

APLICACIÓN CONTENIDO SEMINARIO INTERNACIONAL EN INOVACIÓN DE  
LA ADMINISTRACIÓN Y LOS NEGOCIOS A LA IDEA DE NEGOCIO  
“TALLER AUTOSERVICIO DE MOTOCICLETAS”

LEONELA CALDERÓN

LUZ ADRIANA ARIZA SARRIA

LAURA MARCELA ARAGÓN OSPINA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

APLICACIÓN CONTENIDO SEMINARIO INTERNACIONAL EN INOVACIÓN DE  
LA ADMINISTRACIÓN Y LOS NEGOCIOS A LA IDEA DE NEGOCIO  
“TALLER AUTOSERVICIO DE MOTOCICLETAS”

LEONELA CALDERÓN

LUZ ADRIANA ARIZA SARRIA

LAURA MARCELA ARAGÓN OSPINA

Seminario de grado para optar al título de Administrador de Empresas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

## NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por el Comité de trabajos de grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium para otorgar el título de Administrador de Empresas.

---

Jurado

---

Jurado

Cali, Octubre 2 de 2015

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	7
1. APLICACIÓN CONTENIDO SEMINARIO INTERNACIONAL .....	8
1.1 MÓDULO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD.....	8
1.2 MÓDULO COMERCIO EXTERIOR.....	11
1.3 MÓDULO GOBIERNOS CORPORATIVOS .....	15
2. MEMORIAS DE LA EXPERIENCIA .....	17
2.1 MEMORIAS FOTOGRÁFICAS.....	17
2.2 EXPERIENCIA PERSONAL.....	20
4. CONCLUSIONES.....	21
5. RECOMENDACIONES .....	22
BIBLIOGRAFÍA .....	23

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Técnica SCAMPER .....	9
Figura 2 Modelo Canvas .....	13
Figura 3 Partidas arancelarias.....	14
Figura 4 Llegada a Pontificia Universidad Católica Valparaíso .....	17
Figura 5. Clase módulo innovación y creatividad con el profesor Claudio León....	17
Figura 6 Visita al puerto Valparaíso módulo comercio exterior profesora Ana Vallina .....	18
Figura 7 Visita empresa Caimi modulo gobiernos corporativos profesor Orlando de la Vega .....	18
Figura 8 Actividad libre visita viñedo Viña Undurraga .....	19
Figura 9 Ceremonia entrega de certificados.....	19

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Marco de referencia en desarrollo de productos .....	11

## INTRODUCCIÓN

En los últimos 5 años, debido al fuerte crecimiento de las motocicletas en el país, se vio la necesidad de la creación de un autoservicio de motocicletas donde los usuarios de estos vehículos puedan realizar su propio mantenimiento y reparaciones básicas con un espacio adecuado, herramientas y asesoría de personal capacitado. En Cali, un gran porcentaje de los motociclistas les gusta ser partícipe de la parte mecánica de su vehículo pero en muchos casos no cuentan con la herramienta necesaria, espacio o no tienen el conocimiento suficiente acerca del mantenimiento y reparación de éste.

El Seminario Internacional en Innovación de la Administración y los Negocios consta de tres módulos: 1. Innovación y creatividad, 2. Comercio exterior y marco económico internacional y 3. Gobiernos corporativos); que son aplicativos a la idea de negocio y se expondrán a lo largo de este documento.

## 1. APLICACIÓN CONTENIDO SEMINARIO INTERNACIONAL

Se tuvo la oportunidad de participar del seminario internacional en innovación de la administración y los negocios en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, el cual contiene 3 módulos (1. Innovación y creatividad, 2. Comercio exterior y marco económico internacional y 3. Gobiernos corporativos) que son aplicativos a la idea de negocio del Taller Autoservicio de Motocicletas trabajado en los semestres anteriores.

### 1.1 MÓDULO INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

El enfoque de módulo está direccionado a estimular la generación de ideas creativas e innovadoras en un contexto empresarial para lograr un desempeño exitoso, esta funciona en un engranaje de tres factores que son la innovación que se asume como la capacidad de llevar una idea a un mercado y sostenerla en el tiempo, creatividad que es tomada como la capacidad de generar ideas originales y variadas en un contexto determinado y por último la invención que es el proceso intermedio entre la innovación y la creatividad para llevar a cabo el prototipo físico del producto o servicio.

