

PLAN DE EXPANSIÓN KAPITAL LLANTAS BARRANQUILLA

JUAN SEBASTIAN GUTIERREZ PERDOMO

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Bogotá
Marzo 2023**

PLAN DE EXPANSIÓN KAPITAL LLANTAS BARRANQUILLA

JUAN SEBASTIAN GUTIERREZ PERDOMO

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador (a)
de Empresas**

**Director
JULIAN GUTIERREZ R.**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Bogotá
Marzo 2023**

Nota de aceptación

Evaluador

Ciudad, fecha de sustentación (con día de mes de año).

Dedicatoria

Este trabajo de grado está dedicado a todas las personas que me brindaron la información correspondiente para la realización del mismo, tanto el área administrativa, el área operativa y el personal de marketing de Kapital llantas, este trabajo también es de ustedes. Así mismo quiero agradecerle y dedicarle este trabajo a mis padres Juan Manuel y Paola quienes son mi pilar, ejemplo y razón de ser; a mi hermano Santiago que lo quiero y a mi Abuela Martha por la constancia, el apoyo y por creer en mí en cada etapa de mi vida

Juan Sebastian Gutierrez Perdomo

Agradecimientos

Quiero agradecer al gerente general de Kapital Llantas Cristian Castillo, a los trabajadores por siempre responder las inquietudes, a las personas de contabilidad que me ayudaron con el tema financiero.

Quiero agradecerles a todos los profesores que hacen parte de mi proceso formativo, en especial a Javier Niño y Julián Gutiérrez por guiarme en el camino de la elaboración de este trabajo.

Agradecer en especial a mis padres quienes fueron parte fundamental en la recolección de información para puntos específicos, a mis compañeros de clase por el apoyo y ayuda.

Tabla de contenido

Resumen	13
Abstract	14
1. Introducción	15
2. Descripción del problema	16
2.1 Planteamiento del problema.....	16
2.2 Árbol de problemas.....	16
3. Justificación	18
4. Objetivos	19
4.1 Objetivo General	19
4.2 Objetivos específicos.....	20
4.3Árbol de Objetivos	20
5. Descripción general de la empresa	21
5.1 Historia	21
5.1.2 Estructura Organizacional.....	22
5.1.3 Misión	23
5.1.4 Visión.....	24
5.1.5 Valores corporativos	24
5.1.6 Políticas corporativas	24
5.1.7 Componentes estratégicos.....	24
5.2 Kapital Llantas Barranquilla	25
6. Marco conceptual	27
7. Diagnóstico interno	29
7.1 Análisis tecnológico	30
7.2 Análisis organizacional	30
8. Metodología	32
8.2 DOFA – Análisis de amenazas y oportunidades.....	32
8.3 Investigación de mercados.	32
8.4 Objetivos del plan.....	33
8.5 Estrategia de la mezcla.....	33
8.6 Grupo objetivo – consumidor.....	33
8.7 Franquicia – Propuesta de valor – Desarrollo de un nuevo establecimiento.	34
8.8 Estrategia de precio.	34
8.9 Canales de reconocimiento en el mercado motero.....	35
8.10 Estrategia de mercadeo.....	35
9. Análisis del entorno: aspectos macro y micro	35
9.1 Análisis del macroentorno.....	35

9.2 Económico.....	36
9.2.1 PIB	36
9.2.2 Inflación	37
9.2.3 Variaciones del Índice de Precios al Consumidor (IPC).....	38
9.2.4 Tasa de Interés	39
9.2.4.1 Tasa de desempleo en Colombia.....	40
9.3 Matriz POAM de la empresa Kapital Llantas Barranquilla. (Perfil de las amenazas y oportunidades).....	41
9.3.1 Análisis de Matriz POAM.....	44
9.4 Análisis del microentorno	45
9.4.1 Análisis de competencia.....	45
8.4.1.1 Competencia Kapital Llantas Barranquilla.....	46
9.4.1.2 Competencia de Kapital Llantas	48
10. DOFA Análisis de amenazas y oportunidades	51
10.1 Análisis matriz DOFA.....	52
11. Investigación de mercados	52
11.1 Identificación del problema con respecto a la investigación de mercados.	52
11.2 Definición de objetivos con respecto a la investigación de mercados.	53
11.2.1 Objetivo General de la investigación de mercados	53
11.2.2 Objetivos específicos de la investigación de mercados	53
11.3 Hipótesis de investigación de mercados.....	53
11.4 Tipo de investigación de mercados.	54
11.5 Técnicas.....	54
11.6 Tamaño de la muestra	54
1.8.1 Métodos.....	55
11.8.2 Entrevista a profundidad para el socio de Kapital Llantas.....	55
11.8.3 Encuesta para los clientes de Kapital Llantas Barranquilla	55
11.9 Análisis de resultados y recomendaciones entrevista socio Kapital Llantas	56
11.9.1 Recomendación entrevista a profundidad para socio de Kapital Llantas.	56
11.9.2 Análisis encuestas clientes de Kapital Llantas Barranquilla.....	57
11.9.2.1 Recomendaciones y conclusiones encuestas clientes de Kapital Llantas Barranquilla.....	62
11.10 Objetivos del plan de mercadeo	63
11.10.2 Objetivos de venta.....	63
12. Estrategia de la mezcla	64
12.1 Grupo objetivo.....	64
12.1.1 Segmentación geográfica	64
12.1.2 Segmentación demográfica	64
12.1.3 Segmentación Psicográfica	64
12.1.4 Segmentación Conductual	65
12.1.5 Etapa del ciclo.....	65

12.1.6 Pirámide de necesidades Maslow	66
12.1.7 Descripción del Buyer persona	66
12.2.1 Producto básico	68
12.2.2 Producto y servicio real.....	68
12.2.3 Producto aumentado.....	68
12.3 Franquicia-Propuesta de Valor-Desarrollo de un nuevo establecimiento.....	69
12.3.1 Montaje	69
12.3.1.1 Aviso	69
12.3.1.2Entrada del Local	70
12.3.1.3Recepción	70
11.3.1.4 Piso área de trabajo	71
12.3.1.5 Estanterías de las Llantas	72
12.3.1.6 Dotación del personal	72
12.4 Modelo de construcción de la franquicia	73
12.4.1 Conceptualización estratégica.....	73
12.5 Valores de la franquicia.....	73
12.5.1 Personalidad de la franquicia	73
12.6 Estrategia de precios.....	74
12.7Precio de las llantas	74
12.8 Tipos de intermediarios	74
12.9 Tipos de distribución.....	74
12.10Tipos de negocios donde las llantas podrán ser adquiridas podrán ser adquirido	75
12.11 Objetivos de comunicación	75
12.12 Estrategia creativa	75
12.12.1 Descripción de la franquicia	75
12.12.2 Posicionamiento esperado.....	75
12.12.3 Promesa de valor	76
12.12.4 Claim.....	76
12.12.5 Target group.....	76
12.12.6 Respaldo de la franquicia corporativa.....	76
12.13 Plan de adecuación del punto físico	76
12.13.1 Punto en la ciudad de Barranquilla	76
12.3.2 Presupuesto de adecuación de Kapital Llantas Barranquilla	77
12.3.2.1Presupuesto adecuación punto físico	77
12.3.2.2 Presupuesto adecuación inventario	79
12.3.2.3 Presupuesto adecuación personal	80
12.4 Inauguración Kapital Llantas Barranquilla	81
12.4.1 Promoción Inauguración Kapital	81
13. Conclusiones	83

14.	Bibliografía	85
15.	Anexos	88

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Árbol de problemas</i>	17
Figura 2. <i>Árbol de Objetivos</i>	20
Figura 3. <i>Historia Kapital Llantas</i>	21
Figura 4. <i>Estructura Organizacional Kapital Llantas SAS</i>	22
Figura 5. <i>Instagram Kapital Llantas</i>	25
Figura 6. <i>Área de instalación de llantas.</i>	26
Figura 7. <i>Punto físico Bogotá</i>	26
Figura 8. <i>Producto Interno Bruto (PIB)IV trimestre 2022 preliminar.</i>	36
Figura 9. <i>Tasa de inflación en Colombia.</i>	38
Figura 10. <i>Índice de precios al consumidor (IPC).</i>	38
Figura 11. <i>Tasas de interés de política monetaria en Colombia.</i>	39
Figura 12. <i>Tasa global de participación, ocupación y desempleo total área metropolitana.</i>	41
Figura 13. <i>Edad.</i>	57
Figura 14. <i>Genero cliente.</i>	58
Figura 15. <i>Reconocimiento de Kapital</i>	58
Figura 16. <i>Preferencia de Kapital</i>	59
Figura 17. <i>Conocimiento de Kapital en otras ciudades</i>	59
Figura 18. <i>Reconocimiento de establecimiento como Kapital en la ciudad de Barranquilla</i>	60
Figura 19. <i>Kapital en la ciudad de Barranquilla</i>	60
Figura 20. <i>Acogimiento de Kapital en la ciudad de Barranquilla</i>	61
Figura 21. <i>Conocimiento de una Kapital Llantas Barranquilla</i>	61
Figura 22. <i>Valor agregado de Kapital Llantas Barranquilla</i>	62
Figura 23. <i>Buyer persona</i>	66
Figura 24. <i>Logo Kapital Llantas Barranquilla.</i>	69
Figura 25. <i>Logo de la fachada</i>	69
Figura 26. <i>Aviso Kapital Llantas Barranquilla</i>	70
Figura 27. <i>Proyección entrada Kapital Llantas Barranquilla</i>	70
Figura 28. <i>Proyección recepción Kapital Llantas Barranquilla</i>	71
Figura 29. <i>Proyección piso área de trabajo Kapital Llantas Barranquilla</i>	71
Figura 30. <i>Proyección estantería Kapital Llantas Barranquilla</i>	72
Figura 31. <i>Dotación personal Kapital Llantas Barranquilla</i>	72
Figura 32. <i>Local propuesto Kapital Llantas Barranquilla</i>	77
Figura 33. <i>Espacio propuesto en Kapital Llantas Barranquilla para la toma de la foto</i>	78
Figura 34. <i>Espacio de máquinas Kapital Llantas Barranquilla</i>	78
Figura 35. <i>Espacio propuesto para cambio de llantas</i>	79
Figura 36. <i>Inventario Kapital Llantas Barranquilla</i>	79
Figura 37. <i>Organigrama propuesto Kapital Llantas Barranquilla</i>	80
Figura 38. <i>Equipo directivo Kapital Llantas</i>	81
Figura 39. <i>Fachada inauguración prevista Kapital Llantas Barranquilla</i>	81
Figura 40. <i>Equipo promocional Kapital Llantas</i>	82

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Factores macroeconómicos.</i>	36
Tabla 2. <i>Matriz POAM entorno económico.</i>	42
Tabla 3. <i>Matriz POAM entorno tecnológico.</i>	42
Tabla 4. <i>Matriz POAM entorno geográfico.</i>	42
Tabla 5. <i>Matriz POAM entorno social.</i>	43
Tabla 6. <i>Matriz POAM entorno político.</i>	43
Tabla 7. <i>Matriz POAM entorno cultural.</i>	43
Tabla 8. <i>Matriz POAM resultados.</i>	44
Tabla 9. <i>Comparativo con los principales competidores de Kapital Llantas Barranquilla.</i>	46
Tabla 10. <i>Análisis de competencia para la empresa Tu Llanta.</i>	46
Tabla 11. <i>Análisis de competencia para la empresa Tendencias las Llantas.</i>	47
Tabla 12. <i>Comparativo principales competidores de Kapital Llantas</i>	48
Tabla 13. <i>Análisis de competencia para la empresa Family motor biker Aures.</i>	48
Tabla 14. <i>Análisis de competencia para la empresa Neumarket.</i>	49
Tabla 15. <i>Análisis de competencia para la empresa Mundimotos.</i>	49
Tabla 16. <i>Matriz DOFA</i>	51
Tabla 17. <i>Significado fórmula de muestra.</i>	54
Tabla 18. <i>Conceptualización Estratégica</i>	73
Tabla 19. <i>Presupuesto nómina mensual Kapital Llantas Barranquilla</i>	80

Lista de anexos

Anexo 1. <i>Entrevista profundidad socio Kapital Llantas</i>	88
Anexo 2. <i>Entrevista a profundidad clientes Kapital Llantas</i>	89
Anexo 3. <i>Entrevista a profundidad gerencia Kapital Llantas</i>	92

Resumen

TÍTULO: PLAN DE EXPANSIÓN KAPITAL LLANTAS BARRANQUILLA

Autor: Juan Sebastián Gutiérrez Perdomo

El siguiente plan de expansión, se plantea enfocado en la empresa Kapital Llantas cuyo objetivo es la venta e instalación de llantas para moto. Desde el año 2020 busca incursionar en un nuevo mercado llevando su marca a empresa a otras ciudades de Colombia, esta vez quiere llevar a Kapital Llantas a la ciudad de Barranquilla donde ve una oportunidad de expansión.

Con base en lo anterior, se realizó un diagnóstico interno en temas financieros, tecnológicos y organizacionales con la intención de conocer el estado actual de la empresa. Posteriormente, se elaboró un análisis del macroentorno, abordando variables como PIB, inflación, tasas de cambio, tasa de intereses, tasa de desempleo y salarial, siendo estas claramente no son controlables por la organización debiendo acoplarse a las mismas para entrar a una nueva ciudad como lo es Barranquilla.

De igual modo para el microentorno, se determinaron aquellos aspectos como lo son clientes, competidores, cuota relativa de mercado, entre otros. A partir de esto, se desarrolló una investigación de mercado en la cual se plantearon objetivos y formularon estrategias, aplicando encuestas a clientes, empleando una entrevista a profundidad para los gerentes.

Finalmente, se elaboró un plan de acción siendo este una guía para que la empresa Kapital Llantas llegue a la ciudad de Barranquilla.

Palabras clave: Expansión de negocio, Nuevo mercado, Llantas, Barranquilla, Sector motero.

Abstract

TITLE: EXPANSION PLAN KAPITAL LLANTAS BARRANQUILLA

Author: Juan Sebastian Gutierrez Perdomo

The following expansion plan is focused on the Kapital Tires company whose objective is the sale and installation of motorcycle tires. Since 2020, he has been looking to enter a new market, taking his brand to a company in other cities in Colombia. This time he wants to take Kapital Llantas to the city of Barranquilla, where he sees an opportunity for expansion.

