



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

**Accesorios para Vehículos
Marcali S.A.**

Andres Felipe De La Torre Uricoechea

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Investigación de Mercado
Bogotá
2015**

**Monografía de práctica empresaria
Accesorios para Vehículos
Marcali S.A.**

Andres Felipe De La Torre Uricoechea

**Director:
Edgar Rubio**

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Investigación de Mercado
Bogotá
2015**

INDICE

1. Introducción.....	4
2. Objetivos.....	5
2.1 Objetivos Especificos	5
3. Desarrollo:.....	6
3.1. Mercado de Accesorios.....	6
3.2. Investigación de Mercados	6
3.3. Marcas:.....	7
3.31 Kia.....	8
3.32 Renault.....	8
3.33 Mercedes-Benz.....	9
3.34 CJD (Jeep, Dodge y Ram).....	9
4. Proceso de Accesorios.....	10
5. Encuesta.....	12
5.1 Pregunta #1.....	12
5.2 Pregunta #2.....	12
5.3 Pregunta #3.....	13
5.4 Pregunta #4.....	14
5.5 Pregunta #5.....	15
5.6 Pregunta #6.....	16
5.7 Pregunta #7.....	17
5.8 Pregunta #8.....	18
6. Visitas Concesionarios	19
7. Conclusiones.....	20
8. Bibliografía.....	22

1. Introducción:

En el momento que se venda un vehículo el cliente pasa por el asesor comercial de ventas escoge el carro que necesita y después pasa al asesor comercial de accesorios; en el momento se da la necesidad de comprar accesorios de seguridad ya que algunos artículos como las lunas, lamevidrios y llantas están dispuestos a que los roben, otros artículos como seguro de pernos y películas de seguridad son necesarios para la seguridad del cliente. De otro lado los productos relacionados con centro de entretenimiento, tapicería en cuero, techos eléctricos, GPS, spoiler, estribos, farolas entre otros, son accesorios que personalizan los carros y hace que el cliente escoge como quiere ver su vehículo nuevo. Por lo tanto son accesorios que no son muy costosos en comparación al precio del vehículo, tienen plan de financiación donde puede aumentar el precio del carro y está cubierto por el crédito, tienen garantía el cual es un valor agregado ya que estos accesorios se pueden instalar en otros puntos de venta pero no son garantizados y además son originales.

Por lo tanto se plantearán estas ideas en el proyecto con el fin de tener en cuenta los accesorios en la venta de automóvil donde se beneficiarán tanto como el vendedor comercial como Marcali; es importante resaltar que la mano de obra y la fuerza de ventas de accesorios se maneja por un outsourcing donde el porcentaje de la mano de obra y la comisión se le suma al valor de los artículos, también se manejará una política que se va a plantear en el proyecto con el fin de manejar de una manera más directa los accesorios y que no tengan mucha independencia el outsourcing.

En el tema de los inventarios es muy importante ya que se ven problemas en la hora de entrega, en el manejo de las referencias y pedidos, el lugar de almacenamiento y la facturación de este; se propone un manejo más centralizado y sistemático con el fin de agilizar los procesos que se manejan actualmente sean más eficientes y que los errores no se vean perjudicados al cliente final.

Es importante plantear estrategia de para aumentar las ventas de accesorios como nuevas políticas de comisión para la fuerza de ventas, alianzas estratégicas para tener un mayor portafolio con más variedad de accesorios, hacer campañas con promociones de accesorios, tener mayores proveedores y agilizar los procedimientos de facturación con el fin de ser más eficientes a la hora de entregar el vehículo. En este orden de ideas se planearon los siguientes objetivos.

2. Objetivos:

- Establecer una estrategia de Marketing con el fin de aumentar las ventas de accesorios de Marcali.

2.1 Objetivos Específicos:

- Identificar el mercado de los accesorios que sean prioridad para los clientes de Bogotá.
- Conocer como manejan la venta de accesorios en los diferentes concesionarios en Bogotá.
- Proponer una mejora en los procesos internos con el fin de agilizar la instalación de los accesorios al vehículo y ser más eficientes en la hora de entrega de carro.

Lo primero que se planteara es una nueva política de comisiones para los asesores comerciales, directores de marca e Ingeauto (outsourcing), donde se pautara unos objetivos específicos de ventas por mes con el fin de incentivar las ventas y se darán premios a los mejores vendedores como un reconocimiento al esfuerzo.

Se mejorara el proceso de facturación e inventario donde se facilitara la entrega de accesorios para la instalación y en la facturación no tendrá ningún error ya que muchos de estos hacen que el vehículo no sea entregado en la fecha pautada y no se podrá entregar el carro al cliente, el cual el perjudicado es el cliente final.

Buscar más alianzas con el fin de aumentar el portafolio de accesorios y que el cliente tenga mayor variedad de productos y que en el concesionario pueda conseguir todo lo que necesita para su vehículo y tenga la total seguridad de que son productos garantizados y originales.

Todo este trabajo fue en la práctica empresarial en el cual se realizó todos los cambios que se van a mencionar y se tomó decisiones para mejorar en área de accesorios.

