

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE ACCESORIOS Y LUJOS PARA MOTOS EN  
CIMITARRA SANTANDER**

**HERNÁNDEZ VALENCIA Hoobert  
NARANJO HERNÁNDEZ Lyda Juliette**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2011**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE ACCESORIOS Y LUJOS PARA MOTOS EN  
CIMITARRA SANTANDER**

**HERNÁNDEZ VALENCIA Hoobert  
NARANJO HERNÁNDEZ Lyda Juliette**

**Proyecto como requisito para optar el título de  
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Director  
DORYS JANNETH BERNAL CASTELLANOS  
Ingeniera de Mercados**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2011**

## **DEDICATORIA**

Dedicatoria a Financiera Comultrasan, excelente empresa;  
De la cual he recibido muchos beneficios  
Y la cual a que mi sueño de ser profesional se cumpliera

Sea esta una retribución por el tiempo y patrocinio  
Monetarios que me brindó durante la carrera

## DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía espiritual y amigo, Incondicional, proveedor de fuerzas y valor Para seguir Sin desfallecer, a los más grandes amigos, espirituales morales y sentimentales Que tengo como son mis padres, mi esposo y mi hija, que son los dueños de mis Triunfos y sacrificios obtenidos con el transcurrir de los años Y a todas las personas que son intermediarios que siempre me acompañan y están presentes En la realización de mis metas y en la ejecución de mi proyecto de vida

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi gratitud profunda a las siguientes personas:

A mi esposa, MARTHA CECILIA RODRIGUEZ MORENO por su comprensión y amor incondicional en tantas horas de estudio y trabajo.

A mis hijos HOOMAR HERNANDEZ RODRIGUEZ y DANIELA HERNANDEZ RODRIGUEZ por comprenderme en tantos periodos de tiempo que no pude compartir sus juegos y nuevas experiencias.

A mis padres, MARIA VALENCIA Y PEDRO ANTONIO HERNANDEZ por el apoyo moral que brindaron durante toda mi carrera.

A mi suegro, SILVIO RODRIGUEZ quien me apoyo en momentos difíciles al inicio de mi carrera.

A la ingeniera Doris Yaneth Bernal directora de proyecto de grado por sus constante apoyo y motivación.

## **AGRADECIMIENTOS**

Los mejores compañeros del hombre a lo largo de su vida son sus logros triunfos y éxitos alcanzado.

Nunca podrá ser los compromisos un pilón de trabajo en este proceso, pero será la satisfacción por el deber cumplido y la meta alcanzada, el alimento que permita seguir adelante en la busca de más y mejores metas.

Los autores expresan sus agradecimientos a:

La universidad Industrial de Santander, institución de la que nos enorgullece ser sus egresados, a su personal docente y administrativo.

A la ingeniera Doris Yaneth Bernal directora de proyecto de grado por sus constante apoyo y motivación.

Al técnicos en motocicletas Leonardo Fontecha López por sus accesorias, compañeros de trabajo y demás funcionarios de las diferentes instituciones, que de una u otra forma colaboraron aportando información válida para el proyecto.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCION	22
1. GENERALIDADES	24
1.1 ANALISIS DEL SECTOR	29
1.1.1 Sector Local	29
1.1.2 Sector Nacional	29
1.1.3 Contexto Internacional.	31
1.2 TENDENCIAS	32
1.3 ASPECTOS LEGALES	32
1.3.1 Constitución Política de Colombia de 1991	33
1.3.2 Ley 769 de 2002	33
1.3.3 El Decreto 950 de 1999	34
1.3.4 Decreto 410 de 1971	35
2. ESTUDIO DEL MERCADO	36
2.1 OBJETIVOS	36
2.1.1 General	36
2.1.2 Específicos	36
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	37
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto/servicio.	37
2.2.2 Productos Sustitutos.	39
2.2.3 Productos Complementarios	39
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia	39
2.2.5 Análisis De La Competencia	40
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	41
2.3.1 Mercado potencial.	41
2.3.2. Mercado objetivo	41
2.4 DEMANDA	41
2.4.1 Investigación de mercados.	41
2.4.1.1 Planteamiento del Problema	41
2.4.1.2 Necesidades de Información.	42
2.4.1.3 Ficha Técnica:	42
2.4.2 Tabulación, Presentación y análisis de Resultados	44
2.4.3. Estimación de la demanda.	54
2.4.4 Evolución Histórica de la demanda del servicio	55
2.4.5 Proyección de la demanda	55
2.5. OFERTA	56
2.5.1 Relación Entre Demanda Y Oferta.	56

2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia.	56
2.6. CANALES DE COMERCIALIZACION	57
2.6.1 Estructura De Los Canales Actuales.	57
2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales Venta Indirecta	57
2.6.3 Selección de los canales de comercialización	58
2.7 PRECIO	58
2.7.1 Análisis de precios	58
2.7.2 Estrategias de fijación de precios	59
2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCION	60
2.8.1. Objetivos	60
2.8.2 Logotipo	60
2.8.3 Lema	61
2.8.4 Análisis de medios	61
2.8.5 Selección de medios	62
2.8.6 Estrategias Publicitarias.	62
2.8.7 Presupuesto De Publicidad Y Promoción	63
2.8.7.1 De lanzamiento	63
2.8.7.2 De operación	63
2.8.7.3 Presupuesto tota	64
2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	64
3. ESTUDIO TECNICO	65
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	65
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	65
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.	66
3.1.3 Capacidad del proyecto.	66
3.1.3.1 Capacidad total diseñada.	67
3.1.3.2 Capacidad instalada.	67
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	67
3.2. LOCALIZACION	68
3.2.1 Macro localización.	68
3.2.2 Micro localización	69
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	70
3.3.1 Descripción De Productos	70
3.3.1.1 Productos Principales	70
3.3.2 Descripción técnica del proceso	74
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.	74
3.3.4 Control de Calidad	76
3.3.5. Recursos	76
3.3.5.1 Recurso humano.	76
3.3.5.2 Recurso Físico.	77
3.3.5.3 Recursos de insumos.	77
3.3.6 Estudio de proveedores.	78
3.3.7 Distribución de planta.	78
3.3.8 Logística de Distribución.	79

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	80
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	81
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	81
4.1.1 Tipo de Empresa.	83
4.1.2 Trámites para constituir una empresa de sociedad Limitada. Para constituir una empresa de sociedad Limitada se deben seguir los siguientes	83
4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA	84
4.2.1 Misión.	84
4.2.2 Visión.	84
4.2.3 Objetivos	84
4.2.4 Principios Corporativos.	85
4.2.5 Políticas	85
4.2.5.1 De personal	85
4.2.5.2 De compras	86
4.2.5.3 de Ventas.	86
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	86
4.3.1 Descripción de cargos.	87
4.3.2 Estructura salarial.	93
5. ESTUDIO FINANCIERO	95
5.1 INVERSIONES	95
5.1.1 Inversiones Fijas	95
5.1.1.1 Construcción y Adecuación	95
5.1.1.2 Maquinaria y equipo	95
5.1.1.3 Muebles y enseres.	96
5.1.1.4 Equipo de oficina	96
5.1.1.5 Depreciación activos fijos.	96
5.1.1.6 Total Inversión Fija.	97
5.1.2 Inversión Diferida	97
5.1.3 Inversión en Capital de Trabajo	98
5.1.3.1 Inversión en Compras.	98
5.1.3.2 Inversión en Insumos	100
5.1.3.3 Inversión en gastos de administración y ventas.	100
5.1.3.4 Total Inversión capital de Trabajo.	101
5.1.4 Inversión Total.	101
5.1.5 Fuentes de Financiación	102
5.1.5.1 Recursos Propios.	102
5.2 COSTOS	102
5.2.1 Costos Fijos	102
5.2.2 Costos Variables.	102
5.2.3 Costo Total Unitario	103
5.3. PRECIO UNITARIO DE VENTA	103
5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	103
5.4.1 Estado de Resultados Proyectado	103

5.4.2. Flujo de Caja Proyectado	104
5.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO	106
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	108
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	108
6.2 IMPACTO SOCIAL.	109
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	109
6.4 IMPACTO FINANCIERO	109
6.4.1 Valor presente neto.	109
6.4.2. Tasa interna de Retorno	110
6.4.3. Periodo de recuperación de la inversión	110
6.4.4 Análisis de Razones Financieras	110
7. CONCLUSIONES	112
8. RECOMENDACIONES	113
BIBLIOGRAFIA	114
ANEXOS	115

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Logo Municipio de cimitarra Santander	24
Figura 2 Posesión de Motocicletas	45
Figura 3 Edad de los motociclistas	46
Figura 4 Intención de Compra de accesorios y lujos para motocicleta	46
Figura 5 Lugar de Compra de los Accesorios	47
Figura. 6 Atributos de preferencia a la hora de la compra	48
Figura 7 Opinión de comercialización en el municipio de Cimitarra, Santander	49
Figura 8 Preferencia de accesorios y lujos para motocicleta	50
Figura 9 Cantidad de artículos en cada compra	51
Figura 10 Frecuencia de Compra	52
Figura 11 Precios promedio	53
Figura 12 Nombre de la comercializadora	54
Figura. 13 Canales de Comercialización actuales	57
Figura 14 Canales de Distribución actuales	57
Figura 15 Canal de comercialización	58
Figura 16 Logotipo	61
Figura 17 Localización de Cimitarra, Santander	68
Figura 18 Distribución de planta	79
Figura 19 Estructura Organizacional	87

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Importaciones de Autopartes	31
Tabla. 2 Productos a comercializar	37
Tabla 3. Contactos disponibles para comercialización	40
Tabla 4 Ficha Técnica	43
Tabla 5 Posesión de Motocicletas	45
Tabla 6 Edad de los motociclistas	45
Tabla 7 Intención de compra de accesorios y lujos para motocicleta	46
Tabla 8 Lugar de compra de los accesorios	47
Tabla 9. Atributos de preferencia a la hora de la compra (El más importante) es de múltiples respuestas.	48
Tabla 10 Opinión de Comercialización en el municipio de Cimitarra, Santander.	49
Tabla 11. Preferencia del accesorio o lujo para motocicleta (mayor preferencia)	50
Tabla 12. Cantidad de artículos en cada compra	51
Tabla 13 Frecuencia de compra	51
Tabla 14 Precios promedio	52
Tabla 15 Nombre de la comercializadora	53
Tabla 16. Estimación de la demanda	54
Tabla 17 Estimación de la demanda por artículo	55
Tabla 18 Evolución histórica de la demanda	55
Tabla 19 Proyección de la Demanda	56
Tabla 20 Presupuesto publicidad de lanzamiento	63
Tabla 21 Presupuesto de publicidad de mantenimiento	63
Tabla 22 Descripción del tamaño	65
Tabla 23 Capacidad del proyecto	67
Tabla 24 Capacidad total diseñada	67
Tabla 25. Capacidad utilizada	68
Tabla 26 Análisis de factores para la ubicación de la empresa	69
Tabla 27. Ponderación de factores	70
Tabla 28 Cintas Adhesivas	71
Tabla 29 forros para tanques	71
Tabla 30 Protectores de calzado	72
Tabla 31 Cubrecadena	72
Tabla 32 Cúpulas	72
Tabla 33 Fundas protectoras	72
Tabla 34 Guardabarros	73
Tabla 35 Iluminaciones	73
Tabla 36 Maletas	73
Tabla 37 Diagrama de operaciones	75
Tabla 38 Personal administrativo y ventas	76
Tabla 39 Maquinarias y equipo de oficina	77

Tabla 40 Insumos	77
Tabla 41 Información proveedores	78
Tabla 42. Distribución de planta	78
Tabla 43. Costos de constitución de la empresa	84
Tabla 44. Descripción de cargos Gerente	88
Tabla 45. Descripción de cargos Vendedor	90
Tabla 46. Perfil de cargos Secretaría	91
Tabla 47 Base de liquidación de salarios	93
Tabla 48 Estructura salarial	93
Tabla 49 Maquinaria y equipo	96
Tabla 50 Muebles y enseres	96
Tabla 51 Equipo de oficina	96
Tabla 52 Depreciación de Activos fijos	97
Tabla 53 Total Inversión Fija	97
Tabla 54 Inversión Diferida	98
Tabla 55 Inversión en Compras	98
Tabla 56 Insumos	100
Tabla 57 Gastos de Administración y Ventas	101
Tabla 58 Total capital de trabajo	101
Tabla 59 Inversión Tota	101
Tabla 60 Costos Fijos	102
Tabla 61 Costos Variables	102
Tabla 62 Costos por producto	103
Tabla 63 Precios por producto	103
Tabla 64 Estado de resultados	104
Tabla 65 Flujo de caja	105
Tabla 66 Balance general	106
Tabla 67 Período de recuperación de la Inversión	110
Tabla 68 Razones Financieras	111

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Cuestionario	116
Anexo B Cotización	119

## GLOSARIO

**ACCESORIOS:** Son los elementos o componentes que forman parte del equipamiento complementario de una máquina y que no se usa de manera continuada sino cuando es requerido su servicio.

**AUTOPARTES:** Llámese a los accesorios o elementos que hacen parte del equipamiento de los autos, para ser utilizado en requerimiento.

**EMPRESA:** Es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

**LUJOS:** Es todo arreglo, fabricación o compostura que excede lo necesario, enfocado hacia la vanidad.

**MERCADO:** Es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

**MERCANCÍAS:** es todo "aquello que se puede vender o comprar", usualmente el término se aplica a bienes económicos.

**MOTOCICLETAS:** es un vehículo automóvil de dos ruedas impulsado por un motor que acciona la rueda trasera. El cuadro y las ruedas constituyen la estructura fundamental del vehículo. La rueda directriz es la delantera.

**REPUESTOS:** Son pieza de recambio con una serie de descripción y características que poseen los equipos y maquinarias

**VALOR AGREGADO:** Valor agregado o valor añadido es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial, generalmente se trata de una característica o servicio poco

común, o poco usado por los competidores, y que le da al negocio o empresa, cierta diferenciación.

## RESUMEN

**TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ACCESORIOS Y LUJOS PARA MOTOCICLETA EN EL MUNICIPIO DE CIMITARRA, SANTANDER\***

**AUTORES:** Hernández Valencia Hoobert, Naranjo Hernández Lyda Juliette \*\*

**PALABRAS CLAVES:** Comercializadora, Accesorios, Lujos, Repuestos, Cimitarra

### DESCRIPCIÓN

El proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una comercializadora de accesorios y lujos para motocicletas en el municipio de cimitarra Santander. Con factibilidad de implementar una empresa que busque cubrir el mercado de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio, teniendo en cuenta que en este lugar no existe un ente dedicado a esta actividad específica y los motociclistas deben desplazarse hacia otras ciudades para poder adquirir estos elementos generándoles el gasto adicional de desplazamiento a municipios vecinos.

Inicialmente el trabajo trata de algunas generalidades del sector seguidamente de un estudio de investigación de mercados arrojando una existencia demanda del 100% constituida por los dueños de las motocicletas de este municipio.

Para el estudio técnico trata de la ubicación de la comercializadora en el municipio como punto estratégico, la infraestructura necesaria para el almacenaje de los productos a comercializar. La fracción de capacidad Utilizada que se está empleando; en el primer año se participará del 60,80% de la capacidad instalada, correspondiente a 5156 servicios para el primer año y aumentando al 80.34 % para el 5 año

El estudio organizacional de la empresa se constituye como una sociedad la cual está conformada por dos socios. Con los diferentes puestos de trabajo según el organigrama con con su respectivo manual de funciones.

El estudio financiero representa la inversión de la empresa el cual es el 30% capital propio y un 70% representado en un crédito con un punto de equilibrio del 2956. Por último la evaluación del proyecto para con el fin de permitir su viabilidad dando a conocer la tasa interna de retorno del proyecto 50,67 y el valor presente neto es \$35.584.359 con un periodo de recuperación de 2 años dos mese y 9 días.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Universidad Industrial de Santander, Instituto De Proyeccion Regional y Educacion a Distancia Gestion Empresarial, Directora Dorys Janneth Bernal Castellanos

## SUMMARY

**TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN ENTERPRISE COMERCIALIZADORA ACCESSORIES FOR MOTORCYCLE AND LUXURY IN THE MUNICIPALITY OF Scimitar, SANTANDER\***

AUTHORS: Hernández Valencia Hoobert, Naranjo Hernández Lyda Juliette \*\*

KEYWORDS: Comercializadora, Accessories, Luxuries, Spare Parts

### DESCRIPTION

The project aims to determine the feasibility of creating a marketer of luxury accessories and motorcycle in the town of Santander scimitar. With feasibility of implementing a company seeking to cover the aftermarket motorcycle and luxury in the municipality, taking into account that in this place there is a body dedicated to this specific activity and riders must travel to other cities to purchase these items generators the extra expense of travel to neighboring municipalities.

Initially the work is below some general sector of a market research study of existence by throwing a 100% demand established by the owners of motorcycles of this municipality.

For the technical study is the location of the trading in the town as a strategic point, the necessary infrastructure for the storage of products to market. The fraction of capacity utilization that is being used, in the first year of 60.80% are part of installed capacity, 5156 for services for the first year and increasing to 80.34% for 5 years

The organizational study of the business was established as a partnership which consists of two partners. With the different jobs according to the organization with its own operating manual.

The financial investment is the company which is 30% equity and 70% represented a loan with a balance of 2956. Finally, the project assessment in order to allow its viability, presenting the internal rate of return of 50.67 and the project net present value is \$ 35,584,359 with a recovery period of two years two months and 9 days.

---

\* \* Proyecto de Grado +

\*\* Universidad Industrial de Santander, Instituto Regional Projection Distance Education, Business Management, Director Castellanos Bernal Janneth Dorys

## INTRODUCCION

Desde tiempos remotos el hombre ha buscado la forma de trasladarse de un lugar a otro utilizando medios que le permitan ser más rápido; en la antigüedad se construyeron diferentes máquinas basados en la creación de la rueda y sus beneficios; tales como los trenes, motocicletas, coches de tracción animal, automóviles, bicicletas de diferentes estilos, capacidades y cada vez con mayor tecnología se han ido perfeccionando y en la actualidad en el mercado se encuentra gran variedad de medios de transporte que le permiten al hombre no solo desplazarse si no sentirse cómodo y transportarse cada vez con mayor velocidad y seguridad.

Dentro de los diversos medios de transporte, actualmente, uno de los más utilizados es la motocicleta por ser un medio de transporte rápido, práctico y de menor consumo en combustible, repuesto, e impuesto.

En el municipio de Cimitarra Santander el medio de transporte de mayor utilización es el de la motocicleta, debido a que las personas necesitan trasladarse de manera rápida en distancias pequeñas o con otros municipios; aunque existen diferentes rutas de buses intermunicipales éstos están limitados a un horario y a rutas específicas.

Las personas, debido a sus actividades necesitan desplazarse rápidamente por distintas rutas y para esto han optado en su gran mayoría utilizar la motocicleta.

Los motociclistas no solo utilizan su máquina, a la par es necesario adquirir todos los accesorios necesarios para su protección y para su presentación personal, lo mismo que para su motocicleta.

La idea de proyecto la creación de una empresa distribuidora de accesorios y lujos para motocicleta se desarrolla en el municipio de Cimitarra, Santander como respuesta a una necesidad de todos los motociclistas de la región quienes deben desplazarse a la ciudad de Bucaramanga para la compra de estos accesorios.

Con la construcción de este proyecto se quiere ampliar la visión que se tiene acerca de lo que puede llegar a ser esta comercializadora, razón por la cual se tendrá en cuenta los diferentes estudios que ayudarán a discernir la viabilidad de este proyecto.

El documento presenta una investigación a través del estudio de mercados en el cuál se busco como principales objetivos determinar la demanda, oferta, precios, canales de comercialización, participación en el mercado y la publicidad para poner en marcha este proyecto.

A través del estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto, la localización óptima y la forma en que se prestará el servicio.

Por otra parte se dimensiona la importancia del estudio administrativo y legal para generar la puesta en marcha de la empresa, constituyéndose en Cámara de Comercio, de acuerdo, al monto de capital, socios, actividad comercial y tipo de sociedad, así como también, la constitución del recurso humano, en cuanto al perfil de los funcionarios a desempeñarse en la empresa.

Así mismo se realizó el estudio financiero y evaluación financiera, que conlleva la mostrar las inversiones, los egresos, ingresos y gastos que se proyectarán en un periodo dado, donde se presentara el estado financiero y se realizara el análisis de los indicadores financieros que servirán como base para la parte final y definitiva de la evaluación económica y demostrar la viabilidad financiera del proyecto.

Por otra parte, se tendrá en cuenta el impacto ambiental que pueda generar el proyecto en los aspectos ecológicos y las consideraciones a tener en cuenta para no violar ninguna normativa ambiental que perjudique la conservación del medio ambiente.

## 1. GENERALIDADES

### MUNICIPIO DE CIMITARRA – SANTANDER

Figura 1 Logo Municipio de cimitarra Santander



Fuente: <http://www.cimitarra-santander.gov.co>

- ✓ **Fecha de fundación:** 26 de Noviembre de 1966<sup>1</sup>.
- ✓ **Nombre de los fundadores:** Silvano Cortés, Nemesio Cortés, Serafín Murcia, Demetrio Ardila, Leonidas Rubiano y Eccehomo Sánchez<sup>2</sup>.
- ✓ **Reseña histórica:** La región fue habitada por los indios Carare, especialmente los valles de los ríos Carare, Opón, Oponcito, Guayabito y el Horta; así como en algunas quebradas tales como Chontarales, La Verde, La Toroba, entre otras; pero debido a las inclemencias climáticas que hacían de ésta una región insalubre, no se extendió la población. Durante la Conquista y la Colonia los indios que habitan esta región opusieron resistencia a la dominación española, por lo que éstos se vieron obligados a construir un fuerte para proteger sus embarcaciones que navegaban a lo largo del Río Magdalena, hacia el interior del país y el mar<sup>3</sup>.

Cimitarra, fundada en 1536, deriva su nombre de la época de la Conquista, cuando un grupo de españoles al mando de Gonzalo Jiménez de Quesada y Martín Galeano, en busca de una ruta para ir al valle del Río Magdalena a las

---

<sup>1</sup> <http://www.cimitarra-santander.gov.co/index.shtml>

<sup>2</sup> Ibidem

<sup>3</sup> Ibidem

partes altas de la cordillera, atravesaron esta región y en uno de sus campamentos un colonizador perdió su cimitarra (sable curvo), los españoles en su marcha se dieron cuenta de la pérdida del arma y regresaron en su búsqueda, hallándola en poder de los indígenas quienes debido a que éste era un objeto extraño para ellos le rindieron culto y los colonizadores decidieron dejarla y desde ese entonces lo llamaron el Valle de la Cimitarra.

En 1936, se inicia el poblamiento y desarrollo de la región con la puesta en servicio en forma definitiva de la carretera Barbosa-Puerto Berrío, llegando gente de Antioquia, Boyacá y otras regiones del país. El señor Francisco Caro construyó la primera casa en lo que hoy es la Calle Primera y Honorio Corredor, Polidoro González, Arturo Villarreal y Ricardo Carvajal, se convirtieron en las primeras personas que tenían una finca en la región. Aprovechando la nueva vía se propició la vinculación de antioqueños y gentes de la costa pacífica. Don Silvano Cortes, colono emprendedor y altruista, fundo la Hacienda la Ceiba, en cuyos terrenos está ubicado hoy el 50% del casco urbano.

En el año de 1951 se convierte Cimitarra en corregimiento de Vélez, siendo su primer Inspector de Policía el señor José Antonio Melo Pinzón, más conocido como “Caporal”.

En 1953, el General Gustavo Rojas Pinilla, ordenó la creación del Instituto de Colonización e Inmigración; los topógrafos del Instituto parcelaron la tierra que iba de lado a lado de la carretera desde Cimitarra hasta Patio Bonito, en extensiones de 40 hectáreas y luego fueron entregadas a través de financiación a los habitantes de la región. En esa época, el General Gustavo Rojas Pinilla ordenó la creación de una sucursal de la Caja Agraria y la construcción del aeropuerto que lleva su nombre; igualmente, el trazado de las calles del casco urbano, la creación de la casa campesina, la cual hacía funciones de capilla, escuela y albergue<sup>4</sup>.

Entre 1961 y 1965, se realizó la construcción de la Escuela Antonia Santos e ingresaron algunas entidades del Estado como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), el Instituto de Mercadeo Agropecuario (IDEMA), el Instituto Nacional de los Recursos Naturales Renovables y del Ambiente (INDERENA) y el Instituto Colombiano de la Reforma Agraria (INCORA).

---

<sup>4</sup> Ibidem

En 1966, la Asamblea Departamental aprueba la Ordenanza 22 por la cual se creó el Municipio de Cimitarra; hasta ese entonces Cimitarra era corregimiento de Vélez hasta que un grupo de colonos, debido a que tenían sus propiedades en las jurisdicciones de Vélez y Bolívar, elevaron ante la Asamblea departamental un memorial solicitando su creación en territorio municipal. Los informes que presentaron manifiestan la existencia de más de diez mil habitantes y de un caserío que agrupaba unas ciento cincuenta casas, dotado de escuela, cárcel y hospital, calculando los futuros ingresos municipales en catorce mil pesos anuales.

Durante el período 1982 a 1990, suceden importantes acontecimientos que contribuirían al desarrollo del municipio: la subestación de intercomunicación eléctrica, iniciando la electrificación urbana y rural; la sede de la Empresa Colombiana de Telecomunicaciones TELECOM, adjudicándose las primeras líneas privadas y públicas. En este período también sobresale la construcción de algunas obras de infraestructura por parte del gobierno municipal: Plaza de Mercado, Plaza de Toros, Palacio Municipal, ampliación de la red vial municipal y pavimentación de algunas calles y se inicia la construcción de la planta de tratamiento de agua<sup>5</sup>.

También durante este período, se construye el centro de acopio del IDEMA, se organizan las primeras asociaciones campesinas como el Comité de Ganaderos, la Asociación de Madereros y el Acuerdo de los Trabajadores Campesinos del Carare, ATCC.

A partir de 1988, se realiza la primera elección popular de alcaldes saliendo favorecido el señor Salvador Pardo Lobo (Período 88-90), se construye el templo católico bajo la dirección y orientación del padre Luis Carlos Arbeláez Castaño y se dan los primeros pasos de organización en el proyecto de la Provincia del Carare, donde se propone a Cimitarra como su capital.

✓ **Reseña geográfica:** El Municipio de Cimitarra está localizado al Sur-Occidente del Departamento de Santander, a 6<sup>o</sup>, 18' y 58" Latitud Norte y 73<sup>o</sup>, 56' y 02" Longitud Oeste y a una distancia de 311 kilómetros de la capital del departamento, vía Panamericana<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Ibidem

<sup>6</sup> Ibidem

- ✓ **Población:** Según el Censo del DANE, la población total del municipio, para el año 1993, era de 20.948 personas. Según las proyecciones, se estima que la población total del municipio asciende a 38.231 habitantes.
- ✓ **Límites del municipio:** El municipio de Cimitarra limita al Norte con Puerto Parra, al Sur con Bolívar, al Oriente con Landázuri y al Occidente con el Departamento de Antioquia.
- ✓ **Extensión total:** 3.165,60 Km<sup>2</sup>
- ✓ **Altitud** (metros sobre el nivel del mar): 200 metros.
- ✓ **Temperatura media:** 32° Centígrados.
- ✓ **Distancia de referencia:** 200 Km de Bucaramanga.
- ✓ **Economía:** La ganadería es la base económica del municipio, se presenta en todas las zonas, genera los productos exportables como son el ganado en pie, leche y quesos. La tierra en pastos ocupa el 92% de la tierra en uso y el 86.58% del área municipal. Por la localización del municipio, la producción ganadera cuenta con acceso a importantes mercados del orden nacional como Bogotá, Medellín, la zona cafetera, Boyacá y Bucaramanga. Los productos básicos de la ganadería no son objeto de transformación industrial dentro del municipio a excepción de la producción de quesos; el sistema de comercialización es tradicional, es decir, la producción llega al consumidor final a través de una serie de intermediarios que van desde el traslado de la finca hacia los centros urbanos, en el sacrificio y el expendio, de tal manera que la relación del precio de ganado en pie con respecto al precio de la carne es aproximadamente de 1:5, situación que comparte en general con la comercialización de todos los productos agropecuarios. Por ser un sistema de producción extensivo, por no transformar los productos básicos, esta actividad demanda mano de obra con escasa preparación, de tal manera que los ingresos que se generan por este concepto están al nivel del salario mínimo legal y con limitada seguridad social para los empleados. Frente a su enorme importancia económica, la ganadería extensiva genera poco empleo directo ya que una finca mediana (de 200 – 300 hectáreas) se puede manejar con un mayordomo y dos vaqueros permanentes y alguna mano de obra ocasional. El nivel de desarrollo tecnológico de la ganadería es bajo, siendo extensiva tradicional en las áreas de economía campesina y en la zona ganadera tradicional y extensiva mejorada en la zona de nueva ganadería, a excepción de las actividades que se realiza en la Hacienda “Las Camelias”, que cuentan con alto contenido tecnológico (trasplante de embriones).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Fuentes: <http://www.cimitarra-santander.gov.co> y [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co).

Debido a la baja calidad de los suelos, las alternativas para una agricultura moderna son muy escasas, limitándose a franjas de terreno de calidades aceptables. Actualmente no existe agricultura moderna en el municipio, existe un proyecto en la fase experimental para el cultivo de caucho con aproximadamente 220 hectáreas plantadas y proyectos para el cultivo de la palma africana, en consecuencia el futuro de las actividades agropecuarias depende de lo que suceda en el sector de la ganadería. La ganadería extensiva ya sea tradicional o mejorada, tiene como rasgo constitutivo que las reses se alimentan mediante el pastoreo en los potreros, teniendo dependencia total del clima. Tradicionalmente esto ha conducido a la potrerización de los suelos, que significa que una extensión de terrenos se dedica únicamente y de manera permanente a pastos, produciendo como resultado que el 92% del área rural se dedique a éstos, eliminando la flora y fauna preexistente; esta es la práctica que preocupa desde la perspectiva de la sostenibilidad ambiental. Desde la perspectiva económica, significa sacrificar alternativas que la biotecnología provee para el desarrollo futuro.<sup>8</sup>

Por su parte, la economía campesina de subsistencia en correspondencia con su concepto, se dedica al cultivo de productos de pancoger, principalmente cacao, maíz, yuca y plátano; que ocupan solamente un 2.31% del área cultivada; en las veredas con predominio de unidades productivas de economía campesina también cuentan con ganadería aunque en pequeña escala. La economía campesina genera muy bajo ingreso familiar y por tanto es donde se localiza la mayor parte de la población con necesidades básicas insatisfechas (67.5% de la población del municipio) este bajo nivel de ingreso está determinado por dos factores, la baja productividad de sus cultivos y la adversa comercialización de los productos. Con respecto a la actividad maderera, en donde todavía existen manchas de bosques con maderas comercializables, los campesinos encuentran en su explotación una salida a la insuficiencia de ingresos familiares, pero en esta actividad se presenta una situación similar a la descrita para los cultivos, y es que el precio de la madera lo establecen caprichosamente y para su beneficio exclusivo y personal los intermediarios, y por esta razón el ingreso monetario neto que recibe el campesino es muy bajo, una vez se descuenta el costo de compra y mantenimiento de la motosierra, los fletes de las mulas que transportan la madera, los jornales invertidos en la tumba de árboles y aserrío, el transporte automotor y trámites legales, cuando se realizan.

La otra actividad económica importante en el municipio es la industria del petróleo, especialmente gas, aunque su presencia en el municipio es relativamente débil e intermitente, es decir, por períodos aumenta su actividad, luego declina y retorna a elevarse, este comportamiento cíclico es normal, siendo un campo exploratorio

---

<sup>8</sup> bis

donde aún no se consolida la explotación, sin embargo es un sector que mantiene todo el potencial de impacto significativo para el desarrollo económico del municipio.<sup>9</sup>

## 1.1 ANALISIS DEL SECTOR

**1.1.1 Sector Local.** El sector automotriz en el departamento de Santander se ha venido desarrollando en la misma forma que a nivel país, favoreciendo la cercanía con Venezuela, socio principal de Colombia en los negocios del sector automotriz y de auto partes; debido a los problemas políticos con el vecino país, en los últimos años se ha disminuido el mercado en un alto porcentaje; aunque existen grandes expectativas de recuperar el mercado con los cambios políticos en las dos naciones.

En la ciudad de Bucaramanga existen empresas distribuidoras y ensambladores de reconocido nombre como son: Neo Cross, Ubicada en el centro de la ciudad, concesionarios de Suzuki, Honda, Yamaha, como Motoriente, La máquina, outeco, entre muchas otras que hacen la diversidad de la oferta en la región santandereana

**1.1.2 Sector Nacional.** La industria automotriz y de autopartes en Colombia está conformada por dos Actividades:

- El ensamble de vehículos
- La Fabricación y distribución de autopartes

Teniendo en cuenta la industria automotriz colombiana comienza su implementación en la década de los años 50, cuando el gobierno implementa la primera propuesta para el establecimiento de una planta de ensamble pero solo hasta el año de 1956 se acepta la solicitud estableciéndose la planta de Colmotores. A raíz del inicio de la industria ensambladora en Colombia, se fue desarrollando la fabricación de autopartes y piezas para estos vehículos y posteriormente para motos, en la década de los 60 se inicia la producción de los componentes con un uso mayor de tecnología, y la asistencia técnica de empresas americanas que hicieron acuerdos de joint venture con socios Colombianos. En esta etapa se iniciaron empresas como la planta de mecanizado

---

<sup>9</sup> Fuentes: <http://www.cimitarra-santander.gov.co> y [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co).

de motores SOFASA en Duitama y la industria de ejes Transejes en Bucaramanga.<sup>10</sup>

Es así que actualmente en Colombia la fabricación de autopartes se estima en aproximadamente 177 empresas, que fabrican alrededor de 200 productos, dentro de los que se encuentran: llantas, neumáticos, baterías, líquidos de frenos, motores de arranque, empaques, retenedores, filtros, tapicerías, limpia brisas, cinturones de seguridad, guardafangos, amortiguadores, radiadores, accesorios y lujos entre otros. Gran parte de estos productos son los que componen la cadena de ensamble que reúne productos relativamente homogéneos en cuanto a sus características técnicas de producción: como son materias primas comunes, usos finales o intermedios comunes y tecnologías productivas similares, la cadena no responde a una línea de transformación de materias primas, sino a una actividad de ensamble de vehículos (armada, montaje y pintura).<sup>11</sup>

Por otra parte, el Dane calcula el valor total de la producción de cada establecimiento con base en el precio promedio de venta en fábrica. Estos valores se agregan para obtener la producción nominal del sector correspondiente. A partir de allí, la producción real se obtiene deflactando la producción nominal del sector con el Índice de Precios del Productor de los bienes producidos y consumidos internamente (IPP-PyC) del respectivo grupo Ciiu que calcula el Banco de la República.<sup>12</sup>

Además el Gobierno Nacional para la importación de motocicletas, determinó diferir el arancel nacional con aumentos de 15 puntos porcentuales, es decir, del 20% al 35% para las sub partidas que presentan registro de producción nacional correspondientes a motocicletas clasificadas por las sub partidas arancelarias 8711.20.00.00 (cilindraje superior a 50 cm<sup>3</sup>, inferior o igual a 250 cm<sup>3</sup>); la 8711.30.00.00 (cilindraje superior a 250 cm<sup>3</sup>, inferior o igual a 500 cm<sup>3</sup>); y la sub partida 8711.40.00.00 (cilindraje superior a 500 cm<sup>3</sup>, inferior o igual a 800 cm<sup>3</sup>), por el término dos años.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la medida busca preservar las condiciones de competitividad del sector productivo de motos. Este sector está constituido por ocho empresas: Suzuki Motor de Colombia, Fanalca, Auteco,

---

<sup>10</sup> JOINT VENTURES: riesgo compartido, las partes toman responsabilidad en costos y utilidad de acuerdo a su inversión.

<sup>11</sup> <http://rei.gov.co/index2>.

<sup>12</sup> <http://www.eltiempo.com>

Corbeta, Incolmotos - Yamaha, Jialing, Jincheng y Distecnica. De éstas, las cuatro primeras concentran más del 95%.<sup>13</sup>

En este término se observa las importaciones realizadas por Colombia a 2.009, según su capacidad.

**Tabla 1. Importaciones de Autopartes**

<b>SUBPARTIDA</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Inferior o igual a 50cc</b>	284
<b>50cc a 249cc</b>	7.750
<b>250cc a 499cc</b>	61
<b>500cc a 799cc</b>	436
<b>Superior a 800cc</b>	134
<b>Otras</b>	97
<b>Total</b>	8772

Fuente: Publimotos.com 2010

**1.1.3 Contexto Internacional.** La industria automotriz es una de las más importantes a nivel mundial. Su producto, los vehículos, son esenciales para el funcionamiento de la economía global.

Además, es una gran generadora de empleo directo e indirecto, y es también, una de las mayores contribuyentes a los ingresos gubernamentales alrededor del mundo.

Es así que, al sector automotor pertenecen algunas de las más grandes empresas a nivel mundial, como lo son: General Motors (GM), Toyota y Ford, entre otras. Sin embargo, estas empresas han cedido participación de mercado a favor de otras bastante más pequeñas, procedentes principalmente del continente asiático (China, especialmente).

Los mayores fabricantes mundiales han tratado de controlar los excesos de producción en Europa y América con ritmos de fabricación inferiores a la media. Es por esta razón y con el objetivo de reducir costos, que prácticamente todos los fabricantes han trasladado parte de su producción al Asia.

---

<sup>13</sup> <http://www.mincomercio.gov.co>

En el caso de China, gracias al número de sus habitantes y a sus ventajas competitivas (mano de obra barata, entre otras), ha duplicado su producción en el sector tanto en automóviles como en motocicletas, En tan solo tres años China ha invertido USD 3,600 millones para construir un gigantesco parque industrial en el que se instalarán fábricas de motos y vehículos. Se estima que su demanda interna crece al 60% anual.<sup>14</sup>

En latino América, el mercado de motocicletas creció un 300% en los últimos 3 años, según indicadores (revistas motor, semana y publimotos). Esto no es más que una gran muestra de las posibilidades que presenta este mercado en donde gracias a esta bonanza, están entrando al país, muchas empresas que comercializan marcas de motocicletas, que en su mayoría son asiáticas, con precios muy bajos y cuyo respaldo y calidad son dudosos.

## **1.2 TENDENCIAS**

El sector automotriz sigue con un buen ritmo a pesar de los problemas en el intercambio con nuestro principal socio comercial, Venezuela, la apreciación del peso, las altas tasas de interés, el incremento en los precios del petróleo. En el año 2007, se vendieron cerca de 258 mil unidades y se espera que en el 2008 se superen los 240 mil vehículos. La revaluación ha tenido una influencia positiva en el hecho de que los precios de venta al público han disminuido en forma considerable lo mismo que la reforma del IVA que hizo el Gobierno.

Las Autopartes también reflejan el desarrollo económico de una región, este sector a diferencia del automotriz puede verse afectado positiva o negativamente dependiendo de si son importados o fabricados localmente, con la revaluación las importaciones se abaratan pero los fabricantes locales difícilmente pueden disminuir sus precios y si a esto le agregamos el costo del dinero en el sistema bancario, se está desincentivando al empresario con el riesgo de aumentar el nivel de desempleo en el país<sup>15</sup>.

## **1.3 ASPECTOS LEGALES**

Es así que se determinan los instrumentos legales que regulan este sector.

---

<sup>14</sup> <http://www.picaval.com>.

<sup>15</sup> Editorial Aso notas, Bucaramanga

**1.3.1 Constitución Política de Colombia de 1991.** En la constitución política de Colombia se derivan las libertades, derechos y garantías en materia trabajo, economía y desarrollo empresarial, pertinentes a este proyecto, las cuales se definen en los siguientes artículos

**Artículo 1.** Colombia es un Estado Social de Derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

**Artículo 2.** Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación

**Artículo 25.** El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

**Artículo 26.** Toda persona es libre de escoger profesión u oficio.

**Artículo 38.** Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

**Artículo 58.** Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores.

Las disposiciones legales que reglamentan el tráfico terrestre, los requisitos que deben cumplir los conductores de motocicletas y las condiciones de comercio y mercantiles en el país son:

**1.3.2 Ley 769 de 2002.** “Por la cual se expide el **Código Nacional de Tránsito Terrestre** y se dictan otras disposiciones”.

Esta ley establece los requisitos que deben cumplir los conductores de motocicletas al transitar por las vías del país.

Por su parte, en relación con los accesorios para motocicletas, la misma norma señala, en su Artículo 94:

**Artículo 94.** Normas generales para bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y mototriciclos. Los conductores de bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y mototriciclos, estarán sujetos a las siguientes normas:

- Los conductores y los acompañantes cuando hubieren, deberán utilizar casco de seguridad, de acuerdo como fije el Ministerio de Transporte. La no utilización del casco de seguridad cuando corresponda dará lugar a la inmovilización del vehículo.

Igualmente, **el Artículo 96** manifiesta:

- Podrán llevar un acompañante en su vehículo, el cual también deberá utilizar casco y elementos de seguridad.
- Deberán usar de acuerdo con lo estipulado para vehículos automotores, las luces direccionales.
- Cuando transiten por las vías de uso público deberán hacerlo con las luces delanteras y traseras encendidas.
- El conductor deberá portar siempre chaleco reflectivo identificado con el número de la placa del vehículo en que se transite.

**1.3.3 El Decreto 950 de 1999:** Al chaleco reflectivo,

**Artículo 1º.** El color del fondo del chaleco será amarillo puro, amarillo arena o amarillo naranja y tendrá por lo menos dos bandas blancas reflectivas horizontales en la parte superior anterior y posterior de cinco (5) cm. de ancho y con una separación entre ellas de 14 cms. En medio de las bandas reflectivas llevará impreso en letras y números blancos reflectivos, el número de la placa de la motocicleta. La dimensión mínima de cada letra y número de placa será de diez (10) cm. de alto, seis (6) cm. de ancho y el ancho interno de cada letra de 1.5 cm. El chaleco debe tener como mínimo un largo de 65 cms y un ancho de 40 cms. La

banda reflectiva debe tener una retroreflectividad de mínimo 400 candelas Lux por metro cuadrado.

**Artículo 2º.** La banda reflectiva tendrá los siguientes requerimientos: La tela reflectiva debe ser una tela de lentes expuestas, compuesta de microesfera de vidrio aseguradas a la superficie, de un respaldo de tela durable. Durante el día debe ser color gris plata y debe permanecer con alto nivel de reflectividad cuando es visto desde diferentes ángulos. Los chalecos deben tener el 60% de su reflectividad en seco cuando son expuestos a un nivel de lluvia de ½ pulgada por hora. En medio de las bandas reflectivas llevará impreso en letras y números reflectivos y con el mismo material de las bandas, el número de las placas de la motocicleta. La dimensión mínima de cada letra y número de placa será de diez (10) cms de alto, seis (6) cms de ancho y un ancho interno de cada letra de 1.5 cms.

**Artículo 3º.** Además de la inclusión del número de la placa en el chaleco reflectivo, este deberá ser colocado en material reflectivo, en el casco. Los números deberán tener un tamaño de 3.5 cms. de alto por 3.5 cms. de ancho, con un ancho interno de cada letra de un (1) cm.

**1.3.4 Decreto 410 de 1971.** “Por el cual se expide el **Código de Comercio** y se dictan otras disposiciones”.<sup>16</sup>

Entre otros aspectos, este Código reglamenta el comercio y los asuntos mercantiles que se desarrollan en la Nación por parte de los particulares.

---

<sup>16</sup> Constitución Política de Colombia 1991

## 2. ESTUDIO DEL MERCADO

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 General.** Realizar un estudio de mercados que permita conocer la demanda, oferta, estrategias del producto, canales de distribución y comercialización y la proyección de la demanda de accesorios y lujos para motos en el Municipio de Cimitarra Santander.