De acuerdo a la explicación del profesor Claudio León también se debe tener en cuenta el método de generación de ideas de nuevos productos y servicios al momento de llevar a cabo un proceso creativo e innovador y este consta de las siguientes variables:

- Mercado: Incluye las necesidades y subnecesidades del mercado, al igual que las características demográficas, comportamiento de compra y estilos de vida.
- Producto: Se refiere al conjunto de atributos tangibles que entra a satisfacer necesidades.



- Resto mix comercial: Son los aspectos adicionales al producto o servicio y que tienen que ver con la transacción (precio, distribución y comunicaciones).
- Ergonomía: Es la actividad que el consumidor lleva a cabo una vez adquiere el producto o servicio, incluyendo usabilidad y logística inversa).

Dentro del proceso de innovación y creatividad también está la técnica de provocación que es llevada a cabo por medio del SCAMPER y su finalidad es la de generar nuevas ideas al realizar acciones sobre una idea base, y en donde se identifica el elemento, producto, servicio o proceso que se quiere mejorar, por medio de preguntas basadas en lo siguiente:

Figura 1 Técnica SCAMPER

<b>S</b>	<b>Sustituir</b> - lugares, cosas, personas, horarios, funciones
<b>C</b>	<b>Combinar</b> - temas, funciones, emociones, conceptos, ideas
<b>A</b>	<b>Amplificar</b> - ideas, otros lugares, otros tiempos, usos
<b>M</b>	<b>Minimizar</b> - añadir algún concepto, idea, producto
<b>P</b>	<b>Pasar a Otro Uso</b> - explorar opciones
<b>E</b>	<b>Eliminar</b> - conceptos, usos, funciones, partes, tecnología
<b>R</b>	<b>Reacomodar</b> - invertir elementos, hacer lo contrario

Fuente: (Leon de la Barra, 2015, p. 7)

Al plantear la idea de negocio del taller autoservicio de motocicletas se tuvieron en cuenta estas técnicas, puesto que en el país actualmente existen cantidades de talleres para motocicletas pero hasta el momento no hay uno en donde el conductor interactúe con su vehículo en el mantenimiento y reparación.

A partir de esto se observa la necesidad de crear un taller de reparación y mantenimiento de motos donde se dé como valor agregado la enseñanza de

elementos básicos, generando en el usuario la confianza necesaria de que su moto está en la mejores manos y que los diagnósticos dados son verídicos y comprobados directamente por el usuario del servicio, adicionalmente tiene oportunidad de trabajar en su moto en los talleres alquilando los implementos necesarios con apoyo y seguimiento del personal experto; es decir, que se convierte en el técnico de su motocicleta.

El taller autoservicio de motocicletas busca brindar un servicio de alta calidad y facilitarle al usuario la apropiación de su motocicleta al resolver los inconvenientes que se puedan presentar, pues de esta manera el usuario conoce más a fondo las características que esta maneja. Si el usuario no puede resolver dicho inconveniente se brinda el asesoramiento y solución a la vez por un técnico especializado a un precio económico.

El taller está ubicado en el barrio Meléndez de la comuna 18 de la ciudad de Cali, que es un sector de estrato medio bajo y parte de la población que habita allí cuenta con una motocicleta como su herramienta de trabajo o medio de transporte, el local está en la principal y única vía de acceso de los barrios Alto Jordán, Jordán, Horizontes, entre otros; y el entorno de la zona presenta una gran actividad comercial que puede ser aprovechada para generar una buena estrategia de mercado.

Esta idea generaría un impacto social ya que muchas personas buscan facilitar las cosas y que estén de una u otra manera al alcance de todos, reduciendo esfuerzos y facilitando las tareas, es por esto que al inicio de dicha idea se debe dar a conocer el servicio mediante publicidad y realizar una relación más cercana del usuario con su motocicleta incentivando a la reparación personalizada y desarrollando las capacidades de cada usuario para el debido manejo que este debe darle.