3. Desarrollo:

3.1 Mercado de Accesorios:

El mercado de los accesorios para los vehículos no es conocido por los clientes, frecuente solicitan accesorios de seguridad; sin embargo es un mercado donde hay una gran oportunidad para crecer y hacer conocer a clientes todas las alternativas de accesorios que se pueden instalar a cada modelo y poder personalizarlo al gusto de cada uno.

Este mercado está en proceso de formación en algunos concesionarios en el cual los mismos asesores de ventas le ofrecen los accesorios a cliente sin tener la información completa, sin conocer bien el producto y sin darle la importancia a los accesorios ya que su prioridad es tener la venta del vehículo, por lo tanto es necesario tener otro asesor de accesorios con el fin de que le explique al cliente las características de cada accesorios, su funcionalidad y que cumpla con la necesidad del cliente.

Algunas marcas de vehículos están impulsando este nuevo mercado donde encontraron una gran oportunidad de negocio ya que esta logada a la venta del vehículo. Los accesorios son un producto que por fabricarlos en gran escala pueden llegar a tener un costo muy bajo y con una rentabilidad muy alta por lo cual muchas marcas están incentivando a los concesionarios de entrar a este nuevo mercado.

De otro lado es importante que los accesorios tengan su propia área el cual represente los estados financieros separados a todos los negocios que puedan ser parte de un concesionario, donde contara con su propia fuerza de ventas, su personal de instalación y personal administrativo con el fin de que se formen sus propios objetivos de ventas y no dependa de las otras áreas.

3.2 Investigación de Mercado:

El principal proceso que se proyecta es hacer una investigación exploratoria con el fin de identificar los problemas y encontrar las oportunidades que se están perdiendo en el mercado, una vez que estén identificado adecuadamente los problemas y que situación están perfectamente definidas podemos tomar las decisiones correcta para encontrar la solución más efectiva, pera ser más productivos y eficientes en los procesos.

Esta investigación es de suma importancia ya que encontramos una serie de problemas que afectan directamente el proceso de instalación de los accesorios, la entrega de inventario, en la disponibilidad de los accesorios y en la entrega del vehículo.

Se elaborara una investigación descriptiva con el fin de tener objetivos específicos para encontrar tendencia en el mercado, conocer las necesidades del cliente, nuevos métodos de ventas con el fin de que los asesores comerciales se proponga a vender accesorios a todos los carros que vendan y crear confianza con los asesores de vender los accesorios sin afectar la fecha de entrega del vehículo.

Esta investigación concluyente se manejara con opiniones de clientes con el fin de saber las necesidades y caracterizar que accesorios son de mayor rotación dependiendo del vehículo. Se manejara una comunicación con la fuerza de ventas para facilitar a los asesores en cerrar los negocios incluyendo los accesorios; se tendrá permanentemente comunicación con la empresa outsourcing quien maneja la mano de obra instalando los accesorios para cada carro, con el fin de que los asesores tengan conocimiento de todo el proceso de su automóvil.

Sin embargo es necesario hacer un estudio del mercado con el fin de conocer nuevos productos que podamos ofrecer y especialmente productos internacionales, productos innovadores ya que en la feria automotriz de este año los productos que tuvieron mayor rotación son los radio de última generación, farolas con tecnología avanzada para evitar accidentes, nuevos diseños y que cumplan con varias funciones.

Por lo tanto los concesionarios que obtengan productos innovadores se diferencian y tomar mayor participación del mercado, por lo cual se realizara un estudio del mercado con el fin de encontrar productos innovadores y de última tecnología para ser más competitivos en el mercado.

3.3 Marcas:

En Marcali S.A. es un concesionario multimarca, en el cual se manejan las siguientes marcas Kia, Renault, CJD (Jeep, Dodge y Chrysler) y Mercedes-Benz. Por lo tanto cada una de ellas maneja el mercado de accesorios de una forma diferente y tiene mayor penetración una que otras.

3.31 KIA:

El representante de la marca Kia (Metrokia) en Colombia ve una gran oportunidad en el mercado con la venta de accesorios, por lo cual hicieron una capacitación donde nos mostraron los nuevos productos que van a lanzar al mercado, las estrategia de ventas para hacer conocer al cliente todos los accesorios que se le pueden instalar a cada vehículo, las alianzas estratégicas que consolidaron con el fin de tener precios más competitivos, el apoyo de la marca a toda la red de concesionarios para impulsar este nuevo nicho del mercado y facilitar la ventas de accesorios.

Unos de los problemas graves de esta marca es no tener inventario disponible en fábrica lo que conduce que muchos clientes no desean atrasar la entrega de sus vehículos por lo accesorios. Por lo tanto las alianzas estratégicas con los proveedores locales nos llevan a tener un inventario disponible de manera inmediata, con precios competitivos en el mercado y de una muy buena calidad.

Unos de los requisitos de la marca es tener en la vitrina carros con los accesorios instalados con el fin de que los clientes vean los accesorios instalados y sea más efectiva la venta de estos, es muy importante tener varios vehículos accesorizados con el fin de aumentar las ventas ya que los asesores comerciales tienen la obligación de vender estos con los accesorios.

