

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS



Reconocimiento de Marca

IVÁN CAMILO TRIANA AMAYA

Dm Gonzalo Alberto Sabogal

RECONOCIMIENTO DE MARCA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2019

Contenido:

Introducción.....	3
Diagnóstico del Área de Práctica	4
Descripción del área en la que se desempeña el estudiante:	4
Diagnóstico del Área.	7
Planteamiento del problema:	11
Antecedentes	12
Justificación:	15
Marco teórico y conceptual:	18
Marco teórico:	18
Objetivo general:	20
Objetivos específicos:	20
Metodología:	21
Cronograma de actividades:	23
Resultados	24
Conclusiones	44
Recomendaciones	45
Referencias bibliográficas:	47
Anexos:	50

Introducción

Evotek es una idea de emprendimiento, nacida por un estudiante de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana, la idea nació de la puesta en acción de los servicios y venta de productos automotrices promovidos por el representante legal, esta vez con un nombre propio. Evotek es la unión de Evo, evolución y tek, número uno en turco. La idea de emprendimiento se formalizó en junio del año del 2018, desde entonces las operaciones en Evotek han crecido progresivamente, en servicios, productos y apertura a nuevos mercados emergentes. El taller está ubicado en Bogotá, Colombia siempre con la intención de generar un alto impacto en el mercado automotriz, desarrollar trabajos de calidad y personalización de vehículos, acogiendo a todos los gustos para llevarlos a su máxima expresión.

Dado a su reciente apertura, el problema principal del taller es el reconocimiento y posicionamiento dentro del mercado, así como la fidelidad y la confiabilidad de los clientes hacia el taller. Dentro del medio automotor estas características son fundamentales para el correcto progreso de un taller. Es propuesto como objetivo aumentar el posicionamiento de marca y la fidelidad de los clientes de Evotek, mediante valores diferenciadores respecto a la competencia, el desarrollo de nuevas estrategias comerciales, nuevos planes publicitarios y servicios de entrega.

Las herramientas para llevar a cabo el objetivo están propuestas a través de análisis comerciales basados en Benchmarking, el cual es realizado por el representante legal de la empresa, así como también estrategias comerciales, para el buen reconocimiento dentro de medios influenciadores y análisis de precios para representar un valor agregado respecto a la competencia con el fin de posicionar correctamente la organización y obtener un avance significativo en clientes y posicionamiento.

Dados estos proyectos dentro de la organización, la empresa desea realizar un plan de acción el cual es vital para el buen funcionamiento de esta, así como también es un fuerte complemento para el análisis de nuevas sociedades comerciales, búsqueda de nuevos métodos de servicio, nuevos métodos de instalación y fidelización. Así mismo se evidencian los resultados generados gracias a nuevas aperturas comerciales y publicidad paga. Evotek desde su constitución se dirigió a un segmento específico el cual eran vehículos sport y gama media, luego del plan de acción propuesto se modificó el target de Evotek, realizando aperturas comerciales beneficiosas y de gran valor.

Dentro de las conclusiones se evidenció que es fundamental tener un plan de acción, en donde se ejemplifique detalladamente la forma de actuar de la empresa teniendo en cuenta factores significativos como la innovación, valores distintivos respecto a la competencia, cambios de procesos internos basados en la misión y visión de la organización y muy importante eliminar la aprensión al riesgo. Es fundamental continuar con estas características dentro del crecimiento en el reconocimiento y posicionamiento correcto de Evotek dentro del campo automotriz, por lo que es necesario tener en cuenta recomendaciones como continuar con planes estratégicos, desarrollo de planes de acción de acuerdo con cada objetivo y meta planteada, publicidad paga, correcta atención al cliente, y servicios de entrega diferenciadores respecto a la competencia en el mercado automotriz.

Diagnóstico del Área de Práctica

Descripción del área en la que se desempeña el estudiante:

EVOTEK es una empresa dedicada al cuidado de automóviles, a la importación y al comercio de autopartes. La idea de empresa nació en enero de 2018, ya que el representante legal de la empresa tenía varios trabajos de polichados y polarizados para autos de amigos y conocidos. La empresa desde su inicio realiza las operaciones en el barrio Pradera de Bogotá, en la dirección Cra 64ª #4g-55.

La organización se constituyó a mediados de agosto de 2018, bajo el nombre de Evotek S.A.S Sociedad por acciones simplificadas, ya que era la razón social de empresa más adecuada para el funcionamiento automotriz. Dentro de la Constitución se tuvieron en cuenta las siguientes actividades económicas, las cuales provee el registro mercantil de Colombia.

4530 comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.

4520 mantenimiento y reparación de vehículos automotores.

La creación de la empresa también se vio influenciada con la realización de práctica de emprendimiento por parte del actual gerente y representante legal, para el siguiente año de

constituida es decir ciclo I de 2019. La empresa continuó desarrollando trabajos a lo largo de 2018, en donde no contaba con ninguna red social, su único predominante y medio de propagación era el Voz a Voz para el desarrollo de reconocimiento de marca.

Luego de un análisis de mercadeo de acuerdo con la zona y al factor automóviles, el cual es un mercado bastante amplio, se decidió crear la primera cuenta en la primera red social, Instagram, con el nombre de @evotekupgrades, en donde para el 1 enero de 2019 contaba con 12 seguidores, para el 6 de febrero contaba con 264 seguidores, y para el 13 de febrero con 750 seguidores.

El gerente, al crear la empresa quiso darle un asentamiento de un taller de lujos y performance, organizado, diferenciado por su estética y sus productos. Así que para la creación del nombre tenía que ser muy riguroso y por eso se propuso el nombre de Evotek, Evo de evolución y Tek, que es número uno en turco, la combinación es sinónimo de la visión que se espera al ser número 1 en evolución para todo tipo de vehículos. En el espacio de trabajo se realizaron adecuaciones estéticas como carteles de luz, nueva oficina y estantería, además de la personalización del lugar con vinilos decorativos, para una buena primera impresión a la hora de entrar en el taller.

Dentro de la Organización de la empresa, al ser una microempresa, el representante es el encargado de las técnicas de mercadeo, las finanzas y la atención al cliente, en donde los trabajadores freelance son los encargados de realizar las operaciones de más cuidado y de más habilidad¹.

De acuerdo con la sección de compras de la organización, el representante es el encargado de analizar y encontrar el mejor proveedor de los productos con mejor calidad, para así mismo demostrar un buen servicio ante los clientes. De la misma forma el representante legal es el encargado de buscar y encontrar los clientes que se ajusten a los servicios que presta Evotek como empresa de servicios y de autopartes.

Los servicios que presta la empresa son:

¹ Los trabajadores desarrollan procesos de Matizado de Vehículos, en el cual se usa una técnica especial.

- Reprogramaciones
- Polichados
- Car Wraps²
- Polarizados
- Servicio de Instalación:
 - Luces
 - Radio
 - Sonido
 - Rines
 - Autopartes
- Importación de Autopartes.

Actualmente el taller tiene una sociedad comercial y de ventas con la empresa Performance Solutions Co³, empresa que provee Software y reprogramaciones a las computadoras de los vehículos, para así mismo aumentar su potencia. La empresa es nacional y se originó en Medellín, dado esto se implementaron paneles de publicidad de esta dentro del taller, generando así un valor agregado respecto a la competencia, el cual es contar con un soporte y servicio de actualización a los vehículos para desarrollar un mejor potencial. Dentro de las reprogramaciones se manejan y se tienen en cuenta, la relación de combustible y aire, para realizar una mejor combustión, temperaturas de gases del escape, ciclos del trabajo de los inyectores y, de ser un motor turbo cargado, la presión del turbo en PSI.

De este modo los servicios implementados por la empresa fueron aumentando llegando a ofrecer servicios de instalación de radios, cámaras de reversa, polichados, polarizados, car wraps, luces, rines y detallamiento total del vehículo. El cuidado total del vehículo contiene, polichado especializado y únicamente con los mejores productos del mercado; actualmente distribuidos y creados por 3M. La empresa cuenta con todos los accesorios de 3M para desarrollar sus procesos de embellecimiento y cuidado automotriz.

² Carwraps: Forrado de vehículos en vinilos conformables de cualquier tipo de color.

³ <http://performance-solutions.co/>

De acuerdo con los Car Wraps, se entiende como método que permite personalizar la estética del vehículo por medio de vinilos especializados, sin modificar la pintura de este. Esta practica es altamente reconocida en el mercado automotriz, como medio de personalización estética para darle un distintivo respecto a los vehículos que existen dentro del mismo circulo social, donde se implementan técnicas de diseño, acompañado del gusto del cliente.

**Diagnóstico del Área.
Cadena de valor:**



Como se mencionó anteriormente, la empresa Evotek Upgrades, se especializa en el comercio de autopartes y cuidado automotriz.

De acuerdo con el área de compras y ventas de la organización, el representante legal es quien se encarga de realizar todos los movimientos, de acuerdo con los proveedores que se tienen, para así mismo realizar una venta sustancial. Así mismo es quien se encarga de realizar la atención al cliente y quien desarrolla los planes de mercadeo y alianzas de acuerdo con su visión y reconocimiento en el mercado automotriz.

La logística se desarrollada por medio de redes sociales, se basa en demostrar trabajos significativos del taller, para así mismo tener una buena impresión y aumento en el reconocimiento del taller por los amantes de los carros y camionetas de todo tipo. Respecto a la coordinación que se presenta a la hora de realizar un trabajo dentro de Evotek se encuentra:

- Búsqueda del cliente y/o atención a solicitud del cliente por redes sociales.
- Realización de pautas a realizar.
- Coordinación de cita en el taller, a conveniencia del cliente.
- Sub coordinación del trabajador freelance, para desarrollar el trabajo
- El representante legal, desarrolla la entrega del vehículo.

Las operaciones dentro del taller las desarrolla el representante legal, así como también trabajadores freelance, especializados en diferentes trabajos tales como: Cambios de cara de Toyota, Instalación de Radios, Sistemas eléctricos. Todo el proceso se lleva acabo, de acuerdo con la coordinación que lleva el Representante, los trabajadores freelance, y el cliente, como factor final, pero más representativo, en esta cadena de trabajo.

Al realizar la entrega del vehículo con su nuevo upgrade, el representante se encarga de prestarle la correcta atención, para así mismo generar en el cliente una visión positiva, para que, de esta manera, el cliente se convierta en un nuevo portador voz a voz del taller, y así poder aumentar su reconocimiento por medio de este tipo de divulgación, la cual es la técnica más acertada para generar reconocimiento de marca.

