

**PLAN Y MODELO DE NEGOCIOS IMPORTADOR Y DISTRIBUIDOR DE UNA
EMPRESA COLOMBIANA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE LUJOS Y
ACCESORIOS PARA MOTOCICLETAS EN COLOMBIA**

JUREYMY NATHALY FORERO ALVAREZ

ARISTIDES MARTÍNEZ LEON

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA, COLOMBIA

2015

**PLAN Y MODELO DE NEGOCIOS IMPORTADOR Y DISTRIBUIDOR DE UNA
EMPRESA COLOMBIANA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE LUJOS Y
ACCESORIOS PARA MOTOCICLETAS EN COLOMBIA**

**TRABAJO PARA OPTAR POR EL TITULO DE PROFESIONAL EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

JUREYMY NATHALY FORERO ALVAREZ

ARISTIDES MARTÍNEZ LEON

DIRECTOR

HENRY DÍAZ

**CORPORACIÓN UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BOGOTA, COLOMBIA

2015

Nota de Aceptación:

Firma del Director de trabajo de grado

Firma del Lector

Firma del Lector

Bogotá, 2015

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres por haberme dado la oportunidad de estudiar, sin su apoyo nada hubiera sido posible. Mis profesores, gracias a ellos por sus enseñanzas, todos los conocimientos se complementan, convirtiéndonos en personas competitivas y eficientes cada día más. Gracias a todas las personas con las que tuve contacto en mis años de estudio en la universidad, todos aportaron enseñanzas para mi vida.

Arístides Martínez León.

A mis padres, Dios, More y mi ángeles en el cielo quienes están presentes todo el tiempo.

Jureymy Nathaly Forero Alvarez.

TABLA DE CONTENIDO

• INTRODUCCION	12
• PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
• OBJETIVOS	16
• HIPÓTESIS	17
• JUSTIFICACIÓN	18
• 1.Marco histórico y antecedentes	20
1.1. Historia del motociclismo.	20
1.1.1 Las motocicletas o vehículos automotores de dos ruedas en línea.	20
1.1.2 Historia de las autopartes de motocicletas en Colombia.....	20
1.1.3 Antecedentes de motociclismo en Colombia.	24
1.2 Marco conceptual.....	25
1.2.1 Conceptualización.....	26
1.2.2 Normatividad	30
1.3 Teoría de negocios de los vehículos de dos ruedas en línea.	31
1.3.1 Desarrollo del sector motociclismo.....	31
1.3.2 Trayectoria de la sección lujos y accesorios en Colombia.....	32
1.3.3 Parámetros del Tratado de libre Comercio Estados Unidos – Colombia aplicables al sector... 35	
• Capítulo 1. Tratado de Libre Comercio, Republica de Colombia - Estados Unidos de América: sector Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres	36
2.1 Acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América	37
2.1.1 Sectores beneficiados con el acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América.	40
2.1.2 Normatividad del Acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América	42
2.1.3 Actualidad sector exportador Colombiano.....	45
2.1.4 Exportaciones Republica de Colombia – Estados Unidos de América.....	46
2.1.5 Actualidad de las importaciones Colombia- Estados Unidos	50
2.2 Industria de Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres	54
2.2.1 Actualidad del Sector automotriz en Colombia	56
2.2.2 Trayectoria del sector vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres en Colombia.	60

2.2.3 Normatividad sector vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres.....	63
<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 2. Motocicletas incluidas los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sidecar o sin él: Proceso evolutivo de lujos y accesorios a partir del Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América..... 	67
3.1 Motocicletas incluidas los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sidecar o sin él.....	67
3.2 Lujos y accesorios: proceso evolutivo de a partir del Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.....	74
3.2 Lujos y accesorios: proceso evolutivo de a partir del Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.....	76
2.3 Normatividad arancelaria, lujos y accesorios.....	78
<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 3. Actualidad y proceso evolutivo de la compañía Tapimotos Special: crecimiento de la industria, Sección lujos y accesorios con la firma del acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América..... 	80
4.1 Tapimotos Special.....	80
4.1.2 Misión	80
4.1.2Visión.....	81
4.1.3 Valores	81
4.1.4 Objetivos.....	81
4.1.5 Metas.....	81
4.2 Actualidad y proceso evolutivo de la compañía Tapimotos Special de la mano del crecimiento de la industria.	83
4.3 Sección lujos y accesorios con la firma del acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América.....	85
<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 4. Modelo de Negocios..... 	89
5.1 ¿Qué es un Modelo de Negocios?.....	89
5.2 Metodología CANVAS.....	89
5.3 Propuesta de valor.....	90
5.4 Segmento de clientes.....	91
5.5 Relaciones con los clientes y Canales de Distribución.....	91
5.5.1 Relaciones con clientes	91
5.5.2 Canales de Distribución	92
5.6 Socios Clave.....	93
5.7 Actividades claves y Recursos claves.....	94

5.8 Estructura de Costes y Fuente de ingresos	95
5.8.1 Estructura de Costes.....	95
5.8.2 Fuente de Ingresos	96
• Capítulo 5. Plan de Negocios.....	97
6.1 Resumen Ejecutivo	97
6.2 Descripción del negocio	98
6.2.1 Historia del negocio.....	98
6.3 Producto.	101
6.3.1 Descripción de producto.....	101
6.3.2 Características de los productos.	101
6.3.3 Producción.	102
6.3.4 Futuros productos.....	102
6.3.5 Ventajas competitivas.....	103
6.4 Descripción del sector.	103
6.4.1 Estudio de Mercado.	103
6.4.2 Tamaño del sector.	103
6.4.3 Principales segmentos del mercado.....	104
6.4.4 Proceso y criterio de compra de los clientes.	105
6.4.5 Descripción de los participantes del sector.	106
6.4.6 Tendencias claves del sector.....	106
6.4.7 Visión del sector.	107
6.5 Estrategia de comercialización.....	107
6.5.1 Mercado Objetivo.	107
6.5.2 Producto.....	107
6.5.3 Estrategia de precios.....	108
6.5.4 Estrategia de distribución.	108
6.5.5 Estrategia de promoción.....	109
5.6. Sistema de negocios y organización.....	111
5.6.1 Modelo CANVAS.....	111
6. 7 Equipo de trabajo.....	117
6.7.1 Miembros del equipo de trabajo.....	117
6.7.2 Experiencia.	118
6.7 Plan de Implementación.....	120
6.8.2 Plan de implantación.	121

6.8.3 Tareas interdependientes.	128
6.9 Normatividad Arancelaria.....	128
6.10 Riesgo	130
6.11 Financiación.	130
• CONCLUSIONES.....	131
• BIBLIOGRAFÍA.....	133
• WEBGRAFÍA	134

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Principales marca de motociclismo en el mundo.....	29
Figura 2. Oficina para el aprovechamiento del TLC con EEUU.....	32
Figura 3. Boletín de prensa, DANE.....	34
Figura 4. Decreto N° 0730, Ministerio de comercio, industria y turismo (2012)....	35
Figura 5. Exportaciones Colombia Enero - Octubre 2013 -2014.....	47
Figura 6. Exportaciones Colombia Enero - Octubre 2014 por países.....	48
Figura 7. Variación exportaciones Enero - Octubre 2013 - 2014 por países.....	49
Figura 8. Importaciones totales por origen (2014).....	51
Figura 9. Importaciones totales por orígenes (2013 – 2014).....	52
Figura 10. Variación porcentual del valor CIF de las importaciones por país de origen y capítulos del arancel Septiembre 2013-2014.....	53
Figura 11. Indicadores relevantes para el mercado automotriz colombiano 2013...54	
Figura 12. Cifras del Sector Automotriz Clasificadas por Origen 2013.....	55
Figura 13. Comportamiento por Segmento 2013-2014.....	57
Figura 14. Ventas y matrículas de vehículos 2013.....	58
Figura 15. Producción real: total industria, vehículos y autopartes 2013.....	59
Figura 16. Comportamiento ventas 2012 - 2013.....	60
Figura 17. Reporte automotriz - Porcentajes por tipos de vehículo (2013).....	61
Figura 18. Lista de desgravación Colombia – EEUU.....	64
Figura 19. Informe de ventas de motocicletas primer semestre 2012.....	70
Figura 20. Venta por motocicleta en Colombia por marca fabricada en Colombia e importaciones.....	71

Figura 21. Tasa de desgravación – 10 años.....	76
Figura 22. Exportaciones Colombianas, Estadísticas de Partes y accesorios de motocicletas, incluidos los ciclomotores.....	85
Figura 23. Motocicletas y sus partes – Participación, sistemas de transporte.....	101
Figura 24. Segmentación Del Mercado.....	101
Figura 25. Modelo de Negocios Canvas.....	107
Figura 26. Cadena de Valor	108
Figura 27. Plan De Implantación.....	117
Figura 28. Tasa desgravación – 10 años.....	125

TABLA DE IMÁGENES

Imagen 1. Moto enchapada en oro de Gonzalo Rodríguez Gacha.....	21
Imagen 2. Moto de Pablo Escobar Gaviria.....	22
Imagen 3. Pablo Escobar desplazándose en motocicleta.....	23
Imagen 4. Paseo de Pablo Escobar en motocicleta	24
Imagen 5. Logo Ministerio de Comercio, industria y turismo.....	38
Imagen 6. Logo Executive office of the United States	39
Imagen 7. Empresa Tapimotos Special Girardot.....	80
Imagen 8. Establecimientos Tapimotos Special.....	80
Imagen 9. Empresa Tapimotos Special Melgar	81

Imagen 10. Empresa Tapilujos Special Girardot.....	82
Imagen 11. Empresa Tapilujos Special Girardot 2.....	83
Imagen 12. Declaración De Importación.....	118

INTRODUCCION

El siguiente proyecto de investigación, se elabora de manera profesional y formativa, con el fin de plantear de forma descriptiva e ilustrativa, soluciones y metodologías que busquen mejorar los procesos de importación de lujos y accesorios para motocicletas, así como también se abran las negociaciones con países donde estas partes o accesorios tengan mayor calidad y se otorguen mayores garantías para los importadores colombianos.

En Colombia actualmente se importan lujos y accesorios desde países como la China y la India, sin embargo algunos fabricantes de estos países no cuentan con productos de alta calidad, ni con la certificación ni representación en los países latinoamericanos. Por tal situación se genera un inconveniente, ya que los clientes que adquieren lujos y accesorios para sus motocicletas, no tienen certeza de respuesta en caso de mal funcionamiento del producto.

Los lujos provenientes de Europa y Estados Unidos son muy escasos y costosos en comparación con países productores asiáticos, para algunas referencias de motocicletas no es fácil encontrar lujos o accesorios de calidad que se ajusten a las necesidades de los compradores y tengan precios asequibles, situación por la cual el mercado no se mueve de forma rápida, ya que la personalización de elementos para adornar las motocicletas, no abarca de manera total los gustos y necesidades de los consumidores finales.

Desde la parte importadora en los años anteriores algunos comerciantes afirmaban que no era rentable importar lujos y accesorios para motocicletas desde los Estados Unidos, ya que el costo era elevado, situación por la que preferían traerlos de otros países.

En cuanto a las relaciones que presenta Colombia con los Estados Unidos de América, hace dos (2) años se firmó un tratado de libre comercio, en el cual se establecieron algunos desgravámenes a 10 años. Actualmente nos encontramos entrando en el tercer año desde que se firmó el acuerdo, situación por la cual existe una gran ventaja ya q se verá disminuida al 10%. (Decreto 0730 de 2012).

Así pues, al ejecutarse el análisis y la investigación sobre las ventajas e implicaciones que se tendrían si los importadores colombianos empezaran a utilizar de forma máxima las ventajas que nos ofrece el acuerdo comercial con los Estados Unidos de América. Esto generaría un gran revulsivo, tanto informativo como demostrativo para los empresarios del sector.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Debido a que Colombia ha presentado un crecimiento económico importante dentro de los últimos años (2005 en adelante), el país ha incrementado el rango de personas que adquieren motos. Antes se consideraba que esta era la mejor opción de transporte para las clases menos favorecidas, debido a su bajo costo al ser comparadas con un carro, sin embargo este medio de transporte ha obtenido gran acogida esencialmente en las grandes ciudades ya que se ha convertido en el modo más fácil y eficaz de combatir los grandes problemas de tráfico a los que se enfrentan estas zonas.

Los propietarios de estas motocicletas ven como una necesidad adquirir diferentes productos para sus motocicletas (según lo indica el estudio de siniestralidad vial de la fundación mutua madrileña), ya sea para mejorar el rendimiento, mejorar la apariencia, la seguridad o estética. Para muchas referencias principalmente de alto cilindraje es un poco difícil encontrar productos de calidad que se ajusten a sus necesidades y con precios asequibles, el problema empeora cuando la marca de la motocicleta no tiene representación en el país o región y no es posible un soporte técnico para la moto.

No obstante la gran mayoría de productos para motos que ingresan al país (entiéndase como los importados desde China, Taiwán e India) no cuentan con las certificaciones internacionales, por lo tanto su calidad es baja y en ocasiones no están permitidas por las entidades de transporte del estado. La entidad reguladora, la policía nacional de tránsito, no tiene el suficiente conocimiento de que accesorios están permitidos u homologados.

Por otra parte, existe desinformación por parte del gremio, en cuanto a las buenas prácticas de importación, situación por la cual se están desaprovechando algunas garantías que se otorgan al país desde hace un par de años. Si estas garantías son aprovechadas, muchos artículos nuevos y permitidos por el estado colombiano, podrían llegar a nuestro país, generándoles una mayor satisfacción a los propietarios de motocicletas del país.

OBJETIVOS

Desarrollar un modelo y plan de negocios para el proceso importador y distribuidor de la compañía Tapimotos Special (Comercialización de repuestos, lujos y accesorios) basado en el efecto positivo causado por la firma del tratado de libre comercio, Colombia – Estados Unidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el desarrollo del TLC Colombia – Estados Unidos en el sector de las motocicletas, incluidos los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sin sidecar o sin él, en el país.
- Especificar dentro del sector motocicletas, incluidos los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sin sidecar o sin él, el presente de la sección de lujos y accesorios determinando su proceso evolutivo.
- Mencionar las generalidades de la empresa Tapimotos Special, y su trayectoria en el mercado.
- Demostrar la viabilidad del proceso importador colombiano mediante la utilización de herramientas académicas que nos permitan ilustrar las garantías que otorga el tratado de libre comercio de Colombia con Estados Unidos.

HIPÓTESIS

Con la aprobación y firma del acuerdo de promoción comercial entre Estados Unidos y la República de Colombia, bajo el decreto 993 del 15 de mayo de 2012; es decir que con este acuerdo comercial se abren nuevas puertas para los productores de los dos países, generando así beneficios para los sectores y subsectores favorecidos dentro del tratado; en los primeros tres años uno de los sectores con mayor crecimiento ha sido el automotriz.

HIPÓTESIS AUXILIAR

Con un mayor conocimiento sobre este acuerdo y las oportunidades que ofrece el TLC de Colombia- Estados Unidos, aumentaría sustancialmente el mercado automotriz a nivel nacional, creando la apertura de nuevos mercados en el subsector de vehículos de dos ruedas en línea.

JUSTIFICACIÓN

Desde año 2000 se ha incrementado sustancialmente el mercado de los vehículos de dos ruedas en línea, con una gran participación en América latina no obstante los lujos y accesorios están empezando a ingresar al país de diversas partes del mundo, principalmente de Asia; las personas que han adquirido estos vehículos en especial de alto cilindraje o motocicletas de marca sin representación en Suramérica se ven en la obligación de realizar contactos fuera del país para obtener los lujos, repuestos y accesorios deseados que en Colombia no tienen cobertura o general altos costos.

La intención de este proyecto de grado es mejorar el mercado de estos vehículos en especial en el subsector de lujos y accesorios, mediante un plan y modelo de negocios para la empresa Tapimotos Special; facilitando la importación de estas partes para motocicletas, brindando productos con mejores garantías y calidad para obtener una mayor satisfacción de los clientes de esta compañía y región del país.

- El 2014 fue el año con mejores ventas del mercado automotriz en especial de los vehículos de dos ruedas en línea que desde 2004 cuenta con un constante crecimiento.(El tiempo, 2015)
- En 2014 se realizaron 37.584 matrículas de motocicletas más que en el 2013 (Runt, 2015)

METODOLOGIA A EMPLEAR

Se aplicaran tres metodologías aprendidas durante el trascurso de la carrera, para el desarrollo de los objetivos planteados y el análisis final del proyecto. La primera metodología que se utilizara será un estudio de los puntos neurálgicos del sector motocicletas, incluidos los ciclomotores en Bogotá y parte de Cundinamarca; La segunda metodología será la utilización de un modelo de negocios donde se determinara cual es nuestro segmento de clientes, costos, alianzas, estrategias; Por ultimo por medio de la creación de un plan de negocios determinares el marketing mix y algunas estrategias de implementación.

Para un adecuado desarrollo del proyecto de investigación, se estructurara de la siguiente manera: Partiendo de la introducción, donde se definirá, una problemática, una hipótesis, algunos objetivos y la metodología a emplearse, para posteriormente desarrollar las temáticas a tratar dentro del proyecto.

A continuación se desarrollara el marco teórico, donde se revisaran algunos antecedentes históricos relevantes sobre el sector de las motocicletas en nuestro país, así como también la sección lujos y accesorios. Posteriormente se pasara al marco teórico, el cual desarrollara la teoría del tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos, determinando todas las garantías y preferencias negociadas. Finalmente los capítulos del proyecto nos determinaran el desarrollo del mismo, en aras de concluir el proyecto en su parte final, teniendo en cuenta el desarrollo del proyecto.

1. Marco histórico y antecedentes

1.1. Historia del motociclismo.

1.1.1 Las motocicletas o vehículos automotores de dos ruedas en línea.

La motocicleta, es un medio de transporte conocida abreviadamente como moto, generalmente de dos ruedas, ya que existen motocicletas de dos y cuatro ruedas conocidas como tricimotos o cuatrimotos; a diferencia de las bicicletas su rueda trasera es impulsada por un motor ya sea eléctrico o de gasolina; estos vehículos fueron creados en la búsqueda de innovación y desarrollo de las bicicletas, la primera motocicleta fue inventada hacia el año 1868 por el Estadounidense Sylvester Howard.

Este inventor decidió instaurar un motor de vapor a una bicicleta, sin embargo esta moto no cumplía del todas con las capacidades; por lo cual unos hermanos alemanes deciden realizarles los arreglos pertinentes creando en 1885 una motocicleta con un motor impulsado mediante combustión; después 1900 se comienzan a perfeccionar cada una de las partes de este vehículo teniendo una gran acogida así en Estados Unidos y Europa principalmente. (Educar org, 2014)

1.1.2 Historia de las autopartes de motocicletas en Colombia

En la década de los 60's, una de las principales empresas productoras de textiles en el país, en su afán de constante innovación por aumentar su rendimiento, se dedicaba a la creación de partes y fundición de repuestos de la maquinaria para mejorar la fabricación de sus productos, creando así maquinaria cortadora de césped y con su fuerte

desarrollo tecnológico se empiezan a interesar en extender su mercado hacia las autopartes, así fue como se empezaron a establecer alianzas estratégicas con grandes empresas dedicadas a este automotriz.

Moto enchapada en oro de Gonzalo Rodríguez Gacha



Imagen 1. Moto enchapada en oro es uno de los bienes que le incautaron algunos de los cómplices de El Mexicano. Recuperado de www.kienyke.com

De igual forma y en consecuencia de este concordato se establecen las primeras marcas de motocicletas en el mercado colombiano bajo el modelo de franquicia. Así mismo, se dio el crecimiento del sector de las motocicletas de la mano de toda la industria relacionada con el sector; a mediados de la década de los 80's cuando el narcotráfico en Colombia se encontraba en su punto al álgido, las motocicletas se

convirtieron en el principal vehículo de movilización de estas organizaciones, aumentando sustancialmente la cantidad de motocicletas en el país. (El tiempo, 2014)

Moto de Pablo Escobar Gaviria



Imagen 2. Moto Lambretta, en la que empezó a delinquir el capo y su primo Gustavo Gaviria. Recuperado de ww.kienyke.com

Para esos tiempos los principales narcotraficantes empiezan a implementar excesivas modificaciones con diversos lujos y accesorios creados en el país e importados para sus motocicletas, visto esto como forma de derroche, muchas personas generalmente en las principales ciudades por seguir el conocido fenómeno mafioso proceden a realizar las mismas mejoras estéticas para sus motos realizando importaciones especialmente de

Estados Unidos, en la última década estas importaciones han crecido vertiginosamente generando una tendencia en el mercado no solo desde Estados Unidos sino también de Europa y Asia.(Auteco, 2014)

Pablo Escobar desplazándose en motocicleta



Imagen 3. Pablo Escobar desplazándose en motocicleta. Recuperado de Pablo's Hippos - Motos.

Paseo de Pablo Escobar en motocicleta.



Imagen 4. Paseo de Pablo Escobar en motocicleta. Paseo de Pablo Escobar en motocicleta.

1.1.3 Antecedentes de motociclismo en Colombia.

En la última década Colombia se ha esforzado por mejorar las políticas de relaciones comerciales con diversos países en especial con Estados Unidos, los principales repuestos y accesorios para motocicletas son provenientes de países como Taiwán, China y Japón; así con el notable crecimiento que se estaba dando en Colombia se empiezan a implementar las primeras plantas de ensamblaje de motos con motores provenientes principalmente de Asia pero con plantas en Brasil tal como lo son Honda, Yamaha y Suzuki. Sin embargo el mercado de motos Estadounidense era muy conocido pero muy escaso y costoso, el valor de nacionalización de repuestos o motos de marca que no tenían poca representación en Colombia eran exorbitantes sin contar los grandes gastos que acarrear mantener una motocicleta cuya referencia no tiene ninguna garantía pos venta.(Harley Davidson Colombia, 2012)

El claro ejemplo de esto eran las importaciones de las motocicletas de marca Estadounidense Harley Davidson con gran reconocimiento y acogida a nivel mundial, ya que la importación de una motocicleta de estas motocicletas hace una década podía llegar a costar 30 o 50 millones de pesos más que en otros mercados, la representación de servicio técnico para estas motos se dio en 1996 con altos precios.

Sin embargo las motocicletas Harley Davidson y las motos ensambladas en estados unidos con un cilindraje superior a los 500cc contaban con costos muy elevados y grandes procesos para la nacionalización sin contar después con los grandes costos de

sostenimiento de estas motocicletas en cuanto a repuestos. Esta compañía principalmente se ha visto ampliamente beneficiada a raíz de la firma del tratado de libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos debido a que a partir del 15 de mayo de 2012 esta marca ofrece su motocicletas con un arancel del 0%, semejante al crecimiento en el mercado por el ingreso de motocicletas de cilindraje superior de 500cc de grandes y reconocidas empresas internacionalmente que su principal ensambladora en América se encuentra Estados Unidos. (Harley Davidson Colombia, 2012)

1.2 Marco conceptual

De acuerdo con clasificación arancelaria los productos a los cuales se está dirigiendo este proyecto se encuentra en el capítulo 87 de la clasificación arancelaria denominado como: Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios; no obstante las partes de lujos de estos vehículos se ven sujetos al siguiente subcapítulo numero bajo el 8711 designado como: Motocicletas, incluidos los ciclomotores, y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él; sidecares.(Dian, 2014)

1.2.1 Conceptualización

Este proyecto se llevará a cabo mediante la utilización de dos herramientas asimiladas y practicadas durante el transcurso de la formación profesional de los autores de este proyecto.

El primero de ellos es el modelo de negocios o CANVAS, es la planificación de una empresa para realizar un negocio, teniendo en cuenta diversos factores entre los principales la idea de negocio, los ingresos y gastos; todo esto mediante una matriz que determine los pasos a seguir en cuanto a proveedores, clientes, socios clave; de igual forma las estrategias de distribución, actividades, recursos y relación con los clientes para que el modelo e idea finalice en un buen negocio. (myownbusiness, 2014)

La segunda herramienta a implementar es el plan de negocios, es proyección que realiza la empresa para evaluar aspectos de inicio y realización de la idea de negocio; para así analizar la viabilidad del plan, para la creación de este plan de negocio se debe tener en cuenta la situación actual del mercado, la competencia, las acciones que se llevarán a cabo y diversos factores con relacionados con producto. (Myownbusiness, 2014)

Para iniciar nuestro modelo y plan negocios es indispensable efectuar una aclaración sobre diversos temas que se llevarán a cabo durante el proyecto, los productos pertenecen a la industria denominada Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y

demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios; de este capítulo se deriva el sector de Motocicletas, incluidos los ciclomotores, y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él; sidecares; por último la fase del sub sector que es perteneciente a nuestro subsector Partes y accesorios de motocicletas, incluidos los ciclomotores.

En el mundo del motociclismo se define como accesorios, aquellas partes dependientes de una parte principal de los vehículos de dos ruedas en línea para complementar o aumentar el rendimiento de estos vehículos; de igual forma se determina que los lujos son partes secundarias que se incluyen a las motocicletas para dar un valor agregado y favorecer principalmente su estética. (More Motoracing, 2014)

En el mercado existen diversas clases de motos dependiendo de sus características y usos, en el mundo las motos son clasificadas principalmente según su motor que son Monocilíndricas, Bicilíndricas, Tricilíndricas y Tetracilíndricas, lo cual indica la cantidad de Cilindros que tiene un vehículo de dos ruedas en línea en su motor, un ejemplo de esto son las motocicletas denominadas de alto cilindraje, ya que llegan a tener hasta cuatro cilindros en su motor nombradas por esto Tetracilíndricas.

Existe otro factor de clasificación es su cilindraje que indica el punto las alto y más bajo por donde se mueve el pistón; cada marca productora comercializa diversas clases de motos, al igual que para cada una de ellas existen varios lujos y accesorios; entre las principales marcas en el mundo se encuentran: Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Ktm, Honda, Harley Davidson, Ducati, Bmw, Piaggio, Kymko, Bajaj, Aprilia, Triumph,

Peugeot y Husqvarna; Cada una de estas marcas fabrica varias clases de motos de diferente cilindraje, entre las clases de motos en su portafolio se encuentran estas categorías : Scooter, Supermotard, Custom, Superbike, Trial, Naked, Trial y Cross. (Arias, 2008, P20)

Principales marca de motociclismo en el mundo.

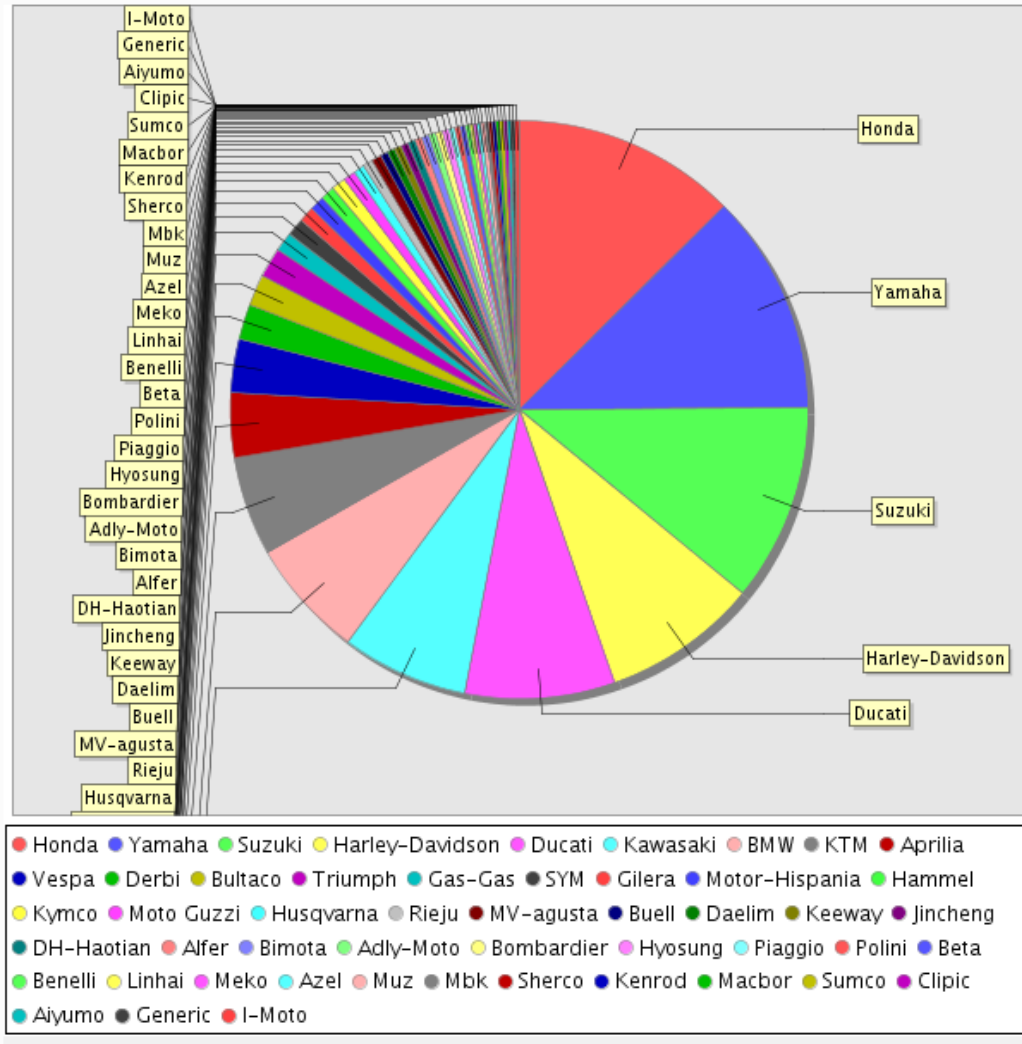


Figura 1. Principales marca de motociclismo en el mundo. Recuperado de es.classora.com

Los lujos y accesorios son partes internas o externas de las motocicletas, diferentes a los repuestos originales provenientes de la fábrica Matriz o ensambladora; estos productos son creados para generar un mejor aspecto visual de estos vehículos o para mejorar el rendimiento; en su mayoría estos productos se encuentran fabricados en diferentes colores materiales y diseños para aumentar la estética del vehículo, y esto se diferencia según el cilindraje y clase de la motocicleta, entre los lujos y accesorios que

más se comercializan son: Manubrios, Manilares, Exostos, Filtros de Alto Flujo, Partes protectoras, Soportes entre otras.(Arias, 2008, p 33).

1.2.2 Normatividad

A nivel mundial existen varias normas para la circulación de estos vehículos de dos ruedas en línea, su legislación se encuentra centrada en la seguridad de sus pasajeros como en la de otros vehículos que circulen de manera terrestre, la primera norma hace referencia a la protección de la integridad del conductor de una motocicleta mediante la utilización de un casco, que cumpla con alguna de las siguientes certificaciones internacionales: la primera de ella es la DOT la cual es otorgada por el departamento de tránsito de Estados Unidos, la siguiente es la certificación ECE otorgada por el departamento de tránsito de la Unión Europea y la última pero más rigurosa de todas es la certificación SNELL también otorgada y homologada por la Unión Europea pero no es emitida por parte de un entidad gubernamental. (Conaset, 2015)

En la actualidad en Colombia existen diversas opiniones acerca de la normatividad para el ingreso de lujos o accesorios a Colombia, debido a que según la legislación para poder hacer uso de estas partes; no obstante si un producto cuenta con las certificaciones internacionales pueden ser de libre uso, sin embargo en el país con continua la discusión con respecto a que lujos o accesorios se pueden permitir, según el ruido que emiten o la funcionalidad que realizan, también no se ha definido cuál es la entidad facultada para realizar su respectiva regulación. (Movilidad Distrital, 2014)

La accidentalidad ha sido un factor clave para aumentar la rigurosidad de la legislación para estos vehículos, ya que en su mayoría estos accidentes resultan siendo fatales; la cifra de accidentes en motocicleta en Colombia alcanza una cifra del 39%.(Sura, 2015)

En Colombia las normas vigentes para los vehículos de dos ruedas incluyendo las bicicletas, triciclos motocicletas entre otros; se encuentran sujetas a cumplir la legislación establecida dentro del Código de Transito de Colombia; en el cual en el artículo 94 indica el comportamiento de los conductores de estos vehículos, el uso de casco y de luces es obligatorio las 24 horas del día en el territorio nacional, no obstante existen normas que varían según la utilización del casco, sexo de pasajero, estas son diferentes de un departamento o municipio a otro en el país.(www.colombia.com, 2014)

1.3 Teoría de negocios de los vehículos de dos ruedas en línea.

1.3.1 Desarrollo del sector motociclismo.

En nuestro país el mercado de las motos ha presentado un crecimiento elevadísimo, llegando a ser el medio de transporte más usado en el país, tanto por jóvenes

como personas con mayor edad. De igual manera los subsectores que este compone también han sido impulsados por este aumento en ventas. (La Republica, 2015)

Desde el año 2012 se ha mantenido un nivel desigual en cuanto a la relación de importación y exportaciones en lo que a motocicletas se refiere. (Aprovechamiento TLC, 2014)

Porcentaje de importaciones desde estados Unidos – Motocicletas y sus partes.

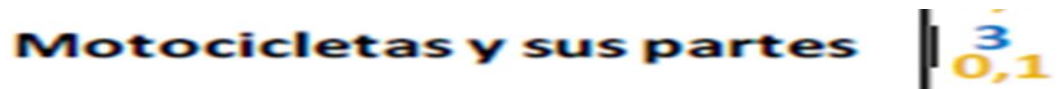


Figura 2. Oficina para el aprovechamiento del TLC con EEUU. (2012). Aprovechamiento del TLC con estados unidos [Recorte de Grafico 6]. Recuperado de Aprovechamiento TLC.

Desde hace unos años venimos importando en promedio unos US 3 Millones desde el país norteamericano. Número elevado si al comparar la balanza comercial nos damos cuenta que nuestras exportaciones en el sector motocicletas y sus partes no superan al momento el millón de dólares. (Aprovechamiento TLC, 2014)

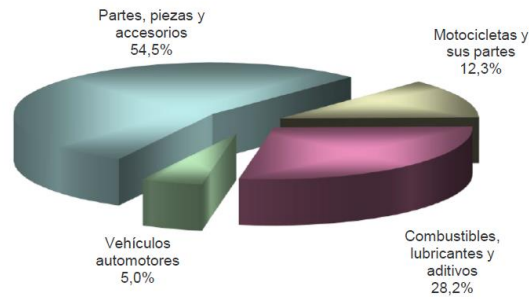
1.3.2 Trayectoria de la sección lujos y accesorios en Colombia.

A través de los años el mercado de los lujos y accesorios se ha destacado la tendencia de las principales importadoras nacionales de importar para después distribuir. Debido a que para producir este tipo de bienes se necesitan equipos de alta tecnología y calidad, las empresas toman como medida traerlas del exterior y de manera formal, dicho en otras palabras montando su propia distribuidora vendérselas directamente a los consumidores colombianos. (feria2ruedas, 2014)

En el año 2011 las empresas dedicadas a comercializar motocicletas y sus partes ocupaban el 12,3% en la distribución que nos muestra la gráfica del sector. Si analizamos la grafica nos damos cuenta que las empresas dedicadas al motociclismo superan a las dedicadas a los automotores, y que por consiguiente las partes para moto, donde se incluyen los accesorios empezaban a tomar importancia dentro del componente de empresas del país. (feria2ruedas, 2014)

Distribución de empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes 2011

Gráfico 33. Distribución de empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes 2011



Fuente: DANE - EAC

Figura 3. Boletín de prensa, DANE. (2013). Encuesta anual de comercio 2011[Gráfico 33. Distribución de empresas de vehículos, autopartes, combustibles y lubricantes2011]. Recuperado de DANE.

Desde que se firmó el tratado en el año 2012, el comercio minorista de lujos y accesorios en el país tuvo un crecimiento cerca del 5%. Aunque no se vendió tanto como en el 2011, año en el que no teníamos tratado, si fue superior el dinamismo con el que se movieron estos productos en nuestro país, esto impulsado de cierta manera por la cantidad creciente de motos que se venden en el país. (DANE, 2014)

Debido al crecimiento de la venta de motos que se presenta en el país, es por esto que para el año 2013 ya encontrábamos que se incrementaban las ventas en un 6%, cifra que teniendo en cuenta el desconocimiento general que se presenta en cuanto a los artículos relacionados para personalizar una moto, es elevada, y nos da indicios de que para el fin del año 2014 y comienzos del 2015, el país presentara un incremento del 3% en cuanto a la popularidad que adquirirán los lujos y accesorios. Se vislumbra un crecimiento, nos encontramos en la época de las personalizaciones, donde las personas pueden dejar de usar lo estándar y usar lo que se adapta a su personalidad. (Asomocol, 2014)

1.3.3 Parámetros del Tratado de libre Comercio Estados Unidos – Colombia aplicables al sector.

El programa de desgravación del tratado (Decreto 0730 del 13 de Abril de 2012) se compone de varias modalidades o categorías dependiendo el tipo de mercancía. Para nuestro caso, los lujos y accesorios para motocicletas, se ubican en la categoría C, la cual indica que los aranceles se eliminarán en 10 etapas anuales iguales, teniendo vigencia esto desde el momento en que se firma el tratado, así como también presentando libertad de aranceles, a partir del 1 de enero del año 10, así como lo indica la tabla.

Tasa base desgravación – 10 años

Tasa Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
10%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%	0,0%
15%	13,5%	12,0%	10,5%	9,0%	7,5%	6,0%	4,5%	3,0%	1,5%	0,0%
20%	18,0%	16,0%	14,0%	12,0%	10,0%	8,0%	6,0%	4,0%	2,0%	0,0%
35%	31,5%	28,0%	24,5%	21,0%	17,5%	14,0%	10,5%	7,0%	3,5%	0,0%

Figura 4. Decreto N° 0730, Ministerio de comercio, industria y turismo (2012). [Artículo 9]. Recuperado del DECRETO 0730 del 13 de Abril de 2012.

Teniendo en cuenta los tiempos, en el momento nos encontramos en el segundo año desde que entró en vigencia el acuerdo comercial, por lo que se tiene actualmente un arancel del 12% para importar al país lujos o accesorios para motocicletas. Si bien la desgravación se emplea a 10 años, nos damos cuenta de que esta baja anualmente un

1,5% lo cual es favorable, ya que cada caño año será menor el porcentaje de intereses que se deben pagar al importar los productos y que por otra parte se generara un incremento cada vez mayor de mercancías estadounidenses en Colombia. (Decreto 0730, 2012)

Capítulo 1. Tratado de Libre Comercio, Republica de Colombia - Estados Unidos de América: sector Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres

2.1 Acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América

El acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América entro en vigencia el 15 de mayo de 2012, fecha en la que por medio del decreto N° 0993 del ministerio de relaciones exteriores, se pronunciaba al país, que las negociaciones que desde el año 2006 se habían presentado y posteriormente aprobado por medio de las partes había llegado a un final feliz (Ministerio de relaciones exteriores, 2012).

El tratado de libre comercio Colombia – Estados Unidos es un acuerdo que busca generar infinidad de oportunidades para todos los colombianos, incrementado el empleo y así mejorar el desempeño económico del país. En primera medida beneficia a los exportadores, ya que dentro de los puntos negociados se encuentran una gran cantidad de sectores y productos los cuales los podrán vender de manera muy favorable en el mercado estadounidense, situación que permitiría posicionar algunos productos colombianos.

Dentro de las negociaciones fueron incluidos temas como el acceso a mercados, incluyendo la industria y la agricultura; competencia, comercio electrónico, compras de estado, aspectos ambientales, destacando que Colombia tiene con Estados Unidos algún tipo de acuerdo en el tema; régimen de la inversión y los servicios. En este último tema negociado, tal y como son los servicios, es donde Colombia actualmente se encuentra mejor, con respecto a los otros temas negociados en el tratado, mencionados anteriormente; cada vez Colombia cuenta con mayor presencia internacional, ya que los servicios que incluyen un gran valor agregado presentan una demanda elevada (Mincomercio, 2014).

El documento del tratado entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, se basa en presentar como línea base, tres pilares, en los cuales fueron sustentadas las negociaciones. En primera instancia se parte de la relación que presenta el TLC con la CAN y el nombramiento de algunas instituciones las cuales servirán para el buen funcionamiento del acuerdo. En el segundo bloque, se dan lugar los aspectos que tienen relevancia en cuanto a los productos industriales, agropecuarios y de servicios, presentando internamente la eliminación de las barreras arancelarias.

El tercer y último pilar se basa en la presentación de los temas transversales, en el cual se establece la disciplina que debe haber en cuanto a las actividades comerciales de los dos países. Presenta gran importancia dentro del acuerdo este último pilar ya que en él están establecidos temas de vital importancia como la propiedad intelectual, la inversión, los temas laborales y el fortalecimiento de la capacidad comercial (Mincomercio, 2014).

Logo Ministerio de Comercio, industria y turismo



Imagen 5. Logo Ministerio de Comercio, industria y turismo. Recuperado de

Mincomercio

Logo Executive office of the United States.



Imagen 6. Logo Executive office of the United States. Recuperado de USTR

La comisión libre comercio, fue creada para todas las labores administrativas que incumben al tratado, está compuesta por el Ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia, y el Representante legal de los Estados Unidos (USTR).