De otro lado la marca está lanzando nuevas campañas de accesorios mensualmente donde todos los concesionarios deben implementar en sus ventas, estos apoyos de la marca se ven reflejados en las ventas ya que los clientes llegan a preguntar directamente por un accesorios específico y esto hace facilitar la venta.

3.32 Renault:

Renault es la marca más agresiva del mercado con los accesorios ya que llevan más tiempo en este mercado, los accesorios de seguridad son muy baratos para los clientes finales y es una gran necesidad para el mercado de Colombia. Estos vehículos se caracterizan de las versiones más básicas por lo cual los clientes tienen la oportunidad de accesorizar su vehículo de acuerdo a sus necesidades.

Cada modelos de esta marca tiene varias versiones donde gran parte de sus diferencias son los accesorios que tiene cada versión, por lo cual es una oportunidad del mercado mostrarles a los clientes que no tienen la posibilidad de

comprar la versión full equipo los accesorios que tiene incluidos estos carros y que son posibles de instalarlos en la versión más básica.

La disponibilidad de los accesorios es inmediata en esta marca donde sí se monta el pedido en el sistema de Renault el accesorio llegaría al otro día al concesionario lo cual es una ventaja competitiva comparando las diferentes marca, sin embargo son muy estrictos con los requisitos que piden a cada concesionario por lo cual hacen visitas donde controlas los estándares de calidad, los carros accesorizados en las vitrinas, las campañas que se están manejando durante el mes y todos los anuncios publicitarios.

3.33 Mercedes-Benz

Esta marca es principiante en los accesorios técnicos donde son los accesorios que se le instalas a los vehículos, este mercado ha sido impulsado en los últimos años en el cual lanzaron accesorios innovadores para la nueva serie que se está manejando en este momento, sin embargo unos de los problemas más graves de esta marca es que todos los accesorios son importados lo cual la disponibilidad de estos tarde aproximadamente entre 30 a 90 días, por lo tanto es difícil encontrar disponibilidad de ciertos accesorios y los precios no son muy competitivos en el mercado ya que son de muy alto valor, otra desventaja competitiva es que los target de esta marca no conoce la totalidad de todos los accesorios que posee cada modelo.

En la feria del automóvil exhibieron todos los accesorios que se le pueden instalas a cada modelo lo cual fue muy bueno el apoyo de la marca y la iniciativa para que los clientes comenzaran a preguntar por los accesorios, gracias a estos las ventas de accesorios para esta marca aumentaron de una manera significativa que fue necesario hacer una retroalimentación con el fin de encontrar los errores más frecuentes para la venta de los accesorios y lo más importante tener la disponibilidad de los accesorios en menos tiempo.

Los accesorios de boutique que son merchandising son muy fuertes en este sector ya que son muy reconocidos en el mercado y llevan un tiempo importante con estos accesorios, muchos de estos suman importantes ventas.

3.34 CJD

CJD se entiende como (Chrysler, Jeep y Dodge) es una marca que representa un gran porcentaje en el total de ventas de accesorios ya que el target de los clientes

que compran ese tipo de vehículo tienen gran capacidad de compra y les gusta los accesorios que tiene la marca disponible para ese tipo de vehículo.

Esta es la marca que permite accesorizar los carros en la vitrina lo que lleva a tener una gran oportunidad de ventas y que los clientes conozcan cada accesorio que se le puede instalar. Las campañas realizadas de accesorios han incrementado las ventas, los combos de accesorios de seguridad son muy atractivos para los clientes y necesarios para los carros de alta gama, gran cantidad de accesorios tienen un precio alto lo cual hace que las ventas sea altas para cada vehículo y solicitados por el cliente.

Un problema que tiene la marca es que no apoya muchos los accesorios porque saben que los clientes mismos llegan al concesionario preguntando por ellos y no tienen la necesidad de hacer publicidad ni promociones. Es importante resaltar que tienen disponibilidad de todos los accesorios de manera rápida lo cual lleva a que la venta sea eficiente.

4. Procesos de accesorios:

El proceso de accesorios comienza en los asesores comerciales le asignan el cliente después de comprar el vehículo al asesor comercial de accesorios, esta persona le hace el pedido de accesorios que el cliente desea comprar, pasa por almacén para hacer el pedido a los proveedores y después se realiza la instalación de estos.

Se evalúa todo el proceso de accesorios paso a paso donde encontramos procesos que no eran eficientes, momentos en el cual habían pasos que se hacían manualmente y se prestaban para que la comunicación no fuera correcta, también encontramos que habían personas que no eran necesaria involucrarlas en el proceso y afectaban el desarrollo de este.

Por lo tanto tomamos medidas en el cual mandamos un boletín a las personas que deben estar involucradas en el procesos y diciéndoles las tareas que deben desarrollar cada uno, también se pasaron procesos que se hacían manualmente a ser electrónicos donde el sistema tiene un margen de error muy bajo y la información le llega a todas las personas correctamente.

