

CAPITULO III AUDI, HISTORIA DE LA EMPRESA

Este capítulo se desarrollo en base a la información, propiedad de Audi de México y Audi Center Puebla, la cuál fue proporcionada para la realización de este estudio.

3.1 Historia de Audi

La historia de Audi está estrechamente ligada al nombre de August Horch, quien ya a principios de siglo era un destacado exponente de automóviles de máxima categoría. Horch introdujo la fundición de aluminio en la fabricación de motores y cambios, y fabricó uno de los primeros automóviles con propulsión trasera a través del árbol cardan, en una época en la que aun prevalecía la transmisión por cadena. La empresa Horch, como parte importante del árbol genealógico de Audi, creo soluciones que marcaron la pauta en su tiempo.

En 1932, cuatro compañías automovilísticas se unieron para formar Auto Unión AG, una compañía que conjunto todos los adelantos tecnológicos de estas empresas, las cuales hicieron grandes aportaciones a la industria automovilística en su tiempo.

Esta es su historia:

WANDERER

Fundada en 1887 por Johann Baptist y Richard Jaenicke. Compañía que en sus inicios produjo las primeras motocicletas con motor de 1.5HP. Después de la Primera Guerra Mundial fabricó autos que se hicieron muy populares por su diseño.

HORCH

Establecida en 1899 en Colonia por August Horch, quien inició la fabricación de autos de seis y ocho cilindros, que tuvieron gran demanda entre los personajes prominentes de su tiempo.

Horch se convirtió en sinónimo de máxima categoría en la clase superior de automóviles, influyendo fuertemente en el desarrollo automovilístico en Alemania durante la primera mitad de este siglo.

AUDI

Debido a su pasión por los autos deportivos, August Horch tuvo problemas con los socios de la compañía.

En 1910 decide iniciar una nueva empresa, en la ciudad de Zwickau, a la cual bautizó con el nombre de “August Horch Automobilewerke GmbH”, pero debido a que

la compañía anterior ostentaba también el nombre de Horch, fue obligado por la corte a cambiar de razón social.

De aquí nació el nombre “Audi”, que es la traducción al latín de Horch, que significa escuchar en alemán.

DKW

Fundada en 1916 por Jörgen Skafte Rasmussen, en sus inicios producía y vendía maquinaria y productos metálicos. Al final de la Primera Guerra Mundial se inició el desarrollo de autos que funcionaban a base de vapor, de lo que viene el nombre DKW (Dampfkraftwagen). Posteriormente fabricó un motor pequeño de dos tiempos. DKW, con el F1, produjo el primer auto de serie con tracción delantera.

En 1932, a raíz de la gran depresión mundial, las cuatro empresas se fusionan formando el grupo Auto Unión AG y en vista de la próxima realización de los Juegos Olímpicos en Berlín, adoptan como logotipo los cuatro aros enlazando simbolizando la unión de las cuatro empresas.

En 1958, Auto Unión, ocupando un papel preponderante en el aspecto tecnológico y convertido en “Auto Unión GmbH”, se integra a la empresa Mercedes Benz, trabajando juntos hasta 1964, año en que Auto Unión pasa a formar parte del consorcio Volkswagen.

Más tarde, en 1969, se incorpora NSU, fundada en 1873 por Christian Schmidt y Heinrich Stoll, quienes en sus inicios se establecieron en Riedelingen, y produjeron un nuevo tipo de maquinas tejedoras. Posteriormente, tuvieron gran éxito con la producción de bicicletas y motocicletas, fabricando sus propios automóviles a partir de 1905.

Con el nombre de “Audi NSU Auto Unión AG”, en 1969 la empresa contaba ya con once modelos diferentes, con potencias que iban desde treinta hasta ciento quince caballos de fuerza.

Finalmente, en 1985 nace AUDI AG, siendo parte del consorcio Volkswagen, el cual esta compuesto por las marcas Audi, Lamborghini, Skoda, SEAT, Rolls Royce, Bentley, Bugatti y Volkswagen.