**Tabla 1. Marco de referencia en desarrollo de productos**

<b>MERCADO</b>	Los usuarios son personas mayores de 18 años en su mayoría hombres pertenecientes al estrato social bajo-medio residentes de la ciudad de Santiago de Cali.
<b>PRODUCTO</b>	El servicio es el alquiler y cobrado de un espacio adecuado por horas junto con la herramienta especializada para el mantenimiento y reparación de la motocicleta el cual consta de 3 mts de ancho por 4 mts largo, con una rampa neumática, tablero de herramienta especializada, insumos básicos para el mantenimiento (Lubricante, grasa, gasolina, paño, etc.) y un recipiente para depositar residuos contaminantes. Este servicio es prestado para motos hasta 250 c.c.
<b>RESTO MIX COMERCIAL</b>	El servicio tiene un valor de \$7.900 por la primera hora, en la 2da y 3er hora se le hará un descuento del 10%, en caso de necesitar asesoría o mano de obra del técnico esta tendrá un valor de \$20.000 por hora. Los productos que sean adquiridos en el almacén van a contar con el 20% de descuento para aquellas personas que alquilen el espacio. El pago deberá ser de contado en efectivo o cualquier medio electrónico. El Taller autoservicio se dará a conocer de manera escrita y radial en universidades, centros comerciales, supermercados y concesionarios.
<b>ERGONOMIA</b>	El espacio es utilizado para el mantenimiento y reparación básica de las motocicletas. Al momento en el que el usuario se acerque a solicitar el alquiler del espacio se le hará entrega de un kit de seguridad el cual consta de una bata, gafas de protección y guantes. El tiempo comenzará cuando la moto este encima de la rampa, cada espacio cuenta con un reloj digital visible el cual sonará 10 minutos antes de que finalice la hora para darle un previo aviso al usuario, al momento de terminado el servicio bajara la moto de la rampa y entregara el kit de seguridad al momento de realizar el pago.

Fuente: elaboración propia

## 1.2 MÓDULO COMERCIO EXTERIOR

Antes de hablar como tal acerca del proceso de comercio Exterior, se debe conocer su definición internacional, de acuerdo con la página web comercio y aduanas el comercio exterior es:

El intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.' (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, 2015, p. 1 ).

Ya teniendo claro el concepto se puede decir que este módulo da una perspectiva clara de los negocios internacionales con el fin de crecer y tener un alto dinamismo en el mercado exterior satisfaciendo así las necesidades de la población internacional.

La internacionalización se crea a partir del momento en que el empresario toma la iniciativa de vender su producto o servicio en el exterior (Vallina, 2015). Pero antes de esto se debe hacer un análisis del producto, basados en el Modelo Canvas (Ver figura 1), con el fin de conocer cuál es la propuesta de valor que se le está dando al mercado extranjero, además de esto tener en cuenta todo lo que se encuentra detrás de ella (socios, actividades, recursos, canales de distribución, recursos claves, segmento de cliente, relación con el cliente y estructura de costos), para poder así tener éxito internacionalmente.

Figura 2 Modelo Canvas



Fuente: (Armijos, 2015, p. 1 )

Es necesario evaluar si la oferta es exportable, en este punto se identifica si los volúmenes solicitados por un determinado cliente se pueden solventar o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.

En la actualidad cada que se tiene una idea de negocio, se requiere visualizarlo a manera global y hasta qué punto la internacionalización es un punto a favor para la idea propuesta debido a que el mercado actual es cambiante y globalizado por lo que se hace necesario y casi obligatorio interactuar con todo lo concerniente al comercio exterior para todas las operaciones comerciales y más si se tiene en cuenta que el país es de dependencia económica de otros países y se ve afectado cuando sucede algo en estos.

Colombia es un país productor de commodities del sector primario para otros países, por lo que se puede decir que es más lo que se importa que lo que exporta, en este sentido todos los vehículos comercializados en el país son importados ya sea ensamblados o las partes para hacer el ensamble; este es el

caso de las motocicletas de algunas marcas (Honda, Auteco, Yamaha y Suzuki), pioneras del negocio de las motocicletas y las de mayor reconocimiento y que cuentan con las plantas ensambladoras dentro del territorio nacional.

Existen unas partidas arancelarias dependiendo del cilindraje de la motocicleta y de si son o no ensambladas en el país, hay que tener en cuenta Colombia no cuenta con la tecnología suficiente para el ensamble de motocicletas de alto cilindraje y que el 80% de las motocicletas rodantes en el país con ensambladas a nivel nacional.