Facilitamos a los asesores comerciales en elegir los accesorios de obsequio para los clientes donde se elaboró un trabajo con el departamento de sistemas con el fin de que los asesores comerciales eligieran el accesorios en el sistema sin que ellos manipularan los precios y que tuvieran certeza del precio de los accesorios,

también se amplió la gama de los accesorios de obsequio con el fin de facilitar la venta del vehículo.

Se manejó un stock sugerido por la fuerza de venta el cual nos permite tener los accesorios en la bodega para facilitar la instalación de los accesorios y se utilizó el sistema operativo que se maneja en la empresa donde se reserva los accesorios para cada vehículo el cual el mismo sistema avisa a jefe de comparas en el momento que los accesorios esta en bajo nivel del inventario, esto nos permite estar prevenidos para tener todo el inventario disponible para la venta.

También se estableció un comité de accesorios dos veces a la semana con el fin de que la fuerza de ventas y las personas encargadas de bodega y compran trabajaran conjuntamente con el fin de ser más productivos y eficientes, se resuelven todos los problemas que se presentan durante la semana y los más importante se presenta las campañas que cada marca esta lanzando.

Se realizó todos estos cambios ya que se veía muchas falencias en el procesos, la comunicación en entre la fuerza de ventas y las personas encargadas de suministrar los accesorios era interrumpida, los problemas de inventario eran muy frecuentes por lo cual se tomó medidas para que no afectaran con las entregas de los vehículos y perdiera credibilidad el área de accesorios.

5. Encuesta:

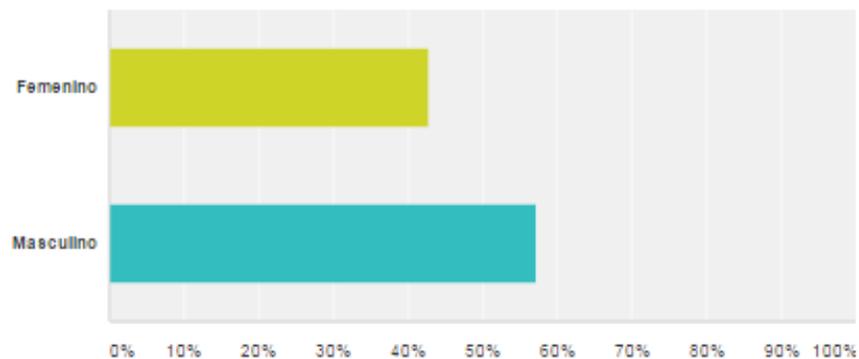
Se desarrolló una encuesta a un grupo de personas jóvenes con el fin de encontrar cuales son las tendencias del mercado, que lo que están buscando de accesorios en su vehículo, queríamos también conocer cuáles son las necesidades que están buscando y el conocimiento de accesorios que tiene ese grupo de personas.

Preguntas:

5.1

¿A que genero pertenece?

Respondido: 35 Omitido: 0

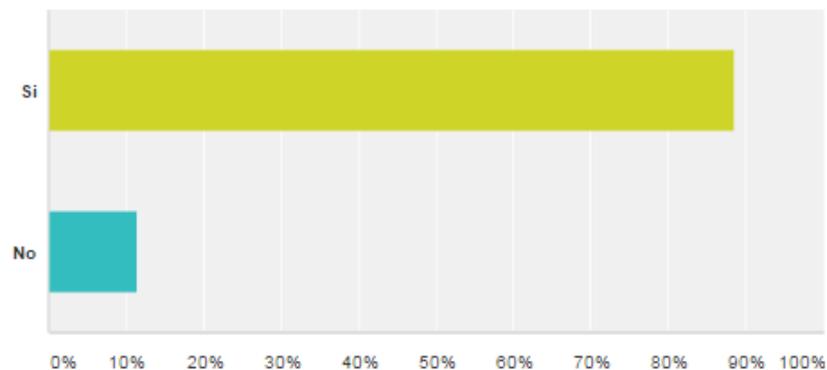


Opciones de respuesta	Respuestas
Femenino	42,86% 15
Masculino	57,14% 20
Total	35

5.2

¿Has comprado vehículos nuevos?

Respondido: 35 Omitido: 0

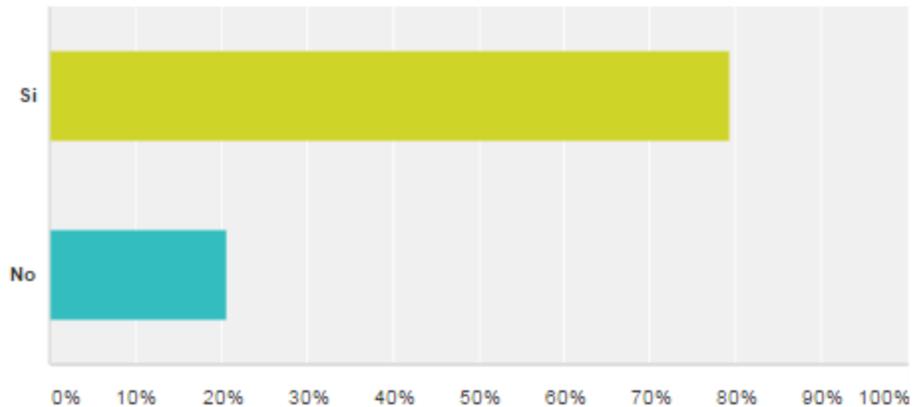


Opciones de respuesta	Respuestas
Si	88,57% 31
No	11,43% 4
Total	35

5.3

¿Conoces los Accesorios (seguridad y confort) de su vehículo?

