



**Vicerrectoría Llanos
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa Administración de Empresas**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA
COMERCIALIZACION DE RESPUESTOS AUTOMORES
EN EL MUNICIPIO DE PUERTO CARREÑO VICHADA**

Presenta:

**Lizeth Tatiana Godoy Díaz
Ángela Yasmín Ariza Onofre
Eider Antonio Rojas Estévez**

Director:

Agustín María Martínez

**Villavicencio
2015**

Agradecimientos

Le agradecemos principalmente a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza y darnos la oportunidad de ampliar nuestros conocimientos.

Le damos gracias a nuestros padres por el apoyo, la paciencia y el amor incondicional. Igualmente, a nuestros profesores por instruirnos y formarnos para ser actores proactivos de la sociedad.

Al profesor Agustín María Martínez, por guiarnos en el desarrollo de este plan de negocios, por compartir parte de sus conocimientos y dedicarnos parte de su tiempo para poder sacar es trabajo adelante.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	8
Objetivos	9
Justificación	10
1 Estudio De Mercados	12
1.1 Análisis Del Sector.....	12
1.2 Analisis del Mercado (DOFA)	16
1.2.1 mercado potencial	18
1.2.2 mercado objetivo	18
1.2.3 nicho de mercado.....	18
1.2.4 Segmento.....	19
1.2.5 Consumo aparente del sector	19
1.2.6 Demanda.....	20
1.2.7 Comportamiento de la industria automotriz.....	21
1.3 Análisis De La Competencia.....	22
1.3.1 Competencia local.....	23
1.4 Investigación De Mercados.....	26
1.4.1 Planteamiento Del Problema.....	26
1.4.2 Análisis Del Contexto	27
1.4.3 Método	30
1.4.4 Diseño De Investigación.....	30
1.4.5 Resultado de la investigación.....	32
2 Plan de Mercadeo.....	35
2.1 Concepto del Producto o servicio	35
2.2 Estrategias de Distribución	36
2.2.1 Canales de Distribución	37
2.3 . Estrategia de Precio.....	38
2.4 Estrategia de Promoción.....	40

2.5	Estrategia de Comunicación	42
2.6	Estrategias de Servicio	42
2.7	Presupuesto de la mezcla de mercados.....	43
2.8	Estrategia de aprovisionamiento.....	44
2.9	Proyección De Venta	45
2.10	Proyección de Venta	45
2.11	Política de cartera.....	46
3	Estudio Técnico De Operación O De Ingeniería	47
3.1	Operación	47
3.1.1	Ficha técnica del producto o servicio	47
3.1.2	Estado De Desarrollo	49
3.1.3	Descripción Del Proceso	53
3.1.4	Necesidades y Requerimiento	56
3.2	Plan de Compras	56
3.2.1	Costos de Producción	57
3.3	Infraestructura (Requerimientos y Parámetros técnicos).....	58
4	Estudio Organizacional.....	59
4.1	Estrategia Organizacional.....	59
4.1.1	Organizamos de apoyo	59
4.2	Estructura Organizacional.....	60
4.2.1	Descripción técnica de los cargos	61
4.3	Aspectos legales.....	64
4.3.1	Constitución de la empresa.....	64
4.3.2	Legislación Laboral Servicio Automotriz.....	65
4.4	Costos Administrativos	66
4.4.1	Gastos De Personal	66
4.4.2	Gastos de puesta en marcha	67
4.4.3	Gastos anuales de administración	68
5	Estudio Financiero	69
5.1	Análisis De Los Ingresos	69

5.1.1	Fuentes de Financiación.....	69
5.2	Análisis de los Egresos.....	70
5.3	Capital del trabajo.....	73
5.4	Modelo Financiero.....	74
6	Plan Operativo.....	79
6.1	Cronograma De Actividades.....	79
6.2	Metas Sociales.....	79
6.2.1	Plan Regional De Desarrollo.....	82
6.2.2	Cluster O Cadena Productiva.....	83
6.2.3	Empleo.....	83
6.2.4	Emprendedores.....	84
7	Impacto Económico, Regional, Social Y Ambiental.....	85
8	Resumen Ejecutivo.....	88
	Bibliografía.....	90
	Apéndice.....	91

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fracción del mercado.....	15
Tabla 2. DOFA.....	17
Tabla 3. Matriculas por marca en la región Orinoquia	19
Tabla 4. <i>Consumo aparente de la región Orinoquia y Amazonia</i>	20
Tabla 5. <i>Comportamiento de la industria automotriz y de autopartes</i>	22
Tabla 6. Análisis de la Competencia.....	23
Tabla 7. Población Objetivo	32
Tabla 8. Tabla DOFA.....	36
Tabla 9. Punto de equilibrio por producto	39
Tabla 10. Costos de las estrategias de comunicación	42
Tabla 11. Mezcla de Mercados	44
Tabla 12. Presupuesto de la mezcla de mercados.	44
Tabla 13. Proyección de Ventas.	45
Tabla 14. Ficha técnica del producto o servicio.	48
Tabla 15. Mapa de Procesos	54
Tabla 16. Consumo de materias e insumos.....	55
Tabla 17. Otros insumos.....	56
Tabla 18. Plan de Compras	56
Tabla 19. Plan de Compras 2	57
Tabla 20. Costo de Producción.....	58
Tabla 21. Inversión en activos fijos	58
Tabla 22. Estrategia Organizacional	59
Tabla 23. Organismos de Apoyo.....	60
Tabla 24. Legislación Laboral Servicio Automotriz	66
Tabla 25. Gastos de Personal.....	66
Tabla 26. Gastos de puesta en marcha.	67
Tabla 27. Gastos de Ventas	67
Tabla 28. Gastos anuales de administración.	68
Tabla 29. Presupuesto de Ingresos	69
Tabla 30. Fuentes de financiación	69
Tabla 31. Inversión Accionaria.....	70
Tabla 32. Costos Administrativos.....	71
Tabla 33. Precio de Compra y Precio de Venta	71
Tabla 34. Presupuesto de Compras	72
Tabla 35. Personal.....	72
Tabla 36. Inversión de Capital de Trabajo	73

Tabla 37. Servicios Públicos	73
Tabla 38. Flujo de Caja	74
Tabla 39. Estado de Resultados	74
Tabla 40. Balance General	75
Tabla 41. Indicadores Financieros	75
Tabla 42. Indicadores Financieros 2	77
Tabla 43. Indicadores Financieros 3	77
Tabla 44. Indicadores Financieros 4	78
Tabla 45. Indicadores Financieros 5	78
Tabla 46. Cronograma de Actividades	79
Tabla 47. Inversión Accionaria y Aportes	84
Tabla 48. Proyección de Ventas al 2020	89

Introducción

La industria automotriz en Colombia, es un mercado de gran impacto económico, en parte por su participación notoria en el Producto interno bruto y contribución a la balanza comercial del país. Ahora bien, el comportamiento de la oferta y la demanda, permite dos opciones de negocio; la apertura de nuevos mercados y ampliar la oferta donde ya ha ingresado. Asimismo, reportes económicos muestran que este es uno de los sectores más importantes en términos de inversión, producción y generación de empleo.

Es por ello, que este plan de negocios toma como actividad principal, la comercialización de repuestos de automotores en el Municipio de Puerto Carreño, siendo una gran oportunidad de inversión, al seleccionar a Puerto Carreño como ubicación estratégica, por ser la capital del Departamento de Vichada y ser Frontera con Venezuela, lo que indica que el flujo vehicular es mayor este lugar que en el resto de la región y que la demanda de repuestos, accesorios, reparaciones y todo lo asociado a la misma actividad presenten una demanda constante.

Ahora bien, según estudios e investigaciones realizadas, se detectó que en este Municipio no existe una empresa dedicada a la comercialización de partes y repuestos de automotores, lo que implica que los habitantes pasen por largos procesos para adquirir los accesorios que necesitan para sus vehículos, que en ocasiones puede durar entre 15 y 20 días, quizás más. Dicho problema, implica que tengan que desplazarse hasta otras ciudades.

El objetivo de este plan de negocios, es determinar la factibilidad de la creación de la empresa comercializadora de repuestos, SOCIEDAD AUTOMOTRIZ S.A.S., en el Municipio de Puerto Carreño, mediante un diagnóstico estratégico, con el fin de formalizar dicha empresa.

Finalmente, este proyecto se compone de siete capítulos, orientados al desarrollo del plan de negocios, que permite evaluar y analizar la factibilidad del proyec

Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de la empresa comercializadora de repuestos SOCIEDAD AUTOMOTRIZ S.A.S, en el Municipio de Puerto Carreño (Vichada), con el fin de suministrar autopartes a propietarios de automoviles, volquetas, taxis, tractomulas, y maquinaria agricola de la localidad.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis del mercado, que consiste en definir la oferta, la demanda y los precios de las autopartes que se pretenden comercializar en el municipio de Puerto Carreño - Vichada.
- Aplicar un análisis técnico para el proyecto, que consta de la definición, del tamaño de la empresa, cantidades a vender por mes, personal empleado, procesos operacionales, así como micro entorno y macro entorno.
- Diseñar una estructura organizacional, para definir el tipo de empresa, socios y su participación, las secciones que componen la empresa en un organigrama vertical.
- Definir la planta de personal requerida, que será contratada directamente del municipio de Puerto Carreño - Vichada.
- Realizar un análisis financiero, el cual debe tener en cuenta la inversión inicial, presupuestos de ventas, ingresos, costos, balance general, estado de resultados y flujo de caja, proyectados a cinco años cinco (5).
- Realizar la evaluación financiera, aplicando los indicadores: el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa interna de Retorno (TIR), Relación beneficio costo (Rb/c), tiempo de recuperación de la inversión (TRI), para definir si el proyecto es rentable o no.
- Cooperar con la recuperación del medio ambiente aplicando estrategias de descuento en venta de repuestos, para quienes devuelvan repuestos usados y averiados que serán chatarrizados por la empresa.
- Analizar cuáles son los aspectos legales necesarios para la puesta en marcha de la comercializadora.

Justificación

El proyecto es importante porque teniendo en cuenta el potencial agrícola que esta Región del país tiene, y que por ende implica una gran participación de maquinaria pesada, las cuales en su incesante desarrollo demandan mantenimientos relativamente continuos, los cuales necesitan ser atendidos con la mayor prontitud posible, ya que de estas depende gran parte de la productividad regional.

Sin embargo, estos mantenimientos se convierten en una problemas para los propietarios de estos vehículos, ya que en el Municipio de Puerto Carreño no hay empresa que les ofrezcan repuestos para las reparaciones de sus propiedades, lo que implica que ellos deban encargarse de los repuestos a ciudades como Villavicencio o Bogotá, incurriendo así en altos costos y largo tiempo de espera, afectando el rendimiento de sus cultivos.

Otra razón por la cual vale la pena poner en marcha la comercializadora de repuestos automotores “SOCIEDAD AUTOMOTRIZ SAS”, es porque promueve la economía de los habitantes de esta región, ya que abre oportunidades de empleo, no solo para las personas que trabajan directamente con la empresa, como lo son los vendedores, administrador y demás personal; si no que también permite que lugares como talleres se vean beneficiados, así como los propietarios de los automotores, al disminuir el lucro cesante, y no tener que incurrir en mayores de costos de repuestos y transporte para poder reparar este tipo de bienes.

Asimismo, se beneficia la comunidad al tener a la mano la posibilidad de reparar sus vehículos de manera ágil y económica al disminuir la cadena de intermediarios. Además, permite que se aproveche el potencial agrícola, ya que al tener a la mano los repuestos para su maquinaria, no tendrán que ver frenada su producción. Sin dejar de lado que este es un proyecto que promueve la creación de empresas regionales, por qué sirve como modelo de emprendimiento para las demás personas.

Ahora bien, este trabajo es importante porque al definir, cuáles son las fallas que se presentan el mercado de repuestos en el Municipio de Puerto Carreño, se debe proponer una solución adecuada, la cual es la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotores, que amplíe la oferta y facilite la disposición de repuestos en el momento oportuno.

Además, el emprendimiento es hoy por hoy en Colombia una estrategia de crecimiento económico y una oportunidad para estudiantes universitarios recién egresados, en donde ellos se ven obligados a poner en juego los conocimientos y competencias adquiridas en la universidad; y es interesante ver como esta situación genera independencia económica y crecimiento profesional, así como un impacto económico y civil.

1 Estudio De Mercados

1.1 Análisis Del Sector

En Colombia entre 2002 y 2013 las ventas de vehículos nuevos en unidades registraron un crecimiento promedio anual de 13%, al pasar de menos de 100 mil unidades en 2002 y 2003 a su pico más alto en 2011 con ventas de casi 325 mil unidades, cifra que en 2013 se ubicó en cerca de 294 mil unidades.

A su vez, entre 2002 y 2013 el crecimiento promedio anual del valor de las ventas fue de 14,6%, pasando de menos de 3,5 billones de pesos en 2002 y 2003, a más de 11 billones de pesos a partir de 2011.

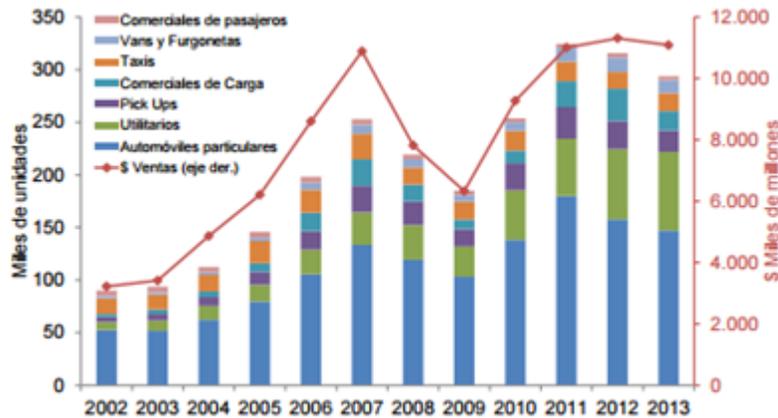


Figura 1.

Venta de vehículos nuevos. Miles de unidades 2002- 2013

Nota: Unidades vendidas cálculos Econometría SA con base en cifras reportadas por las empresas, estadísticas de la DIAN y sobordos de importación en BBVA (2014). Valor de ventas DANE, cálculos FEDESARROLLO.

Asimismo, los vehículos más vendidos en 2013 fueron 147.217 automóviles, 74.745 utilitarios, 20.364 pick ups, 18.294 vehículos comerciales de carga, 17.325 taxis, 12.192 vans y furgonetas, y por último 3.716 vehículos comerciales de pasajeros, dichas estadísticas se registran en el informe “importancia económica del sector automotor en Colombia”- realizado por Fedesarrollo en el año 2014.¹

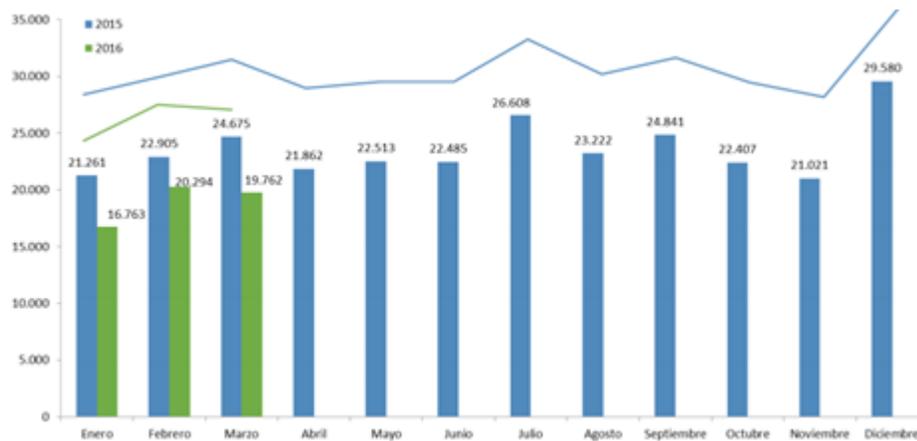


Figura 2.

Visión general del sector. 2015- 2016.

Nota. Asociación Colombiana de Vehículos Automotores – ANDEMOS.

Ahora bien, entre 2003 y 2015 las ventas totales del comercio de vehículos y autopartes se multiplicaron por 3,06, la producción bruta (diferencia entre las

¹ Unidades vendidas cálculos Econometría SA con base en cifras reportadas por las empresas, estadísticas de la DIAN y sobornos de importación en BBVA (2014). Valor de ventas DANE, cálculos FEDESARROLLO.

ventas totales y el costo de la mercancía) por 3,53 y el valor agregado (producción bruta menos el consumo intermedio) por 3,66.²

En este sentido, en el 2015 las ventas totales del comercio de vehículos y autopartes alcanzaron un record histórico, equivalente a 25,24 billones de pesos, de los cuales 19,11 billones corresponden al comercio de vehículos automotores y 6,12 billones al comercio de autopartes y accesorios para vehículos automotores.

Mientras que la producción bruta en el mismo año fue de 5,53 billones de pesos para el total del comercio de vehículos y autopartes, de éstos 3,83 billones de pesos corresponden al comercio de vehículos automotores y 1,7 billones de pesos al comercio de autopartes y accesorios.

Adicionalmente, el valor agregado en 2015 se ubicó en cerca de 3,79 billones de pesos, 2,62 billones de pesos correspondientes al comercio de vehículos automotores, equivalentes al 69,2% del valor agregado del comercio total de vehículos y autopartes, y 1,17 billones de pesos al comercio de autopartes y accesorios (30,8%).³

El mercado automotriz de Puerto carreño vichada es bastante dinamico, ya que cuenta con un parque automotor de 5723 vehiculos, además el Departamento de Vichada cuenta con una gran participacion de maquinaria pesada debido a su potencial agricola el cual equivale a 3'419.890 de hectáreas. Dicho mercado no cuenta con una oferta disponible, que les suministre los repuestos de autopartes necesarios para los mantenimientos de estos vehículos.

² *Visión general del sector*. 2015. ANDEMOS. Disponible en: <http://andemos.org/categoria.php?c=14&sub=20>

³ *Importancia económica del sector automotor en Colombia*. 2014. FEDESARROLLO. Disponible en: http://andemos.org/img/09-11-2015_13:46:09.pdf

El mercado de Repuestos se crece con la visita dos veces al año de los Rally terrestre

1.2 Análisis Del Mercado

El total de la industria automotriz colombiana es de 151.340 miles de millones de pesos, la cual está conformada por la actividad de ensamble de vehículos, de producción de autopartes y de ensamble de motocicletas. Según últimas cifras del DANE (Encuesta Anual Manufacturera) esta industria contribuyó con el 4% del total de la producción industrial del país.

Tabla 1.

Fracción del mercado.

CIIU	Descripción	Enero - Marzo					Marzo				
		Valor PIB (miles de dólares)					Valor PIB (miles de dólares)				
		2015 ^F	2016 ^F	Variación %	Contribución a la variación	Participación (%)	2015 ^F	2016 ^F	Variación %	Contribución a la variación	Participación (%)
34	Fabricación de vehículos automotores, remolques y semiremolques	116.608	93.054	-20,2	-0,2	1,4	55.918	43.353	-22,5	-0,4	1,9
341	Fabricación de vehículos automotores y sus motores	93.091	70.263	-24,5	-0,2	1,1	45.248	36.653	-21,2	-0,3	1,5
342	Fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricación de remolques y semiremolques	7.542	11.558	57,2	0,0	0,2	4.033	3.964	-1,7	0,0	0,2
343	Fabricación de partes, piezas y accesorios (autopartes) para vehículos automotores y para sus motores	15.975	10.933	-31,6	-0,1	0,2	6.636	3.735	-43,7	-0,1	0,2

Fuente: DANE

El sector automotriz representa en Colombia aproximadamente el 6% del PIB nacional, Colombia es el quinto país de América Latina con mayores índices de producción y ventas de vehículos, produciendo aproximadamente 110.000 unidades al año y vendiendo aproximadamente 250.000 unidades, demostrando las grandes oportunidades que ofrece este sector en el país.⁴

Por otro lado, en Colombia se producen varios tipos de autopartes algunas de ellas son: sistemas de suspensión, sistemas de dirección, sistemas de escape, sistemas de transmisión, sistemas de refrigeración, material de fricción, partes

⁴ Perfil sectorial de la industria automotriz. PROCOLOMBIA. 2014. Disponible en: <http://www.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20Sectorial%20-%20Industria%20Automotriz.pdf>

eléctricas como baterías y cableados, productos químicos, rines, llantas, filtros para aire, lubricantes y combustibles, tapicerías en tela y cuero, trim interior, vidrios templados, laminados y para blindaje, bastidores de chasis, aires acondicionados, partes de caucho y metal y accesorios, entre otros.

En cuanto al sector de autopartes, este es el segundo eslabón de la cadena productiva que compone la industria automotriz colombiana. Dentro de la estructura de esta industria, existen varios grupos que ejercen actividades de fabricación, comercialización y logística de estos productos, pero quienes componen el sector de las piezas y partes para vehículos son:

- Proveedores nacionales e internacionales que abastecen de piezas a fabricantes, ensambladores y distribuidores.
- Empresas fabricantes de piezas que suministran tanto a ensambladores como distribuidores.
- Compañías ensambladoras de vehículos ligeros, camiones, buses y motocicletas.
- Las sociedades distribuidoras, cuyo objeto social es la comercialización de autopartes, a este eslabón pertenece este plan de negocios.

Además, el mercado local tiene un potencial de crecimiento importante sustentado en que cuenta con una de las más bajas tasas de penetración vehicular en la región, acumula dos años consecutivos de record en ventas y con proyecciones crecientes, hay un crecimiento del financiamiento para vehículos nuevos, así como un crecimiento demográfico de la población urbana y la población en edad activa para trabajar. También existe una creciente demanda de vehículos de carga y de transporte de pasajeros.

1.2 Analisis del Mercado (DOFA)

Tabla 2.

DOFA

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clima Organizacional - Difícil negociación con proveedores - Dificultad en los procesos de compra y autorización de pedidos - Baja Cartera de Productos 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tiempo que tarda el producto en llegar debido a la distancia - Incremento de los precios de los repuestos a causa de la devaluación del peso frente al dólar - Nuevas legislaciones que afecten el sector automotriz, debido al incremento de aranceles - Entrada de una nueva competencia
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de calidad y garantizados - Buenas estrategias de ventas, gracias al servicio al cliente. - Buena infraestructura, amplia y moderna -Equipo profesional con alta experiencia laboral 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incremento en el turismo, hace que aumente el parque automotor en la región. - Crecimiento en el mercado automotriz del municipio de Puerto Carreño Vichada. - Posibilidad de establecer alianzas, con proveedores o distribuidores - Nuevos canales de venta
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y aplicar planes de negociación con los proveedores a mayores plazos permitiendo así ganar tiempo en los pagos y evitando pérdidas por la lentitud o demora en la entrega de los pedidos. - Establecer periodos definidos de pedidos dependiendo de la demanda de los productos evitando sobre costos por exceso de pedidos o déficit de mercancía aprovechando temporadas de revaluación del peso frente al dólar - Tener presente varios proveedores de Villavicencio, Bogotá y otras ciudades con el fin de disminuir precio tiempo y calidad. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer un plan de Reorganización estratégica de la empresa que permita el trabajo en equipo orientando la empresa al crecimiento, con un servicio oportuno de calidad y buen servicio al cliente, aprovechando así la existencia y crecimiento automotor del municipio de Puerto Carreño - Diseñar estrategias de negociación para obtener mayor plazo de pagos a los proveedores, igual obteniendo ventajas para un mejor servicio a los clientes.
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener y mejorar el servicio al cliente, en forma oportuna y con productos de calidad fidelizando al cliente, logrando evitar inconformidades por sobrecosto e incumpliendo por parte de terceros en las entregas 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al contar con productos de calidad y garantizados y con servicio al cliente oportuno se logra aprovechar el crecimiento del mercado en el parque automotor de la región. - El equipo de profesionales estará atento a generar valores agregados en el servicio como, instalación de repuestos y mantenimiento general. - Mejorar la imagen de la empresa en la región con productos de calidad y precios razonables y buen servicio al cliente.

Fuente: Autores

1.2.1 mercado potencial

El mercado potencial de la comercializadora de repuestos automotores se establece geográficamente en los municipios del Departamento del Vichada, como lo son Puerto Carreño, Cumarivo, Santa Rosalia y La Primavera, con una existencia de 5723 vehículos, según informe del parque automotor del Departamento del Vichada.

1.2.2 mercado objetivo

Este plan de negocios tendrá como mercado objetivo la comercialización de repuestos automotores del Municipio de Puerto Carreño, enfocado a propietarios de automóviles, volquetas, taxis, tractomulas, maquinaria agrícola, y demás vehículos pesados; quienes se preocupan por la calidad, accesibilidad y tiempo en el que adquieren los repuestos de autopartes.

1.2.2.1 magnitud de la necesidad.

El mercado automotriz de Puerto Carreño Vichada es bastante dinámico, ya que cuenta con un parque automotor de 5723 vehículos, además el Departamento de Vichada cuenta con una gran participación de maquinaria pesada debido a su potencial agrícola el cual equivale a 3'419.890 de hectáreas. Dicho mercado no cuenta con una oferta disponible, que les suministre los repuestos de autopartes necesarios y oportunos para los mantenimientos de estos vehículos.

1.2.3 nicho de mercado

El sector automotriz de Puerto Carreño, está compuesto por propietarios de automóviles, camiones, buses, volquetas, taxis, tractomulas, maquinaria agrícola, y demás vehículos pesados de la región, quienes para cada mantenimiento necesitan la disposición de repuestos de autopartes, los cuales conforman el nicho de mercado al que va orientado este proyecto.

1.2.4 Segmento

Se compone de sector de autopartes, en Colombia se producen diversos tipos de autopartes, entre las que se encuentran: sistemas de suspensión, sistemas de dirección, sistemas de escape, sistemas de transmisión, sistemas de refrigeración, material de fricción, partes eléctricas como baterías y cableados, productos químicos, rines, llantas, filtros para aire, lubricantes y combustibles, tapicerías en tela y cuero, trim interior, vidrios templados, laminados y para blindaje, bastidores de chasis, aires acondicionados, partes de caucho y metal y accesorios, entre otros. ⁵

Las empresas proveedoras de equipo original tienen certificados sus procesos de gestión con normas internacionales como la TS-16949. Los bienes se fabrican bajo normas de producto como ISO, ASTM, CE y JIS, además de las normas privadas de las casas matrices mundiales de vehículos para las cuales la industria autopartista es proveedor en Colombia, Venezuela y Ecuador, entre otros.

1.2.5 Consumo aparente del sector

Según un informe publicado por la cámara de la industria automotriz de la ANDI, llamado *MATRÍCULAS POR TIPO DE VEHÍCULO Y REGIÓN*, la región de la Orinoquia y Amazonia, a la cual pertenece el Municipio de Puerto Carreño, el estudio fue elaborado por Fenalco, ANDI y Econometría S.A. con base en información reportada por las marcas y matrículas del RUNT. ⁶ Las marcas más registradas en la región de la Orinoquia son: Chevrolet, renault y kia, tal y como se puede observar en la tabla 3. “Matriculas por marca en la región Orinoquia”

Tabla 3.

Matriculas por marca en la región Orinoquia

Marca	2015												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
CHEVROLET	46	64	44	35	59	60	62	56	52	54	52	60	64
RENAULT	28	25	26	23	17	35	34	30	33	23	26	49	349
KIA	19	17	16	17	16	16	25	28	23	12	22	29	240
NISSAN	11	15	12	10	19	12	9	18	29	18	12	13	178
SUZUKI	5	6	11	14	11	8	15	10	17	5	4	8	114
HYUNDAI	5	8	7	10	3	7	8	10	14	3	8	15	96
TOYOTA	12	6	5	3	2	5	5	5	6	12	7	16	84
MAZDA	8	7	1	4	6	14	7	7	4	8	4	9	79
IAC	10	16	10	6	2	5	4	8	2	1	5	4	73

⁵ Sector de autopartes. 2014 .ANDI .Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau>

⁶ IBID.

Este informe muestra un promedio de consumo de 2100 vehiculos en los últimos 4 años, el informe esta compuesto en cifras de Automóviles, Utilitarios, Taxis, Pick Ups, Camiones, Camionetas, Vans, Buses, Microbuses, Tractocamiones, Volquetas y Busetas.

Tabla 4.

Consumo aparente de la región Orinoquia y Amazonia.

Consumo Aparente de la Región Orinoquia Y Amazonia													
Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
2013	160	143	138	195	168	131	199	199	176	182	232	284	2.207
2014	210	210	166	161	204	167	195	228	234	279	239	341	2.634
2015	160	191	146	140	146	181	188	190	196	154	162	223	2.077
2016	129	128	141										398
TOTAL													7.316

Nota: ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - Cámara de la Industria Automotriz

1.2.6 Demanda

La demanda por autopartes en Colombia ha manifestado un comportamiento estable desde el año 2000, ubicando el nivel de ventas en un promedio de US\$3.944 millones por año; en 2014 las ventas superaron las observadas en el año 2013, pero una expansión cercana al 1%.⁷

⁷ Informe de importaciones. 2014. ASOPARTES. Disponible en:
http://www.asopartes.com/index.php?option=com_jdownloads&view=download&id=118:informe-de-importaciones-mes-de-octubre-2015&catid=30&Itemid=405&lang=es

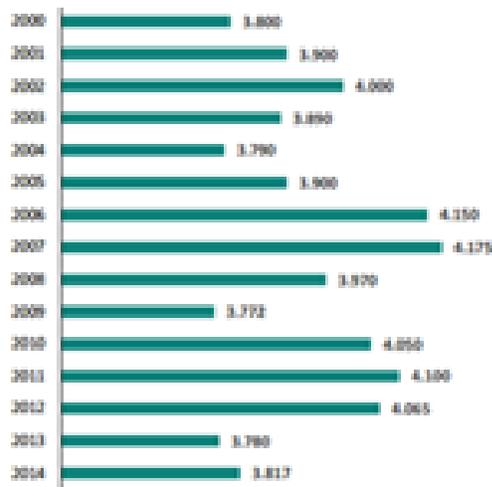


Figura 3.

Venta de autopartes en Colombia. Millones de dólares

Nota. ASOPARTES.

En el Municipio de Puerto Carreño la demanda potencial asciende al 73% del total de los vehículos, pues según los resultados del estudio de mercado son 4.178 vehículos que requieren anualmente repuestos.

1.2.7 Comportamiento de la industria automotriz

En 2013 las exportaciones de la industria automotriz y de autopartes fueron de USD 846 millones, de los cuales USD 744 millones corresponden a vehículos automotores y sus motores, USD 93 millones a autopartes y accesorios para vehículos automotores y sus motores, y los restantes USD 7,8 millones a carrocerías para vehículos automotores, remolques y semirremolques.

Tabla 5.

Comportamiento de la industria automotriz y de autopartes.

Año	Producción Total	Producción Mercado Nacional	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial	Consumo Aparente
2000	50.716	34.789	15.927	27.045	- 11.118	61.834
2001	75.997	41.111	34.886	26.414	8.472	67.525
2002	81.000	57.993	23.007	40.709	- 17.702	98.702
2003	32.566	23.233	9.333	52.372	- 43.039	75.605
2004	93.363	63.606	29.757	41.017	- 11.260	104.623
2005	109.333	67.262	42.071	83.159	- 41.088	150.421
2006	138.690	89.951	48.739	135.188	- 86.449	225.139
2007	183.721	113.128	70.593	160.239	- 89.646	273.367
2008	110.766	83.770	26.996	129.898	- 102.902	213.668
2009	91.118	86.144	4.974	91.832	- 86.858	177.976
2010	128.265	116.246	12.019	151.226	- 139.207	267.472
2011	154.261	140.796	13.465	210.216	- 196.751	351.012
2012	138.872	113.074	25.798	212.204	- 186.406	325.278
2013	142.840	94.181	48.659	200.676	- 152.017	294.857
2014	136.243	109.261	26.982	230.409	- 203.427	339.670
2015	131.235	99.936	31.299	180.603	- 149.304	280.539

Nota: DIAN. Cálculos ANDI (unidades). Producción Total = (Producción Mcdo Nal + Exportaciones). Consumo Aparente = (Producción Mercado Nacional + Importaciones).

Por otra parte, en 2013 las importaciones totales del sector se ubicaron en USD 5.064 millones y específicamente las importaciones de vehículos automotores y sus motores en USD 4.243 millones.⁸

1.3 Análisis De La Competencia

1.3.1. Principales participantes y competidores potenciales

⁸ *Importancia económica del sector automotor en Colombia.* 2014. FEDESARROLLO. Disponible en: http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/977/1/Repor_Julio_2014_Reina_y_Oviedo.pdf

El mercado automotriz colombiano tiene un nivel competitivo intenso, en el cual la rivalidad entre las empresas que hacen parte de la industria es alta porque compiten de manera directa, debido a que este es un sector que se encuentra en constante crecimiento y desarrollo.

Dentro de los principales participantes a nivel nacional se encuentra American Rubber de Colombia, Guayas B&G Industrias Lavco, Industrias Partmo, Inversiones Reinoso, Altamax – Castel Motors, Forjín – Sicolsa, Baterías Willard, TNK -Terminales Automotrices, Indymetal y el Grupo RHC.

1.3.1 Competencia local

En cuanto a la competencia local, el Municipio de Puerto Carreño- Vichada no cuenta con una empresa que se dedique exclusivamente a la comercialización de repuestos automotores. Pero existe una competencia indirecta, que son los negocios de lubricantes, talleres y estaciones de servicio, los cuales alternan a su razón social, la comercialización de repuestos, claro está que no cuentan con un portafolio de productos y su servicio es limitado, lo que implica demora en los tiempos de entrega de los repuestos que no se encuentran disponibles en inventario, además de incurrir en mayores costos.

Tabla 6.

Análisis de la Competencia

EMPRESAS	ENFOQUE
Serviautos	Taller de alineación, revisión y mantenimiento
Lubricantes el Imán	Ventas de lubricantes y aceites
Brisas del Orinoco	Estación de servicio
Repuestos pacho	Venta de Repuestos por encargo y taller
Repuestos Holman	Venta de Repuestos por encargo y taller

Fuente: Autores

1.3.3. Asociaciones y gremios del sector.

- La Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI, es un grupo de trabajo conformado por las empresas ensambladoras de vehículos, productoras de autopartes y ensambladoras de motocicletas, para adelantar actividades y gestiones gremiales que propendan por el desarrollo industrial del sector, defendiendo los legítimos intereses de sus afiliados y prestándoles los servicios especializados que ellos requieran para un mejor desempeño de sus labores.

- Asociación del Sector Automotor y sus Partes - ASOPARTES, es una asociación sin ánimo de lucro que representa y defiende los intereses sociales, comerciales y técnicos del sector automotor y sus partes, Integrándolos de tal forma que se fortalezca el gremio día a día.

- ADEMOS, es la Asociación Colombiana de Vehículos Automotores que está constituida por voluntad de las empresas importadoras, comercializadoras y fabricantes de vehículos automotores, con el propósito de tener una representación exclusiva del sector automotor colombiano y contribuir al desarrollo de la política industrial del país.

- Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes- ACOLFA, es un gremio constituido por empresas fabricantes de partes e insumos para vehículos automotores, cuyo objetivo es fortalecer el desarrollo de la industria automotriz en Colombia, generando mayor valor agregado en cada uno de los productos y procesos, a fin de lograr de manera permanente una mayor competitividad y hacer de ésta, una industria de clase mundial.

1.3.4. Proveedores

Los proveedores están ubicados en el centro del país y en el Municipio de Villavicencio, quienes ofrecen las mejores condiciones son:

- Proveedor: Comercializadora Collantas S.A.S.
Ciudad: Villavicencio
Productos: Llantas y Repuestos
Dirección: Cr 1 9 A 41 Lc 1

Teléfonos: 6826505-3204731273

Correo empresarial: comercializadoracollantassas@gmail.com

- Proveedor: Servitodo eléctrico – Victor Castro A.

Ciudad: Villavicencio

Productos: Baterías, Dinamos, arranques, pitos, alternadores

Dirección: Cr 38# 25 – 58 Barrio 7 de Agosto

Teléfonos: 631276

Correo empresarial: comercializadoracollantassas@gmail.com

- Proveedor: Kontraco S.A.S.

Ciudad: Bogota

Productos: Repuestos

Dirección: Cr 28B# 78-57

Teléfonos: 2404808

Correo empresarial: gerencia@kontraco.com.co

1.3.5. *Posición frente a la competencia*

La comercializadora de repuestos de autopartes “SOCIEDAD AUTOMOTRIZ SAS”, ofrece productos de calidad, en inventario, al alcance de las personas, con un precio razonable, a los propietarios de vehículos livianos y pesados de la región. El servicio al cliente caracterizado por la entrega rápida, costos razonables y valores agregados como instalación de los repuestos y mantenimientos.

1.3.6. *Productos sustitutos*

Los productos sustitutos serían aquellos a los cuales el cliente tiene acceso y en este caso serían las ventas de repuestos usados, imitaciones que por lo regular tienen origen chino y productos de baja calidad que se encontrarán en el mercado.

1.3.7. *Producto Complementarios*

Como productos complementarios a la venta de repuestos de autopartes, se encuentra: la venta de vehículos, venta de combustible, venta de aceites y mantenimiento, venta de accesorios de lujo para vehículos.

1.4 Investigación De Mercados

El municipio de Puerto Carreño, Capital del Vichada está ubicado en la frontera con Venezuela, cuenta con 15.753 habitantes⁹, de los cuales según última actualización de base de datos de tránsito y transporte llevada a cabo en el 2014, se encuentran registrados 5794 vehículos. Además, a estos se les suman los vehículos venezolanos, turistas y de carga.

1.4.1 Planteamiento Del Problema

El municipio de Puerto Carreño se dedica principalmente a la agricultura y ganadería, al ser una región con un potencial agrícola considerable, se puede inferir que hay un gran número de maquinaria, la cual al igual que todos los vehículos que allí se encuentran, necesita mantenimiento, disponibilidad de repuestos para cuando presenten alguna falla.

Actualmente, no se han constituido empresas que distribuyan o comercialicen repuestos automotores, careciendo de visión que empresarial, que potencialice la optimización de recursos disponibles, la generación de excedentes y oferta de empleo.

Es por ello que los habitantes de Puerto Carreño se ven la obligación de solicitar sus repuestos por encargo a las ciudades de Villavicencio, Bogota y Medellín, lo que implica un producto con costos elevados, tiempo de entrega largos y una demanda insatisfecha.

Teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas y la situación de comercialización de repuestos automotores descritos en el proyecto, resulta de interés para los investigadores, realizar un estudio de mercado que permita determinar las tendencias, preferencias y necesidades del mercado regional, para evaluar la factibilidad de comercialización de estos productos, en cuanto a oportunidad de negocio, calidad y economía, contribuyendo también con la generación de empleo e ingresos para la población Carreñense.

⁹ *Visor verificado PPO del 2005-2020.2015.* DANE. Disponible en:
<http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

1.4.2 *Análisis Del Contexto*

1.4.2.1 Descripción Física

La ciudad de Puerto Carreño se encuentra ubicada en el Departamento de Vichada. Con una Altitud de 51 msnm, en la confluencia de los ríos Meta y Orinoco, convirtiéndose en franja fronteriza con la República de Venezuela y a su vez pasó del tráfico de gente y mercancía. Geográficamente la ciudad se sitúa a los 6° 11' 16" de latitud norte y 67° 28' 57"" de longitud oeste. Dista de la capital de la República 860 km, limita por el Norte y Este con la República de Venezuela, por el sur con el corregimiento departamental de Santa Rita, y por el Oeste con la Primavera.¹⁰

1.4.2.2 Límites del municipio

Limita con Venezuela, con el Departamento de Meta. Tiene una extensión total: 12409 Km2, una altitud de la cabecera municipal 51 msnm, una temperatura media: 36° C.

1.4.2.3 Economía

Las actividades económicas de mayor importancia en la región son la ganadería, la pesca, la agricultura y la minería. Mientras que los principales productos agrícolas son: arroz de sabana, algodón, yuca y plátano. Así mismo, se destaca la pesca ornamental y la ganadería vacuna.

En cuanto a la actividad agrícola del departamento, cuenta con un área potencial de 3'419.890, según el Anuario estadístico 2011 escrito por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el cual también registra que la producción se concentra en siembras de yuca, maíz tradicional, plátano, patilla, marañón, mango, naranja y guayaba.

¹⁰ *Información general del Municipio de Puerto Carreño.* ALCALDIA DE PUERTO CARREÑO-VICHADA. Disponible en: http://www.puertocarreno-vichada.gov.co/informacion_general.shtml

También se explotan minas de oro y plata en forma rudimentaria, por otro lado, la población ofrece sitios de interés turísticos como son la población ribereña de Casuarito, donde se elaboran artículos y manufacturas en cuero y confecciones, textiles y comidas típicas, teniendo registrados dos establecimientos comerciales. Además, el municipio se abastece de enseres y artículos de primera necesidad, del interior del país, y en ocasiones de Puerto Páez, ciudad del estado Venezolano en la frontera con Colombia.

1.4.2.4 Vías de comunicación

- Aéreas: tienen un Aeropuerto propio, con vuelos regulares los días Lunes, Miércoles, Viernes y Domingos, prestados por Satena, los Jueves y Domingos- Selva (empresa de carga), los viernes Aerocarga (empresa descarga).
- Terrestres: Si usted sale de Bogotá a Villavicencio son aproximadamente tres horas. Otras de las rutas son por Villavicencio, Gaviotas, Tapon al centro Administrativo son veinticinco horas Por El Burro.
- Fluviales: Todos los días existe la ruta Primavera (Segundo municipio del Vichada), Puerto Gaitán (Segundo municipio del Departamento del Meta).
- Por otro lado, dentro del proyecto de inversión vial que se tienen contemplados en el Plan Maestro de Transporte Intermodal- PMTI, se manifiesta la construcción de la malla vial del Meta o corredor Manacacias, este tipo de inversión se planea desarrollar en cuatro planos, el primero es el tramo Granada – Villavicencio, que implica el Mejoramiento Broches Guamal, Humeada y Puente sobre río Guamal. El segundo tramo es Villavicencio – Puerto López, que se compone del Mejoramiento de Broche La Balsa y de Puente sobre Río Negro. El tercer tramo Puerto López – Puerto Gaitán, el cual contempla la construcción Puente sobre Río Yucao. Y finalmente el cuarto tramo que es Puerto Gaitán – Puente Arimena, este

implica la pavimentación y Mejoramiento de la vía, así como la construcción Puente sobre Río Manacacías.¹¹

- De esta forma, este proyecto trae muchos beneficios entre ellos ahorro en tiempo de viaje, mejoras en la seguridad vial, mejores especificaciones de las vías, integración vial del Meta con Otros Departamentos. Actualmente, el tiempo de viaje desde el centro del país hasta Puerto Carreño es de 30 horas, pero con la implementación de este corredor vial, se disminuiría alrededor de 14 horas.

1.4.2.5 Población

Según el Departamento Nacional de Estadística, se realizó una proyección decreciente, con una tasa variable del 6.7% al 3.2% arrojando una proyección de 15753 habitantes en la cabecera municipal para el año 2015.

1.4.2.6 Aspectos político-administrativos

El área municipal tiene una extensión de 12,409 km². Es cabecera de círculo notarial que comprende el municipio de Puerto Carreño y los corregimientos departamentales de Santa Rita, San José de Ocune y Cumaribo, con una notaría; es cabecera de círculo principal de registro con jurisdicción sobre todo el departamento. Pertenece al distrito judicial de Villavicencio y corresponde a la circunscripción electoral de Vichada.

En el municipio se encuentran 5 resguardos indígenas denominados caño Bachaco, caño Guaripa, caño Hormiga, caño Mesetas, Dagua y Guacamayas - Maipore del grupo étnico.

¹¹ *Carreteras para la competitividad de los Llanos Orientales*. 2015. AGENCIA nacional de infraestructura. Disponible en: http://www.asorinoquia.org/sites/default/files/ani-presentacion_villavicencio_expogestion_-_septiembre_2015_1.pdf

1.4.3 *Método*

Hipótesis: - Toda persona dueña o conductor de automóviles, buscan empresas o distribuidoras de partes y repuestos para sus vehículos en el Municipio de Puerto de Carreño

- Las personas buscan precio, calidad y sobretodo disponibilidad del producto.

Variables

- Servicio: Intención de vender satisfacción más que productos en el cuidado del mantenimiento y reparación de algún artículo de necesidad de los vehículos.
- Calidad: propiedades inherentes de las autopartes que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.
- Oportunidad: identificar la zona de necesidad e interés del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa pueda actuar rentablemente satisfaciendo esa necesidad.
- Precio: conocer cuál es la cantidad de dinero que el mercado está dispuesto a invertir en el mantenimiento de sus vehículos.

1.4.4 *Diseño De Investigación*

Tipo de investigación:

- Investigación descriptiva: mediante este tipo de investigación se logra caracterizar un objeto de estudio o situación concreta, señalar sus características y propiedades, asimismo se utilizan criterios de clasificación que sirven para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el proyecto.
- Método inductivo: procesos de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicada a situaciones similares a la observada.

Fuentes de investigación

- Primarias: información recopilada directamente de los usuarios de vehículos livianos y pesados del Municipio de Puerto Carreño Vichada. Así como de libros, revistas virtuales, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, normas técnicas.
- Secundarias: enciclopedias, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones, Secretaria de movilidad del Vichada, Ministerio del transporte, alcaldía de Puerto Carreño.
- Encuestas: la técnica de recolección de la información es el cuestionario, el cual esta estructurados por preguntas de tipo mixto. (Anexo 1. Modelo de encuesta).

Población objetivo

La comercializadora tendrá como mercado objetivo a la comercialización de repuestos automotores del Municipio de Puerto Carreño, los propietarios de vehículos livianos o pesados, que se preocupan por la calidad, accesibilidad y para quienes es muy importante su tiempo. Según la secretaria de movilidad de la región se encuentran registrados 5723 vehículos.

Tabla 7.

Población Objetivo

Alcance	Casco urbano del Municipio de Puerto Carreño.
Periodo de aplicación	1 de Marzo al 10 de Mayo de 2016.
Definición de la población objetivo	<p>-Marco Muestral: listas de usuarios o dueños de vehículos livianos y pesados de municipio de Puerto Carreño.</p> <p>-Unidad Muestral: Usuarios o dueños de vehículos livianos y pesados.</p> <p>-Elemento Muestral: repuestos automotores.</p> <p>Técnica de muestreo: probabilístico, aleatorio simple para población finita, para el cálculo se empleara la siguiente formula:</p> $n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$ $n = \frac{5794 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(5793) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 360$ <p>En donde n= * es decir se debe realizar la encuesta a *propietarios de vehículos de Puerto Carreño. N= población objetivo (5794 vehículos registrados). Z= 95% Nivel de confianza. E= 5% Margen de error. P= 50 %Probabilidad de éxito. Q= 50% Probabilidad de fracaso (1-P).</p>

Fuente: Autores

1.4.5 Resultado de la investigación

La mayoría de las personas encuestadas manifiestan tener camioneta con un 44%, y seguido encontramos los automóviles con un 25%, con estos datos sabemos que la mayor parte de nuestros clientes, buscaran autopartes y marcas que les permitan repuestos de calidad para este tipo de vehículos. (Ver en anexos Cuadro 1). Es por ello que se manejar inventarios de mayor volumen para estos y

serán para quien principalmente vayan orientadas las estrategias de mercadeo, y en menor cantidad para taxis, volquetas, camiones, y busetas.

Ahora bien, tan solo un 6% de la población tienen tres vehículos, un 11% dos y un 83% un vehículo por propietario, lo que es bueno para la empresa, porque estos amplían la demanda del mercado, nos permite planear estrategias de promoción orientadas a la fidelización, para que así los propietarios que tienen más de un vehículo, siempre nos escojan como su primera opción. (Ver en anexos Cuadro 2).

Por otro lado, en cuanto a las marcas que se deben manejar en inventario, según los datos arrojados por la encuesta son: Toyota (32%), Mazda (24%), Hyundai (20%), Chevrolet (15%), Ford (6%). (Ver en anexos Cuadro 3). Con estos resultados se puede inferir que las marcas a comercializar en mayor cantidad deben ser Toyota y Mazda, de igual manera es un criterio importante a tener en cuenta al momento de seleccionar los proveedores, y de planear las estrategias de promoción y publicidad.

En cuanto a la periodicidad con la que los personas encuestas le realizan el mantenimiento de sus vehículos, mencionaron que cada 6 a 12 meses con un 49%, y un 23% de 1 a 6 meses, respuestas que permiten analizar, la rotación y políticas de inventarios y cartera. Así como los tiempos adecuados para lanzar promociones. (Ver en anexos Cuadro 4).

Sin embargo los encuestados indican que prefieren comprar repuestos genéricos en un 60% y 40% original. Por lo que podríamos segmentar el mercado a atender en dos tipos de clientes, en donde para unos prevalece la calidad y para otros el precio, de todos modos para ambos se debe tener producto a ofrecer. (Ver en anexos Cuadro 5).

Otro aspecto a analizar es la disponibilidad de las autopartes en el momento justo, ya que en las encuestas se manifiesta que las personas No 65% obtienen sus repuestos oportunamente, algunas veces 21% y Si 14%. (Ver en anexos Cuadro 6). Esto genera una gran ventaja competitiva y asegura una amplia

cuota de mercado, ya que se atendería un criterio de gran valor para los encuestados y es el valor de su tiempo.

Dicho lo anterior, esta compra de repuestos se realiza en un 41% en almacén, y 59% fuera de la ciudad, debido a la baja oferta del mercado cuando las compras se hacen en el punto de venta generalmente se hacen por pedido, el cual toma de 10 a 15 en ser entregado. (Ver en anexos Cuadro 7) Está en una ventaja a destacar en las estrategias de comunicación.

Finalmente, los resultados del instrumento aplicado, indican que un 96% de las personas, si comprarían en un almacén dedicado a la distribución de repuestos en el municipio de Puerto Carreño, respuesta que impulsa esta idea de negocio a su puesta en marcha. (Ver en anexos Cuadro 8.

2 Plan de Mercadeo

2.1 Concepto del Producto o servicio

El servicio que se prestara es la comercialización de repuestos automotores, abarcando el mercado de autopartes, este venderá de forma directa y ágil, sin intermediarios, ofreciendo productos de calidad a precios accesibles.

Los repuestos o autopartes son productos de consumo masivo para el servicio trasporte público, debido al continuo desgaste al que están expuestos diariamente. Estas pueden ser adquiridas por medio de un análisis de proveedores, ya que corresponden un mercado en el cual existen muchas opciones de compra por las que el cliente puede decidir, probar y evaluar. Además existen diferentes alternativas en cuanto a marcas, materiales, calidad, acabados, garantías y duración.

Algunos de los productos a comercializar son partes, piezas y accesorios en todo tipo de material madera, corcho, plástico, caucho, metal y/o combinaciones de estos y otros materiales para vehículos automotores y sus motores, incluso para sus carrocerías, tales como frenos, cajas de engranaje, ejes, aros de ruedas, amortiguadores, radiadores, silenciadores, tubos de escape, embragues, volantes, columnas y cajas de dirección, catalizadores y otras partes, piezas y accesorios no clasificados en otra parte.

En cuanto a la calidad, es una propiedad inherente a los repuestos automotores que se van a comercializar, ya que les confieren la capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas de los clientes.

Como estos son productos que vienen totalmente terminados y en su empaque original, no es necesario recurrir en gastos de embalaje, para poder venderlo al cliente final.

Tabla 8.

Tabla DOFA

Debilidades	Oportunidades.
<ul style="list-style-type: none">- Distancia de los proveedores ya que están ubicados en el centro del país.- La llegada de nuevas comercializadoras de repuestos.- Crisis petrolera.	<ul style="list-style-type: none">- Extender los puntos de comercialización atrás municipalidades del Departamento del Vichada.- Ampliar el portafolio de servicios.- Crecimiento en ventas de automóviles.- Accesos a créditos bancarios para incrementar los recursos económicos.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Servicio ágil- Brindar servicio de mantenimiento- Variedad de marcas.- Precios accesibles.- Productos con materiales de calidad.- Garantía.- Ubicación estratégica.- Poca competencia indirecta.	<ul style="list-style-type: none">- Inestabilidad del dólar.- Crisis mundial- Cambios climáticos.- El hurto de carros en aumento, que promueve la venta de autopartes robadas.

Fuente: Autores

2.2 Estrategias de Distribución

La comercializadora se propone intensificar sus esfuerzos comerciales, a través de la publicidad y las ventas, haciendo énfasis en los productos o servicios existentes. Otra herramienta usada como estrategia de penetración en el mercado es incentivar el incremento de la cantidad utilizada del producto, promocionando descuentos por volumen de venta.

Para ello se hace una combinación de estrategias de precios, promoción, ventas, que estimulen al consumidor a aumentar sus compras, con el fin de beneficiar su economía.

Asimismo es necesario que con el paso del tiempo se inviertan más recursos dedicados al personal de ventas, para capacitarles en conocimiento del producto, asesoría comercial, y atención al cliente.

Del mismo modo, es importante hacer un incremento de las actividades promocionales, como lo son pautar en los principales medios de comunicación de la región, por ejemplo radio, prensa, revistas, vallas publicitarias, calendarios, redes sociales, entre otros.

Es importante aclarar que los proveedores están ubicados en la ciudad de Bogotá y en el Municipio de Villavicencio, quienes hacen la entrega de los pedidos en su respectiva bodega, lo que implica que ellos no corren con gastos de envío, por lo mismo este gasto se tiene en cuenta en la parte financiera de este proyecto y en precio final de cada uno de los productos a comercializar.

2.2.1 Canales de Distribución

Los canales de distribución se dan a través de la venta y entrega directa al cliente cuando este hace la compra directamente en la empresa, también se maneja la entrega a domicilio en el perímetro de la capital, además no se descarta que con el tiempo se maneje la entrega departamental, por medio de servicio de Courier, donde el cliente hace el pedido fuera del perímetro de la ciudad y este recibe los repuestos y productos en su negocio.

Ahora bien, el canal de distribución que se maneja para la comercialización de repuestos, consiste en la compra a mayoristas en el centro de la ciudad, para posteriormente venderlas al por menor y al detal a los consumidores finales en la municipio de Puerto Carreño-Vichada. Además, al tener la oportunidad de comercializar directamente con los mayoristas, se obtienen precios competitivos, se pueden lanzar ofertas, obtener promociones y dar descuentos favorables, lo que favorece al consumidor final.

Por otro lado, como estrategias de venta, se tiene contar con un surtido completo de repuestos automotrices y existencias adecuadas de los mismos, también poseer en el mercado objetivo las marcas de los repuestos automotrices ofrecidos como productos de excelente calidad, así mismo promover el volumen de ventas, por medio de descuentos en fechas especiales como cumpleaños obteniendo un 10% de descuento, o si realizan compras mayores a \$1'000.000 se hará un descuento del 5%.

2.3 . Estrategia de Precio

Se efectuará constantemente estudios de incidencia de mercados a las empresas comercializadoras de autopartes, con el fin de identificar los precios de los productos de mayor rotación, de esta manera se ajustará los precios de la comercializadora, que permitan ofertar a precios iguales o más bajos de la competencia. Para ello es necesario tener en cuenta que los costos de transporte serán asumidos por la comercializadora, y que para el transporte de la mercancía se debe contratar un seguro que disminuya el riesgo de pérdida o daño de la misma, así como también es importante aclarar que el pago mercancía se debe realizar de contado los primeros seis (6) meses, y posteriormente se manejará una rotación de cartera de 30 días, con beneficios de pronto pago.

También se hará una evaluación de proveedores que brinden mayores garantías a la hora de realizar las negociaciones, de tal manera que ofrezcan grandes descuentos por volúmenes y precios altamente competitivos.

Para la estrategia de fijación de precios del producto se tendrá en cuenta aspectos importantes como lo son:

- El costo del producto y el margen de contribución, lo cual puede determinar el valor real con el que el producto sale al mercado.
- Otro factor a tener en cuenta es el precio de distribución de la competencia, el cual servirá de parámetro, en este caso sería el de la competencia indirecta nombrada en el capítulo anterior.
- Participación en el mercado, el cual posibilita la inclusión de promoción, a través de precios de penetración del mercado con base a repuestos facilitados por los proveedores.

En cuanto a la forma de pago de los productos será de contado, el cual se puede manejar en efectivo o con tarjeta. Mientras que las ventas por volúmenes, se puede manejar haciendo un estudio de crédito del cliente, y posteriormente, una rotación de cartera de 30 días acompañado de un pagare o carta de crédito aprobada por una entidad bancaria.

Por otro lado, el precio de lanzamiento en el mercado será el 10% de descuento en la primera semana, manejando pagos en efectivo y al contado.

En cuanto al punto de equilibrio total de ventas es de 331,4 unidades, las cuales se muestran discriminadamente por producto en la siguiente tabla.

Con los proveedores se buscará negociación para pagos a 30 y 60 días, con el fin de tener un tiempo de holgura y un flujo de caja adecuado para evitar incumplimientos.

Es importante aclarar que los proveedores están ubicados en la ciudad de Bogotá y en el Municipio de Villavicencio, quienes hacen la entrega de los pedidos en su respectiva bodega, lo que implica que ellos no corren con gastos de envío, por lo mismo este gasto se tiene en cuenta en la parte financiera de este proyecto y en precio final de cada uno de los productos a comercializar.

La empresa transportadora asume los riesgos de transporte una vez recibidos en bodega, sin embargo, los riesgos posibles son: Grupos al margen de la Ley (Que en el momento no están molestando) mal estado de las vías e incumpliendo en las entregas por fallas mecánicas.

Tabla 9.

Punto de equilibrio por producto

PUNTO DE EQUILIBRIO							
	CANTIDAD	PESO ESTADÍSTICO	PRECIO VENTA UNITARIO (PVU)	COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIA (MCU)	PONDERACION	PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO
1 LUBRICANTES	700	38%	\$ 12.821	\$ 10.000	\$ 2.821	\$ 1.085	127,48
2 MORDAZA	40	2%	\$ 19.231	\$ 15.000	\$ 4.231	\$ 93	7,28
3 HOJILLAS DE RESORTE	70	4%	\$ 51.282	\$ 40.000	\$ 11.282	\$ 434	12,75
4 CRUCETA PARA TRANSMISION	60	3%	\$ 64.103	\$ 50.000	\$ 14.103	\$ 465	10,93
5 RINES	30	2%	\$ 296.410	\$ 200.000	\$ 96.410	\$ 930	5,46
6 KIT DE CLUTCH	130	7%	\$ 296.410	\$ 200.000	\$ 96.410	\$ 4.029	23,67
7 RADIADORES	15	1%	\$ 307.692	\$ 240.000	\$ 67.692	\$ 558	2,73
8 LLANTAS	400	22%	\$ 448.718	\$ 350.000	\$ 98.718	\$ 21.696	72,84
9 KIT DE FRENSOS	100	5%	\$ 576.923	\$ 450.000	\$ 126.923	\$ 6.974	18,21
10 BATERIA	30	2%	\$ 624.359	\$ 487.000	\$ 137.359	\$ 2.264	5,46
11 SUSPENSION	40	2%	\$ 641.026	\$ 500.000	\$ 141.026	\$ 3.099	7,28
12 CARBURADOR	45	2%	\$ 833.333	\$ 650.000	\$ 183.333	\$ 4.533	8,20
13 CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	18	1%	\$ 897.436	\$ 700.000	\$ 197.436	\$ 1.953	3,28
14 CAJAS DE CAMBIOS	60	3%	\$ 1.538.462	\$ 1.200.000	\$ 338.462	\$ 11.158	10,93
15 TRANSMISIONES	25	1%	\$ 1.923.077	\$ 1.500.000	\$ 423.077	\$ 5.811	4,55
16 CULATAS	45	2%	\$ 1.923.077	\$ 1.500.000	\$ 423.077	\$ 10.461	8,20
17 DIRECCION HIDRAULICA	12	1%	\$ 8.974.359	\$ 7.000.000	\$ 1.974.359	\$ 13.018	2,19
TOTAL	1820	TOTAL ES	\$ 19.348.718	\$ 15.092.000			
		X TOTAL PRODUCTOS	\$ 1.138.160	\$ 887.765			
PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL EN UNIDADES		331,4	TOTAL X PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 377.236.382	\$ 377.236.382		

Fuente: Autores

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Figura. Punto de Equilibrio.



Fuente. Las Atoras.

$$PE = \frac{CT}{PVU - CVU} = \text{CANTIDADES}$$

$$PE = \frac{82.992.004}{1.138.160 - 887.765} = 331,4$$

Figura 4.

Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio que se está exponiendo corresponde al punto de equilibrio operacional con precio de venta unitario promedio y costo de venta unitario promedio, donde se requieren vender 331,4 unidades de autopartes, para lograr el punto de equilibrio correspondiente a \$377.236.382, en estas condiciones la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias, es decir los costos totales son iguales a los ingresos totales.

Sin embargo, se ha realizado el punto de equilibrio para cada uno de los productos, cálculo basado en los % de participación de cada producto y su correspondiente ponderación.

2.4 Estrategia de Promoción

De las estrategias de promoción depende gran parte de la acogida del mercado, para con la comercializadora en el municipio de Puerto Carreño, es por ello que se manejarán descuentos por volúmenes de ventas superiores a \$1'000.000 del 10% de descuento, y por pronto pago del 5% de 20- 30 días.

Además se implementaran promociones para el manejo de clientes especiales, las cuales serán informadas por correo electrónico, y confirmadas vía telefónica, para que así ellos creen un vínculo de fidelidad hacia la empresa. Situación posible gracias al manejo de una base datos de los clientes, en la cual se podrá visualizar la frecuencia de compra, monto de venta, preferencia de productos y marcas.

Dichas estrategias le permiten al proyecto un cubrimiento geográfico inicial en el municipio de Puerto Carreño, y posteriormente la oportunidad de expansión por todo en Departamento de Vichada.

Asimismo, se implementaran programas estratégicos de promoción y publicidad que permitan fortalecer la imagen de la empresa en el mercado automotriz de Puerto Carreño, dentro del programa publicitario se manejaran llaveros, blocks de notas, calendarios y calcomanías para que en el momento de presentarse una falla mecánica del vehículo automotor, el conductor o propietario del vehículo siempre tenga a la mano la forma de poderse comunicar con la empresa, recordar los productos que comercializa y servicios que ofrece, estimulando la afluencia del público.

También se hará un aviso comercial luminoso que permita resaltar el nombre de la empresa en el mercado y en la mente del cliente, facilitando el reconocimiento del punto de comercialización y la difusión de la empresa a quienes no la conocen.

A demás se imprimirá 1.000 volantes para ser repartidos en el Municipio, los cuales tendrán la información de los productos y marcas que se comercializan, los servicios que se prestan, en sectores donde haya presencia de transportadores de todo tipo de servicio. Asimismo, se contempla aparecer en las páginas amarillas del directorio telefónico de la región, y dos vallas publicitarias en ubicadas en las principales vías de Puerto Carreño, las cuales tendrán el nombre, logo y lema de la empresa.



Figura 5.

Nombre y Logo de la Empresa

2.5 Estrategia de Comunicación

El municipio dispone de medios radiales, impresos, y teledifundidos. Es por ello que para la difusión de la comercialización de los repuestos automotores, se aprovechara el voz a voz de los clientes como una estrategia eficiente y económica, asimismo será de gran ayuda las tarjetas de presentación y volantes impresos, los cuales permiten que los clientes potenciales tengan una referencia de la empresa, el uso de redes sociales es importante para el acercamiento a la población, sin incurrir en mayores gastos.

Tabla 10.

Costos de las estrategias de comunicación

Estrategia	Costo
1000 tarjetas de presentación	\$1'000.000
Pauta radial mensualidad	\$3'600.000

2.6 Estrategias de Servicio

Las estrategias de servicio van guiadas a establecer relaciones duraderas y satisfactorias con los clientes, entendiendo las necesidades demandadas, ofreciendo una atención oportuna y eficiente, y logrando la fidelización de los mismos.

En cuanto a las estrategias de garantías de repuestos automotrices, persiguen la satisfacción y confianza de los consumidores en la calidad de

productos que se distribuyen. Al lograr que el cliente perciba la garantía de los repuestos automotrices como un rasgo de diferenciación de los negocios con respecto a la competencia, se incrementará la fidelidad de la compra.

Para ello se garantizará los productos por imperfectos de fabricación, además el cliente deberá presentar la factura correspondiente al producto averiado, claro está de no se recibirán reclamos después de tres meses de haber realizado la compra.

Además, se explicará verbalmente al cliente, los límites y casos en los que el producto es garantizado, y los casos en que se pierde ese derecho. Así mismo se otorgará un certificado de garantía para aquellos productos que lo requieran, el cual debe contener la fecha de compra, los datos del comprador, detalle del producto, y las razones por las cuales se pierde la garantía. Finalmente, será necesario negociar con los proveedores de los repuestos, para que los productos con defectos sean reemplazados.

2.7 Presupuesto de la mezcla de mercados.

Tabla 11.

Mezcla de Mercados

MEZCLA DE MERCADOS	
Producto	Comercialización de Repuestos Automotores
Plaza	La plaza del producto será el municipio de Puerto Carreño, ya que este ofrece una oportunidad de inversión tentativa, al no existir competencia directa. Además de estar ubicado estratégicamente, al ser la capital del Departamento de Vichada. Para dar a conocer la comercializadora, se participara en ferias de Card audio, stunt y demás eventos del sector.
Promoción	La Promoción se manejar en primera instancia con descuentos por volúmenes de ventas, promociones especiales para clientes potenciales, y descuentos del 5% por pronto pago. Además de promociones estacionarias, en donde se obsequia la instalación de los productos que se compran.
PRECIO	Kit reparación de parabrisas \$54.000 Tapetes de alta gama para automóvil \$75.000 Llantas para automóvil o camión \$259.000 Sistema de aire acondicionado perillas \$60.000 Cinta alta temperatura \$60.000 Porta repuesto caucho \$259.000 Exploradora para carro \$100.000 Timones o volantes \$ 150.000

Tabla 12. Presupuesto de la mezcla de mercados.

Estrategias	Item	Presupuesto
Promoción	Aviso comercial luminoso de 5 m largo *1 m de alto* 25 m de ancho.	\$1'600.000
	1000 volantes	\$1'000.000
Comunicación	1000 tarjetas de presentación	\$100.000
	Pauta radial (mensualidad)	\$3'600.000
servicio	Capacitación de personal	\$500.000
TOTAL		\$6'800.000

2.8 Estrategia de aprovisionamiento

Se cuenta con proveedores reconocidos en el mercado de autopartes, capaces de ofrecer beneficios tales como políticas de pago, descuentos por volúmenes, cumplimiento con las fechas de entrega y sistema de garantías, también se les solicitara que brinden capacitación técnica a los empleados de la empresa, para que tengan un amplio conocimiento y manejo de los productos.

Mientras que para el abastecimiento del inventario, se establecerán niveles óptimos de existencias de la principales líneas de repuestos automotrices. Asimismo se tendrá un control sobre la antigüedad de los productos, control de la rotación de las piezas, para así poder establecer el momento oportuno de hacer los pedidos. Aunque los pedidos serán acordes a la capacidad financiera de la comercializadora.

2.9 Proyección De Venta

La proyección de ventas es la cantidad de ingresos que la empresa espera ganar anualmente hasta el año 2020. Esta predicción es sinónimo de una previsión de ventas, considerando un 25% de utilidad anual. Permitiendo determinar la salud de la empresa y si las tendencias de ventas estarán a la alza o a la baja.

2.10 Proyección de Venta

Tabla 13.

Proyección de Ventas.

MERCANCIA	CANTIDADES	TRANSPORTE	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2016	2017	2018	2019	2020
LUBRICANTES	700		\$ 12.500	\$ 8.974.359	\$ 9.530.141	\$ 10.120.343	\$ 10.728.872	\$ 11.290.535
MORDAZA	40		\$ 15.750	\$ 769.231	\$ 816.569	\$ 867.455	\$ 920.258	\$ 976.332
HOJILLAS DE RESORTE	70		\$ 50.000	\$ 3.559.744	\$ 3.812.056	\$ 4.045.137	\$ 4.294.659	\$ 4.556.214
CRUCETA PARA TRANSMISION	60		\$ 62.500	\$ 3.846.154	\$ 4.054.348	\$ 4.337.290	\$ 4.601.421	\$ 4.881.655
RINES	20		\$ 250.000	\$ 7.692.305	\$ 8.165.692	\$ 8.674.579	\$ 9.202.561	\$ 9.763.316
KIT DE CLUTCH	130		\$ 250.000	\$ 33.333.333	\$ 35.297.667	\$ 37.559.544	\$ 39.879.068	\$ 42.307.701
RADIADORES	15	\$ 9.000.000	\$ 300.000	\$ 4.615.355	\$ 4.901.215	\$ 5.204.745	\$ 5.521.717	\$ 5.857.955
LLANTAS	400		\$ 437.500	\$ 179.487.179	\$ 190.602.821	\$ 202.408.553	\$ 214.733.421	\$ 227.510.696
KIT DE FRENSOS	100		\$ 562.500	\$ 37.692.305	\$ 40.265.192	\$ 42.059.348	\$ 43.921.460	\$ 45.824.567
BATERIA	20		\$ 609.750	\$ 15.730.769	\$ 16.690.766	\$ 17.122.601	\$ 17.495.967	\$ 17.773.673
SUSPENSION	40		\$ 625.000	\$ 25.641.035	\$ 27.225.974	\$ 28.915.265	\$ 30.676.204	\$ 32.544.355
CARBURADOR	45		\$ 512.500	\$ 27.500.000	\$ 29.322.375	\$ 32.266.575	\$ 34.563.949	\$ 37.265.163
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	15		\$ 375.000	\$ 16.152.545	\$ 17.154.254	\$ 18.216.617	\$ 19.326.009	\$ 20.502.962
CAJAS DE CAMBIOS	60		\$ 1.500.000	\$ 92.307.692	\$ 96.024.305	\$ 104.094.953	\$ 110.424.335	\$ 117.159.757
TRANSMISIONES	25		\$ 1.575.000	\$ 45.076.923	\$ 47.054.327	\$ 49.216.121	\$ 51.517.553	\$ 54.020.722
CULATAS	45		\$ 1.575.000	\$ 66.535.462	\$ 69.597.755	\$ 72.899.019	\$ 76.432.190	\$ 80.207.300
DIRECCIO HIDRAULICA	12		\$ 1.750.000	\$ 107.692.305	\$ 114.261.692	\$ 121.444.112	\$ 128.840.055	\$ 136.655.415
TOTAL	1820	\$ 9.000.000	\$ 18.366.000	\$ 732.641.025	\$ 773.013.484	\$ 825.195.569	\$ 876.511.157	\$ 929.590.719

Fuente: Autores

2.11 Política de cartera

Se otorgará crédito a los clientes especiales quienes serán atendidos por el administrador, ellos deberán hacer compras por montos superiores a los 2'000.000, manejando con ellos una cartera de 30 días, quienes deberán llenar una solicitud de crédito, si 60 días después no han cancelado se les avisará que serán reportados en Data crédito, y que para evitarlo cuentan con 20 días para cancelar su deuda. En cambio, si la compra no supera este monto, el cliente se manejará por mostrador y el pago se hará de contado, bien sea en efectivo o con tarjeta de crédito.

3 Estudio Técnico De Operación O De Ingeniería

3.1 Operación

3.1.1 Ficha técnica del producto o servicio

Tabla 14.

Ficha técnica del producto o servicio.

<i>Ficha técnica del producto o servicio</i>	
Razón social: SOCIEDAD AUTOMOTRIZ S.A.S.	
Sector: Servicios (Autopartes).	
Logo:	
	
Lema: Repuestos Automotores	
<p>Descripción del servicio: Empresa dedicada a la comercialización de repuestos automotores, a través de un punto de venta directa, con la posibilidad de ir ampliando progresivamente la gama de productos y marcas a ofrecer en el mercado, siguiendo siempre la más estricta línea de calidad de los mismos.</p> <p>Venta directa, con un servicio de asesoría capacitada en el sector y acompañamiento en el proceso de compra. Además el manejo de cartera y promociones por volumen de compra a clientes especiales.</p>	
<p>Datos de interés general: Los repuestos o auto partes son productos de consumo masivo para el servicio transporte público, debido al continuo desgaste al que están expuestos diariamente.</p> <p>Algunos de los productos a comercializar son partes, piezas y accesorios en todo tipo de material madera, corcho, plástico, caucho, metal y/o combinaciones de estos y otros materiales para vehículos automotores y sus motores, incluso para sus carrocerías, tales como frenos, cajas de engranaje, ejes, aros de ruedas, amortiguadores, radiadores, silenciadores, tubos de escape, embragues, volantes, columnas y cajas de dirección, catalizadores y otras partes, piezas y accesorios no clasificados en otra parte.</p>	
Ubicación: Municipio de Puerto Carreño.	

Fuente: Autores

3.1.2 Estado De Desarrollo

El sector de autopartes ofrece diversidad de productos, clasificados por líneas, debido a la existencia de gamas muy complejas. Las líneas de productos que ofrecen las empresas para la venta de repuestos se clasifican de la siguiente manera:

- Líneas de parte de motor.
- Líneas de partes de suspensión.
- Líneas de partes de dirección.
- Trasmisiones (embragues).
- Partes eléctricas.
- Partes de sistemas de frenos.
- Partes del sistema de combustible.
- Partes de carrocería.
- Partes para equipos pesados.
-

Asimismo, los repuestos automotrices se clasifican en repuestos nuevos originales, nuevos no originales y repuestos usados. Este tipo de productos son estandarizados, es decir los originales o no originales son muy similares, por lo que la diferencia entre ellos radica en la calidad, duración y precio. El mercado está compuesto por empresas especializadas en una marca, productos, o por líneas de productos orientadas a segmentos específicos.

Principales autopartes:

- Bloque: Es la estructura básica del motor, en el mismo van alojados los cilindros, cigüeñal, árbol de levas, etc. Todas las demás partes del motor se montan en él. Generalmente son de fundición de hierro o aluminio. Lleva una serie de aberturas o alojamientos donde se insertan los cilindros, varillas de empuje del mecanismo de válvulas, conductos del refrigerante, los ejes de levas, apoyos de los cojinetes de bancada y en la parte superior lleva unos taladros donde se sujeta el conjunto de culata.
- Cigüeñal: Es el componente mecánico que cambia el movimiento alternativo en movimiento rotativo. Está montado en el bloque en los cojinetes principales los cuales están lubricados. El cigüeñal se puede considerar como una serie de pequeñas manivelas, una por cada pistón. El radio del cigüeñal determina la distancia que la biela y el pistón puede moverse. Dos veces este radio es la carrera del pistón.

Podemos distinguir las siguientes partes:

- Muñequillas de apoyo o de bancada.
 - Muñequillas de bielas.
 - Manivelas y contrapesos.
 - Platos y engranajes de mando.
 - Taladros de engrase.
- Muñequilla: es la parte de un eje que gira en un cojinete. Las muñequillas de bancada ocupan la línea axial del eje y se apoyan en los cojinetes de bancada del bloque. Las muñequillas de biela son excéntricas con respecto al eje del cigüeñal. Van entre los contrapesos y su excentricidad es igual a la mitad de la carrera del pistón. Por cada muñequilla de biela hay dos manivelas.
 - Culata: Es el elemento del motor que cierra los cilindros por la parte superior. Pueden ser de fundición de hierro o aluminio. Sirve de soporte para otros elementos del motor como son: Válvulas, balancines, inyectores, etc. Lleva los orificios de los tornillos de apriete entre la culata y el bloque, además de los de entrada de aire por las válvulas de admisión, salida de gases por las válvulas de escape, entrada de combustible por los inyectores, paso de varillas de empujadores del árbol de balancines, pasos de agua entre el bloque y la culata para refrigerar, etc.
 - Pistones: Es un embolo cilíndrico que sube y baja deslizándose por el interior de un cilindro del motor. Son generalmente de aluminio, cada uno tiene por lo general de dos a cuatro segmentos. El segmento superior es el de compresión, diseñado para evitar fugas de gases. El segmento inferior es el de engrase y está diseñado para limpiar las paredes del cilindro de aceite cuando el pistón realiza su carrera descendente.
 - Camisas: Son los cilindros por cuyo interior circulan los pistones. Suelen ser de hierro fundido y tienen la superficie interior endurecida por inducción y pulida.
 - Segmentos: Son piezas circulares metálicas, auto tensadas, que se montan en las ranuras de los pistones para servir de cierre hermético móvil entre la cámara de combustión y el cárter del cigüeñal. Dicho cierre lo hacen entre las paredes de las camisas y los pistones, de forma que los conjuntos de pistón y biela conviertan la expansión de los gases de combustión en trabajo útil para hacer girar el cigüeñal.
 - Bielas: Las bielas son las que conectan el pistón y el cigüeñal, transmitiendo la fuerza de uno al otro. Tienen dos casquillos para poder girar libremente alrededor del cigüeñal y del bulón que las conecta al pistón. La biela debe absorber las fuerzas dinámicas necesarias para poner el

pistón en movimiento y pararlo al principio y final de cada carrera. Asimismo la biela transmite la fuerza generada en la carrera de explosión al cigüeñal.

- **Cojinetes:** Se puede definir como un apoyo para una muñequilla. Debe ser lo suficientemente robusto para resistir los esfuerzos a que estará sometido en la carrera de explosión. Los cojinetes de bancada van lubricados a presión y llevan un orificio en su mitad superior, por el que se efectúa el suministro de aceite procedente de un conducto de lubricación del bloque.
- **Válvulas:** Las válvulas abren y cierran las lumbreras de admisión y escape en el momento oportuno de cada ciclo. La de admisión suele ser de mayor tamaño que la de escape.
- **Rotador De Válvulas:** cuyo dispositivo hace girar la válvula unos cuantos grados cada vez que ésta se abre. Tiene por objeto alargar la vida de la válvula haciendo que su desgaste sea más uniforme y reduciendo la acumulación de suciedad en la cara de la válvula y el asiento y entre el vástago y la guía.
- **Engranajes De Distribución:** Conduce los accesorios y mantienen la rotación del cigüeñal, árbol de levas, eje de leva de la bomba de inyección ejes compensadores en la relación correcta de desmultiplicación. El engranaje del cigüeñal es el engranaje motriz para todos los demás que componen el tren de distribución, por lo que deben de estar sincronizados entre sí, de forma que coincidan las marcas que llevan cada uno de ellos.
- **Bomba De Aceite:** Está localizada en el fondo del motor en el cárter del aceite. Su misión es bombear aceite para lubricar cojinetes y partes móviles del motor. La bomba es mandada por un engranaje, desde el eje de levas hace circular el aceite a través de pequeños conductos en el bloque. El flujo principal del aceite es para el cigüeñal, que tiene unos taladros que dirigen el lubricante a los cojinetes de biela y a los cojinetes principales. Aceite lubricante es también salpicado sobre las paredes del cilindro por debajo del pistón.
- **Bomba De Agua:** Es la encargada, en los motores refrigerados por líquido, de hacer circular el refrigerante a través del bloque del motor, culata, radiador etc. La circulación de refrigerante a través del radiador trasfiere el calor del motor al aire que circula entre las celdas del radiador. Un ventilador movido por el propio motor hace circular el aire a través del radiador.
- **Antivibradores:** En un motor se originan dos tipos de vibraciones, a consecuencia de las fuerzas creadas por la inercia de las piezas giratorias y

de la fuerza desarrollada en la carrera de explosión, vibraciones verticales y vibraciones torsionales.

- Amortiguadores: En todos los motores se producen las vibraciones torsionales, por la torsión momentánea debida a la fuerza desarrollada en la carrera de explosión y su recuperación en el resto del ciclo. Aunque el volante se diseña con suficiente tamaño y masa, para que su inercia mantenga un giro uniforme, absorbiendo energía en los impulsos giratorios y devolviéndola en el resto del ciclo; no evita que el cigüeñal se retuerza en esos momentos de aceleración. Por ello se utiliza otro dispositivo en el otro extremo del cigüeñal, llamado amortiguador de vibración que tiene por objeto crear una fuerza torsión al igual y de sentido contrario a la que sufre en el instante de la explosión, para que sus efectos se anulen.

Hay dos tipos de amortiguadores:

1. El primero utiliza como material amortiguador el caucho. Los cambios de par del cigüeñal son absorbidos por él y la energía es disipada en forma de calor. Por ello, una manera de comprobar si funciona bien un damper es notar si está más caliente que el resto de las piezas del motor que le rodean.
 2. El amortiguador tipo viscoso consta esencialmente de una corona pesada, alojada en una carcasa fijada a un extremo del cigüeñal, pudiéndose mover libremente dentro de ella al estar suspendida en un fluido (silicona). Esta corona tiende a oponerse a cualquier cambio súbito de velocidad, transmitiendo esta resistencia a través del fluido a la carcasa y por tanto al cigüeñal, contrarrestando o amortiguando la vibración torsional.
- Ejes Compensadores: Todos los motores de cuatro cilindros, así como los de ocho en V de 60°, por tener los brazos del cigüeñal en un mismo plano, se ven afectados de un desequilibrio inherente producido por el desplazamiento del centro de gravedad de las piezas móviles durante las cuatro carreras del pistón. Esta fuerza vibratoria vertical, que tiende a hacer saltar el motor y arrancarlo de su anclaje, podemos contrarrestarla aplicando, por medio de un dispositivo, una fuerza igual y de sentido contrario. Se utilizan unos ejes compensadores que van engranados en la distribución del motor.

3.1.3 Descripción Del Proceso

Los repuestos a comercializar son productos que vienen totalmente terminados y en su empaque original, es por ello que no es necesario realizar ninguna modificación que le agregue valor o lo transforme. Las operaciones de comercialización de autopartes serán las siguientes:

- **Compra:** una vez se hayan identificado las necesidades de abastecimiento en la comercializadora, se procederá a la realización de cotizaciones de los repuestos requeridos a los diferentes proveedores, las cuales se solicitarán por llamadas telefónicas, las cuales deberán ir acompañadas de las políticas de precios y formas de pago, y serán enviadas por correo electrónico. En cuanto estas sean recibidas, se hará la orden compra y se consignará en monto correspondiente.
- **Almacenamiento:** una vez recibido el pedido enviado por el proveedor, se procederá a revisarla, luego almacenarla según la referencia y línea de vehículos.

Venta en mostrador: esta se efectuará cuando el cliente llegue directamente a la comercializadora, en busca de satisfacer sus necesidades de tipo automotriz, se le ofrecerá la asesoría correspondiente sobre la disponibilidad, precio, y ofertas si la hay. Una vez terminada la venta, se procederá a efectuar, empaquetar y entregar la compra al cliente.

Tabla 15. Mapa de Procesos

Diagrama de flujo	Descripción de la actividad	responsable
	Elaboración del pedido al productor	Administrador
	Consignación o transferencia bancaria	Administrador o Contador
	Confirmación con los proveedores	Administrador
	Envío del pedido	Secretaria
	Recepción del pedido	Secretara y auxiliar de Bodega
	Ingreso del inventario al sistema, el cual se deberá realizar de acuerdo a la codificación asignada para cada producto	Vendedor y auxiliar de bodega
	Almacenamiento	Auxiliar de bodega
	Exhibición en vitrina	Vendedores
	Venta en mostrador	vendedores

Fuente: Autores

Tabla 16. Consumo de materias e insumos.

Materias e insumos	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Vitrina	10	\$200.000	\$2'000.000
Gabinetes de almacenamiento	10	\$350.000	\$3'500.000
Total			\$5'500.000

Fuente: Autores

Así mismo se requiere para el proceso de comercialización tres computadores en línea, una impresora multifuncional y tres impresoras de matriz de punto especiales de facturación. También son necesarios algunos equipos de comunicación, como lo son dos teléfonos de línea fija y un teléfono celular para usos generales. Además se contara con una línea de fax y servicio de internet.

Para el buen funcionamiento de la comercializadora es necesario el uso de un software que permita clasificar, organizar y controlar los inventarios, también será requerido un software contable para manejar la cartera e historiales de compras. Igualmente se recurrirán a un portafolio de servicio y catálogo de autopartes, para ofrecer un servicio completo a los clientes.

En cuanto al mantenimiento, este sería tanto para los computadores, como para las impresoras necesitaran un mantenimiento trimestral, en cuanto a formateo, antivirus, actualizaciones y recarga de cartuchos, para garantizar su buen funcionamiento, y no ver afectadas las actividades de la comercializadora por la falla de alguno de estos.

Finalmente será requerido como apoyo operativo un auxiliar contable, mecánico, administrador, contador, técnico automotriz. Quienes con sus conocimientos y experiencia participaran del buen desempeño de esta organización.

Tabla 17.

Otros insumos.

Insumos	Cantidad	Costo
Computador	3	\$6'600.000
Impresora multifuncional	3	\$700.000
Registradora	3	\$1'500.000
Total	5	\$8'800.000

Fuente: Autores

3.1.4 Necesidades y Requerimiento

Tomando como referencia el plan de ventas, se establecen las cantidades promedio de cada producto a tener como inventario por período, estos pedidos se actualizarán cada 4 meses teniendo en cuenta la frecuencia con la que los propietarios de vehículos hacen los mantenimientos.

3.2 Plan de Compras

Tabla 18.

Plan de Compras

MERCANCIA	CANTIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LUBRICANTES	700	\$ 10.000	\$ 7.000.000
MORDAZA	40	\$ 15.000	\$ 600.000
HOJILLAS DE RESORTE	70	\$ 40.000	\$ 2.800.000
CRUCETA PARA TRANSMISION	60	\$ 50.000	\$ 3.000.000
RINES	30	\$ 200.000	\$ 6.000.000
KIT DE CLUTCH	130	\$ 200.000	\$ 26.000.000
RADIADORES	15	\$ 240.000	\$ 3.600.000
LLANTAS	400	\$ 350.000	\$ 140.000.000
KIT DE FRENSOS	100	\$ 450.000	\$ 45.000.000
BATERIA	30	\$ 487.000	\$ 14.610.000
SUSPENSION	40	\$ 500.000	\$ 20.000.000
CARBURADOR	45	\$ 650.000	\$ 29.250.000
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	18	\$ 700.000	\$ 12.600.000
CAJAS DE CAMBIOS	60	\$ 1.200.000	\$ 72.000.000
TRANSMISIONES	25	\$ 1.500.000	\$ 37.500.000
CULATAS	45	\$ 1.500.000	\$ 67.500.000
DIRECCIO HIDRAULICA	12	\$ 7.000.000	\$ 84.000.000
TOTAL	1820	\$ 15.092.000	\$ 571.460.000

Fuente: Autores

El Plan de Compras es el programa de compras a realizar en un período determinado, ya sea de materias primas y materiales, productos terminados y otros. Todo esto se inicia estableciendo volúmenes o cantidades de productos a comprar, a los cuales se les aplica el precio estimado que los proveedores van a cobrar. Es por ello que este plan de compras esta hecho en basado en el plan de producción, el cual tiene un incremento anual de 4%, y está reflejado hasta al 2020.

Tabla 19. Plan de Compras 2

MERCANCIA	2016	2017	2018	2019	2020
LUBRICANTES	700	721	743	765	788
MORDAZA	40	41	42	44	45
HOJILLAS DE RESORTE	70	72	74	76	79
CRUCETA PARA TRANSMISION	60	62	64	66	68
RINES	30	31	32	33	34
KIT DE CLUTCH	130	134	138	142	146
RADIADORES	15	15	16	16	17
LLANTAS	400	412	424	437	450
KIT DE FRENOS	100	103	106	109	113
BATERIA	30	31	32	33	34
SUSPENSION	40	41	42	44	45
CARBURADOR	45	46	48	49	51
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	18	19	19	20	20
CAJAS DE CAMBIOS	60	62	64	66	68
TRANSMISIONES	25	26	27	27	28
CULATAS	45	46	48	49	51
DIRECCIO HIDRAULICA	12	12	13	13	14

Fuente: Autores

3.2.1 Costos de Producción

Los costos de producción o de operación, son los gastos necesarios para mantener el plan de negocios. Para el cual se tienen en cuenta la compra de mercancía, gastos de administración y gastos de venta anuales, con una proyección a 5 años, y un incremento de un 4% anual.

Tabla 20.

Costo de Producción

PRESUPUESTO DE COSTOS					
		3%			
COMPRA DE MERCANCIA	\$ 571.450.000	\$ 606.850.518	\$ 644.432.770	\$ 683.678.726	\$ 725.314.761
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 66.692.004	\$ 68.692.765	\$ 70.753.548	\$ 72.876.154	\$ 75.062.439
GASTOS DE VENTAS	\$ 36.587.840	\$ 37.628.475	\$ 38.616.039	\$ 39.980.521	\$ 41.179.936
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
DEPRECIACION	\$ 16.300.000	\$ 19.760.000	\$ 19.760.000	\$ 19.760.000	\$ 8.200.000
AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000
TOTAL	\$ 705.939.844	\$ 747.888.758	\$ 788.662.357	\$ 831.195.401	\$ 864.657.135

Fuente: Autores

3.3 Infraestructura (Requerimientos y Parámetros técnicos)

Este tipo de inversión está relacionada con la incorporación de más recursos en el aparato productivo de la empresa con la finalidad de aumentar la capacidad máxima de producción. La inversión en activo fijo, corresponde a compras de máquinas, equipos, infraestructura, que permita aumentar la capacidad de producción a futuro.

Tabla 21.

Inversión en activos fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Maquinaria y Equipo			
vitriñas	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
Estantería	10	\$ 350.000	\$ 3.500.000
Extractor	3	\$ 400.000	\$ 1.200.000
Aire acondicionado	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
registradora	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
computador	3	\$ 2.200.000	\$ 6.600.000
impresora	1	\$ 700.000	\$ 700.000
escritorios	3	\$ 500.000	\$ 1.500.000
sillas ejecutivas 2	6	\$ 210.000	\$ 1.260.000
Subtotal Activos			\$ 19.760.000
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 58.828.320
Gastos Preoperativos			\$ 29.500.000
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 108.088.320

Fuente: Autores

4 Estudio Organizacional

4.1 Estrategia Organizacional

Tabla 22.

Estrategia Organizacional

4.4.1. COMERCIALIZACION DE AUTOPARTES		
MATRIZ DOFA	FORTALEZAS -Innovación en cuanto a la oferta del mercado existente. -Manejo de un portafolio de productos amplio. -Servicio de postventa.	DEBILIDADES -Bajo control de la competencia indirecta. -La empresa es nueva, y por lo tanto nueva en el mercado.
OPORTUNIDADES - El mercado actual no centro con una empresa especializada en la comercialización de repuestos automotores. - La demanda es alta, porque existe un alto potencial agrícola. - Posibilidad de expandir la empresa a los demás municipios de la región. -Abrir mercados especializados de automóviles y motocicletas.	ESTRATEGIAS -El estar en constante actualización del portafolio de servicios, Permite aprovechar la demanda del mercado. -Realizar capacitaciones empleados. - Dar a conocer la empresa como una organización emprendedora e interesada en las oportunidades de crecimiento.	ESTRATEGIAS -Llegar a las grandes empresas fabricantes de nuestro producto a comercializar. -El que la empresa sea nueva se puede compensar con prestar un buen servicio al cliente, para que esta cree una buena imagen en el mercado.
AMENAZAS - Distancia geográfica del centro del país - Altos costos de fletes. - Presencia de grupos al margen de la ley.	ESTRATEGIAS -Equiparnos con nuestros propios medios de transportes. -Contar con un amplio inventario para que no se incurra en pedidos continuos, y así ahorrar en gastos de envío.	ESTRATEGIAS - la presencia de grupos al margen de la ley, será contrarrestada con la solides de la empresa y respaldada por la política de moral y ética.

Fuente: Autores

4.1.1 Organizamos de apoyo

Tabla 23.

Organismos de Apoyo

	<p>Esta organización brinda a la comercializadora, asesoría y orientación en cuanto a la formalización de la misma, con el fin de ayudar a los empresarios a elevar la productividad, calidad y competitividad de sus negocios.</p>
	<p>Organismo técnico, de carácter administrativo, adscrito al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, aquí se recibe apoyo para fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumo colombiano.</p>
	<p>Con esta entidad gremial, de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio, se recibe orientación, representación y protección de los intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.</p>
	<p>ACOPI - Asociación Colombiana De Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas: Organización gremial de Colombia que agrupa a las microempresas formales y a las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores productivos, la cual brinda a la empresa la oportunidad de vincularse a ellos.</p>

Fuente: Autores

4.2 Estructura Organizacional

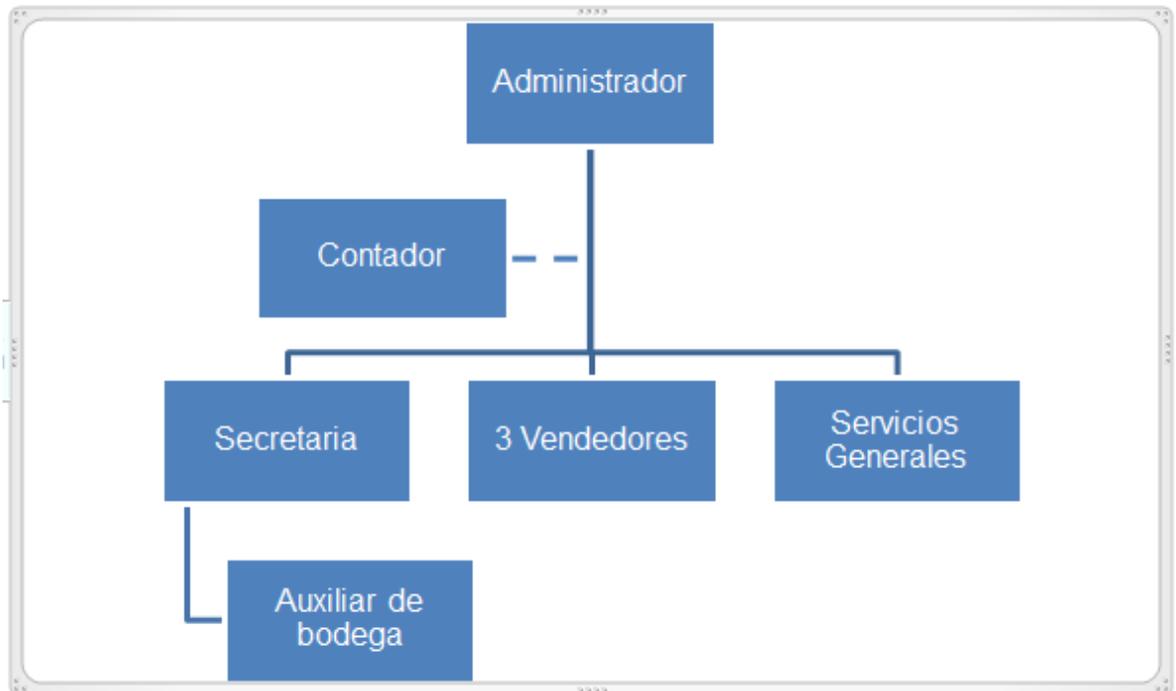


Figura 6.

Estructura Organizacional

4.2.1 Descripción técnica de los cargos

- Perfil de Cargo: Administrador.
 - Educación: profesional en carreras administrativas, industriales o afines, o su equivalente a dos años de experiencia en cargos afines.
 - Formación: área comercial, o su equivalente a dos años de experiencia en ventas. Conocimientos básicos en contabilidad o su equivalente a dos años de experiencia en temas contables.
 - Experiencia: Mínimo dos años en cargos similares en el sector automotriz o afines.

Funciones:

- Ingresar recibos de caja en el sistema.
- Reintegro de caja menor
- Generar pagos a proveedores
- Recibir la caja
- Generar comprobantes de pago
- Pago de nómina
- Atención al personal en todas sus necesidades.
- Selección de Personal-entrevistas
- Revisar rentabilidad diaria para detectar errores.
- Liderar el proceso administrativo
- Apoyar labores de la contadora
- Diligenciar los formatos del procedimiento de manejo de residuos (ambiental)
- Hacer cotizaciones, Cartas de presentación y referencias comerciales
- Realizar afiliaciones a seguridad social y parafiscales
- Promover el sostenimiento y crecimiento de la empresa
- Liderar, motivar y encauzar el recurso humano hacia la prestación de un servicio eficiente y satisfactorio para el cliente de la compañía.
- Velar por la seguridad de los colaboradores y la compañía en general.
- Participar en la planificación del Sistema de Gestión de calidad y de la empresa en general
- Mantener actualizada la documentación del proceso Administrativo y garantizar su implementación
- Identificar y documentar las acciones correctivas, preventivas y de mejora para el proceso Administrativo.

- Perfil de Cargo: Vendedor.

- Educación: Técnico o tecnólogo en carreras administrativas o industriales, o su equivalente a dos años de experiencia en cargos similares.

- Formación: Sistemas o su equivalente a 2 años de experiencia en cargos similares. Manejo de software de facturación.

- Experiencia: mínimo año en cargos similares.

Funciones:

- Atención al cliente
 - Asesoría técnica
 - Atención telefónica
 - Vender por mostrador y telefónicamente
 - Facturar crédito y contado
 - Tomar y diligenciar pedidos del cliente
 - Ofrecer y realizar las promociones existentes
 - Manejo de caja, cuadre de caja y caja menor
 - Revisión y aprobación de devoluciones
 - Ubicar mercancía en la bodega cumpliendo con las condiciones de almacenamiento establecidas
 - Realizar cobro de cartera
 - Sugerir compras
 - Realizar inventarios
 - Separar pedidos
 - Realizar entradas de mercancía al sistema
 - Revisión existencia de productos
 - Participar en la planificación del Sistema de Gestión de calidad y de la empresa en general
 - Liderar el proceso de ventas y facturación
 - Identificar y documentar las acciones correctivas, preventivas y de mejora para el proceso de ventas y facturación
 - Promover el cumplimiento de los requisitos del cliente
 - Atender, tramitar y solucionar quejas y reclamos de los clientes
 - Velar por el adecuado archivo de los registros generados en su proceso
-
- Perfil de Cargo: Secretaria
 - Educación: Técnica profesional.
 - Formación: secretaria comercial, con experiencia en manejo de computadores, manejo básico contable, archivo y recepción, inclinación al área comercial.
 - Experiencia: mínima de un año.

Funciones:

- Ejercer las funciones de secretaria.
- Asistir en deberes administrativos y de personal.

- Ejercer labores de manejo de recepción.
- Ejercer labores de atención de clientes.
- Manejo de caja menor.
- Manejo de herramientas informáticas.

- Perfil del cargo: Auxiliar de bodega

- Educación: Técnica profesional.
- Formación: Conocimiento en almacenamiento, control de inventarios.
- Experiencia: Un año en cargos similares.

Funciones:

- Responsabilidad sobre el control de inventarios de los repuestos, herramientas y equipo.
- Atención de pedidos.
- Elaboración de informes de reposición de repuestos e insumos
- Manejo básico de herramientas informáticas.
- Responder por la mercancía puesta a disposición.

4.3 Aspectos legales

4.3.1 Constitución de la empresa

El tipo de sociedad a constituir es por acción simplificada S.A.S. puesto que es una empresa pequeña, en la que los socios solo responden ante terceros solamente con los aportes sociales realizados a la empresa, además ésta clase de organización brinda más beneficios y garantías para la empresa que iniciará labores.

Esta sociedad es una modalidad asociativa cuya característica principal consiste en que los asociados tienen la facultad de pactar con mayor flexibilidad la

organización y funcionamiento del ente social, y por otra parte desaparecen muchas de las limitaciones que rigen para los tipos sociales hasta ahora existentes.

Su carácter cerrado se evidencia no sólo porque la ley prohíbe que sus acciones y demás valores se inscriban en el registro de valores o se negocien en bolsa, sino también porque su estructura y funcionamiento están previstos para que sean atractivos principalmente para asociados que se conocen y se tienen confianza mutua.

Así mismo este tipo de constitución ofrece unas ventajas a los socios como lo es que no se necesita revisor fiscal, los socios pueden ser personas naturales o jurídicas, la creación de la empresa es más ágil, los empresarios fijan las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad, no se requiere establecer una duración determinada de la misma y el objeto social puede ser determinado.

Otros aspectos jurídicos a considerar son las diligencias que se deben realizar ante Cámara y Comercio, como lo es verificar la disponibilidad del Nombre, diligenciar el formulario de Registro y Matricula y el anexo de Solicitud del NIT ante la DIAN, para luego pagar el valor de Registro y Matricula.

Mientras que ante la notaria, se debe hacer la escritura pública, la cual deberá ser presentada ante Cámara de comercio en el momento del Registro. Para este requisito es necesario tener en cuenta: todo tipo de sociedad comercial, si tienen menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse.

De igual manera ante la Dian, se debe inscribir el Registro Único Tributario- RUT, y solicitar el Número de Identificación Tributaria- NIT. Por otro lado ante la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía, se debe solicitar el Registro de Industria y Comercio y el Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad.

4.3.2 Legislación Laboral Servicio Automotriz

Los sectores de ensamble de autos y fabricación de autopartes en Colombia describen las presiones que ejerce el entorno competitivo Internacional sobre la eficiencia y la calidad.

Tabla 24.

Legislación Laboral Servicio Automotriz

Prestaciones	Valor	Definición
Cesantías artículo 249 c.s.t	Provisión mensual \$59.863	Un mes de salario por cada año de servicios y proporcionalmente por fracciones de año.
Intereses de cesantías Ley 52 de 1975	Provisión mensual \$7.184	Intereses legales del 12% anual sobre el valor de la cesantía acumulada al 31 de diciembre de cada año.
prima de servicios Art. 306 c.s.t	Provisión mensual \$59.863	Un mes de salario, pagaderos por semestre calendario así: 15 días el último día de junio y 15 días en los primeros 20 días de diciembre de cada año.
Dotación Ley 11 de 1984, art 7.	Un par de zapatos y delantal.	Se entrega a quienes devenguen hasta \$1.288.700 (2 salarios mínimos mensuales) con más de 3 meses de servicio.

Fuente: Autores

4.4 Costos Administrativos

4.4.1 Gastos De Personal

Los gastos ocasionados por concepto de la relación laboral existente de conformidad con las disposiciones legales vigentes, el reglamento interno del ente económico, pacto laboral o laudo, los cuales se describen detalladamente a continuación.

Tabla 25.

Gastos de Personal

PERSONAL											
CANT	CARGO	DIAS COTIZADOS	SUELDO	ALMLIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSION	TOTAL	ANUAL	PRESTACION E 52%	TOTAL PAGADO
1	AUXILIAR DE BODEGA	30	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 810.000	\$ 9.720.000	\$ 5.054.400	\$ 14.774.400
1	SECRETARIA AUXILIAR	30	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 810.000	\$ 9.720.000	\$ 5.054.400	\$ 14.774.400
3	VENEDORES	30	\$ 850.000	\$ 74.000	\$ 924.000	\$ 34.000	\$ 34.000	\$ 856.000	\$ 10.272.000	\$ 5.341.440	\$ 15.613.440
1	CONTADOR				\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000	\$ 6.000.000		\$ 6.000.000
1	SERVICIOS GENERALE	30	\$ 689.350	\$ 74.000	\$ 763.350	\$ 27.574	\$ 27.574	\$ 708.202	\$ 8.498.424	\$ 4.419.180	\$ 12.917.604
TOTAL			\$ 3.139.350	\$ 296.000	\$ 3.435.350	\$ 125.574	\$ 125.574	\$ 3.684.202	\$ 44.210.424	\$ 22.989.420	\$ 67.199.844
									\$ 44.210.424		\$ 131.279.689

Fuente: Autores

4.4.2 Gastos de puesta en marcha

La puesta en marcha de una empresa, requiere de una serie de trámites previos que implican ciertos gastos que debemos tener en cuenta desde antes de comenzar nuestra iniciativa emprendedora.

Tabla 26.

Gastos de puesta en marcha.

GASTOS DE ADMINISTRACION	
DESCRIPCION	AÑO
NOMINA	\$ 33.692.004
LUZ	\$ 3.000.000
AGUA	\$ 960.000
TELEFONO	\$ 2.400.000
ARRIENDO	\$ 24.000.000
PAPELERIA	\$ 1.200.000
INTERNET	\$ 1.440.000
TOTAL	\$ 66.692.004

Fuente: Autores

Tabla 27.

Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS	
NOMINA	\$ 30.387.840
PUBLICIDAD RADIO	\$ 3.600.000
PUBLICIDAD VOLANTES	\$ 1.000.000
AVISOS	\$ 1.600.000
TOTAL	\$ 36.587.840

Fuente: Autores

4.4.3 Gastos anuales de administración

A continuación, se registran los gastos administrativos estimados de forma anual, como los gastos administrativos, servicios públicos, arriendo, mantenimiento de equipos de oficina.

Tabla 28.

Gastos anuales de administración.

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
ITEM	CONCEPTO	VALOR
GASTOS LEGALES		
1	REGISTRO CAMARA DE COMERCIO	\$ 3.000.000
2	REGISTRO DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES "DIAN".	\$ 2.000.000
3	GASTOS NOTARIALES	\$ 15.000.000
4	LICENCIAS CONSTRUCCION	\$ 4.000.000
5	LICENCIAS AMBIENTALES	\$ 1.500.000
6	SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE INDUSTRIA Y COMERCIAL	\$ 1.000.000
TOTAL		\$ 26.500.000

Fuente: Autores

5 Estudio Financiero

5.1 Análisis De Los Ingresos

Tabla 29.

Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS		PRECIO DE VENTA X UNIDAD EN LOS DIFERENTES AÑOS				
PORCENTAJE DE UTILIDAD	22%					
DETALLE	2016	2.017	2018	2019	2020	
LUBRICANTES	\$ 12.821	\$ 13.218	\$ 13.628	\$ 14.037	\$ 14.458	
MORDAZA	\$ 19.231	\$ 19.827	\$ 20.442	\$ 21.055	\$ 21.686	
HOJILLAS DE RESORTE	\$ 51.282	\$ 52.872	\$ 54.511	\$ 56.146	\$ 57.831	
CRUCETA PARA TRANSMISION	\$ 64.103	\$ 66.090	\$ 68.139	\$ 70.183	\$ 72.288	
RINES	\$ 256.410	\$ 264.359	\$ 272.554	\$ 280.731	\$ 289.153	
KIT DE CLUTCH	\$ 256.410	\$ 264.359	\$ 272.554	\$ 280.731	\$ 289.153	
RADIADORES	\$ 307.692	\$ 317.231	\$ 327.065	\$ 336.877	\$ 346.983	
LLANTAS	\$ 448.718	\$ 462.628	\$ 476.970	\$ 491.279	\$ 506.017	
KIT DE FRENOS	\$ 576.923	\$ 594.808	\$ 613.247	\$ 631.644	\$ 650.593	
BATERIA	\$ 624.359	\$ 643.714	\$ 663.669	\$ 683.579	\$ 704.087	
SUSPENSION	\$ 641.026	\$ 660.897	\$ 681.385	\$ 701.827	\$ 722.882	
CARBURADOR	\$ 833.333	\$ 859.167	\$ 885.801	\$ 912.375	\$ 939.746	
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	\$ 897.436	\$ 925.256	\$ 953.939	\$ 982.558	\$ 1.012.034	
CAJAS DE CAMBIOS	\$ 1.538.462	\$ 1.586.154	\$ 1.635.325	\$ 1.684.384	\$ 1.734.916	
TRANSMISIONES	\$ 1.923.077	\$ 1.982.692	\$ 2.044.156	\$ 2.105.480	\$ 2.168.645	
CULATAS	\$ 1.923.077	\$ 1.982.692	\$ 2.044.156	\$ 2.105.480	\$ 2.168.645	
DIRECCIO HIDRAULICA	\$ 8.974.359	\$ 9.252.564	\$ 9.539.394	\$ 9.825.575	\$ 10.120.343	

Fuente: Autores

5.1.1 Fuentes de Financiación.

Tabla 30.

Fuentes de financiación

Capital	\$	32.426.496			
Periodos años		5			
tasa de interés		19,00%			
Pago		-\$10.605.090,95			
Nro	Pago	Interes	Amortización	Saldo	
0				\$ 32.426.496	
1	\$10.605.090,95	\$6.161.034,26	\$4.444.056,69	\$27.982.439,42	
2	\$10.605.090,95	\$5.316.663,49	\$5.288.427,46	\$22.694.011,95	
3	\$10.605.090,95	\$4.311.862,27	\$6.293.228,68	\$16.400.783,27	
4	\$10.605.090,95	\$3.116.148,82	\$7.488.942,13	\$ 8.911.841,14	
f	\$10.605.090,95	\$1.693.249,82	\$8.911.841,14	\$ -	

Fuente: Autores

Tabla 31.

Inversión Accionaria

INVERSION ACCIONARIA			
ACCIONISTAS	MIEMBRO	PARTICIPACION ACCIONARIA	TOTAL
ACCIONISTA 1	EIDER ANTONIO ROJAS STEVES	33%	\$ 25.220.608
ACCIONISTA 2	ANGELA YASMIN ARIZA ONOFRE	33%	\$ 25.220.608
ACCIONISTA 3	LIZETH TATIANA DIAZ GODOY	33%	\$ 25.220.608
TOTAL		100%	\$ 75.661.824
APORTES			
ACCIONISTAS (EFECTIVO)		\$	75.661.824
CREDITOS (BANCOS)		\$	32.426.496
TOTAL		\$	108.088.320

Fuente: Autores

Los \$75.661.824 que aportan los socios, están representados en acciones cada una por valor de 2.269 pesos y cada socio aporta lo correspondiente a la distribución porcentual, en partes iguales.

5.2 Análisis de los Egresos

Presupuesto de compra de materias primas, servicios e insumos, presupuesto de personal, presupuesto de otros gastos, deducciones tributarias, análisis de costos.

Tabla 32.

Costos Administrativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
ITEM	CONCEPTO	VALOR
GASTOS LEGALES		
1	REGISTRO CAMARA DE COMERCIO	\$ 3.000.000
2	REGISTRO DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES "DIAN".	\$ 2.000.000
3	GASTOS NOTARIALES	\$ 15.000.000
4	LICENCIAS CONSTRUCCION	\$ 4.000.000
5	LICENCIAS AMBIENTALES	\$ 1.500.000
6	SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE INDUSTRIA Y COMERCIAL	\$ 1.000.000
TOTAL		\$ 26.500.000

Fuente: Autores

Tabla 33.

Precio de Compra y Precio de Venta

MERCANCIA	PRECIO DE COMPRA			PRECIO DE VENTA		
	CANTIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	TRANSPORTE	PRECIO DE VENTA UNITARIO	TOTAL VENTA
LUBRICANTES	700	\$ 10.000	\$ 7.000.000		\$ 12.500	\$ 8.750.000
MORDAZA	40	\$ 15.000	\$ 600.000		\$ 18.750	\$ 750.000
HOJILLAS DE RESORTE	70	\$ 40.000	\$ 2.800.000		\$ 50.000	\$ 3.500.000
CRUCETA PARA TRANSMISION	60	\$ 50.000	\$ 3.000.000		\$ 62.500	\$ 3.750.000
RINES	30	\$ 200.000	\$ 6.000.000		\$ 250.000	\$ 7.500.000
KIT DE CLUTCH	130	\$ 200.000	\$ 26.000.000		\$ 250.000	\$ 32.500.000
RADIADORES	15	\$ 240.000	\$ 3.600.000	\$ 9.000.000	\$ 300.000	\$ 4.500.000
LLANTAS	400	\$ 350.000	\$ 140.000.000		\$ 437.500	\$ 175.000.000
KIT DE FRENSOS	100	\$ 450.000	\$ 45.000.000		\$ 562.500	\$ 56.250.000
BATERIA	30	\$ 487.000	\$ 14.610.000		\$ 608.750	\$ 18.262.500
SUSPENSION	40	\$ 500.000	\$ 20.000.000		\$ 625.000	\$ 25.000.000
CARBURADOR	45	\$ 650.000	\$ 29.250.000		\$ 812.500	\$ 36.562.500
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	18	\$ 700.000	\$ 12.600.000		\$ 875.000	\$ 15.750.000
CAJAS DE CAMBIOS	60	\$ 1.200.000	\$ 72.000.000		\$ 1.500.000	\$ 90.000.000
TRANSMISIONES	25	\$ 1.500.000	\$ 37.500.000		\$ 1.875.000	\$ 46.875.000
CULATAS	45	\$ 1.500.000	\$ 67.500.000		\$ 1.875.000	\$ 84.375.000
DIRECCIO HIDRAULICA	12	\$ 7.000.000	\$ 84.000.000		\$ 8.750.000	\$ 105.000.000
TOTAL	1820	\$ 15.092.000	\$ 571.460.000	\$ 9.000.000	\$ 18.865.000	\$ 714.325.000
						\$ 142.865.000

Fuente: Autores

Tabla 34.

Presupuesto de Compras

PRESUPUESTO DE COMPRAS					
		3,00%			
	2016	2017	2018	2019	2020
LUBRICANTES	700	721	743	765	788
MORDAZA	40	41	42	44	45
HOJILLAS DE RESORTE	70	72	74	76	79
CRUCETA PARA TRANSMISION	60	62	64	66	68
RINES	30	31	32	33	34
KIT DE CLUTCH	130	134	138	142	146
RADIADORES	15	15	16	16	17
LLANTAS	400	412	424	437	450
KIT DE FRENOS	100	103	106	109	113
BATERIA	30	31	32	33	34
SUSPENSION	40	41	42	44	45
CARBURADOR	45	46	48	49	51
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	18	19	19	20	20
CAJAS DE CAMBIOS	60	62	64	66	68
TRANSMISIONES	25	26	27	27	28
CULATAS	45	46	48	49	51
DIRECCION HIDRAULICA	12	12	13	13	14

Fuente: Autores

Tabla 35.

Personal

PERSONAL											
CANT	CARGO	DIGOS CONTRATADOS	SUELDO	ALIVIO TRANSPORTE	TOTAL DE DIGIDO	SALUD	FRIGION	TOTAL	ANUAL	PRESTACIONES EN	TOTAL PAGADO
1	AUXILIAR DE BOGGA	20	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 920.000	\$ 9.720.000	\$ 5.084.400	\$ 14.774.400
1	SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE	20	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 920.000	\$ 9.720.000	\$ 5.084.400	\$ 14.774.400
2	VENEDOR	20	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 928.000	\$ 10.272.000	\$ 5.241.440	\$ 15.613.440
1	CONDUCTOR				\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0.000	\$ 0.000.000		\$ 0.000.000
1	SERVICIOS GENERALES	20	\$ 600.000	\$ 74.000	\$ 674.000	\$ 17.074	\$ 17.074	\$ 708.200	\$ 8.498.424	\$ 4.419.180	\$ 12.917.604
	TOTAL		\$ 2.000.000	\$ 296.000	\$ 2.296.000	\$ 65.074	\$ 65.074	\$ 2.664.200	\$ 44.210.424	\$ 21.809.420	\$ 67.199.844
								\$ 44.210.424			\$ 131.279.688

Fuente: Autores

5.3 Capital del trabajo

Tabla 36.

Inversión de Capital de Trabajo

DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS NETOS	\$ 732.641.026	\$ 778.013.484	\$ 826.195.859	\$ 876.511.187	\$ 929.890.719
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 705.939.844	\$ 747.888.758	\$ 788.662.357	\$ 831.195.401	\$ 864.657.135
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 26.701.181	\$ 30.124.727	\$ 37.533.502	\$ 45.315.787	\$ 65.233.583
MAS INGRESOS NO OPERACIONALES					
MENOS EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 6.161.034	\$ 5.316.663	\$ 4.311.862	\$ 3.116.149	\$ 1.693.250
IGUAL A UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 20.540.147	\$ 24.808.063	\$ 33.221.640	\$ 42.199.638	\$ 63.540.333
MENOS PROVISION DE IMPUESTOS 33%	\$ 6.778.248	\$ 8.186.661	\$ 10.963.141	\$ 13.925.880	\$ 20.968.310
IGUAL UTILIDAD NETA	\$ 13.761.898,42	\$ 16.621.402,38	\$ 22.258.498,66	\$ 28.273.757,30	\$ 42.572.023,39
MAS DEPRECIACION	\$ 16.300.000	\$ 19.760.000	\$ 19.760.000	\$ 19.760.000	\$ 8.200.000
MAS AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000
MENOS AMORTIZACION DEL CREDITO	\$ 4.444.057	\$ 5.288.427	\$ 6.293.229	\$ 7.488.942	\$ 8.911.841
FLUJO FINANCIERO DEL PROYECTO	\$ 31.517.841,73	\$ 36.992.974,92	\$ 41.625.269,98	\$ 46.444.815,17	\$ 47.760.182,25

Fuente: Autores

Tabla 37.

Servicios Públicos

SERVICIOS PUBLICOS			
ITEM	CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
1	ENERGÍA	\$ 500.000	\$ 6.000.000
2	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 70.000	\$ 840.000
3	GAS NATURAL	\$ 30.000	\$ 360.000
4	ASEO	\$ 20.000	\$ 240.000
5	TELEFONO FIJO Y MOVIL	\$ 120.000	\$ 1.440.000
6	TV CABLE	\$ 36.000	\$ 432.000
TOTAL		\$ 776.000	\$ 9.312.000

Fuente: Autores

5.4 Modelo Financiero

Tabla 38.

Flujo de Caja

Estructura de Capital						
Capital Socios	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824
Capital Adicional Socios		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	32.426.496	32.426.496	32.426.496	32.426.496	32.426.496	32.426.496

Fuente: Autores

Tabla 39.

Estado de Resultados

FLUJO NETO DEL PROYECTO						
DESCRIPCION	2016	2.017	2018	2019	2020	
INGRESOS NETOS	\$ 732.641.026	\$ 778.013.484	\$ 826.195.859	\$ 876.511.187	\$ 929.890.719	
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 705.939.844	\$ 747.888.758	\$ 788.662.357	\$ 831.195.401	\$ 864.657.135	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 26.701.181	\$ 30.124.727	\$ 37.533.502	\$ 45.315.787	\$ 65.233.583	
MAS INGRESOS NO OPERACIONALES						
MENOS EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 6.161.034	\$ 5.316.663	\$ 4.311.862	\$ 3.116.149	\$ 1.693.250	
IGUAL A UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 20.540.147	\$ 24.808.063	\$ 33.221.640	\$ 42.199.638	\$ 63.540.333	
MENOS PROVISION DE IMPUESTOS 33%	\$ 6.778.248	\$ 8.186.661	\$ 10.963.141	\$ 13.925.880	\$ 20.968.310	
IGUAL UTILIDAD NETA	\$ 13.761.898,42	\$ 16.621.402,38	\$ 22.258.498,66	\$ 28.273.757,30	\$ 42.572.023,39	
MAS DEPRECIACION	\$ 16.300.000	\$ 19.760.000	\$ 19.760.000	\$ 19.760.000	\$ 8.200.000	
MAS AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	
MENOS AMORTIZACION DEL CREDITO	\$ 4.444.057	\$ 5.288.427	\$ 6.293.229	\$ 7.488.942	\$ 8.911.841	
FLUJO FINANCIERO DEL PROYECTO	\$ 31.517.841,73	\$ 36.992.974,92	\$ 41.625.269,98	\$ 46.444.815,17	\$ 47.760.182,25	

Fuente: Autores

Tabla 40.

Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	61.025.547	124.996.946	135.549.711	147.439.356	161.337.904	180.882.444
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	47.062.773	35.297.080	23.531.386	11.765.693	0	0
Total Activo Corriente:	108.088.320	160.294.026	159.081.098	159.205.049	161.337.904	180.882.444
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	29.500.000	59.000.000	88.500.000	118.000.000	147.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	0	52.945.619	100.008.392	141.188.318	176.485.398	205.899.631
Muebles y Enseres	0	6.608.000	11.564.000	14.868.000	16.520.000	16.520.000
Equipo de Transporte	0	0	1	3	6	10
Equipo de Oficina	0	9.200.000	16.100.000	20.700.000	23.000.000	23.000.000
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	0	98.253.619	186.672.393	265.256.321	334.005.404	392.919.641
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	108.088.320	258.547.645	345.753.491	424.461.370	495.343.308	573.802.085
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	41.090.982	38.670.603	37.045.532	35.957.967	40.166.709
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	32.426.496	58.367.693	77.823.590	90.794.169	97.279.488	97.279.488
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
PASIVO	32.426.496	99.458.675	116.494.193	127.839.721	133.237.455	137.446.197
Patrimonio						
Capital Social	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824
Reserva Legal Acumulada	0	0	8.342.715	16.194.019	23.715.384	31.015.941
Utilidades Retenidas	0	0	66.741.717	129.552.151	189.723.075	248.127.531
Utilidades del Ejercicio	0	83.427.146	78.513.042	75.213.656	73.005.569	81.550.591
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	75.661.824	159.088.970	229.259.298	296.621.649	362.105.853	436.355.888
PASIVO + PATRIMONIO	108.088.320	258.547.645	345.753.491	424.461.370	495.343.308	573.802.085

Fuente: Autores

Tabla 41.

Indicadores Financieros

TASA DE DESCUENTO (TIO)	18%
VALOR ACTUAL NETO DE LOS INGRESOS	\$ 117.149.369,16
VALOR ACTUAL NETO DE LOS EGRESOS	-\$ 108.088.320
VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 9.061.048,78
TIR	21%
RELACION BENEFICIO COSTO	1,08

Fuente: Autores

La evaluación de proyectos es el procedimiento a través del cual se comparan los resultados que se esperan obtener, como objetivos fijados previamente. La evaluación financiera se basa en los flujos de caja de una empresa a lo largo de su vida útil.

El V.P.N., es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos calculados en el flujo financiero neto.

El V.P.N., es el indicador más confiable en la evaluación financiera del proyecto, indica la ganancia o pérdida que se obtendría al invertir en un proyecto frente a las oportunidades convencionales de inversión. Para este caso el VPN es de \$9.061.048,78, teniendo una tasa de oportunidad del 18% E.A., cifra que al ser positiva indica que es rentable el ejercicio de la empresa.

En cuanto a la Tasa interna de retorno (T.I.R.), es la tasa de interés que hace el V.P.N. igual a cero, es la tasa de interés que me refleja el 63,3% de rentabilidad del dinero invertido en el proyecto. La TIR me determina el rendimiento en porcentaje del dinero invertido. El porcentaje reportado es superior a la tasa de oportunidad (10%) mostrando una rentabilidad positiva en el funcionamiento financiero de la empresa.

Tabla 42.

Indicadores Financieros 2

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas						
Inflación		3,11%	3,10%	3,10%	3,00%	3,00%
Devaluación		1,20%	1,19%	2,10%	2,30%	2,15%
IPP		3,10%	3,00%	3,10%	3,20%	3,40%
Crecimiento PIB		2,11%	2,10%	2,12%	2,20%	2,23%
DTF T.A.		6,80%	6,74%	7,00%	7,40%	7,20%
Ventas, Costos y Gastos						
Precio Por Producto						
Precio GRUPO A		35.938	37.052	38.200	39.346	40.527
Precio GRUPO B		266.667	274.933	283.456	291.960	300.719
Precio GRUPO C		558.438	575.749	593.597	611.405	629.747
Precio GRUPO D		1.062.500	1.095.438	1.129.396	1.163.278	1.198.176
Precio GRUPO E		5.210.451	5.371.975	5.538.506	5.704.661	5.875.801
Unidades Vendidas por Producto						
Unidades GRUPO A		870	888	907	927	948
Unidades GRUPO B		175	179	182	186	191
Unidades GRUPO C		570	582	594	607	621
Unidades GRUPO D		123	126	128	131	134
Unidades GRUPO E		82	84	85	87	89
Total Ventas						
Precio Promedio		524.278,1	540.530,7	557.287,2	574.005,8	591.226,0
Ventas		1.820	1.858	1.898	1.939	1.983
Ventas		954.186.149	1.004.425.004	1.057.516.097	1.113.204.895	1.172.170.245

Fuente: Autores

Tabla 43.

Indicadores Financieros 3

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversiones (Inicio Período)						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	29.500.000	29.500.000	29.500.000	29.500.000	29.500.000
Maquinaria y Equipo	0	58.828.466	58.828.466	58.828.466	58.828.466	58.828.466
Muebles y Enseres	0	8.260.000	8.260.000	8.260.000	8.260.000	8.260.000
Equipo de Transporte	0	0	1	2	3	4
Equipos de Oficina	0	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000
Semovientes pie de Cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Inversiones		108.088.466	108.088.467	108.088.468	108.088.469	108.088.470
Otros Activos						
Valor Ajustado	0	0	0	0	0	0
Estructura de Capital						
Capital Socios	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824	75.661.824
Capital Adicional Socios		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	32.426.496	32.426.496	32.426.496	32.426.496	32.426.496	32.426.496
Dividendos						
Utilidades Repartibles		0	75.084.431	137.403.455	197.244.441	255.428.088
Dividendos		10%	10%	10%	10%	10%
Dividendos		0	8.342.715	7.851.304	7.521.366	7.300.557

Fuente: Autores

Tabla 44.

Indicadores Financieros 4

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supuestos Macroeconómicos						
Variación Anual IPC		3,11%	3,10%	3,10%	3,00%	3,00%
Devaluación		1,20%	1,19%	2,10%	2,30%	2,15%
Variación PIB		2,11%	2,10%	2,12%	2,20%	2,23%
DTF ATA		6,80%	6,74%	7,00%	7,40%	7,20%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	3,1%	3,1%	3,0%	3,0%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	2,1%	2,1%	2,2%	2,2%
Variación costos de producción		N.A.	6,6%	6,5%	6,4%	6,2%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	3,1%	3,1%	3,0%	3,0%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		3,90	4,11	4,30	4,49	4,50
Prueba Acida		4	4	4	4	5
Rotación cartera (días)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotación Proveedores (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total		38,5%	33,7%	30,1%	26,9%	24,0%
Concentración Corto Plazo		0	0	0	0	0
Ebitda / Gastos Financieros		1574,3%	935,4%	739,6%	661,4%	664,4%
Ebitda / Servicio de Deuda		951,6%	541,0%	408,5%	346,3%	320,8%
Rentabilidad Operacional		14,1%	13,4%	12,9%	12,3%	13,0%
Rentabilidad Neta		8,7%	7,8%	7,1%	6,6%	7,0%
Rentabilidad Patrimonio		52,4%	34,2%	25,4%	20,2%	18,7%
Rentabilidad del Activo		32,3%	22,7%	17,7%	14,7%	14,2%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		156.029.638	125.318.937	138.862.666	151.537.165	165.211.007
Flujo de Inversión	-108.088.320	-108.088.466	-108.088.467	-108.088.468	-108.088.469	-108.088.470
Flujo de Financiación	108.088.320	16.030.227	-6.677.704	-18.884.554	-29.550.147	-37.577.997
Flujo de caja para evaluación	-108.088.320	47.941.172	17.230.470	30.774.198	43.448.696	57.122.537

Fuente: Autores

Tabla 45.

Indicadores Financieros 5

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad Neta		8,7%	7,8%	7,1%	6,6%	7,0%
Rentabilidad Patrimonio		52,4%	34,2%	25,4%	20,2%	18,7%
Rentabilidad del Activo		32,3%	22,7%	17,7%	14,7%	14,2%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		156.029.638	125.318.937	138.862.666	151.537.165	165.211.007
Flujo de Inversión	-108.088.320	-108.088.466	-108.088.467	-108.088.468	-108.088.469	-108.088.470
Flujo de Financiación	108.088.320	16.030.227	-6.677.704	-18.884.554	-29.550.147	-37.577.997
Flujo de caja para evaluación	-108.088.320	47.941.172	17.230.470	30.774.198	43.448.696	57.122.537
Flujo de caja descontado	-108.088.320	40.628.111	12.374.655	18.730.127	22.410.354	24.968.788
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor		18%				
TR (Tasa Interna de Retorno)		22,20%				
VAN (Valor actual neto)		11.023.715				
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)		2,75				
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación) en meses		2 mes				
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)		30,00%				
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)		24 mes				
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)		48 mes				

Fuente: Autores

6 Plan Operativo

6.1 Cronograma De Actividades

Tabla 46.

Cronograma de Actividades

Cronograma De Actividades		Días										
	Concepto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Conocer y adaptarnos al terreno para poner en marcha la ejecución del proyecto											
2	Contacto con el arquitecto y diseñadores de espacios											
3	Inicio de los trámites administrativos											
4	Equipamiento de las instalaciones											
5	Inauguración											
6	Adaptación al ritmo de trabajo.											
7	Correcciones de la apertura, primer chequeo del funcionamiento											

Fuente: Autores

6.2 Metas Sociales

Con la puesta en marcha de este proyecto, se espera promover la economía de los habitantes de Puerto Carreño, ya que abre oportunidades de empleo, no solo para las personas que trabajan directamente con la empresa, como lo son los empleados, administrador y demás personal; si no que también permite que lugares como talleres se vean beneficiados. Además, permite que se aproveche el potencial agrícola, ya que al tener a la mano los repuestos para su maquinaria, no tendrán que ver frenada su producción. Sin dejar de lado que este es un proyecto que promueve la creación de empresas regionales, por qué sirve como modelo de emprendimiento para las demás personas.

Asimismo, es necesario para cumplir con los compromisos sociales, enseñar e infundir a nuestros trabajadores una cultura de respeto con el medio ambiente y de que sus acciones aporten a minimizar el impacto ambiental, por lo

que se realizara capacitaciones a los empleados, relacionada con las mejores prácticas en las funciones que desempeñan en la compañía permitiendo mejorar el desempeño operativo y dar uso eficiente a los recursos.

Plan Nacional De Desarrollo

CAPÍTULO I

COMPETITIVIDAD E INFRAESTRUCTURA ESTRATÉGICAS

Artículo 8. Promoción de iniciativas juveniles. Durante el presente Plan de Desarrollo el Gobierno Nacional impulsará estrategias encaminadas a desarrollar las iniciativas sociales de los jóvenes. Para tal efecto, la Dirección del Sistema Nacional de Juventud, Colombia Joven, constituirá un banco de iniciativas encaminado al fortalecimiento de capital social, desarrollo humano y la protección de los derechos humanos de esta población.

Artículo 9. Infraestructuras Logísticas Especializadas. Las infraestructuras logísticas especializadas (ILE) podrán realizar las operaciones aduaneras que defina la DIAN, de modo que estas infraestructuras se integren a los corredores logísticos de importancia estratégica y se facilite el comercio exterior aprovechando la intermodalidad para el movimiento de mercancías desde y hacia los puertos de origen o destino.

Artículo 10. Registro Único de Facturas Electrónicas. - Créase el Registro de facturas electrónicas. Este registro será el repositorio único centralizado de todas las facturas electrónicas que circulen en el territorio nacional y permitirá la consulta de información de las mismas. Igualmente permitirá hacer la trazabilidad de las facturas electrónicas negociadas como título valor, bajo los estándares necesarios para el control del lavado de activos y garantizará la unicidad de la factura electrónica.

El Gobierno Nacional reglamentará la puesta en funcionamiento del registro único, el cual deberá garantizar que la negociación de las facturas electrónicas

como título valor se realice en condiciones de mercado y se cumplan los requisitos que permitan revestir de todos los efectos legales a cada transacción.

Parágrafo 1. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo podrá delegar en el sector privado, mediante contrato, la función de llevar el registro único. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo mediante resolución establecerá las condiciones y requisitos que deberá cumplir el contratista.

Parágrafo 2. Los costos de administración de este registro se financiarán con una contraprestación a cargo de quien solicite el registro y a favor del administrador, la cual será determinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tomando como referencia los costos de administración e inversión necesarios para la puesta en operación, mantenimiento y continuidad del servicio. El monto de esta contraprestación será actualizado anualmente.

Artículo 71. Recursos para los procesos de administración y liquidación de las Empresas Sociales del Estado. Para lograr la estabilización y/o saneamiento de las Empresas Sociales del Estado (ESE) que se encuentran en medidas de intervención para administrar por parte de la Superintendencia Nacional de Salud, así como para los procesos de liquidación de estas Empresas, se podrán usar, además de los recursos del FONSAET, los previstos por la Ley para la financiación de los programas de saneamiento fiscal y financiero de las ESE categorizadas en riesgo medio o alto. Para tal efecto, la entidad territorial deberá acreditar la disposición de recursos suficientes para financiar los subsidios para la garantía del aseguramiento a su cargo.

Artículo 72. Política nacional de trabajo decente. El Gobierno Nacional bajo la coordinación del Ministerio del Trabajo, adoptará la política nacional de trabajo decente, para promover la generación de empleo, la formalización laboral y la protección de los trabajadores. Las entidades territoriales formularán políticas de trabajo decente en sus planes de desarrollo, en concordancia con los lineamientos que expida el Ministerio del Trabajo. El Gobierno Nacional también fijará las reglas para garantizar que las empresas cumplan plenamente las normas laborales en los procesos de tercerización.

Artículo 175. Regiones con características especiales de transporte. Con el objeto de formalizar la prestación del servicio público de transporte de pasajeros y garantizar las condiciones de seguridad y accesibilidad del mismo, créanse las Zonas Estratégicas para el Transporte – ZET, constituidas por un municipio y/o grupos de municipios de las zonas de frontera, donde no exista Sistema de

Transporte Masivo, Sistema Integrados de Transporte Público o Sistema Estratégico de Transporte Público, cuya extensión geográfica será determinada por el Gobierno Nacional. El Gobierno Nacional y los Gobiernos Locales, en forma coordinada, podrán expedir reglamentos de carácter especial y transitorio en materia de 69 servicio público de transporte con aplicación exclusiva en las Zonas Estratégicas para el Transporte – ZET – tendientes a cumplir las finalidades antes mencionadas.

6.2.1 Plan Regional De Desarrollo

En el Plan de Desarrollo Departamental del Vichada, 2012- 2015 "Gobierno de Todos", contempla políticas regionales, orientadas a promover el crecimiento económico, sociocultural, logístico. Para su desarrollo se apoyan de estrategias que cuales las impulsan los siguientes aspectos:

1. Igualdad de oportunidades para todos los habitantes, sin discriminación alguna de género, raza, cultura, política u otra.
2. Impulso al desarrollo socioeconómico de las provincias y ciudades intermedias.
3. Promoción de las expresiones culturales de la Región.
4. Reforma de los sistemas de atención de la salud en la Región.
5. Acceso al empleo con ingresos dignos que satisface las necesidades de desarrollo humano en la familia, sin diferencia de género.
6. Fortalecimiento de las MYPES.
7. Competitividad y posicionamiento económico comercial.
8. Integración regional y macro regional para la realización de proyectos Macro-regionales.
9. Impulsar la investigación aplicada, la tecnología y el uso de las TICS.
10. Explotación y manejo sostenible y responsable de los recursos mineros cuidando y preservando el ambiente.
11. Conservación y aprovechamiento sostenible del ambiente, sus componentes y los recursos naturales.
12. Promover el uso de tecnología de la información y comunicación en el marco de los conceptos de Gobierno Electrónico.
13. Fortalecimiento de la descentralización como instrumento de desarrollo.
14. Promover el uso adecuado de suelos públicos, sociales y ecológicos orientados a consolidar el ordenamiento territorial, acondicionamiento territorial, desarrollo urbano, ambiente y seguridad física.

6.2.2 *Cluster O Cadena Productiva*

Si bien los clientes compran como producto final sus vehículos, de una u otra forma también los repuestos y accesorios, ya sea de forma directa o indirecta. Ahora, estas ventas de partes del vehículo conforman el mercado de reposición o autopartes, el cual suman gran importancia en la industria autopartistas.

Dentro de la cadena de valor de este sector, se puede observar a los autopartistas fabricantes de partes individuales o subconjuntos, los autopartistas de conjuntos (algunos de los cuales son a su vez propiedad de las terminales), las terminales automotrices, la red de distribución y servicios (que incluye tanto la red de concesionarios de las terminales afectados a la venta de vehículos, como de repuestos a través de sus servicios de mantenimiento y reparación), la red de reposición externa a las terminales con la venta de partes y de servicios de mantenimiento y reparación, comercialización y finalmente el cliente final. Esta red es alimentada a su vez por los proveedores de insumos, materias primas, bienes de capital y también servicios.

Este proyecto hace parte de la cadena de valor en la fase de comercialización, conformada por la compra a proveedores, servicio al cliente, venta, marketing, montaje y puesta en marcha.

6.2.3 *Empleo*

Este plan de negocio pretende generar once empleos directos, en los cargos de administrador, contador, secretaria, tres vendedores, servicios generales, auxiliar de bodega, tal y como se puede ver en la estructura organizacional de la empresa. El pago del salario se habrá cumplido el mes de laborar, el cual comenzará el primer día en que la empresa inicie sus actividades.

6.2.4 Emprendedores

Tabla 47.

Inversión Accionaria y Aportes.

INVERSION ACCIONARIA			
ACCIONISTAS	MIEMBRO	PARTICIPACION ACCIONARIA	TOTAL
ACCIONISTA 1	EIDER ANTONIO ROJAS STEVES	33%	\$ 25.220.608
ACCIONISTA 2	ANGELA YASMIN ARIZA ONOFRE	33%	\$ 25.220.608
ACCIONISTA 3	LIZETH TATIANA DIAZ GODOY	33%	\$ 25.220.608
TOTAL		100%	\$ 75.661.824
APORTES			
ACCIONISTAS (EFECTIVO)		\$	75.661.824
CREDITOS (BANCOS)		\$	32.426.496
TOTAL		\$	108.088.320

Fuente: Autores

7 Impacto Económico, Regional, Social Y Ambiental

- *Impacto Económico*

Se contribuye a la prosperidad de la región generando un crecimiento social, profesional, económico y ambiental en el municipio donde se va a operar. A través de generación de empleos directos e indirectos, medidas responsables con el medio ambiente, suministro de infraestructura sustentable y servicios.

- *Impacto Regional*

La creación de nuevas empresas en el municipio de puerto Carreño, promueve el emprendimiento, apoya al capital humano y da sustento principalmente a las familias de la región. Al mismo tiempo diversifica el mercado, dinamiza la economía e impulsa a la creación de nuevas ideas de negocio.

- *Impacto Social*

La responsabilidad social empresarial de la comercializadora, se concentra en identificar y potenciar el papel social de la empresa desde su quehacer propio, consciente de que tienen unas funciones básicas y fundamentales de cara a la sociedad. Sus funciones no se centran en cuestiones externas o complementarias a su quehacer propio, sino en el ejercicio de su actividad empresarial principal. Tales responsabilidades son:

1. Las empresas, en tanto que son productoras o comercializadoras de bienes y servicios, tienen la responsabilidad de administrar los recursos escasos de la sociedad para lograr el óptimo en cuanto a satisfacción de sus necesidades.
2. En su esencia, las empresas son agentes clave en el proceso de generación de riqueza y en su distribución primaria, de manera que los

problemas de pobreza y de equidad en la distribución no son ajenos al aparato empresarial, y su contribución es fundamental.

3. Las empresas son organizaciones sociales en las que los individuos interactúan de cara a un proyecto común. El que esas "micro sociedades" sean verdaderos escenarios para el desarrollo de sus colaboradores y fuentes de bienestar integral para ellos y sus familias es otro frente inexorable de la relación de las empresas con la sociedad.

- *Impacto ambiental*

Se es consciente de que el sector de autopartes presenta una generación de residuos sólidos muy alta, representada en los repuestos y accesorios cambiados, además de papeles, plásticos y cartones, que son los elementos de empaque y que brindan protección a los accesorios.

Es por ello que como compromiso ambiental que se requiere acogerse a las prácticas del Manejo Integral de los Residuos Sólidos, al interior de la organización como algo natural que no compita con las labores y procesos cotidianos, y reducir la cantidad de residuos sólidos aprovechables que llegan a los rellenos sanitarios, ampliar el tiempo de vida de algunos repuestos y accesorios aprovechando bien sea su estructura para el mismo fin o para otro.

Por tal razón la empresa en cada uno de sus procesos va a llevar un manejo integral de sus residuos, de la siguiente manera:

- Compra de accesorios o repuestos nuevos y usados: La generación de residuos en este proceso es baja, fundamentalmente se presentan residuos aprovechables como el papel archivo y residuos orgánicos e inertes como resultado de las actividades de los trabajadores y clientes de la organización.
- Almacenamiento de accesorios o repuestos: En cuanto a la generación de residuos en esta etapa es normal encontrar estibas, guacales, cartón, plástico, trozos de icopor o chitos, películas metalizadas y papel picado

utilizados para la protección de las piezas, zuncho metálico o plástico, cinta adhesiva y ganchos o clavos metálicos utilizados como medio de amarre.

- Ubicación de repuestos y accesorios en estanterías: La puesta en estantes es un paso intermedio que la organización utiliza para la exhibición de sus inventarios. En algunos casos es necesaria la limpieza de las piezas nuevas, así como las re manufacturadas con un paño limpio y en ocasiones con mezclas de soluciones solventes o lubricantes como thinner/ gasolina, aceite lubricante, etc. Esta etapa puede llegar a convertirse en un punto crítico por la generación de residuos peligrosos y residuos no aprovechables debido a la utilización de paños o estopas impregnados de solventes, aceites o grasas.
- La venta de repuestos y accesorios es un procedimiento netamente administrativo que no genera mayores cantidades de residuos desde el punto de vista del subsector y corresponde al proceso de hacer la solicitud de la pieza, su entrega al usuario y la recepción del dinero.

8 Resumen Ejecutivo

Este plan de negocios estudia la factibilidad de la puesta en marcha de La Sociedad Automotriz S.A.S., empresa dedicada a la comercialización de repuestos automotores, a través de un punto de venta directa en el Municipio de Puerto Carreño, con la posibilidad de ir ampliando progresivamente la gama de productos y marcas a ofrecer en el mercado, siguiendo siempre la más estricta línea de calidad de los mismos.

Algunos de los productos a comercializar son partes, piezas y accesorios en todo tipo de material madera, corcho, plástico, caucho, metal y/o combinaciones de estos y otros materiales para vehículos automotores y sus motores, incluso para sus carrocerías, tales como frenos, cajas de engranaje, ejes, aros de ruedas, amortiguadores, radiadores, silenciadores, tubos de escape, embragues, volantes, columnas y cajas de dirección, catalizadores y otras partes, piezas y accesorios no clasificados en otra parte.

Este negocio contempla como mercado objetivo a la comercialización de repuestos automotores del Municipio de Puerto Carreño, enfocado a personas mayores de 18 años que mantienen unos ingresos y ocupación variados, siendo ellos propietarios de vehículos livianos o pesados, que se preocupan por la calidad, accesibilidad y para quienes es muy importante su tiempo. Según la secretaria de movilidad de la región se encuentran registrados 5794 vehículos.

En cuanto a la competencia local, el Municipio de Puerto Carreño- Vichada no cuenta con una empresa que se dedique exclusivamente a la comercialización de repuestos automotores. Pero existe una competencia indirecta, que son seis negocios entre ellos distribuidores de lubricantes, talleres y estaciones de servicio, los cuales alternos a su razón social, comercializan repuestos, claro está que no cuentan con su portafolio de productos y servicio es limitado, lo que implica demora en los tiempos de entrega de los productos que no se encuentran disponibles en inventario, además de incurrir en mayores costos.

Este proyecto requiere una inversión de \$108'088.320, los cuales están destinados a gastos legales, compra de maquinaria y equipo, inventarios, gastos

de administración y nómina. De dicha inversión, el 30% sería financiado con una solicitud de crédito bancaria, y el 70% restante se cubrirá con los aportes de los accionistas. En cuanto a la tasa interna de retorno es de 21%, con una relación costo beneficio de 1,08%, y una tasa de descuento de 18%.

Ahora bien, el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, será cuando el volumen de ventas sea de 331,4 unidades, que sería la suma del punto de equilibrio de cada uno de los repuestos a comercializar.

Considerando los problemas existentes de oferta en el Municipio de Puerto Carreño, este plan de negocios es una propuesta comercial asertiva ante la fuerte demanda automotriz que hay en la región, brindado la oportunidad comercial, no solo de atender este mercado, si no de expandir los puntos de comercialización por todo el Departamento del Vichada y sus regiones aledañas. Finalmente, la proyección de ventas está proyectada al 2020, de la siguiente forma:

Tabla 48.

Proyección de Ventas al 2020

MERCANCIA	CANTIDADES	TRANSPORTE	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2016	2017	2018	2019	2020
LUBRICANTES	700		\$ 12.500	\$ 8.974.359	\$ 9.530.141	\$ 10.120.343	\$ 10.736.672	\$ 11.390.535
MORDAZA	40		\$ 18.750	\$ 769.231	\$ 816.889	\$ 867.458	\$ 920.286	\$ 976.332
HOJILLAS DE RESORTE	70		\$ 50.000	\$ 3.589.744	\$ 3.812.056	\$ 4.048.137	\$ 4.294.669	\$ 4.556.214
CRUCETA PARA TRANSMISION	60		\$ 62.500	\$ 3.846.154	\$ 4.084.346	\$ 4.337.290	\$ 4.601.431	\$ 4.881.658
RINES	30		\$ 250.000	\$ 7.692.308	\$ 8.168.692	\$ 8.674.579	\$ 9.202.861	\$ 9.763.316
KIT DE CLUTCH	130		\$ 250.000	\$ 33.333.333	\$ 35.397.667	\$ 37.589.844	\$ 39.879.066	\$ 42.307.701
RADIADORES	15	\$ 9.000.000	\$ 300.000	\$ 4.615.385	\$ 4.901.215	\$ 5.204.748	\$ 5.521.717	\$ 5.857.989
LLANTAS	400		\$ 437.500	\$ 179.487.179	\$ 190.602.821	\$ 202.406.853	\$ 214.733.431	\$ 227.810.696
KIT DE FRENOS	100		\$ 562.500	\$ 57.692.308	\$ 61.265.192	\$ 65.059.346	\$ 69.021.460	\$ 73.224.867
BATERIA	30		\$ 608.750	\$ 18.730.769	\$ 19.890.766	\$ 21.122.601	\$ 22.408.967	\$ 23.773.673
SUSPENSION	40		\$ 625.000	\$ 25.641.026	\$ 27.228.974	\$ 28.915.265	\$ 30.676.204	\$ 32.544.385
CARBURADOR	45		\$ 812.500	\$ 37.500.000	\$ 39.822.375	\$ 42.288.575	\$ 44.863.949	\$ 47.596.163
CAJA DE DIRECCION HIDRAULICA	18		\$ 875.000	\$ 16.153.846	\$ 17.154.254	\$ 18.216.617	\$ 19.326.009	\$ 20.502.963
CAJAS DE CAMBIOS	60		\$ 1.500.000	\$ 92.307.692	\$ 98.024.308	\$ 104.094.953	\$ 110.434.336	\$ 117.159.787
TRANSMISIONES	25		\$ 1.875.000	\$ 48.076.923	\$ 51.054.327	\$ 54.216.121	\$ 57.517.883	\$ 61.020.722
CULATAS	45		\$ 1.875.000	\$ 86.538.462	\$ 91.897.788	\$ 97.589.019	\$ 103.532.190	\$ 109.837.300
DIRECCIO HIDRAULICA	12		\$ 8.750.000	\$ 107.692.308	\$ 114.361.692	\$ 121.444.112	\$ 128.840.058	\$ 136.686.418
TOTAL	1820	\$ 9.000.000	\$ 18.865.000	\$ 732.641.026	\$ 778.013.484	\$ 826.195.859	\$ 876.511.187	\$ 929.890.719

Fuente: Autores

Bibliografía

- *Departamento del Vichada – Oportunidades para todos.* 2013. ASORINOQUIA. Disponible en: http://www.asorinoquia.org/sites/default/files/presentacion_vichada_v3.pdf
- *Carreteras para la competitividad de los Llanos Orientales.* 2015. AGENCIA nacional de infraestructura. Disponible en: http://www.asorinoquia.org/sites/default/files/ani_-_presentacion_villavicencio_expogestion_-_septiembre_2015_1.pdf
- Unidades vendidas cálculos Econometría SA con base en cifras reportadas por las empresas, estadísticas de la DIAN y sobordos de importación en BBVA (2014). Valor de ventas DANE, cálculos FEDESARROLLO
- *Visión general del sector.* 2015. ANDEMOS. Disponible en: <http://andemos.org/categoria.php?c=14&sub=20>
- *Importancia económica del sector automotor en Colombia.* 2014. FEDESARROLLO. Disponible en: http://andemos.org/img/09-11-2015_13:46:09.pdf
- *Perfil sectorial de la industria automotriz.* PROCOLOMBIA. 2014. Disponible en: <http://www.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20Sectorial%20-%20Industria%20Automotriz.pdf>
- *Sector de autopartes.* 2014 .ANDI .Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau>
- *Informe de importaciones.* 2014. ASOPARTES. Disponible en: http://www.asopartes.com/index.php?option=com_jdownloads&view=download&id=118:informe-de-importaciones-mes-de-octubre-2015&catid=30&Itemid=405&lang=es
- *Importancia económica del sector automotor en Colombia.* 2014. FEDESARROLLO. Disponible en: http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/977/1/Repor_Julio_2014_Reina_y_Oviedo.pdf
- *Visor verificado PPO del 2005-2020.* 2015. DANE. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>
- *Información general del Municipio de Puerto Carreño.* ALCALDIA DE PUERTO CARREÑO- VICHADA. Disponible en: http://www.puertocarreno-vichada.gov.co/informacion_general.shtml

Apéndice

ANEXO 1.

Modelo de encuesta.

ENCUESTA

Esta encuesta va dirigida a las personas dueñas y conductores de vehículos en el municipio de Puerto Carreño – Vichada.

1. ¿Qué clase de vehículo posee?
 - Automóvil
 - Camioneta
 - Taxi
 - Buseteta
 - Camión
 - Volqueta

2. ¿Cuántos vehículos posee?
 - 1
 - 2
 - 3

3. ¿Qué marcas de vehículos tiene?
 - Toyota
 - Mazda
 - Chevrolet
 - Hyundai
 - Ford
 - Otro, ¿Cuál? _____

4. ¿Con que periodicidad realiza mantenimiento a su vehículo?
 - 1 a 6 Meses
 - 6 a 12 Meses
 - Más del año

5. ¿Al comprar repuestos los prefiere?
 - Genérico

- Original

6. ¿Cuándo necesita usted un repuesto lo obtiene oportunamente?

- Sí
- No
- Algunas veces

7. ¿Cómo obtiene usted los repuestos?

- Almacén local
- Fuera de la ciudad

8. Si existiera un almacén en el municipio de Puerto Carreño. Dedicado a la distribución de repuestos. ¿Usted compraría en este almacén con precios favorables y marcas garantizadas?

- Sí
- No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

Graficas de la encuesta

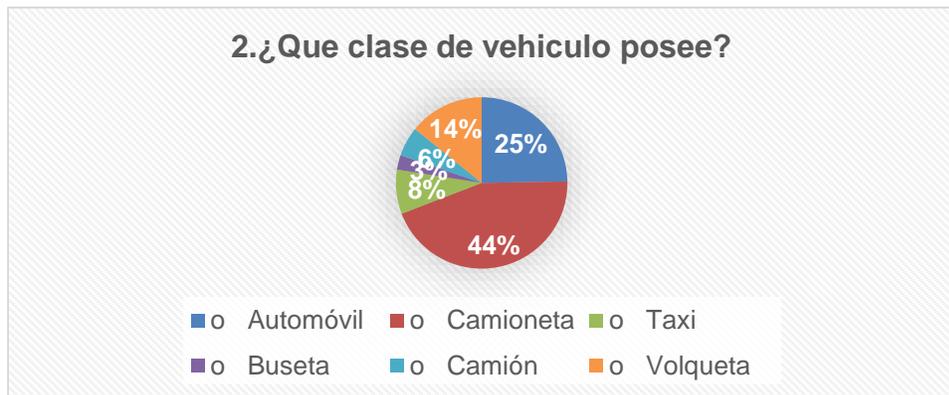
Grafica 1.

Pregunta 1: ¿Cuántos vehículos posee?



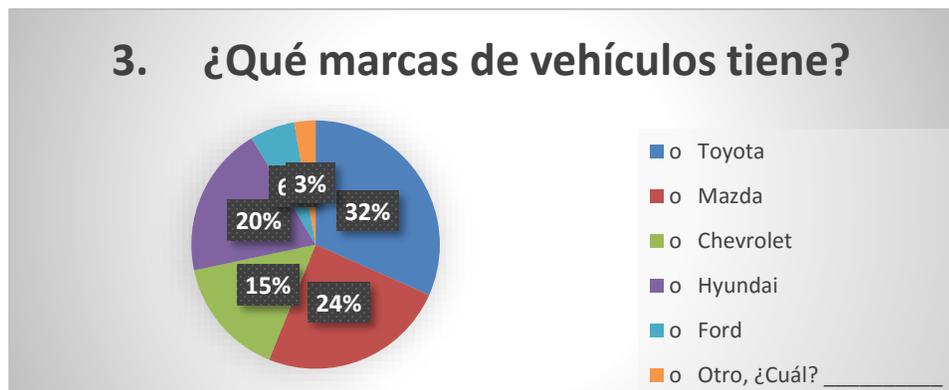
Grafica 2.

Pregunta 2: ¿Qué clase de vehículo posee?



Grafica 3.

Pregunta 3: ¿Qué marcas de vehículos tiene?



Grafica 4.

Pregunta 4: ¿Con que periodicidad realiza el mantenimiento de su vehículo?



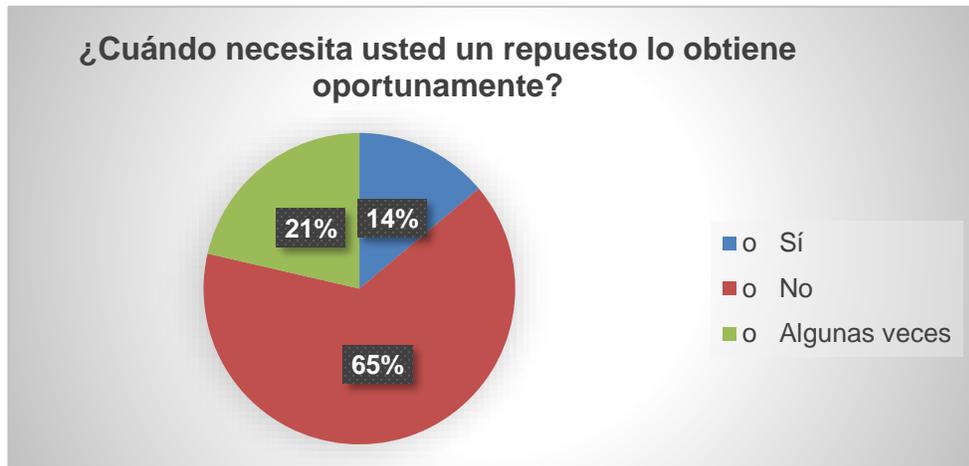
Grafica 5.

Pregunta 5: ¿Al comprar repuestos los prefiere?



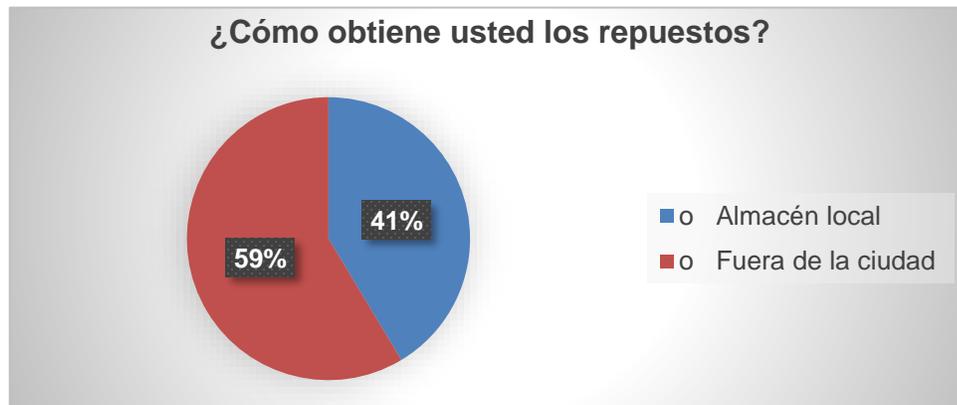
Grafica 6.

Pregunta 6: ¿Cuándo necesita usted un repuesto lo obtiene oportunamente?



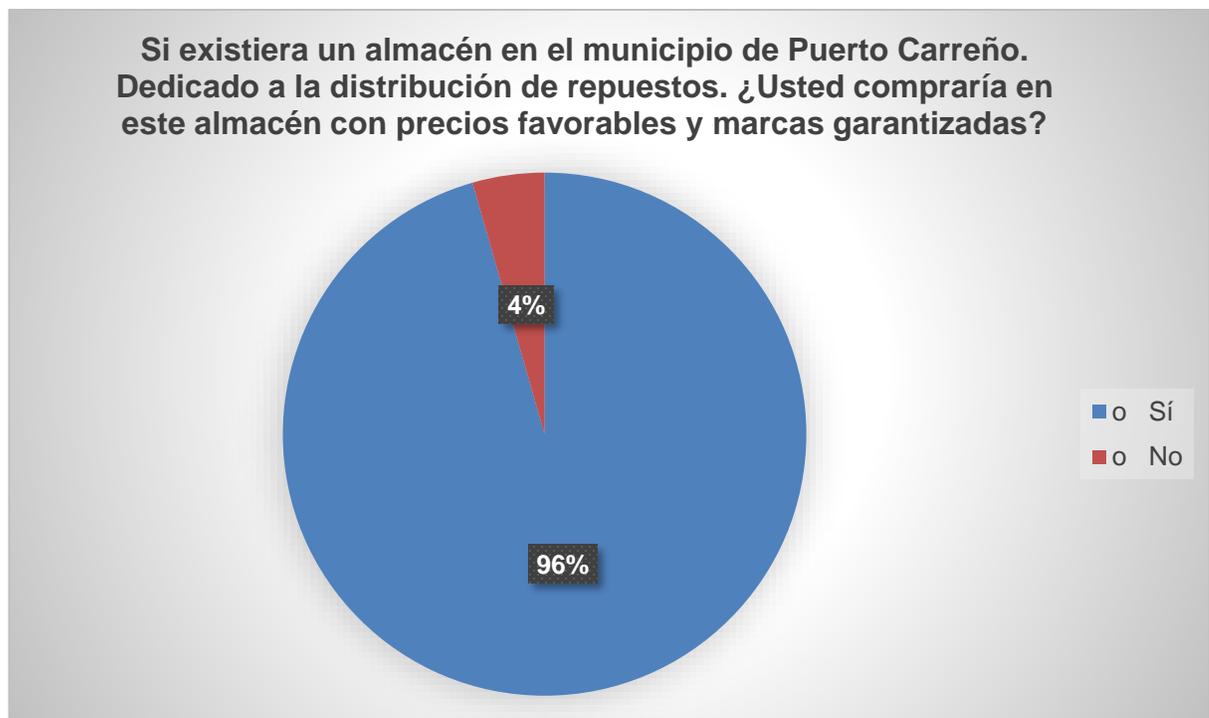
Grafica 7.

Pregunta 7: ¿Cómo obtiene usted los repuestos?



Grafica 8.

Pregunta 8: Si existiera un almacén en el municipio de Puerto Carreño. Dedicado a la distribución de repuestos. ¿Usted compraría en este almacén con precios favorables y marcas garantizadas?



Cotizaciones

Comercializadora
 **Coliantas S.A.S.**

NIT. 900.609.933-7

ORDEN DE PEDIDO No.
COTIZACIÓN No.

1526

Razón Social: SOCIEDAD AUTOMOTRIZ SAS - C.C. o NIT.: _____

Dirección: _____ - Teléfono: _____

CANT	DESCRIPCION	VALOR
1	TORNILLO 5/16 X 1	\$ 200
1	TUERCA 5/16 RF	\$ 150
1	ARANDELA 5/16	\$ 250
1	JUEGO DE PLUMILLAS 20" BOSCH	\$ 17.000
1	TORNILLO CARDA	\$ 10.200
1	VALVULINA GULF 80W90 CUARTOS	\$ 12.500
1	ENCAMIZADA DE CUPLIN	\$ 41.000
1	ABRAZADERA PLASTICA 7,2 X 16"	\$ 600
1	EMPAQUE TAPA TRANSMISION	\$ 11.000
1	PERNO	\$ 5.000
1	TUERCAS DE LUJO	\$ 2.500
1	KIT DE RODAMIENTO DE LOS EJE TRASEROS	\$ 237.000
1	D/M TRANSMISION	\$ 150.000
1	TRANSMISION	\$ 1.988.000
1	SELLOS	\$ 12.500
1	ACEITE MOBIL 15W40 x DIP	\$ 15.080
1	ALINEACION	\$ 32.000
1	ENGRASE	\$ 10.000
1	ALINEACION	\$ 32.000
1	FILTRO ACEITE PARTMO CHEVROLET, TOYOTA, FORD	\$ 7.000
1	FILTRO DE AIRE TOYOTA, HILUX, MAZDA	\$ 19.500
1	ACEITE CHEVRON SUPREME 20W50 GL	\$ 49.000
1	ACEITE CHEVRON SUPREME 20W50 C	\$ 16.000
1	SOLICONA LOCTITE GREY 50 ML	\$ 13.500
TOTAL		\$ 2.681.980

Comercializadora
***C*llantas S.A.S.**

NIT. 900.609.933-7

ORDEN DE PEDIDO No.
COTIZACIÓN No.

1526

Razón Social: SOCIEDAD AUTOMOTRIZ SAS - C.C. o NIT.: _____

Dirección: _____ - Teléfono: _____

CANT	DESCRIPCION	VALOR
1	LIQUIDO DE FRENOS DOT-4 800CC X 12	\$ 14.655
1	RETENEDOR SPEED TRAS	\$ 20.690
1	BUJE TIJERA SUPERIOR	\$ 57.000
1	BUJE TIJERA INFERIOR	\$ 63.000
1	BUJE TIJERA GRANDE	\$ 71.000
1	FORROS SILLAS Y ALFOMBRAS	\$ 224.000
1	DESMACHADOR	\$ 7.000
1	INTERRUPTOR LUZ REVERSA	\$ 124.000
1	VALVULINA SPIRAX 140 x C	\$ 22.040
1	RODILLO TRASERO	\$ 160.000
1	ANILLO EJE TRASERO	\$ 46.700
1	RETENEN INTERNO	\$ 24.700
1	PASO RUEDAS	\$ 60.000
1	SOPORTE AMORTIGUADOR	\$ 6.700
1	AMORTIGUADOR DELANTERO	\$ 240.000
1	BALANCEO	\$ 14.000
1	KIT DE PREFILTRO	\$ 26.700
1	BUJIAS	\$ 19.500
1	FILTRO GASOLINA TOYOTA HILUX	\$ 20.000
1	LIMPIADOR PARTE FRENOS	\$ 12.000
1	BOMBILLOS	\$ 5.000
1	DISCO FRENOS VIGO	\$ 174.000
1	TAPIZADO BOMPER TRASERO	\$ 107.000
1	CAUCHO BARRA ESTABILIZADOR	\$ 14.000
	TOTAL	\$ 1.533.685

Comercializadora

Ilantás S.A.S.

NIT. 900.609.933-7

ORDEN DE PEDIDO No.

1526

COTIZACIÓN No.

Razón Social: SOCIEDAD AUTOMOTRIZ SAS - C.C. o NIT.: _____

Dirección: _____ - Teléfono: _____

CANT	DESCRIPCION	VALOR
1	STOP COMPLETO MAZDA	\$ 185.000
1	INTERRUPTOR CONTROL ESPEJOS	\$ 75.000
1	PANORAMICO	\$ 282.000
1	PIÑON VELOCIMETRO	\$ 82.000
1	ABRAZADERA METALICAS 5"	\$ 13.500
1	ACEITE MOBIL SUPER 1000 20W50 X C	\$ 19.500
1	TERMOTASTO	\$ 56.000
1	TUBO AGUA REFRIGERACION MOTOR	\$ 196.700
1	JUEGO DE MICROFILTRO	\$ 14.200
1	LIMPIA CONTACTOS	\$ 13.800
1	MICROFILTRO DE INYECTOR	\$ 4.000
1	ORRING	\$ 2.200
1	KIT DE EMBRAGUE	\$ 702.000
1	FILTRO GASOLINA LP-420	\$ 15.000
1	BALINERA ESPECIAL	\$ 28.000
1	JUEGO DE PASTILLAS FRENO	\$ 64.000
1	RETEN RUEDA DEL	\$ 26.000
1	ACEITE HAVOLINE SUPREME 20W50GL	\$ 38.000
1	ACEITE HAVOLINE SUPREME 20W50 C	\$ 14.600
1	PARCHE RAC10 75x55 VIPAL	\$ 3.200
1	CORREA	\$ 16.200
1	JUEGO CHUPAS	\$ 7.400
1	AGUA BATERIA	\$ 850
1	JUEGO DE BANDA FRENO	\$ 101.600
	TOTAL	\$ 1.960.750

ALMACEN Servitodo Eléctrico

Victor Castro A.

NIT. 3.298.893 Vicio

REGIMEN SIMPLIFICADO

Baterías, Dínamos, Arranques, Pilos, Alternadores

Carrera 38 No. 25 - 58 Barrio 7 de Agosto - Tel. 631276

Medio cuadra arriba de la Registraduría Vicio

Fecha: Mayo 10 2016	COTIZACION
Señor: Sociedad Automotriz SAS.	Nº 359
Vehículo	

CANT.	DETALLE	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
1	Camara Hundaj		45.000
1	Camara Toyota		70.000
1	Camara Ch. B60		70.000
1	Switch luces perenne.		25.000
1	Regulador de Auto		100.000
1	Relay 12V Esp.		30.000
1	Relay 12V 30A		36.000
1	para luz freno.		25.000
1	Fluor 4oz 1750.		70.000
1	Amplificador 1074 Caps.		15.000
2	Parafusos 1/2"		24.000
1	Parafusos 1/4"		30.000
1	Chorro p. 900 -		125.000
1	Relay Toyota V190		140.000
1	Wattmeter		60.000
2	Parafusos Alternador.		90.000
	TOTAL \$		1150.000

Recibí _____

ALMACEN Servitodo Eléctrico

Victor Castro A.

RIT. 3.294.003 Vicio

REGIMEN SIMPLIFICADO

Baterías, Dinamos, Amarrques, Pilos, Alternadores
Carrera 38 No. 25 - 58 Barrio 7 de Agosto - Tel. 631278
Media cuadra arriba de la Registraduría Vicio

Fecha: <u>10 Mayo 2016</u>	COTIZACION
Señor: <u>Sociedad Astronomas S.p.A.</u>	Nº <u>358</u>
Vehículo	

CANT.	DETALLE	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL.
1	Bateria 12V - 30H	370,000	370,000
1	Bateria 12V - 34.800	280,000	280,000
1	Bateria 12V - 42.670	170,000	170,000
1	Amarrque Ford 5.000	150,000	150,000
1	Amarrque 4 pistones	220,000	220,000
1	Alternador 12V Toyota	25,000	25,000
1	Alternador Arco	240,000	240,000
1	Inducida 4 pistones	75,000	75,000
1	Inducida DISSEI	170,000	170,000
1	Automática 12V	70,000	70,000
1	Wata Cha. 12V	65,000	65,000
1	Barrido Ford 5.000	85,000	85,000
1	Barrido 4 pistones	30,000	30,000
1	Amarrque 12V	50,000	50,000
1	Vehículo 12V Arco	110,000	110,000
1	Amarrque 12V	21,000	21,000
	TOTAL \$		2.831,000

IMPRESION DE LA COTIZACION EN EL SISTEMA V-419 AUTOMATIZADO

Recibi: _____