Based on the above, an internal diagnosis was made on financial, technological and organizational issues with the intention of knowing the current state of the company. Subsequently, an analysis of the macro environment was developed, addressing variables such as GDP, inflation, exchange rates, interest rates, unemployment and salary rates, these being clearly not controllable by the organization, and must be coupled to them to enter a new city as is Barranquilla.

In the same way for the microenvironment, those aspects such as clients, competitors, relative market share, among others, were determined. From this, a market research was developed in which objectives were set and strategies were formulated, applying customer surveys, using an in-depth interview for managers.

Finally, an action plan was developed, this being a guide for the company Kapital Llantas to reach the city of Barranquilla.

Keywords: Business expansion, New market, Tires, Barranquilla, Motorcycle sector

1. Introducción

Kapital llantas nace en el 2016 frente a la necesidad de cambio de llantas en motos en la ciudad de Bogotá. Es por esto por lo que se ve la oportunidad de expansión de esta marca en una nueva ciudad del país como lo es la ciudad de Barranquilla con una nueva franquicia. El propósito de expansión de esta marca en la ciudad de Barranquilla es generar reconocimiento dentro de esta ciudad por la calidad de llantas y servicio que presta Kapital.

Barranquilla es una ciudad la cual la mayor parte de su población posee como medio de transporte principal las motos y no existe una gran oferta de sitios para la venta e instalación de llantas para motos(MTB,2021,p.3)

Teniendo en cuenta lo anterior, se optó por realizar un plan de expansión en la ciudad de Barranquilla, tomando en cuenta temas macroeconómicos con variables como: PIB, inflación, tasa de consumidor, tasa de cambio, tasas de interés, salario mínimo, tasa de desempleo, entre otros y en aspectos microeconómicos como: clientes, proveedores, competidores (cuota de mercado, portafolio de productos, factores diferenciadores, precios, reconocimiento de marca), grupos de interés o aliados. Así mismo, se desea mejorar cuestiones económicas, organizacionales, infraestructurales y de comunicación, debido a la identificación de falencias en el sector motero en la ciudad de Barranquilla.

Para la realización de este plan de expansión proyecto se aplicará el método de investigación cualitativa que nos permita tener un amplio marco de aspectos administrativos, legales, técnicos, financieros y punto de vista del mercado y su comunicación. El propósito del presente trabajo es describir y explorar situaciones y requerimientos necesarios para la implementación de una nueva franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla, la cual va direccionada al sector de las motos.

2. Descripción del problema

2.1 Planteamiento del problema

Kapital Llantas nace frente a la necesidad de la escasa oferta de venta de llantas para motos en la ciudad de Bogotá según Juan Manuel Gutiérrez uno de los socios de Kapital Llantas cuando se funda esta solo existía esta en esta ciudad y con el tiempo y el éxito que ha tenido se ha expandido en 5 ciudades más del país 2 sedes Bogotá, Medellín, Cali, Pereira, Duitama (Gutiérrez, 2022, p. 1)), es por esto, que se ve una oportunidad de expansión de esta marca en el caribe colombiano más exactamente en la ciudad de Barranquilla. El propósito más grande para que esta empresa logre reconocimiento en un nuevo mercado como lo es la ciudad de Barranquilla es generar el mismo éxito que la franquicia principal de la ciudad de Bogotá y que a su vez sea reconocido y diferenciado en el sector de motos y de llantas en el país.

Se identificó oportunidades de negocio del negocio de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla al observar que gran parte de los envíos de llantas que se realizan en la ciudad de Bogotá son para ciudades de la costa colombiana. Según Sebastián Castillo gerente de ventas digital de Kapital Llantas Bogotá en diciembre se enviaron más de 20 pares de llantas entre las marcas como Michelin, Dunlop, corsa y Bridgestone evaluadas en una venta total de \$20.000.000 y vendidas y enviadas a la ciudad de Barranquilla (Castillo, 2021, p. 1). Esto relaciona una gran demanda dentro de esta ciudad y una poca oferta, ya que su población debe optar por pedir a otras ciudades las llantas de sus motos, ya que la escasez de oferta de este producto dentro de esta ciudad es muy alta.

2.2 Árbol de problemas

La estructura principal de este plan de expansión está basada en el aumento de la demanda referente a la problemática que tiene la ciudad de Barranquilla para la compra de llantas para motos tal como se observa en la Figura 1. El árbol de problema, en relación con la empresa Kapital Llantas, es una herramienta que se usa para identificar los problemas principales con sus causas y efectos de Kapital Llantas Barranquilla ya que es una gran oportunidad de negocio no solo para la ciudad de Barranquilla si no para la costa caribe, ya que la confianza que esta marca le brinda a sus clientes con las franquicias en otras ciudades hace que sus clientes sientan confianza a la

hora de hacer un cambio con ellos hace que todas las personas del país logren hacer uso de sus servicios.

La economía de Colombia la mueve las MiPymes, representan el 96,4% de los establecimientos y el 63% del empleo. La relación de empleo por establecimiento es del 1.8% en el sector del comercio (COTELCO,2019, p. 1)). Una sede de Kapital llantas brindaría una oportunidad de empleo para las personas que hacen parte de la costa Caribe Colombia, según el Dane en 2019 el desempleo en esta ciudad fue del 9,6%. (Dane,2019, p. 2) con esto disminuir un poco la pobreza dentro de esta ciudad.

Con esto en mente, si relacionamos las condiciones actuales del sector al que queremos incursionar como lo es el sector de las motos en Barranquilla debemos tener un contexto de problemas actuales a nivel general y requerimientos clave para entender el buen funcionamiento de este. Las llantas son una necesidad latente en el funcionamiento de las motos. Sin embargo, existe últimamente una tendencia de modernización del sector, con nuevas cadenas que aportan una imagen renovada y una mayor variedad de productos que no son solo las llantas, si no accesorios para sus motos, entre otros.

Figura 1. *Árbol de problemas*



Fuente: Elaboración del autor (2022)

3. Justificación

Dentro del proceso de expansión de cualquier negocio se hace necesario realizar una investigación y análisis de aspectos relevantes que componen el mercado y sector al cual se quiere incursionar para plantear una propuesta que soporte la cadena de valor. A continuación, se relacionan algunos conceptos relacionados al plan de expansión para la implementación de una franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.

De acuerdo al éxito que ha tenido otras franquicias de Kapital Llantas, se tendrá en cuenta para Kapital Llantas Barranquilla una investigación de mercados, según Philip Kotler “La investigación de mercados es el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa” esta una herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información para tomar una decisión si es viable o no el mercado para una franquicia de Kapital en la ciudad de Barranquilla.(Kotler,1947,p.1).

Una franquicia de Kapital de Llantas en la ciudad de Barranquilla en una oportunidad de negocio es por esto que se tendrá en cuenta las 5 fuerzas de Porter para analizar su entorno y definir las medidas necesarias que lo llevarán a evitar riesgos asociados a su ejecución y puesta en marcha al entrar dentro del mercado motero de la ciudad de Barranquilla (Batten, 2010, págs. 26-30). Estas son: Competidores existentes, donde se examinan los nichos existentes y las necesidades que suplen. Proveedores, conocer sus capacidades de negociación y su apoyo a la cadena de valor. Compradores, conocer el segmento del mercado que se abarca, demanda actual y necesidades de compra. Sustitutos, analizar que se produce o se vende que puede ocupar el lugar del servicio que se prestara por parte de Kapital Llantas.

Así mismo, teniendo en cuenta recibimiento que tuvieron las otras franquicias a nivel nacional Kapital Llantas ya es una empresa reconocida en el gremio de las motocicletas en más de 6 ciudades, pero principalmente en la ciudad de Bogotá y Medellín, según Cristian Castillo gerente general de Kapital Llantas en 2021 la ciudad de Bogotá tuvo un margen de ganancia del

70% mayor al del 2020(Castillo,2021, p. 3), según Peter Chisnall “Conocer a nuestro mercado, a ofrecer soluciones a problemáticas reales, a generar estrategias, como también nos apoyan en el desarrollo de nuevos productos y mejoras a productos ya establecidos por medio de un estudio financiero “para así mismo generar una proyección de ganancias a largo plazo si se llega a colocar un punto de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla teniendo en cuenta la experiencia y el éxito que se ha tenido en la ciudad Bogotá. (Chisnall,1987, p.1).

De igual modo existen amenazas en el sector motero y todo empresario debe contemplarlas en su estudio de plan de expansión para ver si es viable o no entrar dentro de nuevo mercado.

Entre estas se encuentra incursionar en un sector de empresas a gran escala ya que su precio de venta del servicio de cambio de llantas es inferior en el mercado, la diferenciación del producto que lo hace único y no competidor con nuevos productos, requisitos del capital que es indispensable para su implementación, políticas gubernamentales que exigen ciertos cambios o maneras de comercializar y los costos fijos elevados (Batten, págs. 26-30). Siendo importante en el proyecto examinar la diferenciación que tendrán los servicios que prestara Kapital Llantas Barranquilla.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de expansión fundamentado en la investigación de mercados, que permita a colocar una nueva Franquicia de Kapital Llantas en la Ciudad de Barranquilla.

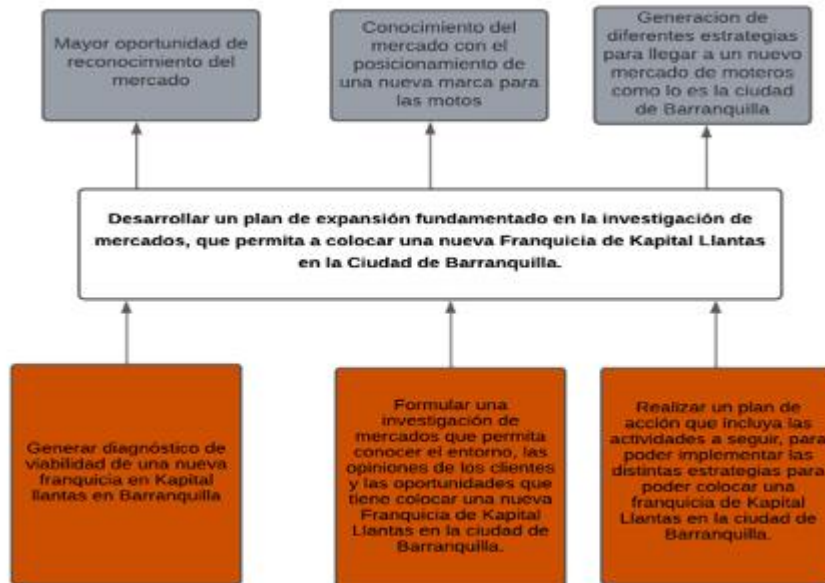
4.2 Objetivos específicos

- Generar un diagnóstico de factibilidad de una nueva franquicia en Kapital Llantas en Barranquilla.
- Formular una investigación de mercados que permita conocer el entorno, las opiniones de los clientes y las oportunidades que tiene colocar una nueva Franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.
- Realizar un plan de acción que incluya las actividades a seguir para una nueva franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.

4.3Árbol de Objetivos

De acuerdo con la Figura 2. El árbol de objetivos se identifica el problema u oportunidad colocar una nueva franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla para generar mayor reconocimiento de marca en el país y en la ciudad de Barranquilla

Figura 2. *Árbol de Objetivos*



Nota: Elaborado por el autor (2022)

5. Descripción general de la empresa

5.1 Historia

Kapital llantas es una empresa comercializadora de productos para motos entre ellos, aceites, pastillas de frenos, bujes, filtros de aceite, filtros de aire y especialmente llantas en todas las medidas y marcas que se pueden conocer en el mercado nacional con otros servicios adicionales como lo son la rectificación de los rines, la instalación de ruedas, aplicación de aceite, regulación de frenos entre otros servicios de mecánica básica, creada en el año 2016 con un capital de \$260 millones de pesos y 3 socios, frente a la necesidad de los grupos moteros en general de encontrar un lugar cómodo, rápido y de buen servicio para el mantenimiento y cambio de sus llantas, es entonces cuando se decide abrir un local comercial en una zona de Bogotá para ofrecer esta nueva idea de servicio.

Figura 3. *Historia Kapital Llantas*

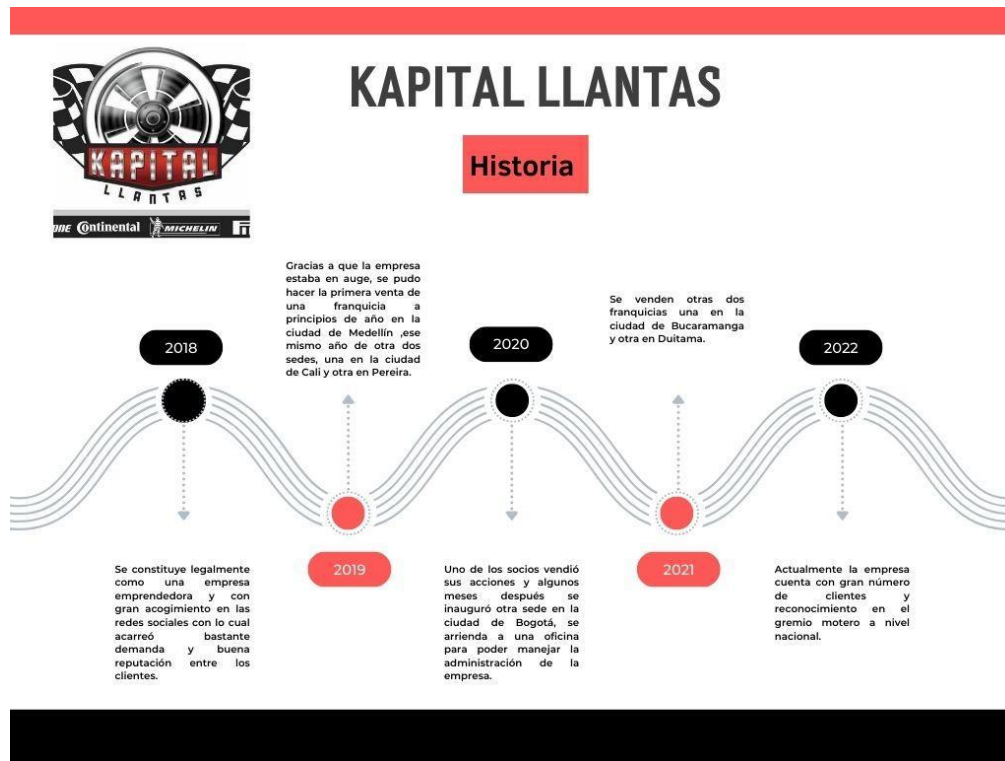


Figura 3. Historia de Kapital. Elaborado por el autor

5.1.2 Estructura Organizacional

Figura 4. Estructura Organizacional Kapital Llantas SAS



Figura 4. Estructura Organizacional Kapital Llantas SAS. Elaborado por el autor.