Respondido: 34 Omitido: 1



Opciones de respuesta	Respuestas
Si	79,41% 27
No	20,59% 7
Total	34

En este grupo de personas está dividido en el género ya que el 57% son hombres y el 43% son mujeres, por otro lado el 88% de ellos han comprado un vehículo nuevo lo cual nos dice que es un gran porcentaje de clientes que tuvieron la opción de comprar accesorios para el nuevo vehículo.

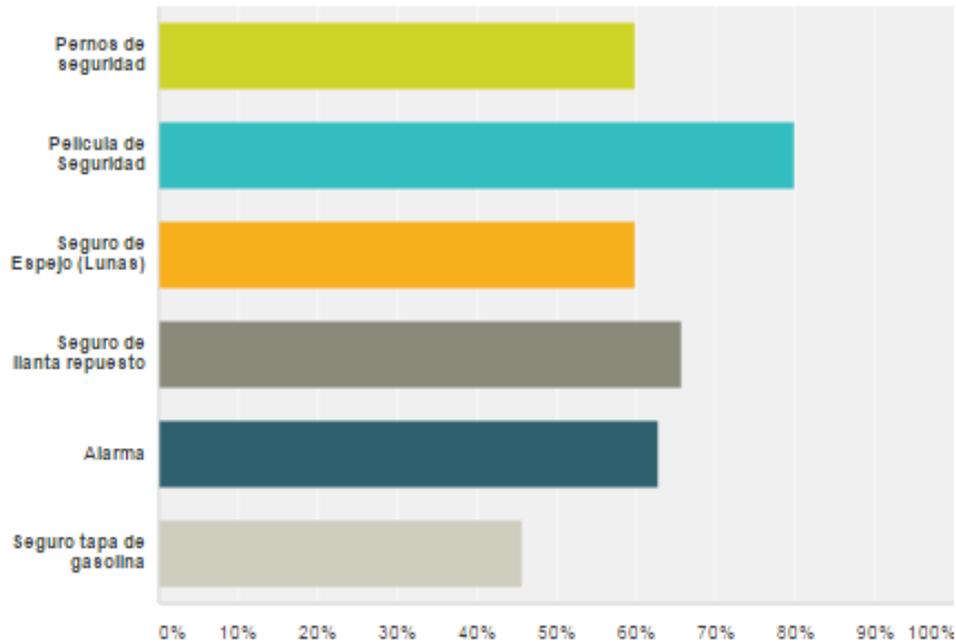
Sin embargo 79% de ellos conoce los accesorios de seguridad y confort, por lo tanto podemos concluir que en un gran porcentaje de este grupo en un cliente potencial de accesorios y podemos decir que tienen accesorio instalados en los vehículos lo cual nos lleva a atacar las personas que no tienen conocimiento de los accesorios ya que son el 21% y crear campañas de mercadeo con el fin de que los clientes conozcan el producto, su funcionamiento y que cumpla con la necesidades de los clientes.

Por otro lado es importante resaltar que el 43% son mujeres y que por lo menos la mitad de ese grupo conoce accesorios de los vehículos lo cual es un target de clientes difícil de llegar y que ya tiene el conocimiento del producto.

5.4

¿Que accesorios de seguridad compraría para su vehículo?

Respondido: 35 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Pernos de seguridad	60,00% 21
▼ Pelicula de Seguridad	80,00% 28
▼ Seguro de Espejo (Lunas)	60,00% 21
▼ Seguro de llanta repuesto	65,71% 23
▼ Alarma	62,86% 22
▼ Seguro tapa de gasolina	45,71% 16
Total de encuestados: 35	