El representante se encarga de realizar el trabajo de redes sociales, de esta forma a la hora de exhibir los trabajos realizados, se puede aumentar el reconocimiento del taller y el gusto por el taller, lo que generará a futuro una mayor confianza en los nuevos clientes.

Debido al tamaño de la empresa los procesos organizacionales como compras, ventas y servicios, se espera que se puedan ampliar y fortalecer a medida que existan más clientes y un mayor reconocimiento de marca.

Análisis DOFA

Fortalezas:

- La empresa cuenta con un lugar de trabajo, amplio, óptimo y llamativo.
- **EVOTEK** cuenta con la sociedad y valor agregado de realizar reprogramaciones a los vehículos con la empresa **Performance Solutions Co.**
- EVOTEK cuenta con las últimas máquinas de polichados y polarizados en el mercado automotriz.
- De acuerdo con el sector cuenta con productos porcelanizadores de la reconocida marca **SIMPLEX**, (Empresa dedicada al cuidado exterior de automóviles)
- Cuenta con productos de la más alta calidad de polichados automotrices, productos **3M**.
- Los precios ofrecidos en el mercado son los más bajos para el índice de calidad que se obtiene con estos productos.

Debilidades:

- La empresa no cuenta con el servicio de latonería y pintura.
- La empresa cuenta con un bajo reconocimiento en el mercado.
- La empresa aún no tiene los clientes fijos esperados.
- La confianza y el reconocimiento de los clientes por la empresa aun no es el esperado.
- La empresa no cuenta con un servicio de importación directa del mercado de autopartes, de modo que este servicio tiene que ser tercerizado.

Oportunidades:

- La empresa puede mejorar su reconocimiento de marca.
- En compañía con el reconocimiento de marca, la empresa puede demostrar el lugar de trabajo en sus promociones, como un valor agregado.
- El tamaño del lugar tiene la capacidad de cobijar automóviles y adentrarse al tratamiento de carros 4x4.
- El tamaño es el adecuado para realizar cambios de cara de Toyotas a la última generación.
- Evotek tiene el contacto directo, con una empresa textil para realizar prendas, entregarlas a cada cliente y elevar el reconocimiento de marca.

- La empresa actualmente está en contactos directos con área automotriz, en Estados Unidos, Argentina y China, para así mismo empezar con el comercio directo de autopartes.
- Actualmente existe apoyo de importadores directos de autopartes Toyota, para así mismo abastecer y adentrarse en el mercado de los clientes que requieren de productos de mayor calidad y mejor atención al cliente.

Amenazas:

- Existe mucha competencia en el mercado, con reconocimiento de varios años.
- Crecimiento en el mercado, personas jurídicas ofertantes.
- No existe convenios comerciales entre Colombia y China para la disminución de aranceles, lo que puede afectar en el precio final a ofertar por la empresa, y que por consiguiente estos precios no sean competitivos en el mercado.
- De acuerdo con el portafolio de servicios de instalación las empresas en el mercado automotriz tienen un catálogo mucho más elaborado, por lo que se pueden perder clientes que buscan más de un solo proceso de cuidado para sus automóviles.
- Las personas que prestan el servicio de mano de obra no tienen el correcto cuidado al atender los clientes, por lo que se debe cuidar la buena atención.
- Los encargados de la mano de obra no tienen el correcto cuidado con los automóviles, por lo que se puede incidir en daños estéticos del vehículo y la empresa se puede ver en riesgo, por una mala acogida en el mercado de detallamiento de vehículos.

DOFA EVOTEK	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	La empresa cuenta con un amplio lugar de trabajo	La empresa no cuenta con servicio de latonería y pintura
	Sociedad Performance Solutions Co (Reprogramaciones)	Existe bajo reconocimiento en el mercado
	Las Mejores Maquinas Polichados	No existen clientes fijos esperados
	Cuenta con productos Simplex	La confianza de los clientes por la empresa no es óptima
	Productos 3M, los de la mejor Calidad	Servicio Tercerizado de importación de partes
Los precios Ofrecidos son los mas bajos		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
Mejorar reconocimiento de marca	Mejorar la estética del lugar, con vinilos y sponsors	Mejorar reconocimiento de marca por medio de redes sociales, con promociones específicas
Importación de autopartes de forma directa	Implementar reconocimiento toyota (Apertura a un nuevo mercado) 4x4	Aumentar fidelización por medio de planes de continuidad y promociones
Cobijar el campo 4x4	Realización de prendas a los trabajadores	Desarrollar importaciones directas por medio de contactos directos
Realización de prendas de la empresa	Implementación de vinilos conformables 3M	
Decorar el lugar con Promociones		
Contacto directo con importador Toyota		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
Los talleres de Instalación Cuentan con un portafolio más amplio de servicios	Aumentar el portafolio e introducir la hidrografía	Dibulgación del taller por medio de flyers, en la zona de comercio, para aumentar reconocimiento
Exite un crecimiento constante de personas ofertantes en el mercado automotriz	Realizar pruebas y capacitación a nuevos trabajadores freelance	Descuentos especiales y específicos a nuevos clientes de la zona
No existe un correcto cuidado por parte de los trabajadores freelance	Aprovechar acuerdos comerciales entre Estados Unidos y Colombia	Insertar nueva técnica de hidrografía, para abarcar un nuevo mercado
Mucha Competencia en el Mercado		
No existen acuerdos arancelarios entre Colombia y China para la Importación de autopartes		

La hidrografía o también conocida como hidropintura, es una técnica realizada para plasmar diseños específicos, en cualquier objeto por medio de agua. Esta técnica es fuerte en el campo automotriz, ya que permite rediseñar los objetos o autopartes con un trabajo de pintura único, el cual desee el cliente.

Planteamiento del problema:

Luego del análisis con las herramientas DOFA y Cadena de Valor, es evidente que la empresa Evotek S.A.S puede fortalecer el número de clientes, aprovechando los procesos actuales, los servicios ofrecidos y, además, las redes sociales para poder posicionar la empresa de manera óptima y de calidad dentro del campo automotriz y el detallamiento de vehículos. Asimismo, la empresa está en constante cambio analizando nuevas técnicas de mercadeo y estrategia, para así poder brindar una correcta atención al cliente y una correcta visión de los trabajos realizados. De allí culmina la siguiente pregunta de investigación que dará guía a este trabajo.

¿En qué medida la realización de nuevas técnicas de mercadeo, posicionamiento de marca y valores diferenciadores en la atención al cliente, pueden aumentar el reconocimiento y fidelidad de los clientes de Evotek?

Antecedentes

Actualmente Evotek realiza sus trabajos gracias a la buena comunicación que tiene el representante legal con los clientes, de esta forma se pueden desarrollar los trabajos y se ha implementado voz a voz. De acuerdo con técnicas de mercadeo digital, el representante ha decidido crear una nueva página en Instagram, la cual es la red social más visitada por los amantes de los carros y camionetas. Dentro de la página se exhiben productos y, además, servicios prestados dentro del taller, de modo que los clientes puedan ver los trabajos realizados y la calidad de los productos.

Dentro de la Pagina únicamente se exhiben los trabajos más llamativos, para así mismo solo implementar contenido exclusivo. En el ámbito del mercado, se han presentado precios bajos, los cuales son atractivos para este tipo de clientes, de esta forma pueden generar una mayor fidelidad hacia la empresa y pueden a la vez contribuir al reconocimiento de marca. También se han realizado promociones por cantidad de vehículos en los cuales los grupos influenciadores de vehículos resaltan para llevar más clientes al taller.

Evotek cuenta con un valor agregado de reprogramaciones en potencia a todo tipo de vehículos, la cual se puede desarrollar dentro del taller, este valor agregado es importante ya que es un enfoque determinante que el cliente atribuye a la buena percepción de un taller automotriz y pueden ayudar al desempeño de este. Estas percepciones pueden ayudar con los ideales esperados y los que determina el mercado. (Moreno, J. B 2015)

Dentro del sector automotriz, existen empresas similares tales como Cars Rs⁴, Carstore⁵, Vivid Racing Colombia⁶, las cuales ya tienen varios años y un alto reconocimiento en el campo automotriz. Estas empresas se dedican al trabajo personalizado de carros de alta gama y gama media, en donde realizan instalación de partes exclusivas para clientes que tienen la capacidad de pagar por un servicio premium.

Vivid Racing Colombia tiene una gran ventaja para fortalecer el reconocimiento de marca dentro este tipo de mercado, debido a que esta es una empresa americana, altamente reconocida por sus preparaciones en calidad, reprogramaciones e instalación de autopartes.

⁴ <https://www.instagram.com/carsrscars/>

⁵ https://www.instagram.com/carstore_online/?hl=es-la

⁶ <https://www.vividracing.com/>

Vivid Racing Colombia es una franquicia la cual se puso en marcha en Bogotá, y que presta servicios exclusivos a todo Colombia. Esta empresa y taller para cubrir una mayor cantidad de clientes, desarrolló una sociedad con Qualita Audio, la cual es una empresa profesional en la instalación de sonido para cualquier tipo de vehículos. Esta empresa se encuentra en un lugar estratégico de Bogotá (Zona Norte), ya que como su mayoría de clientes son automóviles gama alta, su fuerte y mayor capacidad adquisitiva es en el Norte.

De acuerdo con Cars Rs, empresa nacional, creada en sociedad por dos estudiantes de Bogotá, que ya lleva más de 5 años en el mercado, y que se enfoca en realizar en su mayoría altos números de importaciones exclusivas, para cobijar todo el mercado que quiere implementos distintos no encontrados en Colombia. La empresa presta servicios de importación de partes, instalación de sonido, y el método Carwrap. La empresa para generar reconocimiento de marca solo ha implementado publicaciones en donde presenta, las importaciones realizadas, y videos de como queda cada uno de sus trabajos.

Posteriormente la empresa para abarcar el mercado de todos aquellos clientes que quieren implementar servicios de forrado o carwraps en sus vehículos, decidió realizar una sociedad con otra empresa reconocida en el campo performance de vehículos llamada The Crew. La cual es una empresa dedicada en su mayoría al forrado de autos y a la importación de autopartes. La empresa se encuentra ubicada en la Zona Centro de Bogotá, aun así, sin importar su ubicación pueden atraer vehículos en su mayoría gama alta.

La empresa Carstore es una empresa nacional que implementa productos para toda gama de vehículos incluyendo camionetas y todo el mercado 4x4. Esta empresa se diferencia de las demás por que maneja precios bajos, una buena atención al cliente y además por que puede envolver a todo tipo de vehículos y todo tipo de gamas. Esta empresa maneja muchos mas productos y servicios tales como luces, polarizados de diferentes clases (Normal – Nanoceramico – Nanocarbon), luces internas y también ofrecen performance e importación de autopartes. Ofrece un valor agregado al constar con 2 sedes, una en la zona norte de Bogotá, en el reconocido San Andresito Norte y otra sede en la 134.