Dentro de los elementos estratégicos la misión de Kapital Llantas es “Velar por la seguridad del motociclista mediante una asesoría integral, buscando satisfacer las necesidades de

su entorno con productos de la más alta calidad y asegurando una experiencia idónea y satisfactoria.”

Su visión es “Convertirnos en una marca reconocida y preferida por los usuarios a nivel nacional como una empresa altamente competitiva, confiable, con el mejor crecimiento y ofreciendo sus productos y servicios con los mayores estándares de calidad a nivel mundial “.

Sus valores corporativos están en brindar una buena orientación al cliente, calidad en sus productos y servicios y una competitividad responsable. (Castillo,2021, p. 2). La estrategia de negocio que tiene Kapital es “Liderazgo en venta e instalación de llantas dándole a sus clientes una experiencia única en el mercado de las motos”. (Castillo,2021, p. 2)

Kapital Llantas es una empresa la cual ofrece tanto productos como servicios. Su actividad principal es la venta de llantas de todas las referencias y precios para motos. En materia de servicios ofrece 6 servicios instalación, mecánica básica, cambio de pastillas, cambio de aceites, cambio de filtros y cambio de kit de arrastre.

Dentro de Kapital se realizan 1 reunión mensual entre socios y semanalmente se reúne la Gerencia Administrativa de cada una de las franquicias de Kapital a nivel nacional. (Castillo,2021, p. 2).

Así mismo, el 0.5% clientes quienes adquieren una llanta para su moto pueden tener algún tipo de problema con el producto por defectos de fábrica, según Santiago Gutiérrez gerente de calidad de 100 llantas que se venden mensual 1 de ellas tiene algún defecto de fabrica (Gutierrez,2021, p. 1); En ese caso la empresa le responde por el 100% de la compra de la rueda y se realiza el cambio en el menor tiempo.

5.1.3 Misión

Velar por la seguridad del motociclista mediante una asesoría integral, buscando satisfacer las necesidades de su entorno con productos de la más alta calidad y asegurando una experiencia idónea y satisfactoria.”

5.1.4 Visión

Convertirnos en una marca reconocida y preferida por los usuarios a nivel nacional como una empresa altamente competitiva, confiable, con el mejor crecimiento y ofreciendo sus productos y servicios con los mayores estándares de calidad a nivel mundial

5.1.5 Valores corporativos

- **Honestidad:** Kapital es una empresa que se preocupa por que la calidad de los servicios y productos sean de la mejor calidad para sus motos
- **Respeto:** Respetar a sus clientes frente a cualquier situación.
- **Igualdad:** Se destaca por tratar a los clientes de la misma manera
- **Puntualidad:** Cumplir con los compromisos y tiempos establecidos para la venta o uso de los servicios que se prestan dentro de Kapital

5.1.6 Políticas corporativas

Contratación: En Kapital busca contratar personas con el conocimiento idóneo para cada una de las áreas, ya sea administrativa, ventas o en área de taller en donde se busca seleccionara al personal idóneo para que desempeñe las actividades de la manera más eficiente posible.

5.1.7 Componentes estratégicos

Kapital desarrolla sus elementos estratégicos de la siguiente manera:

- Actualmente ejecuta 4 reuniones al mes (8 al mes), cuyo objetivo es in es informar cómo está el desempeño de la empresa y el clima laboral a sus socios, realiza una reunión semanal con todos los empleados mejorar estratégicamente durante la semana

- Gracias al crecimiento que ha tenido Kapital desde 2019 se crea el área administrativa para internamente desarrollar todo el tema administrativo

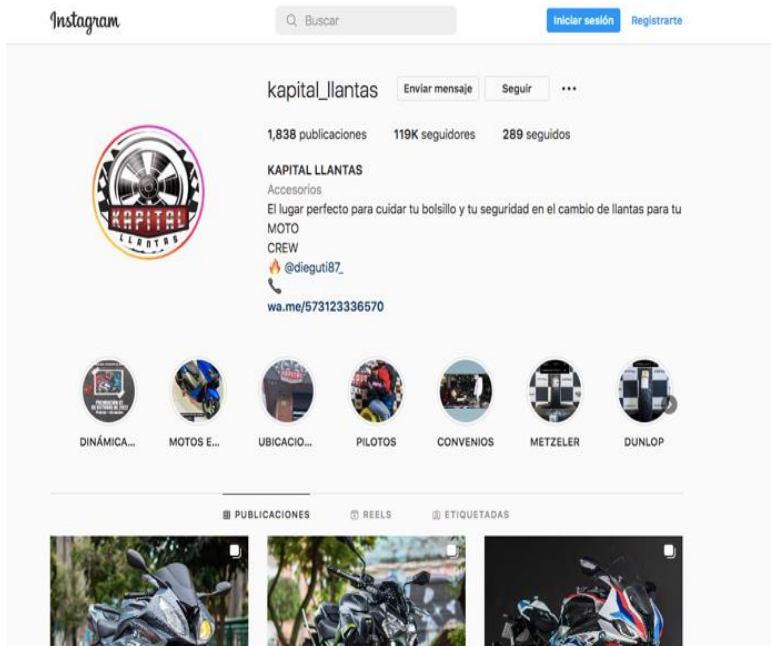
5.2 Kapital Llantas Barranquilla

En el año 2016, frente al gran auge que obtuvo el mercado motero en Colombia, se observa la falta de proveedores de llantas y servicios relacionados la venta e instalación de llantas a nivel nacional que existieran en el sector, es decir, la mayoría solo se encontraba en puntos estratégicos de las ciudades principales tal como lo es en Bogotá a precios muy elevados y su servicio de instalación muy costosa y demorado. Entonces, viendo esto un grupo de tres socios con una idea empiezan con un punto físico en la ciudad de Bogotá, gracias a esto el negocio empieza a crecer con la venta de llantas y uso de sus servicios, lastimosamente debido a la pandemia mundial por COVID-19 sus labores se estancaron y se tuvieron que cerrar todas las sedes.

Así pues, las necesidades de los clientes moteros siempre serian el enfoque para la creación de nuevos productos y mejoramiento de nuestro negocio, por lo mismo a mediados del 2020 el negocio vuelve a tomar fuerzas entrando al mercado con nuevos servicios y con una página de Instagram la cual por medio de un solo click podían entrar a un chat en WhatsApp y ser asesorado por uno de sus asesores para la compra de su llanta y realizar él envió a nivel nacional

Dentro del mismo marco se evalúa la posibilidad de colocar una nueva franquicia en la ciudad de Barranquilla, teniendo en cuenta que la mayor parte de los envíos se realizan a ciudades del caribe colombiano

Figura 5. *Instagram Kapital Llantas*



Nota: Como se mencionó anteriormente, dentro de su Instagram se encuentra un enlace de WhatsApp para una atención personalizada.

Figura 6. Área de instalación de llantas.



Nota: Dentro de esta área se maneja todo el proceso de instalación de las llantas

Figura 7. Punto físico Bogotá



Nota: Punto principal Kapital Llantas Bogota Calle 68 65ª 03

6. Marco conceptual

Dentro del proceso de expansión de cualquier negocio se hace necesario realizar una investigación y análisis de aspectos relevantes que componen el mercado y sector al cual se quiere

incursionar para plantear una propuesta que soporte la cadena de valor. A continuación, se relacionan algunos conceptos relacionados al plan de expansión para la implementación de una franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.

De acuerdo al éxito que ha tenido otras franquicias de Kapital llantas, se tendrá en cuenta para Kapital llantas Barranquilla una investigación de mercados , según Philip Kotler “La investigación de mercados es el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa” esta una herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información para tomar una decisión si es viable o no el mercado para una franquicia de Kapital en la ciudad de Barranquilla.(Kotler,1947,p.1).

Una franquicia de Kapital de Llantas en la ciudad de Barranquilla en una oportunidad de negocio es por esto, se tendrá en cuenta las 5 fuerzas de Porter para analizar su entorno y definir las medidas necesarias que lo llevarán a evitar riesgos asociados a su ejecución y puesta en marcha al entrar dentro del mercado motero de la ciudad de Barranquilla (Batten, 2010, págs. 26-30). Estas son: Competidores existentes, donde se examinan los nichos existentes y las necesidades que suplen. Proveedores, conocer sus capacidades de negociación y su apoyo a la cadena de valor. Compradores, conocer el segmento del mercado que se abarca, demanda actual y necesidades de compra. Sustitutos, analizar que se produce o se vende que puede ocupar el lugar del servicio que se prestara por parte de Kapital Llantas.

Así mismo, teniendo en cuenta recibimiento que tuvieron las otras franquicias a nivel nacional Kapital llantas ya es una empresa reconocida en el gremio de las motocicletas en más de 6 ciudades, pero principalmente en la ciudad de Bogota y Medellín, según Cristian Castillo gerente general de Kapital Llantas en 2021 la ciudad de Bogota tuvo un margen de ganancia del 70% mayor al del 2020(Castillo,2021, p. 3), según Peter Chisnall “Conocer a nuestro mercado, a ofrecer soluciones a problemáticas reales, a generar estrategias, como también nos apoyan en el desarrollo de nuevos productos y mejoras a productos ya establecidos por medio de un estudio financiero “para así mismo generar una proyección de ganancias a largo plazo si se llega a colocar

un punto de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla teniendo en cuenta la experiencia y el éxito que se ha tenido en la ciudad Bogotá. (Chisnall,1987, p.1).

De igual modo existen amenazas en el sector motero y todo empresario debe contemplarlas en su estudio de plan de expansión para ver si es viable o no entrar dentro de nuevo mercado. Entre estas se encuentra incursionar en un sector de empresas a gran escala ya que su precio de venta del servicio de cambio de llantas es inferior en el mercado, la diferenciación del producto que lo hace único y no competidor con nuevos productos, requisitos del capital que es indispensable para su implementación, políticas gubernamentales que exijan ciertos cambios o maneras de comercializar y los costos fijos elevados (Batten, págs. 26-30). Siendo importante en el proyecto examinar la diferenciación que tendrán los servicios que prestara Kapital Llantas Barranquilla.

Como parte de la investigación es necesario entender las necesidades a satisfacer en el mercado y su impacto en el consumidor, lo que se espera de la demanda y los nichos para abarcar la prestación del servicio de cambio llantas. Las necesidades de las personas son las que manejan la curva de oferta de los productos, de ahí relacionamos la pirámide de Maslow que indica el nicho de necesidades se encuentra el negocio. Para el consumo de alimentos la jerarquía indica el primer nivel, Necesidades Fisiológicas; “cuando no están cubiertas el organismo humano

En este plan de expansión de Kapital Llantas Barranquilla en concreto se tendrá en cuenta una investigación de mercados para conocer los compradores, un estudio financiero para conocer en manera de dinero que tantas ganancias se llegarían a tener o no con una nueva franquicia en la ciudad de Barranquilla y una Gerencia de mercadeo para tomar la decisión si se coloca o no esta nueva franquicia.

7. Diagnóstico interno

En este capítulo, se va a elaborar un análisis interno de la organización Kapital teniendo en cuenta que este “consiste en evaluar los recursos, habilidades y competencias de dicha empresa

para poder adoptar las herramientas estratégicas pertinentes y poder adquirir así un nivel de resultados óptimo.” (Kyocera, 2021, párr.2). permitiendo conocer las capacidades actuales que posee y cómo podrá enfrentarse a su competencia bajo cambios repentinos dentro del mercado en la operación, partiendo de diagnósticos financiero, tecnológico y organizacionales, para comprender el estado actual de la empresa y la viabilidad de poner en marcha la adquisición de una nueva Franquicia de Kapital en la ciudad de Barranquilla.

7.1 Análisis tecnológico

En cuanto a los tipos de tecnologías que se manejan en Kapital llantas, se puede dividir en dos áreas, la administrativa y la operativa, En el área administrativa las cuentas, los pagos a proveedores, el inventario, la nómina, la cartera, la entrada y salida de productos, la creación de terceros como clientes, se maneja de manera remota y asistida por medio del programa contable de Word office el cual brinda todas estas herramientas necesarias para mantener la caja concorde al inventario, en cuanto al área operativa se manejan 3 tipos de máquinas, la desmontadora la cual funciona como su nombre lo indica para sacar la llanta del rin, la balanceadora de llantas en la cual se equilibra el peso del rin con pesas adhesivas de balanceo para generar más estabilidad en altas velocidades y por último la máquina de prensa y alineación en la cual se hace el trabajo de rectificación de los rines a base de calor, cabe resaltar que todos estos equipos del área operativa funcionan por medio de un compresor industrial.

7.2 Análisis organizacional

Mediante este análisis se busca con la creación de una nueva franquicia de Kapital Llantas en Barranquilla abordar y tratar las problemáticas surgidas a lo largo del tiempo, relacionadas con la cultura organizacional, el clima laboral y el personal que está laborando para llevar a cabo sus operaciones. Al momento de abordar el tema de conflictos dentro de la organización, se acude de forma inmediata a una reunión con todo el personal, esta es liderada por los dos gerentes con la finalidad de discutir y dialogar, dando una pronta solución al problema o inconveniente

acontecido, para que de este modo no se afecte la convivencia y mucho menos la ejecución de las actividades.