### 2.1.2 Específicos





- Realizar la definición del producto que se va a comercializar, así como también sus productos complementarios y sustitutos mediante la consecución y análisis de información para conocer la tendencia del mercado, mediante trabajo de campo.
- Determinar el mercado potencial y objetivo mediante la aplicación de instrumentos que permitan conocer cuál es la población a la cual se dirige el producto, para conocer las necesidades a cubrir.
- Establecer la demanda recopilando información por medio de las fuentes primarias y secundarias, realizando un proceso de muestreo, aplicado en una encuesta para tabular, presentar gráficos con su respectivo análisis y realizar el análisis y proyección de la demanda proyectada a 5 años.
- Establecer la oferta mediante la aplicación de instrumentos que permitan conocer los competidores existentes en el mercado e identificarlos, así mismo, realizar una proyección de la oferta.
- Precisar y establecer si existe demanda insatisfecha para entrar al mercado a competir por medio de un análisis de la competencia, mediante la investigación.
- Analizar los precios que se van a lanzar al mercado, empleando estrategias para determinar la fijación de precios de venta, para determinar un precio óptimo que nos haga competitivos en el mercado.
- Determinar los canales de comercialización del producto que se está ofreciendo, sus ventajas y desventajas y la selección de los mismos, analizando cual canal de distribución es el más efectivo.
- Desarrollar un presupuesto de publicidad y promoción para informar, recordar y persuadir al público para que adquieran los artículos deportivos del ciclismo, a través del diseño de estrategias de mercadeo.
- Realizar las conclusiones según los datos arrojados en el estudio de mercados para determinar la viabilidad del mercado del proyecto.

## 2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

**2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto/servicio.** El parque automotor va creciendo por las ventajas que ofrece este medio de transporte en las ciudades y municipios y algunas veces no se tienen accesorios para la protección del mismo o para el desplazamiento en caso de lluvias que protejan este activo productivo para las personas poder trabajar o movilizarse por las diferentes avenidas o carreteras de Colombia . Para tal efecto, se estudia la factibilidad de crear en Cimitarra un almacén especializado en la comercialización de artículos accesorios y lujos para motos, la diversidad en accesorios y marcas s abarcando los gustos y preferencias de los clientes que cada vez están utilizando este medio de transporte por su economía, y practicidad en su movilidad en los escenarios urbanos y rurales que en la actualidad existen en el Municipio de Cimitarra.

La finalidad de la empresa es llevar a los motociclistas de cimitarra, Santander accesorios y lujos para motocicleta con miras a evitarles los costos de desplazamiento a otra ciudad para poder comprarlos; estos productos cuentan con alta calidad en cuanto a materiales que garantizan resistencia y a su vez son innovadores en cuanto a diseño para colmar las expectativas de los compradores.

**Tabla. 2 Productos a comercializar**

	<p><b>Cintas adhesivas</b> Tiras decorativas para llantas o cintas adhesivas, elaboradas en plástico polipropileno, con pegante al inverso para adherirse a la parte de la motocicleta, en colores vistosos como reflectivas.</p>
	<p><b>Forros para los tanques.</b> Diseñados para acentuar la ergonomía para el piloto y el pasajero, permite mayor visibilidad al acompañante, facilitan la estabilidad en cualquier posición; están elaborados en una lámina resistente, plástica, en variados colores y con imágenes llamativas para hacer más atractiva la máquina, su forma se adecua al estilo de la motocicleta, posee un sistema de agarre para que no haya posibilidad de caerse.</p>
	<p><b>Protectores de calzado</b> Los protectores de calzado se desarrollaron con el fin de proteger el calzado del motociclista, debido al desgaste y deterioro del zapato con la fricción; Están elaborados en material resistente de lona con una parte delantera en cuero, posee un anillo elástico que se ajusta a la forma del zapato.</p>
	<p><b>Cubrecadenas</b> Cubrecadenas colores y estilos variados, elaborados en</p>

	<p>plástico resistente que forma un lámina que ayuda a proteger.</p>
	<p><b>Cúpulas.</b> Varios colores, aerodinámicas, disponibles en varios modelos; el material en que están elaboradas es el polipropileno de alta resistencia, es una lámina fuerte que se adhiere en la parte delantera superior de la motocicleta y posee un sistema de fijación a la máquina.</p>
	<p><b>Fundas Protectoras</b> Funda protectora para motocicleta, protege la moto de la lluvia, polvo, sol; su diseño semeja una capa que permite cubrir toda la máquina, está elaborada en una lona altamente resistente e impermeable.</p>
	<p><b>Guardabarros</b> Guardabarros delanteros, para mantener limpio el carenado, colores carbono y negro, material de fácil pintura que se ajusta a la moto, es elaborado en plástico resistente en forma cóncava para ajustarse a la forma de la llanta.</p>
	<p>Guardabarros traseros, variedad de estilos y colores</p>
	<p><b>Iluminaciones</b> Iluminación, variedad de estilos y colores, sistemas de bombillas eléctricas que dejan pasar la luz, existen en diferentes materiales como plásticos transparentes, cableado, electrónico, etc.</p>
	<p><b>Maletas</b> Maletas, incluye soporte estándar y conjunto de tornillería, con capacidad para dos cascos integrales pequeños, materiales resistentes al sol y la lluvia. Está hecho en material altamente resistente plástico.</p>

Fuente: Autores del proyecto

Teniendo en cuenta la descripción del producto que se pretende comercializar está basada en diferentes equipos y accesorios que puede tener las motocicletas o el piloto. Se cuenta con la colaboración de empresas colombianas dispuestas a diseñar y fabricar estos accesorios, las cuales fabrican y comercializa partes especiales para motocicletas.

Algunos contactos disponibles se encuentran en la ciudad de Bucaramanga y en el Distrito Capital Bogotá.

Proceso de fidelización mediante la visita al local donde reciben descuentos especiales, o un servicio adicional.

**2.2.2 Productos Sustitutos.** Dentro de los productos sustitutos para la comercialización de accesorios y lujos para motocicleta se pudo encontrar la venta de morrales manos libres que sustituyen a la maleta, venta de guantes de lana u otro material que no son de uso exclusivo de los motociclistas, venta de chaquetas de material resistente como overol, cuero que son usados en forma general, venta de botas o zapatos resistentes que muchos motociclistas usan cotidianamente.

**2.2.3 Productos Complementarios.** Para complementar la compra de accesorios y lujos para motocicletas encontramos: la venta de motocicletas, la venta de repuestos para motocicletas, venta de aceites y mantenimiento para motocicletas, venta de combustible, entre otros.

**2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia.** Dentro de los aspectos positivos que se encuentran en la comercialización de accesorios y lujos para motocicletas está la cercanía para los compradores, pues al haber un lugar donde comprar estos artículos en el municipio de Cimitarra Santander, los motociclistas no deben desplazarse a ciudades lejanas para adquirirlos, ahorrando dinero.



Las ventajas más importantes son los costos de transporte hacia otras ciudades para conseguir los productos accesorios y el tiempo que se ahorra al conseguirlos en el mismo Municipio de Cimitarra, La oportunidad de tener todo lo necesario para las motos sin tener que salir del Municipio.

**2.2.5 Análisis De La Competencia** Actualmente en el municipio de Cimitarra Santander, no cuenta con empresas que comercialicen accesorios y lujos para motos.

Se tiene como competencia a dos productores de accesorios de lujos para motos en la ciudad de Bucaramanga y entre ellos el productor que marca la pauta es *Jacobs*, ubicado en la zona industrial de Girón, en la Carrera 29 N° 43-56 El llanito, este se ha ubicado como productor primario y representativo de este sector, con una increíble planta física para la elaboración de los accesorios de lujo para motos sin embargo, presenta una serie de debilidades en la entrega final de sus productos pues el precio que ellos ofrecen es muy alto; así mismo, se encuentra *Kike's* ubicado Cra 21 n° 55-34 este productor es pequeño comparado con *Jacobs* y presenta una serie de debilidades en la entrega final de los productos, tales como calidad de materias primas, colores, poca innovación y desgaste rápido.

Estos son contactos de negocios que producen y venden algunos productos en Bucaramanga y Bogotá.

**Tabla 3. Contactos disponibles para comercialización**

CONTACTOS DISPONIBLES	CIUDAD
 <p>Forros y Sábanas para los Cojines de las Motocicletas – Protectores de Tanque – Materiales con Protección UV</p>	<p>Bucaramanga, Cl 49 4-48 Lagos II Tel: 6484790</p>
 <p>Dotaciones Motorizados, Chaquetas, Pantalones, Guantes, Impermeables, Koalas, Rodilleras, Chalecos, Gafas, Seguridad, Monos, Botas, Gorras, Overoles, Camisas, Canilleras a Domicilio</p>	<p>Colombia – Distrito Capital, Bogotá Av Cr30 77-08 P-2 Tel: (57) (1) 5404933</p>

Fuente: Autores del proyecto

La forma de comercialización de los accesorios y lujos para motos en el municipio de Cimitarra Santander es de forma directa, la cual incluye actividades de forma

personalizada con los clientes potenciales, consiguiendo de esta manera una mejor atención más personalizada que incluya asesoramiento sobre el uso del producto.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** El mercado potencial de la comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta se establece geográficamente los Municipios del Magdalena Medio santandereano tales como Bolívar, Landázuri, Puerto Parra, parte sur del municipio de Barrancabermeja.

**2.3.2. Mercado objetivo.** Los accesorios de lujo para motos tendrán como mercado objetivo a todo el sector motociclista del municipio de Cimitarra Santander, que quieran darle un toque personal a sus medios de transporte, según fuente de la alcaldía de Cimitarra se encuentran datos de 8.000 motociclistas<sup>17</sup>.

## **2.4 DEMANDA**

### **2.4.1 Investigación de mercados.**

**2.4.1.1 Planteamiento del Problema.** El municipio de Cimitarra se dedica, principalmente, a la producción agrícola y ganadera, con poco desarrollo industrial.

Así mismo, según se ha constatado en este estudio, comercialización de accesorios y lujos para motos en la localidad es nula, actualmente no se han constituido empresas que distribuyan y comercialicen el producto, careciendo de visión empresarial, que posibilite la optimización de los recursos disponibles, la generación de excedentes y la oferta de empleo.

Es así que en el municipio de Cimitarra, los usuarios de las motocicletas para satisfacer parte de la demanda de los accesorios y lujos para sus motocicletas, deben recurrir o adquirir este producto a través de proveedores externos, provenientes de Bucaramanga.

---

<sup>17</sup> *Ibíd.*

Por lo anterior, la adquisición de accesorios y lujos para motos a través de proveedores externos, hace que los productos se expongan a factores de riesgo, afectando su estado, calidad y precio final

Como consecuencia de lo anterior, se da la demora en el suministro del producto al cliente final, dada la escasa y/o nula frecuencia de su provisión; por otra parte, se deterioran las condiciones de calidad en los accesorios y lujos para motos, finalmente, el incremento del precio final del producto, dada la participación económica de los intermediarios en la distribución y entrega final de estos productos para su comercialización en el municipio.

Teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas y las situaciones de comercialización de los accesorios y lujos para motocicletas, en el municipio de Cimitarra descritas anteriormente, resulta de interés para los investigadores la realización de un estudio de mercados que permita identificar con precisión las tendencias, frecuencias y necesidades de consumo de la población para evaluar la factibilidad de comercialización de estos productos, en condiciones de oportunidad, calidad y economía, contribuyendo, además, con la generación de empleo e ingresos para la población de esta municipalidad.

**2.4.1.2 Necesidades de Información.** Para la realización del presente proyecto se precisa la cantidad y ubicación de usuarios o dueños de motocicletas en el municipio de Cimitarra, para poder tener en cuenta la ubicación de la empresa y el mercado objetivo.

Así mismo, se identifica el perfil del cliente consumidor de accesorios y lujos para motos, en edad, genero, estrato, actividad económica y nivel de estudio.

Identificar los gustos y preferencias en accesorios de mayor uso, como también analizar atributos diferenciadores al momento de demandar estos productos.

Determinar el interés, frecuencia de compra, colores, gustos, marcas según el perfil del cliente de Cimitarra.

**2.4.1.3 Ficha Técnica:** Para la elaboración de la ficha Técnica se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

**Tabla 4 Ficha Técnica**

<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b></p>	<p><b>Investigación descriptiva:</b> Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el proyecto.</p> <p><b>Investigación exploratoria:</b> Este tipo de investigación es apropiada en las primeras etapas del proceso de la toma de decisiones. Permite obtener una investigación preliminar sobre la situación del entorno que rodea a la comercialización de Artículos accesorios y Lujos para motos. También es adecuada para identificar los problemas o las oportunidades potenciales de nuevos enfoques de ideas o de hipótesis relacionadas con este proyecto de Artículos accesorios y Lujos para motos.</p>
<p><b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b></p>	<p><b>Método inductivo:</b> Proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada.</p> <p>Procedimiento inductivo permite que en el proyecto se pueda realizar un proceso por el cual se deducen (infieren) propiedades o características de la población que demanda Artículos accesorios y Lujos para motos a partir de una muestra significativa acerca de una población adecuada ó universo</p>
<p><b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b></p>	<p><b>Primarias:</b> Información escrita que es recopilada directamente por los investigadores utilizando como fuente a los usuarios de Motocicletas.</p> <p><b>Secundarias:</b> Información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. Se utilizan fuentes como artículos en Internet, revistas, textos, documentos, en otras que hablen de comercialización, usos, parque automotor, tendencias sobre Artículos accesorios y Lujos para motos.</p>
<p><b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b></p>	<p><b>Encuesta:</b> La técnica de recolección de información es la encuesta, la cual se aplicará a una muestra de la población del parque automotor de motos en Cimitarra.</p>
<p><b>INSTRUMENTO</b></p>	<p><b>El Cuestionario:</b> El instrumento de recolección de información es el cuestionario, el cual está estructurado por preguntas de tipo mixto</p>
<p><b>MODO DE APLICACIÓN</b></p>	<p>La encuesta se aplicará directamente con los usuarios de motos de la localidad.</p>
<p><b>DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO</b></p>	<p>El mercado objetivo de los accesorios de lujo para motos contará con la comercialización de partes y productos para este medio de transporte en el municipio de Cimitarra Santander, enfocado a personas mayores de 18 años que mantienen unos ingresos y ocupación variados, siendo personas dueñas de motocicletas, creativas y descomplicadas, amantes del cambio y que les gustas dar un toque personal a sus motocicletas, que compren los productos</p>

	ocasionalmente y que además requieran calidad, personalización, estilo, identificación y accesibilidad.
<b>ALCANCE</b>	Las encuestas se aplicarán en el casco urbano del municipio de Cimitarra.
<b>PERÍODO DE APLICACIÓN</b>	Febrero y marzo de 2010
<b>DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO</b>	<p><b>Marco Muestral:</b> Listas de usuarios y/o dueños de motocicletas del municipio de Cimitarra Santander</p> <p><b>Unidad Muestral:</b> usuarios y/o dueños de motocicletas del municipio de Cimitarra Santander</p> <p><b>Elemento Muestral:</b> Accesorios y lujos para motocicletas</p> <p><b>Tiempo de aplicación :</b> El tiempo estimado para aplicar la encuesta irá desde el 20 de febrero hasta el 20 de marzo de 2010 duración 30 días</p> <p><b>Población:</b> 8.000 según fuente alcaldía de Cimitarra (2.009)</p> <p><b>Tecnica de muestreo:</b> Probabilístico, aleatorio simple para población finita Para el cálculo de la muestra se empleara la siguiente fórmula:</p> $n = \frac{N (z^2) (p) (q)}{(N-1) (e^2) + z^2 (p) (q)}$ <p>donde,  N= Tamaño de la población 8.000  Z = 1.96 p = Probabilidad de éxito  q = Probabilidad de fracaso  e = Error  N = 8.000 personas dueñas de motos Z = 1.96 p = 0.5 q = 0.5  e = 0.05</p> $n = \frac{8.000 (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(8.000 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$ <p>n= 382</p>

Fuente: autores del proyecto

**2.4.2 Tabulación, Presentación y análisis de Resultados.** La información se inicia con la recolección de datos por medio de una encuesta que se aplica a una muestra de mercado objetivo; esta información se clasifica cuantitativamente mostrando a través de una tabla y gráficas los porcentajes de mayor relevancia.

Las conclusiones dadas en cada pregunta suministran un valor de gran importancia para los investigadores a la hora de tomar decisiones importantes en la evolución del proyecto.

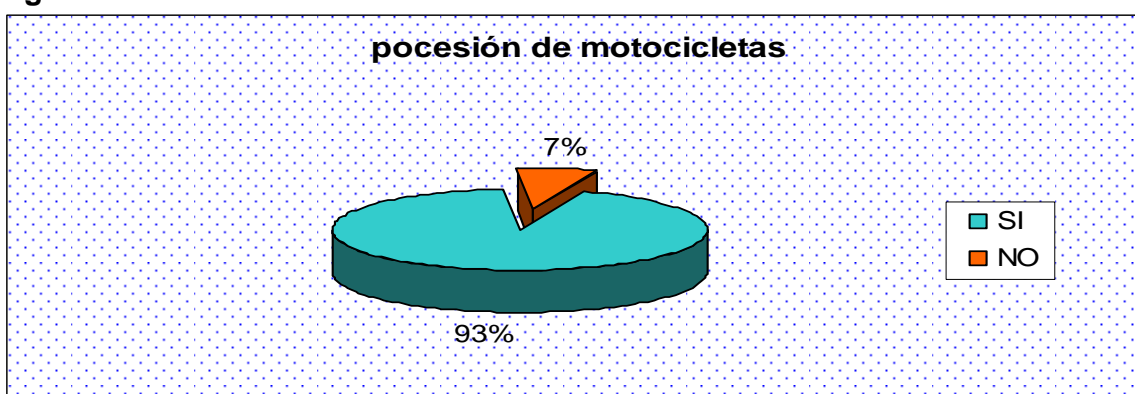
### Pregunta No 1. La Motocicleta está a nombre suyo, es propia

**Tabla 5 Posesión de Motocicletas**

OPINIÓN	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	356	93%
No	26	7%
Total	382	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 2 Posesión de Motocicletas**



Fuente: Autores del proyecto

La mayoría de las personas encuestadas admiten poseer una motocicleta con y 93%, partiendo de este hecho se empieza a establecer la favorabilidad a la actual idea de negocio. La pregunta se desarrolla teniendo en cuenta que las motocicletas algunas veces son de empresas o personas jurídicas y no la persona que conduce la motocicleta, es propia en un 93 % de los encuestados.

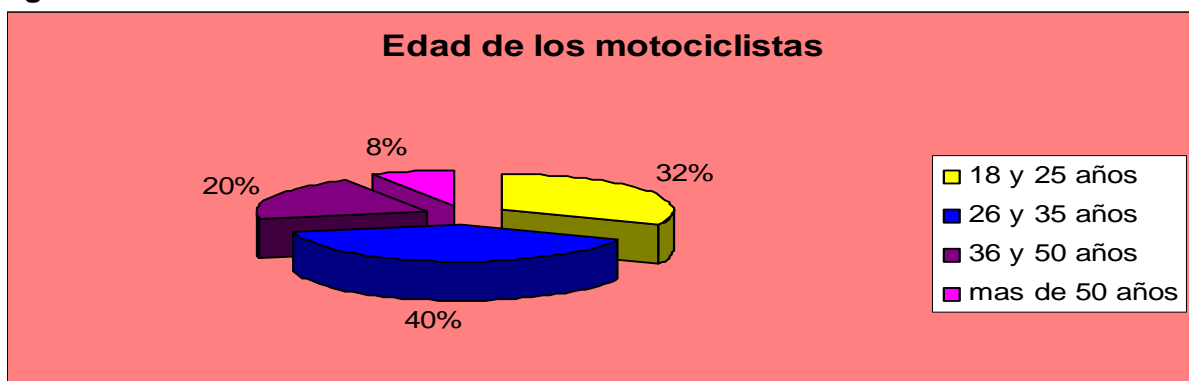
### Pregunta No 2. ¿Qué edad tiene usted?

**Tabla 6 Edad de los motociclistas**

INTERVALO DE EDADES	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
De 18 a 25 años	113	32%
De 26 a 35 años	142	40%
De 36 a 50 años	72	20%
Mayor a 50 años	29	8%
Total	356	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 3 Edad de los motociclistas**



Fuente: Autores del proyecto

La edad de mayor rango que tienen los motociclistas en Cimitarra, Santander es de 26 a 35 años con un 40% de participación, seguido de 18 a 25 años con una participación del 32%, esta clasificación es importante a la hora de elegir el estilo de los accesorios y lujos para motocicleta.

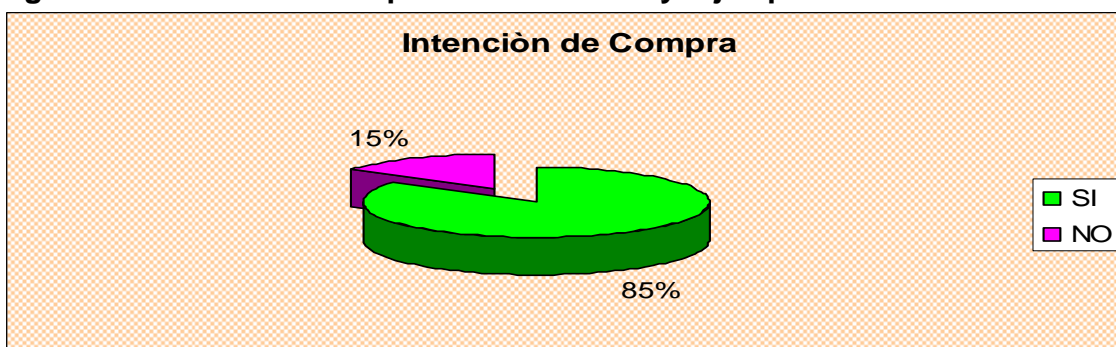
**Pregunta 3. ¿Compra usted accesorios y lujos para motocicleta?**

**Tabla 7 Intención de compra de accesorios y lujos para motocicleta**

OPINIÓN	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	301	85%
No	55	15%
Total	356	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 4 Intención de Compra de accesorios y lujos para motocicleta**



Fuente: Autores del proyecto

Al indagar la intención de compra de accesorios y lujos para motocicletas, la mayoría de los motociclistas manifiesta que le gustaría comprar estos artículos; este dato es base fundamental para crear una comercializadora dedicada a la venta de esta clase de elementos.

**Pregunta No 4. ¿En qué ciudad compra usted los accesorios y lujos para motocicleta?**

**Tabla 8 Lugar de compra de los accesorios**

LUGAR	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Bucaramanga	301	100%
Total	301	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 5 Lugar de Compra de los Accesorios**



Fuente: Autores del proyecto

La totalidad de los motociclistas de Cimitarra Santander dicen que el lugar donde compran los accesorios y lujos para motocicleta es la ciudad de Bucaramanga, este aspecto es de vital importancia a la hora de establecer la competencia de la comercializadora. Realmente en cimitarra no hay un solo sitio que venda los accesorios de Motocicleta.

