

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO  
EMPRESARIAL

AUTOREPUESTSOS BONANZA

2025

## CONTENIDO

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

## *a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:*

AQUÍ SE COLOCA TODA LA INFORMACION DE VISIÓN, MISIÓN, OBJETIVOS DE LA EMPRESA, DESCRIBIR EL MERCADO QUE ATIENDE, EL PERFIL DE LOS CLIENTES..

**VISION;** Ser la empresa líder en la comercialización de repuestos automotrices en el mercado nacional, reconocida por su calidad, confiabilidad y servicio al cliente, contribuyendo al mantenimiento eficiente y seguro de los vehículos de nuestros clientes.

**MISION:** Brindar soluciones efectivas en repuestos automotrices, ofreciendo productos de alta calidad a precios competitivos, con un servicio ágil, profesional y comprometido con la satisfacción del cliente.

### **OBJETIVOS DE LA EMPRESA:**

- \* Ampliar el portafolio de productos con marcas reconocidas y garantizadas.
- \* Fidelizar a los clientes mediante atención personalizada y seguimiento posventa.
- \* Mejorar continuamente los procesos logísticos y de distribución.
- \* Aumentar la presencia de la empresa en nuevos sectores del país.
- \* Implementar canales digitales para facilitar la compra y consulta de productos.

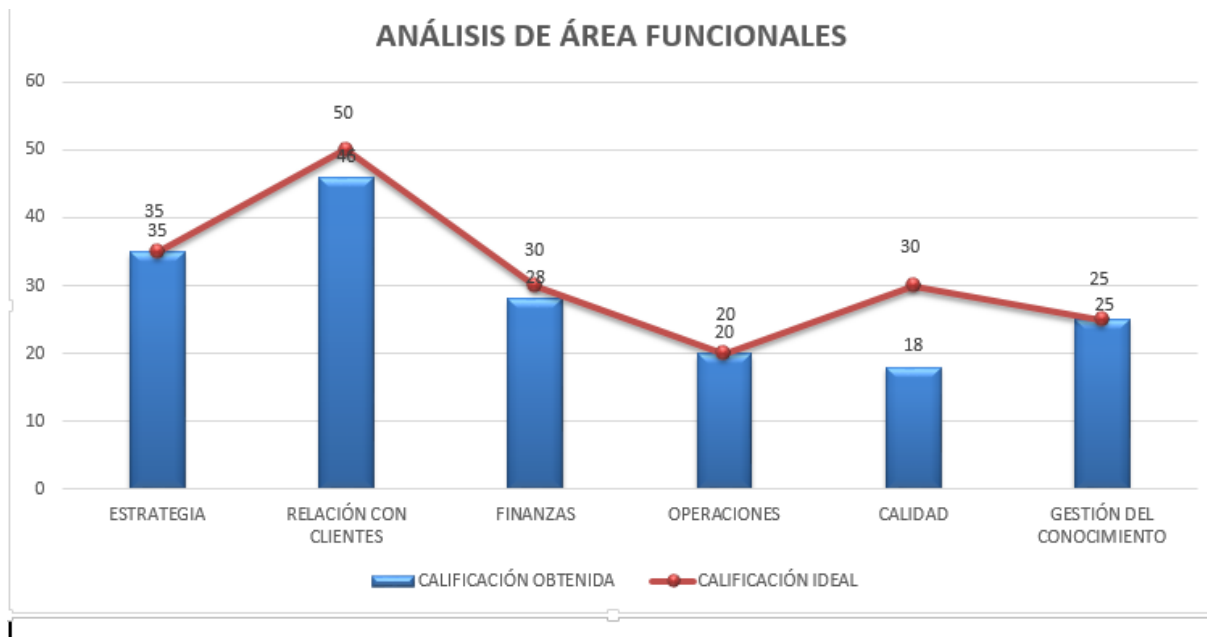
### **MERCADO QUE ATIENDE:**

Autoparte Bonanza atiende al mercado automotriz, específicamente a propietarios de vehículos particulares, talleres mecánicos, transportistas y flotillas empresariales. La empresa se enfoca en ofrecer repuestos para vehículos livianos, medianos y pesados de marcas nacionales e internacionales.