- **Cultura Organizacional:** Para empezar, Kapital Llantas emplea una cultura en la cual fomenta en todos sus empleados el ideal de llevar a cabo de manera acorde la misión y visión que tiene la empresa, teniendo esta como objetivo principal crecer y superarse a sí misma día a día. Sin embargo, los gerentes tienen claro que gracias al personal que posee la organización, han podido llegar a donde se encuentra actualmente, por ende, se resalta y premia a cada trabajador mediante un reconocimiento o monto económico; una herramienta que nos ayuda son las encuesta de satisfacción de los empleados
- **Clima laboral:** En cuanto al ambiente laboral que se maneja en la empresa, se logró evidenciar cómo se promueve el trabajo en equipo, por lo cual, si alguna persona está presentando dificultades o problemas en el desarrollo de sus tareas o a nivel personal, se brinda apoyo para que esta logre superar su adversidad y dar continuidad a sus actividades. Asimismo, las relaciones interpersonales se basan en principios y valores como confianza, respeto, honestidad, solidaridad, bien común, compromiso, entre otros. Teniendo en cuenta el aporte de los empleados, con el fin de generar una retroalimentación e impulsar el clima laboral.
- **Personal:** Kapital Llantas es una empresa con un personal experto en su labor, según Cristian Castillo Gerente general Kapital desde 2021 cuentan con alrededor de 60 empleados. (Castillo,2021, p. 2). La dirección Comercial de Kapital se encuentra dividida por 2 subáreas que son la de vendedores y jefes de taller. A nivel nacional Kapital cuenta con 25 vendedores y 8 jefes de taller. (Castillo,2021, p. 2) la Gerencia Administrativa y Financiera cuenta con 5 subáreas que son Auxiliares de Taller, Auxiliar contable, Auxiliar administrativo y Servicios Generales. Kapital a Nivel Nacional cuenta con 20 Auxiliares de Talleres, 1 auxiliar contable, 1 auxiliar administrativo y 5 personas que hacen parte de servicios generales

8. Metodología

Dentro de todo del proceso investigativo para la expansión de Kapital Llantas en la ciudad Barranquilla es necesario contar con diversos estudios para el desarrollo de su metodología, siendo el caso un plan de expansión en una nueva ciudad; el siguiente capítulo refleja los procesos por los cuales se deben pasar para llegar a conclusiones oportunas, desglosando de manera relevante los pasos a seguir hacia su realización y modelo de expansión.

8.1 Análisis del entorno: aspectos macro y micro.

Se emplea un análisis del macroentorno con el fin de comprender aquellos aspectos externos incontrolables por la empresa, los cuales influyen directa o indirectamente sobre el negocio infiriendo a cómo estos afectan el desempeño y los resultados de esta. De igual modo, un análisis microentorno para determinar el sector en el cual la organización se mueve, sus actividades diarias y su funcionamiento interno para el desarrollo de la expansión en la ciudad de Barranquilla.

8.2 DOFA – Análisis de amenazas y oportunidades.

El análisis DOFA “consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas.” (Sarli, González y Ayres, 2015, p. 2). Ciertamente es que esta herramienta permite comprender la situación real de una empresa y proponer estrategias que direccionen a la mejora del desempeño organizacional.

8.3 Investigación de mercados.

Mediante una investigación de mercados se pretende realizar “La identificación, recopilación, análisis, difusión y uso, sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y

oportunidades de marketing” (Malhotra, N, 1997, p. 21). Con la finalidad de darle un enfoque conciso y verídico a la incursión de una nueva franquicia para Kapital Llantas, obteniendo excelentes resultados.

8.4 Objetivos del plan.

Los objetivos de un plan de mercadeo tienen como finalidad plantear una meta o un resultado deseado, los cuales se esperan cumplir en un determinado tiempo, ya sea corto, mediano o largo plazo, todo esto dependiendo de las necesidades que presente la organización. Es por esto que, esto permitirá formular objetivos enfocados en aumentar las ventas, aumento de la reputación o posicionamiento de marca y el lanzamiento de una nueva franquicia al mercado, por ende, se implementarán las siguientes variables:

- Objetivo de mercadeo.
- Objetivo de ventas.
- Objetivo de comunicación.

8.5 Estrategia de la mezcla

Se argumenta que la estrategia de mezcla es la “lógica que usará la empresa para cumplir los objetivos; por ejemplo, cómo usar una buena mezcla de mercadeo para interesar a un nuevo mercado.” (Torres, 2020, diapositiva 6). Basándose en lo anterior, se establecerán las vías a seguir para lograr cumplir a cabalidad los objetivos planteados por la empresa, en la incursión del mercado de insumos y que este tenga la acogida que se espera de un nuevo establecimiento en la ciudad Barranquilla.

8.6 Grupo objetivo – consumidor

Al abordar el grupo objetivo o consumidor, se busca comprender variables como: la necesidad, deseo y demanda en el mercado para lograr segmentar al cliente y centrar los esfuerzos en un público específico. Ciertamente es que para realizar este proceso se pueden utilizar herramientas

como el ciclo de vida de los consumidores, la pirámide de necesidades de Maslow, tipología VALS(Value and life style), estructura familiar y el modelo implicación de Foote, Cone y Belding (FBC).Estos medios permitirán crear un enfoque más exacto del perfil del consumidor y conocer sus necesidades y deseos reales frente a un nuevo establecimiento.

8.7 Franquicia – Propuesta de valor – Desarrollo de un nuevo establecimiento.

Una franquicia es una relación comercial entre dos partes, por la que una de ellas paga una cierta cantidad de dinero para tener la licencia para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado. Por esta razón, se debe elaborar una propuesta de valor al desarrollo de la expansión de un servicio en una nueva ciudad, en la cual se mencionen los beneficios funcionales y emocionales que tendrá el cliente, para que este note aquel valor agregado, prefiriendo el producto de la empresa por encima de las demás. Así mismo, desarrollando una marca registrada, logotipos, símbolos o nombres, para que el cliente recuerde la marca y sea lo primero que piense y sienta que está en un establecimiento de Kapital en una nueva ciudad como lo es Barranquilla.

8.8 Estrategia de precio.

En este punto se fijarán los distintos precios para los productos y servicios que prestara Kapital Llantas Barranquilla, los consumidores adquieran los productos. Así mismo, es importante resaltar que “la estrategia de precio debe ser compatible con los otros componentes de la estrategia de mercadeo. El precio permite financiar la estrategia publicitaria y promocional de un nuevo punto de Kapital en Barranquilla.” (Torres, 2020, diapositiva 6) Donde no solo se debe tener en cuenta aspectos financieros, sino también precios de los competidores, costos de servicio y venta, determinando el precio óptimo para el bien o servicio en una nueva ciudad como lo es Barranquilla.

8.9 Canales de reconocimiento en el mercado motero.

Será el medio por el cual Kapital Llantas Barranquilla se dará a conocer por medio de las páginas oficiales de Kapital Llantas por medio de publicaciones, influenciadores para que sea reconocida una nueva franquicia de Kapital en la ciudad de Barranquilla.

8.10 Estrategia de mercadeo.

Una estrategia de mercadeo consiste en “la creación de acciones o tácticas que lleven al objetivo fundamental de incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible.” (Ramos, M., 2021, párr. 2). Para alcanzar estos resultados la organización debe disponer todas sus herramientas de marketing, para obtener el máximo provecho del mercado en el cual se está desarrollando. Por otra parte, permite a la empresa darse a conocer frente a sus clientes y demostrar porque el producto o bien que ofrecen es el mejor del mercado en donde impacte una nueva ciudad con un establecimiento que ya existe en otras ciudades de Colombia.

9. Análisis del entorno: aspectos macro y micro

9.1 Análisis del macroentorno

Según Pérez (2001) “el macroentorno son todas aquellas variables o factores que son ajenas al control de las organizaciones, pero afectan todos sus indicadores de desempeño: número

de casos sociales atendidos, ventas liquidez, participación de mercado, costo, imagen y posicionamiento, entre otros” (p.159) A raíz de esto, se realizó una tabla del comportamiento reflejando variables en años pasados y las proyecciones que se tienen pensadas para los próximos 3 años a partir del 2022.

Tabla 1. Factores macroeconómicos.

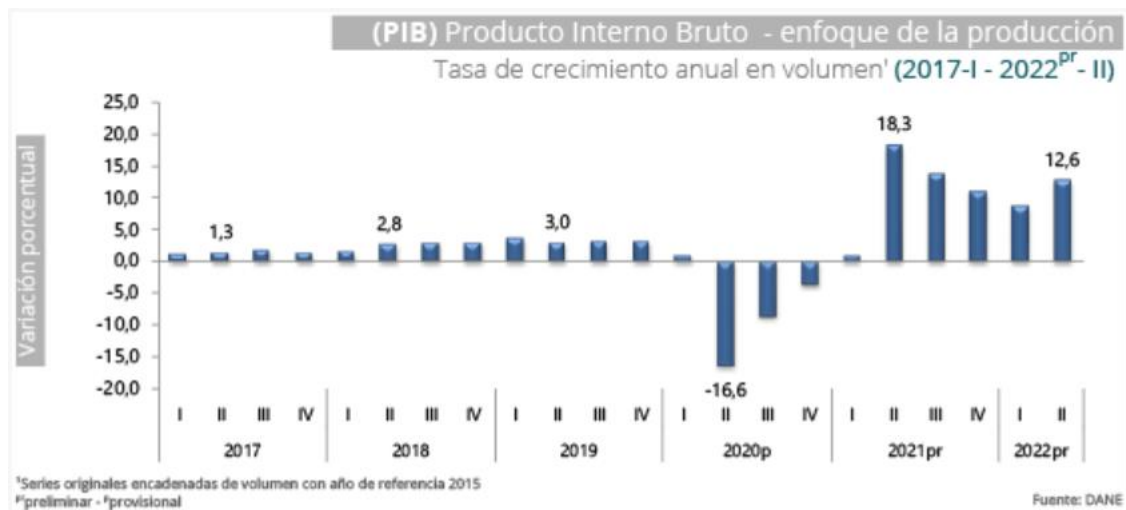
Factores	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
PIB	3.3%	-6.8%	2.4%	2.7%	2,7%	3%	2.8%
Inflación * IPC	3.80%	2.85%	4.33%	3.84%	4,28%	3.1%	-
Tasa de Cambio	\$3.277,14	\$3.722,27	\$3.620	\$3.592	\$3.580	\$3.630	\$3.710
Tasa de interés	4,25%	2,50%	2%	4%	4.2%	3.1%	3.3%
Salario Mínimo	\$828.116	\$877.803	\$908.526	\$945.776	-	-	-
Aux Transporte	\$97.032	\$102.854	\$106.454	\$110.054	-	-	-
Salario M. * Aux. Transporte	\$925.148	\$980.657	\$1.014.980	\$1.055.830	-	-	-
Tasa de Desempleo	10,30%	21,40%	61,2%	13,8%	13,1%	12,4%	11,8%

9.2 Económico

Para empezar una nueva franquicia de Kapital Llantas, se llevará a cabo un análisis de las variables macroeconómicas que afectan positiva o negativamente a una organización tanto en un nuevo mercado, como en el modo en que esta puede prepararse para futuros cambios del comportamiento con base en el microentorno donde se desempeñara Kapital Llantas Barranquilla, para conocer tanto sus competidores y consumidores. Por lo tanto, se podrán identificar distintas estrategias que se acomoden al mercado.

9.2.1 PIB

Figura 8. Producto Interno Bruto (PIB)IV trimestre 2022 preliminar.



Nota. El gráfico representa la variación que ha tenido el PIB de Colombia del año 2017 al 2022. Tomado de Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB) IV trimestre 2022pr. (p.1), por DANE, Cuentas Nacionales. (2022)

Se entiende como:

PIB es el resultado final de la actividad productiva de las unidades de producción residentes. Se mide desde el punto de vista del valor agregado, demanda final de los bienes o servicios y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes. (DANE, s.f, p. 1)

En la gráfica se evidencia que el PIB para el 2022 creció un 12,6%, con respecto al 2021, ya que para este año el país seguía recuperándose de la crisis económica que había dejado la pandemia mundial del COVID-19. De igual modo, se espera que el PIB para finales del 2022 cierre con cifras favorables.

9.2.2 Inflación

La inflación un aumento constante en los precios de los bienes y servicios, tal como lo menciona Gutiérrez & Zurita (2006) “La inflación usualmente se calcula como la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que mide los precios promedio de los principales artículos de consumo” (p.2). Actualmente, la tasa de variación anual del IPC en Colombia en octubre de 2022 ha sido del 12,2%, 8 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,7%, de forma que la inflación acumulada en 2022 es del 10,9%

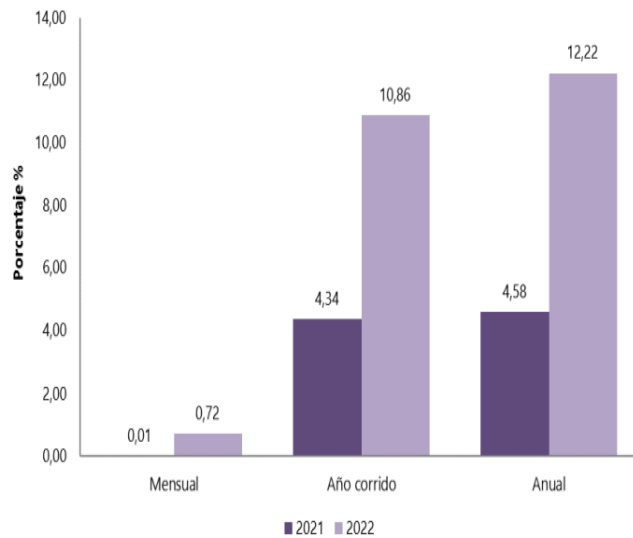
Figura 9. Tasa de inflación en Colombia.



Nota. El grafico representa la variación que ha tenido la inflación de Colombia del año 2003 al 2022 del mes de octubre. Tomado de Inflación total y meta. (p.1), por Banco de la República. (2022)

9.2.3 Variaciones del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Figura 10. Índice de precios al consumidor (IPC).

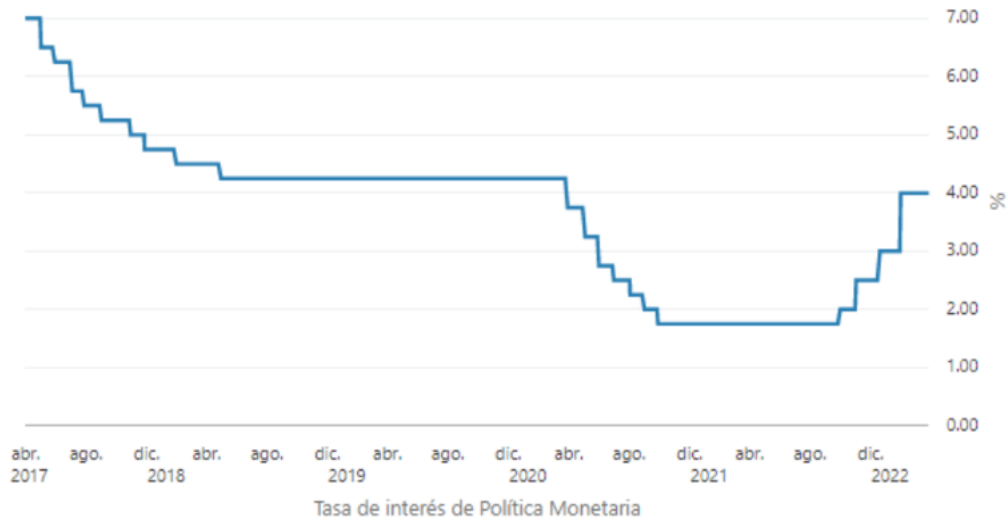


Fuente: DANE, IPC.