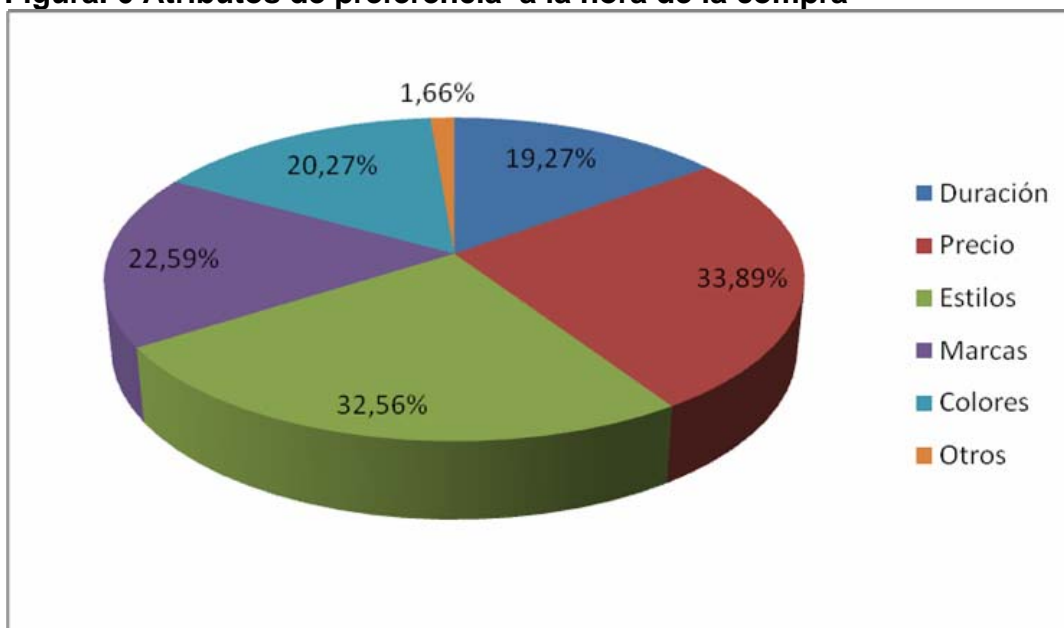
**Pregunta No 5. ¿Qué atributos tiene en cuenta a la hora de comprar los accesorios y lujos para motocicleta?**

**Tabla 9. Atributos de preferencia a la hora de la compra (El más importante) es de múltiples respuestas.**

OPINIÓN	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Duración	58	19,27%
Precio	102	33,89%
Estilos	98	32,56%
Marcas	68	22,59%
Colores	61	20,27%
Otros	5	1,66%
Total	301	130,23%

Fuente: Autores Del Proyecto

**Figura. 6 Atributos de preferencia a la hora de la compra**



Fuente: autores del proyecto.

A la hora de comprar los accesorios y lujos para motocicleta, los compradores prefieren inclinarse con la variable del precio con el 33.89%, seguido por el estilo y los colores con el 32,56 %, teniendo en cuenta estas opiniones se debe establece criterios concretos con respecto al precio y los estilos de los artículos a comercializar, sin dejar de lado los otros aspectos que también poseen una importante participación.

Esta pregunta contiene múltiples respuestas por eso el porcentaje es mayor que 100 %.

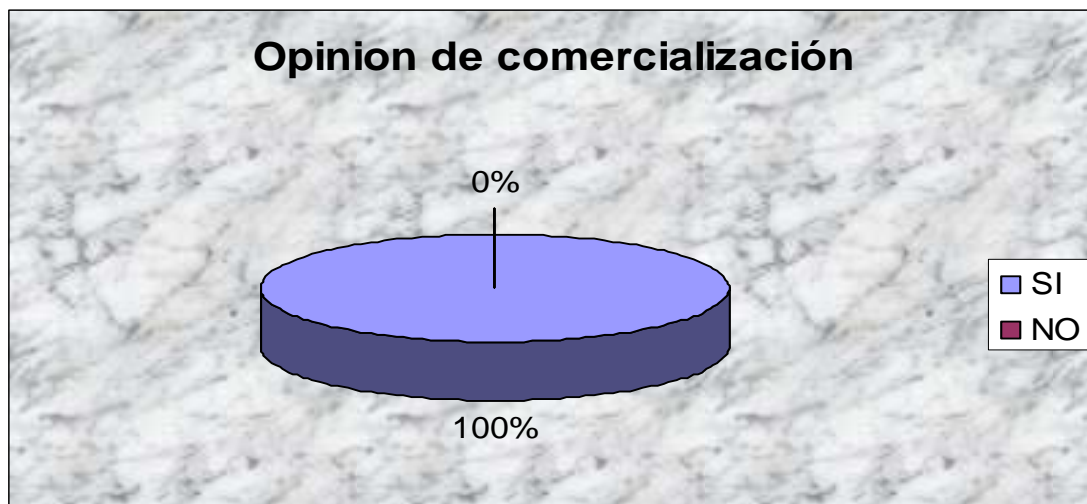
**Pregunta No 6. ¿Le gustaría que en Cimitarra se comercializara los accesorios y lujos para motocicleta?**

**Tabla 10 Opinión de Comercialización en el municipio de Cimitarra, Santander.**

OPINIÓN	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	301	100%
No	0	0%
Total	301	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 7 Opinión de comercialización en el municipio de Cimitarra, Santander.**



Fuente: Autores del proyecto

Cuando se le preguntó a los interesados si existiera una comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio de Cimitarra, Santander, los encuestados unánimemente dieron una opinión favorable; con este aspecto se puede concretar la idea de crear la empresa es gran de aceptación.

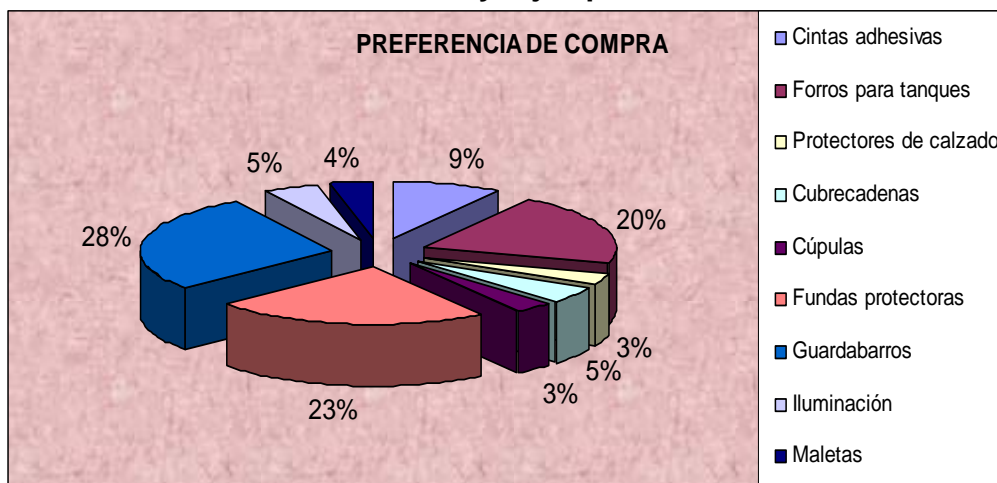
**Pregunta No 7. ¿Qué accesorio le gustaría comprar?**

**Tabla 11. Preferencia del accesorio o lujo para motocicleta (mayor preferencia)**

ACCESORIO	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Cintas adhesivas	28	9%
Forros para tanques	61	20%
Protectores de calzado	9	4%
Cubrecadenas	14	5%
Cúpulas	10	3%
Fundas protectoras	70	23%
Guardabarros	84	28%
Iluminación	14	4%
Maletas	11	4%
Total	301	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 8 Preferencia de accesorios y lujos para motocicleta**



Fuente: Autores del proyecto

La preferencia por parte de los clientes se inclina por comprar guardabarros con un 28%, seguido de fundas protectoras con un 23% y forros para tanques con un 20%. De gusto, este dato tiene alta incidencia para aprovisionar a la nueva empresa de inventarios que coincidan con el gusto de los compradores.

Se aclara que la pregunta se encamina a responder el producto de mayor preferencia ya que generalmente la compra es de un artículo por año debido a su rotación.

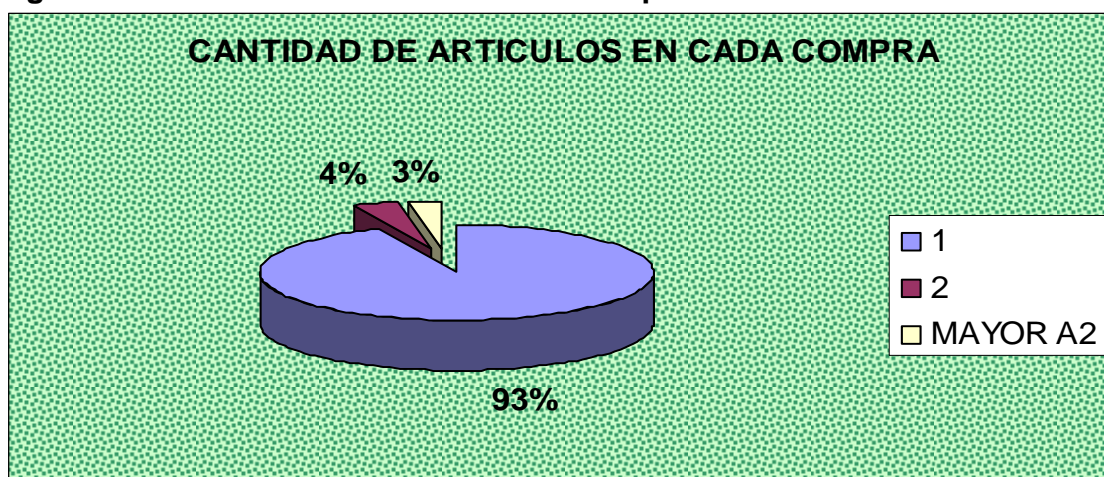
**Pregunta No 8. ¿Qué cantidad de artículos adquiere en cada compra?**

**Tabla 12. Cantidad de artículos en cada compra**

CANTIDADES	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
1	284	93%
2	11	4%
Mayor a 2	8	3%
Total	301	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 9 Cantidad de artículos en cada compra**



Fuente: autores del proyecto

Las cantidades de artículos que los encuestados adquieren en cada compra es en su gran mayoría 1 con una participación del 93%; para la estimación de la demanda, este valor es básico. El promedio es de 1 artículo.

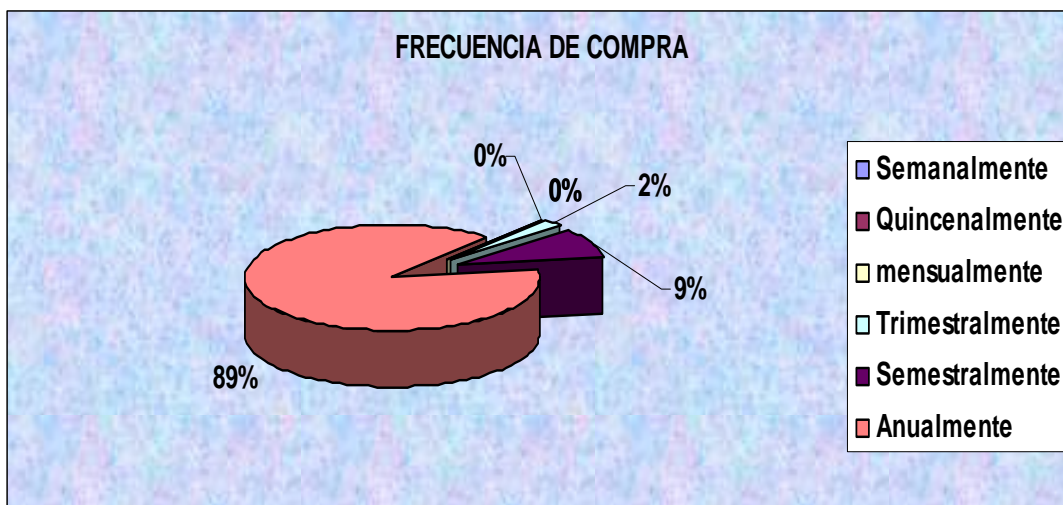
**Pregunta No 9. ¿Con qué frecuencia adquiere los artículos?**

**Tabla 13 Frecuencia de compra**

FRECUENCIA	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Semanalmente	0	0%
Quincenalmente	0	0%
Mensualmente	0	0%
Trimestralmente	7	2%
Semestralmente	27	8%
Anualmente	267	90%
Total	301	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 10 Frecuencia de Compra**



Fuente: autores del proyecto

Anualmente, es el dato de mayor aceptabilidad por parte de los encuestados si se trata de la frecuencia de compra, con una participación del 90% aproximadamente; en la estimación de la demanda la frecuencia de compra es una de los datos a tener en cuenta.

**Pregunta No 10. ¿Qué precio paga por cada artículo?**

**Tabla 14 Precios promedio**

ACCESORIOS	PRECIO PROMEDIO
Cintas Adhesivas	\$27.000
Forros para tanques	\$35.000
Protectores de calzado	\$38.000
Cubrecadenas	\$50.000
Cúpulas	\$80.000
Fundas protectoras	\$45.000
Guardabarros	\$30.000
Iluminación	\$50.000
Maletas	\$60.000
Total	\$415.000

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 11 Precios promedio**



Fuente: Autores del proyecto

De acuerdo a las respuestas dadas por los motociclistas los precios promedio que pagan por cada uno de los accesorios son menores de \$100.000, teniendo como dato mayor el valor de las cúpulas de \$80.000 por unidad, seguido por las maletas con un valor promedio de \$60.000; saber los precios existentes en el mercado es necesario para establecer criterios de fijación de precios.

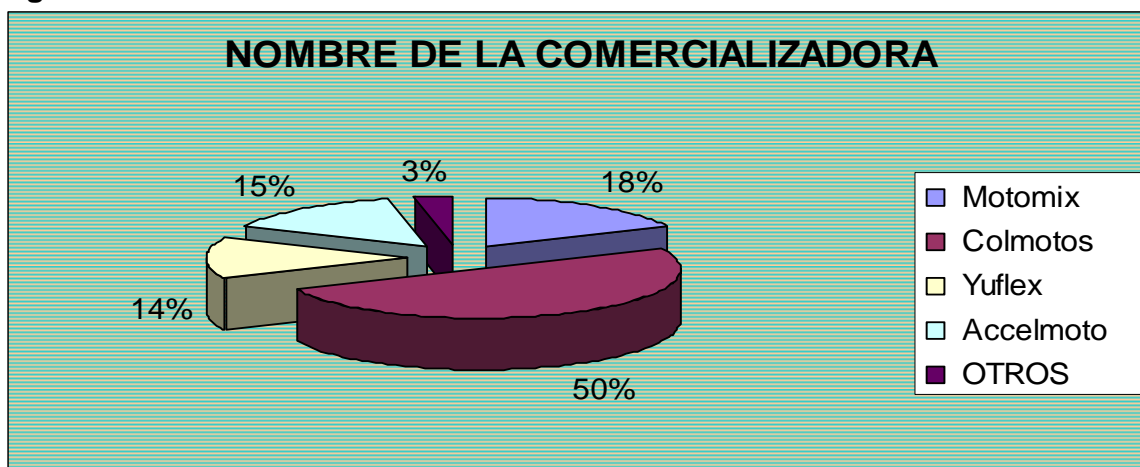
**Pregunta No 11. ¿Qué nombre le llama la atención para la comercializadora?**

**Tabla 15 Nombre de la comercializadora**

NOMBRE	NR. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Motomix	54	18%
Colmotos	150	50%
Yuflex	42	14%
Accelmotos	45	15%
Otros	10	2%
Total	301	100%

Fuente: autores del proyecto

**Figura 12 Nombre de la comercializadora**



Fuente: autores del proyecto

Para elegir el nombre de la Comercializadora se tuvo en cuenta la opinión de los encuestados teniendo como resultado, Colmotos, con una participación del 50%.

**2.4.3. Estimación de la demanda.** Para la estimación de la demanda, se toma como base los resultados de la encuesta aplicada a la muestra donde los propietarios de motocicletas dicen el número de artículos adquirir en cada compra y la frecuencia de compra.

De la anterior información se extrae que el 98% de la población adquiere anualmente, entre 0 y 2 unidades en cada compra. Y el 2% adquiere entre 3 y 5 unidades anualmente; Esta estimación se hace en general de todos los accesorios y lujos para motocicleta, debido a que los encuestados responden la intención de compra sin especificar que producto; la estimación por producto se visualiza en el cuadro nro. 16, estimación de demanda por producto.

**Tabla 16. Estimación de la demanda**

INTERVALOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	POBLACIÓN	M. CLASE	M. X POB
0-2	295	0.98	7.840	1	7840
3-5	8	0.02	160	4	640
Total	301	1	8.000		8.480

Fuente: Datos de la encuesta realizada por los autores del proyecto

Según los resultados la demanda anual será de 8.480 unidades de compra anualmente.

Para Establecer la demanda por preferencia de producto se toma el resultado de la encuesta donde los motociclistas opinan sobre que artículos prefieren compra, tenemos

**Tabla 17 Estimación de la demanda por artículo**

ACCESORIOS	PORCENTAJE	DEMANDA ANUAL
Cintas Adhesivas	9%	763
Forros para tanques	20%	1696
Protectores de calzado	4%	339
Cubrecadenas	5%	424
Cúpulas	3%	254
Fundas protectoras	23%	1950
Guardabarros	28%	2374
Iluminación	4%	339
Maletas	4%	339
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>8.480 aprox.</b>

Fuente: Datos de la encuesta realizada por los autores del proyecto

**2.4.4 Evolución Histórica de la demanda del servicio.** Para cuantificar la evolución histórica de la demanda, se toma como dato el índice de crecimiento poblacional del departamento de Santander estimado en 2.77%, Según información suministrada por el DANE y se hace una proyección del 2,77 % 5 años atrás.

**Tabla 18 Evolución histórica de la demanda**

AÑO	DEMANDA
2009	8.260
2008	8.045
2007	7.836
2006	7.632
2005	7.434

Fuente: autores del proyecto

**2.4.5 Proyección de la demanda.** La demanda proyectada se calculará teniendo en cuenta los datos de la demanda actual y el crecimiento poblacional del municipio de Cimitarra que según fuente oficial del Departamento Nacional de Estadística y la Alcaldía del municipio es del 2.77%

Para definir la proyección de la demanda se toma el índice de crecimiento poblacional del municipio de Cimitarra que se estima en 2.77% y se hace una proyección 5 años adelante.

**Tabla 19 Proyección de la Demanda**

AÑO	DEMANDA
2010	8.480
2011	8.700
2012	8.926
2013	9.158
2014	9.396

Fuente: autores del proyecto

## **2.5. OFERTA**

En el municipio de Cimitarra no hay una oferta de accesorios y lujos para motos. Se aclara que actualmente se están comercializando los productos provenientes de la ciudad de Bucaramanga

**2.5.1 Relación Entre Demanda Y Oferta. (Demanda Insatisfecha)** De acuerdo a las características del proyecto se puede considerar que hay demanda insatisfecha en su totalidad de accesorios y lujos para motos.

Teniendo en cuenta no se puede sacar el cuadro comparativo de la demanda insatisfecha, ya que no hay oferta de accesorios y lujos para motos en el municipio De Cimitarra, La demanda proyectada es la presentada en el cuadro. 19.

**2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia.** Una vez analizada la información adquirida se establece una variada gama de empresas distribuidoras de accesorios y lujos para motocicleta que se convierten en la competencia para la nueva empresa, es de aclarar que son competencia indirecta pues en el municipio de Cimitarra Santander no existe empresa alguna dedicada a este ejercicio comercial.

Los propietarios de motocicletas en el municipio de Cimitarra adquieren los accesorios en la ciudad de Bucaramanga donde se encuentran con una gama amplia de marcas, estilos, precios cómodos y calidad del servicio.

## 2.6. CANALES DE COMERCIALIZACION

**2.6.1 Estructura De Los Canales Actuales.** La mayoría de empresas que venden accesorios y lujos para motocicletas en el municipio de Bucaramanga son comercializadoras utilizando un esquema de ventas:

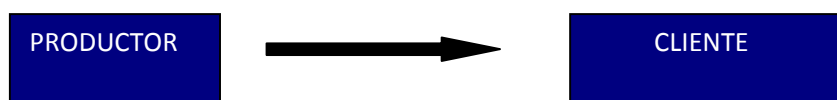
**Figura. 13 Canales de Comercialización actuales**



Fuente: autores del proyecto

Sin embargo existen productores que se encargan de comercializar los productos directamente al cliente contando con un sistema de comercialización directa:

**Figura 14 Canales de Distribución actuales**



Fuente: Autores del proyecto

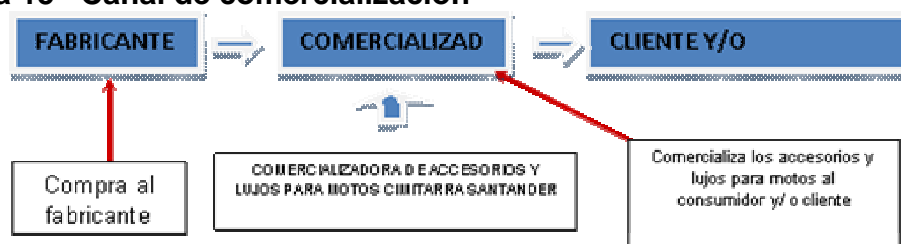
**2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales Venta Indirecta.** Los canales de distribución existentes son los de mayor aceptación por parte de los empresarios, en cuanto al sistema indirecto se tiene la ventaja de no incurrir en los costos de producción que son elevados y los procesos de producción requieren tiempo y personal, este esquema de comercialización no requiere gran estructura física ni maquinaria, sólo se centra en espacio para la ubicación de la mercancía si la empresa desea mantener inventarios, y el espacio para la ubicación del

personal dedicado a la venta; Tiene como desventajas que no posee el control sobre la calidad del producto, debe aumentar el precio para cubrir el costo de compra teniendo desventaja con respecto a los productores.

**Venta Directa.** En cuanto a los productores, tienen la ventaja de poder manejar directamente el precio de los artículos para hacerlos más cómodos para los compradores, pueden controlar los sistemas de calidad y estar permanentemente innovando en diseño y materiales; Corren riesgos altos en cuanto a costos de producción, deben poseer estructuras físicas y maquinarias especializadas donde se incurre en altas inversiones.

**2.6.3 Selección de los canales de comercialización.** El canal utilizado de acuerdo a las características de la nueva empresa es el de comercialización, es una forma indirecta pues se compra al productor y luego se comercializa con el cliente.

**Figura 15 Canal de comercialización**



Fuente: Autores del proyecto

En el momento de establecer el canal de comercialización se tiene en cuenta que el canal escogido es de mayor practicidad y menor inversión pues se debe tener en cuenta que es una empresa nueva en un lugar alejado de las grandes ciudades para adquirir los insumos de producción.

## 2.7 PRECIO

**2.7.1 Análisis de precios.** La fijación o determinación del precio de los accesorios y lujos para motos, debe ser el resultado de un análisis cuidadoso de los diferentes aspectos que implican la comercialización de los productos; por lo tanto se tendrá en cuenta las siguientes variables.

- **Estructura de costo y utilidades esperadas.** Los productos deben cubrir el costo de adquisición y además debe generar una utilidad bruta esperada del 30% establecida para el funcionamiento del proyecto
- **Mercado Meta.** Es tener en cuenta el precio para el comprador, de acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercados, la cual se encuentra en rangos establecidos de acuerdo al accesorio de compra
- **Precios de productos en el mercado.** Se tendrá en cuenta los precios manejados por la competencia ubicada en la ciudad de Bucaramanga

De acuerdo a esto, se tendrá en cuenta el precio promedio de los accesorios y lujos para motocicletas en la actualidad con precios menores a \$ 100.000 por unidad, precios asequibles al público consumidor.

**2.7.2 Estrategias de fijación de precios.** Para la fijación del precio de los accesorios y lujos para motocicletas se deben tener en cuenta aspectos importantes como es el costo de compra, gastos de fletes, gastos de administración y ventas, y una utilidad representativa que haga atractivo el negocio, se debe tener en cuenta que la fijación del precio debe ser razonable y asequible al comprador; se deben efectuar algunas negociaciones con los proveedores con descuentos por compra al por mayor para que el precio de los productos asuma costos, gastos y rentabilidad y sumado a estos aspectos el precio gire alrededor del que propone la oferta actual.

- **Precios con respecto a la competencia:** los precios con respecto a la competencia se mantendrán en un orden nivelado, sin pensar en disminuir los costos, sino se estaría pensando en disminuir las utilidades
- **Precios con respecto a los costos:** se utilizará precios con descuentos para incentivar al cliente a que compre el producto.
- **Precios para el nuevo producto:** siendo los accesorios productos innovador en el mercado del municipio, se tendrá en cuenta que la estrategia a fijar sería de la penetración en el mercado, ya que se está buscando fijar un precio relativamente bajo, para poder llegar, entrar y permanecer en el mercado

## 2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCION

### 2.8.1. Objetivos

- Diseñar un programa que permita dar a conocer los servicios ofrecidos por la empresa dedicada a comercializar artículos deportivos del ciclismo.
- Crear imagen de marca, recordación, información y persuadir al público para mantener o incrementar las ventas del producto ofertado.
- Crear demanda o modificar las tendencias de demanda del producto. Entendiendo que la comercialización busca identificar el mercado apropiado para cada producto, la publicidad es la comunicación por la cual la información sobre el producto es transmitida.
- Comunicar las cualidades o reputación de las marcas ofrecidas, es decir, un valor de marca que la hace diferente a las de la competencia.
- Utilizar herramientas de mercadeo, como la presencia en eventos deportivos de colegios y entidades educativas, promover Ciclo paseos; para incentivar la práctica de este deporte.

**2.8.2 Logotipo.** Se describe con un motociclista con toda la indumentaria sobre su motocicleta en marcha a toda velocidad en colores vistosos y con fondo de luces para visualizar la imagen, este logo se posa sobre una base que se proyecta en una gama de colores grises las cuales hacen más impactante la figura y el nombre de la empresa.

El motociclista está erguido sobre su máquina lo que demuestra su confianza e ímpetu lo mismo que su actitud desafiante y ganadora; la motocicleta que vuela presenta un alto desafío y una forma extraordinaria de rodar.

El hecho que el motociclista esté usando todos los accesorios que debe llevar Una persona que maneje motocicleta llega de una forma directa a los gustos de los interesados compradores.

Figura 16 Logotipo



Fuente: Autores del proyecto

**2.8.3 Lema.** La gran carrera a la cima. Con esta leyenda se busca impactar de manera directa a los motociclistas haciéndolos sentir triunfadores y capaces de lograr sus metas; se presenta como una competencia de velocidad y adrenalina que es natural en los jóvenes y ante todo en las personas que les agrada conducirse en motocicleta.

**2.8.4 Análisis de medios** Santander es un departamento que cuenta con una amplia cobertura en su totalidad del territorio en medios de comunicación audiovisual, hablada y escrita con los cuales se puede contar a la hora de seleccionar que medios son los adecuados para llegar a los compradores de accesorios y lujos para motocicletas en el municipio de Cimitarra.

- . Prensa local: Vanguardia Liberal, Nuestro Diario que va hasta cimitarra.

Se escogería Vanguardia liberal por la cobertura del periódico a nivel regional, y los costos varían dependiendo del tamaño de la publicidad, siendo los fines de semana el que más costo tiene, por consiguiente se utilizaría en la medida que se necesite dar a conocer la Empresa y fijar recordación en la mente de las personas. Para los domingos.

- . Radio local: A.M; radio Santander y F.M ; Olímpica, Tropicana, Rumba Stereo  
Se escogerá la emisora Rumba estéreo, como una opción para pautar en horarios de jornadas laborales y en las mañanas 6. Am a 8.a.m y se haría con una frecuencia mensual, como para fijar el reconocimiento de la marca en la mente de las personas.
- . Televisión local: Canal TRO  
Este medio de comunicación inicialmente no se tendrá en cuenta porque es el que presenta un costo más elevado.
- . Servicios de Internet  
La empresa creará una página web, puesto que, el internet se constituyó una herramienta de consulta y comunicación primordial en el día a día de las personas. Y el costo no están elevado.
- . Páginas amarillas  
Se contará con este medio de comunicación, para las personas que consulten el directorio telefónico como una guía para buscar las empresas vigentes en el mercado.
- . Volantes  
Son un medio de comunicación económico y eficiente por su entrega personalizada.

**2.8.5 Selección de medios.** Para la publicidad necesaria de lanzamiento y mantenimiento se han escogido pautas radiales por medio de emisoras afiliadas a Caracol y RCN que tienen cubrimiento en el sur del Magdalena medio santandereano, se seleccionan estos medios pues el presupuesto es de bajo costo y la página de Internet.

**2.8.6 Estrategias Publicitarias.** Para el lanzamiento se ha establecido pautar en la radio una cuña de 30 segundos donde se anuncie la creación de la empresa y todos sus beneficios para el municipio de Cimitarra y sus alrededores, esta cuña se deberá transmitir en horario de 8 Am hasta las 6 Pm 3 veces al día, 6 días antes del día de lanzamiento y durante este día; lo mismo que se repartirá volantes con la información correspondiente a la nueva empresa y sus actividades dentro del municipio de Cimitarra y repartir tarjetas de presentación a los propietarios y

usuarios de motocicletas en el mismo municipio; para la publicidad de mantenimiento de la empresa se ha decidido pautar en la radio patrocinando algunos eventos y periódicamente con cuñas radiales en las radiodifusoras con cobertura en el área; El mensaje a transmitir será: “Señor motociclista: En colmotos Ltda. Encuentra todo lo relacionado con accesorios y lujos para motocicleta; acérquese y disfruta de nuestros precios cómodos y artículos de excelente calidad.”

**2.8.7 Presupuesto De Publicidad Y Promoción.** El presupuesto de publicidad y promoción, se debe tener en cuenta que tipo de publicidad y promoción se utilizará, los medios de publicidad y de acuerdo a lo establecido fijar el presupuesto que cumplan con los objetivos establecidos.

### 2.8.7.1 De lanzamiento

**Tabla 20 Presupuesto publicidad de lanzamiento**

CONCEPTO	CANTIDAD	VLR. UNITARIO	VLR. TOTAL
Slogan Y Logo, Símbolo Empresarial	1	\$126.000	\$126.000
Cuña radial R,C,N 11 segundos	21	\$10.000	\$210.000
Cuña radial Caracol 11 segundos	21	\$10.000	\$210.000
Impresión de Volante	300	\$50	\$15.000
Tarjetas de presentación	200	\$200	\$44.000
Coctel Tarjetas	150	300	\$45.000
Pasabocas Coctel	500	500	\$250.000
Música Coctel	2 Horas	80.000	\$160.000
Total			\$1.060.000

Fuente: Caracol, R,C,N, Galvan Impresores

### 2.8.7.2 De operación

**Tabla 21 Presupuesto de publicidad de mantenimiento**

CONCEPTO	CANTIDAD	VLR. UNITARIO	VLR. MENSUAL	VLR. ANUAL
Cuña radial R,C,N 11 segundos	30	\$13.000	\$390.000	\$4.680.000
Tarjetas de presentación	200	\$200	\$40.000	\$480.000
Total			\$601.000	\$5.160.000

Fuente: R.C.N radio , Galvan Impresores

### 2.8.7.3 Presupuesto tota

Presupuesto de lanzamiento	\$1060.000
Presupuesto de Mantenimiento	\$5.160.000
	=====
<b>Presupuesto Total</b>	<b>\$6.240.000</b>

## 2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Una vez concluido el análisis de la información recopilada a través de las encuestas y fuentes secundarias se llegó a la conclusión de que es factible crear una empresa comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio de Cimitarra, Santander, debido al alto porcentaje de aceptabilidad que manifestaron los propietarios de motocicleta que fueron encuestados quienes en un 93 % estarían dispuestos a comprar.

La información adquirida permite definir las características del servicio de venta como son calidad, precios y marcas; aspectos a tener en cuenta a la hora de crear una empresa dedicada a la venta de accesorios para motocicleta.

Por medio de las respuestas dadas por los encuestados se define la demanda actual, la evolución y la proyección de la misma, estos punto son de alta importancia cuando se toma la decisión de implementar un proyecto productivo.

Se ha podido establecer el canal de comercialización más adecuado para la nueva comercializadora.

Al investigar a cerca de la oferta actual se ha podido conocer aspectos tales como precio, calidad del servicio, marcas más reconocidas, también se pudo indagar los lugares de comercialización de accesorios y lujos para motocicleta en la ciudad de Bucaramanga.

Una de las conclusiones más importantes para la implementación del proyecto es saber que en el municipio de Cimitarra, Santander no existe una empresa productora y comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta, aspecto que permite determinar que no se cuenta con una competencia directa.

Realmente este factor marca la diferencia porque hay una demanda insatisfecha de 8.000 motocicletas de las cuales el 90% son propias.

### 3. ESTUDIO TECNICO

En este estudio se conocerá toda la parte funcional y operativa del proyecto con base en el análisis del estudio de mercados poder responder a unos interrogantes cómo dónde se producirá, cómo se realizará y cantidades de producción en un determinado periodo.

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto comprende su capacidad instalada, expresada en unidades de accesorios y lujos para motos comercializada en un año.

Para determinar el tamaño del proyecto, de analizarán las siguientes variables

- Descripción del tamaño del proyecto
- Factores que determinan el tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** Es la cantidad de accesorios que se pretende comercializar anualmente, la cual fue determinada en el estudio de mercados del primer año.

La empresa Colmotos Ltda., estará dedicada a la venta directa de accesorios y lujos para motocicleta, esta empresa inicialmente estará cubriendo un 80% de la demanda, teniendo en cuenta que en el municipio de Cimitarra, Santander no existe una empresa dedicada a esta actividad, la demanda insatisfecha es del 100%, esta demanda se representa así:

**Tabla 22 Descripción del tamaño**

ACCESORIOS	DEMANDA	TAMAÑO PROYECTO 80%
Cintas Adhesivas	763	610
Forros para tanques	1696	1.356
Protectores de calzado	339	271
Cubrecadenas	424	339
Cúpulas	254	203

ACCESORIOS	DEMANDA	TAMAÑO PROYECTO 80%
Fundas protectoras	1950	1.560
Guardabarros	2374	1.899
Iluminación	339	271
Maletas	339	271
<b>Total</b>	<b>8.480 aprox.</b>	<b>6.780</b>

Fuente: Autores del proyecto

### 3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.

- **Demanda.** La demanda está representada por los motociclistas del municipio de Cimitarra, Santander cuyo número es aproximadamente de 800.
- **Producto.** La asequibilidad de los productos a vender está representada en las diferentes opciones de proveedores en la ciudad de Bucaramanga y Bogotá que fácilmente pueden aprovisionar a la nueva empresa.
- **Financiero.** El recurso financiero para la creación de una comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio de Cimitarra Santander es capital propio que está a disposición para los diferentes rubros a cubrir.
- **Localización.** Colmotos Ltda. contará con una planta física que consta de 1 bodega de almacenamiento, 1 oficina administrativa, 1 espacio para mostradores y sitio de venta y atención al público; este espacio físico estará localizado en una parte céntrica estratégica para la venta de estos productos.
- **Mano de Obra.** Para el funcionamiento de la empresa se requiere mano de obra especializada en ventas y logística, en el medio se cuenta con personal capacitado en estas áreas.
- **Mercado.** Se cuenta con la suficiente publicidad para dar a conocer las bondades de la empresa lo mismo que personal calificado en el área de ventas que garantizan el sostenimiento y la ampliación continua del mercado.

**3.1.3 Capacidad del proyecto.** La capacidad del proyecto está planeado inicialmente cubrir un 80% de la demanda de la siguiente manera; anualmente se comercializan las siguientes cantidades:

**Tabla 23 Capacidad del proyecto**

<b>ACCESORIOS</b>	<b>CAPACIDAD</b>
Cintas Adhesivas	610
Forros para tanques	1.356
Protectores de calzado	271
Cubrecadenas	339
Cúpulas	203
Fundas protectoras	1.560
Guardabarros	1.899
Iluminación	271
Maletas	271
<b>Total</b>	<b>6.780</b>

Fuente: Autores del proyecto

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** En condiciones óptimas la empresa aspira a vender anualmente un total de 6.780 unidades de accesorios y lujos para motocicleta esto corresponde al 80% de la demanda insatisfecha.

**Tabla 24 Capacidad total diseñada**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Porcentaje que está interesado en comprarle a la nueva empresa.	80%
Número de unidades de accesorios promedio mensual que compran los clientes.	565
Número de unidades de accesorios anuales que demandarían a la nueva empresa Colmotos Ltda.	6780

Fuente: Autores del proyecto

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Se contará inicialmente con los recursos tanto financieros, técnicos y de personal para cubrir el 90% de la capacidad diseñada; corresponde a la venta de 6.102 unidades de accesorios y lujos para motocicleta.

Para que el producto pueda ser sacado a la venta se realizará un análisis de la cantidad de accesorios que se comercializan en una semana de operaciones trabajando de lunes a viernes 8 horas diarias, con 1 personas en el área de ventas, los cuales realizarán ventas programada de 20 accesorios diarios aproximadamente, correspondiente a un 90% de la demanda proyectada en un solo turno.

**3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.** En condiciones normales de la empresa su capacidad utilizada es del 100% de la capacidad instalada,

correspondiendo a 6.102 unidades de accesorios y lujos para motocicleta en un año.

Se proyecta lo que será la capacidad utilizada por la empresa en los próximos 5 años, con un crecimiento anual del 2.5% promedio.

**Tabla 25. Capacidad utilizada**

AÑOS	UNIDADES ANUALES DE ACCESORIOS
2010	6102
2011	6224
2012	6411
2013	6603
2014	6735

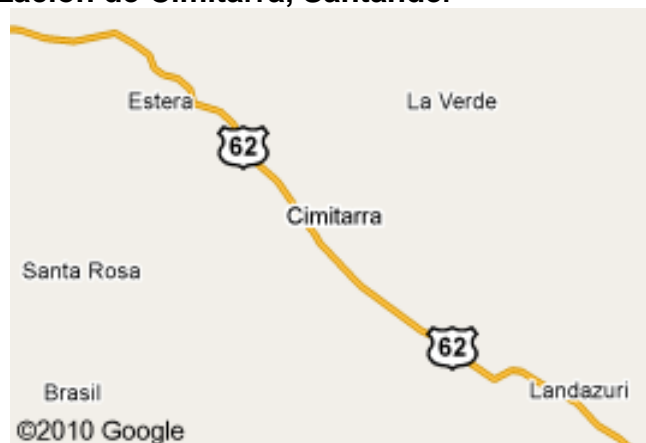
Fuente: autores del Proyecto

### 3.2. LOCALIZACION

La ubicación geográfica de la empresa Colmotos Ltda. Se realizará buscando la minimización de costos, teniendo en cuenta que es un lugar de asequibilidad tanto para los clientes como para los proveedores a la hora de entregar la mercancía.

**3.2.1 Macro localización.** La comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta estará ubicada en el municipio de Cimitarra, Santander de donde se atenderá el mercado objetivo y parte del mercado potencial de los municipios aledaños.

**Figura 17 Localización de Cimitarra, Santander**



**3.2.2 Micro localización.** La ubicación específica de la fábrica corresponde al análisis de algunas variables que benefician o perjudican su desarrollo competitivo, por lo cual se analizan los factores más críticos procurando el mínimo costo.

Al realizar un estudio de las diferentes variables que influyen en la localización, se concluyó que el sector de mayor confiabilidad es el del centro del municipio; el resumen y puntaje obtenido es el siguiente.

Para determinar la ubicación óptima de la comercializadora se hará uso de las herramientas técnicas como el método de puntos, los factores ponderados se especifican en el siguiente cuadro.

**Tabla 26 Análisis de factores para la ubicación de la empresa**

FACTOR CRITICO	DESCRIPCION DEL FACTOR
<b>F1</b> Servicios Públicos	Corresponde a las tarifas de los servicios públicos
<b>F2</b> Vías De Acceso	Cantidad y calidad de vías de acceso
<b>F3</b> Impacto Social	Afluencia de público en la zona

**F1: SERVICIOS PUBLICOS**

Precios altos	grado 1	65	Puntos
Precios regulares	grado 2	82.5	Puntos
Precios bajos	grado 3	100	Puntos

**F2: VIAS DE ACCESO**

Pocas	Grado 1	65	Puntos
Regular	Grado 2	82.5	Puntos
Muchas	Grado 3	100	Puntos

**F3: IMPACTO SOCIAL**

Bajo interés	Grado 1	65	Puntos
Interés promedio	Grado 2	82.5	Puntos
Alto interés	Grado 3	100	Puntos

**Tabla 27. Ponderación de factores**

<b>Servicios públicos</b>	<b>Lugar 1 Centro</b>		<b>Lugar 2 Afueras</b>	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos
Alto	2	82.5	1	65
Medio				
Bajo				
<b>Vías de Acceso</b>	3	100	2	82.5
Muchas				
Regular Pocas				
<b>Impacto Social</b>	3	100	2	82.5
Bajo interés				
Interés promedio Alto interés				
<b>Total</b>		<b>282.5</b>		<b>230</b>

Fuente: Autores del proyecto

De acuerdo al anterior análisis se puede concluir que la mejor opción para la ubicación de la empresa es el Lugar 1 Centro.

### **3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto resolverá todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento del establecimiento. Y la determinación de la distribución óptima del establecimiento.

#### **3.3.1 Descripción De Productos**


**3.3.1.1 Productos Principales** Los productos principales que se van a poner a disposición de los motociclistas en el municipio de Cimitarra, Santander son:

- Cintas adhesivas
- Forros para tanque
- Protectores de calzado
- Cubrecadenas
- Cúpulas
- Fundas protectoras

- Guardabarros
- Iluminación
- Maletas



### 3.3.1.2 Diseño del Producto.

**Tabla 28 Cintas Adhesivas**

	<p>Tiras decorativas para llantas o cintas adhesivas, elaboradas en plástico polipropileno, con pegante al inverso para adherirse a la parte de la motocicleta, en colores vistosos como reflectivas.</p>
---	---


Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 29 forros para tanques**

	<p>Forros para los tanques. Diseñados para acentuar la ergonomía para el piloto y el pasajero, permite mayor visibilidad al acompañante, facilitan la estabilidad en cualquier posición; están elaborados en una lámina resistente, plástica, en variados colores y con imágenes llamativas para hacer más atractiva la máquina, su forma se adecua al estilo de la motocicleta, posee un sistema de agarre para que no haya posibilidad de caerse.</p>
	


Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 30 Protectores de calzado**

	<p>Los protectores de calzado se desarrollaron con el fin de proteger el calzado del motociclista, debido al desgaste y deterioro del zapato con la fricción;</p> <p>Están elaborados en material resistente de lona con una parte delantera en cuero, posee un anillo elástico que se ajusta a la forma del zapato.</p>
---	--


Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 31 Cubrecadena**

	<p>Cubrecadenas colores y estilos variados, elaborados en plástico resistente que forma un lámina que ayuda a proteger.</p>
---	---


Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 32 Cúpulas**

	<p>Cúpulas. Variados colores, aerodinámicas, disponibles en varios modelos; el material en que están elaboradas es el polipropileno de alta resistencia, es una lámina fuerte que se adhiere en la parte delantera superior de la motocicleta y posee un sistema de fijación a la máquina.</p>
---	--




Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 33 Fundas protectoras**

	<p>Funda protectora para motocicleta, protege la moto de la lluvia, polvo, sol; su diseño semeja una capa que permite cubrir toda la máquina, está elaborada en una lona altamente resistente e impermeable.</p>
---	--


Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 34 Guardabarros**

	<p>Guardabarros delanteros, para mantener limpio el carenado, colores carbono y negro, material de fácil pintura que se ajusta a la moto, es elaborado en plástico resistente en forma cóncava para ajustarse a la forma de la llanta.</p>
 	<p>Guardabarros traseros, variedad de estilos y colores</p>


Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 35 Iluminaciones**

	<p>Iluminación, variedad de estilos y colores, sistemas de bombillas eléctricas que dejan pasar la luz, existen en diferente materiales como plásticos transparentes, cableado, electrónico, etc.</p>
---	---

Fuente: Autores del proyecto

**Tabla 36 Maletas**

	<p>Maletas, incluye soporte estándar y conjunto de tornillería, con capacidad para dos cascos integrales pequeños, materiales resistentes al sol y la lluvia. Está hecho en material altamente resistente plástico.</p>
---	---



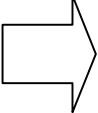
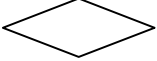
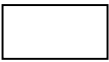

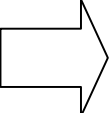
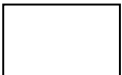
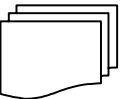
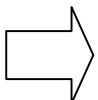

Fuente: autores del proyecto

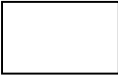
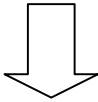
Los accesorios y lujos para motocicleta poseen contablemente una vida útil de 2 años aproximadamente; existe gran variedad de características diferenciales entre un elemento y otro, va de acuerdo a la marca;

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** El proceso de comercialización de accesorios y lujos para motocicleta en primer lugar se establece comunicación con diferentes proveedores a quienes se les envía por medio de correo electrónico o fax una solicitud de cotización, ellos al cabo de 24 horas están devolviendo por el mismo medio un formato de cotización de los productos requeridos donde se establece las condiciones de negociación, tales como pago, tiempo de entrega, lugar de entrega, entre otros; la persona encargada en la parte administrativa analiza por lo menos 3 cotizaciones y determina quien puede ser el proveedor, una vez elegido se elabora una orden de compra con la descripción detallada de los productos, cantidades, también debe estar especificado todo lo relacionado con las condiciones de negociación; El proveedor hace el despacho de la mercancía de acuerdo a lo acordado; cuando la mercancía es entregada la persona encargada de la logística verifica una a una la mercancía y junto con ella la respectiva factura donde viene especificado las condiciones comerciales y la mercancía despachada, esta persona adjunta una copia de la orden de compra y la lleva a la oficina administrativa, donde se le contabiliza para el proceso de pago; la mercancía es ubicada ordenadamente en la bodega y alguna en los exhibidores para ser vista por los posibles clientes; Cuando la mercancía esta en las instalaciones, está lista para la venta; el proceso de venta se inicia cuando el cliente llega al punto de venta interesado por alguno de los productos, el vendedor lo atiende y le enseña los productos, se le elabora factura y recibe dinero, el producto es empacado y entregado al cliente. La factura es llevada a la parte administrativa donde se le da el tratamiento contable.

**3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.** En el diagrama de operaciones se visualiza de una forma minuciosa cada paso de la actividad comercial de Colmotos Ltda., incluyendo los tiempos y las descripciones.

**Tabla 37 Diagrama de operaciones**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Administrador elabora pedido de cotización a los diferente proveedores	5 minutos
	Administrador envía correo electrónico o fax a los proveedores	1 minuto
	Administrador recibe correo electrónico o vía fax la diferentes cotizaciones	1 minuto
	Administrador decide el proveedor	2 minutos
	Administrador elabora orden de compra con los detalles respectivos de productos y negociación.	5 minutos
	Administrador envía vía correo electrónico o fax la orden de compra.	1 minuto
	El auxiliar de logística recibe mercancía, verificando todos los detalles	20 minutos
	El auxiliar de logística ubica mercancía en la bodega y exhibidores	20 minutos
	El auxiliar de logística entrega factura anexando copia de la orden de compra para la respectiva contabilización	1
	El vendedor recibe información del cliente	2 minutos
	El vendedor empaca y despacha la mercancía	2 minutos

	El vendedor elabora factura	2 minutos
	El vendedor entrega factura a la oficina administrativa para su respectiva contabilización	1 minuto
<b>Total tiempo</b>		<b>4 minutos</b>

Fuente: Autores del proyecto

**3.3.4 Control de Calidad.** Incluye el ciclo completo de actividades debidamente planificadas para adecuar los productos de manera que se pueda satisfacerlos requerimientos del consumidor, al mejor precio posible.

La calidad es importante siempre y cuando exista la permanencia de las condiciones de trabajo adecuadas para tal fin, por tal motivo; de vital importancia crear un ambiente de trabajo óptimo que garantice y permita fortalecer la cultura de los empleados hacia la calidad. Para ser altamente competitivos la empresa COLMOTOS aplicara las técnicas de las 5S”s que consiste en implementar una serie de pautas que ayuden a prestar un servicio bien dirigido y de alta calidad.

**3.3.5. Recursos** Los recursos con los que contará la empresa para el buen desempeño de su objeto social serán

**3.3.5.1 Recurso humano.** El recurso humano requerido para prestar un servicio apropiado en Colmotos, está compuesto por un vendedor, que es el encargado de ofrecer el producto a los clientes dentro del almacén.

En el área administrativa – comercial se contara con un gerente, una secretaria y un contador que presta los servicios como asesor.

**Tabla 38 Personal administrativo y ventas**

CARGO	NÚMERO DE PERSONAS
Gerente	1
Secretaria auxiliar contable	1
Vendedor	1
Contador(asesor)	1
TOTAL	4

Fuente: Autores del proyecto

**3.3.5.2 Recurso Físico.** Para el montaje y funcionamiento de la empresa Colmotos es necesario contar con una oficina dotada con los equipos suficientes y necesarios para desarrollar una actividad administrativa y comercial de excelente calidad, es necesaria una bodega donde se pueda almacenar, los accesorios de motos:

**Tabla 39 Maquinarias y equipo de oficina**

CANTIDAD	EQUIPO	VLR UND	VR. TOTAL	PROVEEDOR
1	Computador marca Samsung, pantalla plana, 14"	\$1.250.000	\$1.250.000	American Computer
1	Impresora marca H.P de burbuja multifuncional	\$250.000	\$250.000	American Computer
1	Teléfono convencional Panasonic	\$35.000	\$35.000	Casa hermes
2	Silla ergonómica, tipo gerente	\$180.000	\$360.000	Carvajal s.a
2	Escritorio tipo gerente	\$450.000	\$900.000	Carvajal s.a
3	Estantes metálicos	\$120.000	\$360.000	Industria Pico
2	Exhibidores	\$120.000	\$240.000	Industrias Pico
<b>Total</b>			<b>\$3.395.000</b>	

Fuente: American Computer, Carvajal s.a, Industrias Pico

**3.3.5.3 Recursos de insumos.** Dentro del grupo de insumos se pueden identificar aquellos elementos necesarios para el montaje de los accesorios de motos,

**Tabla 40 Insumos**

INSUMOS	CANTIDAD MES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tuercas	300	1 caja	\$8.000
Tornillos	150	1 caja	\$10.000
Arandelas	80	1 caja	\$12.000
Pegante	½		\$6.000
<b>Total</b>			<b>\$36.000</b>

Fuente: Ferretería Al Día

**3.3.6 Estudio de proveedores.** Dentro del grupo de proveedores de accesorios para motos con quienes piensan hacer la negociación son.

**Tabla 41 Información proveedores**

CONTACTOS DISPONIBLES	CIUDAD
 <p>Forros y Sábanas para los Cojines de las Motocicletas – Protectores de Tanque – Materiales con Protección UV</p>	<p>Bucaramanga, Cl 49 4-48 Lagos II Tel: 6484790</p>
 <p>Dotaciones Motorizados, Chaquetas, Pantalones, Guantes, Impermeables, Koalas, Rodilleras, Chalecos, Gafas, Seguridad, Monos, Botas, Gorras, Overoles, Camisas, Canilleras a Domicilio</p>	<p>Colombia – Distrito Capital, Bogotá Av Cr30 77-08 P-2 Tel: (57) (1) 5404933</p>

Fuente: Autores del proyecto

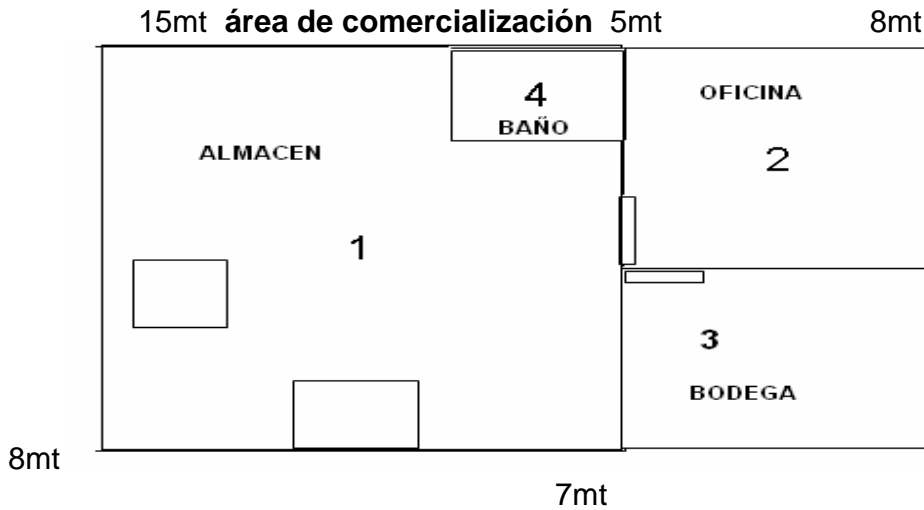
**3.3.7 Distribución de planta.** Colmotos es una empresa cuya actividad comercial será la de comercialización de accesorios para motos. Por lo tanto contara con una instalación adecuada con un local (almacén) para ofrecer los productos, y una bodega para almacenar los productos, una oficina donde se maneja la parte administrativa y un baño.

**Tabla 42. Distribución de planta**

AREA	ESPACIO
Área administrativa	14 m <sup>2</sup>
Zona de descargue y bodega	7 m <sup>2</sup>
Área de comercialización	23 m <sup>2</sup>

Fuente: autores del proyecto

**Figura 18 Distribución de planta**



Fuente: autores del proyecto

La distribución de planta de Colmotos Ltda. Facilita el paso de mercancía almacenada hacia el lugar de comercialización disminuyendo el tiempo de aprovisionamiento del lugar de venta, a su vez desde el área administrativa se visualiza las áreas de operación de la empresa logrando mayor control de las actividades; para el área de comercialización se cuenta con suficiente espacio permitiendo la buena organización de la mercancía, exhibidores, vitrinas dando una visión agradable de orden, limpieza y comodidad; para el área administrativa se cuenta con suficiente espacio donde se ubican los puestos de trabajo estratégicamente para la comodidad a la hora de realizar las actividades y desde donde se facilita el control visual de todas las áreas.

**3.3.8 Logística de Distribución.** Como se mencionó anteriormente, la empresa contará con un local (almacén) que reunirá características suficientes que permitirán dar una atención de excelente calidad a los clientes. Para esto contará con un espacio y los elementos necesarios para dar cumplimiento a la comercialización de accesorios para motos. En lo relacionado a la coordinación de actividades entre la oficina, y la bodega; se establecen tareas diarias las cuales constan de la contabilidad, pago proveedores atención al cliente solicitud de productos telefónicamente y correos electrónicos.

### **3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO**

La viabilidad del proyecto está garantizada por la capacidad instalada alcanza el nivel necesario para cubrir la demanda que se determinó de acuerdo al estudio de mercado.

Se cuenta con el recurso humano necesario para no solo cubrir la demanda sino para prestar un servicio adecuado a las necesidades del cliente con productos de alta calidad y una comercialización excelente.

La ubicación del local (almacén) es el adecuado para almacenar los productos a comercializar, con suficiente espacio que permita la movilización rápida y oportuna y garantice el flujo de la materia prima.

Tal como se evalúa en el estudio, la empresa contara con las herramientas técnicas necesarias que permitan funcionar de manera satisfactoria tanto para empresa misma como para el cliente, en base del concepto técnico se recomienda la ejecución y puesta en marcha la empresa.

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

En este estudio se tratarán los temas relacionados con:

- Forma de constitución
- Constitución de la empresa
- Estructura organizacional

### **4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

#### **Constitución Legal y Comercial**

Para la constitución Jurídica y Comercial de la empresa se requiere:

- La empresa Colmotos Ltda. se constituirá bajo los parámetros de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, pues la obligación de los socios solo la constituye el pago de sus aportes.
- La sociedad como tal deberá inscribirse ante la Notaria y la Cámara de Comercio.
- Todo empresario así como todo establecimiento de comercio debe:
  1. Inscribirse en el registro mercantil
  2. Concepto técnico de bomberos
  3. Paz y salvo de Sayco Sociedad de Autores y Compositores de ColombiaLas sociedades de responsabilidad limitada están sujetas a un máximo de socios equivalente a veinticinco (25). En ellas todos son responsables por las operaciones sociales que la empresa realice, hasta el monto de sus aportes.
- La sociedad girará bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra Ltda. (Limitada). Por lo tanto su razón social será: Colmotos Ltda.  
Forma de constitución
- Razón social: Colmotos Ltda.

- Constitución: por escritura pública
- Socios: dos
- Aportes sociales: \$39.324.585
- Responsabilidad: Los socios responden hasta por el valor de sus aportes
- Duración de la sociedad: en la escritura se pacto una duración de 10 años
- Representante legal: Hoobert Hernández Valencia

### **Funciones de los socios**

- Fijar objetivos, políticas y estrategias de la empresa y serán el núcleo que oriente y guíe la acción de la misma en toma de decisiones.
- Establecer las normas y estatutos; estudiar y aprobar la reforma
- Examinar, aprobar o desaprobar en fin de ejercicio y las cuentas que debe rendir la empresa, por medio de su gerente o representante legal.
- Constituir las reservas que debe hacer la sociedad e indicar su inversión provisional.
- Ordenar las acciones que correspondan a los administradores de los bienes sociales, gerente contador o cualquier persona que hubiere incumplido sus funciones o hubiere causado daño a la sociedad.
- Reunirse por lo menos una vez por año en la fecha que determinen los estatutos.
- Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio, las cuentas que deben rendir los administradores, disponer de las utilidades sociales.
- Distribución de utilidades: Se hará en proporción a la parte pagada o a cuotas o partes de interés de cada uno de los socios. Para distribuir utilidades se deberán justificar por balances reales y fidedignos, no podrán distribuirse utilidades mientras no se cubran las pérdidas de ejercicios anteriores.

**4.1.1 Tipo de Empresa.** Según la clasificación de las empresas Colmotos Ltda., pertenece a:

- **Según el sector:** Al sector terciario ya que es una empresa dedicada a la compra y venta de productos.
- **Según el origen del capital:** es una empresa de carácter privado, porque su capital pertenece a personas naturales que no tienen nada que ver con el estado.
- **Según los bienes producidos:** Colmotos es una empresa de consumo
- **Según el número de propietarios:** Esta es una empresa de sociedad
- **Según la naturaleza jurídica:** es una empresa de sociedad Limitada.

**4.1.2 Trámites para constituir una empresa de sociedad Limitada. Para constituir una empresa de sociedad Limitada se deben seguir los siguientes pasos:**

- consulta de la tramites en la cámara de comercio por medio de la página web, [www.sintrámites. Com](http://www.sintrámites.Com). Luego se consulta el nombre de la empresa previa consignación a la cámara de comercio.
- Mediante escritura pública ante una notaría del municipio se constituye la empresa.
- Ante la cámara de comercio seccional Barrancabermeja se realiza la inscripción del Registro único empresarial y los respectivos libros contables.
- La obligación de cada ente empresarial es de pagar anualmente el registro mercantil en base a los estados financieros.
- Se tramita la inscripción del Registro único tributario (RUT) ante la DIAN.
- En la Alcaldía municipal se tramita la inscripción del establecimiento con los datos de nombre, domicilio, teléfonos, para presentar la Matrícula mercantil de industria y comercio en la oficina de secretaría de Hacienda del municipio.
- Tramites de estudio de suelo y sayco y acimpro, concepto técnico de bomberos.

- La sociedad tiene la obligación de afiliar a todos los empleados al sistema de salud, pensión, cesantías, riesgos profesionales, cajas de compensación para cada una se tramita un formulario diferente.

**Tabla 43. Costos de constitución de la empresa**

ENTIDAD	COSTOS
Notaría	\$210.000
Cámara de comercio	\$440.000
Entidad Financiera de la DIAN	\$208.140
Secretaría de Hacienda	\$38.940
Departamento de salud	\$7.875
Derechos de autor y acimpro	\$50.000
Aportes parafiscales	\$700.000
Concepto técnico de bomberos	\$98.550
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.753.505</b>

Fuente: entidades gubernamentales

## 4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

La constitución de la empresa, su razón de ser y algunos aspectos de la cultura organizacional, se establecen a continuación como base, principios y parámetros por los cuales se regirá la organización, estos son:

**4.2.1 Misión.** Colmotos Ltda. Es una empresa comercial dedicada a la comercialización de accesorio y lujos para motocicleta; apoyados en nuestro capital humano y su gran talento ofrecemos a nuestros clientes productos de excelente calidad e impactante innovación haciendo sentir a los motociclistas personas de grandes metas; brindamos al entorno social empleo, crecimiento empresarial; proporcionamos a nuestros empleados un nivel de vida en constante ascenso.

**4.2.2 Visión.** Para el año 2016 Colmotos Ltda. Se proyecta a Ser reconocida como una de las mejores comercializadoras de artículos de Lujos y accesorios para motos en la ciudad de Cimitarra, identificada por ofrecer un excelente servicio y respaldo en los productos, proyectándose a nivel regional .

### 4.2.3 Objetivos

- Colocar en uso de los clientes productos de excelente calidad que le proporcione a los motociclistas seguridad y bienestar personal.

- Establecer un excelente servicio al cliente de venta y de postventa garantizando la verdadera satisfacción de los clientes activos y potenciales.
- Proporcionar al entorno social de empleo y crecimiento empresarial contribuyendo a la elevación del nivel de vida de la comunidad.

#### **4.2.4 Principios Corporativos.**

- Excelencia en la calidad de los productos y en el servicio al cliente en la venta y en la postventa.
- Honestidad, transparencia y responsabilidad en cada una de las actividades de la organización.
- Promoción al buen desarrollo de una vida integral de los empleados.

**4.2.5 Políticas.** La empresa enfocará sus esfuerzos en el cumplimiento de sus metas propuestas a mediano y largo plazo, mediante la implementación de estrategias enfocadas a la satisfacción del cliente.

**4.2.5.1 De personal** Para la contratación de personal de la empresa se tendrán en cuenta aspectos relevantes como su capacitación y conocimiento en el área a desempeñar, experiencia en cargos similares en otras empresas, y ante todo su responsabilidad y honradez.

La clase de contrato laboral se firmará a término indefinido, basados en el código sustantivo del trabajo de la legislación colombiana.

Para la selección de personal se publicará la necesidad de contratar personal del municipio por medio de emisoras locales desde donde se efectuará la convocatoria, seguidamente se realizarán entrevistas y pruebas psicotécnicas para conocer el perfil de cada aspirante

El pago de nómina se realizará mensualmente y de acuerdo al cargo a desempeñar así: Vendedor y secretaria 1 salario mínimo mensual vigente, gerente 1 millón de pesos.

**4.2.5.2 De compras.** Los proveedores se seleccionarán de acuerdo a la calidad, marca y estricto cumplimiento en los pedidos, se estudiarán las diferentes cotizaciones (mínimo 3) en las cuales se analizan aspectos importantes como precio, tiempo y lugar de entrega, se exigirán los documentos contables requeridos legalmente como son factura en original y 1 copia, anexando copia de la respectiva orden de compra; se negociarán formas de pago a crédito a 30 días y descuentos por pronto pago; se adquieren los productos con un descuento especial del 10% por la compra por mayor.

**4.2.5.3 de Ventas.** Para la comercialización de accesorios y lujos para motocicleta la venta se hará directa con los clientes en el punto de venta y el pago estrictamente de contado, no se realizarán ni descuentos ni promociones; se expedirá original de la factura quedando la copia para su respectiva contabilización.

### **4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

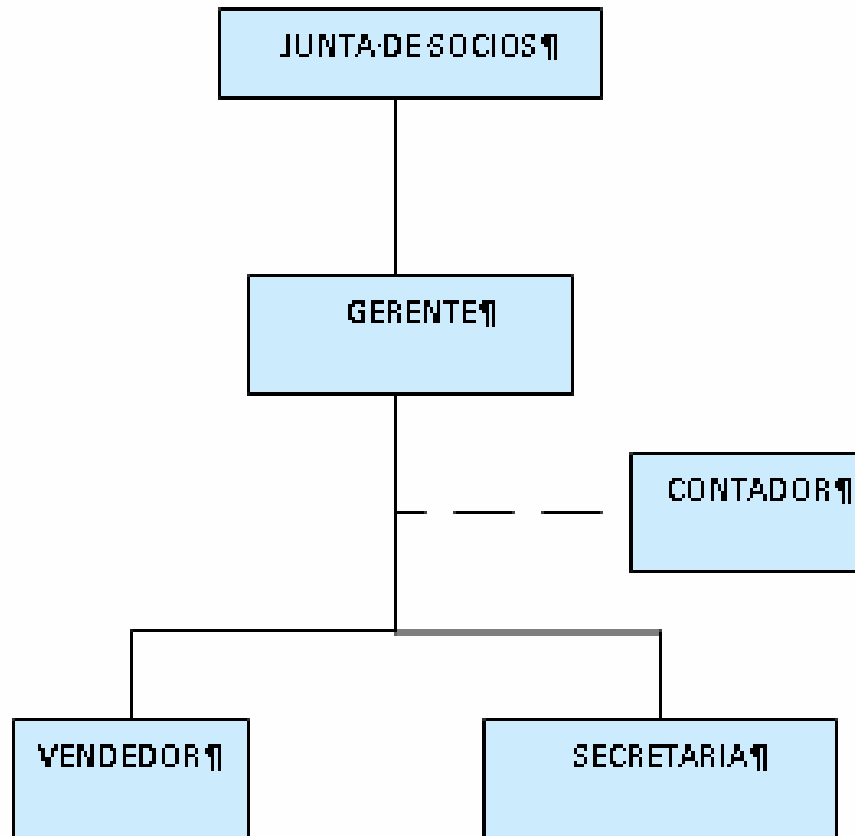
Su estructura organizacional está compuesta por las siguientes áreas.

- **AREA DIRECTIVA.** Se encarga de la parte directiva, como es el manejo de decisiones importantes para la compañía, Presentación de resultados gerenciales y de la Junta de socios, además en la proyección de la empresa hacia nuevos mercados y la planeación estratégica del negocio y es responsable del timón gerencial de la empresa.
- **AREA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA.** Se encarga de la parte administrativa, como es el manejo de personal, contratación del personal, además en la realización de un análisis de costos, parte contable y es responsable del buen funcionamiento de la empresa.
- **AREA OPERATIVA.** Se encarga del procedimiento general de comercialización del producto

### **ORGANIGRAMA**

Se implementará un estructura organizacional simple y plana; con línea de mando directa y flexible: a su cabeza la junta de socios descendiendo se encuentra el gerente del que depende directamente la secretaria y el vendedor; el contador en línea intermitente como asesor de la organización.


Figura 19 Estructura Organizacional



Fuente: autores del proyecto

**4.3.1 Descripción de cargos.** A continuación se define las funciones y el perfil que desempeña cada empleado según el cargo.