### **PERFIL DE LOS CLIENTES:**

- Talleres mecánicos
- Conductores Particulares
- Empresas con flotas vehiculares
- Revendedores o distribuidores menores que compran al por mayor.
- Clientes digitales

b) Evaluación de Áreas Funcionales:



| <i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>             |                       |                    |            |
|--|-----------------------|--------------------|------------|
| <b>Nombre de la empresa: AUTOREPUESTOS BONANZA</b> |                       |                    |            |
| ÁREA FUNCIONAL                                     | CALIFICACIÓN OBTENIDA | CALIFICACIÓN IDEAL | DIFERENCIA |
| ESTRATEGIA   | 35                    | <u>35</u>          | 0          |
| RELACIÓN CON CLIENTES                              | 46                    | 50                 | 4          |
| FINANZAS   | 28                    | 30                 | 2          |
| OPERACIONES  | 20                    | 20                 | 0          |
| CALIDAD  | 18                    | 30                 | 12         |
| GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO                           | 25                    | 25                 | 0          |

*c) Clima de Trabajo:*

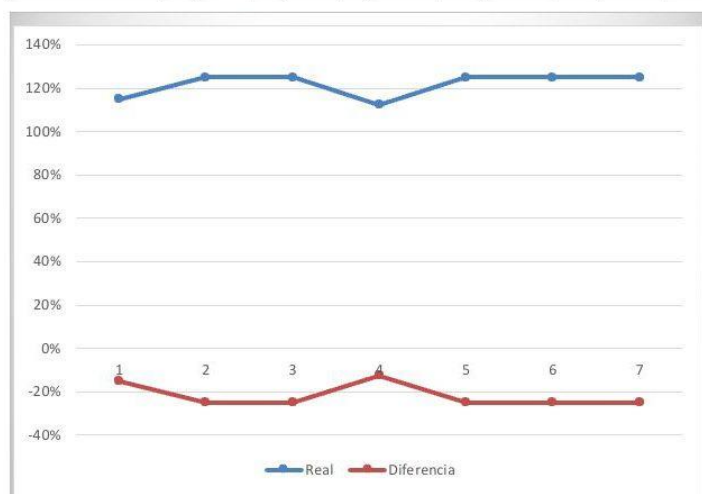
PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

| CATEGORÍAS   |    | Puntuaciones |        | ESC | Puntaje |
|--------------|----|--------------|--------|-----|---------|
|              |    | Sumatoria    | Máxima |     |         |
| Implicación  | IM | 23           | 20     | IM  | 115%    |
| Apoyo        | AP | 20           | 16     | AP  | 125%    |
| Autonomía    | AU | 15           | 12     | AU  | 125%    |
| Organización | OR | 9            | 8      | OR  | 113%    |
| Claridad     | CL | 15           | 12     | CL  | 125%    |
| Control      | CN | 10           | 8      | CN  | 125%    |
| Comodidad    | CF | 15           | 12     | CF  | 125%    |



REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

| CATEGORÍAS   |    | PUNTUACIONES |      |      |            |      |
|--------------|----|--------------|------|------|------------|------|
|              |    | Ideal        | Real | %    | Diferencia | %    |
| Implicación  | IM | 100%         | 115% | 115% | -15%       | -15% |
| Apoyo        | AP | 100%         | 125% | 125% | -25%       | -25% |
| Autonomía    | AU | 100%         | 125% | 125% | -25%       | -25% |
| Organización | OR | 100%         | 113% | 113% | -13%       | -13% |
| Claridad     | CL | 100%         | 125% | 125% | -25%       | -25% |
| Control      | CN | 100%         | 125% | 125% | -25%       | -25% |
| Comodidad    | CF | 100%         | 125% | 125% | -25%       | -25% |



| Que encontramos |  |
|-----------------|--|
| Implicación     | Según la tabla de resultados el clima laboral se encuentra de manera correcta más sin embargo se aprecia que el trabajador número cuatro cree que se puede mejorar un poco el tema de la implicación y el trabajador número 5 tiene un pequeño problema de organización en pocas ocasiones por el tiempo |
| Apoyo           |  |
| Autonomía       |  |
| Organización    |  |
| Claridad        |  |
| Control         |  |
| Comodidad       |  |

d) Liderazgo:

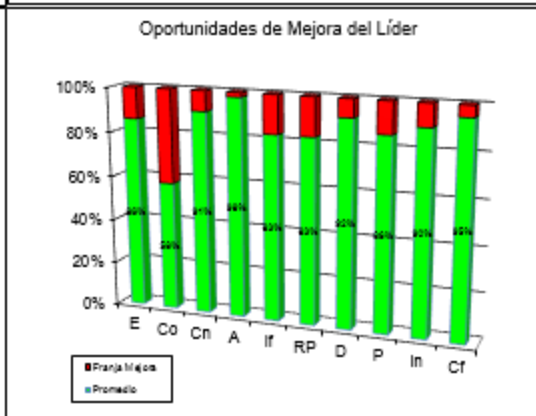
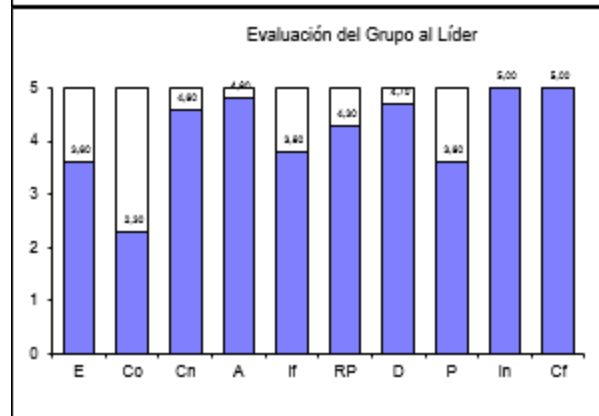
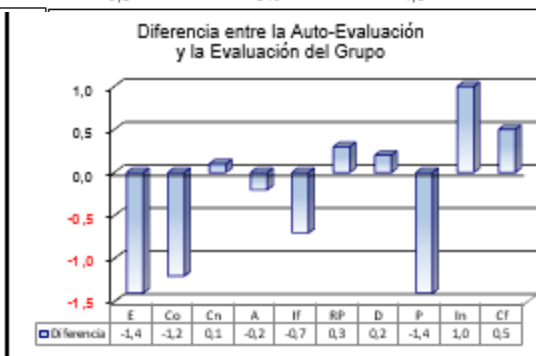
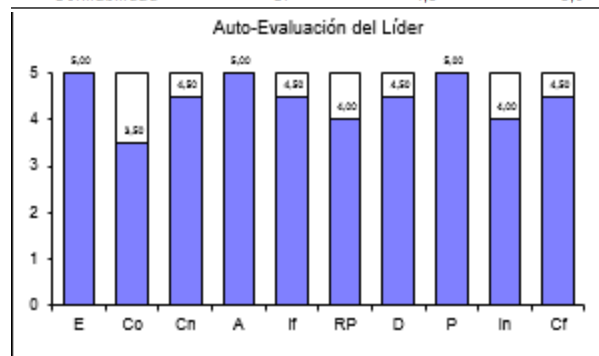
2H. Liderazgo

Resultados de las calificaciones

Nombre Empresa: \_\_\_\_\_

Nombre Líder: \_\_\_\_\_

| Variable              | Abreviatura | Líder | Grupo | Diferencia | Franja Mejora | Promedio | Porcentaje |
|-----------------------|-------------|-------|-------|------------|---------------|----------|------------|
| Estrategia            | E           | 5,0   | 3,6   | -1,4       | 14%           | 4,3      | 86%        |
| Comunicación          | Co          | 3,5   | 2,3   | -1,2       | 42%           | 2,9      | 58%        |
| Conocimiento          | Cn          | 4,5   | 4,6   | 0,1        | 9%            | 4,6      | 91%        |
| Aprendizaje           | A           | 5,0   | 4,8   | -0,2       | 2%            | 4,9      | 98%        |
| Influencia            | If          | 4,5   | 3,8   | -0,7       | 17%           | 4,2      | 83%        |
| Relaciones Personales | RP          | 4,0   | 4,3   | 0,3        | 17%           | 4,2      | 83%        |
| Delegación            | D           | 4,5   | 4,7   | 0,2        | 8%            | 4,6      | 92%        |
| Prioridades           | P           | 5,0   | 3,6   | -1,4       | 14%           | 4,3      | 86%        |
| Integridad            | In          | 4,0   | 5,0   | 1,0        | 10%           | 4,5      | 90%        |
| Confiabilidad         | Cf          | 4,5   | 5,0   | 0,5        | 5%            | 4,8      | 95%        |



Qué encontramos:

|                       |
|-----------------------|
| Estrategia            |
| Comunicación          |
| Conocimiento          |
| Aprendizaje           |
| Influencia            |
| Relaciones Personales |
| Delegación            |
| Prioridades           |
| Integridad            |
| Confiabilidad         |

En este espacio el Consultor deberá priorizar dos variables que al mejorar en su calificación tendrán el mayor impacto en la relación de liderazgo con los trabajadores. Para cada una de las categorías priorizadas deberá escribir las causas de la baja calificación obtenida, las razones por las cuales deben ser priorizadas y explicar los efectos positivos que se espera sean generados. Las mejoras en las demás categorías podrán ser tenidas en cuenta en el Plan de Talento Humano como parte de las actividades de mediano plazo.

## Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

| Compañía:  |   | Diseñado por:   |  | Fecha:  |
|--|---|---|--|---|
| <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>SEGMENTO DE CUENTES</b></p> <p>Los clientes que estan segmentados son propietarios de carros particulares ubicados en la ciudad de cali con un rango de edad dentro de los 20 a 50 años de edad que sea de cualquier tipo de sexo o extracto, al igual que también trabaje en talleres mecánicos y técnicos en busca de repuestos confiables para reparar o mantener vehiculos en el mejor estado de calidad.</p>   | <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE</b></p> <p style="text-align: center;">Atención, asesoría al cliente, ventas de distintos canales de forma física y digital por redes sociales, gestión de inventario, coordinar las entregas y pedidos, facturación,</p>   | <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Sentimos que nuestros clientes son la clave del desempeño de la empresa por brindar el conocimiento mediante las ventas permite saber lo que realmente quieren y necesitan. Manteniendos en un status gracias a la calidad del producto, brindando repuestos automotrices para carros, con garantía, asesoría y precios accesibles para la conveniencia tanto de la empresa como de los clientes</p> | <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b></p> <p>Nuestra relación con los clientes se busca ser lo mas satisfactoria posible buscando el beneficio de todas las personas relacionadas a la organización dando la importancia que el cliente necesita ya que gracias a ellos la empresa logra funcionar la intension es ser un vinculo fuerte de confianza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría o asistencia personal</li> <li>• Respaldo y confianza</li> <li>• Fidelización de clientes.</li> <li>• Autoservicio (Self-care)</li> <li>• Comunicación directa y constante !!</li> </ul> | <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>ALIANZAS CLAVES</b></p> <p>Tenemos convenios con proveedores mayoristas, talleres aliados, empresas de envío y plataformas digitales que nos ayudan a mejorar el servicio.</p> |
| <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Recursos Clave: El local esta ubicado en la ciudad de Santiago de Cali, permitiendo exhibir productos y captar tránsito peatonal contando con una bodega bien organizada por categorías de repuestos. La empresa mantiene solidez económica gracias a reinversiones de utilidades contando con equipo humano técnico y profesional que brinda asesoría personalizada de la mano de una atención eficaz tanto en tienda como por canales digitales. Disponiendo de capacidades financieras, competitivas, técnicas, tecnológicas y de gestión que garantizan servicio de calidad generando confianza en el cliente por la calidad del producto</p> | <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>CANALES</b></p> <p>Los canales estrategicos que se manejan es por tiendas física, WhatsApp, redes sociales como instagram/Facebook, página web y plataformas digitales para ofrecer ventas como entregas siempre con el fin en el cual el cliente se sienta con mas comodidad y facilidad.</p> |   |  |   |
| <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Local, compra de repuestos, pago de sueldos, envíos, publicidad digital, tecnología, mantenimiento</p>  |   | <p style="text-align: center; background-color: yellow; margin: 0;"><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <p>La empresa recibe ingresos del 100% por la venta de los productos como lo son repuestos para vehiculos. El rendimiento en la venta de los productos es clave para los ingresos</p>  |  |   |

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:

Fecha: 21-07-2025

Firma del Consultor :

*Yuli Martínez*

**JHOAN CASTILLO**

*Jhoan castillo*

**DIANA SEVILLANO**

*Diana sevillano*