Nota. El gráfico representa el comportamiento de la variación mensual del IPC durante el 2022 con respecto a lo que fue el 2021. Tomado del Boletín Técnico Índice de Precios al Consumidor (IPC) octubre del 2022. (p.1), por DANE, IPC. (2022)

9.2.4 Tasa de Interés

Figura 11. Tasas de interés de política monetaria en Colombia.



Nota. Este gráfico evidencia la alteración en las tasas de interés en Colombia y como desde el año 2017 al mes de octubre del 2022, donde se evidencia un crecimiento del 4,00% y se espera que esta tasa incremente en los próximos meses. Tomado de Tasas de interés de política monetaria. (p.1), por Banco de la República. (2022)

Banco de la República (2022) Argumenta que “La tasa de intervención de política monetaria es la tasa de interés mínima que el Banco de la República cobra a las entidades financieras” (p.1). Todo basado en los préstamos que les hace mediante las operaciones de mercado abierto

9.2.4.1 Tasa de desempleo en Colombia.

Figura 12. Tasa global de participación, ocupación y desempleo total área metropolitana.

Tasas	Total Nacional		Total 13 ciudades y áreas metropolitanas	
	(%)	Agosto 2022	Agosto 2021	Agosto 2022
TGP	63,5*	61,3	65,1*	63,3
TO	56,7*	53,4	58,1*	54,9
TD	10,6*	12,9	10,8*	13,4
TS	8,7*	7,8	8,1	7,7

* Variación estadísticamente significativa.

Notas: 13 ciudades y áreas metropolitanas incluye Bogotá D.C., Medellín A.M., Cali A.M., Barranquilla A.M., Bucaramanga A.M., Manizales A.M., Pereira A.M., Cúcuta A.M., Pasto, Ibagué, Montería, Cartagena y Villavicencio.

Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

Nota. El gráfico simboliza la cantidad de individuos que se encuentran en participación, ocupación y desempleo y las elevadas tasas que presenta el país del mes de agosto del 2021 con respecto a agosto del 2022. Tomado del Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) agosto de 2022. (p.1), por DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). (2022)

El Dane 2022 afirmó que “Barranquilla mantiene su tendencia a disminuir la tasa de desempleo y continúa fortaleciendo su mercado laboral. De acuerdo con las últimas cifras presentadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, la tasa de desempleo bajó dos puntos porcentuales, pasando de 13,7% para el trimestre móvil mayo-julio de 2021 a 11,7% para el mismo periodo de este año. Dentro de los resultados, sin tener en cuenta el área metropolitana (sin Soledad) la tasa de desempleo es de 11,4%, tres puntos básicos por debajo de la tasa del área total”

9.3 Matriz POAM de la empresa Kapital Llantas Barranquilla. (Perfil de las amenazas y oportunidades)

El objetivo de elaborar la matriz POAM dentro de la empresa Kapital Llantas Barranquilla, es determinar aquellos factores externos que están totalmente fuera del control de esta, y pueden repercutir como una oportunidad o amenaza. Así mismo, fortaleciendo las amenazas que se puedan encontrar para minimizar el impacto en la compañía, también aprovechando al máximo las distintas oportunidades.

Tabla 2. *Matriz POAM entorno económico.*

Variables	Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Entorno económico PIB	Alto	3	Medio	2
Tratado de libre comercio	Alto	3	Medio	2
Inflación	Medio	2	Alto	3
Tasa de interés	Medio	2	Alto	3
Tasa de cambio	Medio	2	Alto	3
	SUMA	12	SUMA	13
	PROMEDIO	2,4	PROMEDIO	2,6

Tabla 3. *Matriz POAM entorno tecnológico.*

Variables	Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Entorno tecnológico Aplicación de tecnología Nómina	Alto	3	Bajo	2
Reconocimiento en el mercado	Alto	3	Medio	2
Automatización de procesos	Medio	2	Alto	3
Desarrollo establecimiento nueva ciudad	Medio	2	Alto	3
	SUMA	10	SUMA	10
	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	2,5

Tabla 4. *Matriz POAM entorno geográfico.*

Variables	Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Entorno geográfico				

Desarrollo en una nueva ciudad	Alto	3	Alta	3
Ubicación del negocio	Alto	3	Alto	3
	SUMA	6	SUMA	6
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	3

Tabla 5. Matriz POAM entorno social.

Variables	Oportunidad		Amenaza		
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	
Entorno Social	Desempleo	Bajo	1	Alta	3
	Nivel de inseguridad en la ciudad de Barranquilla	Alto	3	Alto	3
	Tendencias de consumo	Alto	3	Medio	2
		SUMA	7	SUMA	8
		PROMEDIO	2,3	PROMEDIO	2,7

Tabla 6. Matriz POAM entorno político.

Variables	Oportunidad		Amenaza		
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	
Entorno Político	Política de estímulo	Bajo	1	Bajo	1
	Legislación empresarial	Medio	2	Medio	2
	Normas Laborales	Bajo	1	Bajo	1
	Normas Fiscales	Bajo	1	Bajo	1
		SUMA	5	SUMA	4
	PROMEDIO	1,3	PROMEDIO	1,3	

Tabla 7. Matriz POAM entorno cultural.

Variables	Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Entorno Cultural				

Religión	Bajo	1	Bajo	1
Principios morales	Bajo	1	Bajo	1
Etnias o agrupaciones	Bajo	1	Bajo	1
	SUMA	3	SUMA	3
	PROMEDIO	1,0	PROMEDIO	1,0

Tabla 8. *Matriz POAM resultados.*

	Oportunidad	Amenaza
Entorno económico	2,4	2,6
Entorno tecnológico	2,5	2,5
Entorno social	2,3	2
Entorno geográfico	3	2
Entorno político	1,3	1
Entorno cultural	1	1
SUMA	12,5	11,1
PROMEDIO	2,1	1,9

9.3.1 Análisis de Matriz POAM

Dentro del análisis 6 factores que pueden generar oportunidades o amenazas en la organización, por ende, con respecto al entorno económico se evidenció que el PIB y los tratados de libre comercio son una brecha para que Kapital Llantas Barranquilla puede aumentar sus niveles de ventas e importar materia prima a un costo más económico, reduciendo los costos de ventas, no obstante, si los tratados se dan por finalizados esto afectará drásticamente la operación y aumentar los costos de las llantas. Con respecto a la inflación, tasa de interés y tasa de cambio es una opción para que esta pueda sacar préstamos, vender a mejores precios y atender una alta demanda, sin embargo, existe el riesgo a que estas variables cambian negativamente y afectan fuertemente a Kapital Llantas Barranquilla llevándolo a un desequilibrio económico.

Entrando a la variable tecnología se observa que la aplicación de tecnología nómima, Reconocimiento en el mercado, automatización de los procesos y el desarrollo de internet para el

reconocimiento en las redes sociales son oportunidades que la empresa tiene que aprovechar y explotar, dado que esta se mueve mayormente por ventas comerciales, implementar nuevos mecanismos de reconocimiento en una nueva ciudad y hacer uno de promociones logrando acoger una mayor demanda por parte de los clientes y reconocimiento en una nueva ciudad como es Barranquilla.

Con el factor geográfico, la ubicación del negocio al estar en una zona comercial como lo es el barrio el silencio permite facilitar la visualización frente a los clientes siendo un punto central en la ciudad de Barranquilla, permitiendo así un fácil acceso al sector. El transporte y la ubicación cercana al sector motero, facilita el envío de mercancía de otros puntos en Colombia y a otras ciudades metropolitanas en menor tiempo y costo.

En cuanto al tema político, las normas fiscales y laborales son una gran amenaza, ya que pueden cambiar y afectar el modo en que la organización trabaja, aunque actualmente existe un tipo de estímulo para las Pymes y la legislación empresarial, que al ser un apoyo económico para Kapital Llantas Barranquilla es mínimo teniendo en cuenta los precios de las llantas e importación de esta mercancía.

Finalmente, se encuentra el factor cultural en donde la religión y los principios morales no son una amenaza ya complaciendo las distintas necesidades y deseos que presenten dentro del sector motero en la ciudad de Barranquilla.

Kapital Llantas Barranquilla obtuvo a nivel global oportunidades en promedio de 2,1 y sus amenazas en 1,9 lo que quiere decir que la empresa tiene a su favor mayores oportunidades para aprovechar y sacar grandes beneficios, pero no debe descuidar aquellas amenazas que están presentes ya que no es muy alta las oportunidades.

9.4 Análisis del microentorno

9.4.1 Análisis de competencia

8.4.1.1 Competencia Kapital Llantas Barranquilla.

Aunque no son muchas empresas en el sector de ventas e instalación de llantas para motos en Barranquilla, aquellas que están buscando calidad, precio y garantía en cada una de sus compras, basado en lo anterior, tal como se evidencia en la Tabla 9. Existe un comparativo entre las 2 principales empresas que hay en Barranquilla que hagan el cambio y venta de llantas en Barranquilla, la primera empresa Tu llanta y la segunda empresa Las llantas, otorgando una calificación de 1 al 10 basado en los factores claves de éxito para cada una, en comparación con Kapital Llantas Barranquilla.

Tabla 9. Comparativo con los principales competidores de Kapital Llantas Barranquilla.

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO		Tu llanta	Las llantas	Kapital Llantas Barranquilla
1	Cuota de mercado relativa	8	7	10
2	Portafolio de productos	8	7	9
3	Factores diferenciadores	7	6	10
4	Precios	7	6	10
5	Reconocimiento de marca	6	6	10
TOTAL=Puntuación por precio relativo		36	32	49

Nota. Calificación del 1 al 10 entre las principales competencias que presenta Kapital Llantas Barranquilla, basado en los factores claves de éxito.

Tabla 10. Análisis de competencia para la empresa Tu Llantas.

Tu llanta	
¿Cuál es su mercado objetivo?	Tu llanta tiene como mercado objetivo personas del sector motero que deseen comprar las llantas de sus motos y hacer cambios de estas en el mismo sitio y en menor tiempo

¿Cuáles son sus estrategias principales?	Su principal estrategia es brindarle a su la mayor confianza a la hora de hacer cambio de las llantas de sus motos
¿Cuál es su estilo de respuesta a las actividades competitivas?	La empresa busca vender las llantas más económicas del mercado
¿Cuáles son sus logros principales?	La organización ha logrado posicionarse en el mercado basado en precios bajos y confiabilidad en el mercado

Tabla 11. *Análisis de competencia para la empresa Tendencias las Llantas.*

Las Llantas	
¿Cuál es su mercado objetivo?	Su mercado objetivo son el sector motero Barranquillero brindado mayor confianza
¿Cuáles son sus estrategias principales?	Ofrecer sus productos y servicios, mediante una excelente atención al cliente, siendo eficientes y eficaces con sus clientes
¿Cuál es su estilo de respuesta a las actividades competitivas?	Busca satisfacer las distintas necesidades que presentan los clientes mediante la venta e instalación de llantas
¿Cuáles son sus logros principales?	Ser reconocida en Barranquilla por la diversa variedad de referencias que maneja en llantas, puesto que ofrece excelente calidad y precios justos.

A partir de la información recolectada de los competidores potenciales y actuales de Kapital Llantas Barranquilla, se logró identificar que la organización Tu llanta es la que abarca mayor participación del mercado con un 35%, resaltando su reconocimiento, amplio portafolio, factores diferenciales y precios. Esto se debe principalmente a que ofrece productos de excelente calidad y a costos accesibles para los distintos tipos de consumidores que maneja, así mismo emplea una sobresaliente atención al cliente, lo que genera que estos se sientan conformes y a

gusto con el servicio que se les brinda, al momento de ir a comprar los productos, consiguiendo fidelizar a la gran mayoría de los clientes.

Cabe señalar que las Llantas, es una compañía que se dedica a vender e instalar llantas para motos. Sin embargo, esta se diferencia dado que ofrece una asesoría al consumidor dándole las distintas referencias de llantas para moto económicas.

9.4.1.2 Competencia de Kapital Llantas

Kapital Llantas abarca gran cantidad de productos y servicios relacionados el mercado de las motos es por esto por lo que se decide realizar un comparativo entre las empresas más reconocidas en el sector, basado en los enfoques que tiene la marca, asignando una calificación de 1 al 10 basado en los factores claves de éxito para cada una en comparación con Kapital Llantas.

Tabla 12. *Comparativo principales competidores de Kapital Llantas*

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO		Family moto biker Aures	Neumarket	Mundimotos	Kapital Llantas
1	Cuota de mercado relativa	6	8	7	9
2	Portafolio de productos	6	7	10	10
3	Factores diferenciadores	5	6	7	10
4	Precios	5	6	5	9
5	Reconocimiento de marca	5	5	6	10
TOTAL=Puntuación por precio relativo		27	32	35	48

Nota. Calificación del 1 al 10 entre las principales competencias Kapital Llantas, basado en los factores claves de éxito.