Dentro del ámbito automotriz, el taller Turbotek, inicialmente ubicado en la zona norte de Bogotá, era altamente reconocido en el medio, por desarrollar trabajos que ningún otro taller realizaba, con un buen desempeño y calidad. Más adelante unos amantes de los carros

decidieron abrir un nuevo taller, llamado Prestige Motorsports, en donde realizaban trabajos de alta calidad y con automóviles de alta gama. Durante esta época toda la atención se centró en este nuevo taller por sus lujos y trabajos representativos. Turbotek en ese momento perdió clientes, y además la atención del público objetivo. Para solucionar esto el taller decidió adentrarse en nuevos mercados, darle una mejor visión al taller desde el marketing digital, cambiar a una sede fuera de Bogotá y además proponer un nuevo nombre para el taller. De esta manera el nuevo Taller LM3 ha tenido un correcto posicionamiento y reconocimiento en el mercado, logrando ser de nuevo uno de los mejores talleres de performance dentro del país. Sus trabajos y automóviles representativos destacan la nueva forma de actuar y la calidad que tienen dentro del mercado, sin realizar estereotipos y manejando la buena atención al cliente frente a cualquier tipo de servicio.

Lo que tienen en común estas empresas, es que todas reflejan sus trabajos en redes sociales, en su mayoría Instagram, donde demuestran la calidad de sus proyectos, y la exclusividad que manejan. Además de esto cada taller tiene clientes fieles con automóviles exclusivos, de esta manera las empresas aprovechan estos vehículos para realizar sus promociones, planes publicitarios y de mercadeo. Esta estrategia de propagación por medio de redes sociales, utilizando vehículos exclusivos, es acertada debido a que, dentro del campo automotriz, existen muchos clientes fieles a estos entornos de exclusividad y de lujo en donde en un futuro quieren llegar a comprar vehículos de este tipo y sobre todo con estos accesorios; así mismo quieren visitar los lugares en donde trabajan para este tipo de vehículos, siempre buscando una mejor calidad y un mejor servicio.

Dentro del análisis pertinente para el correcto crecimiento de la organización, es necesario identificar la meta, en el caso de Evotek es lograr posicionar su nombre y calidad en el mercado automotriz colombiano, realizando exposición de su calidad, precios bajos y dedicación en cada uno de sus trabajos. Un método que complementa correctamente la misión actual de la empresa es el marketing 2.0, dedicado a promulgar publicidades por medio de internet, y dependiendo del enfoque organizacional por medio de redes sociales.

Un ejemplo tomado de un artículo de marketing 2.0 aplicado al sector turismo, ejemplifica que es necesario tener modelos comerciales, guía de trabajo y análisis del sector para así mismo realizar una correcta estrategia para acoger a un mercado objetivo final. (Martínez

Sala, A. M) Luego de tener definidas estas características es necesario partir de una hipótesis, real y a la vez cuestionable para el proyecto, de esta forma se analizan las ventajas y desventajas de la empresa respecto al mercado, de donde se pueden obtener oportunidades futuras. Adicionalmente el proceso sumerge al área de mercadeo a indagar y fomentar mayores estrategias para acoger de mejor forma el cliente.

Sin embargo, para poder aplicar el marketing 2.0 a una organización es necesario analizar si las operaciones, servicios y manejos internos de la compañía están listos para una aplicación externa y ajustarse a un cambio publicitario y de correcta atención al cliente. Dado a esto (Arthur. Stern), demuestra que para algunos mercados es necesario tener una objetividad respecto a la demostración de calidad por medio de redes sociales, ya que el método voz a voz en ciertos tipos de servicios necesitan un factor adicional que afiance la confianza de los clientes hacia un establecimiento comercial. Al realizar análisis sobre las operaciones comerciales, se debe identificar si la empresa al sumergirse dentro de publicidad Marketing 2.0 logra controlar la identidad de marca y aun así hacerla lucir mejor o aumentar su calidad y posicionamiento respecto a la competencia. Es necesario aprovechar la tendencia actual y aumentar la interacción con el cliente para que todos los desarrollos de ventas de productos y servicios por medio de internet, sean cada día mas confiables y personalizables a la hora de ofrecer la necesidad del cliente.

El servicio, como elemento diferenciador, clave y constante en las diferentes estrategias de marketing, es importante al ser un mecanismo clave para captar de la mejor manera los clientes dentro de un mercado, es por esto por lo que las empresas, en este caso, del sector automotriz realizan diferentes practicas analíticas respecto a los servicios de las otras empresas del sector. Alfonso Bobes y Felipe Valdes (2014) proponen una serie de pasos a realizar para una correcta evaluación del servicio, en donde se debe tener en cuenta: la diferenciación del servicio, la competitividad de la empresa, la satisfacción del cliente, el funcionamiento del sistema logístico, la velocidad y transparencia, así como también la personalización de este.

Justificación:

Este proyecto será positivo para la empresa debido a que puede ayudar a analizar de una manera mucho más completa y estratégica el mercado, así mismo porque también se

pueden analizar estrategias ya implementadas por empresas en el mismo sector, para poder realizar un Benchmarking y poder implementar lo realmente útil en la empresa Evotek.

De acuerdo con el análisis del mercado el proyecto ayuda mediante análisis como el DOFA con la identificación de Estrategias optimas para aprovechar todas las ventajas que tiene el taller en términos de ubicación, servicios, y reconocimiento, así como también implementar una visión sobre cómo y cuáles debilidades atacar para que se conviertan en oportunidades. De esta forma el taller podrá crecer continuamente con una guía de trabajo y además podrá presentar, evidenciar, y demostrar avances basados en los análisis previamente realizados dentro del campo automotriz.

A medida que la empresa tenga un avance en el sector, se puede realizar nuevamente un DOFA, para analizar qué elementos debe implementar nuevamente para lograr metas específicas, analizar cuáles no se implementaron de forma correcta, también de que manera puede situarse y obtener una mayoría de clientes que lleguen a la empresa obteniendo un buen servicio y recomienden el taller de forma optima en el mercado automotriz. Dentro del campo automotriz es necesario analizar el valor percibido por el cliente ya que es éste se considera como una herramienta de medición y análisis frente a la competencia de talleres automotrices, de enfoque en mantenimiento y autopartes. (J. B., & Uribe Arango, J. F. 2015)

Posteriormente, los resultados de este análisis y benchmarking se busca la implementación de nuevas estrategias, retroalimentar los trabajos para así mismo evaluar la implementación de nuevos servicios, nuevas estrategias, nuevos planes de reconocimiento de marca y hasta nuevas alianzas estratégicas para así mismo obtener un alto índice de calidad en el mercado automotriz, posicionando a Evotek como uno de los mejores y más reconocidos talleres a nivel nacional.

Por otro lado, el presente trabajo es pertinente para la Administración de Empresas, ya que expresa de forma real los enfoques administrativos, financieros, de mercado y de servicio, a la hora de guiar y posicionar una empresa nueva dentro de un sector altamente abastecido.

Realmente se demuestra el reto que tiene el estudiante de utilizar los conocimientos adquiridos durante la vida universitaria, la ejemplificación de casos reales, para así mismo

aprovecharlos y nivelarlos a la vida real. De esta forma el estudiante por su parte aumentara la confianza de implementar todos los conocimientos y ejemplos obtenidos en la vida universitaria, para que sean una guía y un método de trabajo eficaz dentro de cualquier tipo de trabajo.

El trabajo que desempeña este proyecto es el reflejo del avance y de los métodos que se pueden realizar dentro de un trabajo real, y cómo puede funcionar de manera más específica dentro de un mercado, en este caso el mercado automotriz. De esta forma dentro del enfoque del mercado, se pueden analizar cuáles son las pautas y estrategias específicas que se deben desarrollar, para un buen reconocimiento y crecimiento en el mercado automotriz.

Dentro del enfoque administrativo, el presente proyecto puede ser válido y ayudar a la administración de empresas, ya que cubre análisis de confianza dentro de la atención al cliente como la correcta expresión oral, y escrita, elementos determinantes en las estrategias publicitarias para la gestión de un negocio. Además, puede ayudar a la optimización de procesos dentro del trabajo actual en Evotek y demostrar que las teorías de administración pueden ser útiles a la hora de enfrentar horas y entregas acordadas con los clientes. Para el buen desarrollo de todas estas metodologías es necesario realizar una correcta investigación del mercado que se va a cubrir, demostrar cómo se puede innovar dentro de este negocio específico en el ámbito automotriz y llevar todas estas estrategias a la vida real para poder ponerlas en acción.

Dada la explicación detallada del presente proyecto y al descripción de las estrategias realizadas dentro del campo automotriz, la administración se puede ver beneficiada dentro de la optimización de procesos de producción, fortalecer los análisis de la buena gerencia de las operaciones dentro de la empresa, rendir una buena calidad de la gerencia del servicio, así mismo también analizar la economía actual y cómo las empresas en este sector deben estar a favor del cambio para poder ajustarse, evaluar nuevas inversiones y actuar con honestidad en cada uno de los procesos a realizar.

Marco teórico y conceptual:

Marco teórico:

Dentro de Evotek y este proyecto es muy importante el reconocimiento de marca, identificado como el punto donde los clientes logran realizar un reconocimiento de la empresa no solo por su nombre sino por sus servicios, logos, colores representativos destacados dentro de cada tipo de mercado. De acuerdo con Ortega-Ruiz, C. A., & Velandia-Morales, A. (2011), el reconocimiento de marca esta enfocado a la memoria, la cual es el mecanismo de aceptación por parte de los individuos de un objeto, lugar, o establecimiento comercial. Dentro de este margen existen tipos de visiones dentro de la memoria, la memoria explícita la cual consta de la memoria de corto plazo y largo plazo, en donde se entiende que la memoria de corto plazo hace referencia a lo verbal y espacial, es decir a lo que se observó y se captó desde la primera impresión. La memoria de largo plazo es declarativa en donde se ejemplifica una acción y una experiencia ya realizada.