**Tabla 44. Descripción de cargos Gerente**

 <p><b>COLMOTOS LTDA DESCRIPCION DE CARGOS</b></p>
<b>ANALISTAS:</b> Hoobert Hernández, Lyda Naranjo
<p><b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>          Nombre del cargo: Gerente          Área: Administrativa          Cargo del Jefe inmediato: No aplica          Supervisa a: área administrativa y ventas</p>
<p><b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b></p> <p><b>Educación:</b> Profesional en Gestión empresarial o carreras afines</p> <p><b>Experiencia:</b> mínimo 1 año</p> <p><b>Habilidad mental e iniciativa:</b> Planeación y análisis de proceso, análisis financieros y contables, elaboración de informes.</p> <p><b>Habilidad manual:</b> Dominio de herramientas informáticas</p> <p><b>Responsabilidad:</b> Supervisa a todas la áreas de la empresa, responde por equipos de oficina, responde por el buen manejo de inventarios, responde por Documentos legales, comerciales, financieros, cuentas bancarias, contables, responde por la buena imagen de empresa en cuanto a negociaciones y relaciones empresariales internas y externas.</p> <p><b>Esfuerzo:</b> Esfuerzo mental de alta concentración; el esfuerzo físico es mínimo</p> <p><b>Condiciones de trabajo:</b> de medio ambiente excelente, Riesgo bajo</p>
<p><b>Observaciones:</b></p> <p><b>APROBO</b> _____ <b>APROBO</b> _____</p>

Fuente: autores del proyecto

#### DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Gerente

- Realizar los pedidos de los artículos a comercializar y revisar que estos cumplan con los parámetros de calidad exigidos por el cliente.
- Liderar la elaboración del pronóstico mensual de ventas, costos y gastos.
- Hacer seguimiento a la disponibilidad de inventarios.
- Representar a la empresa en calidad de administrador.
- Crear un buen clima laboral, manteniendo una comunicación fluida con todo el personal de la empresa, trabajando en equipo.
- Crear y mantener la buena imagen exterior de la empresa con proveedores y clientes.
- Proponer estrategias alineadas con el Jefe de Mercadeo para desarrollar planes de acción comercial.


#### ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

- Requisitos de Educación: Profesional en Gestión Empresarial o carreras afines.
- Requisitos de Experiencia: Como coordinador o jefe en el manejo administrativo y manejo de personal. 3 años en adelante.
- 

#### RESPONSABILIDADES POR:

- El resultado final del proceso: responsable de la direccionalidad de los objetivos de la empresa, su misión y visión.
- Manejar confidencialidad en la información financiera, administrativa y comercial de la empresa. Representar muy bien a la empresa con altura y profesionalismo.

**Tabla 45. Descripción de cargos Vendedor**

 <p><b>COLMOTOS LTDA DESCRIPCION DE CARGOS</b></p>
<p><b>ANALISTAS:</b> Hoobert Hernández, Lyda Naranjo</p>
<p><b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>          Nombre del cargo: Vendedor          Área: Comercial          Cargo del Jefe inmediato: Gerente          Supervisa a: No aplica</p>
<p><b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b></p> <p><b>Educación:</b> Técnico en el área de ventas y logística</p> <p><b>Experiencia:</b> mínimo 1 año</p> <p><b>Habilidad mental e iniciativa:</b> Concentración, elaboración de documentos contables e inventarios, atención al cliente, manejo de dinero.</p> <p><b>Habilidad manual:</b> Dominio de herramientas informáticas, dominio en organización de inventarios e exhibidores.</p> <p><b>Responsabilidad:</b> responsable de los inventarios, ingresos por ventas, por atención al público, por herramientas de trabajo, maquinaria de oficina.</p> <p><b>Esfuerzo:</b> Esfuerzo mental de alta concentración; el esfuerzo físico es mediano</p> <p><b>Condiciones de trabajo:</b> de medio ambiente excelente, Riesgo mediano</p>
<p><b>Observaciones:</b></p> <p><b>APROBO</b> _____ <b>APROBO</b> _____</p>

Fuente: autores del proyecto

#### 🚦 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- Mantener organizadas y adecuadamente las exhibidas las mercancías.
- Ofrecer un servicio óptimo de atención al cliente.
- Atender debidamente los reclamos de los clientes.
- Cumplir con las funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato, asumiendo las respectivas responsabilidades, bien sea con su cargo o con otros que guarden analogía y compatibilidad a su jerarquía y necesidades presentes.
- Velar por que la decoración del almacén esté siempre adecuada.
- Servicio de pre y pos venta.


#### 🚦 ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

Requisitos de Educación: Bachiller o estudiante universitario y con excelente actitud comercial.  
Requisitos de Experiencia: 2 a 3 años  
Excelente presentación personal, activa, dinámica, que le guste el deporte, actitud comercial.

#### 🚦 RESPONSABILIDADES POR:

El resultado final del proceso: Ser el mejor asesor comercial del motos , cumpliendo al 100% la meta de ventas, generando atraer la mayor cantidad de clientes.

**Tabla 46. Perfil de cargos Secretaría**

 <b>COLMOTOS LTDA DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>ANALISTAS:</b> Hoobert Hernández, Lyda Naranjo
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b> Nombre del cargo: Secretaria Área: Administrativa Cargo del Jefe inmediato: Gerente Supervisa a: No aplica

#### EXIGENCIAS DEL CARGO

**Educación:** Secretaria auxiliar contable, C.A.P Sena.

**Experiencia:** mínimo 1 año

**Habilidad mental e iniciativa:** Planeación y análisis de proceso, análisis financieros y contables, elaboración de informes, servicio al cliente

**Habilidad manual:** Dominio de herramientas informáticas,

**Responsabilidad:** Elaboración de informes contables, labores secretariales, dinero de caja, equipos de oficina, documentos legales.

**Esfuerzo:** Esfuerzo mental de alta concentración; el esfuerzo físico es mínimo

**Condiciones de trabajo:** de medio ambiente excelente, Riesgo bajo

**Observaciones:**

**APROBO** \_\_\_\_\_

**APROBO** \_\_\_\_\_

Fuente: autores del proyecto

#### DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- Responder por las llamadas y la correspondencia de la empresa.
- Prestar un servicio óptimo de atención al cliente y empleados
- Determinar los asuntos de visitas del gerente a empresas para reclamos y ventas.
- Cumplir con las funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato, asumiendo las respectivas responsabilidades, bien sea con su cargo o con otros que guarden analogía y compatibilidad a su jerarquía y necesidades presentes.
- Velar por que la decoración del almacén esté siempre adecuada.
- Servicio de pre y pos venta.

#### ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

Requisitos de Educación: Bachiller o estudiante universitario y con excelente actitud de servicio  
Requisitos de Experiencia: 1 a 2 años  
Excelente presentación personal, activa, dinámica, que le guste su trabajo .

#### RESPONSABILIDADES POR:

El resultado final del proceso: Ser la mejor secretaria cumpliendo al 100% la meta de ventas, generando atraer la mayor cantidad de clientes.

**4.3.2 Estructura salarial.** El criterio básico de fijación de salarios, será establecido por el mercado laboral actual que rige en todo el país.

El pago de empleados se realizará mensualmente dentro de los 5 primeros días hábiles de cada mes.

El salario será pactado para pago mensual, el cual estará comprendido entre un salario mínimo legal vigente mensual e irá ascendiendo de acuerdo a la carga laboral y responsabilidades asignadas

**Tabla 47 Base de liquidación de salarios**

<b>COLMOTOS</b>	<b>BASE</b>
Salud	9,00%
Pensión	12,00%
ARP	<b>0,52%</b>
Vacaciones	4,17%
Cesantías	8,33%
Prima de servicios	8,33%
Intereses sobre las cesantías	1,00%
Sena	2,00%
ICBF	3,00%
Caja de compensación familiar	4,00%

Fuente: Cartilla Legis 200 guía para la mediana y pequeña empresa

**Tabla 48 Estructura salarial**

<b>CARGO</b>	<b>Valor mes</b>	<b>Valor año</b>	<b>% P.S</b>
GERENTE	\$ 1.525.220	\$ 18.302.640	52,52%
SECRETARIA GERENCIA	\$ 815.993	\$ 9.791.912	52,52%
VENDEDOR	\$ 816.908	\$ 9.802.894	52,52%
<b>Total</b>	<b>\$ 3.158.121</b>	<b>\$ 37.897.446</b>	

Fuente: Autores del proyecto

Las prestaciones sociales serán pagadas en su totalidad, otorgando subsidios de transporte.

Los salarios del contador se cancelaran por honorarios de acuerdo a los servicios prestados esporádicamente en la empresa.

De igual manera, del sueldo asignado le serán descontados los respectivos aportes correspondientes al trabajador para el pago de las EPS AFP. `por concepto de salud y pensión.

Las prestaciones ordinarias se cancelarán de acuerdo a la ley 100 del 1993, como corresponda según el pago directo al trabajador y el pago a las entidades oficiales y privadas de I.C.B.F. y SENA

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad de este estudio es verificar el flujo del dinero en el tiempo para el Estudio de factibilidad de la empresa comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta, por tanto los datos analizados en este capítulo sirven de base para la elaboración de los informes contables proyectados tales como: Estado de Pérdidas y ganancias, flujo de caja o efectivo, Balance General, cuya finalidad es el control y planificación de la empresa.

### 5.1 INVERSIONES;Error! Marcador no definido.

Las inversiones del proyecto comprende la adquisición de todos los activos necesarios para iniciar las operaciones.

Estas inversiones se clasifican de acuerdo a su naturaleza en:

Comprende todas las erogaciones que la empresa realiza para todos los conceptos que se requieren para la puesta en marcha de la organización; entre las cuales se encuentran las inversiones fijas, inversiones diferidas, capital de trabajo.

**5.1.1 Inversiones Fijas.** La empresa invierte en bienes tangibles utilizados para la operación normal del proyecto y no hacen parte del objeto social de la compañía pues su utilización no va destinada a la venta.

**5.1.1.1 Construcción y Adecuación.** Para la puesta en marcha de la empresa se realizará una adecuación física que permita el buen desarrollo de las actividades; el siguiente es el presupuesto. Se discrimina en Diferidos.

**5.1.1.2 Maquinaria y equipo** La maquinaria necesaria para el funcionamiento de Colmotos Ltda. Es el siguiente.

**Tabla 49 Maquinaria y equipo**

CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
3	Estantes metálicos	\$120.000	\$360.000
2	Exhibidores	\$120.000	\$240.000
<b>Total</b>			<b>\$600.000</b>

Fuente: Autores del proyecto

**5.1.1.3 Muebles y enseres.** Se refiere a los elementos como escritorios o sillas que hacen parte de los activos fijos de la empresa necesarios para el desarrollo de la compañía.

**Tabla 50 Muebles y enseres**

CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
2	Sillas ergonómicas tipo gerente	\$180.000	\$360.000
2	Escritorios tipo gerente	\$450.000	\$900.000
<b>Total</b>			<b>\$1.260.000</b>

Fuente: autores del proyecto

**5.1.1.4 Equipo de oficina.** En este punto de la inversión se tienen en cuenta los equipos electrónicos que se necesitan en las oficinas; para Colmotos el equipo de oficina es el siguiente.

**Tabla 51 Equipo de oficina**

CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
1	Computador Panasonic	\$1.250.000	\$1.250.000
1	Impresora	\$250.000	\$250.000
1	Teléfono convencional	\$35.000	\$35.000
<b>Total</b>			<b>\$1.535.000</b>

Fuente: autores del Proyecto

**5.1.1.5 Depreciación activos fijos.** Contablemente la depreciación es un gasto que se debe tener en cuenta en el estudio financiero y se refiere al desgaste natural de los activos por su uso cotidiano.

**Tabla 52 Depreciación de Activos fijos**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	\$ 600.000	\$ 120.000
Muebles y enseres	\$ 1.260.000	\$ 252.000
Equipo de Oficina	\$ 1.535.000	\$ 307.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 679.000</b>

Fuente: autores del proyecto

**5.1.1.6 Total Inversión Fija.** Para el presente proyecto el siguiente es el resumen de inversión fija que contiene el presupuesto en Construcción y adecuación, maquinaria y equipo, muebles y enseres.

**Tabla 53 Total Inversión Fija**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$600.000
Muebles y Enseres	\$1.260.000
Equipo de Oficina	\$1.535.000
<b>Total</b>	<b>\$ 3.395.000</b>

Fuente: Autores del proyecto

**5.1.2 Inversión Diferida** Son los gastos que se efectuarán antes de la puesta en marcha de la empresa correspondiente a la compra de servicios y derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto tales como: Estudio de factibilidad, supervisión del proyecto, gastos de montaje, gastos de constitución, estudio técnico y jurídico y gastos de lanzamiento relacionados con promoción y publicidad.

De igual manera se analiza los costos por concepto de remodelaciones y adecuaciones de propiedades tomadas en arriendo de acuerdo a las necesidades operativas y logísticas de la empresa.

Es así que estos gastos serán amortizados durante los primeros cinco años siguientes a l inicio de la inversión.

La inversión diferida para la puesta en marcha de la empresa relaciona a continuación especificando su respectivo valor.

Comprende aquellos elementos que la empresa necesita para su montaje, registro y lanzamiento.

**Tabla 54 Inversión Diferida**

<b>INVERSION DIFERIDA</b>			
<b>Gastos pre-operacionales y constitución DIFERIDO</b>		<b>Presupuesto de Publicidad</b>	
	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de transporte	\$ 200.000	Aviso	\$ 250.000
Gastos de instalación de equipos	\$ 150.000	Coctel	\$ 300.000
Gastos de Constitución	\$ 272.000	Stand	\$ 150.000
Instalaciones Eléctricas	\$ 1.500.000	Publicidad de lanzamiento	\$ 1.250.000
<b>Subtotal diferidos</b>	<b>\$ 2.122.000</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 1.950.000</b>
<b>Inversión Diferida</b>	<b>\$ 2.122.000</b>	<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>	<b>\$ 4.072.000</b>

**5.1.3 Inversión en Capital de Trabajo.** El capital de trabajo corresponde a la inversión que se realiza para poner en funcionamiento la empresa durante el tiempo que se empiece a recuperar la inversión inicial, en este proyecto se estima para un tiempo de 1 mes.

**5.1.3.1 Inversión en Compras.** La inversión en compras para el funcionamiento inicial de la empresa Colmotos Ltda. Se estima para el primer mes.

**Tabla 55 Inversión en Compras**

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cintas adhesivas	464	\$ 27.000	\$ 12.519.000
Forros para tanques	1.031	\$ 35.000	\$ 36.096.667
Protectores para calzado	206	\$ 38.000	\$ 7.821.667
Cubrecadenas	258	\$ 50.000	\$ 12.891.667
Cúpulas	155	\$ 80.000	\$ 12.393.333
Fundas protectoras	1.186	\$ 45.000	\$ 53.381.250
Guardabarros	1.444	\$ 30.000	\$ 43.322.500
Iluminación	206	\$ 50.000	\$ 10.291.667
Maletas	206	\$ 60.000	\$ 12.350.000
<b>Total</b>			<b>\$ 201.067.750</b>

Fuente: autores del proyecto

Año 1				
Productos	Inventario Inicial	Compras	Inventario Final	Costo de ventas
Cintas adhesivas	0	464	36	428
Forros para tanques	0	1.031	79	952
Protectores de calzado	0	206	16	190
Cubrecadenas	0	258	20	238
Cúpulas	0	155	12	143
Fundas protectoras	0	1.186	91	1095
Guardabarros	0	1.444	111	1333
Iluminación	0	206	16	190
Maletas	0	206	16	190
Año 2				
Productos	Inventario Inicial	Compras	Inventario Final	Costo de ventas
Cintas adhesivas	36	510	39	471
Forros para tanques	36	1.134	87	1047
Protectores de calzado	79	226	17	209
Cubrecadenas	16	284	22	262
Cúpulas	20	170	13	157
Fundas protectoras	12	1.305	100	1205
Guardabarros	91	1.588	122	1466
Iluminación	111	226	17	209
Maletas	16	226	17	209
Año 3				
Productos	Inventario Inicial	Compras	Inventario Final	Costo de ventas
Cintas adhesivas	39	561	43	518
Forros para tanques	87	1.248	96	1152
Protectores de calzado	17	249	19	230
Cubrecadenas	22	312	24	288
Cúpulas	13	187	14	173
Fundas protectoras	100	1.437	111	1326
Guardabarros	122	1.747	134	1613
Iluminación	17	249	19	230
Maletas	17	249	19	230
Año 4				
Productos	Inventario Inicial	Compras	Inventario Final	Costo de ventas
Cintas adhesivas	43	618	48	570
Forros para tanques	96	1.373	106	1267
Protectores de calzado	19	274	21	253
Cubrecadenas	24	343	26	317
Cúpulas	14	206	16	190
Fundas protectoras	111	1.581	122	1459
Guardabarros	134	1.922	148	1774

Iluminación	19	274	21	253
Maletas	19	274	21	253

Año 5				
Productos	Inventario Inicial	Compras	Inventario Final	Costo de ventas
Cintas adhesivas	48	679	52	627
Forros para tanques	106	1510	116	1394
Protectores de calzado	21	301	23	278
Cubrecadenas	26	378	29	349
Cúpulas	16	226	17	209
Fundas protectoras	122	1739	134	1605
Guardabarros	148	2114	163	1951
Iluminación	21	301	23	278
Maletas	21	301	23	278

**5.1.3.2 Inversión en Insumos.** La inversión en insumos hace parte del capital de trabajo y se refiere a los implementos necesarios para la operación de la compañía. Va en gastos de administración.

**Tabla 56 Insumos**

INSUMOS	CANTIDAD MES	VALOR TOTAL	Valor 3 meses
Tuercas	300	\$8.000	\$24.000
Tornillos	150	\$10.000	\$30.000
Arandelas	80	\$12.000	\$36.000
Pegante	½	\$6.000	\$18.000
<b>Total</b>		<b>\$36.000</b>	<b>\$108.000</b>

Fuente: Autores del Proyecto

**5.1.3.3 Inversión en gastos de administración y ventas.** Los gastos correspondientes a administración y ventas, diversos; para 3 meses de Colmotos Ltda. Son:

**Tabla 57 Gastos de Administración y Ventas**

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Mano de obra administrativa	\$ 3.158.121	\$ 37.897.446
Arrendamiento	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Agua	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Teléfono fijo y celular	\$ 50.000	\$ 600.000
Depreciación equipos de oficina y Diferidos	\$ 56.583	\$ 679.000
Seguros* (0,00652)	\$ 65.000	\$ 780.000
Publicidad de Operación	\$ 535.000	\$ 6.420.000
Insumos	\$ 36.000	\$ 432.000
Honorarios Contador	\$ 300.000	\$ 3.600.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.500.704</b>	<b>\$ 66.008.446</b>

Fuente: Autores del proyecto

**5.1.3.4 Total Inversión capital de Trabajo.** En este punto se tiene en cuenta la sumatoria de toda la inversión inicial para el período de tiempo de 3 meses de actividades de la empresa.

**Tabla 58 Total capital de trabajo**

CONCEPTO	VALOR
Inversión en Compras 1 mes	\$ 15.466.750
Gastos de Administración ( 1 mes)	\$ 5.500.704
<b>Total</b>	<b>\$ 20.967.454</b>

Fuente: autores del proyecto

**5.1.4 Inversión Total.** La totalidad de la inversión para Colmotos Ltda. Es la siguiente:

**Tabla 59 Inversión Tota**

CONCEPTO	VALOR
Inversión Fija	\$ 3.395.000
Inversión Diferida	\$ 4.072.000
Inversión de capital de Trabajo	\$ 20.967.454
<b>Total</b>	<b>\$ 28.434.454</b>

Fuente: Autores del Proyecto

## 5.1.5 Fuentes de Financiación

**5.1.5.1 Recursos Propios.** Para la puesta en marcha de Colmotos Ltda., los socios harán los aportes inversión que cubren la totalidad de inversión requerida; cada uno aportara 6.626.160.15 pesos.

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos Fijos.** Los gastos y costos fijos son los que al variar las ventas no se afectan; para el presente análisis son los siguientes:

**Tabla 60 Costos Fijos**

Cuentas	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de obra Fija	\$ 3.158.121	\$ 37.897.446
Arrendamiento	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Agua	\$ 50.000	\$ 600.000
Teléfono fijo y celular	\$ 50.000	\$ 600.000
Depreciación y Diferidos	\$ 124.450	\$ 1.493.400
Seguros	\$ 65.000	\$ 780.000
Publicidad de Operación	\$ 535.000	\$ 6.420.000
Insumos	\$ 36.000	\$ 432.000
Honorarios Contador	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Intereses	\$ 278.122	\$ 3.337.470
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 5.596.693</b>	<b>\$ 67.160.316</b>

Fuente: Autores del proyecto

**5.2.2 Costos Variables.** En cuanto a los costos variables son aquellos que van variando de acuerdo al aumento de las ventas; en el presente caso son:

**Tabla 61 Costos Variables**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Compras	\$ 15.466.750	\$ 185.601.000
<b>Total</b>		<b>\$ 185.601.000</b>

Fuente: Autores del proyecto

**5.2.3 Costo Total Unitario.** El costo total unitario está dado por el total del costo de compra en las unidades compradas anualmente.