Tabla 13. *Análisis de competencia para la empresa Family motor biker Aures.*

Family moto biker Aures	
¿Cuál es su mercado objetivo?	Su nicho está enfocado en la comercialización de venta de productos para motos.
¿Cuáles son sus estrategias principales?	La estrategia que emplea Family es lograr satisfacer al máximo las distintas necesidades que presente el cliente, con el fin de fidelizar al cliente motero.
¿Cuál es su estilo de respuesta a las actividades competitivas?	Al poseer una amplia variedad de productos para motos y una asesoría ágil en soluciones para los requerimientos de su cliente, genera de este modo una óptima atención al cliente
¿Cuáles son sus logros principales?	Es una organización que ha logrado ganar el reconocimiento por los diversos productos para moto que maneja

Tabla 14. *Análisis de competencia para la empresa Neumarket.*

Neumarket	
¿Cuál es su mercado objetivo?	Es una empresa dedicada a la venta al por mayor y detal de venta de llantas
¿Cuáles son sus estrategias principales?	La estrategia se basa principalmente en marketing, utilizando como canal su página de Instagram para impulsar sus ventas y enseñar los productos que manejan.
¿Cuál es su estilo de respuesta a las actividades competitivas?	Se compite a través de los precios y ofreciendo una amplia variedad de llantas
¿Cuáles son sus logros principales?	La organización se ha logrado posicionar en el sector de personalización de prendas y artículos en el Bogotá y Cundinamarca

Tabla 15. *Análisis de competencia para la empresa Mundimotos.*

Mundimotos	
¿Cuál es su mercado objetivo?	Es una empresa con un enfoque motos y moto viajeros en todo el territorio colombiano.
¿Cuáles son sus estrategias principales?	Impulsan sus ventas en el contenido que suben a redes, la participación de ferias dedicadas al motociclismo y la voz a voz que crean entre los clubes del país
¿Cuál es su estilo de respuesta a las actividades competitivas?	Su principal enfoque es para el mundo motero
¿Cuáles son sus logros principales?	El reconocimiento en el mercado, creando motero innovadora para grandes clubes moteros fuera de Bogotá en distintos sectores de la ciudad

Enfocado en la competencia, se eligen 3 empresas con mayor participación en el mercado, basada en el sector en el cual se desarrolla Kapital Llantas, encontrando un porcentaje del 40% en participación para la empresa Family moto biker Aures destacada en el reconocimiento de marca teniendo en cuenta que es una de las empresas con mayor cantidad de sucursales en Bogotá generando una mayor cuota de mercado relativa, en comparación con las demás, estas tan solo cuentan con una o dos tiendas físicas siendo reconocidas por mercado específicos tales como clubes de motos, grandes empresas ubicadas en el territorio colombiano.

En el mundo motero cuenta con un amplio portafolio de referencia de llantas de motos, son pocos los sitios que venden tantos productos para motos, por lo mismo que se decide tener en cuenta cada parte del sector en el cual se desarrolla siendo su mayor potencial los productos moteros para adaptarse a las necesidades de cada cliente motero

Mundi Motos cuenta con un 35% de participación en el mercado moteros teniendo en cuenta que su enfoque sólo se limita al mercado automotriz, tal como lo es marcas de motos,

clubes moteros y empresas del mismo sector, limitando así sus posibilidades de crecimiento y adaptabilidad a nuevos mercados, es por lo que no es considerado una amenaza directa para la compañía dado que esta cuenta con otros campos a donde expandirse. Los precios siempre generarán mayor competencia, logra un equilibrio de precios en el mercado dando como opción destacarse como compañía en atención al cliente, buen servicio y productos de calidad.

10. DOFA Análisis de amenazas y oportunidades

La matriz DOFA se ejecutó basada en la entrevista realiza al gerente de la empresa Kapital Llantas ubicada en el anexo No. 1, con el objetivo de conocer de manera superficial los aspectos para tener en encuentra favorables o desfavorables, si se llega a realizar la expansión de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.

Tabla 16. *Matriz DOFA*

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento en una nueva ciudad ● Falta de inventarios ● Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Apertura de nuevos mercados ● Alianzas estratégicas ● Amplio portafolio de llantas para motos y servicios
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de expansión de marca en la ciudad de Barranquilla por medio de redes sociales ● Ubicación geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia desleal ● Tasas de cambio ● Inflación

<ul style="list-style-type: none"> • Innovación en una nueva ciudad 	
--	--

Nota. Matriz DOFA desarrollada a base de la perspectiva que tienen los dueños de Kapital Llantas, con respecto a la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla

10.1 Análisis matriz DOFA

Dentro del análisis que se realiza con respecto, se evidencian criterios relevantes para la ejecución, evaluación y control de estrategias para la expansión de Kapital Llantas Barranquilla; crear contenido en redes es un factor complejo, saber el momento adecuado para que tu audiencia logre ver tus publicaciones suele ser complejo, pero con el apoyo del contenido y reconocimiento de las redes principales de Instagram de Kapital Llantas se puede dar mayor reconocimiento de este nuevo punto.

Así pues, basándose en las amenazas del medio, la fuerte competencia desleal que se presenta, en cuanto a precios, ideas y servicios; Enfocado en la volatilidad del nuevo mercado al que se va entra que hay en la ciudad de Barranquilla.

Las fortalezas y oportunidades son claras para Kapital Llantas Barranquilla, dado que cuenta con excelente ubicación geográfica tanto en el territorio colombiano, como en la ciudad de Barranquilla, otorgándole un fácil acceso a sus compradores; es reconocida en el mercado de los moteros, por variedad de productos, precio, innovación y calidad en cada uno de ellos; concluyendo de modo tal, la sinergia que existe en la familia Kapital Llantas teniendo como proyecto a corto plazo una alianza estratégica entre ambas.

11. Investigación de mercados

11.1 Identificación del problema con respecto a la investigación de mercados.

Kapital Llantas, es una empresa familiar conformada por 2 socios que son hermanos que lleva alrededor de 5 años dentro del sector motero en la venta y cambio de sus llantas en la ciudad de Bogotá. Kapital trabaja bajo los estándares de calidad y comodidad que los distingue de sus competidores. Aunque dentro del mercado son muy pocas las empresas como Kapital, la empresa reconoce por la experiencia y la confiabilidad que le da sus clientes, entrar con franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla, para generar mayor reconocimiento dentro de un nuevo mercado, el cual puede ser explotado para generar grandes beneficios económicos para esta parte del País como es Barranquilla.

11.2 Definición de objetivos con respecto a la investigación de mercados.

11.2.1 Objetivo General de la investigación de mercados

Determinar la situación real del mercado de venta de llantas para motos en la ciudad de Barranquilla, por medio de una nueva franquicia de Kapital, basado en el estudio de clientes potenciales en Barranquilla, competidores y canales virtuales de distribución, con el fin de saber la viabilidad para que la empresa Kapital Llantas incursione en este mercado en la ciudad de Barranquilla.

11.2.2 Objetivos específicos de la investigación de mercados

- Identificar qué factores son los más relevantes para el cliente para colocar una nueva franquicia en la ciudad de Barranquilla
- Establecer claramente el segmento de mercado al cual se va a orientar la nueva línea de negocios de una nueva franquicia de Kapital en la ciudad de Barranquilla
- Analizar cuáles son los factores por los que a los clientes les gustaría una nueva franquicia en la ciudad de Barranquilla.

11.3 Hipótesis de investigación de mercados

- Los clientes realizan compras en Bogotá para envío en la ciudad de Barranquilla y el precio de envío es muy alto

- Los consumidores actualmente prefieren comprar en un punto físico, ya que los medios virtuales les genera demora en la entrega de sus llantas
- Los clientes de la ciudad de Barranquilla solicitan un punto físico de Kapital en Barranquilla para comprar sus llantas y hacer uso de los servicios que presta Kapital.

11.4 Tipo de investigación de mercados.

- Investigación Exploratoria: En este tipo de investigación se busca realizar el primer acercamiento que tiene el investigador con el problema propuesto, permitiendo encontrar soluciones a este bajo los estudios realizados.
- Investigación Descriptiva: Este tipo de investigación se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema.

11.5 Técnicas

- Cualitativa: Es el método científico para recolección de datos no numéricos y tiene tres metodologías: entrevistas a profundidad, focus group y técnicas proyectivas.
- Cuantitativa: Permiten la obtención de información de técnicas formales o estadísticas, donde el punto de partida es una hipótesis que se busca comprobar.

11.6 Tamaño de la muestra

Con el fin de conocer el tipo y el número de personas que deben ser encuestas para determinar gustos, tendencias o preferencias al momento de adquirir insumos textiles o publicitarios, se emplea la siguiente fórmula que aplica para universos finitos (más de 10.000 personas)

Tabla 17. *Significado fórmula de muestra.*

Significado		Valor
e	Margen de error	7.5%
z	Constante de población que se requiere	1.96
p	Probabilidad de éxito	40
q	Probabilidad de fracaso	60
N	Universo	300
n	Muestra	

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{300 * 1.96^2 * 0.4 * 0.6}{300 * 0.075^2 + 1.96 * 0.4 * 0.6} = 128$$

Se deben realizar 128 encuestas

11.8 Diseño de instrumentos.

1.8.1 Métodos

- **Entrevista de profundidad:** Es un método de recolección de datos cualitativos que permite recopilar una gran cantidad de información sobre el comportamiento, actitud y percepción de los entrevistados.
- **Encuesta:** Se realiza la formulación de una serie de preguntas estructuradas en donde se busca medir una o más variables, este tipo de métodos nos arrojan información del momento y por lo tanto facilita la toma de decisiones a implementar sobre aspectos como los nuevos gustos, preferencias, tendencias de mercado u otros.

11.8.2 Entrevista a profundidad para el socio de Kapital Llantas

Se realiza encuesta a socio de Kapital Llantas. Anexo 1

11.8.3 Encuesta para los clientes de Kapital Llantas Barranquilla

Se realiza encuesta a clientes de Kapital Llantas. Anexo 2

11.9 Análisis de resultados y recomendaciones entrevista socio Kapital Llantas

En la actualidad, el sector motero y venta de llantas prima en fluctuaciones en sus precios bastante drásticas, esto a raíz de la pandemia, temas arancelarios e impuestos han hecho que el valor de las llantas aumenta, Kapital Llantas es la muestra de que pueden tener una experiencia única a la hora de hacer uso de los servicios de sus clientes, porque no importa ganar un cliente nos importa ganar un amigo que nos siga recomendando.

La compañía se mantiene en pie a pesar del golpe que deja la pandemia tanto a nivel macroeconómico como microeconómico, afectándolos así de manera directa e indirectamente por eso se empezó a enfocar sus ventas por medio de sus redes sociales WhatsApp e Instagram e hizo un mayor reconocimiento frente lo que Kapital.

Llevar a cabo una expansión de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla, su socio Juan Manuel Gutiérrez refleja una expansión de marca y reconocimiento en una nueva ciudad para que conozcan lo que es Kapital, aunque los riesgos son bastante altos es bueno arriesgarse con que un establecimiento en esta parte del país.

11.9.1 Recomendación entrevista a profundidad para socio de Kapital Llantas.

Teniendo en cuenta la entrevista previa expuesto en la entrevista, la oportunidad de crecimiento y expansión de Kapital en la ciudad de Barranquilla, esta expansión generaría desarrollo y crecimiento para la marca y para el país. Sin embargo, es de vital importancia contemplar que una expansión puede traer consigo conflictos contables, personales y/o infraestructurales; es prudente dejar en claro cualquier tipo de dificultad o inconveniente que pueda llegar a producirse se debe informar a Kapital Llantas. Así pues, en un inicio, la necesidad en el aumento de personal para la atención de Kapital Llantas Barranquilla no es preciso, dado que la misma, logra manejar sus procesos contables y operativos; cabe resaltar, el hecho de

generar una inversión en la expansión de esta ciudad puesto que es un medio por el cual se genera el 95% de las ventas.

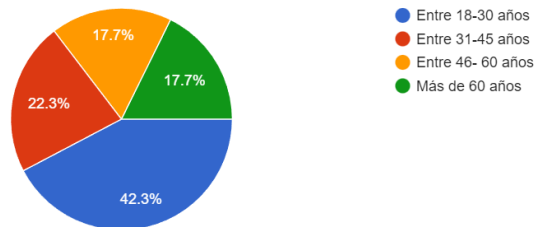
11.9.2 Análisis encuestas clientes de Kapital Llantas Barranquilla.

Basados en las respuestas obtenidas durante la aplicación del instrumentó, se realiza un breve análisis teniendo en cuenta los 130 resultados; de manera consecuente se plantean diversas recomendaciones dirigidas a la expansión de Kapital Llantas Barranquilla.

Figura 13. Edad.

¿Cual es su edad?

130 respuestas

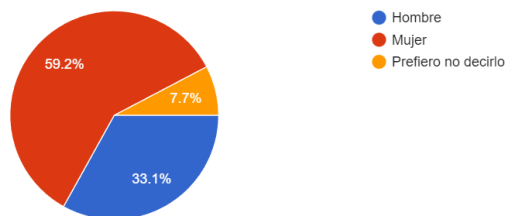


De acuerdo a la encuesta, el 42.3% de los clientes de Kapital Llantas están entre los 30 a 45 años seguido por el 22.3% que están entre los 31 a 45 años y por último 17.7% entre los 46 A más de 60 años. Este resultado nos indica que aunque la mayor parte de sus clientes está entre 30 años y 18 a 30 años;también Kapital tiene clientes de todas las edades.

Figura 14. Genero cliente.

¿Cual es su género?

130 respuestas

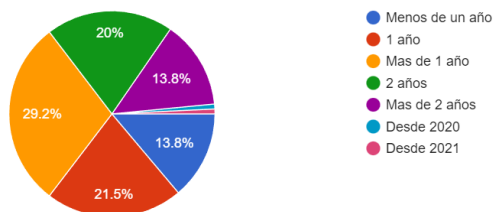


Según la encuesta el 59.2% de los encuestados son mujeres, 33.1% son hombres y el 7.7% no dice su género, lo cual nos demuestra que la mayor parte de los clientes son mujeres lo cual demuestra que el sector motero también hace inclusión a las mujeres; aun así es alto el número de los hombres que van a Kapital Llantas. Lo cual demuestra que Kapital Llantas es un negocio al cual vienen hombres y mujeres.

Figura 15. Reconocimiento de Kapital

¿Desde hace cuando conoce Kapital Llantas?

130 respuestas

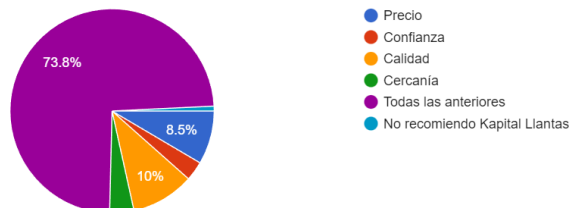


Kapital Llantas es un negocio que el 29,2% de los encuestados conocen el negocio hace más de un año, seguido por el 21.5% que lo conoce hace 1 año, finalmente el 13,8% conocen a Kapital hace más de 2 años o desde el 2020; lo cual demuestra que Kapital Llantas es un negocio reconocido en el sector motero y ha tenido un gran impacto.

Figura 16. Preferencia de Kapital

¿Por qué prefiere hacer el cambio de las llantas de su moto o hacer uso de los servicios que presta Kapital Llantas frente a otros establecimientos?

130 respuestas

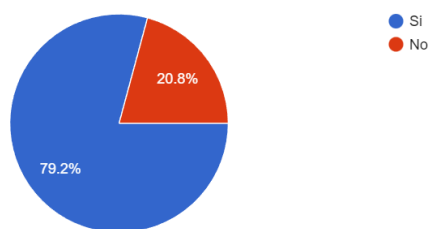


La preferencia que tienen sus clientes es del 73,8% de sus clientes por el precio, confianza, calidad y cercanía seguido por el 10% que prefieren a Kapital por sus precios y solamente el 8,5% de los encuestados no recomiendan visitar Kapital, lo cual demuestra que Kapital es una empresa que impacta en la satisfacción de los clientes como de sus dueños

Figura 17. Conocimiento de Kapital en otras ciudades

¿Sabía usted que Kapital Llantas tiene franquicias en Bogotá, Medellín, Cali, Pereira, Bucaramanga y Duitama?

125 respuestas

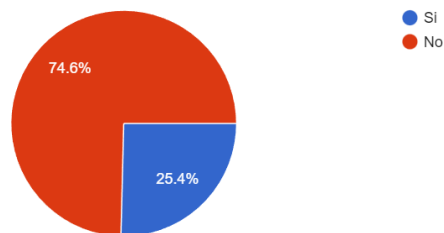


El 79,2% de los encuestados conoce que Kapital tiene más franquicias en otras ciudades y el 20,8% no conoce que Capital tiene más franquicias en otras ciudades del país; lo cual quiere decir que Kapital es reconocida a nivel nacional.

Figura 18. *Reconocimiento de establecimiento como Kapital en la ciudad de Barranquilla*

¿Alguna vez ha escuchado un negocio como Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla?

126 respuestas

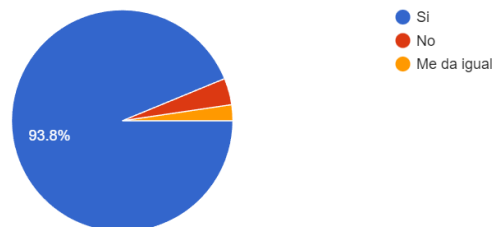


El 74,6% de los encuestados no ha escuchado un negocio como Kapital en la ciudad de Barranquilla mientras que el 25,4% de los encuestados si conoce un negocio como Kapital en Barranquilla entonces Kapital Llantas seria uno de los primeros negocios en la ciudad de Barranquilla donde sus clientes pueden comprar sus llantas de su moto y también hacer el cambio en un mismo sitio.

Figura 19. *Kapital en la ciudad de Barranquilla*

¿Le gustaría que Kapital Llantas se expandiera a la ciudad de Barranquilla con una de sus franquicias?

129 respuestas

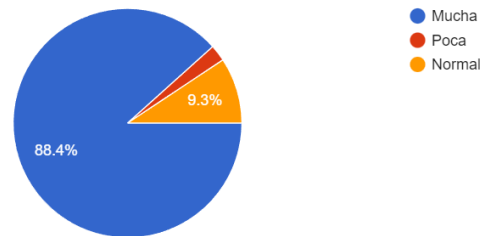


El 93.8% de los clientes quiere que Kapital Llantas se expanda a la ciudad de Barranquilla lo cual demuestra que los clientes de Kapital si les gustaría una franquicia en esta ciudad.

Figura 20. *Acogimiento de Kapital en la ciudad de Barranquilla*

¿Que tanta acogida cree que tendría Kapital Llantas en Barranquilla?

129 respuestas



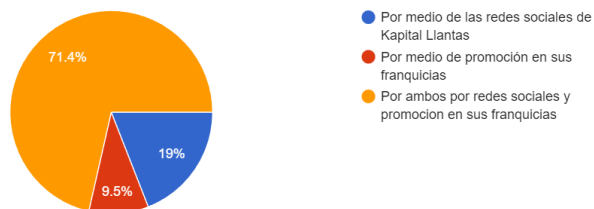
El 88,4% de los encuestados dice que Kapital Llantas Barranquilla tendría una gran acogida mientras el 9,3% dice que su acogida va ser normal, los clientes tienen muchas expectativas frente a la expansión de Kapital

Figura 21. *Conocimiento de una Kapital Llantas Barranquilla*

¿Cómo le gustaría que se diera a conocer esta franquicia en las otras sedes del país?

[Copiar](#)

126 respuestas



El 71,4% de los clientes les gustaría que Kapital Llantas se diera a conocer por medio de las redes sociales oficiales de Kapital Llantas y promociones dentro de sus franquicias, seguida por el 19% que quiere que se promociona por redes sociales; teniendo en cuenta a nuestros clientes se prevee que la promoción de Kapital Llantas Barranquilla sea por medio de ambos mecanismos

Figura 22. Valor agregado de Kapital Llantas Barranquilla



El 80,5% de los encuestados le gustaría que el valor agregado de Kapital Llantas Barranquilla tenga precios bajos, calidad en sus servicios y envíos a otras zonas del país seguido por el 12,5% que se tuvieran precios bajos.

11.9.2.1 Recomendaciones y conclusiones encuestas clientes de Kapital Llantas Barranquilla.

Es evidente que los clientes de Kapital Llantas les gustaría tener una franquicia en la ciudad de Barranquilla, ya que evidencian que Kapital es una marca insignia del sector motero, es por ello recomendable, mantener en Kapital Llantas Barranquilla con los mejores precios del mercado, dando como valor agregado, la experiencia en cada llanta vendida para su moto vendido, ofreciendo un excelente servicio al consumidor logrando así fidelizarlo y que conozcan la marca en todo el país.

También es importante que Kapital Llantas Barranquilla tenga en cuenta las necesidades del cliente y adaptarse a las mismas, contribuye con el crecimiento de la empresa, dado que es la fuente principal de ingresos actualmente, pero siempre bajo la modalidad del respeto, la

colaboración y la confianza teniendo en cuenta que dentro del sector no hay muchas marcas como Kapital.

11.10 Objetivos del plan de mercadeo

- Tener unas ventas del 70% las ventas durante 6 meses.
- Establecer una técnica de fidelización y mejorar las relaciones con los consumidores de la ciudad de Barranquilla
- Aumentar en un 80% las visitas a la tienda física de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla
- Obtener el 5% de cuota de mercado llantas en Barranquilla para finales del cuarto trimestre del 2023
- Lograr el 20% sobre los costos de ventas de cada llanta en la ciudad de Barranquilla

11.10.2 Objetivos de venta.

- Incrementar las ventas a \$100.000.0000 en promociones durante los primeros meses de inauguración de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla
- Mejorar el número de ventas en la Instagram y envíos a ciudades del norte del país en un 20%

11.10.3 Objetivos de comunicación.

- Aumentar en 10% la recordación de marca dentro del mercado de consumidores en Kapital Llantas Barranquilla
- Posicionar a Kapital Llantas Barranquilla como un referente de calidad y precio en 6 meses.
- Generar visibilidad a la nueva franquicia de Kapital Llantas en Barranquilla en 2 meses
- Dar a conocer al mercado el valor añadido y potenciar las características de una nueva franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla

12. Estrategia de la mezcla

La estrategia mezcla los aspectos que debe tener en cuenta una organización para realizar actividades ligadas con el marketing, donde intervienen la 4 P's que son: producto, precio, plaza y promoción, mediante la implantación de estas se logra crear la campaña de marketing idónea para el consumidor. Determinado la segmentación, precio, necesidades, producto, marca, publicidad y entre otras variables que permitirán el éxito tanto del producto frente al nicho de mercado y la acogida por parte del público. Lo que traerá consigo beneficios económicos, reconocimiento y experiencia permite conocer a fondo la expansión de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.

12.1 Grupo objetivo

12.1.1 Segmentación geográfica

- País: Colombia
- Ciudad: Barranquilla

12.1.2 Segmentación demográfica

- Edad: Personas entre 18 a 80 años
- Estratos socioeconómicos: Dos, tres, cuatro, cinco y seis.
- Sexo: Hombre, mujer o cualquier otro.
- Ingreso: SMLV o mayor este
- Nivel educativo: Educación media o superior.
- Profesión / Ocupación: Sin preferencia.
- Etnia: Sin preferencia.
- Religión: Sin preferencia.

12.1.3 Segmentación Psicográfica

- Estilo de vida: Gusto por las motos

- Valores: Independencia, libertad, madurez, optimismo, originalidad, perseverancia, racionalidad, alegre, carácter y confianza.
- Personalidad: Ejecutivo, emprendedor, tranquila, innovador, reservado, arriesgado, apasionado, extrovertidas o introvertidas.
- Motivación: Crecimiento personal y económico
- Actitudes: Positivo, proactivo, interesado, respetuoso y ético.
- Aptitudes: Motivación, planificación, autonomía, iniciativa, coraje y empatía.

12.1.4 Segmentación Conductual

Un consumidor es fuertemente influenciado por aquellas organizaciones que ofrecen llantas para las motos a precios bajos y calidad en la prestación de los servicios. Otro factor determinante es la capacidad de abasto que emplea una empresa, ya que los clientes buscan siempre comprar calidad a precios bajos, para obtener de este modo un descuento. Finalmente, la importancia de un punto físico o un medio digital para conocer la experiencia del cliente con esta nueva franquicia.

12.1.5 Etapa del ciclo

Los clientes a futuro de la expansión de Kapital Llantas Barranquilla se encuentran en varias etapas, por ende, se comienza haciendo alusión al “soltero independiente”, el cual se caracteriza por ser individuos jóvenes con múltiples sueños y metas, por esto suelen crear pequeños emprendimientos para generar su propio dinero y así costearse su educación, viajes, ocio y diversión, tecnología o pagar arriendo. En segunda instancia están “recién casados”, aquellas parejas que tiene como propósito crecer de forma conjunta y están viviendo nuevas experiencias, por esto adquieren vivienda, electrodomésticos, créditos, vacaciones o generan emprendimientos,

Finalmente, el ciclo “nido vacío”, son aquellas parejas casadas, con una vida ya que, claramente definida, no obstante, buscando mejorar en su hogar, planes de pensiones, inversiones o creación de un pequeño negocio que les permita sustentarse por el resto de sus vidas. Pero lo

importante es que tengan una moto para que se acerquen a conocer lo que es Kapital Llantas Barranquilla.

12.1.6 Pirámide de necesidades Maslow

Tomando como referencia la pirámide de Maslow los consumidores de las llantas para motos y promocionales de la marca Kapital Llantas Barranquilla de Kapital Llantas se encuentran en el segundo nivel denominado “necesidades de seguridad y protección”, dado que tiene que ver con las expectativas y condiciones de vida del individuo. En los cuales estos individuos adquieren productos para poder satisfacer los deseos de sus propios clientes, cuya finalidad es obtener beneficios económicos y reconocimiento dentro del mercado de la ciudad de Barranquilla.

En relación con la matriz de decisiones familiares los compradores de la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla, están ubicados en las decisiones personales rutinarias, dado que al momento hacer el cambio de las llantas de su moto es una decisión personal, pero el proceso será más complejo y difícil, por ende, se busca tener socios o inversionistas, a los cuales se les debe consultar qué piensan y sienten con respecto a la empresa proveedora la cual se le compran las llantas de sus motos dentro de la ciudad de Barranquilla o quieren traerlas de otro lado.

12.1.7 Descripción del Buyer persona

Figura 23. *Buyer persona*



Nota. La imagen nos representa al inicio de Buyer persona, en este caso Sebastián Gutiérrez como vendedor de Kapital Llantas y una cliente motera, (2022). Fuente: Kapital Llantas

Nombre: Carolina Duque

Edad: 26 años.

Datos demográficos

- Vive en: Barranquilla
- Sector profesional: Comunicadora social
- Nivel del cargo: Emprendedora
- Nivel Educativo: Universitario.
- Estado Civil: Soltera.

Características: Profesional, extrovertida, arriesgada, innovadora, creativa, amistosa y alegre.

La motiva: Adquirir productos para el cuidado de su moto

La desmotiva: Que tenga que venir a Bogotá para tener que hacer el cambio de las llantas de su moto sabiendo que vive en Barranquilla

Necesidades: Ahorrar dinero, para de esta manera poder usar ese dinero en otras cosas para su moto

Metas y deseos: Lograr comprar las llantas de su moto en Barranquilla

Gustos y aficiones: Las motos y la velocidad

Nota: El enfoque de un nuevo mercado es dar a conocer la experiencia y los beneficios de un nuevo negocio en la ciudad de Barranquilla

12.2 Descripción del producto

12.2.1 Producto básico

Kapital Llantas mediante la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla procura satisfacer las distintas necesidades que presentan los consumidores mediante la venta de llantas para motos.

12.2.2 Producto y servicio real

A través de la franquicia Kapital Llantas Barranquilla se buscará ofrecer a los clientes un amplio portafolio de llantas y servicio de instalación, en el cual se disponen insumos textiles como: Michelin, Bridgestone, Dunlop, Pirelli, Metzeler, generando libertad de elección para nuestros clientes moteros.

12.2.3 Producto aumentado

Con la comercialización de llantas de Kapital Llantas, desea generar el valor añadido de una asesoría o guía para aquellas personas o empresas que tengan dudas e inquietudes con respecto a cuál es la mejor llanta para su moto, donde se aconsejará a los consumidores de las ventajas y desventajas que este tenga, por ende, el propósito de implementar esto es fidelizar al cliente para que este se sienta seguro y confiado de los productos que está adquiriendo con nosotros.

12.3 Franquicia-Propuesta de Valor-Desarrollo de un nuevo establecimiento

Figura 24. Logo Kapital Llantas Barranquilla.



12.3.1 Montaje

12.3.1.1 Aviso

Kapital Llantas Barranquilla deberá contar con un aviso, el cual será la fachada del establecimiento donde quedará la franquicia, este será instalado en un lugar visible de la parte superior de la fachada, iluminada y limpia.