Es aquí donde entra el posicionamiento de marca, el cual se debe entender como algo distinto al reconocimiento. Al ser ejemplificado el reconocimiento de marca cómo la resolución de visión o existencia que un individuo tiene respecto a algo; el posicionamiento incluye la definición de reconocimiento, pero además esta relacionado con la búsqueda de ese ente, trabajo, o persona para un fin individual. Según un estudio realizado en Carvajal en 2013, el posicionamiento de marca tiene que ser visto como un símbolo de transformación organizacional, en donde las estrategias de una organización deben ser variables, para regir la meta de la organización. Dado el caso de Carvajal (2013) en el texto de Rengifo Mera, M., & Manfredi, L. (2013), el cual expone un diagnóstico de posicionamiento de marca, propone que pueden existir varios nombres e ideales similares, respecto a un trabajo, actividad u organización, es por esto que el posicionamiento debe ser cambiante para que las estrategias se vean encaminadas a lo que el mercado objetivo quiere ver, para así lograr una recordación enfocada en el reconocimiento y en la memoria perceptiva.

Es importante resaltar que para generar un correcto posicionamiento de marca que incluya el reconocimiento de una entidad, se tiene que tener en cuenta una propuesta de valor basada en una ambición corporativa originada de una visión, misión, y valores

organizacionales, para así mismo reflejar estos enfoques en una reputación corporativa, la cual incluye un desempeño de la compañía y la percepción que se tiene de sus trabajos, así como también principios expresados por parte de la empresa, y un mercado oferta, en donde se busque crear una correcta percepción de la empresa. Las percepciones de una organización pueden ser positivas, negativas, de calidad y de satisfacción, pero si es una empresa de servicios y no de productos, se debe tener en cuenta el correcto servicio al cliente, la cultura y la innovación.

La empresa Evotek tiene que generar las correctas percepciones por parte de su mercado objetivo, y para poder desarrollarlo se debe tener en cuenta un valor agregado que tenga la organización a diferencia de sus competidores y del mercado que ofrece productos y servicios similares. Regido a esta explicación se tratará de una cualidad poco suministrada por los diferentes ofertantes. El valor agregado se determina por las capacidades de la empresa de brindar bienes y servicios diferenciadores a los de su mercado actual. (Vinajera-Zamora 2017)

Para tener en cuenta las correctas percepciones, Evotek tiene en cuenta el benchmarking como herramienta clave para desempeñarse en el mercado. De acuerdo con esto el Benchmarking se entiende como método que realiza comparaciones respecto a diferentes entes en el mercado, para de este modo proporcionar métodos clave para mejorar la producción, los servicios y la inversión privada. (SVB)

Este tipo de relación y comparación que se debe realizar con respecto a otras empresas resulta como una evaluación comparativa entre sí, convirtiéndose en una herramienta de gestión (Mercadal Trudy). Entendiéndolo así este proceso comparativo sirve como punto de referencia en donde varias empresas de un sector en específico, puede realizar comparaciones en procesos de producción, servicios y ventas, de este modo se podrán implementar las herramientas más acordes a cada organización.

Del mismo modo Leonardo Ortégón (2017), propone que se debe realizar una investigación sobre la imagen y el posicionamiento actual de una organización, de este modo de acuerdo con el departamento de gestión, se le pueden atribuir las correctas estrategias para una buena imagen dentro de un mercado y así mismo para un buen posicionamiento de este. Es importante tener en cuenta la visión de los consumidores del entorno, y tener claro cuál es

el enfoque dentro de la investigación, así como también tener fijo un mercado objetivo, para atribuir características, estrategias de reconocimiento y posicionamiento dentro de un mercado de forma objetiva.

El posicionamiento se debe determinar y construir de acuerdo con el enfoque de un proyecto, debido a que el enfoque determina la profundidad de la investigación, y así mismo el direccionamiento de esta. Al realizar una investigación se deben generar análisis sobre estrategias adecuadas al manejo del objetivo general, dado a esto, si también existen varios objetivos específicos, se debe tener en cuenta una estrategia de acuerdo con cada uno de los mismos.

Objetivo general:

Aumentar el posicionamiento de marca y la fidelidad de los clientes de Evotek, a través de técnicas de mercadeo, reconocimiento de marca y valores diferenciadores en la atención al cliente.

Objetivos específicos:

1. Implementar un análisis sobre las estrategias de mercadeo y servicio más adecuadas para satisfacer las categorías de trabajo y obtener un positivo reconocimiento de Marca.
 - **Indicador:** Tipos de Servicio y Precios
2. Establecer un plan de acción como guía a implementar para las estrategias específicas dentro de cada área de trabajo.
 - **Indicador:** Numero de Estrategias y público objetivo.
3. Realizar retroalimentación sobre las técnicas estratégicas y avances de Evotek sobre cada una de sus áreas de trabajo.
 - **Indicador:** Numero de clientes nuevos después de aplicar las estrategias.

Metodología:

La metodología del trabajo será descriptiva y por positiva, además tendrá un enfoque cualitativo; tendrá en cuenta diferentes actividades pactadas para lograr cada objetivo específico. De acuerdo con esto para la implementación de nuevas técnicas de mercadeo, un correcto benchmarking, un plan estratégico y una correcta evaluación del proceso se van a tener en cuenta herramientas cuantitativas para analizar el reconocimiento de marca, cualitativas para evaluar el servicio prestado y Focus Groups con todos aquellos que desempeñaran actividades para medir el grado de satisfacción del servicio.

Dentro de los mecanismos evaluativos de los procesos dentro de la empresa, serán guiados por un método Delphi, patrocinado por el representante legal y los diferentes profesionales de instalación para desarrollar un correcto funcionamiento de las técnicas evaluativas. Para que este desarrollo se lleve a cabo de la manera correcta se deben tener en cuenta los siguientes pasos según M.^a Elena García-Ruiz (2018);

- Diseño de un cuestionario
- Seleccionar el mercado objetivo
- Obtención de respuestas
- Interpretación del cuestionario
- Análisis del cuestionario
- Modificación del cuestionario y empezar de nuevo.

De esta forma los análisis técnicos sobre el avance de la organización podrán ser catalogados y analizados gracias a los datos cuantitativos y cualitativos dentro de los procesos específicos de trabajo que maneja Evotek. De esta forma se puede llegar a diferentes conclusiones en cada tipo de servicio prestado, cuáles son las falencias y cuáles pueden ser las oportunidades que puede aprovechar la empresa teniendo en cuenta sus valores agregados y fortalezas.

Los Focus Group a realizar son métodos cualitativos que envuelven la percepción de cada uno de los individuos dentro de la organización para crecer en percepción y calidad dentro de un área de producción o servicio. Markova, I., Grossen, M., & Linell, P. (2007). Dentro de estos Focus Groups se tendrán en cuenta diferentes puntos de vista, de cada uno de los

instaladores de Evotek, así mismo la interpretación del representante legal, para unificar los ideales y trabajar en la visión, interna y externa del taller, en donde también se trabajará la buena coordinación entre trabajos y obtención de clientes.

Es muy importante resaltar la capacidad de comunicación que se debe tener dentro del taller y en el área de servicio al cliente, ya que la comunicación es una herramienta clave, para crecer en los procesos y servicios que ofrece actualmente Evotek. Como valor adicional dentro de los Focus Groups se tendrá en cuenta el lenguaje pertinente para entablar dentro del taller, el cual envuelva respeto, una comunicación óptima y eficaz dentro de las categorías de trabajo, así mismo con los clientes que se acerquen al taller, para trabajar a favor de una buena impresión, calidad, y atención al cliente.

Por medio de la recolección de datos se analizará la información que puede influenciar en las estrategias de desarrollo. Teniendo en cuenta la dirección del negocio y del proyecto de emprendimiento e innovación en un mercado ya existente, se establece que el enfoque actual del proyecto es cualitativo propositivo.

Se expone que es un enfoque cualitativo ya que por medio de los servicios y productos ofrecidos en el taller, se evidencia la descripción detallada de cada servicio dentro de la recolección de datos, también se debe tener en cuenta la observación detallada para así mismo generar una mayor calidad, de donde por medio de una detallada investigación se puede obtener una conclusión acerca de un servicio, y cual podría ser la mejor forma para cumplir a cabalidad el mismo, para generar un alto índice de satisfacción en el cliente.

Dado a esto si el cliente obtiene el mejor servicio posible y una correcta atención y determinación sobre lo que desea, se puede generar ampliamente un voz a voz positivo en el mercado automotriz, factor altamente importante a la hora de la propagación de publicidad e información sobre los servicios a prestar y el buen nombre del taller. Se entiende como enfoque cualitativo, propositivo por que el mismo, permite generar ideas de innovación, así mismo por medio del análisis de información dar una buena exposición de un servicio o producto, para que el consumidor final acepte de la manera correcta los mensajes publicitarios y se encuentre de acuerdo con los servicios prestados o productos vendidos dentro del mismo.

Cronograma de actividades:

EVOTEK		E	F		M	A		M	J		J
Objetivos Especifico 1	Actividades	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
Implementar un análisis sobre las estrategias de mercadeo y servicio más adecuadas para satisfacer las categorías de trabajo y obtener un positivo reconocimiento de Marca.	Recolección de información										
	Clasificación de precios										
	Clasificación de Servicios										
	Capacitaciones										
	Estrategias comerciales										
Objetivos Especifico 2	Actividades	Actividades				Actividades					
Establecer un plan de acción como guía a implementar para las estrategias específicas dentro de cada área de trabajo.	Puesta en acción de estrategias comerciales										
	Análisis de Estrategias										
	Desarrollo y ejecución de planes publicitarios										
Objetivos Especifico 3	Actividades	Actividades				Actividades					
Realizar retroalimentación sobre las técnicas estratégicas y avances de Evotek sobre cada una de sus áreas de trabajo.	Evaluación Calidad del servicio										
	Análisis de Estrategias										
	Entrega Trabajo Final										

Resultados

De acuerdo con el objetivo de implementar un análisis de estrategias de mercadeo, publicidad y calidad de servicio, para fomentar el buen desarrollo del reconocimiento de marca y posteriormente el posicionamiento, se proyectaron unas actividades determinantes para el buen conocimiento del entorno automotriz.

Para el buen desempeño en el campo automotriz de detallado y actualizaciones, es necesario tener en cuenta la recolección de datos, en donde el representante de Evotek visita constantemente diferentes sitios comerciales del mismo tipo, para realizar el método de Benchmarking y así mismo analizar la competencia, para poder ser competitivos en calidad, servicio y economía.

El principal método para recolectar información utilizado es visitar directamente los otros lugares comerciales, desde el punto de cliente, analizar el servicio, los precios, la calidad del servicio y el tiempo de entrega. Este método fue utilizado en lugares comerciales situados en el 7 de agosto para analizar estas características. Este método fue direccionado para analizar todo el servicio, calidad de la mercancía, y tiempos de entrega para actualizaciones Toyota.