Actualmente la comisión libre comercio tiene a su cargo la implementación del tratado, supervisar el desarrollo del mismo, supervisar la labor de las comisiones, buscar soluciones a problemas que surjan. Dentro de estas funciones que cumple la comisión encontramos temas como las provisiones para mantener la transparencia entre las partes y que se mantenga una excelente relación; por otro parte se encuentra la buena administración del tratado, la cual se genera con el cumplimiento de las partes. La inferencia que presenta la comisión de libre comercio se basa en la medición de procesos que se ejecuten con el transcurrir del acuerdo comercial, dentro del tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos se evaluarán las buenas prácticas de comercio, así como adicciones o sustracciones del mismo. (Mincomercio, 2014).

Uno de los temas más importantes dentro del tratado es el acceso a los mercados, el acuerdo busca y tiene como objetivo principal remover las barreras arancelarias y no arancelarias en el comercio de bienes y servicios, para así de esta manera tener un trato

preferencial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América. La remoción de estas barreras se irá dando gradualmente, presentando un periodo de desgravación de diez años.

Para el acceso a los mercados las partes deben estar comprometidas a presentar el mismo trato para todos los bienes y o proveedores que lleguen tanto a Colombia, como a los Estados Unidos de América; tener como gran objetivo proteger la salud y la vida de las personas; en cuanto a la inversión, establecer un marco jurídico justo y equilibrado que permita que exista un buen clima de inversión; por último, abrir de manera bilateral el mercado de las compras públicas, por medio de las empresas gubernamentales. Todo esto generara una buena administración de las acciones del tratado y un gran clima de cooperación (Mincomercio, 2014)

2.1.1 Sectores beneficiados con el acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.

Colombia, al haber firmado el acuerdo con los Estados Unidos, se une a la fórmula que muchos otros países han adoptado, para generar un crecimiento en la economía de sus países. Firmar y mantener un tratado de libre comercio con la economía más grande del mundo, es de cierta manera facilitar gran parte del comercio internacional mundial y por otra parte, inyectar tendencias de crecimiento internacional para que la economía colombiana a través de la eliminación de trabas comerciales.

El beneficio no para ahí, muestran los casos de países latinoamericanos, como Chile, que han firmado acuerdos comerciales con los Estados Unidos de América que sus países se han vuelto trampolines para empresas de la región, de Europa, de Asia, y de África, que se han ubicado en estos países para utilizar las bondades del Tratado de libre comercio y de esta manera contribuir con el desarrollo general de la nación (Mincomercio, 2014)

Los sectores que más podrán tener crecimiento en cuanto a su producción interna y exportadora son el textil, actualmente se ha presentado un crecimiento del 20%, según el estudio del Tratado de libre comercio presentado en 2014 por la cancillería ; los materiales de construcción; los confites, galletas y snack, donde se ha presentado un incremento en sus exportaciones del 39%; los productos gourmet, en el cual se destacan las azúcares y mieles con un incremento del 53,3%, y algunos productos procesados del mar con 31 %; los productos orgánicos; Productos de panadería; Flores; servicios de salud, representados con un 61% de crecimiento. (Cancillería, TLC Colombia – Estados Unidos, 2014).

Uno de los sectores al cual el gobierno colombiano más le invierte es el de autopartes, con la firma del acuerdo comercial con los Estados Unidos, los productores colombianos de autopartes cuentan con una gran oportunidad para exportar sus productos, ya que partes como amortiguadores y frenos, no cuentan con ningún tipo de barrera arancelaria. Las piezas hechas a la medida para surtir o proveerle a un fabricante de automóviles, presentan tasas de desgravación a 5 y 10 años. Por el momento las exportaciones de autopartes hacia los Estados Unidos han tenido un incremento del 18% (Cancillería, TLC Colombia – Estados Unidos, 2014).

Ubicándonos en el territorio de los importadores colombianos, cuentan también ellos con muchos beneficios ya que para los muchos que dependen de traer productos de los Estados Unidos de América, en el tratado quedaron un gran número de insumos y bienes de capital libres de arancel.

Los últimos beneficiados y no menos importantes, son los consumidores, ya que como es lógico a Colombia entraran una gran cantidad de productos sin arancel proveniente de los Estados Unidos, situación que permitirá que algunos bienes cuenten con su precio real y no el precio elevado después de haber tenido q pagar intereses para ingresar.

Algunos productos que podrán ser obtenidos a un bajo precio son: accesorios deportivos, Instrumentos musicales, electrodomésticos, calzado, cámaras fotográficas, farmacéuticos, armas, lámparas, utensilios domésticos, objetos de adorno como bolsos, mochilas, maletas, productos alimenticios y cintas de video.

2.1.2 Normatividad del Acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América

Todas las mercancías importadas de origen de Estados Unidos deben pagar los respectivos aranceles aduaneros, en el primer año la desgravación arancelaria se dará durante el año calendario de la entrada en vigor del presente acuerdo, ya a partir del segundo año la eliminación arancelaria se presentará anualmente desde el 1 de enero de cada año, teniendo en cuenta que la vigencia del tratado comienza después de haberse

cumplido 60 días (2 meses) de la fecha en la cual se hallan realizado las condiciones y firmas legales acordadas por las partes. (Decreto No. 0730 del 13 de abril de 2012)

Se crearán zonas de libre comercio y estos territorios serán respetados como si fuesen propiedad del contratante para uso propio del comercio bilateral y se aplicaran toda la normatividad, efectos y beneficios acordados en el mencionado acuerdo dentro de estos espacios aduaneros debidamente establecidos por las dos naciones, todo esto con el objetivo de mejorar y permitir un bueno comercio entre los países contribuyentes evitando los obstáculos para la efectividad del acuerdo. (Artículo XXIV, GATT 1997)

Se realizaran seis (6) categorías de eliminación arancelaria entre las cuales se encuentran las siguientes categorías aplicadas a las mercancías o productos no agrícolas de origen estadounidense:

- Categoría A se eliminarán aranceles desde el primer momento de la entrada en vigencia del acuerdo, con algunas excepciones para algunos productos re manufacturados.
- Categoría B se realizará una desgravación gradual durante 5 años a partir de primer año de vigor del tratado finalizando al 5 año con un arancel del 0%.
- Categoría C se efectuarán 10 etapas de desgravación iguales para cada año y así finalizar el décimo año con los productos de esta categoría libres de arancel.
- Categoría F a los productos comprendidos en esta categoría se les continuará dando un manejo de libres de arancel.
- Categoría K para estos productos se manejará una eliminación de aranceles porcentual igual durante siete años para culminar el séptimo año con un arancel del 0%.

- Categoría U en la cual se estipula una reducción del arancel durante el primer y segundo de vigencia del acuerdo de 10% , una disminución porcentual del arancel del 20% para cuarto año y por ultimo una eliminación del 30% durante el tercer y quinto año para finalizar con estas mercancías libres de impuestos.

Para todos los productos re manufacturados provenientes de Estados Unidos de América al igual que para los productos agrícolas de origen de este país el tratamiento que se realizará para la desgravación arancelaria cuenta con otros requisitos procesos durante la vigencia del presente acuerdo, las mercancías agrícolas de origen estadounidense estarán comprendidas en siete (7) categorías diferentes comprendidas en las categorías A, B, C, K, M, N entre otras; con desgravaciones arancelarias graduales que oscilarán entre 1 a 10 años.

De igual forma se pacta en el acuerdo comercial algunos contingentes arancelarios y salvaguardas agrícolas, textiles y bilaterales durante toda la vigencia del tratado; también en el presente tratado, se acuerdan entidades regulatorias como la DIAN para llevar a cabo la regulación de procesos de contingentes arancelarios y confirmación de los trámites de origen de los productos establecidos en el acuerdo.

En caso tal, que anterior a este tratado se hubiese efectuado otro tratado de libre comercio entre Colombia y otro país después del 27 de Febrero del 2006, donde se halla estipulado un arancel menor al establecido en el presente acuerdo se otorgará el mismo arancel a los productos agrícolas provenientes de Estados Unidos de América. (Decreto No. 0730 del 13 de abril de 2012)

Para la importación o exportación de mercancía de Estados Unidos de América se determina una norma de origen, que debe especificar en qué lugar fue realizado el producto en gran parte o su totalidad, ya sea en Colombia, Estados Unidos o en los dos países, al igual que la procedencia de sus materias primas en caso de que no sean de ninguno de los países del acuerdo y realizar el respectivo ajuste de valor de estos materiales.

Por consiguiente se adaptarán a los productos las respectivas cláusulas de acumulación de y minimis, o sea que un producto realizado parcialmente en Colombia y su producción final se presente en Estados Unidos, este será tomado como originario del país donde finalizó su producción; mientras que la reglamentación de minimis hace referencia a que mientras la transformación del producto no exceda en 10% en cuanto al precio ajustado del producto este no ejercerá ningún cambio de la clasificación arancelaria del producto. (Decreto No. 0730 del 13 de abril de 2012)

2.1.3 Actualidad sector exportador Colombiano

El mercado estadounidense es sin duda uno de los más grandes jugadores en el escenario global, en los últimos años se ha convertido en un gran aliado de los países latinoamericanos, ya que los gobernantes estadounidenses han presentado una mirada diferente hacia esta zona del mundo. Para Colombia, es su mayor aliado económico o socio comercial, con cerca del 25,4 % en las exportaciones. (Procolombia, 2014)

En la actualidad no se puede catalogar a los Estados Unidos como un país únicamente vendedor y comprador de bienes y servicios, por ejemplo con el acuerdo firmado Colombia debe exportar sus productos de otra manera, ya que este es un país exigente en términos de calidad y seguridad. Promueve una situación para que los productores colombianos incrementen algunos aspectos que son determinantes en los mercados internacionales, como lo son: la calidad, el valor agregado, la diversidad y los aspectos sanitarios – fitosanitarios (Centro de aprovechamiento de acuerdos comerciales, 2014).

Para hacer uso de las facultades que nos da el tratado en términos de exportación, el productor colombiano debe realizar un estudio de mercado como primera medida, para determinar sé que está listo para exportar, que cuenta con suficiente productividad, para así de esta manera crear una estrategia exportadora la cual le permita exportar, teniendo claro antes, cómo es el comportamiento de su producto en el mercado internacional. Por otra parte debe evaluar la normatividad del TLC con los Estados Unidos de América, en cuanto a temas de acceso, los aranceles y las certificaciones, para posteriormente ejecutar el proceso mediante una cadena logística que permita llevar el producto al destino (Portafolio, 2012).

2.1.4 Exportaciones Republica de Colombia – Estados Unidos de América

El último reporte del DANE (Departamento administrativo nacional de estadística) referente al periodo Enero - Octubre del año 2014, en cuanto a lo que tiene

que ver con las exportaciones de Colombia hacia el mundo, nos indica que durante este periodo del año Colombia llego a los 48.605 millones de dólares en exportaciones tal cual como se observa en la figura (5), destacándose en primera medida los combustibles y algunas industrias extractivas (DANE, 2014).

Exportaciones Colombia Enero - Octubre 2013 -2014



Figura 5. Comercio exterior exportaciones (2014). Exportaciones Colombia Enero - Octubre 2013 -2014 [Grafico 3]. Recuperado de DANE

Estados Unidos es sin duda nuestro principal socio comercial, tal es así y como lo indica la figura número (6), muestra que las exportaciones Colombianas hacia este país han representado el 25,4 % dentro del periodo Enero – Octubre del año 2014. El porcentaje es más del doble que nuestro segundo mayor socio que es la China (DANE, 2014).

Exportaciones Colombia Enero - Octubre 2014 por países

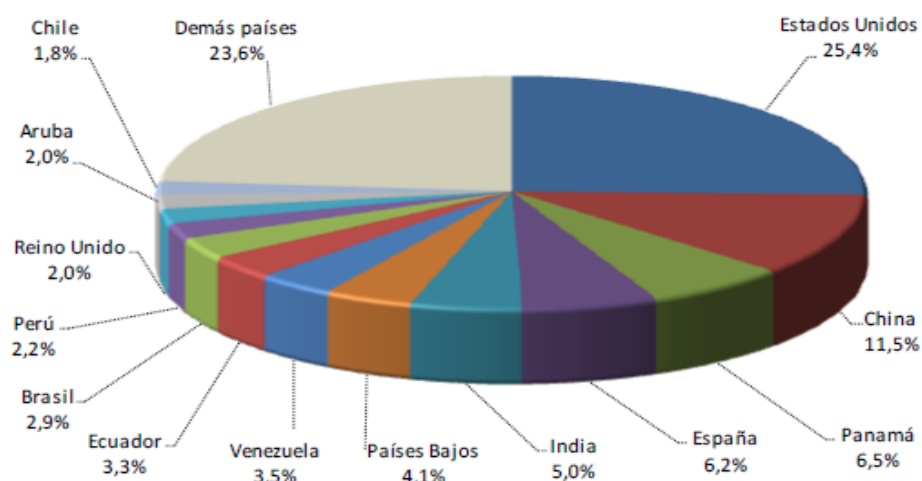


Figura 6. Comercio exterior exportaciones (2014). Exportaciones Colombia Enero - Octubre 2014 por países [Gráfico 9]. Recuperado de DANE

En la figura (7) se expresa que las exportaciones de Colombia hacia los Estados Unidos para el año 2013 fueron de 16.305 millones de dólares FOB, mientras que para el año 2014 fueron de 11.994 millones de dólares FOB. Los números indican que hubo una variación negativa de -26,4%, situación que según analistas se dio principalmente por la disminución de la venta de combustibles y aceites minerales, los cuales tuvieron una reducción del -34,5%; situación que aumentó el valor negativo de la variación de las

exportaciones Colombianas, ya que los combustibles y los productos extractivos son los más exportados por Colombia hacia los Estados Unidos.

A pesar de esta reducción del año 2014, el mercado estadounidense sigue siendo el mercado preferido para los productores colombianos, si bien el decrecimiento presentado en cuanto a valores FOB, China el cual sí tuvo una variación positiva representada en el 11,5% para sector exportador de la Republica de Colombia (DANE, 2014).

Variación exportaciones Enero - Octubre 2013 - 2014 por países

País destino	Millones de dólares FOB				
	2013	2014	Variación (%)	Contribución a la variación	Participación 2014
Total	48.605,6	47.158,0	-3,0	-3,0	100,0
Estados Unidos	16.305,0	11.994,4	-26,4	-8,9	25,4
Chile	1.392,6	867,6	-37,7	-1,1	1,8
Guatemala	546,6	234,2	-57,1	-0,6	0,5
Venezuela	1.895,2	1.668,0	-12,0	-0,5	3,5
Argentina	384,7	162,1	-57,9	-0,5	0,3
Trinidad y Tobago	341,0	135,4	-60,3	-0,4	0,3
Alemania	706,8	529,1	-25,1	-0,4	1,1
Aruba	1.105,0	937,5	-15,2	-0,3	2,0
Francia	269,6	102,6	-61,9	-0,3	0,2
Canadá	296,2	566,5	91,2	0,6	1,2
Corea	152,8	430,1	181,4	0,6	0,9
Italia	412,9	829,8	101,0	0,9	1,8
España	2.362,3	2.915,4	23,4	1,1	6,2
Panamá	2.456,8	3.048,6	24,1	1,2	6,5
China	3.708,7	5.406,4	45,8	3,5	11,5
Demás países	16.269,3	17.330,2	6,5	2,2	36,7

Figura 7. Comercio exterior exportaciones (2014). Variación exportaciones Enero - Octubre 2013 - 2014 por países [Cuadro 10]. Recuperado de DANE

2.1.5 Actualidad de las importaciones Colombia- Estados Unidos

Desde el inicio del gobierno del actual presidente Juan Manuel Santos en Colombia, se han mejorado las sus relaciones comerciales con diversos países en el mundo, un claro ejemplo de esto son los tratados que ha firmado en los últimos años con varios países en diferentes zonas de Europa, Asia y América; Colombia se encuentra en la búsqueda de una mayor participación y competitividad en el mercado internacional aumentando su apertura económica. (Cancillería, 2014)

A la fecha Colombia cuenta con 25 tratados de libre comercio ya firmados y 14 de ellos ya se encuentra en vigencia, entre los cuales está el acuerdo comercial entre Colombia y Estados Unidos de América. Para el año 2013 las principales importaciones de Colombia con países con los cuales tiene acuerdos comerciales vigentes fueron de un 71.5%. (Legiscomex, 2014)

Desde antes de la firma del tratado, Estados Unidos ya era uno de los principales socios comerciales de Colombia, por esto es el principal país de donde provienen las importaciones Colombianas con una participación del 30.9% entre enero y junio de 2014, en comparación con el mismo periodo del año pasado, Estados Unidos obtuvo un 2.5% más de participación en las importaciones colombianas. (Mincomercio, 2014)

Importaciones totales por origen (2014)

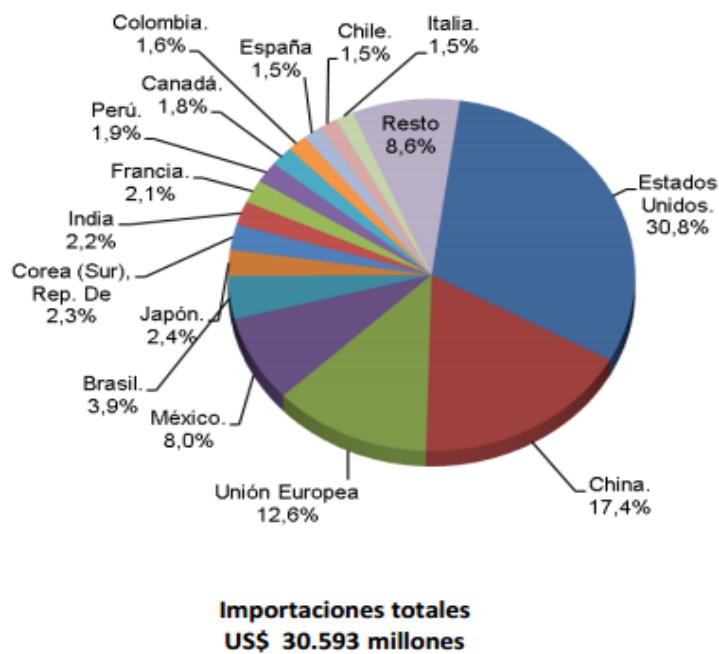


Figura 8. Importaciones totales por origen (2014). Importaciones colombianas y balanza comercial Enero - Junio 2014 [Cuadro 4]. Recuperado de Mincomercio

Estados Unidos de América además de ser el primer socio comercial de los países con los cuales Colombia tienen tratados de libre comercio vigentes, continua liderando y

siendo el principal Estado teniendo actualmente acuerdos comerciales con mayor participación en importaciones colombianas, las cuales aumentaron a US\$31.072,1 millones; se presentó una variación de 4,9% en comparación a la misma época del 2013. (Mincomercio, 2014)

Importaciones totales por orígenes (2013 – 2014)

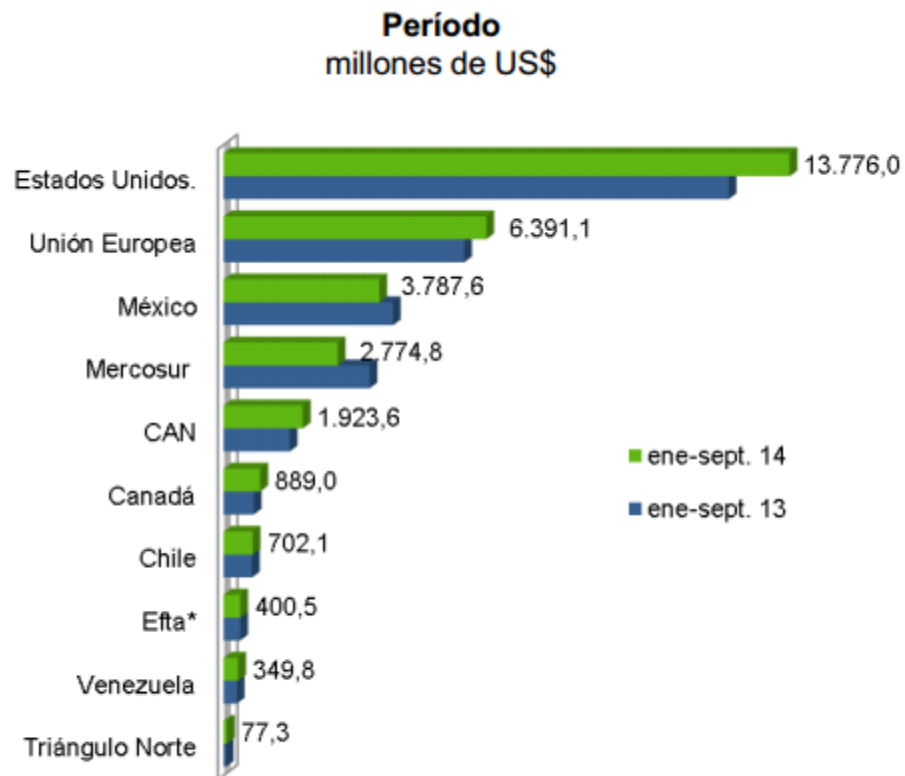


Figura 9. Importaciones totales por orígenes (2014). Importaciones colombianas y balanza comercial Enero - Septiembre 2014 [Cuadro 7]. Recuperado de Mincomercio.

Las principales importaciones colombianas de productos o materias primas de origen Estadounidense son: los combustibles y aceites minerales en los que se encuentran los aceites de petróleo excepto crudo, materias plásticas como los polímeros de etileno y el principal cereal importado es el maíz; todos estas mercancías en conjunto significaron un crecimiento del 50% con una participación en el mercado de 44.6% con respecto a las importaciones que se realizan de Estados Unidos de América a Colombia. (Mincomercio, 2014)

Variación porcentual del valor CIF de las importaciones por país de origen y capítulos del arancel Septiembre 2013-2014

Descripción	Variación (%)	Contribución país
Estados Unidos		
Combustibles y aceites minerales y sus productos	12,6	5,3
Cereales	143,0	3,9
Materias plásticas y manufacturas	28,3	1,1
Navegación aérea o espacial	-36,1	-1,4
Demás capítulos	9,3	4,4
Total	13,3	13,3

Figura 10. Variación porcentual del valor CIF de las importaciones por país de origen y capítulos del arancel Septiembre 2013-2014 [Cuadro 10]. Recuperado de DANE

2.2 Industria de Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres

Este sector es el resultado de un conglomerado de industrias en los cuales se encuentra el sector de automóviles, motocicletas, camperos o camionetas, vehículos de carga, vehículos utilitarios, empresas fabricantes, reparación y comercialización tanto de los vehículos como de sus partes; esta industria representa el 4% del PIB de Colombia, originando así alrededor de 25 mil empleos, con funcionamiento de ocho (8) plantas ensambladoras de automotores y nueve (9) de Vehículo automotor de dos ruedas en línea (BBVA, 2013).

La industria automotriz se encuentra en un constante decrecimiento desde hace dos años mostrando para diciembre de 2013 un declive de 7%; no obstante esta industria sigue siendo un pilar importante de la economía del país. Entre las principales ensambladoras del país se encuentran GM, Chevrolet, Mazda y Renault entre otras, que condensan un 99% de la producción del país con una participación del 32% en automóviles, ahora bien los sectores que más se han destacado en esta industria son los vehículos utilitarios y los Vehículos automotores de dos ruedas en línea (motocicletas). (BBVA, 2013)

Indicadores relevantes - mercado automotriz colombiano 2013

Indicadores relevantes para el mercado automotriz colombiano

Indicadores relevantes	
Población (millones de habitantes, 2013)	47,1
PIB <i>per cápita</i> (Dólares corrientes, 2013)	7.830
Extensión del territorio (miles de km ²)	1.141,7
Red Vial (miles de km, 2012)	214,9
Parque Automotor por cada 1000 habitantes (2012)	98,0
Antigüedad del Parque Automotriz (año, 2012)	14,9
Ventas de autos nuevos (miles de unidades, 2013)	293,8
Precio promedio de autos (COP Millones, 2013)	33,5
Vehículos nuevos financiados (% de ventas de Autos Nuevos)	55,0

Fuente: ANDI, Banco de la República, DANE, DNP, Econometría Ltda, Encuesta FTS UNCRD/BID 2011, FENALCO, Ministerio de Transporte, CEPAL y BBVA Research

Figura 11. Indicadores relevantes para el mercado automotriz colombiano 2013- [Cuadro 1]. Recuperado de BBVA RESEARCH

Aunque se hayan presentado disminuciones en ventas de la industria automotriz ha progresado el área exportadora de este sector y se estima que en especial el sector de automóviles recupere participación en el mercado con los tratados de libre comercio que se han firmado últimamente por parte del país; el 33.2% de los vehículos que circulan por el país son ensamblados en Colombia mientras que el resto de los vehículos que circulan por Colombia son provenientes de México, Corea, China y la Unión Europea . (Asociación Colombiana de Vehículos Automotores, 2014)

Cifras del Sector Automotriz Clasificadas por Origen

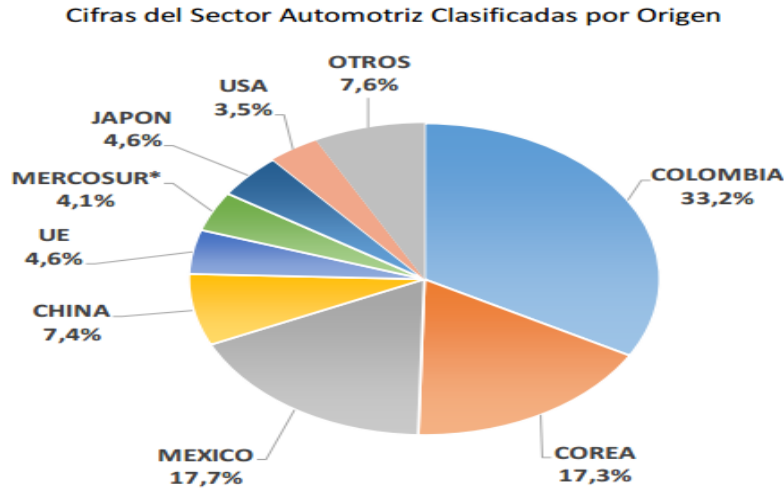


Figura 12. Cifras del Sector Automotriz Clasificadas por Origen 2013- [Cuadro 6]. Recuperado de ANDEMOS

2.2.1 Actualidad del Sector automotriz en Colombia

La industria automotriz viene presentando un decrecimiento desde hace dos años hasta la fecha, esta reducción se vio representada principalmente en los vehículos de carga con un -40.2% anual y para los vehículos en pick ups con -24.3% anual; obstante los vehículos utilitarios, los taxis y los vehículos automotor de dos ruedas en línea entregaron cifras de crecimiento; siendo así Bogotá, Antioquia y Valle los principales departamentos de movimiento de esta industria. (BBVA, 2013)

El principal movimiento que se da en este sector es debido a la venta de vehículos que en 2013 alcanzó una cifra de 293.846 mil unidades vendidas, inferior a la cifras de 2012 de 316 mil unidades y 2011 de 325 mil unidades; se estima que el crecimiento de la compra de vehículos utilitarios se debe a la reducción del precio de estos automotores por parte del Tratado de Libre Comercio Colombia – Estados Unidos que busca de reemplazar los grandes vehículos de trabajo unos más pequeños. (BBVA, 2013)

Comportamiento por Segmento – Tipo de vehículo 2013-2014

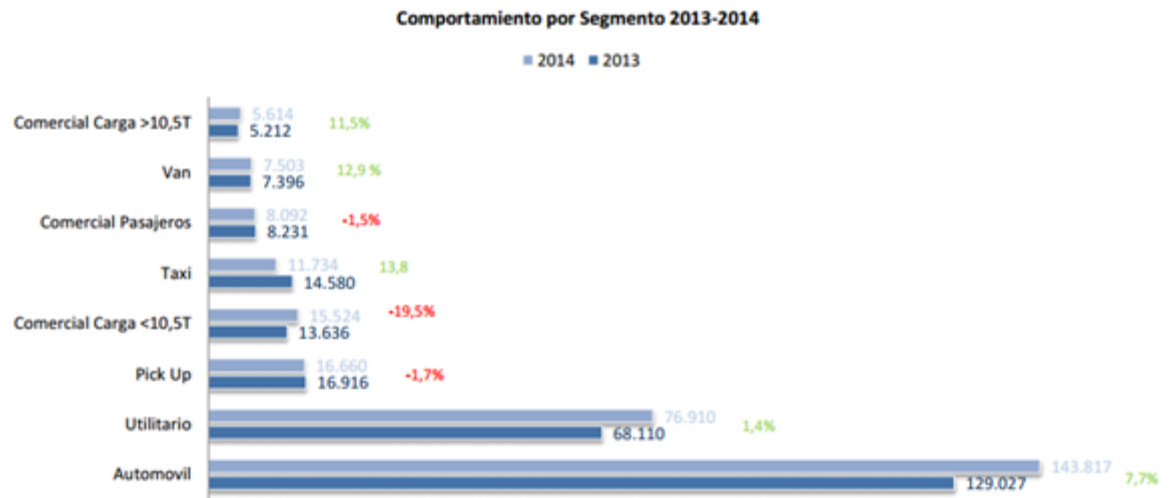


Figura 13. Comportamiento por Segmento 2013-2014- [Cuadro 2]. Recuperado de Andemos

La producción nacional de vehículos disminuyó en un 19.8% anual para el 2013 al igual que casi toda la fabricación de este sector, por consiguiente otros sub-sectores que se vieron afectados con el decrecimiento del sector fue el de las autopartes con una disminución del 22.8%; en relación con los vehículos fabricados en Colombia es necesario que se produzcan anualmente 7,7 millones de partes nacionales. (BBVA, 2013)

Las mayores ventas y producciones de partes del sector automotriz se concentra primordialmente en llantas que tiene una participación del 38% del mercado nacional, seguida por los sistemas de dirección y los sistemas de transmisión con un participación de 12% y 7% respectivamente; sin embargo pese a la gran producción nacional de partes, el 66% de la oferta del país es cubierta por importaciones

principalmente de China con un 16% y Estados Unidos de América con un 12%. (BBVA, 2013)

Ventas y matrículas de vehículos 2013

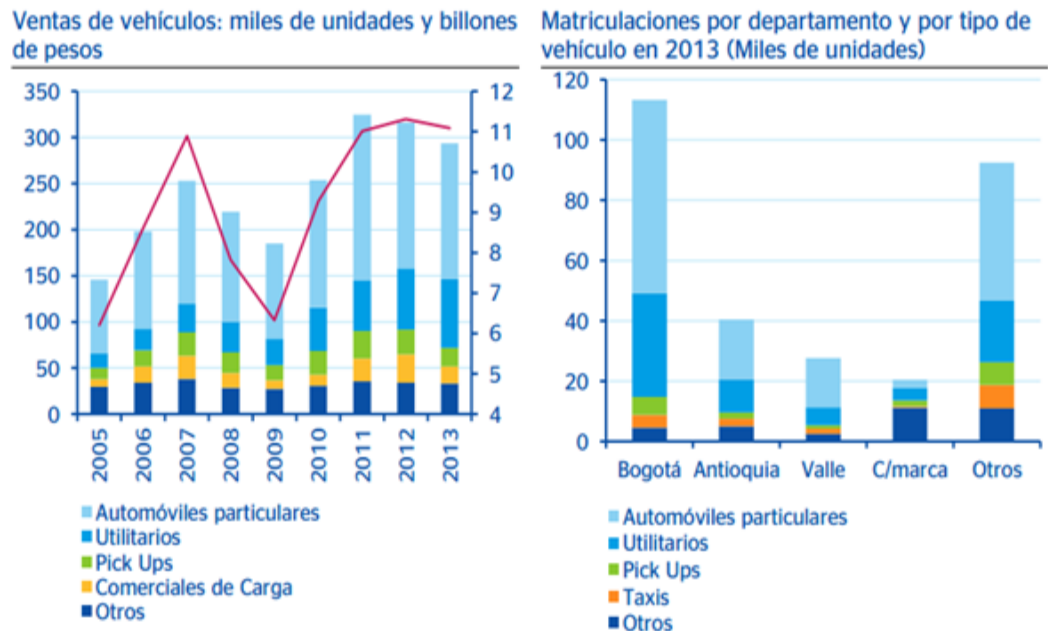


Figura 14. Ventas y matrículas de vehículos 2013 [Cuadro 3]. Recuperado de BBVA RESEARCH

La producción nacional de vehículos disminuyó en un 19.8% anual para el 2013 al igual que casi toda la fabricación de este sector, por consiguiente otros sub-sectores que se vieron afectados con el decrecimiento del sector fue el de las autopartes con una disminución del 22.8%; en relación con los vehículos fabricados en Colombia es necesario que se produzcan anualmente 7,7 millones de partes nacionales. (BBVA, 2013).

Las mayores ventas y producciones de partes del sector automotriz se concentran primordialmente en llantas que cuenta con una participación del 38% del

mercado nacional, seguida por los sistemas de dirección y los sistemas de transmisión con un participación de 12% y 7% respectivamente; sin embargo pese a la gran producción nacional de partes el 66% de la oferta del país es cubierta por importaciones principalmente de China con un 16% y Estados Unidos de América con un 12%. (BBVA, 2013)

Producción real: total industria, vehículos y autopartes 2013

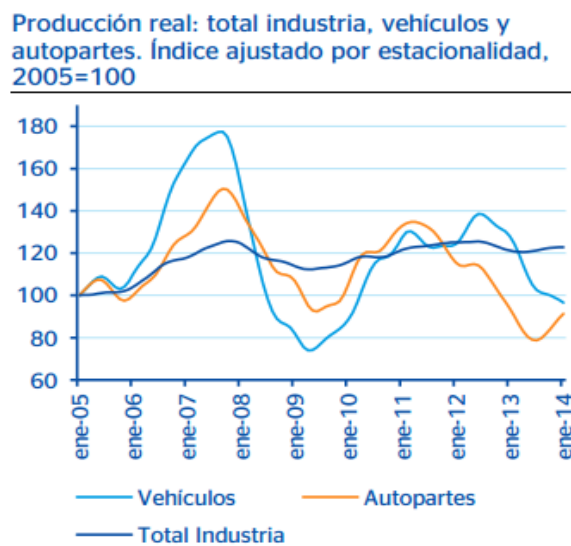


Figura 15. Producción real: total industria, vehículos y autopartes 2013 [Cuadro 3]. Recuperado de BBVA RESEARCH

2.2.2 Trayectoria del sector vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres en Colombia.

Desde que se firmó el acuerdo comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América se han presentado variaciones en cuanto al porcentaje de

ventas en Colombia, entre el total del año 2012 y el año 2013 se presentó un decrecimiento del -5,1% en el comportamiento de las ventas del sector automotriz.

Comportamiento ventas sector automotriz 2012 - 2013

Sector Automotriz.
Visión General del Sector



Figura 16. Sector automotriz, reporte automotriz (2013).Comportamiento ventas 2012 - 2013. Recuperado de Andemos

Como lo muestra la gráfica número (16) las ventas en el 2012 estuvieron en las 310,997 unidades, mientras que para el año 2013 se vendieron 294,928 unidades. La razón principal para este descenso, teniendo en cuenta que ya se había firmado el TLC de Colombia con los Estados Unidos de América, fue el bajón económico que sufrió Colombia y el mundo del coletazo ocasionado por la crisis económica de 2008, que ocasionó una decrecimiento en la venta de esta industria; por otra parte el gobierno impuso algunas restricciones para la entrada de camiones de más de 10,5 toneladas (Andemos, 2013).

Reporte automotriz - Porcentajes por tipos de vehículo (2013)

Sector Automotriz.

Visión General del Sector

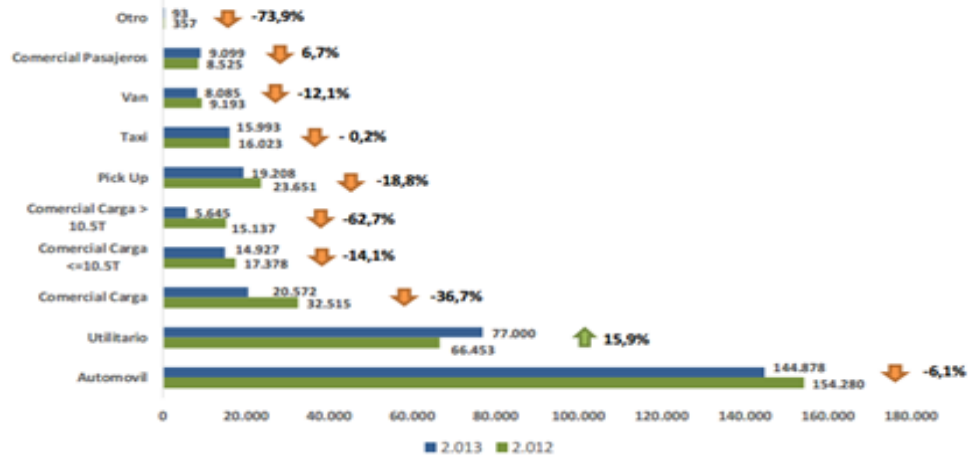


Figura 17. Sector automotriz, reporte automotriz (2013). Porcentajes por tipos de vehículo. Recuperado de Andemos

De acuerdo lo indicado por la gráfica (17), durante 2013 el único segmento que presento crecimiento fue el de los vehículos utilitarios, su incremento estuvo en los 15,9%. Mientras que por otro lado el más afectado fue el de los camiones de más de 10,5 toneladas, los cuales presentaron un decrecimiento del -62.7% teniendo en cuenta que el 90% de la oferta total era importado (Andemos, 2013).

Habiendo pasado un año desde la firma del tratado de libre comercio es impactante que la mayoría de los segmentos allí terminado a la baja, siendo estos sectores tan importantes como vehículos comerciales de pasajeros, automóviles, vehículos comerciales de carga, van, vehículos comerciales de carga mayores o menores a las 10,5 toneladas, taxis y algunas pick ups, ya que se esperaba que con la entrada en vigencia del tratado se aumentara las ventas principalmente en esta industria. La desinformación, y algunas restricciones injustificadas impuestas por las autoridades competentes han causado este descenso en las ventas, contrario a lo que se especulaba al momento del tratado de libre comercio entre Colombia y los Estados Unidos. (Andemos, 2013).

2.2.3 Normatividad sector vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres.

2.2.3.1 Normatividad Arancelaria, TLC Republica de Colombia – Estados Unidos de América:

Algunos sectores tratados durante la negociación del acuerdo comercial, quedaron con una normatividad arancelaria (Desgravación a 10 años, Decreto N° 0730 de 2012), la cual permitirá la extinción total de los aranceles, esto por medio de un periodo de desgravación. Para el sector vehículos, automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres los aranceles son aproximadamente del 35%, para llegar a 0 se

plantearon tres canastas, las cuales incluyen las categorías de desgravación, según su descripción (Fenalco, 2012).

La primer canasta independiente del arancel base que tenga entrarán con arancel 0 (Cero) desde el 15 de mayo de 2012. Dentro de esta categoría entran algunos vehículos como los buses de más de 16 pasajeros eléctricos, 4x4 que no sean camperos, camiones para perforación y sondeo, tractores de carretera de semirremolque y algunos coches multiusos. La segunda canasta comprende la desgravación a 5 años, en esta existen rebajas del 1%, 2%, 3% y 4% anuales de acuerdo al arancel base. Dentro de este rango se incluyen algunos automóviles menos los que estén clasificados como camperos 4x4. (Fenalco, 2012).

La tercera y última canasta es la que más productos contempla dentro de su rango, está planteada la desgravación a diez años con rebajas del 1%, 1,5%, 2% y 3,5% hasta llegar a 0 (Cero). Todos los buses excepto los trolebuses, los vehículos de turismo a gasolina, todos los camperos sin excepciones, los camiones bombero, los camiones hormiguera y los chasis para vehículos están regidos en esta tercera canasta (Fenalco 2012).

Lista de desgravación Colombia - EEUU

Plazo	Posición	Descripción
Inmediata	8701	Tractocamiones de >= 48T de PBV
	8701	Orugas
	8702	Trolebuses
	8703	Vehiculos de Turismo de Gasolina 4WD de > 3000 cc excepto Camperos
	8704	Volquetas OTR
	8705	Vehículos de Sondeo o Perforaciones
	8705	Coches Radiológicos
	8706	Coches Barrerera
	8711	Motos de > 800 cc
5 años	8703	Vehiculos de Turismo de Gasolina de > 3000 cc excepto Camperos
	8707	Carrocerías para todo Vehículo
	8711	Motos de > 500 a 800 cc
10 años	8702	Todos los Buses excepto Trolebuses
	8703	Todos los Vehiculos de Turismo de Gasolina excepto los > 3000 cc arriba señalados
	8703	Todos los Camperos sin excepciones
	8703	Todos los vehiculos de Turismo con motor diesel sin excepciones
	8704	Todos los Camiones excepto los Tracto de > 48T de PBV
	8705	Camiones Bombero
	8705	Camiones Hormigonera
	8706	Chasis para Vehículos
	8711	Motos <= 500 cc

Fuente: Lista de Desgravación con EE UU - paginas 366 a 379

Figura 18. Boletín de prensa Fenalco Atlántico (2014).Lista de desgravación con EEUU. Recuperado de Fenalco

Las motocicletas son un caso aparte ya que estos vehículos de dos ruedas están dentro del acuerdo comercial entre Colombia y Estados Unidos en las tres canastas de desgravación. Las motocicletas mayores a 800 cc las cuales presentan como características ser las de más alto cilindraje y de más alto valor, se encuentran dentro del rango inmediato, presentan 0 arancel para su importación.(Fenalco, 2014).

Por otra parte las motocicletas mayores a 500 y hasta 800 cc, usualmente deportivas presentan una desgravación a 5 años. Y por último las motocicletas menores o iguales a 500 cc, siendo las más vendidas y más populares, su desgravación se dará a 10 años con rebajas dependiendo de su arancel base (Fenalco, 2012).

2.2.3.2 Normatividad, tránsito vehicular

En Colombia todos los vehículos que circulen por el territorio nacional deben someterse a las normas de tránsito que presenta el organismo encargado, especificado en el código de tránsito de la república de Colombia. Los vehículos deben cumplir con los requisitos generales, así como con las condiciones técnicas y mecánicas para el buen funcionamiento y la libre circulación.

Para que un vehículo pueda transitar por el territorio nacional colombiano, se debe tener un excelente funcionamiento de frenos, un buen sistema de suspensión, los sistemas de señales visibles y auditivas en perfecto estado, el sistema de dirección perfectamente alineado, contar con llantas en muy buen estado y por último cumplir con la normatividad en cuanto a lo que se refiere a la emisión responsable de gases.

La licencia de tránsito es requisito para que una persona pueda transportarse en cualquier tipo de vehículo terrestre. Los colombianos deben expedirla por medio de cualquier organismo de tránsito, entregando algunos documentos como son algunas facturas y algunos certificados, los cuales sirven como medida regulatoria en Colombia, para que únicamente salgan al ruedo con un vehículo personas autónomamente capacitadas y así mismo generar un ambiente de seguridad dentro de la sociedad (Código de tránsito)

Capítulo 2. Motocicletas incluidas los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sidecar o sin él: Proceso evolutivo de lujos y accesorios a partir del Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.

3.1 Motocicletas incluidas los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sidecar o sin él.

Una motocicleta es un vehículo que funciona sobre ruedas median el impulso de un motor, para facilitar el transporte de personas, animales o cosas de un punto a otro, todo por vía terrestre y este puede ser de forma abierto al público o privado; no obstante a este medio de transporte se le puede nombra como vehículo automotor de dos ruedas en línea con capacidad para un conductor y su acompañante. (Movilidad Bogotá)

Este vehículo automotor ha tenido una gran evolución desde su creación en 1868 y en lo que va corrido de la historia desde aparición de los medios de transporte de dos ruedas; todos estos cambios se van presentando según la demanda de la sociedad,

generando así un gran proceso evolutivo para estos vehículos acoplándose a las necesidades de sus usuarios.

El mundo del motociclismo es la unión y la velocidad debido a la gran acogida y avances que han venido presentado estos vehículos automotores y el aumento mundial de sus aficionados y profesionales, debido al desarrollo e innovación constate de este medio de transporte es con lleva a un incremento igual se sus sector y subsector incluyendo el aspecto técnico. (Arias, 2008, p17)

Los medios de comunicación son un factor indispensable para la promoción y divulgación de las nuevas tendencias del mercado del motociclismo, generando así novedosas percepciones sobre estos vehículos en la comunidad; por consiguiente ocasionando un afinidad entre los apasionados por estos vehículos hacia unas referencias o modelos específicos.

En muchas ocasiones para las personas que deciden adquirir un vehículo automotor de dos ruedas en línea con capacidad para un conductor y su acompañante, tienen cierta preferencias más por el aspecto estético de estos vehículos que por las utilidades y servicios o por su funcionamiento dinámico; así que para la evolución de estos vehículos es primordial la satisfacción de las necesidades de sus consumidores finales o el uso que esto le vallan a dar.

Además de ser un medio de transporte estos vehículos automotores de dos ruedas en línea se ha convertido en un deporte o forma de esparcimiento en momento de ocio,

para lo cual influye determinantemente los gustos y necesidades de los futuros propietarios, por lo que se han generado diversos estilos que reúnen diferentes alternativas en el mercado en cuanto a movilidad en cualquier terreno. (Arias, 2008, p18)

Existen en el mercado una gran variedad de estos vehículos con diferentes características y funcionalidades que se ajustan a cada segmento del mercado para el cual con requeridas, a continuación se realizara un breve resumen de cada tipo:

- Deportivas: cuentan con un aspecto parecido al de las motocicletas de competencia de velocidad, este diseño facilita la aerodinámica y agilidad debido a la potencia que tienen esta categoría.

- Gran turismo: son vehículos con suficiente espacio para la protección y comodidad de sus ocupantes, contiene cierto sistema de cúpula manejable en varias formas manejable directamente en el asiento del conductor, como en espacios de maletas y un gran baúl ubicado en la parte trasera

- Turismo: se puede subir en esta categoría a las motos de cualquier cilindrada sin muchas dimensiones deportivas como podemos ver las motos Naked, o motos sin protección para sus tripulantes como también pueden tener un semicarenado.

- Custom: Hace bastante tiempo eran conocidas como chopper, tomaron su modelo de su moto al estilo norteamericano, según las restricciones de velocidad, aquellas motos no se prestaban para un diseño de comportamiento dinámico, su imagen era una de las formas de atracción y estética, por lo general son motos incómodas.

- Naked: proveniente de la palabra en ingles de desnuda, y hace referencia que la moto no cuentan con un tipo de carenaje visible, no obstante se estima que este es el diseño original o normal de una motocicleta.
- Scooter: es un vehículo bastante practico debido a que generalmente su manejo es de cambio automático esta categoría se encuentra dividida en dos y esto depende de la cilindrada de la motocicleta, por consiguiente un cilindrada superior a 250cc en esta categoría se le denomina como megascooter.
- Motos de campo: esta categoría hace referencia a varias clases de estos vehículos en las que se encuentran los tipos Cross, enduro y trial; sus prestaciones son para utilizar en todo tipo de terreno preferencialmente en terreno boscoso y poco manejable, así como cuenta con la capacidad de maniobrar en los terrenos más toscos, se usan en el ámbito de competencia generalmente.

Motos de Catalogo especial: esta clase de vehículos tienen gran diferenciación con respecto al resto de motocicletas ya que a diferencia de las demás no son vehículos de dos ruedas en línea pero se encuentra en la categoría de motocicletas, la primera de ella es denominada Quads y es una motocicleta de 4 ruedas conocidas comúnmente como cuatrimotos.

Sin embargo existen los vehículos más incorporados a esta categoría de uso nulo o poco uso en territorio Colombiano debido a las condiciones climáticas o para su uso

recreativo; la primera de ellas es la moto de nieve la cual no se mueve sobre dos ruedas, son apoyadas sobre varillas y patines para su buen funcionamiento.

Por último se encuentra la moto de agua que cuenta con una estructura similar a la anteriormente mencionada y su propulsión es generada por turbinas sobre el agua, lo cual indica que esta tampoco cuenta con ruedas convencionales. (Arias, 2008, p30)

Informe de ventas de motocicletas primer semestre 2012

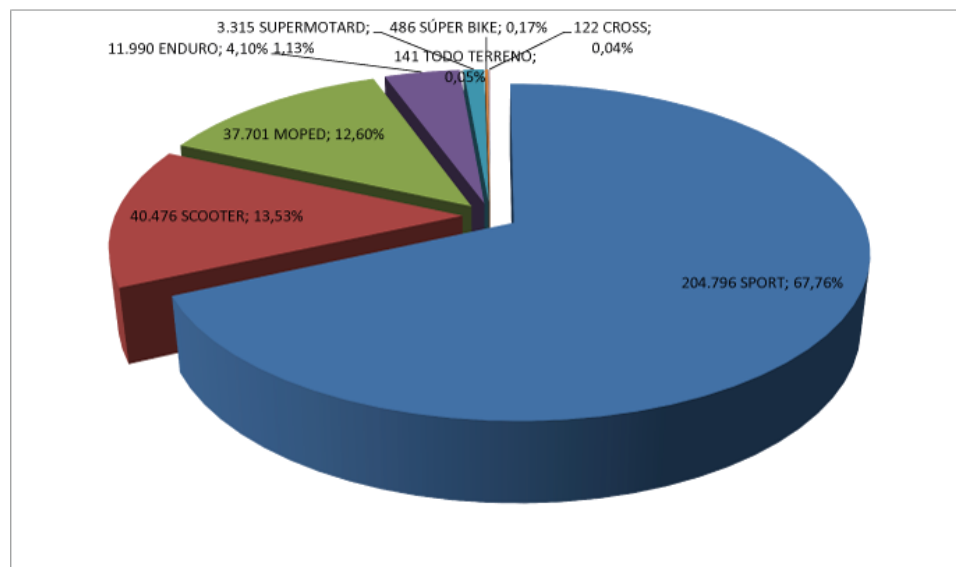


Figura 19. Ventas por segmentos (2013). Informe de ventas de motocicletas primer semestre 2012. Recuperado de Publimotos

La industria Motocicletas incluidos los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sidecar o sin él, tuvo un crecimiento con respecto al resto de las

demás industrias del sector automotriz, esto se vio reflejado en la venta y producción del 2013; se estima que el 21% de los hogares Colombianos tiene uno de estos vehículos.

Colombia ocupa el tercer puesto de producción de motos en América Latina después de Brasil y Argentina; para el año 2012 se presentó una producción de 62 mil motocicletas y tan solo 4% de las ventas efectuadas en Colombia fueron de producción extranjera; las principales marcas con mayor acogida en territorio colombiano en primer lugar se encuentra la marca Auteco seguida de Yamaha y el tercer puesto la ensambladora Fanalca bajo la reconocida marca Honda. (BBVA, 2013)

Venta por motocicleta en Colombia por marca fabricada en Colombia e importaciones

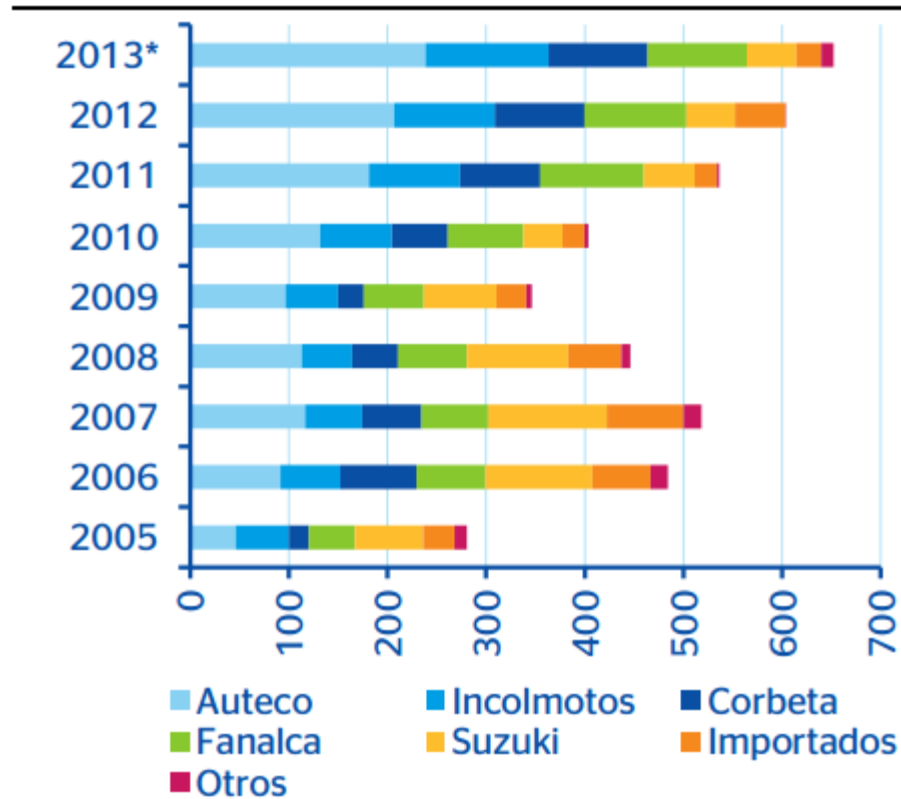


Figura 20. Venta por motocicleta en Colombia por marca fabricada en Colombia e importaciones [cuadro 3.6] Recuperado de BBVA RESEARCH

El principal segmento de este mercado son personas con ingresos inferiores a dos salarios mínimos que dan adquirir vehículos con cilindraje a 180 cc; un gran porcentaje de venta de estos vehículos continua siendo realizadas en pequeños municipios y zonas rurales; no obstante Colombia efectúa exportaciones de esta industria a Ecuador, México, Panamá, Guatemala, Chile y Costa Rica .

Los países de principales importaciones de la industria de vehículos automotores de dos ruedas en línea con capacidad para un pasajero y su acompañante según los

infirmes del gremio automotriz China que abarca un 43% del total de las importaciones realizadas en 2013 segundo de indonesia con una participación de un 21% seguido de India y Tailandia con un 15% y 12% respectivamente. (BBVA, 2013)

3.2 Lujos y accesorios: proceso evolutivo de a partir del Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.

Se entiende como lujos y o accesorios para motocicleta a los elementos que permiten a las personas que cuenten con un tipo de vehículo como este de dos o tres ruedas personalizarlas y de esta manera acomodarla a su estilo y gustos. Bien es sabido que nos encontramos en una época donde las personas prefieren tener sus objetos como les gusta, las épocas de las estandarizaciones han quedado atrás.

Desde que se presentó el gran auge de las motocicletas, las ventas de estas mismas se dispararon, situación por la cual este tipo de vehículo se convirtió en el tipo de vehículo número uno en Colombia. Al expandirse el mercado, la variedad de productos que llegaron permitieron que las personas se acomodaran a la que más se acentuaba a sus preferencias y recursos económicos.

Las grandes compañías internacionales productoras de motocicletas, intentan tener dentro de sus líneas una gran variedad de productos para poder satisfacer a la mayor cantidad de personas amantes de las motocicletas. Los colores, las diferentes funcionalidades y tonalidades que presentan estas grandes compañías, permiten que

cuando una persona llegue a un concesionario pueda elegir la que más le guste, pero no termina ahí.

La personalización de motocicletas ha permitido que muchas compañías colombianas traigan productos importados de otros países y los distribuyan de las diferentes maneras, tales como son algunas distribuidoras las cuales se ubican en lugares populares de cada una de las ciudades colombianas. La venta por catálogo es otra de las metodologías que se usan para la comercialización de los lujos y accesorios, como algunos son productos muy exclusivos, cuando alguna persona lo desea se traen desde otro país.

En el mercado encontramos tableros digitales, relojes, porta placas, soportes o parrillas traseras, protector de babero, exosto de lujo y muchos más accesorios para la personalización de las motocicletas, dependiendo el modelo y las características de la máquina se pueden acomodar estos accesorios los cuales se adaptan con gran facilidad a la gran mayoría de motocicletas que encontramos y que llegan cada año a la República de Colombia.

Hace dos años la República de Colombia firmó un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América, dentro de este salieron muy favorecidas las importaciones de lujos y accesorios para todo tipo de vehículos. En el momento todavía se presenta cierta desinformación entre los importadores y los distribuidores, ya que algunos precios siguen elevados para el consumidor final, pero es de gran vitalidad

informar al gremio las garantías que ofrece el tratado al pasar de cada año, ya que cada año la tasa de desgravación es menor y llegará a 0 (Cero) en algunos años.

3.2 Lujos y accesorios: proceso evolutivo de a partir del Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América.

Se entiende como lujos y o accesorios para motocicleta a los elementos que permiten a las personas que cuenten con un tipo de vehículo como este de dos o tres ruedas personalizarlas y de esta manera acomodarla a su estilo y gustos. Bien es sabido que nos encontramos en una época donde las personas prefieren tener sus objetos como les gusta, las épocas de las estandarizaciones han quedado atrás.

Desde que se presentó el gran auge de las motocicletas, las ventas de estas mismas se dispararon, situación por la cual este tipo de vehículo se convirtió en el tipo de vehículo número uno en Colombia. Al expandirse el mercado, la variedad de productos que llegaron permitieron que las personas se acomodaran a la que más se acentuaba a sus preferencias y recursos económicos.

Las grandes compañías internacionales productoras de motocicletas, intentan tener dentro de sus líneas una gran variedad de productos para poder satisfacer a la mayor cantidad de personas amantes de las motocicletas. Los colores, las diferentes funcionalidades y tonalidades que presentan estas grandes compañías, permiten que

cuando una persona llegue a un concesionario pueda elegir la que más le guste, pero no termina ahí.

La personalización de motocicletas ha permitido que muchas compañías colombianas traigan productos importados de otros países y los distribuyan de las diferentes maneras, tales como son algunas distribuidoras las cuales se ubican en lugares populares de cada una de las ciudades colombianas. La venta por catálogo es otra de las metodologías que se usan para la comercialización de los lujos y accesorios, como algunos son productos muy exclusivos, cuando alguna persona lo desea se traen desde otro país.

En el mercado encontramos tableros digitales, relojes, porta placas, soportes o parrillas traseras, protector de babero, exosto de lujo y muchos más accesorios para la personalización de las motocicletas, dependiendo el modelo y las características de la máquina se pueden acomodar estos accesorios los cuales se adaptan con gran facilidad a la gran mayoría de motocicletas que encontramos y que llegan cada año a la República de Colombia.

Hace dos años la República de Colombia firmó un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América, dentro de este salieron muy favorecidas las importaciones de lujos y accesorios para todo tipo de vehículos. En el momento todavía se presenta cierta desinformación entre los importadores y los distribuidores, ya que algunos precios siguen elevados para el consumidor final, pero es de gran vitalidad

informar al gremio las garantías que ofrece el tratado al pasar de cada año, ya que cada año la tasa de desgravación es menor y llegará a 0 (Cero) en algunos años.

2.3 Normatividad arancelaria, lujos y accesorios

Los lujos y accesorios para motocicletas se encuentran en la partida arancelaria número 87.14.11.00.00, ubicándose en el directorio arancelario en el capítulo 87, el cual contiene a los vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios. Específicamente el subcapítulo 87.14 el incluye específicamente lo que se refiere a partes para toda clase de vehículos terrestres.

La partida arancelaria que abarca a los lujos y accesorios presenta dentro de las normas establecidas en el tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos, una desgravación comprendida en el documento del acuerdo como la categoría C, la cual se caracteriza por comprender las importaciones de mercancías no agrícolas originarias de Estados Unidos de América. La categoría C, se desgrava a 10 años, partiendo desde la firma del acuerdo, llegando a su fin después del recorrido de una década con un arancel 0.

Tasa de desgravación – 10 años

Tasa Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
10%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%	0,0%
15%	13,5%	12,0%	10,5%	9,0%	7,5%	6,0%	4,5%	3,0%	1,5%	0,0%
20%	18,0%	16,0%	14,0%	12,0%	10,0%	8,0%	6,0%	4,0%	2,0%	0,0%
35%	31,5%	28,0%	24,5%	21,0%	17,5%	14,0%	10,5%	7,0%	3,5%	0,0%

Figura 21. Decreto 0730 de 13 Abril (2012). Artículo 9°. Recuperado de TLC

Teniendo en cuenta los tiempos, en el momento nos encontramos en el segundo año desde que entró en vigencia el acuerdo comercial, por lo que se tiene actualmente un arancel del 12% para importar al país lujos o accesorios para motocicletas. Si bien la desgravación se emplea a 10 años, nos damos cuenta de que esta baja anualmente un 1,5% lo cual es favorable y que generara que cada vez entren más de estas mercancías estadounidenses al país.

Capítulo 3. Actualidad y proceso evolutivo de la compañía Tapimotos Special: crecimiento de la industria, Sección lujos y accesorios con la firma del acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América.

4.1 Tapimotos Special

Compañía fundada en 1994 en Espinal Tolima, en busca de nuevos y mejores mercados se traslada a Girardot Cundinamarca; esta compañía tiene una trayectoria de 20 años dedicada a la comercialización de repuestos y partes para motocicletas como a la fabricación de forros para las mismas; poco a poco esta empresa ha incrementado su reconocimiento en el sector de alto del magdalena realizando constantes innovaciones en el mercado.

4.1.2 Misión consiste en servir con entusiasmo, excelencia y dinamismo, las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Mejorando continuamente la calidad de nuestro servicio, en cuanto a nuestra atención de manera que corresponda a la máxima satisfacción de requerimientos y demás actividades en las cuales se diversifique lo anterior mediante la participación decidida y comprometida en la aventura empresarial y en el desarrollo del mercado nacional por parte de nuestros trabajadores, y proveedores con productos y servicios de alta calidad, competitivos y rentables. Todo ello dentro de una cultura profundamente humana, con valores, principios, actitudes y prácticas que

satisfagan las necesidades de nuestros clientes y de nuestra gente y que permitan a esta su realización integral y sus dimensiones emocionales y materiales, buscando contribuir al progreso económico y social y al mejoramiento de la calidad de la comunidad.

4.1.2 Visión: hacer de tapimotos special una organización líder que, al satisfacer las necesidades de sus clientes, y en especial la de comercializar sus moto partes y dotar de un mejor servicio individual a nuestros clientes motociclistas colombianos. Realicen su misión y trascienda está a través de su participación en el mejoramiento social del país.

4.1.3 Valores: poseemos valores tales como el respeto, la honestidad, la calidad, la responsabilidad y el cumplimiento.

4.1.4 Objetivos: mantenernos como el N° 1 en la comercialización de repuestos y accesorios para motocicleta a nivel local.

4.1.5 Metas: para el año 2010 hemos alcanzado la meta de comercializar repuestos para las 5 marcas importantes del mercado.

La gran meta es sostener un inventario con casi el 100% de la necesidad de los clientes con producto genuino u original de Japón, Taiwán, chino y nacional, adquirir los productos con el importador directo, a gran escala y cancelarlos de contado para así obtener un menor costo y mayor rentabilidad y de esta forma rendimiento al bolsillo del consumidor.

Tapimotos Special



Imagen 7. Empresa Tapimotos Special Girardot Recuperado. Autoría Propia

Establecimientos Tapimotos Special

ESTABLECIMIENTOS TAPIMOTOS ESPECIAL				
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CORREO ELECTRONICO
Cundinamarca	Girardot	Tapimotos Special	Carrera 7 No. 21 A-67	Tapimotos@yahoo.es
Cundinamarca	Ubaté	Tapimotos Ubate	Calle 13 No. 5 - 35	tapimotosubate@hotmail.com
Cundinamarca	La Mesa	Honda Tapimotos Special	Calle 4 A No. 22 - 23	hondatapimotospecial@yahoo.es
Cundinamarca	Girardot	Tapilujos Special Girardot	Carrera 7 No. 21 A-59	tapilujosgirardot@yahoo.es
Tolima	Melgar	Tapimotos Melgar	Carrera 21 No. 8-08	tapimotosmelgar@gmail.com
Tolima	Espinal	Tapi Repuestos	Carrera 4 No. 11-26	N/A

Imagen 8. Establecimientos Tapimotos Special Recuperado. Autoría Propia

4.2 Actualidad y proceso evolutivo de la compañía Tapimotos Special de la mano del crecimiento de la industria.

Para el año 2010 esta empresa es la principal comercializadora de repuestos para de las cinco (5) marcas importantes del mercado, en la actualidad esta empresa de han encargado de sostener un inventario con del 65% para la satisfacción de la necesidad de los clientes con producto genuino u original proveniente especialmente de Japón, Taiwán, chino y nacional.

Desde el año 2012 la empresa Tapimotos Special empezó a incursionar en el mercado de la venta de motocicletas con alianza de la ensambladora Fanalca (Fábrica Nacional de Carrocerías) bajo la representación de la marca multinacional Honda; el incremento sustancia que ha tenido esta compañía todos los años y con un crecimiento anual del 2.5% anual a partir de nuevo milenio.

Debido al incremento sustancial de la venta de motocicletas en Girardot y sus alrededores en los últimos 14 años ha permitido la apertura de filiales de la compañía en municipios como Ubaté, Melgar, Espinal y La Mesa; por consiguiente y el incremento

anteriormente mencionado han logrado la apertura de dos sucursales de la misma empresa en Girardot.

Para el año 2010 esta empresa recibió reconocimiento de la ensambladora Auteco por ser la segunda empresa con mayor venta autorizada de sus repuestos en el sector de Cundinamarca y Tolima; finalizando el 2014 la compañía logro unas ventas aproximadas de 200 millones de pesos durante todo el año, con un movimiento de un 65% de su inventario bimensualmente.

Tapimotos Special Melgar



Imagen 9. Empresa Tapimotos Special Melgar Recuperado.

<https://www.google.com.co/search?q=tapirepuestos+espinal>

4.3 Sección lujos y accesorios con la firma del acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América.

Para realizar el análisis del crecimiento de la sección de lujos y accesorios, se tuvo en cuenta una filial de la compañía Tapimotos Special, la filial es conocida en el territorio Girardoteño y es la tercera empresa en este municipio dedica a la comercialización de lujos y accesorios para vehículos automotores de dos ruedas en línea con capacidad para un conductor y su acompañante.

Esta empresa se inició a mediados del 2012 con un aporte de capital de 20 millones de pesos para adquirir mercancía; la mercancía comercializada por esta filial es adquirida mediante empresas importadoras de China, Japón, India, Taiwán como también producción nacional; seis meses después de abrir las puertas al público se obtenían ventas de aproximadamente 60 millones de pesos recuperando así el capital invertido desde sus inicios.

Tapilujos Special Girardot



Imagen 10. Empresa Tapilujos Special Girardot Recuperado. Autoría Propia

Tapilujos Special Girardot 2



Imagen 11. Empresa Tapilujos Special 2 Girardot Recuperado. Autoría Propia

En la actualidad Tapilujos realiza un aproximado de 12 millones mensuales con un inventario de 200 millones anuales con una rotación del 100% de su mercancía cada dos meses y medio; no obstante es necesario facilitar el ingreso de productos provenientes de estados unidos debido a la demanda que existe hacia estos productos en el mercado en especial hacia los manubrios.

Exportaciones colombianas, Estadísticas de Partes y accesorios de motocicletas, incluidos los ciclomotores

Exportaciones colombianas

Exportaciones colombianas al mundo de este producto y top 10 de principales destino de exportación, durante el último año.

País	2011	2012	2013
Guatemala	0,00	770,93	1.374,57
Ecuador	0,00	874,33	828,93
Costa Rica	0,00	721,86	530,53
México	0,00	266,09	381,07
República Dominicana	0,00	284,20	280,87
Honduras	0,00	185,62	181,98
El Salvador	0,00	144,75	152,34
Perú	0,00	181,34	150,03
Chile	0,00	55,60	80,84
Venezuela	0,00	538,32	79,50
Otros	0,00	263,57	127,19
TOTAL	0,00	4.286,63	4.167,86

[Ver más](#)

Figura 22. Exportaciones Colombianas, Estadísticas de Partes y accesorios de motocicletas, incluidos los ciclomotores [cuadro 1] Recuperado de ProColombia

De acuerdo a la figura 22 se puede indicar que Colombia realiza exportaciones de partes y accesorios de vehículos automotores de dos ruedas en línea con capacidad para un conductor y su acompañante, no obstante en las estadísticas de ProColombia no se encontraron resultados de importaciones de estos productos para este tipo de vehículos automotores. (ProColombia, 2014)

Capítulo 4. Modelo de Negocios.

5.1 ¿Qué es un Modelo de Negocios?

Un modelo de negocios es un proceso mediante el cual se realiza la planificación o diseño de una nueva idea o innovación de negocio o producto, mediante esta modelo se programan las pautas y recursos necesarios para la ejecución del nuevo negocio; en este proceso se puede realizar el análisis de segmento de mercado, posibles competidores, productos sustitutos e incluso la busca de nuevos proveedores de insumos como de distribución de su producto entre otros. (Mba **Americaeconomia, 2014**)

5.2 Metodología CANVAS.

La herramienta CANVAS, puede ser utilizada dentro de nuestro proyecto ya que esta nos permite planificar las diferentes actividades y facetas del negocio de una manera rápida, clara y eficaz.

La metodología CANVAS se utiliza en su gran mayoría para ejecutar los modelos de negocio, ya que por medio de esta se puede ejecutar un mapeo de los componentes de un negocio.

El modelo CANVAS se compone:

- Socios claves: Partners que pueden servir de compañeros en el proceso de implementación de un negocio.
- Actividades clave: Acciones necesarias para sacar a flote el proyecto.
- Recursos Claves: Lo que se necesita para poder poner en marcha el negocio. (Infraestructura, activos)
- Propuesta de Valor: Proposición para el mercado y clientes.
- Relaciones con clientes: Forma de interacción con los clientes.
- Canales: Como se ejecutara la distribución de productos y logística.
- Segmento de clientes: Selección de posibles compradores.
- Estructura de costos: Que costos se deben tener para la realización del proyecto.
- Fuente de ingresos: Como y cuanto se obtiene del negocio.

5.3 Propuesta de valor.

Ya que no todas las distribuidoras de lujos y accesorios para automotores de dos ruedas en línea de Colombia pueden importar directamente sus productos, porque es un proceso costoso y de mucha tramitología. Se propone la creación o implementación de una empresa importadora de lujos y accesorios, partiendo como base del negocio la venta a distribuidoras y montando una pequeña línea distribuidora propia.

Por medio de esto se buscara generar un incremento en la popularidad en el país de estos accesorios, así como financiación y buenas líneas de ventas para que los productos salgan al mercado.

5.4 Segmento de clientes.

El segmento de clientes al cual van dirigidos estos productos, va enfocado hacia las distribuidoras, ya que ellas son las que están ubicadas en los sitios claves de las ciudades y departamentos de Colombia, lugares donde por lo general solo se efectúa comercio de accesorios.

Ya que en los lugares donde se comercializan los lujos, por lo general hay más de 10 locales comerciales, contactando uno de ellos se puede ampliar el segmento de mercado clave de clientes. Por otra parte y teniendo claro que también se ofrecerá una pequeña línea de venta directa para clientes en los almacenes de la compañía, ya que algunas personas prefieren comprarle los accesorios directamente a los importadores, buscando disminuir un poco los costos que se presentan si hay más intermediaciones.

5.5 Relaciones con los clientes y Canales de Distribución

5.5.1 Relaciones con clientes

Según la metodología del Canvas existen dos clases de relaciones que se deben tener con los clientes, la primera de ellas hace referencia a la relación de la empresa con el segmento del mercado mencionado anteriormente, por otro lado la necesidad que tienen los consumidores del de mantener buenas relaciones con la compañía.

La empresa tiene que efectuar primeramente una capacitación al segmento de clientes sobre el valor agregado tanto de los productos como de la empresa con referencia

a competencia del mercado, seguido a la capacitación se procede a realizar la fidelización de los clientes esto se realiza mediante la interacción que tenga el asesor comercial directamente con el consumidor final o distribuidor; no obstante se debe establecer estrategias además de la fidelización se debe hacer constantes innovaciones y estimulaciones de venta para mantener y atraer clientes potenciales. (Creascion, 2014)

Para que la empresa Tapimotos Special se sugiere una capacitación constante a sus asesores comerciales y colaboradores para facilitar y mejorar el contacto con las empresas comercializados como con los clientes directos, para que se encuentren al tanto de todos los productos nuevos que ingresen al país y a la compañía y así poder ofrecerlos de manera eficaz a nuestros clientes; para la atención de las empresas distribuidoras se debe tener un asistencia personalizada y dedica que cumplas con los requerimientos de cada compañía, de igual forma para las empresas que adquieran los productos de Tapimotos se llevara a cabo una línea de crédito para el pago de grandes compras.

5.5.2 Canales de Distribución

En los canales de distribución se caracterizan varias fases en las cuales se encuentran divididos los canales de distribución; para que todo el producto llegue al consumidor final, primero deben darse a conocer el servicio o producto ya sea mediante redes sociales, medios o comunicación o voz a voz para así otorgar la debida información de la mercancía, a su vez tiene que existir una retroalimentación entre las empresas

comercializadoras y la compañía, por consiguiente se deben generar canales de venta y posventa de cada uno de los productos. (Creascion, 2014)

Los canales de Distribución que llevara a cabo la compañía para la venta y retroalimentación con los clientes, ya sea mediante comunicación de asistencia personal o por la plataforma web implementada especialmente para la empresas comercializadoras de los lujos y accesorios; por último y no menos importante será el envío de la mercancía y la atención pos venta en caso de garantías, en la llegada de los productos a su destino en Colombia será realizara vía terrestre por la compañía en territorios cercanos.

No obstante para los clientes con ubicación en otras regiones este envío se dará mediante la contratación de terceros; en caso de devolución de productos para empresas de regiones lejanas las garantías se harán efectivas con la plataforma web y también con el envío de una compañía de transporte.

5.6 Socios Clave

En todos los negocios o tipos de comercio es indispensable tener una alianza o asociación para que la empresa salga con mayor facilidad a flote, todo esto con el fin de brindarse protección, ayuda entre las mismas sociedades; entre los posibles aliados clave de una compañía se encuentran los clientes, proveedores; donde se puedan generar buenas relaciones para así obtener beneficios mutuos. (Creascion, 2014)

Los primordiales socios clave de la compañía son indiscutiblemente los proveedores de lujos y accesorios ubicados en Estados Unidos, los cuales algunos cuentan con soporte en América Latina, los siguientes socios clave son las empresas de logística que se encargaran de que la mercancía proveniente de Estados Unidos llegue sin contratiempos a la bodega y la empresa de transporte nacional que permitirá que los productos lleguen a los clientes en territorio Colombiano.

5.7 Actividades claves y Recursos claves

Contaremos con una bodega para el almacenamiento de los lujos y accesorios, la cual nos permita tener desde ahí la base para distribuir. Así como también equipos de computación, y muebles adecuados con toda la tecnología y herramientas necesarias, tales como camionetas para distribución.

Nuestra primera actividad debe ser la conformación integral de la compañía, así como también la selección de las personas que se encargaran de las diferentes funciones. Ya que gran parte de nuestra labor se limita a importar y distribuir, se debe conformar un grupo de comercio exterior el cual ejecute los trámites de manera directa o por medio de intermediario dependiendo del caso; para la distribución es de gran importancia incorporar la planta de vehículos.

5.8 Estructura de Costes y Fuente de ingresos

Para el buen funcionamiento de una empresa y que esta tenga éxito es necesario tener en cuenta tres variables los ingresos que va a obtener los productos y los gastos directos como indirectos que sean necesarios para la producción de este, dando como resultado las ganancias que se obtendrá para la empresa o por el producto que se va a implementar.

Los costos que se tendrán en cuenta en la metodología canvas son los necesarios para llevar a cabo la propuesta de valor establecida mediante los recursos clave anteriormente mencionando para así realizar las alianzas y actividades claves ya establecidas con anterioridad en este modelo (Creacion, 2014)

5.8.1 Estructura de Costes

Para estructurar los costos del modelo canvas de la propuesta de valor de importación de lujos y accesorios para vehículos automotores de dos ruedas en línea, se debe tener en cuenta los costos variables, fijos, economías de campo y economías de escala como el estudio de segmento; se realizará un coste de aspectos indispensable para la comercialización y distribución de los productos.

El alquiler de bodega e infraestructura de transporte y de almacenamiento de los productos como el debido funcionamiento de la empresa son costos a valorar en este modelo; por consiguiente también es indispensable los costes de ingreso y adquisición de

las mercancías como el pago de gastos de personal y de servicios públicos indirectos o directo del producto.

5.8.2 Fuente de Ingresos

La distribución de los accesorios y lujos se efectuara mediante 3 tipos la primera de ellas es por venta directa en la compañía con un pequeña línea que maneje la compañía en sus instalaciones para lo cual es estimado que el 30% de los ingresos recibidos será por este medio, el siguiente tipo de venta será la distribución de empresas comercializadores de este sector que deseen adquirir estos productos según la estimación para esta área es muy probable que los ingresos por este sector sean del 50%.

Por consiguiente el último canal de distribución de este modelo es una plataforma web por la cual se espera unos ingresos aproximados para la compañía de un 20%.

Capítulo 5. Plan de Negocios

6.1 Resumen Ejecutivo

El proyecto busca fortalecer el proceso importador de lujos y accesorios para vehículos automotores de dos ruedas en la compañía Tapimotos Special, donde se tendrá como línea base, la función de comercialización a distribuidoras, así como también la implementación de una pequeña línea de venta directa.

Teniendo en cuenta el crecimiento de ventas que presentan los automotores de dos ruedas se ha estudiado el progreso que ha habido en cuanto a la comercialización y familiarización de las personas con los diferentes lujos y accesorios que llegan al mercado, dependiendo los gustos y preferencias de cada persona.

El objetivo principal que busca el proyecto es entrar en el mercado de los lujos y accesorios, convertirse en más que un proveedor, sino un socio estratégico, entendiendo las necesidades, tendencias y preferencias del mercado.

Nuestra estrategia de comercialización se basará en la venta directa de los accesorios para automotores de dos ruedas hacia las distribuidoras, que se encuentran ubicados en los puntos clave de las principales ciudades. Se utilizará la metodología de venta por catálogo, así como también se presenta un muestreo en los principales eventos especiales del sector.

Se cuenta con un capital, el cual reforzado con el que presentara la compañía Tapimotos especial nos permitirá, emprender el proyecto y buscarle réditos en el menor tiempo posible, teniendo en cuenta que es un mercado de precios un poco elevados.

6.2 Descripción del negocio

En este país se ha presentado un incremento de la venta de vehículos automotores de dos ruedas en línea con capacidad para su conductor y un acompañante, por consiguiente todo el sector relacionado con este vehículo automotor continua manteniendo un crecimiento sustancial, existen ciertas partes para motocicletas cuyo objetivo o fin de estas es mejorar la estética de estos vehículos.

Los lujos y accesorios de provenientes de Estados Unidos son de excelente calidad pero poco asequibles debido a su costo, debido al acuerdo de promoción comercial establecido entre Colombia y Estados Unidos, se busca implementar y demostrar la apertura de nuevos mercados que se encuentran en este momento en auge; la idea principal es ser distribuidor de las principales marcas de lujos y accesorios de marcas Estadounidense en Colombia y así facilitar el proceso a empresas que no cuentan con la infraestructura para realizar este proceso.

6.2.1 Historia del negocio.

Los lujos y accesorios para vehículos automotores de dos ruedas en línea con capacidad para el conductor y un acompañante, presentan gran demanda dentro del

mercado colombiano. La fabricación de estos productos en Colombia es mínima, motivo por el cual la importación de los mismos se presenta en gran cantidad, pero a muy elevados costos.

El tratado de libre comercio firmado entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América permite que desde la firma del mismo, la importación de estos productos en mención se realice a menor costo con el pasar de los años desde la celebración del acuerdo.

Actualmente dentro del gremio importador y distribuidor de lujos y accesorios para automotores de dos ruedas se presenta una cierta desinformación o falta de adecuación a las nuevas garantías que se están presentando desde el 2012.

6.2.1.1 Objetivo general y formas de alcanzarlo.

- Presentar a la comunidad importadora de accesorios para automotores de dos ruedas los nuevos parámetros de comercio exterior, desde el tratado de libre comercio Colombia – Estados Unidos.
- Incrementar el nivel de exportaciones de lujos y accesorios desde los Estados Unidos de América.
- Presentar un plan de negocios, incorporando las nuevas reglamentaciones arancelarias de manera ilustrativa.

6.2.1.2 Objetivos.

- Presentar simulación de importación de lujos y accesorios para automotores de dos ruedas, adoptándose a la nueva regulación aduanera.
- Caracterizar de qué manera el comercio exterior de estos productos podría incrementarse y agilizarse.
- Estructurar el plan de negocios, ubicando detalladamente cada pasó. (Logística, Mercadeo, comercialización, finanzas, entre otros).

6.2.1.3 Localización y recursos.

Ya que nos referimos a una importadora, se necesita un lugar amplio donde poder guardar la mercancía importada, para estos casos, una bodega de 50 de ancho por 60 de profundidad como mínimo, nos permitiría almacenar los productos y desde ahí mismo distribuirlos a los diferentes puestos de venta.

Para un correcto almacenaje se debe contar con armarios metálicos y o de madera, para poder ubicar la mercancía mientras esta es distribuida por medio de camiones o camionetas. La localización de la bodega tendría que ser para abaratar costos, cercana a un aeropuerto internacional que maneje vuelos de carga, o en su defecto cerca de un puerto.

6.3 Producto.

Como lujos y accesorios para automotores de dos ruedas, encontramos una amplia gama de productos

6.3.1 Descripción de producto.

Como lujos y accesorios para automotores de dos ruedas, encontramos una amplia gama de productos en los cuales se encuentra:

- Bombillos
- Amortiguadores
- Soportes de Amortiguadores
- Filtros de aceite y de alto flujo
- Velocímetros Digitales
- Maniguetas
- Levas de Freno
- Manubrios

6.3.2 Características de los productos.

Estos productos son diseñados para mejorar el rendimiento de estética los vehículos automotores más versátiles existentes en el mercado automotriz, muchos de

estos vehículos cuentan con una gran potencia y resistencia en diferentes condiciones y climas; estos productos se encuentran realizados con la más alta calidad y tecnología.

6.3.3 Producción.

Los lujos y accesorios no cuentan con una producción elevada en Colombia, lo que se produce es de manera artesanal y no cuenta con las certificaciones internacionales, por lo tanto es vendido en el mercado negro.

Países como los Estados Unidos de América, China e India manejan gran producción de accesorios para automotores de dos ruedas, situación por la cual la importación de estos mismos es la manera de poder comercializarlos en el país. La cantidad y numerosidad de productos importados dependerá de la demanda existente de cada producto, manejando los más comerciables como base.

6.3.4 Futuros productos.

Como el mercado de los lujos y accesorios para automotores de dos ruedas es de índole innovador, cada año se están presentando nuevas colecciones de accesorios, lo cual obliga a estar al tanto de la tendencia que se está manejando, situación por la cual, se necesita importar lo que pide la demanda.

Se está totalmente abierto a comercializar los nuevos productos que salgan al mercado en los países productores de accesorios del mundo.

6.3.5 Ventajas competitivas.

Contando con una bodega de un tamaño adecuado (50 de ancho por 60 de profundidad como mínimo) es más factible poder importar más accesorios para automotores de dos ruedas y así poder distribuir no solo a la ciudad donde se encuentra ubicada la bodega, si no a pueblos y ciudades aledañas, ya sea con distribución propia o tercer izada.

6.4 Descripción del sector.

6.4.1 Estudio de Mercado.

Si bien el mercado de los lujos y accesorios para automotores de dos ruedas es relativamente nuevo en Colombia, las empresas que ya ejercen esta labor, dan crédito de la buena aceptación que presentan estos productos dentro de las personas que cuentan con una moto.

En el siguiente reporte de la compañía Tapimotos especial nos indica cómo se mueve el mercado en cuando a los accesorios:

6.4.2 Tamaño del sector.

El sector que compone a las motocicletas y sus partes es uno de los sectores con mayor participación dentro del mercado colombiano, como lo muestra la gráfica sus participación es del 17,4% siendo únicamente superada por los automóviles con un porcentaje alrededor del 30%.

Motocicletas y sus partes – Participación, sistemas de transporte



Figura 23. Aprovechamiento del TLC con Estados Unidos (2012). Principales productos del sector automotor y vocación exportadora [Grafico 2]. Recuperado de DANE.

6.4.3 Principales segmentos del mercado.

Segmentación Del Mercado

Variable	Especificación
Ubicación geográfica	Ciudades o municipios
Sexo	Masculino y Femenino
Edad	18 – 35
Estrato	3 – 4 – 5
Salario	\$ 1'000.000 en adelante
Estado civil	Soltero o casado
Tipo de vehículo	Motocicleta.

Figura 24. Segmentación Del Mercado. Autoría Propia

Como lo indica la gráfica el perfil de comprador de lujos y accesorios debe ser una persona que en primera medida tenga motocicleta, pero no solo basta esto, ya que los accesorios para automotores de dos ruedas son lujos, por lo cual presentan elevados precios.

Segmentando el mercado, las personas entre los 18 y 35 años están más abiertas hacia el cambio, situación por la cual, estarían más de acuerdo en modificar su medio de transporte. Por otra parte tanto las personas solteras, como casadas podrían embellecer su motocicleta, solo que en el caso de las personas casadas, su presupuesto se reduce, debido a los gastos del hogar.

6.4.4 Proceso y criterio de compra de los clientes.

Los clientes cuando buscan un lujo o accesorio para su automotor de dos ruedas, buscan calidad, buscan la personalización q ellos siempre han soñado, dependiendo los gustos y características que se acomodan a su personalidad. Algunos pueden considerarse como amantes de los detalles, tales como podrían ser los mangos de las motocicletas, otros más arriesgados quisieran modificar algunas funciones esenciales como un exosto.

El criterio de compra se basa en la calidad y precio que se maneje de los accesorios en las distribuidoras finales. Estas distribuidoras adquieren los lujos que

indiquen las tendencias mundiales, o dependiendo de algún suceso internacional que esté ocurriendo. La clave está en adquirir variedad.

6.4.5 Descripción de los participantes del sector.

Los importadores y las comercializadoras de accesorios para automotores de dos ruedas, son los principales tipos de empresas participantes en el sector. Las importadoras ubicadas en algunas zonas francas y cercanías a aeropuertos de carga o puertos, por su parte las empresas que se dedican solo a distribuirlos se ubican en los sectores de tradición de cada ciudad, donde se asienta la gran mayoría de estos tipos de negocios.

6.4.6 Tendencias claves del sector.

El sector presenta las tendencias del momento del año. Si bien es sabido que dentro de la variedad está el éxito, ya que no todas las personas cuentan con los mismos gustos, cada temporada del año trae nuevos modelos y colores, nuevos estilos, los cuales son especiales para esa época del año.

En cuanto a lo visual las personas personalizan en mayor nivel las partes más visibles de su automotor de dos ruedas, para generar una diferencia frente a los modelos estándar que presentan las productoras de motocicletas.

6.4.7 Visión del sector.

En Colombia actualmente los automotores de dos ruedas, son los vehículos que más recorren las calles del país, desde que la moto se volvió el principal medio de transporte para las personas sus incrementos en ventas han sido elevadísimos.

Mientras sigan creciendo las ventas, más y más personas querrán personalizar sus vehículos, situación que avizora un incremento en las ventas.

6.5 Estrategia de comercialización.

6.5.1 Mercado Objetivo.

Se les debe apuntar como importadora de lujos y accesorios para automotores de dos ruedas a las empresas distribuidoras, ya que ellas son las que directamente venden el producto a los consumidores.

Teniendo como segunda línea de base, puede montarse alguna tienda pequeña de comercialización la cual impulse y genere un ingreso doble y a la vez se publiciten las funciones importadoras y comercializadora de la compañía.

6.5.2 Producto.

Lujos y accesorios para automotores de dos ruedas en línea.

6.5.3 Estrategia de precios.

Dependiendo de la tasa representativa del mercado, en cuanto a cuánto debe pagar una compañía colombiana por un dólar, se establecerán precios medianamente elevados frente al valor de compra del 15%. Debido a que se manejan las tendencias por temporadas del año los precios pueden ir creciendo o bajando dependiendo de la novedad del producto.

6.5.4 Estrategia de distribución.

En los canales de distribución se caracterizan varias fases en las cuales se encuentran divididos los canales de distribución; para que todo el producto llegue al consumidor final, primero deben darse a conocer el servicio o producto ya sea mediante redes sociales, medios o comunicación o voz a voz para así otorgar la debida información de la mercancía, a su vez tiene que existir una retroalimentación entre las empresas comercializadoras y la compañía, por consiguiente se deben generar canales de venta y posventa de cada uno de los productos. (Creascion, 2014)

Los canales de Distribución que llevara a cabo la compañía para la venta y retroalimentación con los clientes, ya sea mediante comunicación de asistencia personal o por la plataforma web implementada especialmente para la empresas comercializadoras de los lujos y accesorios; por último y no menos importante será el envío de la mercancía y la atención pos venta en caso de garantías, en la llegada de los productos a su destino en Colombia será realizara vía terrestre por la compañía en territorios cercanos.

No obstante para los clientes con ubicación en otras regiones este envío se dará mediante la contratación de terceros; en caso de devolución de productos para empresas de regiones lejanas las garantías se harán efectivas con la plataforma web y también con el envío de una compañía de transporte.

6.5.5 Estrategia de promoción.

Las redes sociales, los eventos donde tengan participación los vehículos automotores de dos ruedas, tales como carreras o eventos de exhibición pueden servir de promoción, ya que tanto en las páginas de las redes sociales como en los eventos que se realizan las personas involucradas son las que les gusta todo lo que tiene que ver con este tipo de vehículos.

5.6. Sistema de negocios y organización.

5.6.1 Modelo CANVAS.

Modelo CANVAS

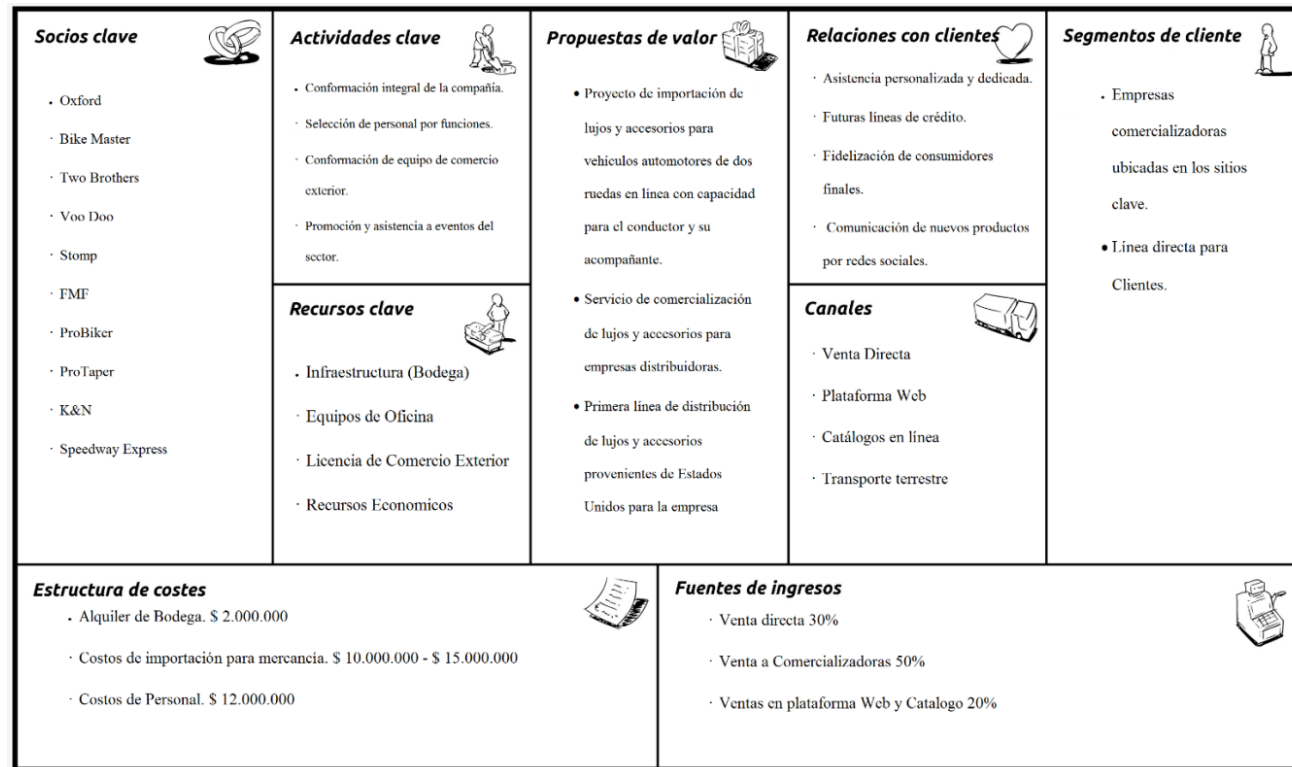


Figura 25. Modelo de Negocios Canvas Formato recuperado de Creacion, autoría Propia

6.6.2 Cadena de valor.

Cadena de Valor

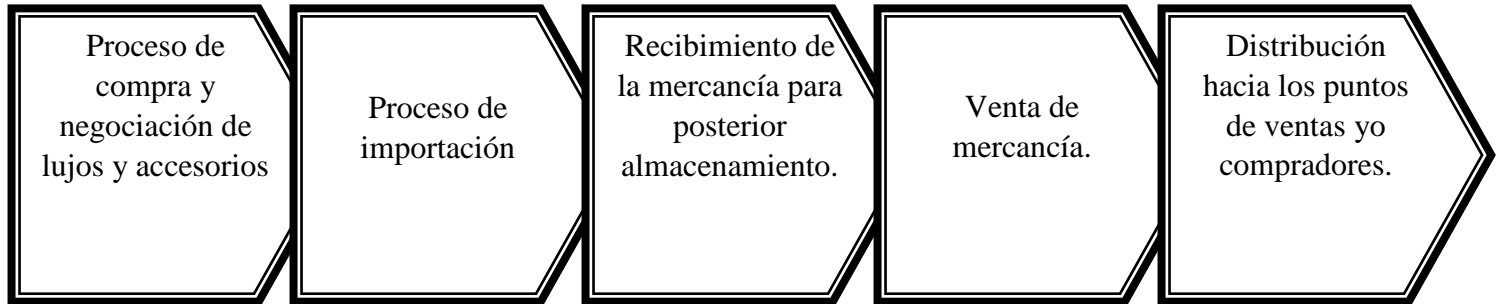
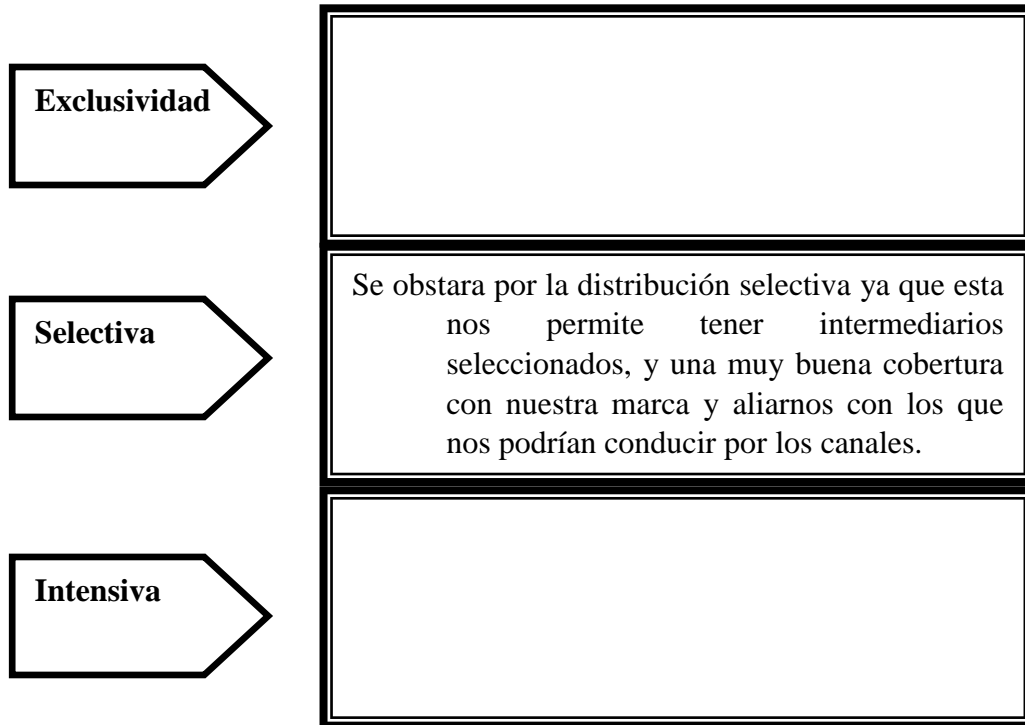


Figura 26. Cadena de Valor, autoría Propia

Como observamos, nuestra cadena de valor parte su proceso desde un país extranjero, en este caso es los Estados Unidos de América, por lo que somos importadores pero como es un producto que se necesita pero mantiene una demanda moderada, podemos establecer la cadena de este modo y así llegar de una manera muy clara a nuestros clientes.



6.6.2.1 Sistema de negocios.

El enfoque del negocio se basa en importar los lujos y accesorios para automotores de dos ruedas en línea para su posterior venta y comercialización en Colombia. Para esto se utilizaran las garantías que ofrece el tratado de libre comercio firmado en 2012, entre los Estados Unidos de América y la Republica de Colombia.

6.6.2.2 Actividades.

A cuenta de la empresa, se manejarán las ventas ya que se tendrá una gran sección de la empresa dedicada a esta parte. Además la distribución en Colombia será de nuestra parte utilizando los canales de distribución y bases de datos.

Los procesos de importación de los tanques desde Estados Unidos se harán directamente y en algunas ocasiones utilizando intermediarios que ejecuten los trámites, esto dependiendo la época del año y la cantidad que se vaya importar.

6.2.2.3 Enfoque de las actividades.

El enfoque va dirigido hacia las compañías comercializadoras de lujos accesorios, si bien ellos son los que muchas veces tienen contacto final con el cliente, muchas veces no cuentan con el suficiente capital para ser importadores también a la vez.

6.6.2.4 Funciones de negocios.

- Gerencia: Persona que dirigirá los procesos en Colombia, pero de igual manera tendrá una gran comunicación con los procesos que se ejecuten con respecto al producto.
- Zona de ventas: Personal que estará encargado de todas las bases de datos de nuestros clientes, y por consiguiente cada día adquirir más compradores, para poco a poco poder ir estableciendo las marcas importadas en el mercado.

- Zona de distribución: Personal que ubicara nuestro producto donde el cliente lo necesite, será una red muy grande y con grandes materiales de distribución como los son camiones para su debida movilidad.
- Zona de capacitación: Sera ejecutada por otra empresa, pero de todas maneras se ejercerá la presencia de un personal para la vigilancia de estos.
- Relaciones Internacionales: Personal encargado de la labor internacional, por el momento con los Estados Unidos. Esta se ejecutara por medio de una agencia y directamente.

6.2.2.5 Valores y normas.

La compañía debe manejarse desde el valor del respeto hacia nuestros hermanos extranjeros, así como también a los colombianos. Seremos muy claro con lo que ofrecemos y siempre estaremos pendientes del transcurrir del cliente con el producto, porque no es solo vender, si no seguir su proceso completo.

6.6.2.6 Recursos.

- Cualitativos: Personas innovadoras, gran proyecto de importación con profesionales en comercio exterior y personas del sector de los automotores de dos ruedas en línea.

- Cuantitativos: Gran personal para la distribución, modalidad terrestre para la entrega de los productos siempre y cuando se encuentre considerablemente cerca, de no ser así se tercerizará.

6.2.2.7 Compras y actividades.

Se alquilará una bodega para almacenamiento de los accesorios y lujos cuando lleguen de los Estados Unidos de América.

Las actividades para el mejoramiento de los procesos se irán perfeccionando al momento de la idea ya esté ejecutada y tengamos que prever que modificaciones debemos hacer.

6.7 Equipo de trabajo.

6.7.1 Miembros del equipo de trabajo.

- Gabriel Muñoz – ingeniero mecánico, importador.
- Abelardo León Terán – Contador público – trabajo en el banco de la república.
- Luz Helena Rodríguez – Administradora de empresas.

- Arístides Martínez León – Profesional en Negocios internacionales – experiencia en materiales metalúrgicos.

- Nathalie Forero Álvarez – Profesional en Negocios Internacionales.

6.7.2 Experiencia.

Las personas elegidas para este proyecto, son claves dentro del proceso de importación de lujos y accesorios desde el exterior, ya que encontramos personas encargadas de la parte administrativa, otros vigilando los procesos técnicos, y otros relacionados con los procesos internacionales. Por supuesto que estas personas tendrán comités de trabajo, los cuales servirán de apoyo para cada uno de los sectores que abarca el proyecto.

- Carencias del equipo.

Encontramos carencias en el sistema de distribución, como por ejemplo personal que tenga experiencia en logística tanto nacional como internacional.

Esta brecha la cerraremos con la presentación de una convocatoria, la cual consistirá en ver qué tipo de experiencias tienen las personas que acudan a esta iniciativa y los que más se acomoden a nuestra idea de negocios serán elegidos.

- Objetivos.

1. Gabriel Muñoz – Ingeniero mecánico: Moldear todos los procesos mecánicos y tecnológicos para las respectivas indicaciones acá en nuestro país, además, contacto

directo con los ingenieros mexicanos para una utilización óptima de los tanques y por ultimo presentación del proyecto en cuanto a temas mecánicos se refiere.

2. Abelardo León Terán – Contador público: Ocupar todos los procesos contables que presente la empresa, mostrándonos ganancias o pérdidas en su debido caso.

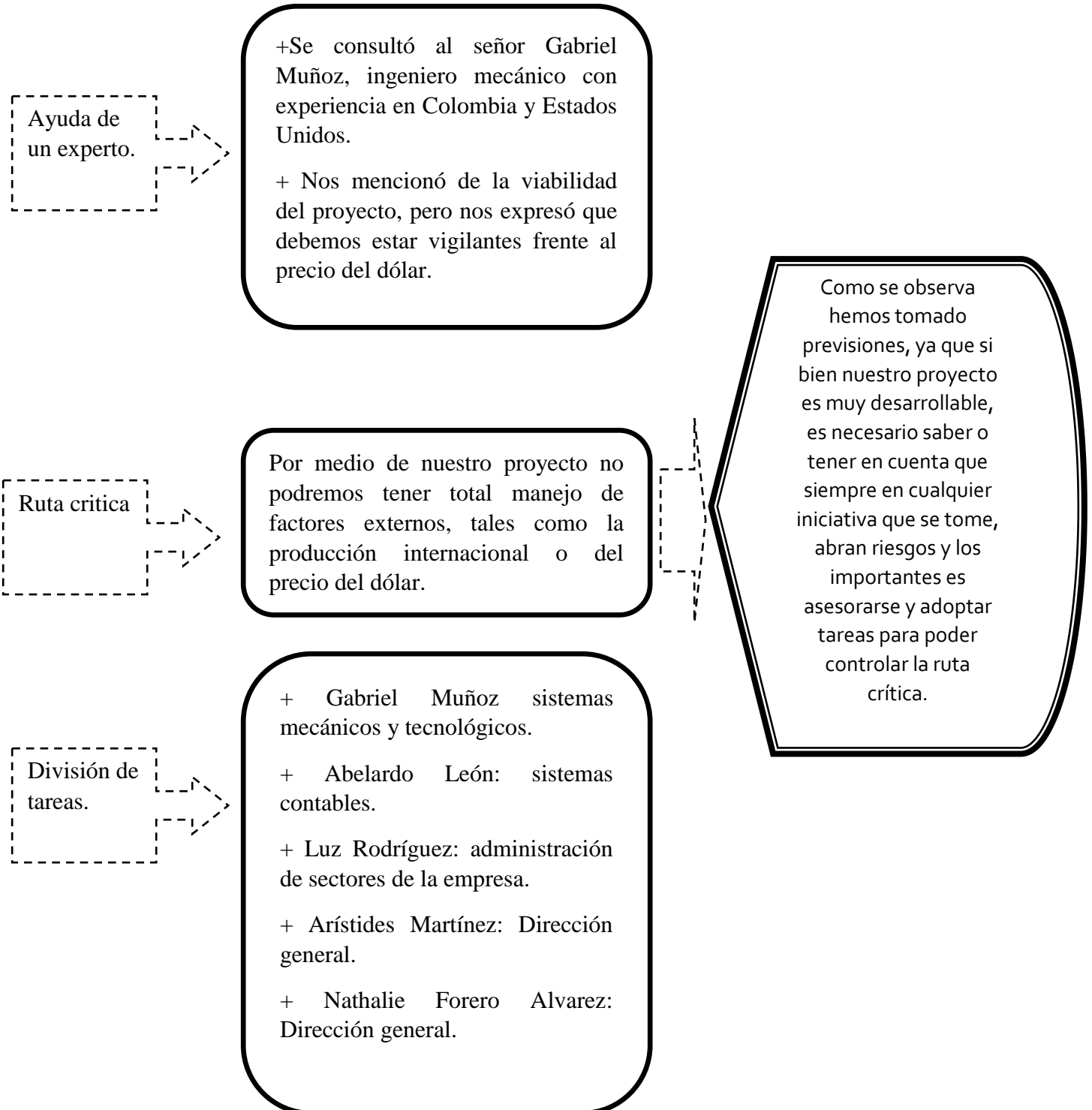
3. Luz Helena Rodríguez – Administradora de empresa: Mantener control sobre los diferentes sectores de la empresa, tal cuales como son producción interna, distribución, logística, ventas.

4. Arístides Martínez León – Profesional en Negocios Internacionales – Manejo General de la compañía con énfasis especial en la importación y relaciones internacionales.

5. Nathalie Forero - Profesional en Negocios Internacionales - Manejo General de la compañía con énfasis especial en la importación y relaciones internacionales.

6.7 Plan de Implementación.

6.7.1 Exigencias.



Nos muestra el anterior recuadro, que es claro que tendremos riesgos, ya que es un proceso de importación. Si bien este ha sido aprobado por expertos y demás personal involucrado en el tema, no podemos descartar que por alguna razón se puedan presentar inconvenientes y se tenga que modificar el producto final.

6.8.2 Plan de implantación.

Plan De Implantación

Actividades	2015												2016	Responsables			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
Desarrollo																	
Desarrollo del proyecto																	Totalidad del grupo
Primera importacion																	Gabriel Muñoz
Primer almacenamiento																	Luz Helena Rodriguez.
Mercadeo																	
Relaciones con el cliente																	Luz Helena Rodriguez.
Desarrollo campañas de mercadeo																	Abelardo Leon
Lanzamiento Campaña de mercadeo																	Luz Helena Rodriguez.
Manejo																	
Fundacion de la compañía																	Aristides Martinez - Nathalie Forero
Formacion del equipo																	Abelardo Leon
Establecimiento de las operaciones																	Aristides Martinez - Nathalie Forero
Alianzas con proveedores																	Gabriel Muñoz
Primera ronda de financiacion																	Aristides Martinez - Nathalie Forero
Segunda ronda de financiacion																	Aristides Martinez - Nathalie Forero
Tercera ronda de financiacion																	Aristides Martinez - Nathalie Forero

Figura 27. Plan De Implantación, autoría Propia

Importación

Declaración De Importación

Declaración de Importación

Privada

500

1. Año

4. Número de formulario

más Colombia
MENOS Contrabando

Lea cuidadosamente las instrucciones

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)	6. DV	11. Apellidos y nombres o razón social
13. Dirección		15. Teléfono
16. Cód. Dirección seccional		17. Cód. Ciudad/Municipio

24. Número de Identificación Tributaria (NIT)	25. DV	26. Razón social del declarante autorizado
29. Número documento de identificación		30. Apellidos y nombres
31. Clase importador		32. Tipo declaración
33. Cód.	34. No. Formulario anterior	35. Año
36. Cód. Dirección Seccional	37. Declaración de exportación	38. Año
39. Cód. Dirección seccional	40. Cód. Lugar ingreso de las mercancías	
41. Cód. Depósito	42. Manifesto de carga	43. Fecha de llegada
44. Documento de transporte	45. Año	46. Mes
47. Nombre exportador o proveedor en el exterior		48. Cód. País exportador
49. Dirección exportador o proveedor en el exterior		50. E-mail
51. No. de factura	52. Año	53. Cód. País procedencia
54. Cód. Mod. transporte	55. Código de bandera	56. Cód. país de origen
57. Empresa transportadora	58. Tasa de cambio \$ / cts.	

59. Subpartida arancelaria	60. Código complementario	61. Código suplementario	62. Cód. Modalidad	63. No. Cuotas 0/repasa	64. Valor cuota USD	65. Periodicidad del pago de la cuota	66. Cód. País origen	67. Cód. Acuerdo
68. Forma de pago de la importación	69. Tipo de importación	70. Cód. País compra	71. Peso bruto kgs. dom.	72. Peso neto kgs. dom.	73. Código aranceles	74. No. Bultos	75. Subpartida fiscal	76. Cód. Unidad
77. Cantidad	78. Valor FOB USD							
79. Valor fletes USD		80. Valor seguros USD		81. Valor otros gastos USD		82. Sumatoria de fletes, seguros y otros gastos USD		83. Ajuste valor USD
84. Valor aduana USD	85. Cód. Reg. o tienda	86. Número	87. Cód. Programa No.					
88. Año	89. Cód. Interno del producto	90. Descripción de las mercancías (MC) Inicie la descripción de las mercancías a importar con lo señalado en el arancel de aduanas en la subpartida arancelaria - Incluya marcas, señales y otros. Si el campo es insuficiente, continúe al reverso de este formulario.						

Concepto	%	Base	Total liquidado pesos (\$)	Total a pagar con esta declaración pesos (\$)	Total liquidado dólares (USD)
Arancel	92	92	94	95	96
I. V. A.	97	96	99	100	101
Subpartida	100	101	104	105	106
Derechos arancelarios	107	108	109	110	111
Derechos anti-dumping	112	113	114	115	116
Sanción	117	118	119	120	
Rescate	121	122	123	124	
Total			125	126	127

127. Valor pagos anteriores	128. Recibo oficial de pago anterior No.	129. Fecha
130. Espacio reservado DIAN - Aduana aduanera	131. Espacio reservado uso exclusivo Ministerio de Relaciones Exteriores	132. No. Aceptación declaración
133. Fecha	134. Levante No.	
135. Fecha	136. Nombre	137. C.C. No.
138. Firma funcionario responsable		139. Nombre

140. Firma declarante	141. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora (Fecha efectiva de la transacción)	142. Pago total \$
143. Espacio para el aduano de la entidad recaudadora (Número del aduano)		144. Espacio para el aduano de la entidad recaudadora (Número del aduano)

2012409

Imagen 12. Declaración De Importación Recuperado. DIAN



Bogotá D.C

15 de mayo de 2013

Señores Two Brothers Racing

Me dirijo ante ustedes para solicitar un pedido de 200 tuberías Powertip (accesorio para exosto)

Se envía las referencias de pedido:

- 50 M2/M5/M7/S1R P1 Race Pipe PowerTip (-3 to 4 dB)
- 50 M2/M5/M7/S1R P1 Race Pipe PowerTip (-3 to 4 dB)
- 50 M6 P2 MX Mini Race Pipe Power Tip (-5 to 7 dB)
- 50 M7 P4 MX/ATV Race Pipe PowerTip (-5 to 6 dB)

Adjunto:

Copia de la declaración de importación

Copia de la factura comercial

Atentamente:

Nathalie Forero

C.C:

Representante de la empresa Tapimotos Special

Two Brothers Racing, Inc
TEL: (800) 211-2767 - (714) 550-6070

COMERCIAL INVOICE	DATE: 10/05/2015	NO: 2013784
--------------------------	-------------------------	--------------------

SOLD TO	Tapimotos Special CARRERA 7 N° 21A-67 Teléfono: 321 4680905 Girardot -Colombia Nathalie Forero Correo: nathalie@tapimotos.com
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

From: Santa Ana, CA 92705	Airport to:	Bogota
----------------------------------	--------------------	--------

Payment: Pagado por el valor de la mercancía debido al acuerdo adjuntado en los demás documentos, el embarque de la misma se realizara en 15 días.

DESCRIPCION	SET	U PRICE	PRICE
Tuberías Powertip (accesorio para exosto)	200	29,00	5.800,00
TOTAL:	500	FOB	5.800,00

Firma:	Sello:
---------------	---------------

Identificación del Transportista: SPEED WAY EXPRESS		Cód. 2	Manifiesto de Carga N.	2005478992	
Dirección:			Factura N.	2013784	
Datos de Transporte	País de embarque	Cód.	embarque:	Cód.	
Marítimo	ESTADOS UNIDOS	169	California	53201	
			almacenamiento:	Cód.	
			Regional Bogotá	53201	
Carta de Porte		Marcas	Cantidad de cajas	Descripción de mcias.	Peso bruto (kgs)
Garantía Anexa	Two Brothers Racing, Inc	Two Brothers	10	tuberías Powertip	6,6
		Total Bultos	10	Total peso bruto	345
Control aduanero			Terminal almacenamiento:		
Autorización traslado almacén:	Fecha de salida:	Agosto/20/2015		Fecha de recepción:	Agosto/30/2015
	Hora de salida:	18:00	ADD 8th Floor Tong Fu Xiang, Guandongcg-China	Hora de recepción:	16:00
Firma/sello:			Firma/sello:	TRANS	
Transportista:					
	Fecha elaboración:	X			
	Fecha termino descarga	X			
Firma/sello:	ALLA				

PACKING LIST

Remitente:		Receptor:	
Two Brothers Racing, Inc 401 S. Grand Ave. Santa Ana, CA 92705		Tapimotos Special CARRERA 7 N° 21A-67 Girardot, Colombia.	
Persona de contacto: KATY LONGORIA Tel: (800) 211-2767		Persona de contacto: Nathalie Forero Tel: 321 4680905 email: Nathalie@tapimotos.com	
# de cajas	Unidades por caja	Contenido	Peso en Bruto (kgs)
10	20	tuberías Powertip	6,6
Firma y Fecha		Total peso neto	3300
		Total peso bruto	3450
		Total Bultos	10



Santa Ana, CA 92705, 25 de Mayo de 2015

CERTIFICACIÓN FLETES

Estimados Señores

Certificamos fletes: 34492HUT

Consignatario: Two Brothers Racing, Inc

FLETE AEREO	USB 200,00
SEGURO	USB 80.00
COURIER Y MANEJO ORIGEN	USB 85.00
TOTAL	USB 365,00

Cualquier inquietud no dude en contactarnos

Atentamente

KATY LONGORIA

Two

Brothers

Racing,

Inc

6.8.3 Tareas interdependientes.

- Contextualización con personal extranjero.
- Relaciones internacionales.
- Proyecto de investigación para nuevas ideas.
- Supervisión de productos finales.
- Contacto entre empresas.

6.9 Normatividad Arancelaria.

Dentro de Tratado de libre comercio se planteó un sistema de desgravación para las mercancías no agrícolas importadas al país desde los Estados Unidos.

El programa de desgravación del tratado (Decreto 0730 del 13 de Abril de 2012) se compone de varias modalidades o categorías dependiendo el tipo de mercancía. Para nuestro caso, los lujos y accesorios para motocicletas, se ubican en la categoría C, la cual indica que los aranceles se eliminarán en 10 etapas anuales iguales, teniendo vigencia esto desde el momento en que se firma el tratado, así como también presentando libertad de aranceles, a partir del 1 de enero del año 10, así como lo indica la tabla.

Tasa desgravación – 10 años.

Tasa base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
10%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%	0,0%
15%	13,5%	12,0%	10,5%	9,0%	7,5%	6,0%	4,5%	3,0%	1,5%	0,0%
20%	18,0%	16,0%	14,0%	12,0%	10,0%	8,0%	6,0%	4,0%	2,0%	0,0%
35%	31,5%	28,0%	24,5%	21,0%	17,5%	14,0%	10,5%	7,0%	3,5%	0,0%

Figura 28. Artículo 9° Decreto 0730 del 13 de Abril de 2012. Recuperado de TLC.

Teniendo en cuenta los tiempos, en el momento nos encontramos en el segundo año desde que entró en vigencia el acuerdo comercial, por lo que se tiene actualmente un arancel del 12% para importar al país lujos o accesorios para motocicletas.

Si bien la desgravación se emplea a 10 años, nos damos cuenta de que esta baja anualmente un 1,5% lo cual es favorable y que generara que cada vez entren más de estas mercancías estadounidenses al país.

6.10 Riesgo

Riesgos en actividades claves.

Riesgos

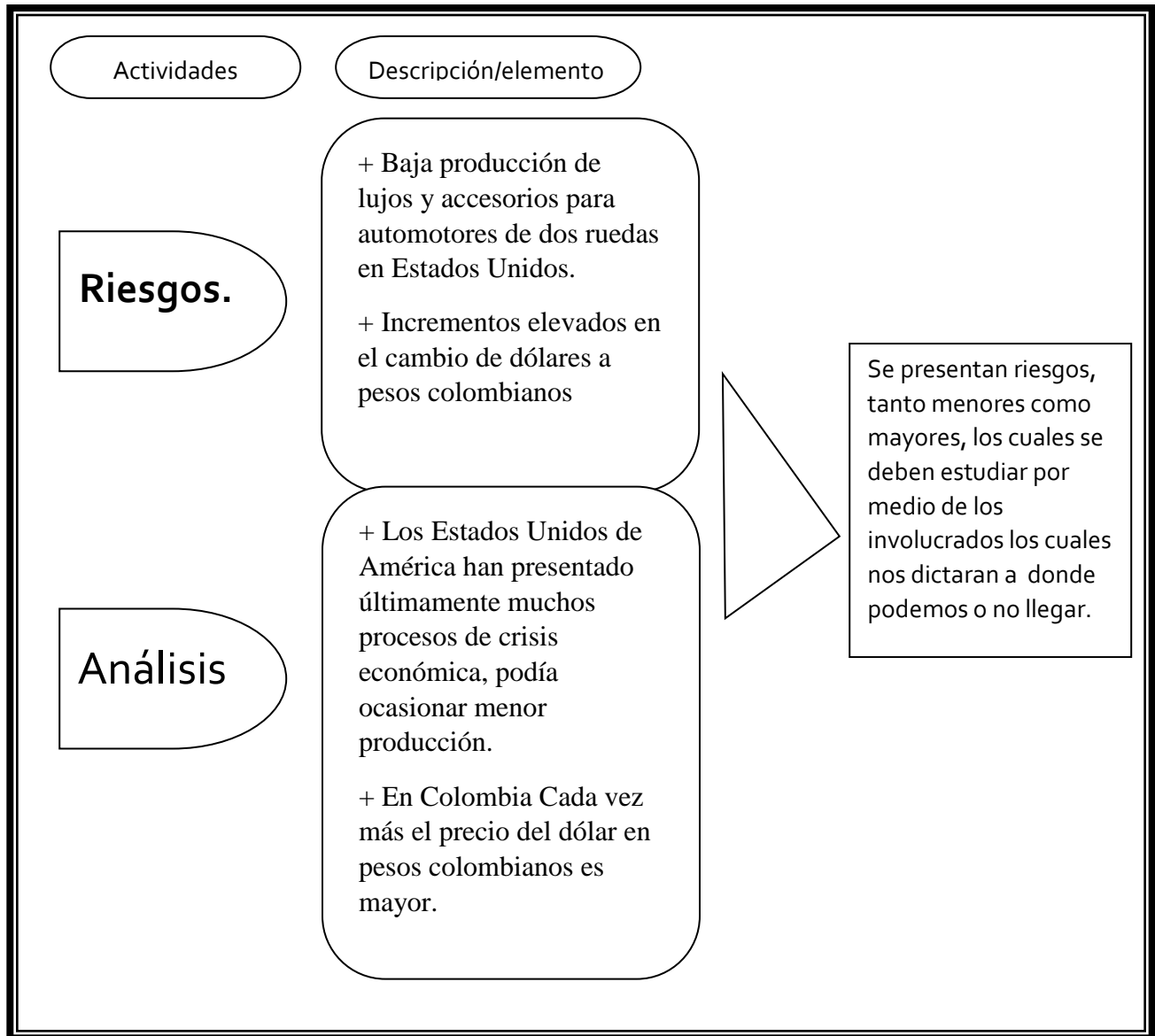


Figura 27 Autoría Propia

6.11 Financiación.

CONCLUSIONES

- Desde hace 10 años, los vehículos automotores de dos ruedas en líneas, conocidos popularmente como motocicletas, se han convertido en el principal método de transporte propio utilizado por las personas. En los últimos años, a la Republica de Colombia, han ingresado millones y millones de vehículos de este estilo, situación que permitió que se vendieran a un costo menor y con facilidades de crédito.
- Debido al crecimiento del sector automotriz, incluidos los ciclomotores y velocípedos equipados con motor auxiliar con sin sidecar o sin él, reflejado en la venta y producción de motocicletas en Colombia, se estima un incremento de 3.5% para el presente año; de acuerdo al crecimiento de este mercado se presenta una evolución de todo el subsector de los vehículos automotores de dos ruedas en línea, incluyendo los lujos y accesorios teniendo una gran acogida a nivel nacional.
- Actualmente el mercado de los lujos y accesorios para motocicletas se encuentra en un constante proceso innovador, esto debido a las tendencias mundiales, que determinan las nuevas inclinaciones. Los importadores utilizan los mecanismos del comercio exterior para así traer al país las partes para mejorar la estética y funcionamiento de las motocicletas, adaptándose a las reglamentaciones nacionales e internacionales, obstaculizando el libre comercio por aranceles elevados, estancando la variedad del mercado.

- Lo propuesto en el modelo de negocio, basado en el acuerdo de promoción comercial establecido entre la Republica de Colombia y Estados Unidos de América, nos muestra la posibilidad existente de importar lujos y accesorios, a través de las nuevas pautas que trajo consigo el tratado de libre comercio. Situaciones como las altas tasas de aranceles, ya se no serán problema, debido a la desgravación anual, que entro en vigencia de en el año 2012.

La compañía Tapimotos Special está en condiciones de adaptarse a los nuevos lineamientos que ofrece el comercio exterior para la importación de lujos y accesorios. Tal cual como se expresa en el plan de negocios, por medio de la representación realizada del nuevo modelo de importación, la empresa podrá hacer uso de las facilidades brindadas por el gobierno, y las herramientas establecidas en este proyecto para así lograr gradualmente los beneficios otorgados en el tratado de libre comercio.

BIBLIOGRAFÍA

- Perilla Gutiérrez, Rogelio (2010). Manual para importadores y exportadores
- Arias Paz Guitián, Manuel (2008). Motocicletas
- Ramírez Ocampo, Jorge (2007). ¿No TLC?
- Garay Salamanca, Luis Jorge (2013). Impactos del TLC con Estados Unidos sobre la economía
- Abusaid Gómez, José Alejandro (2013). Negocios exitosos TLC Colombia Estados Unidos
- Laudon, Kenneth C (2005). Sistemas de información Gerencial
- Sapag Chain, Nassir (2000). Preparación y evaluación de proyectos
- Miranda Miranda, Juan José (1999). Gestión de proyectos
- David, Fred R. (2003). Conceptos de administración estratégica
- Riveros Silva, Pablo Emilio (2007). Sistema de gestión de la calidad del servicio
- Chossudovsky, Michel (2003). Globalización de la pobreza y nuevo orden mundial

WEBGRAFÍA

- Oficina para el aprovechamiento del TLC con EEUU. (2012). Aprovechamiento del TLC con estados unidos. www.procolombia.co/presentaciones/aprovechamientos-tlc-estados-unidos
- Boletín de prensa, DANE. (2013). www.dane.gov.co
- Decreto N° 0730, Ministerio de comercio, industria y turismo (2012). www.mincit.gov.co
- Ministerio de Comercio, industria y turismo. www.mincit.gov.co
- Importaciones totales por orígenes (2014). Importaciones colombianas y balanza comercial Enero – Junio www.mincit.gov.co
- Ventas y matrículas de vehículos 2013. BBVA RESEARCH
- Exportaciones Colombianas. www.procolombia.co
- Sector automotriz. www.andemos.org
- **Ventas por segmentos. publimotos.com**
- Modelo de negocios mba.americaeconomia.com