe planos de distribución del lugar y así contratar al maestro de obra para ejecutar el trabajo. Para esto se demora mes y medio para tener todo listo el lugar. De cualquier modo a los empleados de Centro Aires trabajaron de forma incomoda como para los clientes estar en un sitio desordenado.

Después de terminar la remodelación empieza el proceso de capacitación. Entonces pasa una carta por escrito al SENA para que tenga en cuenta a los trabajadores en la formación de mantenimiento de aires acondicionados para vehículos. En eso se certifican y mejoran el trabajo garantizando el cliente que se hizo una excelente labor.

También desea invertir en las herramientas basadas en tecnológicos de punta porque la necesita para modernizar el taller y el sistema administrativo. Con el fin de generar mayor confianza con sus proveedores y control de los ingresos, gastos de la organización. En esa misma capacidad que ha tenido para reunir los clientes, realiza gestión con grandes parques automotores de servicio público para que se haga cada año el mantenimiento a los aires acondicionados. Ahora bien que las busetas de servicio público están agregando un valor al instalar aire acondicionado en el automotor. De esta forma Centro Aires envía cotización presentando la empresa y dirigiendo una tarifa exclusiva para brindar el servicio y ganar prestigio en la ciudad de Neiva.

ESCENARIO 4

7.4 ESTA FRIO EN LO CALIENTE

La fami-empresa de Centro Aires continúa sobreviviendo ante los cambios drásticos de los factores externos. Al mismo tiempo no tiene claro la planeación ni tampoco lleva a cabo la reestructurar de la organización para dirigir y distribuir las funciones de los empleados. Esto ocasiona que no tenga inversión para la empresa dejando que los clientes ya no sigan utilizando los servicios de Centro Aires.

Lo que pasa con Centro Aires es que los nuevos modelos de vehículos que llegan a través de los TLC, son con diseños muy electrónicos con sistema manejado a computadoras y circuitos integrados. Esto cambia el paradigma de continuar con las herramientas desactualizadas provocando a la organización tomar medidas de inversión a corto plazo. Pero Alex Pedraza se encuentra con la sorpresa no cuenta con recursos financieros para poder adquirir la tecnología que necesita para seguir en el mercado de los aires acondicionados. Además los costo son muy altos para adquirir dicha tecnología para eso la organización continúa con la los vehículos que no requiere herramientas actualizadas.

GRAFICOS

- Grafico N° 1. (Niveles de los procesos Centro Aires).
- Grafico N° 2. (Organigrama Centro Aires).
- Grafico N° 3. (Definición del espacio físico de Centro Aires).
- Grafico N° 4 (Registro de marca de automoviles 2010)
- Grafico N° 5 (Registro de marca de automoviles 2011)
- Grafico N° 6 (Cuadro Comportamiento De La Compra)
- Grafico N° 7 (Torta Comportamiento De La Compra)
- Grafico N° 8 (Comportamiento Automotriz)
- Grafico N° 9 (Unidad Vendidas Diferentes Marcas)
- Grafico N° 10 (Distribucion De Ventas Sector Automotor)
- Grafico N° 11 (Porcentaje Vehiculos Pertenecientes A Municipio De Neiva)
- Grafico N° 12 (Vehiculos Matriculados En El STT 2010)
- Grafico N° 13 (Vehiculos Matriculados En El STT 2011)
- Grafico N° 14 (Matriculados En Neiva 2012)
- Grafico N° 15 (Participacion De Mercado Por Clase De Vehiculo)
- Grafico N° 16 (Producto Interno Bruto)
- Grafico N° 17 (PIB Variacion Acomulada)
- Grafico N° 18 (Indice De Precios Del Consumidor)
- Grafico N° 19 (Comportamiento De Gastos)
- Grafico N° 20 (Sectores Economico Del Huila)
- Grafico N° 21 (Sistema General De Regalias)
- Grafico N° 22 (SGR –Huila Asignaciones Directa)
- Grafico N° 23 (Plan Reordenamiento Territorial)
- Grafico N° 24 (Tasa Anual De Crecimiento De Población)
- Grafico N° 25 (Parametros Climaticos)
- Grafico N° 26 (Seguridad Y Medio Ambiente)

BIBLIOGRAFÍAS

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS:

- KOCH, Richard. Smart, lo fundamental y lo más efectivo de la estrategia. Mc Graw Hill.
- MENDEZ, Carlos Eduardo, Metodología: guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas.
- PORTER, Michael. Journal ¿Qué es estrategia? 1997.
- RAMIREZ PLAZAS, Elías. Metodología y Técnicas de Investigaciones Empresariales. Editorial Universidad Surcolombiana. 2009.
- VILLEGAS ORREGO, Fabio. Gerencia Estratégica: “Aplicación paso a paso de un modelo de planificación estratégica”. Universidad del Valle.

BIBLIOGRAFIAS VIRTUALES

- <http://www.monografias.com/trabajos10/planes/planes.shtml>
- <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>
 - http://www.bdigital.unal.edu.co/2141/1/UNA_CONTRIBUCI%C3%93N_A_LA_COMPRESI%C3%93N_DE_LAS ESTRATEGIAS_DELIBER.pdf
 - <http://es.scribd.com/doc/29552251/35/Estrategias-Deliberadas-y-Emergentes>
 - www.lanacion.com.co
 - www.sirhuila.gov.co
 - www.banrep.gov.co
 - www.dane.gov.co
 - www.acolfa.org.co
 - www.huila.gov.co
 - <http://www.slideshare.net/inviertaencolombia/industria-automotriz-perfil-sectorial-junio-2011>
 - <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/deuda-externa-colombiana-equivale-221-del-pib-67113>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>
 -

ANEXOS FOTOGRAFICOS