Dentro de las actualizaciones Toyota es necesario implementar una calidad de nivel 10/10 para que las camionetas queden totalmente actualizadas y como salidas de concesionario. Estas actualizaciones se derivan de partes exteriores que necesitan de un alto margen de calidad en donde, se debe tener en cuenta la correcta instalación, un correcto proceso de pintura y un buen detallado automotriz. Estas actualizaciones de Toyota tienen que ser realizadas con productos importados, y no nacionales debido a que la calidad en moldes de partes automotrices debe ser de la mejor calidad.



ACTUALIZACIÓN TOYOTA PRADO



Imagen 1: Piezas actualización Toyota Prado

Dentro de todos los lugares en Bogotá que realizan las actualizaciones de Toyota, específicamente en zonas como el 7 de Agosto, San Andresito norte, San Andresito de San José y San Andresito de la 38, se manejan también otro tipo de productos y servicios que complementan estas actualizaciones, tales como mandos en el timón los cuales permiten subir y bajar el volumen del radio, pantallas de diversos tamaños para implementar por los radios, servicios de hidrografía los cuales permiten renovar y personalizar las partes plásticas para que luzcan de mejor calidad.

El cliente que desea realizar una actualización a su Toyota en lugar de comprar una nueva invierte en la actualización del cambio de frente que consta de un cambio estético posible de un modelo 2013 o un modelo 2017 a estéticamente un modelo 2019.



Imágenes 2 y 3: Antes y después

Esta actualización del cambio de frente de Toyotas consta de las siguientes características:

- Bumper Delantero
- Bumper Trasero
- Capó
- Parrilla delantera
- Porta placas trasero
- Unidades en Led
- Accesorios internos para la correcta instalación.

Estas características tienen que ser de la mejor calidad para que la camioneta que se va a actualizar pueda lucir como una 2019. Sin embargo, las calidades de los talleres y el precio que manejan son totalmente diferentes. Sin mencionar directamente el nombre de los establecimientos comerciales, hay talleres que ofrecen únicamente la actualización estética de Toyota Prado en \$14.000.000, en donde incluyen todas las partes antes mencionadas, más instalación y pintura.

Los talleres que prestan estos servicios de actualización de Toyotas tienen productos y servicios complementarios, de los cuales se pueden generar mayores rentabilidades y que se

prestan como accesorios. Esta es una ventaja ya que estos talleres al realizar una actualización de Toyota también pueden ofrecer otros diversos productos como mandos del timón para subir y bajar el volumen, radios táctiles de 12 a 15 pulgadas, servicios de hidrografía para pintar todas aquellas pizas desgastadas, y rines que permiten actualizar las camionetas y hacerlas lucir como salidas de concesionario.

De acuerdo con el desarrollo que ha implementado Evotek en el campo automotriz, el representante legal, se ha dedicado en realizar estudios de precios y marketing en el mismo mercado específicamente de Toyotas, para así mismo promover precios bajos y calidad óptima, para poder elevar el reconocimiento de marca y más importante aumentar el posicionamiento del taller, como un taller de calidad y digno de pagar el precio justo.

Evotek promueve las actualizaciones de Toyota Prado en \$9.900.000, en donde se incluyen todas las características e ítems antes mencionados, y además genera un obsequio de un polarizado de la mejor tecnología en el mercado llamada Nano carbono. De esta forma al comparar el precio ofrecido por Evotek es bajo respecto a la competencia y además de una calidad superior en algunos casos, logrando una diferencia del precio promedio de \$14.000.000 a \$9.900.000, con instalación y pintura, y además con un valor añadido de un polarizado a cada vehículo actualizado de la mejor tecnología.

De esta forma Evotek ha aumentado significativamente su reconocimiento de marca en redes sociales, tales como Instagram en donde actualmente gracias a publicidad paga y publicidad intensiva basada en el Marketing 2.0, donde se exponen los mejores trabajos y de la mejor calidad, para aumentar vistas y direccionamiento hacia el taller.

Ya que este tipo de marketing 2.0, permite llegar fácilmente a una mayor audiencia, se ha implementado en su totalidad por parte de Evotek. Este nuevo medio de propagación ha generado visitas repetitivas en las páginas, y así mismo se ha logrado llegar a clientes potenciales.

Los clientes en su mayoría son recaudados por el representante de Evotek, por medio de reuniones automotrices, eventos especiales, visitas al autódromo, y entrega de tarjetas para más información. Dentro de las redes sociales se realizaron publicidades por medio de Instagram y publicidad paga por medio de Facebook, en donde se selecciona, la comunidad

a la que se quiere llegar, y quien es apto para ver las publicidades. Por medio de estas publicidades se aumentó el reconocimiento de Evotek en el campo Automotriz, y además se lograron conseguir clientes potenciales para actualizaciones Toyota.



Imagen 4: Publicidad Paga Instagram

Estos clientes que pactan con Evotek por medio de las redes sociales, se dirigen a la pagina por la publicidad y además por el impacto de la calidad en publicaciones que tiene la empresa en redes sociales. El incremento de confiabilidad es un termino importante en el campo automotriz, ya que este termino es tenido en cuenta en cada uno de los talleres y por cada uno de los clientes que desean realizar algo a sus vehículos. De esta forma la confianza por parte de los clientes por Evotek aun tiene que aumentar para fortalecer el posicionamiento.

Evotek ha tenido la oportunidad de aprovechar de forma optima las redes sociales y la publicidad paga, ya que, en el caso de la publicidad generada para las actualizaciones de

Toyota, se propone un precio por transformación y actualización realmente bajo a comparación de la competencia. En el caso de la publicidad de Toyota Prado, se propone un precio de \$9.900.000 por actualización, instalación y pintura, en donde únicamente se actualiza en partes y componentes exteriores. Pero de allí nace un plus, y es que Evotek no únicamente ofrece la actualización exterior, sino que también ofrece accesorios internos para mejorar la apariencia interna de cada una de estas camionetas.

El cliente luego de realizar la actualización, se ve movido por invertir en cambio de llantas y rines por el del modelo 2019, así como también invierte en radios de alta calidad, sensores delanteros de proximidad, sensores traseros de proximidad, cámara infrarroja y luz día delantera y trasera, sonido profesional, hidrografía, espejos automáticos, nuevas llaves, sirenas y nuevos tipos de claxon, luces extra originales de la versión 2019 más equipada, y así mismo si el cliente desea realizar una reprogramación del motor de su vehículo para aumentar la potencia y respuesta del mismo, se puede incluir todo en un mismo paquete, en donde Evotek puede obtener un mayor provecho, y aumentar la venta de los productos y servicios ofrecidos.



Imagen 5: Accesorios Internos

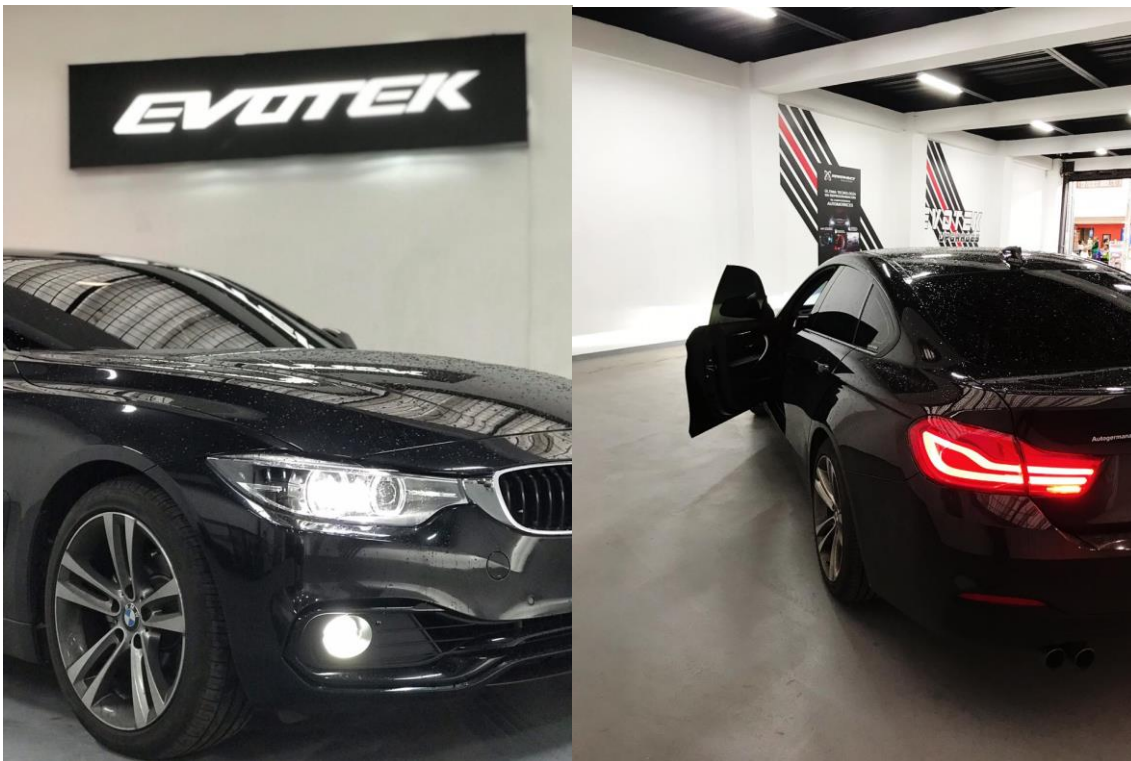
Los clientes que llegan por medio de esta publicidad, por lo general tienen más vehículos y desean realizar un cuidado detallado a la pintura de sus otros vehículos, en donde Evotek aprovecha la oportunidad de acoger al cliente mediante un descuento por recurrir nuevamente al taller. Para el cliente el descuento propuesto es significativo, pero realmente no es tan significativo para Evotek debido a que obtuvo más de una venta, de la cual sacó una mejor rentabilidad.



Imagen 6: Otros servicios

De los clientes que llegan al taller en búsqueda de la publicidad de Toyota, tienen otros vehículos los cuales no cuentan con una protección solar y visual, así que se acercan nuevamente al taller por medio de citas con el representante, para la instalación de los

respectivos polarizados con la mejor tecnología nano carbono, la cual bloquea la visibilidad del exterior al interior del vehículo, pero permite de forma clara la visibilidad del interior al exterior, además de esta característica, este tipo de polarizado, el cual no es un papel convencional, sino uno con exclusividad, bloquea los rayos UV, característica que protege con esto la piel de los que estarán dentro del vehículo, y de acuerdo a esta tecnología permite controlar las altas temperaturas dentro del mismo y mantener un clima estable además de confortable.