**Figura 3 Partidas arancelarias**

Subpartida	Descripción	Grav.	IVA
Sección: XVII Material de transporte			
Capítulo: 87 Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios			
Subcapítulo: Subcapítulo: No aplica			
Partida: 87.11 Motocicletas (Incluidos los ciclomotores) y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él; sidecares			
8711.10.00.00	-Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada inferior o igual a 50 cm3	15%	16%
8711.20.00.00	-Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 50 cm3 pero inferior o igual a 250 cm3	30%	16%
8711.30.00.00	-Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 250 cm3 pero inferior o igual a 500 cm3	30%	16%
8711.40.00.00	-Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 500 cm3 pero inferior o igual a 800 cm3	30%	16%
8711.50.00.00	-Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 800 cm3	15%	16%
8711.90.00	-Los demás:		
8711.90.00.20	--Bicicletas con motor eléctrico	15%	16%
8711.90.00.90	--Los demás	15%	16%

Fuente: (Legis, 2015, p. 1 )

Debido a la alta demanda de motocicletas en el país, han sido muchas las marcas que han ingresado aprovechado esto y han ingresado, como es el caso de “la compañía Hero Motocorp, que inauguró el martes en el municipio de Villa Rica, Cauca, su primera planta por fuera de la India” (Redacción El País, 2015, p. 2), lo que cada vez hace la competencia más fuerte entre las diferentes marcas y el portafolio más amplio para el consumidor, y esta es una de las razones por las cuales ha crecido tanto el parque automotor en las principales ciudades y es donde se vio la oportunidad de incursionar y mostrar una alternativa diferente a las personas que no cuentan con los recursos suficientes para pagar los respectivos mantenimientos básicos preventivos.

Por lo anterior se puede decir que la parte de comercio exterior es un área clave en el desarrollo de esta idea de negocio, en primera instancia porque gracias a la expansión y globalización hoy contamos con la gran demanda de productos y servicios para estos vehículos importados.

### **1.3 MÓDULO GOBIERNOS CORPORATIVOS**

Para entrar a tratar el tema de este módulo, es necesario tener una definición y según Orlando de la Vega es: “Sistema que inviste con reconocida autoridad y poder a los responsables -propiedad y gestión- de una Organización, quienes con un indeleble fundamento ético la han de administrar, de modo que ella alcance sus propósitos institucionales, y por esta vía, contribuya al logro de los propósitos de todos los que tienen interés en ella” (De la Vega, 2015, p. 2).

Existen tres modelos de Gobiernos corporativos:

- Modelo de mercado (Anglosajón, US/UK)
- Modelo de control (Europeo continental)
- Modelo Keiretsu (Asiático/Japón)

De acuerdo al concepto dado por el docente Orlando de la Vega, se puede deducir que todas las empresas deben tener un modelo ético en su parte de gestión administrativa ya que esto ayuda a que sus procesos sean eficientes y efectivos, logrando la satisfacción de todas las partes, es decir, hacer lo que se tiene que hacer lo mejor posible, manteniendo buenas relaciones con su entorno interno y externo.

En la actualidad las empresas tienen un enfoque hacia la responsabilidad social errado, buscan cumplir con lo anterior pero sin dejar de lado su conveniencia económica y logro de una mayor aceptación y reconocimiento, por medio de programas los cuales benefician a la comunidad, medio ambiente y sus propias prácticas, (Ejemplo: hacer el mejoramiento de un espacio público en comunidades

de sectores vulnerables, recibiendo en contraparte prebendas al hacer los pagos de sus impuestos), sin embargo detrás de esto se disfraza otra realidad dentro de estas empresas debido a que no son éticas en su gestión administrativa, comercial y financiera, cuando según De la Vega “lo ideal es hacer lo que se tiene que hacer bien hecho, porque el dinero llegará después” (2015, p. 25).

Por todo lo anterior en la idea de emprendimiento se hará un enfoque en la responsabilidad social de la empresa basada en la teoría dada por el docente de la Vega, buscando satisfacer a todos los participantes en el cumplimiento de la misión; dicho de otro modo, es afectando de manera positiva, tanto a los clientes como a los proveedores y empleados, haciendo las cosas de la manera correcta, logrando así el mayor beneficio posible para todas las partes, en el caso de nuestros clientes dar un excelente producto y servicio, con los proveedores mantener excelentes relaciones creando alianzas estratégicas basadas en la ética, por ultimo crear un buen clima laboral el cual se caracterice por la buena remuneración de acuerdo a sus esfuerzos, logrando así un mayor sentido de pertenencia que al final se verá reflejado en buenos resultados.