3.2 Inversión en México

Audi inició sus operaciones oficialmente en el mercado mexicano en 1997 y en tan sólo cinco años ha conseguido posicionarse en el segundo lugar de ventas del segmento Premium en México. En su primer año de ventas Audi colocó 195 unidades a través de sus concesionarias en el Distrito Federal, Guadalajara y Puebla. En 1998 Audi inauguró nuevas concesionarias en Monterrey, León, Mérida y Cancún lo cual significó una crecimiento del 533% en sus ventas, para ese mismo año Audi introdujo el Audi A3 y el Audi TT Coupé que se sumaron a los ya exitosos Audi A4, Audi A6, Audi Cabriolet y Audi A8.

La gama de modelos Audi continuó creciendo y en el año 2000 la gama de los modelos “S” y el Audi TT Roadster se convirtieron en estandartes del espíritu deportivo de la marca a los cuales se unió en junio del mismo año, la poderosa Audi RS4, una vagoneta de altas prestaciones de la que sólo se trajeron 20 unidades a México, siendo éste el único país en América del norte en brindar este modelo a sus clientes.

En noviembre de 2001 y ante una creciente expectativa, llega a México el nuevo Audi A4 como uno de los modelos de mayor éxito de la marca, su renovado diseño y su alta tecnología lo hicieron merecedor de varios reconocimientos alrededor del mundo y en México, donde la revista especializada Motor y Volante lo designó como “Mejor Auto del 2002”.

Hoy día, Audi cuenta con 18 Audi Center en todo el país, cinco de los cuales se ubican en la zona metropolitana de la Ciudad de México. La red de concesionarios Audi seguirá creciendo y próximamente se inaugurarán nuevas plazas que atenderán a quienes deseen unirse a la experiencia única de conducir un Audi.

Audi de México sabe que el compromiso de ser una marca líder va más allá de un lema publicitario, el “Liderazgo por Tecnología” es sobre todo la esencia y filosofía de la marca. Ser líder, humano, apasionado y visionario son los valores que distinguen la personalidad de esta marca.

Al igual muestra ser una marca que tiene diferenciadores como son: Romper con lo convencional, Exceder las expectativas, Carismática, Provocativa y Enfocada al

cliente. Audi tiene Valores Premium que son el Diseño, Calidad, Confort, Seguridad y Medio Ambiente.

Para las marcas la imagen que representan ante el mercado es de suma importancia, dicha imagen se forma por varios elementos que van desde el valor que representa conducir un automóvil de dicha marca, la imagen y el servicio que prestan las agencias que venden los automóviles, el respaldo que existe desde el momento de la compra y durante la vida útil del vehículo.

Por todas estas razones, Audi es una marca la cual se preocupa muchísimo por la imagen que presenta ante el mercado al cual se enfoca, debido a que este sector se encuentra muy competido.

3.3 Estándares de Calidad para la Corporación Audi

Audi se enfoca mucho al cuidado y al orden de las concesionarias, ya que, estas son la tarjeta de presentación de la marca para con los clientes, por todo esto, Audi de México crea y establece lineamientos a seguir los cuales van desde la forma en la que se debe establecer la agencia, organigramas, departamentos que deben de existir, forma de atender a los clientes, facilidades dentro de la concesionaria, hasta los perfiles, procedimientos y programas de capacitación de los empleados que van a laborar en la misma. Todo lo anterior sirve para captar atención de los posibles compradores y así hacer que estos se conviertan en clientes.

Actualmente la calidad con la cual se ofrecen los servicios, tanto en el departamento de Venta como en el departamento de Post-Venta, dentro de las agencias automotrices, se ha convertido en un fuerte punto de competencia entre las marcas. Por esto, Audi de México busca establecer una imagen consistente de servicio confiable y de calidad a nivel nacional, para así poder obtener esa credibilidad y confianza del capital maspreciado de la marca, el cliente y esto a su vez ejerce una gran influencia de la permanencia de la marca en el mercado automotriz.

3.3.1 Objetivos del Departamento de Post-Venta

Audi de México plantea para el departamento de Post-Venta tres objetivos básicos a los cuales se tendrá que enfocar:

- Mantener los autos de los clientes en óptimas condiciones.
- Contribuir a la recompra de vehículos.
- Contribuir a la sana operación de la concesionaria como importante fuente de ingresos.

Esto es, que el nivel de satisfacción del cliente desde que adquiere un auto, lo usa y el servicio de mantenimiento que recibe, son los factores que determinan la lealtad del cliente hacia la marca.

3.3.2 Programas de Calidad en el Servicio

Dentro de Audi existe un programa de calidad en el servicio el cual, ha sido creado para mejorar la apariencia en general de la red de concesionarios, este programa se recomienda realizarlo en forma mensual y el objetivo de este programa es que sea útil para la implementación de mejoras apropiadas para las concesionarias.

A continuación se presenta uno de los programas utilizados por Audi de México para la evaluación de las agencias tanto en la calidad de las reparaciones como la calidad con la que se ofrece el servicio de los clientes es el llamado *Programa del Dr. Fantasma*.

Introducción

La verificación consiste en dos bloques:

1. **Técnica:** Calidad del trabajo y acierto de las reparaciones.
2. **Desarrollo de la Orden de Reparación:** Impresión general, calidad del asesoramiento en el servicio, y precios accesibles.

Beneficios

El Programa Dr. Fantasma permite conocer cuáles son nuestras áreas de oportunidad respecto a la calidad del servicio post venta, además de llevar a cabo planes de acciones correctivas con los cuales se iniciará un proceso de mejora continua.

Desde el momento en que iniciamos un proceso de mejora continua, estamos en camino para alcanzar el 100% de confiabilidad para nuestros clientes y esa es la única manera de lograr su satisfacción, además contaremos con:

- Un proceso sistematizado de mejora continua
- Una cultura de mejora continua

Una mejora en:

- Procesos y/o servicios
- Imagen
- Incremento en la calidad de las reparaciones
- Incremento de la confianza que nos depositan nuestros clientes
- Incremento en la entrada de autos al taller

Descripción del proceso

El Programa Dr. Fantasma inicia cuando el “Cliente Fantasma” llama a la Concesionaria para hacer una cita para que le realicen a su auto un Servicio de Inspección.

Antes de llevar el auto a la Concesionaria, se le provocarán 10 fallas, que no pondrán en riesgo la seguridad del Cliente ni del vehículo, además de quedar documentadas para su posterior evaluación.

En la Concesionaria, el Cliente es atendido por un Asesor de Servicio, quien recaba sus datos y establece una cita, de acuerdo a las necesidades del Cliente. Por otra parte realiza los preparativos correspondientes, tales como el apartado de la capacidad del taller, refacciones, especialistas, herramientas especiales, documentación, etc.

El día de la cita, el Concesionario esperará la llegada del Cliente y hará la recepción de su vehículo, levantando su respectiva Orden de Reparación. Posterior a esto, el Concesionario hará un presupuesto al Cliente para que conozca el importe aproximado que deberá pagar por el servicio y le informará la hora y fecha de promesa de entrega del auto.

El Cliente se despide y regresa hasta la hora promesa.

CAPITULO III AUDI, HISTORIA DE LA EMPRESA

Cuando llega el momento de dar servicio al auto, de acuerdo a la programación del día, el Mecánico ejecuta la Orden de Reparación. En este caso, será un servicio de inspección, cuyas actividades están claramente especificadas en el formato “Servicio de Inspección (ISO 9002)”, correspondiente al tipo, modelo y kilometraje del auto.

En caso de que el Mecánico localice una avería adicional que presente el auto, se le informará al Asesor de Servicio, quien a su vez se comunicará con el Cliente para hacérselo de su conocimiento y solicitarle autorización para realizar los trabajos adicionales. Los trabajos adicionales se deberán ejecutar sólo en caso de que el Cliente lo haya autorizado. El Asesor de Servicio deberá documentar en la orden de reparación la decisión del Cliente, es decir, si aceptó o no los trabajos adicionales. En el caso de que el cliente acepte dichos trabajos, el Asesor de Servicio deberá anotar en la orden de reparación una nueva hora/fecha de entrega del auto y se la hará de su conocimiento al cliente.

Antes de que llegue la hora de entrega, el Asesor de Servicio deberá asegurarse de que el auto esté listo para ser entregado a la hora establecida con el Cliente con todos los trabajos definidos en la Orden de Reparación y los trabajos adicionales (sólo en caso de que el Cliente los haya aceptado y que el Asesor de Servicio los haya documentado adecuadamente).