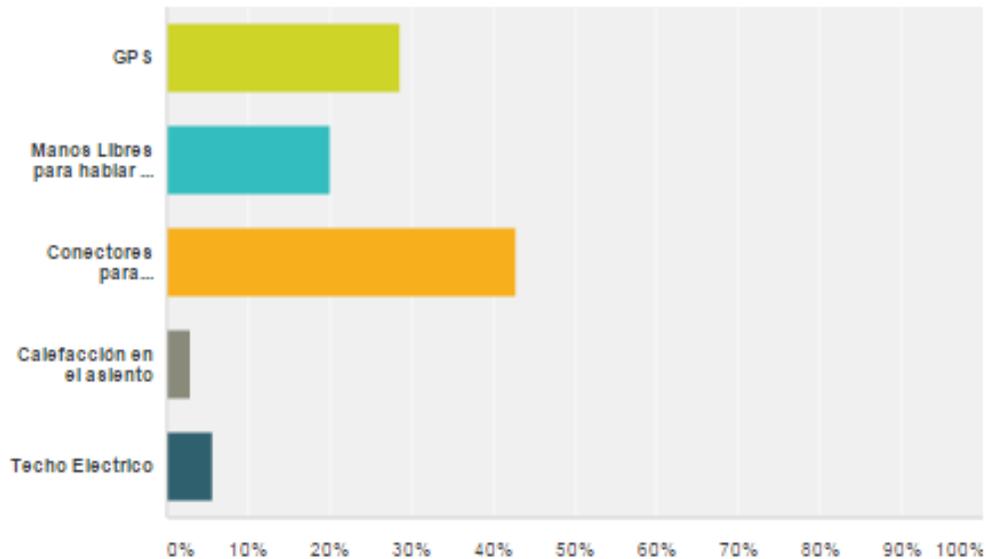
La mayoría de las personas encuestadas conocen los accesorios de seguridad ya que son muy populares por causa de la inseguridad de la ciudad, por lo tanto se puede manejar los combos de seguridad respectivos para cada vehículo con el fin de vender en volumen, esta estrategia se está implementando en todas las marcas y tiene un resultado importante en el total de ventas.

Las alarmas son de muy buena calidad y tienen un precio elevado comparando los demás accesorios de seguridad, sin embargo las alarmas que se manejan son de última generación y tienen garantía por parte de proveedor.

5.5

¿Que accesorios son importantes para un conductor?

Respondido: 35 Omitido: 0



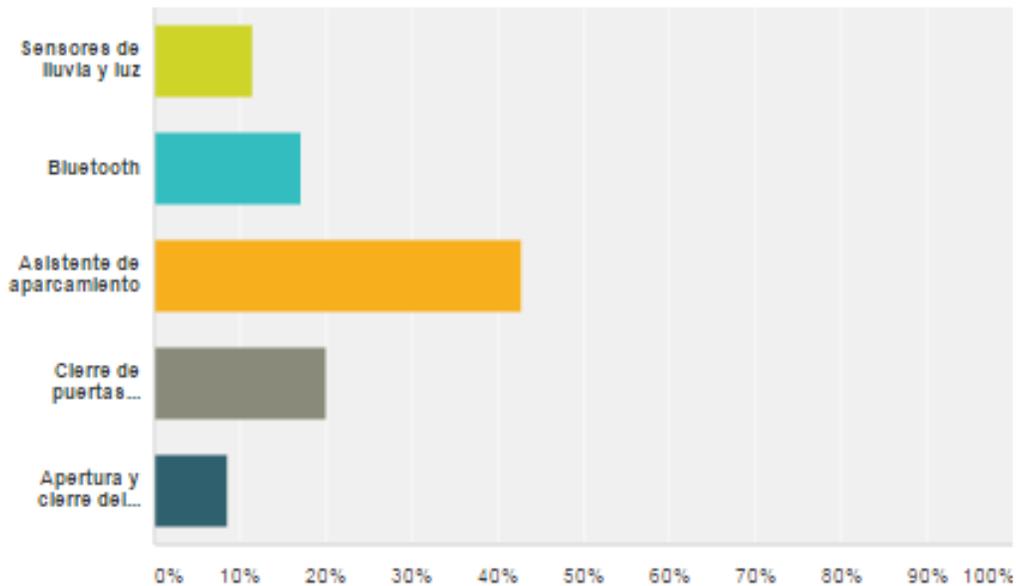
Opciones de respuesta	Respuestas
GPS	28,57% 10
Manos Libres para hablar por celular	20,00% 7
Conectores para productores de musica	42,86% 15
Calefacción en el asiento	2,86% 1
Techo Electrico	5,71% 2
Total	35

Los conductores piden especialmente accesorios de tecnología ya que son indispensables para la comodidad, lo más sugerido fue conectores para productores de música ya que todos desean conectar su celular al radio y poner su propia música o para que tenga la función de las manos libres. Sin embargo es importante resaltar que algunos prefieren un GPS, por lo tanto los nuevos radios de última generación tienen bluetooth integrado y GPS por lo cual en un solo accesorio puedes cumplir con varias necesidades del cliente.

5.6

¿Que accesorio extra le gustaría tener en su vehículo?