**Tabla 62 Costos por producto**

PRODUCTO	COSTO POR UNIDAD
Cintas Adhesivas	\$ 27.000
Forros para tanques	\$ 35.000
Protectores para calzado	\$ 38.000
Cubrecadenas	\$ 50.000
Cúpulas	\$ 80.000
Fundas protectoras	\$ 45.000
Guardabarros	\$ 30.000
Iluminación	\$ 50.000
Maletas	\$ 60.000

Fuente: autores del proyecto

**5.3. PRECIO UNITARIO DE VENTA.** El precio unitario de venta está dado por el costo más el margen de ganancia del 30%, aproximadamente.  
 Costo promedio \$39.730 x 30% = \$51.649

**Tabla 63 Precios por producto**

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD
Cintas Adhesivas	\$ 41.500,00
Forros para tanques	\$ 53.800,00
Protectores para calzado	\$ 58.500,00
Cubrecadenas	\$ 76.900,00
Cúpulas	\$ 123.000,00
Fundas protectoras	\$ 69.200,00
Guardabarros	\$ 46.200,00
Iluminación	\$ 76.900,00
Maletas	\$ 92.300,00

Fuente: autores del proyecto

## 5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

### 5.4.1 Estado de Resultados Proyectado

El movimiento de pérdidas y ganancias según los análisis contables es:

**Tabla 64 Estado de resultados**

<b>COLMOTOS LTDA</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas</b>	\$ 285.492.400	\$ 314.038.400	\$ 345.551.600	\$ 380.096.600	\$ 418.065.600
Costo de ventas	\$ 185.601.000	\$ 204.159.000	\$ 224.646.000	\$ 247.104.000	\$ 271.788.000
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 99.891.400	\$ 109.879.400	\$ 120.905.600	\$ 132.992.600	\$ 146.277.600
Gastos de Administración	\$ 63.822.846	\$ 65.798.690	\$ 67.837.168	\$ 69.940.265	\$ 72.110.031
<b>Utilidad Operativa</b>	\$ 36.068.554	\$ 44.080.710	\$ 53.068.432	\$ 63.052.335	\$ 74.167.569
Gastos financieros	\$ 3.337.470	\$ 2.263.302	\$ 884.884	\$ 0	\$ 0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 32.731.084	\$ 41.817.408	\$ 52.183.548	\$ 63.052.335	\$ 74.167.569
Impuestos ( 33 % )	\$ 10.801.258	\$ 13.799.745	\$ 17.220.571	\$ 20.807.271	\$ 24.475.298
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 21.929.826	\$ 28.017.663	\$ 34.962.977	\$ 42.245.064	\$ 49.692.272

Fuente: autores del proyecto

#### **5.4.2. Flujo de Caja Proyectado**

El movimiento de efectivo del proyecto dentro de los 5 periodos siguientes es:

**Tabla 65 Flujo de caja**

<b>COLMOTOS LTDA</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Entradas de efectivo:</b>						
Saldo que pasa	\$ 0	\$ 20.785.321	\$ 35.704.702	\$ 46.295.582	\$ 61.166.162	\$ 87.869.209
Préstamo	\$ 15.000.000					
Aporte socios	\$ 13.252.320					
Ingresos		\$ 285.492.400	\$ 314.038.400	\$ 345.551.600	\$ 380.096.600	\$ 418.065.600
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 28.252.321</b>	<b>\$ 306.277.721</b>	<b>\$ 349.743.102</b>	<b>\$ 391.847.182</b>	<b>\$ 441.262.762</b>	<b>\$ 505.934.809</b>
<b>Salidas de efectivo</b>						
Compras de mercancías		\$ 201.067.750	\$ 221.172.250	\$ 243.366.500	\$ 267.728.000	\$ 294.386.000
Mano de Obra		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos Indirectos Fabricación		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos admón. y de ventas	\$ 0	\$ 63.822.846	\$ 65.798.690	\$ 67.837.168	\$ 69.940.265	\$ 72.110.031
Abonos capital e Interés		\$ 7.175.823	\$ 7.175.823	\$ 7.175.823		\$ 0
Impuestos 33%			\$ 10.794.158	\$ 13.794.930	\$ 17.218.688	\$ 20.807.271
Total salida de efectivo		\$ 272.066.419	\$ 304.940.920	\$ 332.174.420	\$ 354.886.953	\$ 387.303.301
Mas depreciaciones y diferidos y reserva legal		\$ 1.493.400	\$ 1.493.400	\$ 1.493.400	\$ 1.493.400	\$ 1.493.400
Inversión fija	\$ 3.395.000					
Inversión diferida	\$ 4.072.000					
Inversión capital de trabajo						
<b>Saldo en Caja</b>	<b>\$ 20.785.321</b>	<b>\$ 35.704.702</b>	<b>\$ 46.295.582</b>	<b>\$ 61.166.162</b>	<b>\$ 87.869.209</b>	<b>\$ 120.124.908</b>

Fuente: autores del proyecto

## 5.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general proyectado para Colmotos Ltda. Es:

**Tabla 66 Balance general**

<b>COLMOTOS LTDA</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Activo Corriente</b>						
<b>Corriente</b>						
Caja y Bancos	\$ 20.785.321	\$ 35.750.665	\$ 46.380.409	\$ 61.292.138	\$ 87.993.302	\$ 120.249.001
Inventarios	\$ 0	\$ 15.466.750	\$ 32.480.000	\$ 51.200.500	\$ 71.824.500	\$ 94.422.500
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 20.785.321</b>	<b>\$ 51.217.415</b>	<b>\$ 78.860.409</b>	<b>\$ 112.492.638</b>	<b>\$ 159.817.802</b>	<b>\$ 214.671.501</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
<b>CONSTRUCC. Y ADE.</b>						
<b>MAQ. Y EQUIPO</b>	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000	\$ 1.260.000
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	\$ 1.535.000	\$ 1.535.000	\$ 1.535.000	\$ 1.535.000	\$ 1.535.000	\$ 1.535.000
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$ 3.395.000</b>	<b>\$ 3.395.000</b>	<b>\$ 3.395.000</b>	<b>\$ 3.395.000</b>	<b>\$ 3.395.000</b>	<b>\$ 3.395.000</b>
Depreciación acumulada	\$ 0	\$ 679.000	\$ 1.358.000	\$ 2.037.000	\$ 2.716.000	\$ 3.395.000
<b>Total activo fijo neto</b>	<b>\$ 3.395.000</b>	<b>\$ 2.716.000</b>	<b>\$ 2.037.000</b>	<b>\$ 1.358.000</b>	<b>\$ 679.000</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Activo Diferido</b>	\$ 4.072.000	\$ 4.072.000	\$ 4.072.000	\$ 4.072.000	\$ 4.072.000	\$ 4.072.000
Amortización Diferidos	\$ 0	\$ 814.400	\$ 1.628.800	\$ 2.443.200	\$ 3.257.600	\$ 4.072.000
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>\$ 4.072.000</b>	<b>\$ 3.257.600</b>	<b>\$ 2.443.200</b>	<b>\$ 1.628.800</b>	<b>\$ 814.400</b>	<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 28.252.321</b>	<b>\$ 57.191.015</b>	<b>\$ 83.340.609</b>	<b>\$ 115.479.438</b>	<b>\$ 161.311.202</b>	<b>\$ 214.671.501</b>
<b>PASIVO</b>						

<b>COLMOTOS LTDA</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Obligaciones Financieras</b>	\$ 15.000.000	\$ 11.183.163	\$ 6.285.234	\$ 0		
Impuestos por pagar	\$ 0	\$ 10.794.158	\$ 13.794.930	\$ 17.218.688	\$ 20.807.271	\$ 24.475.298
<b>Total Pasivo</b>	\$ 15.000.000	\$ 21.977.321	\$ 20.080.163	\$ 17.218.688	\$ 20.807.271	\$ 24.475.298
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 13.252.320	\$ 13.252.320	\$ 13.252.320	\$ 13.252.320	\$ 13.252.320	\$ 13.252.320
Utilidad de Ejercicios anteriores	\$ 0	\$ 0	\$ 21.915.411	\$ 49.923.298	\$ 84.882.453	\$ 127.127.518
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 21.915.411	\$ 28.007.887	\$ 34.959.155	\$ 42.245.064	\$ 49.692.272
<b>Total Patrimonio</b>	\$ 13.252.320	\$ 35.167.731	\$ 63.175.618	\$ 98.134.774	\$ 140.379.838	\$ 190.072.110
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	\$ 28.252.321	\$ 57.145.052	\$ 83.255.782	\$ 115.353.462	\$ 161.187.109	\$ 214.547.408

Fuente: Autores del proyecto

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En esta parte del proyecto se evaluará los siguientes aspectos

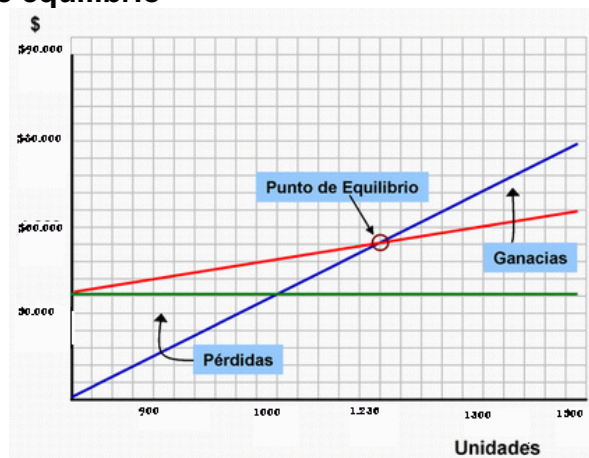
### 6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de Colmotos Ltda., se establece para conocer cuál es número de unidades de ventas tales que cubran costos y gastos sin generar pérdida.

Pe= Costos Fijos / Margen de contribución Promedio

Productos	Punto Equilibrio	Precio Venta U	CVU	MCU	% Part	Mc prom
Cintas adhesivas	184	\$ 41.500,00	\$ 27.000,00	\$ 14.500,00	6,22%	\$ 902,12
Forros para tanques	530	\$ 53.800,00	\$ 35.000,00	\$ 18.800,00	17,94%	\$ 3.372,74
Protectores de calzado	115	\$ 58.500,00	\$ 38.000,00	\$ 20.500,00	3,89%	\$ 798,12
Cubrecadenas	189	\$ 76.900,00	\$ 50.000,00	\$ 26.900,00	6,41%	\$ 1.724,49
Cúpulas	182	\$ 123.000,00	\$ 80.000,00	\$ 43.000,00	6,16%	\$ 2.649,20
Fundas protectoras	784	\$ 69.200,00	\$ 45.000,00	\$ 24.200,00	26,54%	\$ 6.423,05
Guardabarros	638	\$ 46.200,00	\$ 30.000,00	\$ 16.200,00	21,57%	\$ 3.494,56
Iluminación	151	\$ 76.900,00	\$ 50.000,00	\$ 26.900,00	5,12%	\$ 1.376,69
Maletas	182	\$ 92.300,00	\$ 60.000,00	\$ 32.300,00	6,14%	\$ 1.984,10
MC	2.956				100,00%	\$ 22.725,07

Figura 20 Punto de equilibrio



Fuente: Autores del proyecto

## **6.2 IMPACTO SOCIAL.**

El análisis del Impacto Social del proyecto esta enfocado a efectuar un análisis detallado de los diferentes factores directos e indirectos que benefician a la comunidad, sin tener en cuenta necesariamente el lucro pero si el desarrollo social, el cual puede verse representado en la generación de empleo y los efectos producto del movimiento económico que genera el centro. Genera 3 empleos directos y los indirectos con los proveedores de materia prima.

## **6.3 IMPACTO AMBIENTAL**

La comercialización de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio de Cimitarra Santander en su actividad no genera un impacto negativo al medio ambiente; teniendo en cuenta que no genera gases tóxicos pues no es fabricante de los productos a comercializar, no genera ruidos que contaminen el ambiente, auditivo, no produce daño a flora y fauna, pues su ejercicio está apartado de toda acción de contaminación ambiental; la publicidad utilizada en promover la empresa está regida por normas para no generar contaminación visual; el material en que están elaborados los artículos a vender se pueden reciclar y para tal fin se les concientiza a los clientes en el momento de la compra la necesidad de reciclar los productos después de su utilización.

Los ahorros de tiempo y distancia al encontrar el producto en el municipio le genera Calidad de vida y seguridad porque evita el desplazamiento a Bucaramanga y permite ahorrar trabajo y dinero, favoreciendo la economía familiar

## **6.4 IMPACTO FINANCIERO**

**6.4.1 Valor presente neto.** El valor presente neto de Colmotos Ltda., se deriva de un análisis de la inversión inicial teniendo en cuenta los ingresos y los egresos lo mismo que la tasa de oportunidad libre de riesgo del 8.40 % más una riesgo del 5 %, para este caso sería del 14 % el valor presente neto de Colmotos Ltda.es de \$ 35.584.359.

AÑO	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015
SALDO EN CAJA	- 28.252.321	14.919.381	10.590.880	14.870.580	26.703.047	32.255.699
VPN	35.584.359	mayor que cero viable				

**6.4.2. Tasa interna de Retorno.** La tasa interna de retorno que arroja el análisis financiero de Colmotos Ltda., es de 50.67%, tasa que representa la viabilidad financiera del proyecto, pues es mayor a la tasa de oportunidad del 14 %.

AÑO	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015
SALDO EN CAJA	- 28.252.321	14.919.381	10.590.880	14.870.580	26.703.047	32.255.699
TIR	50.67 %	mayor 14 % luego es viable				

**6.4.3. Periodo de recuperación de la inversión.** El tiempo de recuperación de la inversión de Colmoto Ltda., es de 2.años y 2 meses y 9 días; teniendo en cuenta el flujo de ingresos y egresos.

**Tabla 67 Período de recuperación de la Inversión**

PERÍODO	NETO ACTUAL	NETO MENSUAL	SALDO
0	-\$ 28.252.321	-\$ 28.252.321	-\$ 28.252.321
1	\$ 14.919.381	\$ 13.087.176	-\$ 15.165.144
2	\$ 10.590.880	\$ 8.149.338	-\$ 7.015.806
3	\$ 14.870.580	\$ 10.037.218	\$ 3.021.412
4	\$ 26.703.047	\$ 15.810.347	-\$ 3.021.412
5	-\$ 28.252.321	-\$ 28.252.321	-\$ 28.252.321

Fuente: Autores del Proyecto

**6.4.4 Análisis de Razones Financieras.** El análisis financiero permite concluir que la liquidez del proyecto es favorable durante el periodo de ejercicio del proyecto; la rentabilidad del patrimonio y del activo permite visualizar que es favorable durante los años de actividad del proyecto, permitiéndole a los socios tener una confianza de recuperación de la inversión

**Tabla 68 Razones Financieras**

RAZONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente	2,33	3,92	6,53	7,67	8,77
Prueba acida	1,62	2,31	3,55	4,22	4,91
Rentabilidad Patrimonio	12,32%	20,12%	28,40%	36,93%	45,46%
Margen Bruto	35%	35%	35%	35%	35%
Margen Neto	7,68%	8,92%	10,12%	11,11%	11,89%
Rotación de activos	5,00	3,77	3,00	2,36	1,95
Cobertura de intereses	10,74	19,35	59,59		

Fuente: autores del proyecto

- **Razón corriente:** Por cada \$1 que la nueva empresa debe en el corto plazo en el primer año, posee \$2,33 de respaldo representado en activos corrientes.
- **Razón Prueba acida:** Por cada \$1 que la nueva empresa debe en el corto plazo en el primer año, posee \$1,62 de respaldo representado en activos corrientes.
- **Cobertura de Intereses:** Por cada \$1 que tiene de gastos financieros lo respaldan \$ 10.74 en al año 1 y 19.35 pesos de utilidad operativa para pagar .en el año 2.
- **Rentabilidad del patrimonio:** Por cada peso invertido en el patrimonio me genera 12,32 pesos centavos de utilidad neta para el primer año y de 9,48 centavos para el segundo.
- **Margen Bruto:** Cada peso vendido en el primer año, generó una utilidad Bruta del 35% que significa que por cada 100 pesos de ventas me genera 26 pesos de utilidad bruta.
- **Margen Neto:** La utilidad neta fue del 7.68% es decir, por cada \$100 pesos vendido la nueva empresa obtiene una ganancia neta del 7.68 pesos para el año uno y mejorando a 7.68 pesos de utilidad neta para el año 2.
- **Rotación de activos:** Por cada \$1 que tiene invertidos en activos me genera ventas por 5 pesos para el año 1 y de 3.77 para el año 2.

## **7. CONCLUSIONES**

La idea de crear una empresa comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio de Cimitarra Santander, es viable por sus resultados económicos, el beneficio que se les presta a los motociclistas llevándoles los productos a su región.

El mercado de accesorios y lujos para motocicleta en la región es nulo; esto permite consolidar la idea de negocio como una gran oportunidad que se debe aprovechar.

El resultado de la investigación arroja que el 100% de los motociclistas de Cimitarra Santander ven como favorable la puesta en marcha de una empresa comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta.

La creación de Colmotos Ltda. Genera empleo y estabilidad laboral aumentando el nivel de vida de sus empleados y familias.

Para el municipio de Cimitarra es favorable que en su jurisdicción se crean empresas por la participación tributaria y el nivel socioeconómico de la región aportando al crecimiento de la misma.

## **8. RECOMENDACIONES**

Una vez puesta en marcha la empresa comercializadora de accesorios y lujos para motocicleta en el municipio de cimitarra Santander, se recomienda:

Realizar un constante seguimiento de los gustos de los clientes con el fin de estar siempre a la vanguardia para la satisfacción total del cliente.

Verificar la calidad de los productos en cuanto a durabilidad para que los clientes se sientan a gusto con los productos

Realizar un análisis periódico de los resultados financieros siempre pensando en aumentar las ganancias para lograr los objetivos esperados por los socios.

Estar en permanente actitud proactiva en cuanto a conquistar nuevos clientes para garantizar el éxito de la empresa.

## **BIBLIOGRAFIA**

BACA U. Gabriel. Evaluación de Proyectos. Ed. Mc Graw Hill, Interamericana S.A Bogotá 1994.

CESPEDES. Sáenz Alberto. Principios de mercadeo. Ecos Editorial. 1992

CONTRERAS BUITRAGO, Mario Elías, Formulación y Evaluación de proyectos. Editorial Guadalupe Ltda. Bogotá 1996

COTE, Peña, Claudia Patricia. Introducción al mundo Empresarial. Universidad Industrial de Santander. 2001

CHAIN Nasseier Reinaldo, Preparación y evaluación de proyectos. Editorial Mc, Graw Hill, Bogotá 1997.

JANY CASTRO, José Nicolás, Investigación Integral de Mercados – Avances para el nuevo milenio

# **ANEXOS**

## Anexo A. Cuestionario

Este cuestionario es realizado a 382 dueños de motocicletas de la población objetivo del municipio de Cimitarra Santander.



**ENCUESTA**  
**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**  
**INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA**  
**ENCUESTA**

Me gustaría realizarle algunas preguntas, con el objeto de conocer su opinión respecto a ellas, para el futuro lanzamiento de una empresa comercializadora de accesorios y lujos para motos en el municipio.

1. Su edad oscila entre

- a. 18 y 25 años \_\_\_\_\_
- b. 26 y 35 años \_\_\_\_\_
- c. 36 y 50 años \_\_\_\_\_
- d. Más de 50 años \_\_\_\_\_

2. ¿Posee actualmente motocicleta?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

3. ¿Compra accesorios y lujos para su motocicleta?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

4. ¿Dónde compra los accesorios y lujos para su motocicleta?

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuáles atributos tiene en cuenta al momento de comprar los accesorios de lujos para motos?

- a. Duración \_\_\_\_\_
- b. Precio \_\_\_\_\_
- c. Estilos \_\_\_\_\_
- d. Marcas \_\_\_\_\_
- e. Colores \_\_\_\_\_
- f. Otros \_\_\_\_\_

6. ¿Le gustaría que se comercializara los accesorios y lujos para su motocicleta en el municipio?

- a. Si \_\_\_\_\_ b. No \_\_\_\_\_

7. ¿Qué accesorio le gustaría comprar ?

- a. Cintas adhesivas \_\_\_\_\_
- b. Forros para tanques \_\_\_\_\_
- c. Protectores de calzado \_\_\_\_\_
- d. Cubrecadenas \_\_\_\_\_
- e. Cúpulas \_\_\_\_\_
- f. Fundas protectoras \_\_\_\_\_
- g. Guardabarros \_\_\_\_\_
- h. Iluminación \_\_\_\_\_
- i. Maletas \_\_\_\_\_

8? Qué cantidad de artículos usted adquiere en cada compra?

- a. Cintas adhesivas \_\_\_\_\_
- b. Forros para tanques \_\_\_\_\_
- c. Protectores de calzado \_\_\_\_\_
- d. Cubrecadenas \_\_\_\_\_
- e. Cúpulas \_\_\_\_\_
- f. Fundas protectoras \_\_\_\_\_
- g. Guardabarros \_\_\_\_\_
- h. Iluminación \_\_\_\_\_
- i. Maletas \_\_\_\_\_

9. ¿Qué precio pagaría por cada unidad?

- a. Cintas adhesivas \_\_\_\_\_
- b. Forros para tanques \_\_\_\_\_
- c. Protectores de calzado \_\_\_\_\_
- d. Cubrecadenas \_\_\_\_\_
- e. Cúpulas \_\_\_\_\_
- f. Fundas protectoras \_\_\_\_\_
- g. Guardabarros \_\_\_\_\_
- h. Iluminación \_\_\_\_\_
- i. Maletas \_\_\_\_\_

10. ¿Con que frecuencia adquiere este tipo de accesorios?


- a. Semanalmente \_\_\_\_\_
- b. Quincenalmente \_\_\_\_\_
- c. Mensualmente \_\_\_\_\_
- d. Trimestralmente \_\_\_\_\_
- e. Anualmente \_\_\_\_\_

11. ¿Cuáles de los siguientes nombres le llama más la atención para la comercializadora?

- a. Motomix \_\_\_\_\_
- b. Todomoto \_\_\_\_\_
- c. Yuflex \_\_\_\_\_
- d. Colmoto \_\_\_\_\_
- e. Otro cual \_\_\_\_\_

Anexo B Cotización


Principal Cra 34 # 48- 109 Tels. 6431213-6430964-64713  
 Sucursal Cra. 33 # 48 -109 C.C Gratamira Local 129 - 13  
 Tels. 6475455 - 6573789 - Bucaramanga - Colombia




**American  
Computer**

Nombre: Hoobert Hernandez  
 Dirección: hoobert14@hotmail.com Tel: 32021153

**Nº 0426**





<p><i>seccion sep 27</i></p> <p>Procesador <u>PC con i5</u>              Board <u>foxcom</u>              Memoria <u>2 GB</u>              Disco <u>500</u>              Modem <u>Teclado/Mouse parlantes</u>              Red <u>Estabilizador/Diadema</u>              Unidad Optica <u>Camara/Fotos</u>              Otros _____              Monitor <u>Monitor LG 18.5LED</u>              Valor <u>\$1.330.000=</u></p>	<p>Procesador <u>Sillon Ergonomic</u>              Board <u>\$ 150.000</u>              Memoria _____              Disco <u>Esritorio</u>              Modem <u>Genérico</u>              Red <u>\$ 300.000</u>              Unidad Optica _____              Otros _____              Monitor _____              Valor _____</p>
---	---

**COMBO**

Impresora HP F4480  
\$ 180.000  
 Valor Opciones \_\_\_\_\_

Estabilizador Martinez  
6435600

Validez de la oferta: 8 dias

TOTAL COTIZACION: \_\_\_\_\_

www.americancomputer.com.

llamar en 15 dias.