## 2. MEMORIAS DE LA EXPERIENCIA

### 2.1 MEMORIAS FOTOGRÁFICAS

A continuación se presentan una serie de fotos de la experiencia.

**Figura 4 Llegada a Pontificia Universidad Católica Valparaíso**



**Figura 5. Clase módulo innovación y creatividad con el profesor Claudio León**



Figura 6 Visita al puerto Valparaíso módulo comercio exterior profesora Ana Vallina



Figura 7 Visita empresa Caimi modulo gobiernos corporativos profesor Orlando de la Vega



Figura 8 Actividad libre visita viñedo Viña Undurraga



Figura 9 Ceremonia entrega de certificados



## 2.2 EXPERIENCIA PERSONAL

**Laura Aragón.** Para mí fue una experiencia agradable y gratificante, pues aparte de ampliar mis conocimientos, pude tener el privilegio de conocer costumbres y demás, convivir con una afectuosa familia la cual me brindó toda su asesoría y apoyo durante mi estadía en este hermoso país, logrando una satisfacción mayor a mis expectativas iniciales.

**Luz Adriana Ariza.** La oportunidad que nos brindó la universidad de llevar a cabo este seminario en Chile fue algo que me pareció muy interesante y por eso hice todo lo posible para ser partícipe de esta experiencia que me enriqueció tanto a nivel académico como personal, y cumpliendo ampliamente con mis expectativas. El vivir con una familia anfitriona fue un aspecto muy positivo, porque de esta manera se conoce más la cultura, en cuanto a los docentes contamos con tres profesores de un amplio conocimiento en cada uno de los temas, adicionalmente se formó un grupo muy compacto con el resto de compañeros que me permitió vivir experiencias inolvidables.

**Leonela Calderón.** De manera personal puedo decir que el seminario a nivel general me dejó un buen conocimiento a nivel administrativo. El módulo de Comercio exterior me permitió conocer el proceso de la internacionalización para aplicarlo a mi empresa. Por otra parte, tener la posibilidad de compartir con la comunidad Chilena fue una experiencia agradable en cuanto al nivel cultural, social y gastronómico. Un destino ideal para visitar.

#### **4. CONCLUSIONES**

El seminario internacional en innovación de la administración y los negocios aportó amplios conocimientos respecto a la administración de las empresas, dentro de un marco globalizado de la economía actual, ofreciendo herramientas necesarias para llevar a cabo una idea de emprendimiento la cual con el pasar del tiempo pueda ir perfeccionándose, dando una alta importancia a la ética profesional y social para obtener beneficios positivos en su entorno interno y externo.

Fue de vital importancia el acompañamiento dado por los docentes facilitadores del seminario, brindando una metodología teórica-práctica basada en temas de la actualidad, realizando constantemente un paralelo entre Chile y Colombia, en aspectos económicos, culturales, políticos y sociales; dando como resultado una amplia visión de los negocios respecto a la innovación, administración y comercialización.

## **5. RECOMENDACIONES**

Para futuros seminarios internacionales tener en cuenta que el personal encargado de la logística esté debidamente capacitado para el correcto manejo y dirección de los estudiantes, desde el momento en que inicia el viaje en Cali hasta su instalación con la familia anfitriona.

## BIBLIOGRAFÍA

- Armijos, V. (12 de Septiembre de 2015). *El Modelo de Negocios Canvas*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/vicentearmijos/modelo-canvas-37705927>
- Catalano, G. (27 de Septiembre de 2015). *Gabriel Catalano.com*. Recuperado el 2015 de Septiembre de 2015, de Gabriel Catalano.com: <http://gabrielcatalano.com/>
- De la Vega, O. (2015). *Gobiernos corporativos*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaiso.
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (27 de Septiembre de 2015). *Comercio y aduanas*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2015, de <http://www.comercioyaduanas.com/>
- Legis. (27 de Septiembre de 2015). *Arancel electronico*. Recuperado el Septiembre 27 de 2015 de septiembre de 2015, de [arancel.legis.com.co](http://arancel.legis.com.co)
- Leon de la Barra, C. (2015). *Taller innovación y creatividad*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaiso.
- Redacción El País. (27 de Septiembre de 2015). *Plante de motocicletas en Villa Rica*. Recuperado el Septiembre 27 de 2015 de 2015 de 2015, de Portal electronico diario El País Cali: <http://www.elpais.com.co>
- Vallina, A. M. (2015). *Comercio exterior y marco económico internacional*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaiso.