

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

**POSICIONAMIENTO DEL C.E.A. SAMY SPA EN EL CENTRO COMERCIAL Y
DE NEGOCIOS IWOKA DE LA CIUDAD DE SOGAMOSO, BOYACA**

ESTUDIANTES:

CLAUDIA MILENA PEREZ MONCADA

ANA EDITH VARGAS

CLAUDIA LUCÍA SARMIENTO BLANCO

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

INSTITUTOS DE POSTGRADOS FORUM

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL CON ENFASIS EN VENTAS

CHÍA, CUNDINAMARCA

2014

**POSICIONAMIENTO DEL C.E.A. SAMY SPA EN EL CENTRO COMERCIAL Y
DE NEGOCIOS IWOKA DE LA CIUDAD DE SOGAMOSO, BOYACA**

ESTUDIANTES:

CLAUDIA MILENA PEREZ MONCADA

ANA EDITH VARGAS

CLAUDIA LUCÍA SARMIENTO BLANCO

**TRABAJO EN EL ÉNFASIS DE VENTAS
PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN GERENCIA COMERCIAL**

PROFESOR

NEWMAN HERNAN GUTIERREZ SERRATO

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTOS DE POSTGRADOS FORUM
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA COMERCIAL CON ENFASIS EN VENTAS
CHÍA, CUNDINAMARCA**

2014

Tabla De Contenidos

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ANTECEDENTES.....	2
2.1. Reseña Histórica	2
3. CONTEXTO.....	3
3.1. Encuesta para determinar el nuevo punto de operación.	3
3.2. Recolección de datos	4
3.3. Tamaño de la muestra para las Encuestas.....	4
3.4. Matriz de análisis.....	5
3.5. Situación actual	6
4. PORTAFOLIO DE SERVICIOS	7
4.1. Descripción.....	7
4.2. Servicios, maquinaria e insumos a utilizar	7
4.3. Proveedores	9
5. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	10
5.1. Mapa de información	10
5.2. Análisis Estratégico	12
6. ESTRATEGIA.....	12
7. OBJETIVO.....	12
8. TÁCTICAS DE LA ESTRATEGIA	12
9. ANÁLISIS DE COSTOS.....	15
10. CRONOGRAMA.....	24
11. INDICADORES	25
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	26
13. BIBLIOGRAFIA	26
14. ANEXOS.....	27

14.1.	Anexo No. 1. Encuesta de satisfacción	27
14.2.	Anexo No. 2. Resultados de la encuesta.....	29
14.3.	Anexo No. 3. Competencia	36
14.4.	Anexo No. 4. Diagnostico Contexto Municipal	37
14.5.	Anexo No. 5. Norma Urbana	37
14.6.	Anexo No. 6 Establecimientos de revisión técnico mecánica en Sogamoso...	38
14.7.	Anexo No. 7 Concesionarios autos nuevos Sogamoso	38
14.8.	Anexo No. 8. Decreto No. 144 para tomar medidas relacionadas con la racionalización del uso del agua	39
14.9.	Anexo No. 9. Imágenes del C.E.A. SAMY SPA en el Centro Comercial Iwoka41	

Lista De Tablas

Tabla 1 . Ventas totales por año	3
Tabla 2 . Matriz de análisis de la encuesta	6
Tabla 3 . Proveedores	9
Tabla 4 . Análisis situacional.....	11
Tabla 5 . Análisis estratégico	12
Tabla 6 . Tácticas De La Estrategia	14
Tabla 7 . Promedio de ventas establecido para el año 2015.....	16
Tabla 8 . Inversión Inicial	17
Tabla 9 . Consumo Por Unidad De Servicio.....	18
Tabla 10 . Costo De Fabricación Por Unidad	19
Tabla 11 . Costos Fijos Totales.....	19
Tabla 12 . Salarios y prestaciones	20
Tabla 13 . Bonificaciones.....	20
Tabla 14 . Punto De Equilibrio	21
Tabla 15. Cálculo Tasa Nominal	22
Tabla 16. Flujo De Caja	23
Tabla 17 . Cronograma.....	24

1. INTRODUCCIÓN

Las industrias, frente a los cambios que actualmente exige el mundo, necesitan poseer estrategias y acciones de mejora (enfocadas en la rentabilidad) para garantizar la supervivencia a largo plazo en un ambiente altamente competitivo.

En la actualidad es necesario que los servicios de autolavados cuenten con sistemas tecnológicos, que reduzcan la huella de agua, y estén a la vanguardia de los sistemas de lavado en seco, aunque hace parte del cambio de una cultura, es necesario empezar a realizar cambios en miras de una conciencia sobre el cuidado del medio ambiente.

El diseño de un proceso eficiente en este tipo de servicios, con innovación, buscando la diferenciación en, con un gran potencial de crecimiento, ya que hoy en día las personas cuentan con un vehículo de transporte de uso diario y particular.

El presente proyecto se enfoca en el posicionamiento del Centro de Embellecimiento Automotriz (C.E.A.) llamado Samy Spa por medio de conocimientos y herramientas que se han aprendido a lo largo de la especialización en Gerencia Comercial con Énfasis en Ventas.

2. ANTECEDENTES

2.1. Reseña Histórica

Los autolavados nacen con el objeto de satisfacer necesidades puntuales en los clientes; limpieza del automóvil y conservación del mismo.

Este servicio se presta en la ciudad de Sogamoso de las siguientes maneras: primero de manera informal, aquellos autolavados que no cuentan con ningún permiso de CORPOBOYACA¹ y la alcaldía local por el “*uso de suelo*”². Segundo, aquellos que tienen legalmente constituido los centros de lavado y cuentan con los permisos legales establecidos para este tipo de servicios.

El CEA SAMY SPA, nació en la ciudad de Sogamoso, en el año 2011, con el objetivo de cambiar la forma de prestar este tipo de servicios, se creó como Franquiciador de MR SPLASH, y estuvo bajo este dominio hasta septiembre del 2014. Su centro de operación se encuentra ubicado en la Carrera 17 13-01 de la ciudad de Sogamoso.

A través de estos tres años de operación, SAMY SPA ha tenido un posicionamiento en los clientes, cuenta con una base de datos de 940 clientes recurrentes y 400 clientes espontáneos, esto ha sido motivación para pensar en poner otro punto de operación.

El desarrollo de vivienda y negocios está orientado al crecimiento en el centro de la ciudad de Sogamoso, siendo un objetivo el desarrollo comercial en este punto de la ciudad.

¹ CORPOBOYACA. Región estratégica para la sostenibilidad. Consultado en Noviembre del 2014. Disponible en: <http://www.corpoboyaca.gov.co/>

²Municipio de Sogamoso. Decreto No. 232. Consultado en noviembre del 2014. Disponible en: http://sogamoso-boyaca.gov.co/apc-aa-files/30353931383638653366373563613631/decreto_232.pdf

3. CONTEXTO

La investigación surge como una necesidad en el marco de los antecedentes planteados dado que el sitio donde actualmente funciona el lavadero representa una limitación en la operación. Por tal razón se necesita identificar el nuevo punto geográfico del lavadero C.E.A. SAMY SPA en Sogamoso para que la gerencia pueda tomar la decisión de montaje con los resultados que arroje el presente.

Adicionalmente se ha establecido con base a los datos históricos que SAMY SPA tiene un promedio mensual de 520 servicios, de los cuales el 197 son clientes ocasionales que se pueden convertir en clientes potenciales y 323 son clientes establecidos y/o potenciales, (promedios calculados con los reportes de ventas de 2012 y 2013 se adjunta archivo).

El Reporte ventas por año hasta la fecha en C.E.A. SAMY SPA está enunciada en la imagen a continuación:

VENTAS	TOTALES
2011	\$ 41.556.500,00
2012	\$ 102.226.000,00
2013	\$ 97.575.000,00
2014	\$ 100.292.000,00

Tabla 1. Ventas totales por año

Fuente: Los Autores

3.1. Encuesta para determinar el nuevo punto de operación.

Se realizó una encuesta, la cual se desarrolló de forma personalizada en el punto de operación de C.E.A. SAMY SPA (Carrera 17 13-11) en Sogamoso (ver anexo No. 1).

Con esta investigación se desea obtener cifras medibles y cuantificables, teniendo en cuenta que el estudio está orientado a mantener la clientela actual, al reubicar geográficamente en la ciudad de Sogamoso el punto de servicios.

Con esta técnica se hará un análisis exploratorio en donde se determinarán aspectos como el lugar de residencia de nuestros clientes, la preferencia por este punto de operación, por qué prefieren los servicios de C.E.A. SAMY SPA, entre otros.

3.2. Recolección de datos

Se entregó la encuesta definitiva y se realizó un entrenamiento previo con el fin de informar el objetivo de la misma.

La forma de aplicar la encuesta fue personalizada con los clientes, en una duración de 10 días, durante los días de lunes a sábado y procesada en Excel, mediante tablas y gráficas, para un análisis integrado.

3.3. Tamaño de la muestra para las Encuestas

Se calcula el tamaño de la muestra, teniendo como $z = 1.96$ (nivel de confianza en 95%), proporción esperada del 50% y el margen de error del 5%. De acuerdo con estos datos, el tamaño de la muestra estaría en 392

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{E^2} = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 392$$

La investigación comercial que se está desarrollando en este trabajo tiene por objeto definir si se debe proceder o no al cambio de ubicación de C.E.A. SAMY SPA, el tamaño de la muestra es suficientemente grande lo cual permitirá tomar decisiones acertadas porque están basadas en una cantidad representativa de datos.

El tamaño de la muestra acorde a la estadística descriptiva será del 30% de la muestra concluyente de 392 instrumentos, esto implicaría aplicar 118 encuestas.

3.4. Matriz de análisis

En base a la encuesta enunciada anteriormente y los datos arrojados de las mismas (ver Anexo No. 2), en la tabla No. 2 se presenta la matriz de análisis.

N°	DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN	CONCLUSIÓN
1	Cómo Calificaría usted el servicio que presta C.E.A. SAMY SPA	El 53% de los encuestados califica el servicio de SAMY SPA como bueno, el 47% restante lo califica como malo o regular.	La cantidad de encuestado que califica el servicio como bueno es mayor a la precepción de malo o regular
2	De acuerdo a la imagen, cuál de las zonas prefiere usted que se encuentre el centro de lavado.	El 70% de los encuestados selecciono la zona 2, el 30% restante la zona 1	La mayoría de los encuestados responde que prefiere la zona 2 para el centro de lavado.
3	Si usted respondió zona No. 1, marque con una X cuál de los barrios le gustaría que se encuentre el nuevo centro de lavado.	El 37% de los encuestados le gustaría que el nuevo centro de lavado se encuentre en el Durazno, santa helena 29%, centro 20%, el Carmen 6%	La mayoría de los encuestados que escogieron la zona 1 creen que el centro de lavado se debe ubicar en la zona del Durazno.
4	Si usted respondió zona No. 2, marque con una X cuál de los barrios le gustaría que se encuentre el nuevo centro de lavado.	El 64% de los encuestados que escogieron la zona 2, les gustaría que el nuevo centro de lavado se encuentre en el barrio el Laguito, el restante 36% escogieron otros barrios	La mayoría de los encuestados que escogieron la zona 2 cree que el centro de lavado se debería ubicar en el barrio el Laguito
5	¿En qué parte de la ciudad le gustaría a usted que se ubicara el servicio de auto lavado de carros?	El 57% de los encuestados escogieron la zona centro de la ciudad para ubicar el centro de lavado, 33% en el norte de la ciudad y el 10% en el sur	Los encuestados escogieron en su mayoría la reubicación del lavado en el centro de la ciudad.
6	¿En qué zona vive usted?	El 53% de los encuestados viven en el centro, el restante % escogió que vivían en el norte, sur y otro.	Los encuestados establecieron que en su mayoría viven en el centro de la ciudad.
7	Cada cuanto lava usted el automóvil o camioneta	El 60% estableció que lava el carro de 2-4 semanas, el 26% de 0-2 semanas y el 14% mayor a 4 semanas	Los encuestados establecieron en su mayoría que tienen una periodicidad de lavado de 2-4 semanas
8	Con cuál de los siguientes conceptos se basa para elegir un lavadero:	El 47% estableció que cercanía, y el % restante facilidad de acceso, instalaciones y nombre	Los encuestados establecieron como prioridad para seleccionar un centro de lavado la cercanía.

9	Cerca de qué tipo de lugares le interesa que esté ubicado el lavadero	El 36% supermercados/centro comercial, 23% zona residencia, el restante en talleres, terminal de transporte y otros	La mayoría de los encuestados coinciden en que un lugar ideal para el centro de lavado son los supermercados o centro comercial
10	¿Qué tiempo esperas tu auto en el autolavado?	El 50% espera el auto 30 min, el 26% una hora, 24% no es relevante.	La mitad de los encuestados espera que el tiempo de lavado sea de 30min.
11	¿Cuéntanos alguna mala experiencia que hayas tenido con tu servicio de autolavado?	El 47% de los encuestados establecen que no han tenido ninguna mala experiencia, el restante % establece malas experiencias, como rayones, robos entre otros	La mayoría de los encuestados no ha tenido malas experiencias.

Tabla 2 . Matriz de análisis de la encuesta

Fuente: Los autores

3.5. Situación actual

El centro de embellecimiento automotriz se constituyó con el nombre de SAMY SPA, el cual fue creado inicialmente bajo la figura de Régimen Simplificado. Esta empresa nace por la necesidad de satisfacer las necesidades previamente descritas con valor agregado y diferenciador en la ciudad de Sogamoso.

El servicio se presta a autos de uso particular y corporativo, amantes de la calidad y el buen trato a los vehículos, que tengan consciencia de responsabilidad por el medio ambiente.

La propuesta de valor está fundamentada, a satisfacer las necesidades descritas, garantizando calidad, ofreciendo un amplio portafolio de servicios, con maquinaria apta para el desarrollo de estos, y productos biodegradables, libres de derivados del petróleo.

De acuerdo a la encuesta desarrollada y el análisis descrito en el anterior rubro, se encontró que el servicio que está prestando actualmente SAMY SPA es adecuado.

4. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

4.1. Descripción

El portafolio propuesto de servicios de SAMY SPA es:

- Paquete revisión tecno-mecánica: combina el lavado exterior, lavado de motor, lavado de chasis, para dejar el auto en perfecto estado para facilitar el proceso de revisión.
- Tratamiento de micro-rayones: es un proceso que incluye cuatro pasos: el primero de ellos es el lavado exterior para quitar la suciedad; el segundo es la descontaminación de la pintura; el tercero es la corrección de las imperfecciones de la misma y por último la aplicación de un sello para lograr acabado final y brillo de espejo. Luego de este procedimiento el vehículo debe lavarse únicamente con agua, sin utilizar jabones o productos abrasivos. Incluye un refuerzo que se aplica cuatro meses después de realizado el tratamiento.
- Lavado de Tapicería: para este lavado se utiliza un desengrasante para tapicería con un componente para secado rápido; el producto tiene desinfectante y odorizante; se incluye lavado de sillas, tapiz de puertas, techo, cinturones de seguridad, pisos o alfombras, tapetes, tablero, parasoles y la aplicación de aromatizante. Ofrecemos dos alternativas.
 - Paquete básico: consiste en limpiar y desodorizar la tapicería sin desarmar. También es llamada tapicería parcial.
 - Paquete Premium: consiste en hacer toda la tapicería techo, puertas, cinturones, tapetes, y alfombra baúl, desmontando las sillas y retirando la alfombra, para una limpieza más profunda, si al retirar la alfombra el filtro esta en mal estado se le pide la autorización al cliente para reemplazarla por una nueva.

Estos son complementarios o prestados en paquetes promocionales, vendidos en lo comúnmente se conocen como combos.

Adicionalmente la operación se ejecuta por cuatro operarios y un administrador que trabajará de lunes a sábado.

4.2. Servicios, maquinaria e insumos a utilizar

- Servicio de Agua
- Servicio de Electricidad
- Unidad de recirculación de agua, con capacidad de 50 litros.
- Gato o elevador Hidráulico
 - Características:
 - Pistón recubierto en cromo

- Peso de 800 kilos
 - Altura total 1.87 cm
 - Capacidad 3-4 Toneladas
- Optima steamer, máquina de alta presión, para lavado a vapor, usos industrial, ideal para limpieza ecológica, desodorización.
 - Características:
 - Presión: 8 – 10 Bar max
 - Temperatura: 80° – 120° C.
 - Caudal de agua: 600 CC/min
 - Voltaje: 120 v
- Máquinas de Hidrolavado HJF-2500 HIDROJET
 - Características:
 - Presión de trabajo 2.000 – 2.400 lb.
 - Caudal de agua 28 Litros 7 minuto
 - Potencia 10HP
 - Accesorios: boquilla, lanza, Manguera.
- Tornadores Gun Z-020BLACK (pistola para limpieza interior y profunda), trabaja con aire a presión + liquido. Deja las superficies secas.
 - Características:
 - Potencia 4.000 rpm
 - Presión mínima. 50L
- Polichadoras profesionales Meguiars. Máquina para polichado profesional, orbital.
 - Características:
 - Voltaje 120 voltios
 - Accesorios, diferentes pomos, utilización según servicio a prestar
 - Trabaja de 2RPM – 6RPM
- Aspiradoras Craftsman 3.5 HP – 9 galones, Aspiradora, para sólidos y líquidos, trabajo industrial.
 - Características:
 - Potencia del motor 3.5 caballos de fuerza
 - Voltaje 120 voltios.
- Limpia tapicería Karcher PUZZI 100, es una maquina de pulverización y aspiración, para limpieza profunda de tapicería.
 - Características:
 - Voltaje 120 voltios
 - Presión de pulverización 1 / 2.5 lb
 - Volumen pulverizado 1lt / min.
- Petrolizadoras, utilizadas para grafitar.
 - Características:
 - Presión mínima 50L
- Insumos, para el desarrollo de esta actividad se utilizaran productos biodegradables, shampoo, desengrasante, llantil, restaurador interno, ambientador, detergente.

4.3. Proveedores

Los proveedores que actualmente está manejando SAMY SPA para su prestación de servicios son los que se enuncian en tabla 2.

PROVEEDOR	CONTACTO	CELULAR/MAIL	PRODUCTO	PROCEDIMIENTO
DETERQUIM - BOGOTA	MAYTE CAMARGO	3108658568	GRAFITO LIQUIDO	GRAFITAR CHASIS Y MOTORES (ES PARA LUBRICAR AMORTIGUACIONES, EVITAR DETERIORO POR OXIDO)
BIOLOGICA DE LOS ANDES	RICARDO	3182434694	SHAMPO, LLANTIL, DESENGRASANTE, TOALLAS, ESCOBAS, CEPILLOS	LAVADO ESPUMA, LAVADO GENERAL, LAVADO MOTOR
INNOVATEC	MILENA VELASQUEZ	milena.velasquez@innovateq.com.co	CERAS DE POLICHADO/RESTAURADOR DE PARTES NEGRAS/LIMPIADOR ELECTRONICO	POLICHADO COLOR AWA Y DETALLADO -CON ELLOS PUEDES HABLAR LA POSIBILIDAD DE UNA VITRINA CON PRODUCTOS PARA AUTOS, COMO SON, LIMPIABRISAS, DESEMPAÑANTE, AMBIENTADORES...
SUTING	GLORIA ARISTI	3102125516	MANTENIMIENTO EQUIPO(GATOS, MAQUINAS, SISTEMA DE AIRE, SISTEMA DE AGUA)	MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y PREDICTIVO DE LOS EQUIPOS
MEGUAIERS	ADRIANA	bestcarcare@live.com	RESTAURADOR INTERNO DE PARTES NEGRAS, HIDRATANTE PARA TAPICERIA EN CUERO, DESMANCHADOR TAPICERIA, MICROFIBRAS.	SERVICIOS ADICIONALES, ELLOS TAMBIEN PUEDEN DEJAR UNA VITRINA
HIDROHERRAMIENTAS - REPRESENTANTE DE STEAMERICAS PARA COLOMBIA	DANIEL	daniel@hidroherramientas.com	MAQUINA PARA LAVADO A VAPOR,HDROLAVADORAS	DESOLORIZACIÓN Y LIMPIEZA DE LOS AUTOMOVILES TANTO INTERNA COMO EXTERNA

Tabla 3 . Proveedores
Fuente: C.E.A. SAMY SPA

5. ANÁLISIS SITUACIONAL

5.1. Mapa de información

El mapa de información descrito en la tabla a continuación permitió identificar puntos que son de alto impacto para el proceso comercial.

COMPETENCIA	ENTORNO
<ul style="list-style-type: none"> - Siete importantes competidores con diferentes tipos de servicios (ver anexo No. 3). - Existen autolavados hechizos, que no cuentan con ningún tipo de reglamento legal, comercial y ambiental. - No existe en la ciudad de Sogamoso un centro de embellecimiento, con un portafolio de servicios amplio, adicional encontramos que no hay servicio al cliente, no hay una persona encargada del proceso de atención. Los usuarios llegan y son atendidos por los operarios de los lavaderos. - Los autolavados, no segmentas los clientes, (servicio público, particular, entre otros). - El competidor Auto-gol, presta un servicio de autolavado, y cuenta con servicios complementarios, como canchas de futbol sintéticas, bar y mini mercado. - No existe tecnología en estos autolavados, son básicos en su maquinaria. - Propuestas de la competencia enfocadas a la minimización de tiempo y precio por servicio. - El 100% de los competidores poseen actualmente promociones. - Los precios de la competencia oscilan entre \$6.000 - \$10.000. - Todas las compañías del sector de autolavado en Sogamoso son microempresas. 	<ul style="list-style-type: none"> - En el marco legal en la ciudad de Sogamoso, según decreto N.144 de fecha 01 de julio de 2014, establece el uso racional de agua, creando como acciones el cierre de aquellos centros de lavado de autos que no cumplen con el uso racional del agua.³ - La ciudad de Sogamoso se encuentra en un punto estratégico, ya que es un centro de conectividad con los municipios de la región (Duitama, Tibasosa, Nobsa, Cusiana, Corrales, Iza, Mongui, Firavitova, entre otros⁴ (ver Anexo No. 4), que permite el ingreso de automóviles, los cuales no cuentan con centros de servicio de lavado. - El Centro Comercial y de Negocios IWOKA, es único en Sogamoso, es el Centro de compras y entretenimiento de las familias Sogamoseñas y de los municipios aledaños. Con un Horarios: lunes – domingo: 7:00 a.m. – 11:00 p.m.⁵, y se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, rodeada por los estratos 3, 4 y 5. - No existen entidades de apoyo gubernamentales ni privadas que ayuden al desarrollo del sector de autolavados. - El POT del 2014 de la ciudad de Sogamoso establece desarrollo urbano para la zona centro, con edificabilidad de torres entre 6 a 12 pisos.⁶ (ver Anexo No. 5), para unidades de negocios y residenciales.

³ Concejo Municipal Sogamoso. Acuerdo Municipal. Consultado en Noviembre del 2014. Disponible en DE 2012 <http://sogamoso-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316166393539633236346635653330/plan-de-desarrollo-ultimo-2012-2015.pdf>

⁴ Municipio de Sogamoso. P.O.T. Sogamoso. Consultado en Noviembre del 2014. Disponible en: <http://sogamoso.org/pot/archivos/04MOVILIDAD.pdf>

⁵ Sogamoso Comercial. Consultado en Noviembre del 2014. Disponible en: <http://www.sogamosocomercial.com/tag/iwoka-sogamoso/>

⁶ UPTC. Revisión P.O.T. Consultado en Noviembre del 2014. Disponible en: <http://es.calameo.com/read/001536550182c4ab2f109>

MERCADO	CANALES
<p>- Con una población total del municipio de Sogamoso de 115.134 habitantes y 98.344 en la cabecera municipal, y los registros de vehículos matriculados del INTRASOG, se estima que, incluidas las motos, el índice de motorización en el municipio es de 9.4 habitantes por vehículo o 10.593 vehículos por cada 100.000 habitantes, lo que está próximo al índice medio estimado para el país que, de acuerdo al registro del Fondo de Prevención Vial, estos mismo índices tienen un valor de 8.9 y 11.272 respectivamente, para Colombia.⁷</p> <p>- El servicio está orientado a automóviles y camionetas de servicio particular y corporativo, que tienen un gran interés por mantener sus automóviles limpios, adicionalmente está orientado al mantenimiento y la conservación de los autos con agilidad en el servicio y cuidado del medio ambiente.</p> <p>- La zona centro y la zona norte de la ciudad de Sogamoso esta abarcada por el estrato 3, 4 y 5 urbano.</p>	<p>- Canal directo Está dado por el administrador de punto en el centro comercial, es la atención directa al cliente ofreciendo el portafolio de servicios establecido.</p> <p>La funciones del administrador es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mostrar el portafolio de servicios (lavado, polichado, grafitado, porcelanizado y Rev. Técnico mecánica) y Superar el promedio de ventas mensuales (540 servicios) • Trabajar en colaboración con el Gerente Comercial para facilitar información sobre inventarios y resultados sobre las ventas. • Encargarse de las quejas, comentarios y dudas de los clientes relacionado con la prestación del servicio. • Gestionar y maximizar la relación comercial con el cliente a cargo. <p>- Canales indirectos Este dado por el Gerente Comercial, es la atención directa con las empresas que pueden ofrecer alianzas estratégicas con SAMY SPA.</p> <p>La función del Gerente Comercial es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maximizar las ventas mediante bonos de descuento para autos primer lavada, (ver Anexo No. 6), concesionarios Autos nuevos Sogamoso, convenio con unidades de revisión técnico mecánica, (ver Anexo No. 7) y establecimientos de revisión técnico mecánica en Sogamoso. • Supervisar las actividades de quienes laboran en SAMY SPA • Atender los asuntos relacionados con la buena operación de SAMY SPA. • Aumentar la cantidad de clientes nuevos para SAMY SPA.

Tabla 4 . Análisis situacional
Fuente: Los autores

⁷ Concejo Municipal Sogamoso. Acuerdo Municipal. Consultado en Noviembre del 2014. Disponible en DE 2012 <http://sogamoso-boyaca.gov.co/apc-aa-files/36316166393539633236346635653330/plan-de-desarrollo-ultimo-2012-2015.pdf>

5.2. Análisis Estratégico

LO CRITICO	LO CLAVE
<ul style="list-style-type: none">- El control y la restricción ambiental al uso del agua.- Competencia informal y posible guerra de precios.- No cumplir con las expectativas de servicio.- Altos costos de mantenimiento por ubicación.	<ul style="list-style-type: none">- La ubicación del C.E.A. en IWOKA único centro comercial y de negocios de la ciudad.- Mercado creciente de automóviles o El crecimiento del parque automotriz.- La demanda de este servicio es alta y constante durante todo el año.- Servicio de alta calidad, tecnología ambiental.- Personal capacitado en el uso de productos para el mantenimiento de vehículos.

Tabla 5 . Análisis estratégico

Fuente: los autores

6. ESTRATEGIA

C.E.A. SAMY SPA: Diferenciación y posicionamiento.

7. OBJETIVO

A Través del posicionamiento del C.E.A. SAMY SPA ubicado en el centro comercial y de negocios Iwoka de la ciudad de Sogamoso, crecer en un 32% las ventas durante el año 2015.

8. TÁCTICAS DE LA ESTRATEGIA

Los pilares en los que se basa nuestra estrategia son:

- Ubicación del C.E.A. En el centro comercial IWOKA.
- Capacitación al personal del C.E.A. SAMY SPA.
- Liderazgo tecnológico y de Calidad / Tecnología Ambiental Maquinaria especializada en preservar el medio ambiente.
- Esquema de Remuneración.

Con el fin que C.E.A. SAMY SPA desarrolle servicios que respondan los segmentos que integra el mercado.

Territorio			
Actividad		Responsable	
<p>Identificación de territorio. Mediante una encuesta de satisfacción se determinó la ubicación adecuada en donde debe prestar el servicio SAMY SPA, es el Centro Comercial Iwoka (ubicado en un punto estratégico de la ciudad)</p>		<p>Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento</p>	
<p>Plan de cobertura y comunicación sobre los clientes actuales y potenciales, por medio de los canales establecidos (directo, indirecto y virtual)</p>		<p>Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento, administrador del C.E.A.</p>	
Personal Capacitado			
Apoyo		Enfoque Comercial	
Actividad	Responsable	Actividad	Responsable
<p>Capacitación al personal operativo del C.E.A. en talleres de detallado</p>	<p>THE PARTS CO LTDA. Distribuidor autorizado en Colombia del producto Meguiar'r</p>	<p>Capacitación de la normatividad. Conocimiento a fondo de uso y normas de los productos del C.E.A.</p>	<p>Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento, Administrador del C.E.A</p>
<p>Capacitación Sobre Charlas Técnicas de los Productos Sonax con el fin que los trabajadores (operarios y administrador) cuenten con los conocimientos requeridos para cumplir en su totalidad con el servicio</p>	<p>Innovateq Colombia. Capacitación Virtual.</p>	<p>Capacitación Comercial de los Productos Sonax con el fin que los trabajadores (operarios y administrador) cuenten con las competencias requeridas para contribuir al posicionamiento del negocio.</p>	<p>Innovateq Colombia. Capacitación Virtual.</p>
<p>Capacitación Servicio al Cliente al administrador del C.E.A. SAMY SPA</p>	<p>Cámara de Comercio de Sogamoso.</p>	<p>Motivación hacia el crecimiento profesional de los empleados del C.E.A.</p>	<p>Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento</p>

Tecnología Ambiental			
Maquinaria		Seguimiento y Calidad	
Actividad	Responsable	Actividad	Responsable
Tecnología de punta. Lavado a vapor (STEAM)	Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento	Revisión periódica. Sobre el mantenimiento de las máquinas, una vez cada 3 meses.	Suting S.A.S.
Reducción de la huella de Agua. Promocionando el lavado a vapor y la limpieza en seco, prestando un servicio de calidad, preservando el medio ambiente.	Operarios	Cumplir con la Normatividad Decreto N.144 de fecha 01 de julio de 2014 del marco legal de la ciudad de Sogamoso (ver Anexo No. 8)	Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento
Remuneración			
Actividad	Responsable		
Disposición de una estructura de remuneración que genere compromiso y competencias por parte de los trabajadores del C.E.A. SAMY SPA	Ana Vargas, Claudia Perez, Claudia Sarmiento		

Tabla 6 . Tácticas De La Estrategia
Fuente: Los Autores

9. ANÁLISIS DE COSTOS

- El pronóstico de ventas parte del promedio de ventas mensuales que se tienen actualmente, que es de 520 servicios por mes, establecido por un promedio de venta de \$18,000 COP.
- Al administrador va a recibir un salario fijo mensual de 1,000,000 COP y los operarios un salario fijo que corresponde al mínimo legal vigente, si los trabajadores venden más del promedio mensual (540 servicios) reciben una bonificación (Ver tabla No. 12 y 13)
- La depreciación es tomada a 5 años, igualmente que las obras civiles en sitio.
- El porcentaje de TAX para este tipo de servicios está establecido en 6%.

		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	TOTAL
Tarifas automóvil (\$ / servicio)	lavado	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	
	grafitado	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	
	polichado sencillo	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	
	polichado profesional	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	
	porcelanizado	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	
Tarifas camioneta (\$ / servicio)	lavado	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	34,000	
	grafitado	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	
	polichado sencillo	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	
	polichado profesional	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	
	porcelanizado	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	
Automóvil (No. servicios)	lavado	98	100	102	105	108	111	114	117	120	123	126	129	1,353
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	80	82	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	1,092
	grafitado	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	426
	polichado sencillo	80	82	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	1,092
	polichado profesional	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	126
	porcelanizado	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	126
Camioneta (No. servicios)	lavado	90	92	94	96	98	100	102	105	108	111	114	117	1,227
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	60	62	64	66	68	70	72	74	76	78	80	82	852
	grafitado	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	366
	polichado sencillo	60	62	64	66	68	70	72	74	76	78	80	82	852
	polichado profesional	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	126
	porcelanizado	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	126
Vr. Ventas servicios automóvil (\$)	lavado	1,274,000	1,300,000	1,326,000	1,365,000	1,404,000	1,443,000	1,482,000	1,521,000	1,560,000	1,599,000	1,638,000	1,677,000	17,589,000
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	2,240,000	2,296,000	2,352,000	2,408,000	2,464,000	2,520,000	2,576,000	2,632,000	2,688,000	2,744,000	2,800,000	2,856,000	30,576,000
	grafitado	150,000	155,000	160,000	165,000	170,000	175,000	180,000	185,000	190,000	195,000	200,000	205,000	2,130,000
	polichado sencillo	3,200,000	3,280,000	3,360,000	3,440,000	3,520,000	3,600,000	3,680,000	3,760,000	3,840,000	3,920,000	4,000,000	4,080,000	43,680,000
	polichado profesional	400,000	240,000	280,000	320,000	360,000	400,000	440,000	480,000	520,000	560,000	600,000	640,000	5,240,000
	porcelanizado	450,000	480,000	560,000	640,000	720,000	800,000	880,000	960,000	1,040,000	1,120,000	1,200,000	1,280,000	10,130,000
Vr. ventas servicios camioneta (\$)	lavado	1,440,000	1,472,000	1,504,000	1,536,000	1,568,000	1,600,000	1,632,000	1,680,000	1,728,000	1,776,000	1,824,000	1,872,000	19,632,000
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	2,040,000	2,108,000	2,176,000	2,244,000	2,312,000	2,380,000	2,448,000	2,516,000	2,584,000	2,652,000	2,720,000	2,788,000	28,968,000
	grafitado	200,000	208,000	216,000	224,000	232,000	240,000	248,000	256,000	264,000	272,000	280,000	288,000	2,928,000
	polichado sencillo	3,000,000	3,100,000	3,200,000	3,300,000	3,400,000	3,500,000	3,600,000	3,700,000	3,800,000	3,900,000	4,000,000	4,100,000	42,600,000
	polichado profesional	500,000	600,000	700,000	800,000	900,000	1,000,000	1,100,000	1,200,000	1,300,000	1,400,000	1,500,000	1,600,000	12,600,000
	porcelanizado	600,000	720,000	840,000	960,000	1,080,000	1,200,000	1,320,000	1,440,000	1,560,000	1,680,000	1,800,000	1,920,000	15,120,000
Total		15,494,000	15,959,000	16,674,000	17,402,000	18,130,000	18,858,000	19,586,000	20,330,000	21,074,000	21,818,000	22,562,000	23,306,000	231,193,000

Tabla 7 . Promedio de ventas establecido para el año 2015
Fuente: Los Autores

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANTES DE IVA	IVA	TOTAL
1	SHAMPO	CUÑETE	32,000	32,000	5,120	37,120
1	DESENGRASANTE	CUÑETE	38,000	38,000	6,080	44,080
1	LLANTIL	CUÑETE	32,000	32,000	5,120	37,120
1	GRAFITO	GALON	25,000	25,000	4,000	29,000
1	RESTAURADOR INTERNO	CUÑETE	150,000	150,000	24,000	174,000
1	AMBIENTADOR	GALON	22,000	22,000	3,520	25,520
2	TOALLA	MT	8,300	16,600	2,656	19,256
2	MICROFIBRAS	UNIDAD	11,000	22,000	3,520	25,520
1	CERA SONAX	GALON	110,000	110,000	17,600	127,600
1	CERA SONAX BLANCA	ML	19,000	19,000	3,040	22,040
1	CERA SONAX AZUL	ML	19,000	19,000	3,040	22,040
1	CERA SONAX VERDE	ML	19,000	19,000	3,040	22,040
1	CERA SONAX ROJA	ML	19,000	19,000	3,040	22,040
1	CERA SONAX NEGRA	ML	19,000	19,000	3,040	22,040
4	ESCOBAS FULLER AUTOS	UNIDAD	8,200	32,800	5,248	38,048
1	DETERGENTE	BULTO	48,500	48,500	7,760	56,260
4	GUANTES	PARES	65,000	260,000	41,600	301,600
5	BOTAS	PARES	22,000	110,000	17,600	127,600
5	OVEROLES	UNIDAD	38,000	190,000	30,400	220,400
4	POMOS DE BRILLADO	UNIDAD	70,000	280,000	44,800	324,800
1	CERAS PULIDORA MEGUIARS	UNIDAD	215,000	215,000	34,400	249,400
1	CERA BRILLO Y PROTECCION MEGUIARS	UNIDAD	215,000	215,000	34,400	249,400
1	POMOS ESPECIALES PULIR MEGUIARS	UNIDAD	98,000	98,000	15,680	113,680
1	POMOS ESPECIALES ULTRA BRILLO MEGUIARS	UNIDAD	98,000	98,000	15,680	113,680
1	RESTAURADOR PARTES NEGRAS WURT	GALON	230,000	230,000	36,800	266,800
1	DESCONTAMINATE DE PINTURA	GALON	150,000	150,000	24,000	174,000
TOTAL INSUMOS						2,865,084
INVENTARIO DE ACTIVOS FIJOS						
1	ARRENDAMIENTO MENSUAL		1,300,000	1,300,000	208,000	1,508,000
	ADECUACIONES CIVILES EN SITIO		22,000,000	22,000,000		17,000,000
MAQUINARIA Y EQUIPO						
1	GATO HIDRAULICO 3 TONELADAS		3,800,000	3,800,000	608,000	4,408,000
1	OPTIMA STEAMER - LAVADO A VAPOR		11,000,000	11,000,000	1,760,000	12,760,000
1	MAQUINA RECIRCULACION DE AGUA		14,000,000	14,000,000	2,240,000	16,240,000
2	MAQUINA HIDROLAVADORA HJF - 2000 / 2600LB		2,300,000	4,600,000	736,000	5,336,000
1	COMPRESOR VERTICAL MOTOR 5,0 HP		1,400,000	1,400,000	224,000	1,624,000
1	GENERADOR DE ESPUMA		900,000	900,000	144,000	1,044,000
1	ACCESORIOS INSTALACION		700,000	700,000	112,000	812,000
2	POLICHADORAS PROFESIONALES		450,000	900,000	144,000	1,044,000
1	TORNADOR GUNT		480,000	480,000	76,800	556,800
1	MAQUINA LAVATAPETES KARCHER		2,200,000	2,200,000	352,000	2,552,000
3	ASPIRADORAS KRAFMAN TRABAJO PESADO 3,5HP		420,000	1,260,000	201,600	1,461,600
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO						47,838,400
EQUIPO PROCESAMIENTO DE DATOS						
1	COMPUTADOR Y IMPRESORA		1,500,000	1,500,000	240,000	1,740,000
1	CAJA REGISTRADORA CASIO		450,000	450,000	72,000	522,000
TOTAL EQUIPO PROCESAMIENTO DE DATOS						2,262,000
EQUIPO DE OFICINA						
1	SISTEMA DE SEGURIDAD Y MONITOREO		1,600,000	1,600,000	256,000	1,856,000
TOTAL EQUIPO DE OFICINA						
OTROS GASTOS						
	PUBLICIDAD VOLANTES		500,000			500,000
	ORDENES DE SERVICIO Y TAPETES		480,000			480,000
	TRAMITES CAMBIO REGIMEN COMUN A SAS		720,000			720,000
	TRAMITE USOS DE SUELO		63,000			63,000
TOTAL OTROS GASTOS						1,763,000
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE LA INVERSION INICIAL						75,092,484

Tabla 8 . Inversión Inicial
Fuente: Los Autores

DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	RENDIMIENTO POR AUTO	IVA	TOTAL	TOTAL CONSUMO POR AUTO	TOTAL CONSUMO AUTO LAVADO GENERAL	TOTAL CONSUMO POR CAMIONETA	TOTAL CONSUMO POR CAMIONETA GENERAL
SHAMPO	CUÑETE	\$ 32,000.00	500	\$ 5,120.00	\$ 37,120.00	\$ 74	\$ 78	\$ 104	\$ 109
DESENGRASANTE	CUÑETE	\$ 38,000.00	340	\$ 6,080.00	\$ 44,080.00	\$ 130	\$ 136	\$ 182	\$ 191
LLANTIL	CUÑETE	\$ 32,000.00	600	\$ 5,120.00	\$ 37,120.00	\$ 62	\$ 65	\$ 87	\$ 91
RESTAURADOR INTERNO	CUÑETE	\$ 150,000.00	500	\$ 24,000.00	\$ 174,000.00	\$ 348	\$ 348	\$ 487	\$ 487
AMBIENTADOR	GALON	\$ 22,000.00	500	\$ 3,520.00	\$ 25,520.00	\$ 51	\$ 51	\$ 51	\$ 51
TOALLA	MT	\$ 8,300.00	500	\$ 1,328.00	\$ 9,628.00	\$ 19	\$ 20	\$ 27	\$ 28
MICROFIBRAS	UNIDAD	\$ 11,000.00	500	\$ 1,760.00	\$ 12,760.00	\$ 26	\$ 27	\$ 36	\$ 38
ESCOBAS FULLER AUTOS	UNIDAD	\$ 8,200.00	500	\$ 1,312.00	\$ 9,512.00	\$ 19	\$ 20	\$ 27	\$ 28
DETERGENTE	BULTO	\$ 48,500.00	400	\$ 7,760.00	\$ 56,260.00	\$ 141	\$ 148	\$ 197	\$ 207
GUANTES	PARES	\$ 65,000.00	500	\$ 10,400.00	\$ 75,400.00	\$ 151	\$ 158	\$ 211	\$ 222
BOTAS	PARES	\$ 22,000.00	3000	\$ 3,520.00	\$ 25,520.00	\$ 9	\$ 9	\$ 12	\$ 13
OVEROLES	UNIDAD	\$ 38,000.00	3000	\$ 6,080.00	\$ 44,080.00	\$ 15	\$ 15	\$ 21	\$ 22
CERAS DE COLOR (BLANCO, NEGRO, ROJO, AZUL, GRIS, VERDE)		\$ 19,000.00	180	\$ 3,040.00	\$ 22,040.00	\$ 122	\$ 122	\$ 171	\$ 171
POMOS DE BRILLADO	UNIDAD	\$ 70,000.00	200	\$ 11,200.00	\$ 81,200.00	\$ 406	\$ 406	\$ 568	\$ 568
CERAS PULIDORA MEGUIARS	UNIDAD	\$ 215,000.00	120	\$ 34,400.00	\$ 249,400.00	\$ 2,078	\$ 2,078	\$ 2,910	\$ 2,910
CERA BRILLO Y PROTECCION MEGUIARS	UNIDAD	\$ 215,000.00	120	\$ 34,400.00	\$ 249,400.00	\$ 2,078	\$ 2,078	\$ 2,910	\$ 2,910
POMOS ESPECIALES PULIR MEGUIARS		\$ 98,000.00	40	\$ 15,680.00	\$ 113,680.00	\$ 2,842	\$ 2,842	\$ 3,979	\$ 3,979
POMOS ESPECIALES ULTRA BRILLO MEGUIARS		\$ 98,000.00	60	\$ 15,680.00	\$ 113,680.00	\$ 1,895	\$ 1,895	\$ 2,653	\$ 2,653
RESTAURADOR PARTES NEGRAS WURT	GALON	\$ 230,000.00	1000	\$ 36,800.00	\$ 266,800.00	\$ 267	\$ 267	\$ 374	\$ 374
DESCONTAMINATE DE PINTURA	GALON	\$ 150,000.00	100	\$ 24,000.00	\$ 174,000.00	\$ 1,740	\$ 1,740	\$ 2,436	\$ 2,436
ORDEN DE SERVICIO Y TAPETES	UNIDADES	\$ 500,000.00	1000		\$ 500,000.00	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
GRAFITO	GALON	\$ 25,000	60	\$ 3,840	\$ 28,840	\$ 481	\$ 481	\$ 673	\$ 673

Tabla 9 . Consumo Por Unidad De Servicio
Fuente: Los Autores

Automóvil (No. servicios)	lavado	\$ 1,543.24
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	\$ 1,556.08
	grafitado	\$ 480.67
	polichado sencillo	\$ 2,071.69
	polichado profesional	\$ 10,703.38
	porcelanizado	\$ 12,443.38
Camioneta (No. servicios)	lavado	\$ 1,940.09
	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	\$ 2,158
	grafitado	\$ 673
	polichado sencillo	\$ 2,680
	polichado profesional	\$ 14,764
	porcelanizado	\$ 17,200

Tabla 10 . Costo De Fabricación Por Unidad
Fuente: Los Autores

	\$
NOMINA	59.550.345,60
	\$
ARRENDAMIENTO	18.096.000,00
	\$
DEPRECIACION	10.391.280,00
	\$
OBRA CIVIL	3.400.000,00
	\$
TAX	1.387.158,00
	\$
SERVICIOS PUBLICOS	7.200.000,00
MANTENIMIENTO DE	\$
MAQUINARIA	1.120.000,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 101.144.784

Tabla 11 . Costos Fijos Totales
Fuente: Los Autores

Salario colaboradores SAMY SPA		
Administrador	\$	12,000,000
operarios (4)	\$	32,832,000

Prestaciones trabajadores				
		Administrador		Trabajadores
	8%	\$ 999,600	\$	2,734,906
	8%	\$ 999,600	\$	2,734,906
	12%	\$ 1,440,000	\$	3,939,840
	4%	\$ 500,400	\$	1,369,094
		\$ 3,939,600	\$	10,778,746

Tabla 12 . Salarios y prestaciones
Fuente: Los Autores

BONIFICACIONES ESTABLECIDAS PARA EL PRONOSTICO DE VENTAS 2015

		UNIDADES A VENDER	PARTICIPACION POR UNIDADES	UNIDADES A AUMENTAR CON LA PROYECCION	TOTAL INGRESO UNIDADES PROYECTADAS	Porcentaje de participacion bonificacion		
						Operario (4%)C/U	Administrador (6%)	Costo por unidad para bonificacion
Automóvil (No. servicios)	lavado	1353	17%	217	2,827,289	452,366	169,637	2,860
	Rev. Técnico mecánica (chasis, motor, lavado)	1092	14%	176	4,914,844	786,375	294,891	6,160
	grafitado	426	5%	68	342,380	54,781	20,543	1,100
	polichado sencillo	1092	14%	176	7,021,206	1,123,393	421,272	8,800
	polichado profesional	126	2%	20	1,620,278	259,245	97,217	17,600
	porcelanizado	126	2%	20	1,822,813	291,650	109,369	19,800
Camioneta (No. servicios)	lavado	1227	16%	197	3,155,685	504,910	189,341	3,520
	Rev. Técnico mecánica (chasis, motor, lavado)	852	11%	137	4,656,371	745,019	279,382	7,480
	grafitado	366	5%	59	470,652	75,304	28,239	1,760
	polichado sencillo	852	11%	137	6,847,604	1,095,617	410,856	11,000
	polichado profesional	126	2%	20	2,025,348	324,056	121,521	22,000
	porcelanizado	126	2%	20	2,430,417	388,867	145,825	26,400
TOTAL VENTAS AL AÑO 2015		\$ 7,764			38,134,887	6,101,582	2,288,093	128,480

Tabla 13 . Bonificaciones
Fuente: Los Autores

	AUTOMOVILES						CAMIONETAS					
	Lavado	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	grafitado	polichado sencillo	polichado profesional	porcelanizado	Lavado	Rev. Tecnico mecanica (chasis, motor, lavado)	grafitado	polichado sencillo	polichado profesional	porcelanizado
Porcentaje de participacion	17%	14%	5%	14%	2%	2%	16%	11%	5%	11%	2%	2%
Unidades a producir	1353	1092	426	852	126	126	1227	852	366	852	126	126
COSTOS VARIABLES UNITARIOS												
BONIFICACIONES	\$ 2.080	\$ 4.480	\$ 800	\$ 6.400	\$ 12.800	\$ 14.400	\$ 2.560	\$ 5.440	\$ 1.280	\$ 8.000	\$ 16.000	\$ 19.200
Costos de fabricacion por unidad producida	\$ 1.543	\$ 1.556	\$ 481	\$ 2.072	\$ 10.703	\$ 12.443	\$ 1.940	\$ 2.158	\$ 673	\$ 2.680	\$ 14.764	\$ 17.200
Total costo variable unitario	\$ 3.623	\$ 6.036	\$ 1.281	\$ 8.472	\$ 23.503	\$ 26.843	\$ 4.500	\$ 7.598	\$ 1.953	\$ 10.680	\$ 30.764	\$ 36.400
Costos fijos totales	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129	\$ 160.695.129
Precio de Venta por unidad	\$ 13.000	\$ 28.000	\$ 5.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 90.000	\$ 16.000	\$ 34.000	\$ 8.000	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 120.000
Margen de contribución unitario	9.377	21.964	3.719	31.528	56.497	63.157	11.500	26.402	6.047	39.320	69.236	83.600
Margen de contribución ponderado	1.634	3.089	204	4.434	917	1.025	1.817	2.897	285	4.315	1.124	1.357
Unidades Minimas a producir	1212	978	382	978	113	113	1.099	763	328	763	113	113
Margen de contribucion total ponderado	23.099											
PUNTO DE EQUILIBRIO	6957 Unidades											

Tabla 14 . Punto De Equilibrio
Fuente: Los Autores

VALOR PRESENTE	VP	\$	65,000,000
PERIODO	n		12
INTERES MENSUAL	im		1.5%
PERIODO PRESTAMO	ND		1 AÑO
	NT		12

PERIODO(M ESES)	AK	SALDO	INTERESES	FLUJO
0		\$ 65,000,000		\$ 65,000,000
1	\$ 5,416,667	\$ 59,583,333	\$ 975,000	\$ 6,391,667
2	\$ 5,416,667	\$ 54,166,667	\$ 893,750	\$ 6,310,417
3	\$ 5,416,667	\$ 48,750,000	\$ 812,500	\$ 6,229,167
4	\$ 5,416,667	\$ 43,333,333	\$ 731,250	\$ 6,147,917
5	\$ 5,416,667	\$ 37,916,667	\$ 650,000	\$ 6,066,667
6	\$ 5,416,667	\$ 32,500,000	\$ 568,750	\$ 5,985,417
7	\$ 5,416,667	\$ 27,083,333	\$ 487,500	\$ 5,904,167
8	\$ 5,416,667	\$ 21,666,667	\$ 406,250	\$ 5,822,917
9	\$ 5,416,667	\$ 16,250,000	\$ 325,000	\$ 5,741,667
10	\$ 5,416,667	\$ 10,833,333	\$ 243,750	\$ 5,660,417
11	\$ 5,416,667	\$ 5,416,667	\$ 162,500	\$ 5,579,167
12	\$ 5,416,667	\$ -	\$ 81,250	\$ 5,497,917

Tabla 15. Cálculo Tasa Nominal
Fuente: Los Autores

	FLUJO DE CAJA 2015											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Efectivo inicial	65.000.000,00	(4.289.024,63)	(5.180.273,26)	(2.414.477,89)	394.799,48	4.770.358,86	9.950.800,23	15.174.723,60	21.980.832,97	29.607.728,34	37.751.209,71	47.019.677,08
Ventas de contado (+)	15.494.000,00	15.959.000,00	16.674.000,00	17.402.000,00	18.130.000,00	18.858.000,00	19.586.000,00	20.330.000,00	21.074.000,00	21.818.000,00	22.562.000,00	23.306.000,00
Pago de arriendo (-)	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.508.000,00	1.050.800,00	1.508.000,00	1.508.000,00
Pago de proveedores (-)	70.719.400,00	2.865.084,00	-	761.400,00	-	-	761.400,00	-	-	761.400,00	-	-
Pago impuestos (-)	92.964,00	95.754,00	100.044,00	104.412,00	108.780,00	113.148,00	117.516,00	121.980,00	126.444,00	130.908,00	135.372,00	139.836,00
Pago de servicios publicos (-)	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00
pago prestamo (-)	6.391.666,67	6.310.416,67	6.229.166,67	6.147.916,67	6.066.666,67	5.985.416,67	5.904.166,67	5.822.916,67	5.741.666,67	5.660.416,67	5.579.166,67	5.497.916,67
Pago de sueldos (-)	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80	4.962.528,80
Bonificaciones (-)	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16	508.465,16
Saldo Final de Caja	(4.289.024,63)	(5.180.273,26)	(2.414.477,89)	394.799,48	4.770.358,86	9.950.800,23	15.174.723,60	21.980.832,97	29.607.728,34	37.751.209,71	47.019.677,08	57.108.930,45

Tabla 16. Flujo De Caja
Fuente: Los Autores

10. CRONOGRAMA

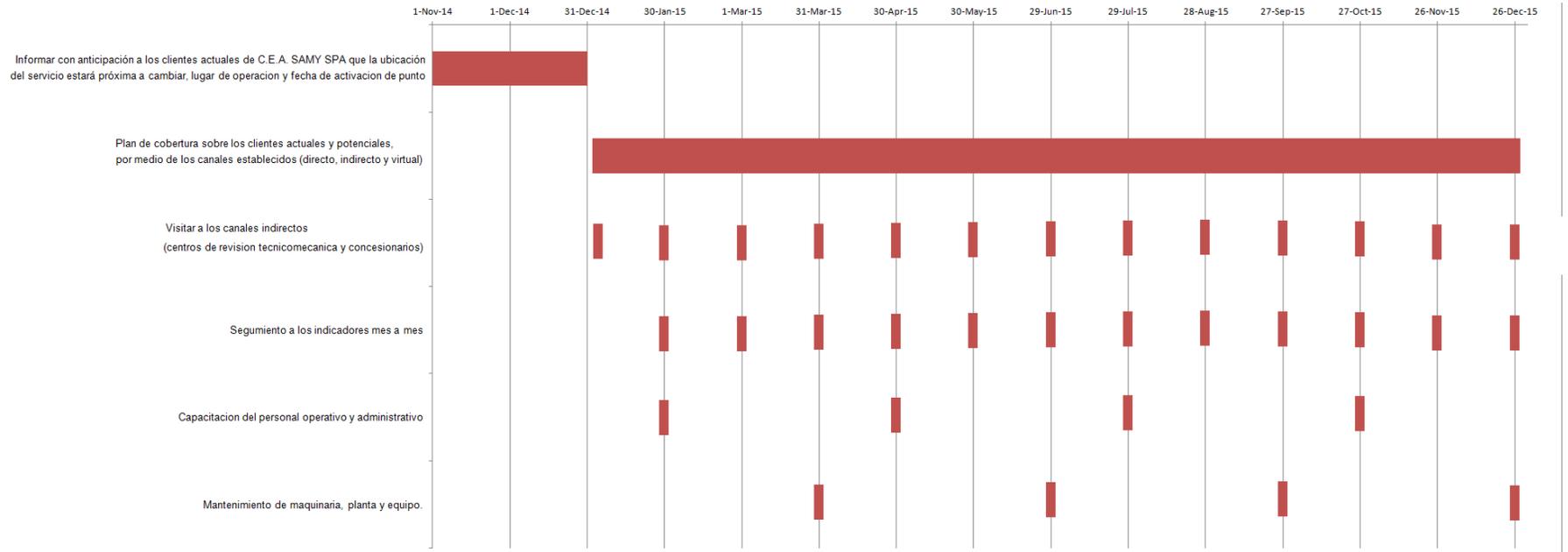


Tabla 17 . Cronograma
Fuente: Los Autores

11. INDICADORES

- Cost In Come

$$\text{COST TO IN COME AÑO 1} = \frac{\text{TOTAL DE COSTOS}}{\text{TOTAL INGRESOS}} = \frac{232,982,488}{231,193,000} = 1.01$$

$$\text{COST TO IN COME AÑO 2} = \frac{\text{TOTAL DE COSTOS}}{\text{TOTAL INGRESOS}} = \frac{160,662,683}{262,541,760} = 0.61$$

- Break Point

Punto de equilibrio, cubriendo los costos fijos es de 6957 unidades de venta, que sería a finales de Noviembre de 2015, aproximadamente 11 meses.

Punto de equilibrio, retorno de la inversión, mayo del 2015.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El factor diferenciador es vital para la estrategia del C.E.A. SAMY SPA.
- La importancia de la encuesta a los clientes actuales para determinar la ubicación del C.E.A. SAMY SPA.
- Se sugiere hacer seguimiento y control a los indicadores.
- Tener presente el cumplimiento de la normatividad, según la ciudad de Sogamoso.
- Es importante para determinar un nuevo punto de operación de este tipo de servicios, un promedio de ventas que este alineado con la capacidad instalada.
- Realizando el análisis de finanzas y presupuesto, se concluye que para efectos de flujo de caja la mejor de las condiciones es trabajar con salario fijo y un plan de bonificaciones, esto también en miras de seguir contando con los colaboradores, mantener condiciones estables y incentivarlos a cumplir la meta de la proyección establecida.

13. BIBLIOGRAFIA

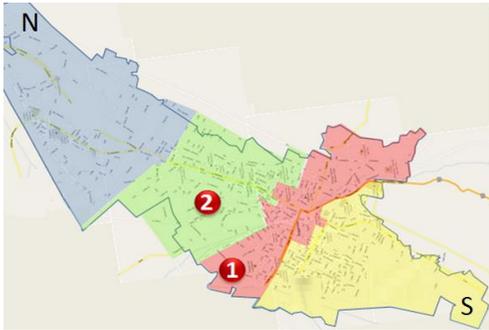
- PUJALS, Pere; Investigación de mercados. 1 Edición. España, 2001. ISBN 84-490-2237-1
- GARCÍA, Oscar; Administración Financiera- Prensa Moderna, 2009. ISBN: 978-958-44-5443-0
- BURBANO, Antonio; Costos y Presupuestos-Alfa Omega. 2 Edición, 2006. ISBN:958-682-611-2
- PARRA, Erick. MADERO, Carmen. Estrategia de ventas y negociación. Panorama. 2 Edición, 2005. ISBN:968-38-1139-6
- ALCAIDE, Juan & BERNUES, Sergio. Marketing y PYMES. 1 Edición, 2013. ISBN:978-84-695-7487-4
- VICUÑA, Jose. El plan de marketing en la práctica. 18 Edición, 2013. ISBN:978-84-7356-959-0

14. ANEXOS

14.1. Anexo No. 1. Encuesta de satisfacción

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para determinar la viabilidad de cambio C.E.A. SAMY SPA. Le agradeceremos brindarnos cinco minutos de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. Cómo Calificaría usted el servicio que presta C.E.A. SAMY SPA
 - a. Bueno
 - b. Malo
 - c. Regular



2. De acuerdo a la imagen, cuál de las zonas prefiere usted que se encuentre el centro de lavado.

- a. Zona 1. _____
- b. Zona 2. _____

3. Si usted respondió zona No. 1, marque con una X cuál de los barrios le gustaría que se encuentre el nuevo centro de lavado.

Los Libertadores		Veinte de Julio		El Oriente	
El Nogal		La Castellana		Monquirá	
7 de Agosto		Santa Helena		El Carmen	
Ángel Mar		Centro		El durazno	
El Jardín		Santa Ana Mochacá		Santa Martha	
Colombia		Santa Bárbara		El Prado	
Uribe Uribe		La Florida		San Martin Centro	
Santa Inés		El Sol		El Cortes	

4. Si usted respondió zona No. 2, marque con una X cuál de los barrios le gustaría que se encuentre el nuevo centro de lavado.

José Antonio Galán	Santa Isabel	Campo Amor	
Acacias	San Martín	Luna Park	
Prado Norte	Los Alisos	Los Alpes	
La Esmeralda	Chicamocha	Villa del lago	
Jorge Eliecer Gaitán	El Recreo	Asodea	
Benjamín Herrera	San Cristóbal		
El Laguito	La Pradera		

5. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría a usted que se ubicara el servicio de auto lavado de carros?

6. En qué zona vive usted

- a. Norte _____
 b. Centro _____
 c. Sur _____

7. Cada cuanto lava usted el automóvil o camioneta

- a. De 0 a 2 semanas
 b. De 2 a 4 semanas
 c. Mayor a 4 semanas

8. Con cuál de los siguientes conceptos se basa para elegir un lavadero:

- a. Cercanía
 b. Facilidad de acceso
 c. Instalaciones
 d. Marca/nombre

9. Cerca de qué tipo de lugares le interesa que esté ubicado el lavadero

- a. Supermercado / centro comercial
 b. Zona residencia
 c. Talleres
 d. Terminal de transporte
 e. Otro, Cual _____

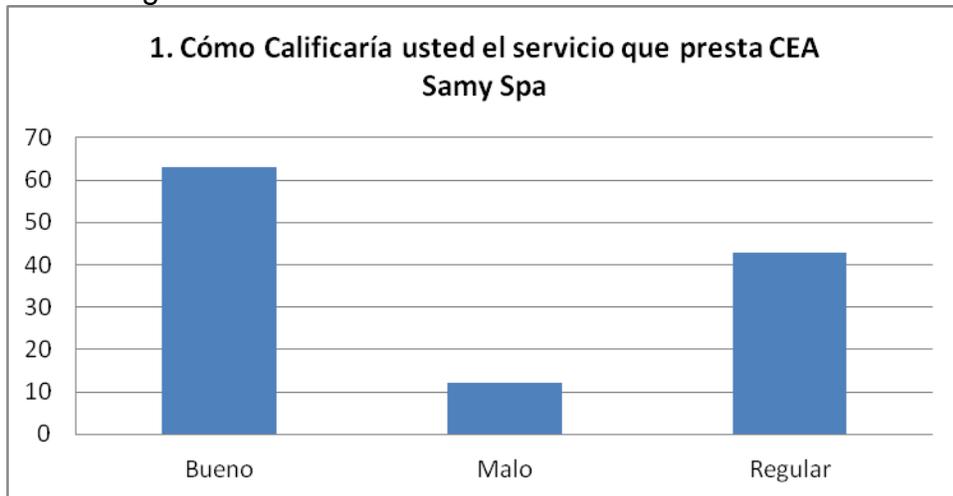
10.- ¿Qué tiempo esperas tu auto en el autolavado? _____

11.- ¿Cuéntanos alguna mala experiencia que hayas tenido con tu servicio de autolavado? _____

14.2. Anexo No. 2. Resultados de la encuesta

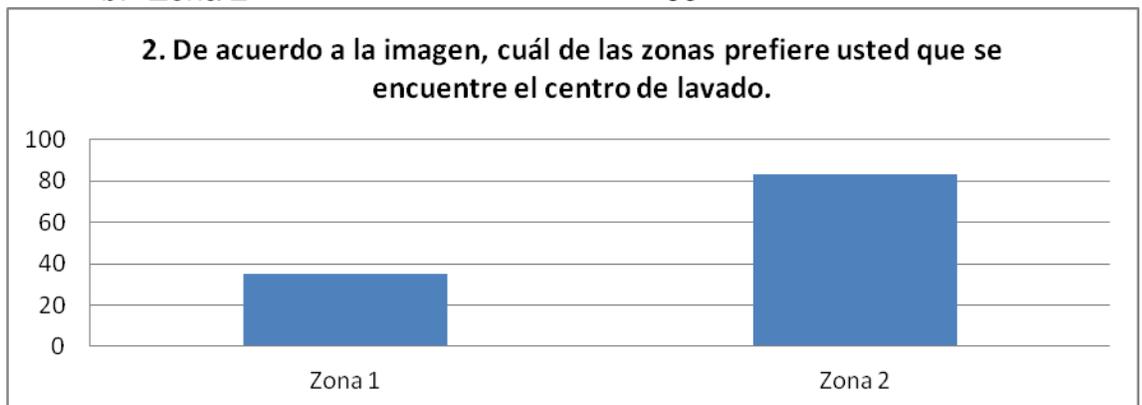
1. Cómo Calificaría usted el servicio que presta C.E.A. SAMY SPA

- | | |
|------------|----|
| a. Bueno | 63 |
| b. Malo | 12 |
| c. Regular | 43 |



2. De acuerdo a la imagen, cuál de las zonas prefiere usted que se encuentre el centro de lavado.

- | | |
|-----------|----|
| a. Zona 1 | 35 |
| b. Zona 2 | 83 |



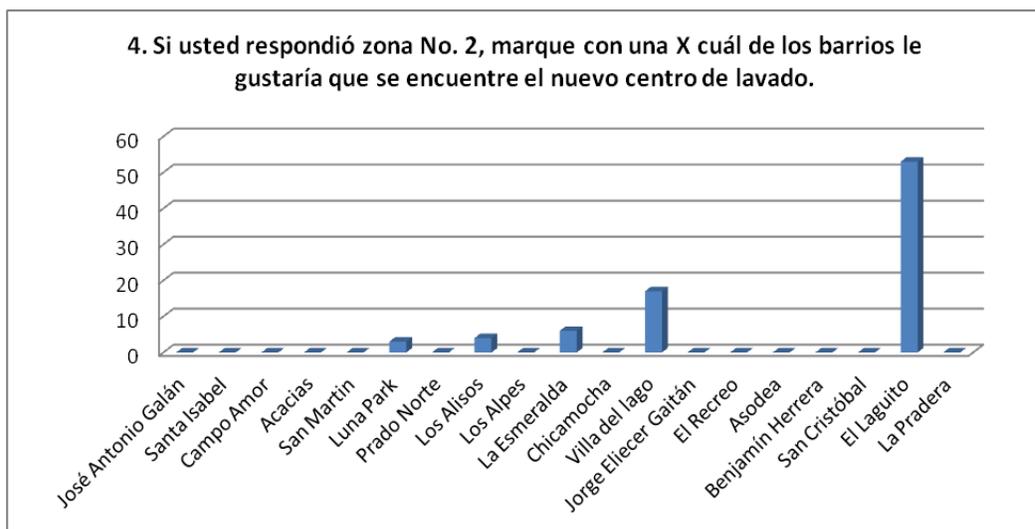
3. Si usted respondió zona No. 1, marque con una X cuál de los barrios le gustaría que se encuentre el nuevo centro de lavado.

Los Libertadores	0
Veinte de Julio	0
El Oriente	0
El Nogal	0
La Castellana	3
Monquirá	0
7 de Agosto	0
Santa Helena	10
El Carmen	2
Ángel Mar	0
Centro	7
El durazno	13
El Jardín	0
Santa Ana Mochacá	0
Santa Martha	0
Colombia	0
Santa Bárbara	0
El Prado	0
Uribe Uribe	0
La Florida	0
San Martin Centro	0
Santa Inés	0
El Sol	0
El Cortes	0



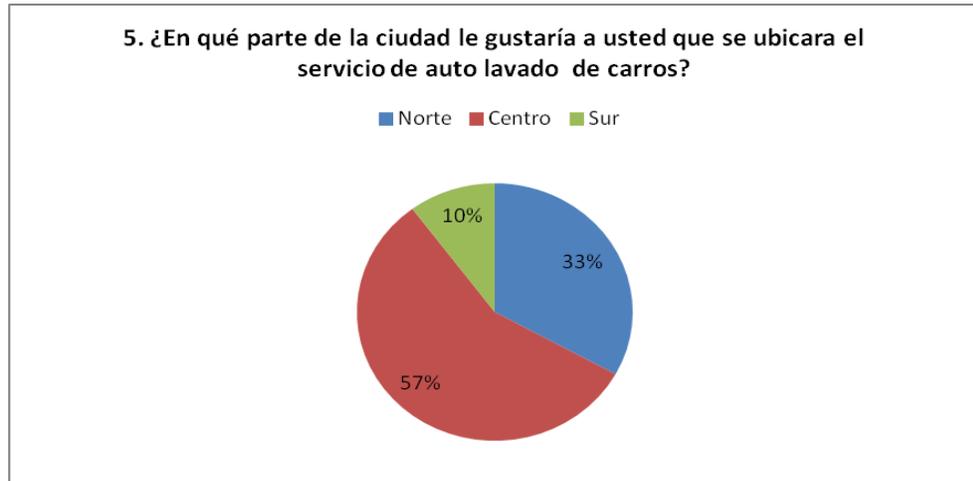
4. Si usted respondió zona No. 2, marque con una X cuál de los barrios le gustaría que se encuentre el nuevo centro de lavado.

José Antonio Galán	0
Santa Isabel	0
Campo Amor	0
Acacias	0
San Martín	0
Luna Park	3
Prado Norte	0
Los Alisos	4
Los Alpes	0
La Esmeralda	6
Chicamocha	0
Villa del lago	17
Jorge Eliecer Gaitán	0
El Recreo	0
Asodea	0
Benjamín Herrera	0
San Cristóbal	0
El Laguito	53
La Pradera	0



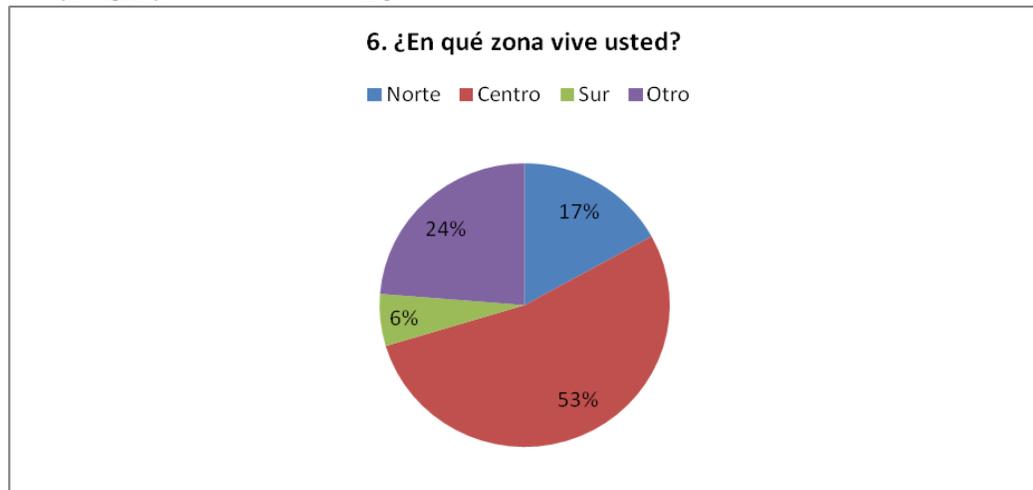
5. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría a usted que se ubicara el servicio de auto lavado de carros?

- a. Norte 39
- b. Centro 67
- c. Sur 12

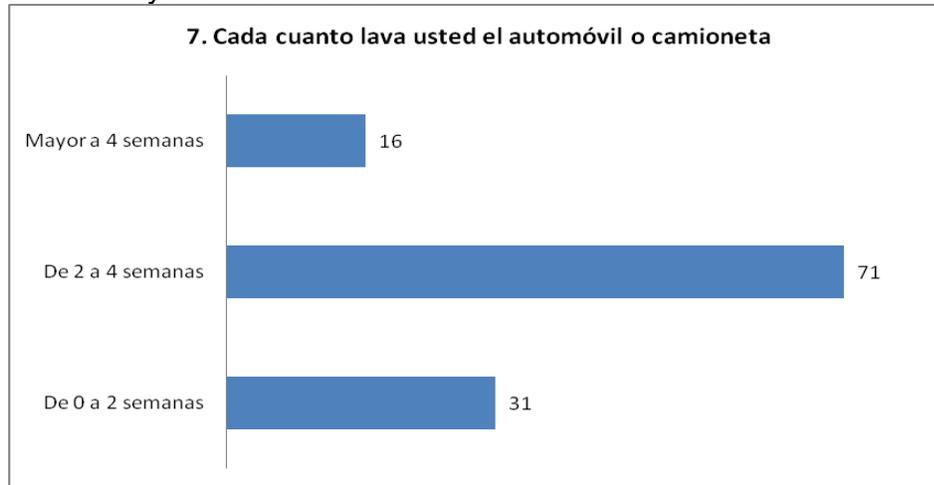


6. ¿En qué zona vive usted?

- a. Norte 20
- b. Centro 63
- c. Sur 7
- d. Otro 28

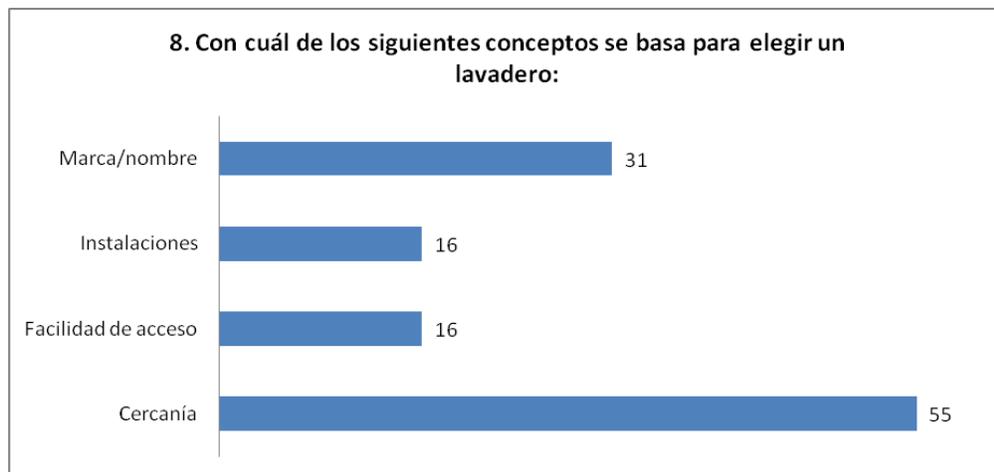


7. Cada cuanto lava usted el automóvil o camioneta
- a. De 0 a 2 semanas 31
 - b. De 2 a 4 semanas 71
 - c. Mayor a 4 semanas 16



8. Con cuál de los siguientes conceptos se basa para elegir un lavadero:

- a. Cercanía 55
- b. Facilidad de acceso 16
- c. Instalaciones 16
- d. Marca/nombre 31



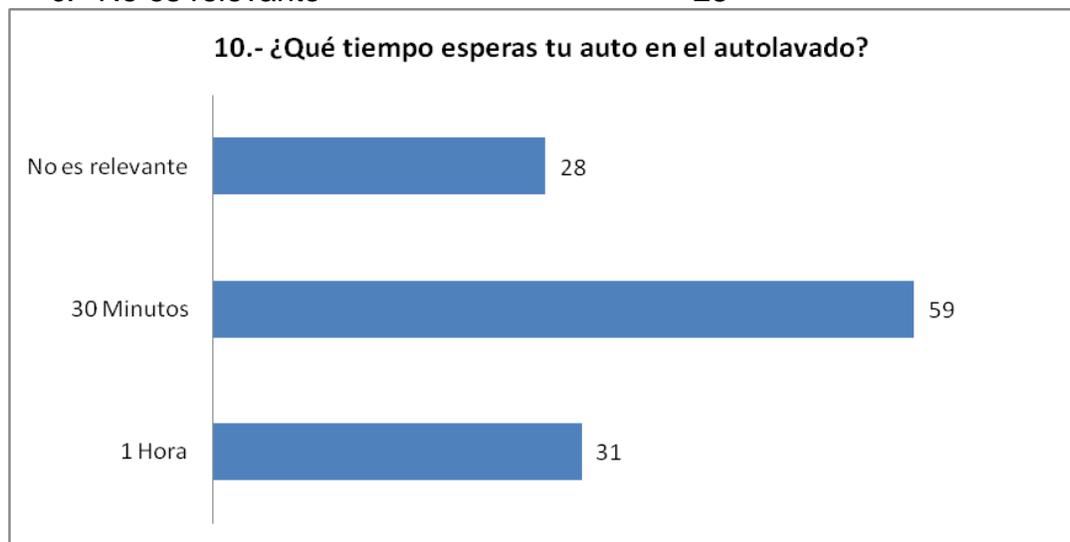
9. Cerca de qué tipo de lugares le interesa que esté ubicado el lavadero

- a. Supermercado / centro comercial 43
- b. Zona residencia 28
- c. Talleres 20
- d. Terminal de transporte 28
- e. Otro, Cuál 0



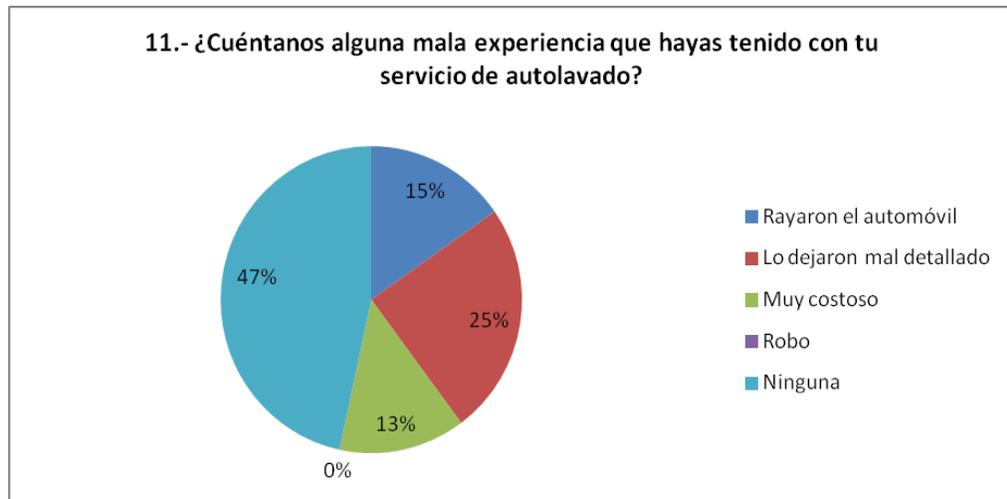
10. ¿Qué tiempo esperas tu auto en el autolavado?