También deberá asegurarse de que la factura esté lista, la documentación de los trabajos que requerirá el auto en un futuro, etc., a manera de que cuando llegue el Cliente, todo esté listo para entregarle su auto.

CAPITULO III AUDI, HISTORIA DE LA EMPRESA

Cuando el Cliente llega a la concesionaria, según la hora prometida de entrega, éste se dirigirá a su Asesor de Servicio, quien le informará los detalles de los trabajos que se le hicieron a su auto durante el servicio de inspección. Posteriormente, el Asesor de Servicio llevará al Cliente a la Caja para entregarle su factura y explicarle los cargos realizados. En caso de que el Cliente tenga alguna duda con los cargos en la factura, el Asesor de Servicio los irá explicando.

Una vez explicados los cargos en la factura, el Cliente se dispondrá a efectuar el pago generado por el servicio solicitado previamente. Posterior al pago de la factura, el evaluador entregará una carta al concesionario para hacerle de su conocimiento que se está realizando la prueba de Dr. Fantasma y que deberá rembolsar en un 100% e inmediatamente al cliente el monto que éste último pagó.

A partir de este momento, el Dr. Fantasma hará la Evaluación Técnica y de Atención a Clientes, durante su experiencia con la Concesionaria.

Se verificará que se hayan realizado correctamente:

- a) Atención al momento de solicitar la cita.
- b) Recepción del auto.
- c) Levantamiento de la Orden de Reparación, que deberá coincidir con lo que el Cliente pidió originalmente y deberán estar documentados los trabajos adicionales.
- d) Verificación del correcto llenado y ejecución de las tareas descritas en el formato “Servicio de Inspección (ISO 9002)”, en presencia del Gte. de Servicio, Jefe de Taller, Asesor de Servicio y Mecánico que efectuó el servicio y/o reparaciones adicionales al auto.

- e) Identificación y corrección de las fallas provocadas en el auto.
- f) Explicación de los cargos en la factura.

Los incisos d) y e), se llevarán a cabo en presencia del Gte. de Servicio, Jefe de Taller, Asesor de Servicio y Mecánico que efectuó el servicio y/o reparaciones adicionales al auto

La prueba se dará por terminada en el momento en el que el Dr. Fantasma concluye su evaluación y el Concesionario entrega el auto con el Servicio de Inspección correctamente ejecutado, y las 10 fallas provocadas inicialmente, corregidas.

Lineamientos

1 Generales

1.1 Provocadas a realizarse en el Auto Fantasma y los costos de operación de la Las evaluaciones serán efectuadas por el proveedor TÜV América de México y se coordinarán a través del Depto. de Operaciones de Servicio.

1.2 Las Concesionarias participantes en el programa serán evaluadas por lo menos, una vez al año.

1.3 El Concesionario cubrirá el costo total del servicio de inspección y corrección de fallas prueba.

2 Fallas en el Auto Fantasma

2.1 El Auto Fantasma llevará 10 fallas hechas para su evaluación, las cuales excluyen puntos de seguridad, ya que pueden poner en riesgo a nuestros clientes. El proveedor registrará dichas fallas en el formato “Ficha Técnica”.

3 Resultado de Dr. Fantasma

3.1 El proveedor verificará que las fallas que provocó previamente, hayan sido identificadas y corregidas, posteriormente registrará el resultado en el formato “Reporte de Prueba Dr. Fantasma 2002”.

3.2 El proveedor incluirá, dentro de su evaluación de Dr. Fantasma, la calidad de servicio al cliente que le brindaron en la Concesionaria, y la registrará en el formato “Desarrollo del Dr. Fantasma”.

3.3 El proveedor verificará que el Concesionario haya realizado las actividades correspondientes al servicio de inspección que solicitó, y que están descritas claramente en el formato “Servicio de Inspección (ISO 9002)”.

Las actividades pueden variar, dependiendo del tipo y modelo del Auto Fantasma, dichas actividades están descritas en los formatos “Servicio de Inspección (ISO 9002)”, correspondientes.

3.4 Durante el desarrollo de la evaluación de la prueba, el proveedor irá verificando que el Mecánico haya corregido las fallas provocadas al auto previamente.