Imágenes 7 y 8: Polarizado Nano carbono

Evotek tiene la posibilidad de realizar estos trabajos de actualizaciones de Toyota, ya que, cuenta con la importación directa de los productos a utilizar para realizar todo de la mejor calidad posible. Los procesos de importación directa están enfocados a satisfacer las necesidades los consumidores dentro del campo automotriz, que deseen importar autopartes de calidad que mejoren la apariencia o procesos mecánicos de los vehículos, para que de esta forma obtengan una mayor potencia o mejor apariencia en la vía. Evotek ofrece los productos de actualización junto con el servicio de instalación y pintura, la pintura que se

utiliza dentro de las características de las nuevas piezas, son originales de Toyota, y los procesos de pintura se realizan en cabina de pintura electroestática. Estas cabinas permiten mejorar la calidad de pintura de las piezas ya que todo el proceso es realizado bajo aislamiento orbital, el cual impide que grumos del aire entren y se adhieran a los nuevos procesos de pintura. Dentro de la cabina existe un mecanismo el cual es un horno y secadores infrarrojos dirigidos, para que las piezas sellen de una mejor manera en menos tiempo.

El tiempo en la entrega de las camionetas actualizadas es un factor muy importante, así como toda la coordinación necesaria para poder realizar las mismas. El cliente llega al taller, tiene una cita con el representante legal, quien realiza una exposición sobre los tipos de personalización posibles que se le pueden realizar a los vehículos, se pacta una fecha en la que se recibe el vehículo, y otra fecha en la que debe realizar la entrega de este.

El representante realiza una visita y análisis tipo Benchmarking, con las empresas que realizan de igual forma estas actualizaciones, se indagan precios, tiempos de entrega, calidad de las piezas y plus que pueden tener cada una de aquellas empresas altamente competitivas. Luego de realizar un análisis desde el precio, calidad, y mercado es planteada una hora y fecha para realizar publicidades, con precios insuperables dentro del mercado, y con la intención de atraer clientes con la visión de pagar lo justo por el producto y servicio.

El representante, con los resultados de esta estrategia complementa el plan publicitario con entrega de tarjetas dentro de conjuntos residenciales y zonas en las que se ven este tipo de camionetas potenciales para convertirse en clientes de la compañía. Muchos de los que reciben las tarjetas y la explicación no se ven interesados en el producto, por el contrario, muchos de igual forma se ven interesados, y expresan el requerimiento de mas información y precios. Luego de que el representante realiza una exposición tentativa para cada uno de aquellos interesados, los clientes deciden acercarse al taller o realizar una llamada después, otros por el contrario deciden dar las gracias e indagar mas precios en el mercado.

Luego de que transcurre determinado tiempo, unos de esos clientes se acercan al taller o realizan una llamada al representante debido a que posterior a su indagación, definieron que Evotek maneja el mejor precio todo incluido dentro del mercado, lo que evidencia que la publicidad y el movimiento en redes puede fortalecer el reconocimiento esperado.

Este es el paso a seguir constantemente, con los productos de Toyota en Evotek, en donde los productos y servicios son:

- Actualización Toyota Prado - 2013 > 2019
- Actualización Toyota Prado - 2017 > 2019
- Actualización Toyota Hilux – Revo > Rocco
- Actualización Toyota Sahara – 2010 > 2019
- Actualización Toyota Sahara – 2014 > 2019
- Unidades en Led (Farolas) 2019 Toyota Prado
- Unidades en Led (Farolas) 2019 Toyota Fortuner
- Unidades en Led (Farolas) 2019 Toyota Hilux



Imagen 9: Unidades en Led (Farolas) 2019 Toyota Prado

Además de los servicios y productos para la actualización de Toyota ofrecidos por Evotek, se ofrecen accesorios internos, tales como:

- Mandos en el timón
- Sensores de proximidad delanteros
- Sensores de proximidad traseros
- Cámaras 360
- Cámaras delanteras
- Cámaras traseras
- Tapetes en alfombra personalizables
- Tapetes Weathertech
- Radios
- Polarizados Nano carbono
- Hidrografía
- Rines
- Sirenas
- Llantas
- Llaves con sistema de proximidad



Imagen 10: Radio 12 Pulgadas

Estos productos son adicionales a la actualización de este tipo de vehículos, ya que complementan una renovación exterior con una renovación interior. Para que todo el trabajo quede correctamente realizado y de calidad, el representante luego de recibir los vehículos realiza un video sobre el estado en el que se recibe el vehículo, para posteriormente realizar una comparación del antes y después. Adicionalmente se realiza una capacitación y reunión con los trabajadores de cada una de las fases de transformación, en donde se exige calidad y rigurosidad a la hora de realizar el desmonte y el ensamble de las nuevas piezas, para que no se vayan a sufrir daños en la pintura ni en el interior de cada pieza, como pines y pachas. Los procesos de capacitación incluyen, además, retroalimentación por parte de los participantes para lograr un compromiso con la labor sin importar (por el momento) el tipo de vinculación con Evotek, lo que garantiza una optima prestación del servicio y la posibilidad de aumentar los niveles de calidad en los mismos.



Imagen 11: Desmonte Toyota

La capacitación es necesaria y Evotek ha sido consciente de todos los posibles errores que se pueden cometer en los procesos de actualización de Toyotas, dado que es el servicio insignia hasta el momento. En especial se ha hecho énfasis en la importancia de los pines y las pchas, ya que son los que sujetan las piezas en su respectivo lugar de la carrocería y que permiten que el vehículo este ajustado. Posterior a finalizar el ensamble de las piezas externas e internas, se realiza una verificación del ajuste de cada una de ellas, para que no se tenga que incurrir en garantías y entregar el trabajo en óptimas condiciones, la disminución de garantías y reprocesos permite reconocer la importancia de las capacitaciones realizadas y la eficacia de estas.

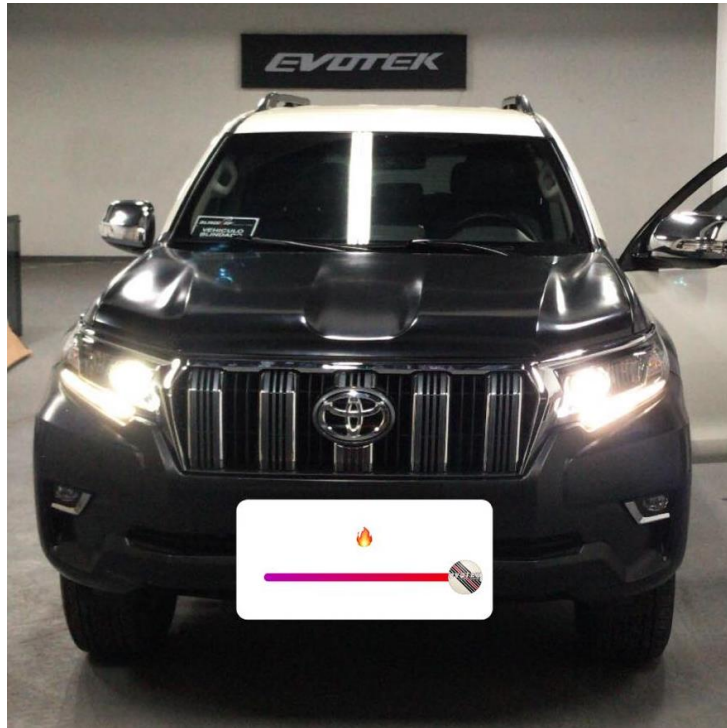


Imagen 12: Ensamble Toyota Facelift 2019

Estos servicios ofrecidos para Toyota son los que se usan para cualquier otra marca dentro del sector, Evotek al realizar la apertura comercial a vehículos 4x4, aumentó su reconocimiento de marca, y así mismo su posicionamiento. El representante de Evotek decidió realizar nuevamente una apertura comercial, para todos aquellos que deseen realizar la importación de piezas para sus vehículos.

Dentro del campo automotriz existen fanáticos a la velocidad y fanáticos a realizar mejoras a sus vehículos tanto física como en aumentar la capacidad del motor. Luego de un análisis comercial se definió que todos aquellos interesados en buscar la mejora de sus vehículos buscan piezas exclusivas, estas piezas por lo general no las proveen los concesionarios, sino que necesitan de una importación directa. En el mercado existen varios talleres reconocidos que realizan la importación de partes a vehículos.

Según el análisis, estos talleres tienen un alto reconocimiento en el campo automotriz, por su calidad y exclusividad de los productos. La diferencia de un taller al otro son sus trabajos representativos ya que con ellos realizan sus publicidades y aumento de clientes. Evotek decidió entrar en este ámbito y realizar una apertura comercial, para todos aquellos

clientes interesados en traer piezas personalizadas para sus vehículos desde otros países. Gracias a los contactos y los proveedores del representante legal se logró encontrar una forma de importar estas piezas directamente y ofrecerlas en el campo automotriz.

Evotek realizó esta apertura para cualquier tipo de vehículo, en donde se pueden importar piezas para los vehículos, ropa y accesorios que tengan que ver con los mismos. Al analizar la competencia, los talleres importadores realizan sus importaciones gracias a que tienen muy buenos contactos o empresas de transporte que les ayudan a disminuir gastos de importación y además que les permite obtener una mejor futura rentabilidad. La mayoría de las importaciones que realizan estos talleres son productos de talleres famosos en Estados Unidos.

Evotek se lanzó a este nuevo tipo de servicio de importación directa con la facilidad de traer piezas de Estados Unidos a través de Miami, de Inglaterra a través de Londres y de China a través de Guangzhou. Los productos que vienen de cada uno de estos países tienen un tiempo de llegada diferente:

- Miami > 2 a 3 días hábiles
- Londres > 7 días hábiles
- Guangzhou > 15 días hábiles

La importación de piezas aumenta la credibilidad y la confianza de los clientes por el taller, debido a que no cualquier taller realiza importación de piezas, y la instalación de estas.

De acuerdo al objetivo específico de implementar un análisis sobre las estrategias de mercadeo y servicio más adecuadas para satisfacer las categorías de trabajo y obtener un positivo reconocimiento de marca, Evotek realizó la recolección de información de los mismos servicios prestados para el cuidado automotriz por parte de otros talleres, utilizando la técnica de benchmarking, en el cual se evaluó la calidad del servicio y atención al cliente, el tiempo de entrega de los productos y servicios, así como también la calidad de los mismos.