- a. 1 Hora 31
- b. 30 Minutos 59
- c. No es relevante 28



11.- ¿Cuéntanos alguna mala experiencia que hayas tenido con tu servicio de autolavado?

a. Rayaron el automóvil	18
b. Lo dejaron mal detallado	29
c. Muy costoso	16
d. Robo	0
e. Ninguna	55

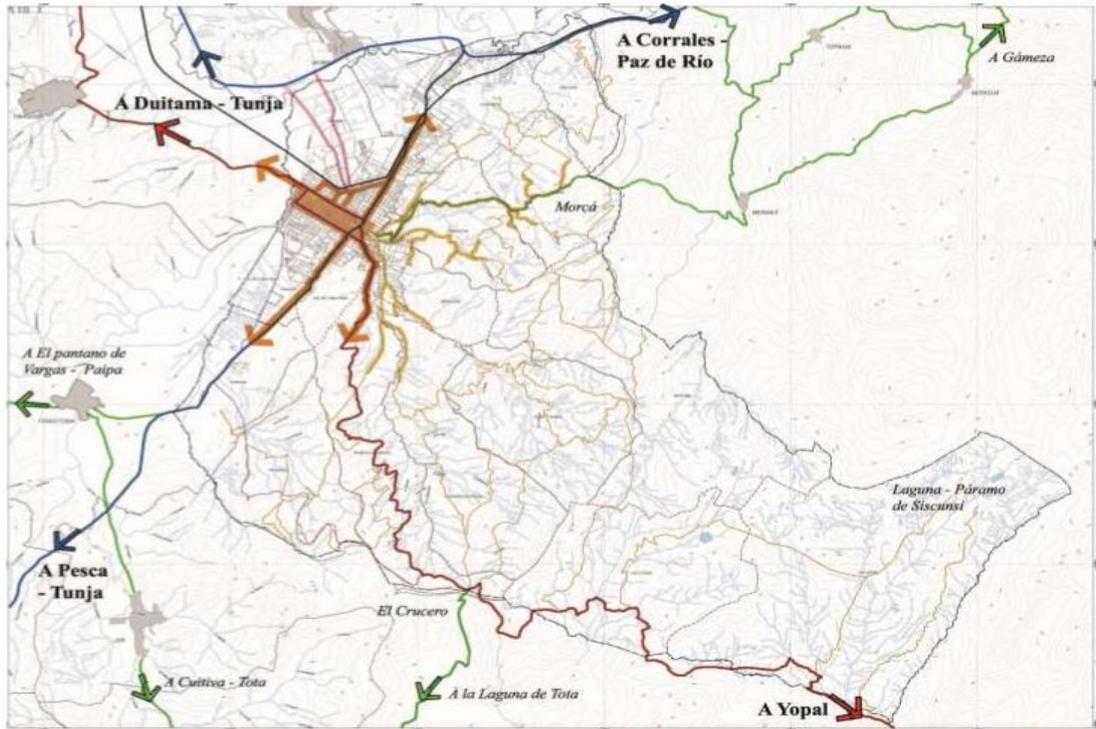


14.3. Anexo No. 3. Competencia

<i>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</i>	<i>DIRECCION</i>	<i>TIPO DE SERVICIOS</i>
AUTOLAVADO LA MONA	CALLE 9 16-08	LAVADO SENCILLO
		LAVADO CHASIS
		LAVADO MOTOR
AUTOLAVADO ESPECIAL	Trans 20 calle 22-03	LAVADO SENCILLO
		LAVADO CHASIS
		LAVADO MOTOR
		POLICHADO SENCILLO
SPLASH AUTOLAVADO	CALLE 9a 15-14	LAVADO SENCILLO
		LAVADO GENERAL
		POLICHADO SENCILLO
AUTOGOL SPLASH	CALLE 11 VIA DUITAMA	LAVADO SENCILLO
		LAVADO CHASIS
		LAVADO MOTOR
		SERVICIOS ADICIONALES; MINIMARKET, CANCHAS DE FUTBOL, PARQUEADERO, DISCOTECA
PANCHO	CARRERA 10 13-01	LAVADO SENCILLO
		POLICHADO SENCILLO
LAVAUTOS LA DECIMA	CARRERA 10 14-07	LAVADO SENCILLO
		LIMPIEZA DE MOTOR
		POLICHADO SENCILLO
		LIMPIEZA DE TAPICERIA
PARQUEADERO Y LAVADERO SANTANDER	CALLE 12 10-04	LAVADO SENCILLO
		LAVADO CHASIS
		LAVADO MOTOR

Fuente: Los autores

14.4. Anexo No. 4. Diagnostico Contexto Municipal



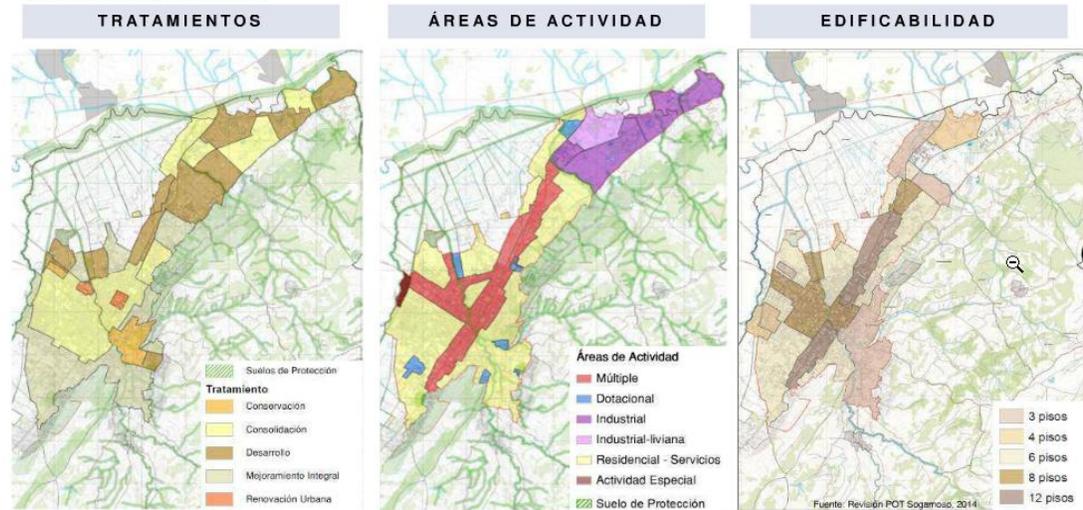
Documento técnico de Soporte del POT

Universidad Nacional de Colombia – Facultad de Artes – Sede Bogotá

Fuente: <http://sogamoso.org>

14.5. Anexo No. 5. Norma Urbana

NORMA URBANA



Fuente: UPTC

14.6. Anexo No. 6 Establecimientos de revisión técnico mecánica en Sogamoso

ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO
Centro de Diagnóstico automotriz Sugamuxi S.A.	Tr. 7 6A-69 vía al llano	098-7728810
Centro de Diagnóstico automotriz Sogamoso LTDA	Cr. 26 11Bis-17	098-7722998
Centro de Diagnóstico automotriz Suamox LTDA	Cr 15 10-02	098-7725583

Fuente: Cámara de comercio Sogamoso

14.7. Anexo No. 7 Concesionarios autos nuevos Sogamoso

ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO
DISAUTOS (CHEVROLET)	Cra. 11 29-45	098-7727117
FERAUTOS LTDA (RENAULT)	Calle 11 14-10	098-7728888
FERAUTOS LTDA (RENAULT)	Cra. 11 29B-22	098-7728888
KIA	Cra. 11 28-55	098-7750286

Fuente: Cámara de comercio Sogamoso

14.8. Anexo No. 8. Decreto No. 144 para tomar medidas relacionadas con la racionalización del uso del agua

		MUNICIPIO DE SOGAMOSO	
		MACROPROCESO: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACION PROCESO: GESTION COMUNICACIÓN PÚBLICA	
NIT: 901 855 116 1		SGC	
CÓDIGO: EGC-01-01-F-02	DECRETO	FECHA 2010/12	VERSION: 1

No. 144
(1 de Julio de 2014)

POR MEDIO DEL CUAL SE TOMAN MEDIDAS TENDIENTES A RACIONALIZAR EL USO DEL AGUA EN EL MUNICIPIO DE SOGAMOSO

El Alcalde Municipal de Sogamoso, Sogamoso en uso de sus atribuciones legales, y en particular de las que le confieren la Constitución Política de Colombia, en los artículos 58, 79 y 333 de la Carta Política de 1991, Ley 99 de 1.993, ley 1233 del 2.009 y la Resolución 1263 del 12 de junio del 2014 y,

CONSIDERANDO:

Que el Alcalde es la primera autoridad ambiental y de policía del Municipio de Sogamoso, y por ello tiene el deber de dictar las medidas que sean necesarias para prevenir y garantizar el manejo y uso de los recursos naturales y en especial el recurso hídrico.

Que debido al fenómeno del niño, el Municipio y la zona del lago de Tota atraviesa por un intenso verano, motivo por el cual las fuentes de captación de agua que surten el Acueducto del Municipio de Sogamoso, han disminuido ostensiblemente su caudal.

Que es necesario promover y ejecutar acciones conducentes a lograr el uso eficiente y racional de este recurso administrado por la Compañía de Servicios Públicos de Sogamoso, E.S.P. buscando la conservación de la capacidad de abastecimiento para toda la ciudad.

Que es deber de las autoridades municipales ejercer funciones de control y vigilancia del medio ambiente y los recursos naturales, en aras de garantizarla eficiente prestación del servicio público de Acueducto.

DECRETA:

ARTICULO PRIMERO: Se prohíbe el riego de jardines, lavado de vehículos en las calles o antejardines, lavado de fachadas y pisos exteriores de residencias y establecimientos comerciales, y en general el desperdicio de agua que suministra COSERVICIOS S.A. E.S.P en el municipio de Sogamoso.

SOGAMOSO CIUDAD COMPETITIVA

Plaza Seis de Septiembre edificio administrativo. PBX. 7 702040-41Ex 218 Fax: Ext. 224
www.sogamoso-boyaca.gov.co - desarrollo@sogamoso-boyaca.gov.co
"SUAMOX, Ciudad del Sol"



MUNICIPIO DE SOGAMOSO
 MACROPROCESO: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN
 PROCESO: GESTIÓN COMUNICACIÓN PÚBLICA



NIT: 891 855 130-1

CÓDIGO EGC-01-01-F-02	DECRETO	FECHA 2010/12	VERSIÓN 1
--------------------------	---------	------------------	-----------

ARTICULO SEGUNDO: Prohibir a los propietarios de los lavaderos de autos, ubicados en la jurisdicción del Municipio de Sogamoso, el lavado de vehículos con agua suministrada por COSERVICIOS S.A. E.S.P. del Acueducto en el Municipio de Sogamoso, por lo tanto en el desarrollo de tal actividad deberá extraer el agua mediante pozos profundos o alibes, previa autorización de las autoridades ambientales competentes, si hay lugar a ello.

ARTICULO TERCERO: La infracción al presente Decreto será sancionada a través de la Secretaría de Gobierno y participación Comunitaria Municipal, con una multa hasta de Diez (10) S.M.D.L.V, previo agotamiento del debido proceso.

ARTICULO CUARTO: Las autoridades de la Policía se facultan para realizar control y vigilancia a lo establecido en el presente Decreto

ARTICULO QUINTO: El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLIQUESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE.

Dado en Sogamoso, a primero de Julio del año Dos mil Catorce (2014)


MIGUEL ANGEL GARCIA PEREZ
 Alcalde de Sogamoso

Proyecto: Revisión
 Revisó: Marcela N. J.

SOGAMOSO CIUDAD COMPETITIVA
 Plaza Seis de Septiembre edificio administrativo. PBX. 7 702040-41 Ext 218 Fax: Ext. 224
www.sogamoso-boyaca.gov.co - desarrollo @sogamoso-boyaca.gov.co
 "SUAMOX, Ciudad del Sol"

Fuente: Municipio de Sogamoso

14.9. Anexo No. 9. Imágenes del C.E.A. SAMY SPA en el Centro Comercial Iwoka