3.5 Una vez terminada la prueba, el proveedor enviará el resultado de la evaluación al Departamento de Operaciones de Servicio y una semana después, como máximo, se le entregará a la Concesionaria. La información de la evaluación se recopilará en el formato “Reporte de Prueba Dr. Fantasma 2002”.

El Concesionario deberá enviar las acciones correctivas de la evaluación al Departamento de Operaciones de Servicio, a más tardar una semana después de que haya recibido el resultado de la evaluación. Éstas acciones correctivas deberán recopilarse en el formato “Reporte de Prueba Dr. Fantasma 2002”, mismo que le entregará el evaluador al Concesionario.

De acuerdo a los resultados de las evaluaciones, se establecerán los planes de trabajo enfocados a resolver los aspectos que no hayan sido evaluados satisfactoriamente, lo que buscan este tipo de programas es que exista una mejora continua en todos los aspectos de las agencias.

3.4 Audi Center Puebla

Este estudio se enfoca al análisis del departamento de Post-Venta de Audi Center Puebla, para esto es necesario conocer toda la información necesaria de esta concesionaria.

CAPITULO III AUDI, HISTORIA DE LA EMPRESA

Audi Center Puebla (ACP) inició sus operaciones en el año de 1997 y se encuentra ubicada en la 39 poniente # 3301. Colonia Las Animas. Esta agencia fué construida y se encuentra laborando conforme a lo establecido por Audi de México.

La Visión, Misión y Valores de esta concesionaria son:

- **Visión**

Ser una concesionaria líder y ejemplo dentro de la competencia, al satisfacer egos de gente altamente especial.

- **Misión**

Ser una empresa diferente que realmente valora a sus clientes al brindarles un servicio y atención que exceda siempre sus expectativas.

- **Valores**

- Excelencia
- Compromiso
- Lealtad
- Efectividad
- Sensibilidad
- Honradez
- Innovación

El consorcio AUDI, así como todas las empresas que lo conforman han sido certificadas o están en proceso de serlo como parte de su estrategia de competitividad global, es por esto que actualmente ACP se encuentra en el proceso para la certificación del ISO 9002.

3.4.1 Estructura Organizacional.

A continuación se presentan los organigramas de Audi Center Puebla, los cuales fueron elaborados por la propia empresa.

El primer organigrama que se presenta es el de primera línea donde se encuentran todos los departamentos que la conforman.

En el segundo organigrama se muestra la situación del departamento de Post-Venta en el momento que se realizó el estudio. En este se puede observar los puestos que conforman dicho departamento, así como la relación que existe entre ellos.