Respondido: 35 Omitido: 0



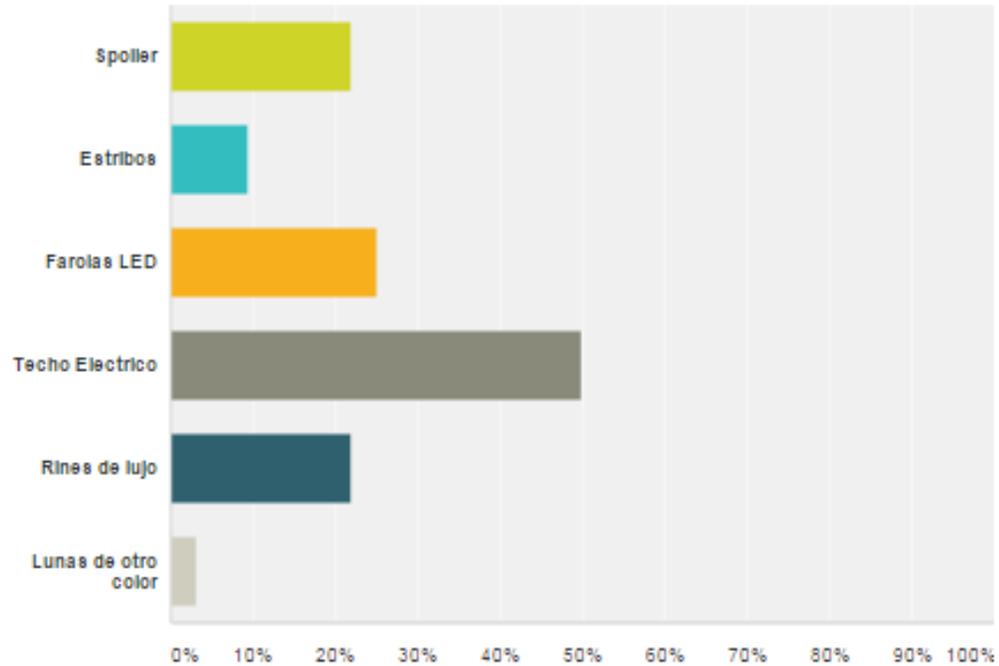
Opciones de respuesta	Respuestas
Sensores de lluvia y luz	11,43% 4
Bluetooth	17,14% 6
Asistente de aparcamiento	42,86% 15
Cierre de puertas automatico	20,00% 7
Apertura y cierre del maletero automático	8,57% 3
Total	35

Podemos ver una gran diferencia en los accesorios de asistente de aparcamiento, hay muchas versiones que se manejan lo cual manejan diferentes precios. Estos accesorios son muy preguntados por los clientes y tienen una alta rotación en el inventario, por otro lado es el bloqueo de las puertas que se manejan por la misma alarma; donde tenemos un producto de muy buena calidad y precios.

5.7

¿Que accesorios externo le gustaría tener en vehículo?

Respondido: 32 Omitido: 3



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Spoiler	21,88% 7
▼ Estribos	9,38% 3
▼ Farolas LED	25,00% 8
▼ Techo Electrico	50,00% 16
▼ Rines de lujo	21,88% 7
▼ Lunas de otro color	3,13% 1
Total de encuestados: 32	

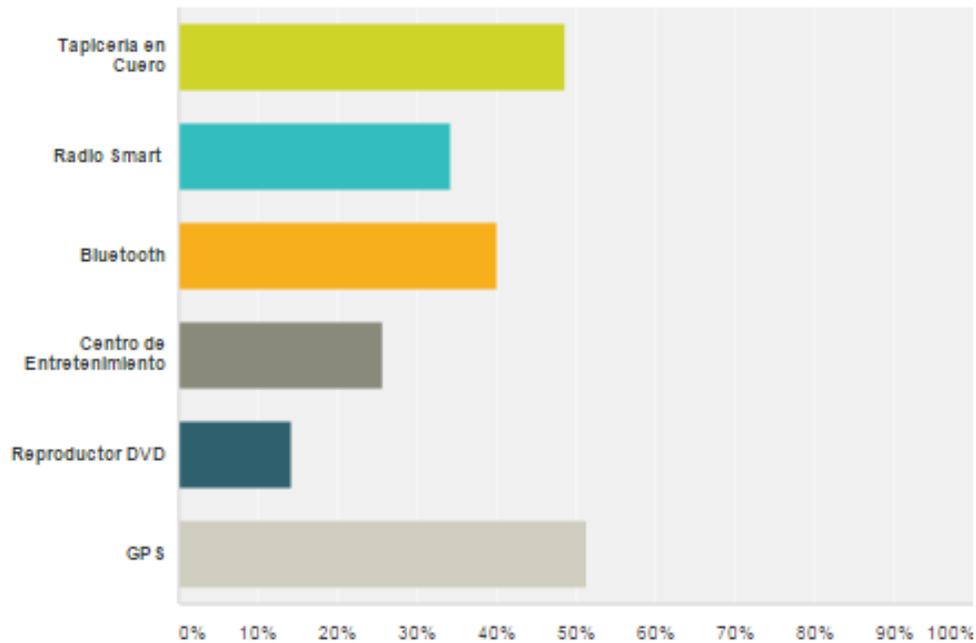
En esta pregunta las personas que fueron encuestadas eligieron que el accesorio que les gustaría tener es el techo eléctrico. Este accesorio es nuevo en el mercado ya que solo un proveedor está garantizado por la marca y es el único que lo suministra. Sin embargo, un problema de este accesorio es el tiempo de instalación y el precio que es muy elevado.

El spoiler es un accesorio deportivo que gusta mucho a los clientes jóvenes y los precios son muy atractivos, la tendencia de este es que el color resalte y diferencie el carro, lo cual hace que se vea llamativo.

5.8

¿Que accesorios interior le gustaría tener en su vehículo?

Respondido: 35 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
Tapiceria en Cuero	48,57% 17
Radio Smart	34,29% 12
Bluetooth	40,00% 14
Centro de Entretenimiento	25,71% 9
Reproductor DVD	14,29% 5
GPS	51,43% 18

Total de encuestados: 35

La Tapiceria en cuero y el GPS son los accesorios que más fueron solicitados en el interior del vehículo, en el cual las tapicerías en el mercado tienen una alta rotación en altas marcas el cual el cliente las puede personalizar con el color del vehículo y el diseño, por lo tanto son muy apetecidas por el cliente. Los GPS especialmente vienen incluidos en los radios que se están ofreciendo en el mercado por lo cual los dos siguientes accesorios que más solicitaron en la encuesta fue el Bluetooth y radio Smart, lo cual el mismo radio incluye todos esos

accesorios; sin embargo los precios de estos radios son elevado por lo cual algunos clientes no lo solicitan.

7. Visita a concesionarios:

En manejo de los accesorios en otro concesionario se manejan diferentes en el cual la mayoría de ellos los mismos asesores comerciales ofrecen los accesorios a los clientes; es una desventaja que el mismo asesor venda también los accesorios ya que no tiene en conocimiento necesario y técnico de todos los artículos lo cual lleva a una mala asesoría al clientes y no cumple con el objetivo de la venta.

Es importante resaltar que los asesores comerciales el principal objetivo es obtener la venta del vehículo, si es posible que el cliente necesite un crédito ya que ellos también ganan por los créditos otorgados a los clientes, las pólizas de seguro y por último los accesorios, en el cual en algunos concesionario no tienen comisión por vender los accesorios lo cual no les da la importancia necesaria.

Los concesionarios que tienen el área de accesorios aparte obtienen un volumen de ventas importante y llega a ser un negocio aparte de las ventas de vehículos con cifras importantes de ventas.

Otros concesionarios tienen los accesorios como obsequio para el cliente, esto se encuentra en marcas de alta gama ya que las características de los vehículos incluyen todos los accesorios que el cliente necesita, sin embargo usan los accesorios de seguridad para regalárselos a los clientes y tener la oportunidad de cerrar los negocios.

Sin embargo en la visita de concesionarios que representan la marca Mercedes-Benz no tienen accesorios de boutique lo cual es una oportunidad de mercado desaprovechada ya que el portafolio de accesorios y artículos Mercedes-Benz es de muy alta variedad, muy buena calidad, son reconocidos popularmente y el target de los clientes tiene el capital para comprar esos accesorios.

Por lo tanto es importante resaltar que muchos concesionario no ven la oportunidad de negocio que son los accesorios técnicos y de boutique con lo cual están perdiendo un nicho del mercado que es importante.

8. Conclusiones:

- A.** El mercado de accesorios es nuevo en el país por lo cual se están tomando medidas en cada marca para sacar adelante el proyecto de accesorios, con nuevos proveedores, productos innovadores y de muy buena calidad.
- B.** Las estrategia que se pueden implementar para este nuevo negocio es dar a conocer a los clientes los accesorios que se pueden instalar en los vehículos, tener proveedores que puedan suministrar los artículos a tiempo y que sean de buena calidad, los asesores comerciales de accesorios deben estar capacitados con el fin de que el cliente conozca las características d los accesorios.
- C.** Los clientes que compran nuevos vehículos preguntan por los accesorios que se puedan instalar al carro, por lo cual se facilita las ventas y es una oportunidad de mercado.
- D.** Lo más importante es que los concesionarios deben tener este negocio aparte de las ventas de vehículo ya que con esto pueden obtener un volumen importante de ventas y se puede crear un negocio sostenible y representativo en las utilidades de la empresa.
- E.** La encuesta realizada nos mostró que muchas personas conocen de los accesorios de seguridad y confort, creen que los accesorios son necesarios para los vehículos.
- F.** Algunos concesionarios ya entienden que es una oportunidad del mercado y los están aprovechando de manera impactante hacia los clientes.
- G.** Es un negocio que está comenzando en el mercado Colombiano y que esta cogiendo mucha fuerza en el sector automotriz, todas las marcas esta realizando campañas y proyectos para impulsar las ventas de accesorios; por tal razón es importante se implemente más personal capacitados, conseguir proveedores de alta calidad y de buena capacidad de suministrar los artículos, publicidad y mercadeo.

- H.** Todas las acciones realizadas para mejorar el área de accesorios en Marcali fue por realizar la práctica empresarial en la empresa con lo cual se dará continuación mejorando los procesos, encontrando en mercado y aumentando las ventas de accesorios.

Bibliografía

CJD, S. (01 de 2015). *SKBERGE CJD*. Obtenido de

http://crm.skbergecolombia.com/colombia_app/dealer_online/index.asp

DAIMLER. (11 de 2014). *DAIMLER*. Obtenido de <http://www.daimler.com.co/nosotros.htm>

METROKIA. (02 de 2015). *METROKIA*. Obtenido de <http://www.metrokia.com.co/>

RENAULT, S. (03 de 2015). *SOFASA RENAULT*. Obtenido de

<https://www.renault.com.co/SOFASADIRECTORY/Historia.html>