Dentro de este análisis de mercado se analizaron precios de muchos productos y servicios prestados los cuales son realmente altos por parte de la competencia y de donde se concluyó que se puede albergar nuevos mercados. Para poder competir con la calidad y

tiempo de entrega de otros talleres, el representante legal tiene una capacitación antes de todo trabajo de actualización, con los trabajadores para entusiasmarlos por medio de remuneración y calidad de trabajo, el sentido de pertenencia por Evotek.

Dado a que Evotek tiene la capacidad de prestar nuevos servicios, se implementaron técnicas y estrategias, que tienen la función de guiar la implementación de nuevos métodos en cada uno de los servicios prestados y cada área de trabajo que corresponde a otro objetivo específico. Gracias al análisis de nuevos mercados y de la capacidad del taller se implementaron estrategias comerciales mediante el marketing 2.0 y publicidad paga para la apertura del mercado 4x4 y posteriormente tener la capacidad de desarrollar las actualizaciones Toyota antes mencionadas.

El marketing por medio de redes sociales fue el método de propagación de los nuevos planes publicitarios expuestos por Evotek. La portada de la promoción de Evotek para adentrarse en este nuevo mercado, contenía la foto de las Toyotas más representativas y una descripción del servicio así:

- “Actualización Toyota prado > 2019
- Incluye instalación y pintura
- \$9.900.000
- Incluye luces Led (Versión VX)

De acuerdo con este tipo de publicidad se obtuvieron los siguientes resultados:



Imagen 13: Estadísticas

- ✓ 705 clics en la promoción
- ✓ 51.451 impresiones
- ✓ 14 potenciales clientes
- ✓ Llamadas
- ✓ Correos
- ✓ Se compartió la publicidad por parte de los interesados



Imágenes 14 y 15: Estadísticas

Se definió que de las 38.786 personas alcanzadas:

- El 87% son hombres
- El 13% son mujeres
- El 33% de los que vieron la publicidad están en un rango de 18 – 24 años
- El 24% son del Distrito capital



Estadísticas de la promoción

Público

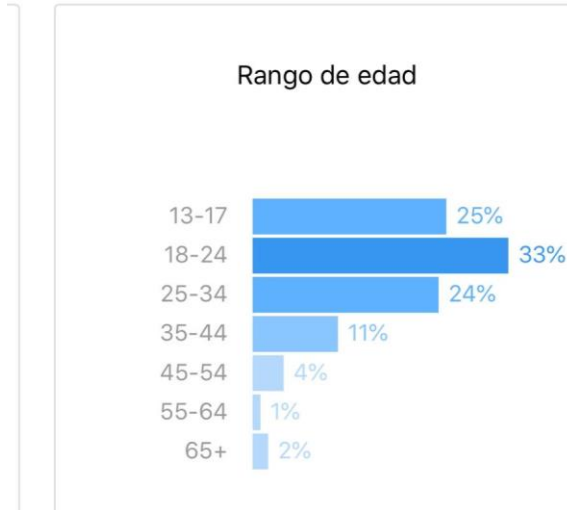


Imagen 16: Estadísticas

Esta publicidad aumentó el reconocimiento del taller por medio de redes sociales, en donde ahora los clientes escriben constantemente por diferentes servicios y productos. Los clientes potenciales de las actualizaciones Toyota son debido a la publicidad por medio de redes sociales, en donde tienen la facilidad de realizar llamadas al representante legal, enviar un mensaje a la publicación o publicidad, o enviar un correo electrónico al correo del taller.

Dentro de cada uno de los procesos y trabajos realizados en Evotek, se requiere una retroalimentación que permita analizar cuales son los defectos, en servicios, productos y publicidad, para así mismo poder analizar el proceso, corregirlo, y llegar a la mejor calidad en el menor tiempo posible. Esto satisface el ultimo objetivo planteado en el que se propone una retroalimentación sobre las técnicas estratégicas y avances de Evotek sobre cada una de las áreas de trabajo. Posterior a cada una de las entregas de trabajos realizados, se analiza el cliente, su actitud frente a los nuevos cambios de su vehículo, el tiempo de entrega, la calidad de entrega y así mismo se analiza si el cliente se siente satisfecho con el pago por sus productos y servicios. De esta forma se convierte en un círculo en el que se recopila información sobre calidades de servicio y estrategias, se propone un plan de acción, bien

sea en grupos automotrices representativos o publicidad paga, se da a lugar el plan de acción y se tiene una conclusión sobre la satisfacción del cliente, ya que este último es el medio más importante de propagación, reconocimiento y posicionamiento posible dentro de un taller automotriz.

Dentro del tiempo de práctica los resultados han sido significativos, ya que los clientes han aumentado por medio de la página de Instagram, la cual es la red social más influenciada en el medio automotriz. La empresa al realizar la apertura de redes sociales, como método publicitario para exponer sus trabajos más representativos, ha obtenido una gran acogida, reconocimiento y posicionamiento. El posicionamiento aumentó ya que esta es una característica después del reconocimiento, en donde los clientes saben y conocen de la existencia del taller, pero aún más importante se acercan a realizar cotizaciones, bien sea virtualmente por medio de redes sociales, por medio de correos, y llamadas. Actualmente la empresa cuenta con más de 15.000 seguidores en Instagram, de los cuales provienen del reconocimiento impuesto por medio del representante legal, en grupos automotrices y por la publicidad paga en Instagram.

Los clientes constantemente se acercan ó buscan información más detallada con el representante legal, sobre cada uno de los servicios, cuáles son los productos utilizados, cuáles son las capacidades que tiene la empresa para la importación de partes, cuál es el tiempo de entrega respecto a cada tipo de servicio, y cual es el precio mínimo para el requerimiento que ellos desean realizar a sus vehículos.

Gracias al plan de acción en el que se vio implementada la apertura comercial, fue una de las características base para que el taller aumentara en clientes y en reconocimiento. De este modo los trabajos de Toyota son los trabajos que actualmente más rentabilidad atraen a la empresa, así como también la importación de partes y accesorios de lujo para cada tipo de vehículo. Debido al aumento en ventas del taller, se ha logrado aumentar el músculo financiero del mismo, para poder obtener precios bajos a la hora de realizar compras con proveedores al por mayor. Así mismo la calidad de los trabajos se ha reflejado, en donde los procesos de pintura, e instalación son realmente representativos del buen trabajo del taller.



Imagen 17: Actualización Toyota Prado



Imagen 18: Telón - Entrega Actualización Toyota

Conclusiones

Los 3 objetivos planteados, se ven impulsados dentro de Evotek, luego de la apertura a nuevos mercados, de donde se ha obtenido un incremento en reconocimiento, posicionamiento y rentabilidad para el Taller. Se evidenció que los 3 objetivos actúan de forma continua dentro de cada uno de los procesos del taller, bien sea de instalación de partes, ensamblaje de actualizaciones, servicios de detallado automotriz con 3M, importación de partes y servicios personalizados, de los cuales se obtiene una retroalimentación, y así mismo recomendaciones por parte de los clientes y conocidos del taller que fortalecen las bases del mismo, para cada vez mejorar sobre cada trabajo concluido.

De acuerdo con el trabajo realizado y alcanzado por Evotek se concluye que tener un plan de trabajo, es una base fundamental para el progreso de una empresa, ya que permite un mayor orden y direccionamiento de esta. Adicionalmente se concluye que el trabajo realizado por Evotek brinda una guía de camino, de acuerdo con la llegada de los clientes y la fidelización que se tiene sobre el taller.

Una característica fundamental que permitió la realización de nuevas aperturas comerciales fue analizar las capacidades del establecimiento, pactar metas ambiciosas pero realizables, y siempre actuar diferente a los demás. La innovación es un pilar para cualquier empresa emergente o en riesgo, ya que permite imponer nuevas tendencias o analizar algo ya existente desde otro punto de vista. Evotek en referencia a lo antes mencionado, decidió manejar precios bajos, a cada uno de sus trabajos, sin embargo, el valor diferenciador de la empresa es la forma en la que se entrega cada uno de los trabajos, ya que el cliente siempre va a esperar lo mejor y de la mejor calidad para cada uno de sus productos. Un factor representativo de parte de Evotek son las entregas de sus trabajos, de forma que el cliente obtenga un sentimiento de que esta estrenando su vehículo de nuevo y que sus bienes son de calidad, sin importar la gama o precio de cada uno de ellos.

Se concluye que la calidad de los trabajos son publicidad positiva para Evotek, por lo que la exigencia de los trabajos realizados debe ser alta, se debe cumplir lo pactado y siempre dar una correcta atención al cliente. En complemento es fundamental tener en cuenta

capacitaciones sobre calidad y aumento de sentido de pertenencia hacia el taller por parte de los trabajadores.

Es necesario resaltar que dentro del taller el músculo financiero ha aumentado, lo que promueve mejores rentabilidades y una mayor capacidad de realizar trabajos con un estilo de personalización único. Se evidencio que invertir una mayor parte en procesos de instalación y pintura de acuerdo con cada tipo de servicio, aumenta la calidad de los trabajos y por ende la publicidad voz a voz del buen trabajo de la compañía, que resulta en el aumento de clientes a un largo plazo. Sin embargo, la remuneración para los instaladores también aumentó para que sus trabajos sean de calidad y obtengan un mayor grado de fidelidad y propiedad dentro de Evotek.

Finalmente, a la conclusión global a la que se llegó por parte de Evotek, es la necesidad inmediata de poseer un plan de acción y evitar el miedo de adentrarse en nuevas etapas, ya que añadido a esto pueden presentarse oportunidades de mejora, con la ayuda de estar a favor de la innovación y el cambio del mercado.

Recomendaciones

Es necesario tener en cuenta recomendaciones que implementen un mejor futuro para Evotek, siempre tener listo un plan de acción, tener un valor agregado, así mismo como un valor diferenciador dentro del mercado automotriz. Dado a esto, el estilo de las entregas de los trabajos realizados por Evotek, son un factor importante para marcar la diferencia, es necesario tener en cuenta la construcción del tráiler de entregas, el cual ayuda al reconocimiento y así mismo el posicionamiento del taller.

Un tráiler de entregas permite generar un mayor impacto en la visión del cliente, ya que aumenta la percepción de calidad y servicio por parte de Evotek, así mismo es un medio de transporte de vehículos ajenos, que favorece a todos aquellos clientes exigentes con el movimiento y transporte de todos sus vehículos. Este será un valor diferenciador respecto a los otros diferentes talleres dentro del mercado automotriz, dado a que la entrega final en un tráiler sería una capacidad de mercadeo única dentro del mercado. Este método es

diferenciador, expresa calidad e innovación para poder acoger todos los segmentos posibles, desde un automóvil con piezas importadas y/o actualizadas, hasta cualquier tipo de vehículo allegado al taller.