Figura No. 1 Organigrama de Primera Línea

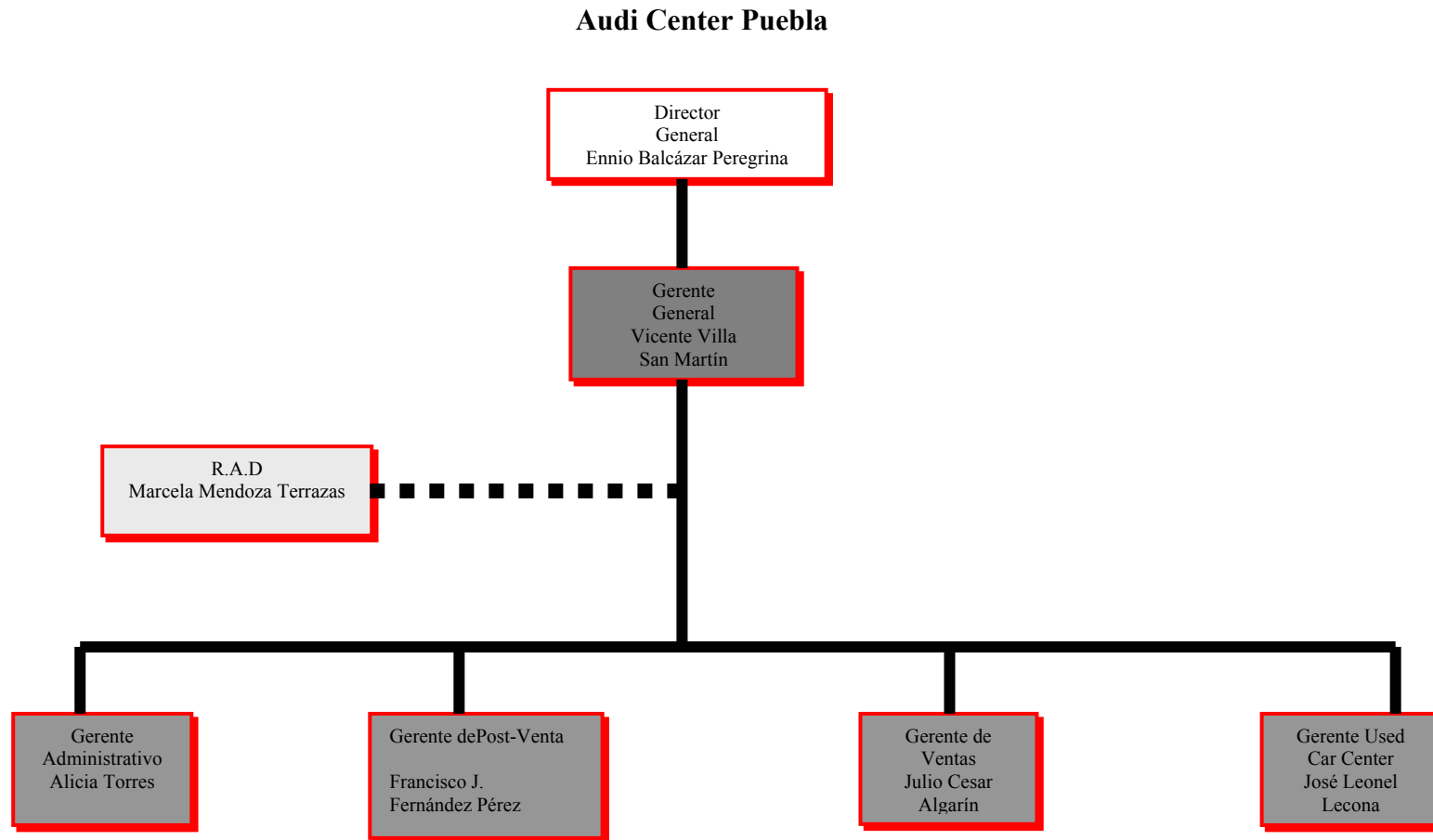


Figura No. 2 Organigrama Post-Venta

Audi Center Puebla

3.4.2 Portafolio de Servicios

Dentro del departamento de Post-Venta se realizan varios tipos de actividades o servicios donde cada una de las personas que laboran juega un papel importante para la entrega del servicio. Los servicios o procedimientos que se llevan a cabo dentro de este departamento son:

- Cliente
- Garantía
- Internas
- Seguros.
- Trabajos Otro Taller
- Citas

Para poder realizar todos estos trabajos y para el buen funcionamiento del departamento de Post-Venta, Audi de México tiene un programa de capacitación de Post-Venta, en el cual se encuentran todos los puestos y los cursos van desde la forma en la cual se debe atender a los clientes, hasta cursos con toda la información sobre el funcionamiento y reparación de todos los automóviles de la gama Audi.

CAPITULO III AUDI, HISTORIA DE LA EMPRESA

El programa de capacitación Post-Venta de Audi es el siguiente:

| PROGRAMA DE CAPACITACIÓN TÉCNICA (POST VENTA) | | | | | | | | | | | |
|--|---------|------|---------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|
| No. | CURSOS | DIAS | DESCRIPCIÓN | ESPECIALISTAS POSTVENTA | | | | | | | |
| | | | | G. POST | J. TALL | AGREG | GRAL | ELECT | ASESOR | GTIAS | REF |
| 1 | BT 315 | 4 | Básico Técnico Audi 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | |
| 2 | BT 315A | 4 | Básico Técnico Audi 2 | | 2 | 2 | 2 | 2 | | | |
| 3 | BT 375 | 4 | Básico Técnico Audi 3 | | 3 | 3 | 3 | 3 | | | |
| 4 | BT 316 | 5 | Tecnología Audi | 1 | | | | | 1 | 1 | 1 |
| 5 | AB 316 | 4 | Organización de Servicio | 2 | 30 | | | | | | |
| 6 | AB 317 | 4 | El Asesor de Servicio | | | | | | 2 | | |
| 7 | AB 325 | 5 | Motores Módulo 1 | | 6 | 10 | 6 | | | | |
| 8 | AB 326 | 5 | Mecánica 4 cil. turbo | | 25 | 11 | | | | | |
| 9 | AB 327 | 4 | Mecánica 6 cil. | | 27 | 12 | | | | | |
| 10 | AB 328 | 4 | Mecánica 8 cil. | | 28 | 13 | | | | | |
| 11 | AB 329 | 2 | Mecánica 6 cil. biturbo | | 29 | 14 | | | | | |
| 12 | AB 326A | 5 | Inyección 4 cil. Turbo | | 7 | | 7 | | | | |
| 13 | AB 327A | 4 | Inyección 6 cil. | | 8 | | 8 | | | | |
| 14 | AB 328A | 4 | Inyección 8 cil. | | 9 | | 9 | | | | |
| 15 | AB 329A | 2 | Inyección 6 cil. Biturbo | | 10 | | 10 | | | | |
| 16 | AB 335 | 5 | Transmision Estandar A | | 24 | 4 | | | | | |
| 17 | AB 335A | 5 | Transmision Estandar B | | 25 | 5 | | | | | |
| 18 | AB 336 | 4 | Transmisión Automática 01M | | 20 | 6 | | | | | |
| 19 | AB 337 | 4 | Transmisión 01V | | 21 | 7 | | | | | |
| 20 | AB 338 | 4 | Transmisión 09A | | 22 | 8 | | | | | |
| 21 | AB 339 | 2 | Transmisión 01J | | 23 | 9 | | | | | |
| 22 | AB 345 | 4 | Sistema de Frenos y Estabilidad | | 4 | | 4 | | | | |
| 23 | AB 346 | 6 | Suspensiones y Alineación | | 5 | | 5 | | | | |
| 24 | AB 355 | 3 | Bolsas de Aire | | 13 | | | 5 | | | |
| 25 | AB 365 | 5 | Aire A de A3 y TT | | 17 | | | 9 | | | |
| 26 | AB 366 | 3 | Aire A de A4 y A6 | | 18 | | | 10 | | | |
| 27 | AB 367 | 2 | Aire A de A8 | | 19 | | | 11 | | | |
| 28 | AB 375 | 4 | Electricidad A3 y TT | | 12 | | | 4 | | | |
| 29 | AB 376 | 5 | Electricidad A4 y A6 | | 14 | | | 6 | | | |
| 30 | AB 377 | 4 | Electricidad A8 (D2) | | 15 | | | 7 | | | |
| 30 | AB 378 | 4 | Electricidad A8 (D3) | | 16 | | | 8 | | | |
| 31 | AB 3G1 | 3 | Fundamentos de Garantías | | 31 | | | | 3 | | |
| 32 | AB 3G2 | 4 | Garantías Audi | 3 | | | | | | 2 | |
| 33 | AB 3G3 | 3 | Auditoría de Garantías | | | | | | | 3 | |
| 34 | AB 3R1 | 3 | Básico de Refacciones | 4 | 32 | | | | | | 2 |
| 35 | AB 3R2 | 3 | Manejo de Almacen | | | | | | | | 3 |
| 36 | EX 3 | | Actualizaciones | | | | | | | 4 | 4 |
| 37 | EX 3.5 | | Tecnología de Nuevos Modelos | | 11 | 15 | 11 | 12 | | | |
| 38 | EX 3.6 | | Tecnología de Nuevos modelos | 5 | 33 | | | | 4 | | |
| TOTAL CURSOS | | | | 5 | 33 | 15 | 11 | 12 | 4 | 4 | 4 |

G. POST= Gerente Post-Venta. ELECT= Sistemas Electricos.
 J. TALL= Jefe de Taller. ASESOR= Asesor de Servicio.
 AGREG= Especialista Agregados. GTIAS= Encargado de Garantias.
 GRAL= Especialis. Repara. Gral. REF= Encargado de Refacciones.

Todos los empleados al tener esta capacitación, pueden desarrollar los servicios que antes mencionamos y existe un manual de procedimientos donde se explica como se debe realizar cada trabajo desde el momento en el que se recibe el vehículo hasta la entrega.