Es necesario realizar eventos promocionales respectivos al taller, eventos en los que se vean invitados todo tipo de grupos automotrices para que de esta forma puedan acercarse, y reclamar descuentos por asistencia, historias dentro del mismo, compras inmediatas y recomendaciones dentro del mercado. Los eventos especiales deben ser segmentados, por grupos influenciadores, marcas automotrices, y tipos de vehículos.

Al fomentar eventos segmentados por grupos influenciadores es necesario realizar convocatorias por medio del representante legal de cada una de las paginas representativas, acordar descuentos y beneficios, e imponer actividades para obtener mejores resultados. Dentro de los eventos especiales a realizar con la compañía de marcas automotrices, analizar cuáles son los vehículos representativos de cada una, y fomentar la personalización de estos dentro del taller, influenciados y promovidos por descuentos especiales, y beneficios para sus vehículos.

Al hablar de eventos por tipos de vehículos, es necesario tener en cuenta que el mercado 4x4, es un mercado amplio en el país, donde se ven influenciados por un público objetivo, con obligaciones diarias enfocadas a la agronomía y cultivos. Al realizar eventos especiales para este target, es necesario analizar temáticas asociadas a sus obligaciones diarias, y en las cuales los vehículos que poseen se puedan desempeñar como vehículos 4x4. De acuerdo con los sitios de promoción y de publicidad, es necesario realizar los eventos dentro de Evotek, para así promover y aumentar el posicionamiento dentro del campo automotriz. Debido a que dentro del taller no se pueden tener experiencias propias del mercado 4x4, fomentar salidas a excursiones en terrenos destapados y representativos, son la solución, de esta forma también se ve influenciado el aumento del buen nombre del taller y sus capacidades.

Para continuar con el correcto posicionamiento, es inevitable aprovechar las oportunidades para repartir tarjetas, dar información sobre el taller, apoyar y fomentar el posicionamiento de este, y así mismo asistir a eventos automotrices con trabajos representativos para cada ocasión, bien sean eventos de lujo, de mecánica, o personalización y detallado automotriz.

Referencias bibliográficas:

1. Ortega-Ruiz, C. A., & Velandia-Morales, A. (2011). Influencia del advergaming y el advertising en la recordación y reconocimiento de una marca. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 43(3), 511–520. Retrieved from <http://ezproxy.javeriana.edu.co:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=70587609&lang=es&site=eds-live>
2. emprende pyme. (2016). Qué es el posicionamiento?. 4/03/2019, de *EmprendePyme*.nte Sitio web: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-posicionamiento.html>
3. Meza, P. (2018). Estrategias de posicionamiento del Autor en Artículos de Investigación de Ciencias Sociales, Humanidades e Ingeniería: Novatos versus Expertos. *Información Tecnológica*, 29(2), 3–18. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.4067/S0718-07642018000200003>
4. Rengifo Mera, M., & Manfredi, L. (2013). Carvajal marca la diferencia: Nuevo posicionamiento de marca como simbolo de transformacion organizacional. (Carvajal Makes a Difference: New Brand Positioning as a Symbol of Organizational Transformation. With English summary.). *Estudios Gerenciales*, 29(127), 266–271. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/http://www.sciencedirect.com/science/journal/01235923>
5. Vinajera-Zamora, A., Marrero-Delgado, F., & Ruiz-Morales, M. (2017). Método para calcular el valor agregado en cadenas de suministro de productos electromecánicos. *INGENIARE - Revista Chilena de Ingeniería*, 25(3), 535–546. Retrieved from <http://ezproxy.javeriana.edu.co:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=125137505&lang=es&site=eds-live>
6. Carriedo, Á., Bonvecchio, A., López, N., Morales, M., Mena, C., Théodore, F. L., & Irizarry, L. (2013). Uso del mercadeo social para aumentar el consumo de agua en escolares de la Ciudad de México. *Salud Pública de México*, 55, S388–S396. Retrieved from <https://search.ebscohost-com.ezproxy.javeriana.edu.co/login.aspx?direct=true&db=lth&AN=97292981&lang=es&site=eds-live>
7. MORENO, J. B., & URIBE ARANGO, J. F. (2015). Análisis Competitivo Por Parte De Los Talleres De Servicio Automotriz, Mediante El Uso Del Valor Percibido Por El Cliente. *Ad-Minister*, (26), 73–99. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.17230/ad-minister.26.4>

8. Berg, S. (2013). Water Utility Benchmarking. [N.p.]: IWA Publishing. Retrieved from <http://ezproxy.javeriana.edu.co:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=690468&lang=es&site=eds-live>
9. Mercadal, T., PhD. (2018). Benchmarking. Salem Press Encyclopedia. Retrieved from <http://ezproxy.javeriana.edu.co:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=113931106&lang=es&site=eds-live>
10. MORENO, J. B., & URIBE ARANGO, J. F. (2015). Análisis Competitivo Por Parte De Los Talleres De Servicio Automotriz, Mediante El Uso Del Valor Percibido Por El Cliente. *Ad-Minister*, (26), 73–99. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.17230/ad-minister.26.4>
11. Ortegón Cortazar, L. (2017). Imagen y posicionamiento de marcas en la industria de agroquímicos en Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(1), 13–28. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.22507/rli.v14n1a1>
12. Alonso Bobes, A. R., & Felipe Valdés, P. M. (2014). Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. *Economía y Desarrollo*, 152(2), 184–192. Retrieved from <http://ezproxy.javeriana.edu.co:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=112731349&lang=es&site=eds-live>
13. GARCÍA-RUIZ, M. E., & LENA-ACEBO, F. J. (2018). Aplicación del método delphi en el diseño de una investigación cuantitativa sobre el fenómeno FABLAB. *EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 40, 129–166. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.5944/empiria.40.2018.22014>
14. Markova, I., Grossen, M., & Linell, P. (2007). *Dialogue in Focus Groups : Exploring Socially Shared Knowledge*. London: Equinox Publishing Ltd. Retrieved from <http://ezproxy.javeriana.edu.co:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=547834&lang=es&site=eds-live>
15. Stern, A., & Wakabayashi, C. (2007). Are You Ready for Web 2.0 Marketing? *J@pan Inc*, (72), 6. Retrieved from <https://search-ebscohost-com.ezproxy.javeriana.edu.co/login.aspx?direct=true&db=f5h&AN=25853915&lang=es&site=eds-live>

16. Sala, A. M. M. (2018). Marketing 2.0 Applied to the Tourism Sector: The Commercial Function of the Websites of Destination Marketing Organizations. Revista de Comunicación "Vivat Academia," (143), 1–22. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.15178/va.2018.143.01-23>

Certificación de la Empresa:

Bogotá (11/03/2019)

Yo, **Iván Camilo Triana Amaya**, identificado con el documento No **132497361** estoy al tanto del avance del Proyecto Líder "**Reconocimiento de Marca**", el cual está siendo elaborado por **Iván Camilo Triana Amaya**, identificado con documento No **1032497631**, el cual es desarrollado en el marco de su Práctica Empresarial en **Evotek S.A.S** identificada con numero de NIT **901200836-7**.

Firma del estudiante: Iván Camilo Triana A.

Firma del jefe: Iván Camilo Triana A.

FORMATO AVAL 2019-10 ENTREGA FINAL

Bogotá 20 de Mayo de 2019.

Yo, **Iván Camilo Triana Amaya**, identificado con el documento No **1032497631** estoy al tanto de la **ENTREGA FINAL** del "Proyecto Líder" **Reconocimiento de marca**, el cual está siendo elaborado por **Iván Camilo Triana Amaya**, identificado con documento No **1032497631**, el cual es desarrollado en el marco de su Práctica Empresarial en **EVOTEK S.A.S** identificada con numero de NIT – **901200836-7**.

Firma del estudiante: Iván Camilo Triana Amaya

Firma del jefe: Iván Camilo Triana Amaya

Anexos:



PROPUESTA

- EL ESTUDIANTE, SE HARÁ CARGO DEL TALLER AUTOMOTRIZ, ENCARGÁNDOSE DEL ÁREA DE FINANZAS Y MERCADEO, APLICANDO LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN SU PROCESO DE ESTUDIO, Y SUS ENFASIS (Finanzas/Mercadeo), PARA EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DEL MISMO, E IMPLEMENTAR UN BUEN RECONOCIMIENTO EN EL CAMPO AUTOMOTRIZ.



REPROGRAMACIONES

- *PERFORMANCE SOLUTIONS CO*
 - EMPRESA DEDICADA A LAS REPROGRAMACIONES AUTOMOTRICES, EN BUSCA DE GENERAR UN BENEFICIO DE POTENCIA, CONSUMO, Y MAPAS ESPECIFICOS PARA EL GUSTO DEL CADA CLIENTE.
 - "Performance Solutions se enfoca en la gestión electrónica para cada vehículo, por medio de esta, garantiza con total seguridad la configuración mas precisa para su motor"
 - <http://performance-solutions.co/performancemap/>





POLICHADO

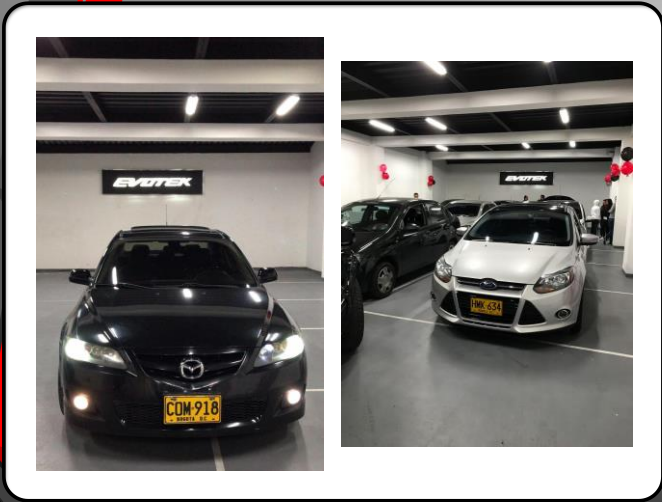
- SISTEMA QUE PERMITE UN MEJOR CUIDADO DE LA PINTURA, ADEMÁS DE DARLE UN ASPECTO REALMENTE IMPECABLE Y NUEVO A LOS VEHÍCULOS.



CAR WRAPS

- MÉTODO QUE PERMITE PERSONALIZAR LA ESTÉTICA DEL VEHÍCULO POR MEDIO DE VINILOS ESPECÍFICOS, SIN MODIFICAR LA PINTURA DEL MISMO.





ESPACIO DE OPERACIÓN