Figura 25. Logo de la fachada



El material del aviso de Kapital Llantas Barranquilla será en acrílico con luces led internas y mantenimiento los colores e imagen tal como se muestra a continuación

Figura 26. Aviso Kapital Llantas Barranquilla



12.3.1.2 Entrada del Local

Figura 27. Proyección entrada Kapital Llantas Barranquilla



12.3.1.3 Recepción

El módulo de la recepción será de color rojo, negro y gris. El fondo de la recepción de Kapital Llantas Barranquilla contará con un logo Kapital Llantas de un tamaño 1.50 por 1.50

Figura 28. *Proyección recepción Kapital Llantas Barranquilla*



11.3.1.4 Piso área de trabajo

El piso del área de trabajo de Kapital Llantas Barranquilla será de caucho y negro

Figura 29. *Proyección piso área de trabajo Kapital Llantas Barranquilla*



12.3.1.5 Estanterías de las Llantas

Los estantes de Kapital Llantas Barranquilla para las llantas serán de acero de color negro ancladas al piso y al techo

Figura 30. *Proyección estantería Kapital Llantas Barranquilla*



12.3.1.6 Dotación del personal

La dotación del personal de Kapital Llantas Barranquilla serán camisetas tipo polo color negro, con el logo de Kapital Llantas y el nombre del funcionario en rojo en la parte superior derecha de la camiseta.

Figura 31. *Dotación personal Kapital Llantas Barranquilla*



12.4 Modelo de construcción de la franquicia

12.4.1 Conceptualización estratégica

Tabla 18. *Conceptualización Estratégica*

<i>Atributos tangibles</i>	<i>Beneficios Tangibles</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Diversidad de marcas ● Precios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Llantas de calidad ● Economía ● Seguridad
<i>Atributos emocionales</i>	<i>Beneficios emocionales</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Calidad ● Marcas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Seguridad en las llantas de su moto ● Experiencia única al cambio de sus llantas

12.5 Valores de la franquicia

Kapital Llantas Barranquilla: Comercialización e instalación de llantas de moto distintas necesidades de los clientes, asegurando productos de alta calidad, precios accesibles y grandes variedad de marcas

12.5.1 Personalidad de la franquicia

Personas con moto que desean hacer cambio de sus llantas con el fin de tener una experiencia única y sentir seguridad de que los zapatos de su moto serán cambiados por los mejores Buscando generar un crecimiento, reconocimiento y estatus dentro del sector motero en la ciudad de Barranquilla.

12.6 Estrategia de precios

Los precios de Kapital Llantas Barranquilla estarán basados en la competencia, se considera una definición de precios estratégica en relación con los productos o servicios otorgados por la competencia, estableciendo de mismo modo como objetivo ser diferentes, con precios bajos, iguales o más altos; consiguiendo amplitud en la cuota de mercado teniendo los mismos precios que los otros puntos de Kapital Llantas.

12.7 Precio de las llantas

Fijando precios con Kapital Llantas asequibles, generando mayor ganancia a mediano y largo plazo, se logra aumentar la participación del mercado en la ciudad de Barranquilla; los precios por par de llantas van desde \$300.000 a \$3.000.000.

12.8 Tipos de intermediarios

Las llantas comercializadas en Kapital Llantas Barranquilla tienen como finalidad generar mayor rentabilidad de estos, por ende, su distribución inicia en punto de Kapital Llantas Barranquilla encargados de recibirlos; enviado a Barranquilla quien venderá en la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla de darlo a un cliente final.

12.9 Tipos de distribución

Desde el punto de Kapital Llantas Barranquilla se distribuirá e instalará las llantas para las personas que visiten este punto de igual manera los envíos a esa zona del país se darán desde este punto.

12.10 Tipos de negocios donde las llantas podrán ser adquiridas podrán ser adquirido

Las llantas de Kapital Llantas podrán ser adquiridas por medios digitales WhatsApp, Facebook e Instagram; su punto físico en la ciudad de Barranquilla será canal de venta e instalación de llantas en su franquicia.

12.11 Objetivos de comunicación

- Cambiar la perspectiva que tienen los moteros de la ciudad de Barranquilla creando una propuesta de valor y una experiencia innovadora a la hora de cambiar sus llantas
- Crear notoriedad en el público objetivo de la ciudad de Barranquilla, buscando reconocimiento de marca tanto para Kapital Llantas como para Kapital Llantas Barranquilla
- Potenciar en un 30% la experiencia de compra de sus llantas para sus motos en la ciudad de Barranquilla

12.12 Estrategia creativa

Cabe resaltar que durante más de un año el autor de este trabajo en la sede principal en Kapital Llantas y de acuerdo a su experiencia y el asesoramiento de los dos socios de Kapital Llantas , gerente general y dirección del director de tesis Julian Gutierrez para desarrolló la estrategia creativa de la expansión de este negocio con la franquicia de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla.

12.12.1 Descripción de la franquicia

Kapital Llantas Barranquilla es una propuesta diferente para la ciudad Barranquilla dentro del sector motero, donde sus clientes podrán hacer cambio de sus llantas y realizar la instalación en el mismo establecimiento con una experiencia diferente.

12.12.2 Posicionamiento esperado

Kapital Llantas Barranquilla espera ser posicionada y reconocida en el mercado como mercado motero de Barranquilla, por su calidad, precios justos y diversidad de llantas.

12.12.3 Promesa de valor

Kapital Llantas Barranquilla promete a sus clientes del sector motero darle las mejores referencias de moto a precios asequibles y de la mejor calidad.

12.12.4 Claim

Los zapatos de tus motos en las mejores manos

12.12.5 Target group

Persona natural o jurídica, dentro del mercado motero en la ciudad de Barranquilla, con edad entre los 18 y 80 años.

12.12.6 Respaldo de la franquicia corporativa

Kapital Llantas- Kapital Llantas Barranquilla

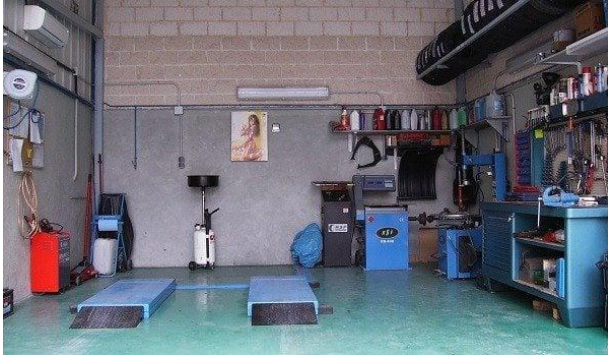
12.13 Plan de adecuación del punto físico

12.13.1 Punto en la ciudad de Barranquilla

El local que se comprara para la puesta de la franquicia tiene un valor de \$100.000.000.

Estará ubicado en el barrio el silencio en la dirección Cra #26 c-79-08 con un área de 80*200M2

Figura 32. Local propuesto Kapital Llantas Barranquilla



Nota: Se espera que en 1 año se recupere la inversión del local de Barranquilla

12.3.2 Presupuesto de adecuación de Kapital Llantas Barranquilla

12.3.2.1 Presupuesto adecuación punto físico

El presupuesto para adecuación de Kapital Llantas Barranquilla es de \$30.000.000 para la adecuación del local propuesto que tendrá 5 escenarios, el primero es el taller donde estará la maquinaria para el cambio de llantas, el segundo es la sala de recepción donde se realizarán todos los trámites y pagos, el tercero es la bodega donde se encontrarán las estantería con todas las referencias de llantas e insumos para cambio de llantas, el cuarto es la sala de espera donde podrán esperar y el quinto es el plus que tendrá Kapital Llantas Barranquilla donde podrán tomarle una foto a su moto con sus zapatos nuevos al terminar el cambio de su las llantas de su moto.

Figura 33. *Espacio propuesto en Kapital Llantas Barranquilla para la toma de la foto*



Figura 34. *Espacio de máquinas Kapital Llantas Barranquilla*



Figura 35. *Espacio propuesto para cambio de llantas*

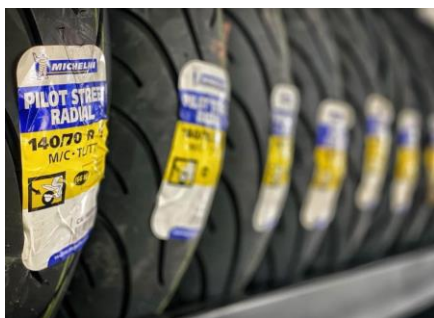


Nota: Se espera que la inversión del local se recupere en 6 meses

12.3.2.2 Presupuesto adecuación inventario

El presupuesto para la adecuación del inventario de Kapital Llantas Barranquilla es de \$120.000.000 en llantas, las cuales son 500 pares de llantas Michellin, Dunlop, Bridgestone, Pirelli, Continental, etc; las cuales serán en consignaciones y serán rotadas en los otros puntos de Kapital Llantas a nivel nacional.

Figura 36. *Inventario Kapital Llantas Barranquilla*



12.3.2.3 Presupuesto adecuación personal

Para Kapital Llantas Barranquilla se tiene previsto contratar a 13 personas, divididos así:

Figura 37. Organigrama propuesto Kapital Llantas Barranquilla



En Nómina mensual se darán los siguientes sueldos:

Tabla 19. Presupuesto nómina mensual Kapital Llantas Barranquilla

Cargo	Salario Basico Mensual
Administrador Kapital Llantas Barranquilla	\$ 3.500.000
Auxiliar administrativo	\$ 1.500.000
Auxiliar contable	\$ 1.500.000
Cajero 1	\$ 1.100.000
Cajero 2	\$ 1.100.000
Vendedor 1	\$ 1.100.000
Vendedor 2	\$ 1.100.000
Vendedor 3	\$ 1.100.000
Mecánico 1	\$ 1.300.000
Mecánico 2	\$ 1.300.000
Mecánico 3	\$ 1.300.000
Mecánico 4	\$ 1.300.000
Bodeguero	\$ 1.000.000

Personal de Servicios generales	\$ 3.500.000
TOTAL, NOMINA MENSUAL	\$ 21.700.000

Nota: Todos los empleados respecto a las ventas del cierre de mes de Kapital Llantas Barranquilla reciben el 0,001% adicional

Figura 38. *Equipo directivo Kapital Llantas*



Se provee que la inversión inicial total se recupere en un tiempo máximo a 1 año

12.4 Inauguración Kapital Llantas Barranquilla

Se tiene previsto dar apertura a Kapital Llantas Barranquilla en junio de 2023

Figura 39. *Fachada inauguración prevista Kapital Llantas Barranquilla*



12.4.1 Promoción Inauguración Kapital

Se tiene previsto que la promoción de la inauguración de Kapital Llantas Barranquilla sea por medio de las redes sociales oficiales de Kapital Llantas y los influenciadores que promocionan

la compra de las llantas en otras sedes, de igual manera se contratan modelos para generar más atención de la promoción de Kapital Llantas Barranquilla.

Figura 40. *Equipo promocional Kapital Llantas*



13. Conclusiones

Es importante que Kapital Llantas implemente expansión su negocio a varias ciudades de Colombia con el fin de conocer: oportunidades en el mercado, nuevos clientes potenciales, creación de nuevos productos y servicios, mejoramiento de reconocimiento dentro del sector motero, fidelizar clientes, mejorar la reputación de la organización, brindar un servicio al cliente de calidad, rápido y amable, entre otras. Esto permitirá que la empresa tenga un panorama más objetivo de las metas o resultados que desea alcanzar en un plazo de corto, mediano o largo plazo, trayendo consigo mejores ingresos económicos para el negocio como se demuestra con el análisis de la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla.

Gracias a él excelente manejo que se tiene en Kapital Llantas se puede expandir por medio de Kapital Llantas Barranquilla de la anterior premisa al haber realizado un análisis interno a la organización, actualmente cuenta si se presenta una gran demanda por parte de sus clientes para que este negocio se expanda a la ciudad de Barranquilla.

De acuerdo con todo lo expuesto se llegó a la conclusión que si la organización Kapital Llantas desea incursionar en el mercado de llantas para motos en la ciudad de Barranquilla con la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla debe tener en cuenta en primera instancia que este mercado tiene una alta demanda por parte de los clientes moteros en la ciudad de Barranquilla y que también existen pocas empresas dentro del sector motero. Es en este punto donde los gerentes deben entrar a competir en el mercado mediante precios, así mismo generando un valor agregado mediante un excelente servicio al cliente en el cual se le brindará una asesoría y recomendaciones al consumidor de acuerdo con sus deseos y necesidades, para que de este modo se sienta a gusto por el trato y realice compras a futuro, fidelizando y entrando en un nuevo mercado en el sector motero de la ciudad de Barranquilla.

Se determinó que el valor total de la puesta de la franquicia es de \$400.000.000 y su tasa de retorno de inversión será en 1 año, siendo junio del 2024 el mes donde se obtengan las ganancias totales. Sin embargo, el principal canal de comunicación del nuevo punto de Kapital

se debe emplear son los medios digitales que tiene ahora oficialmente Kapital Llantas vendrían siendo Facebook ,WhatsApp e Instagram , elaborando campañas de marketing, cuya finalidad sea llegar a nuevos clientes sepan que ahora estamos en la ciudad de Barranquilla. La idea es que los gerentes de Kapital Llantas tomen el plan de acción que se desarrolló en el capítulo 11: Estrategia de la mezcla, en el cual se abarcan todos los aspectos relacionados con el mercado motero Barranquillero, para que estos tengan el conocimiento de como entrar a este nuevo mercado en una nueva ciudad.

Así pues, Finalmente abordando, teniendo en cuenta lo expuestos en este plan de Expansión desde el capítulo 11.3 donde ya se empieza a abordar como tal la puesta de la franquicia de Kapital Llantas Barranquilla se tomará como base la investigación de la puesta del negocio en la ciudad de Barranquilla.

14. Bibliografía

Alcaldía Distrital de Barranquilla. (2022). Accidentalidad en Barranquilla víctimas | Datos Abiertos Colombia. Datos gov. Recuperado de: <https://www.datos.gov.co/Transporte/Accidentalidad-en-Barranquilla-victimas/y628-5q9a>

Batten, M. A. (2010). Plan de Negocio para una franquicia de Panaderías. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de: <https://biblioteca-farmacia.usac.edu.gt/Tesis/MAIES30.pd>

Buitrago, A., & Cuervo, N. (2018). Plan de expansión para incrementar la cuota de mercado relativa de la empresa Delirios de Mujer. Recuperado de: <https://cutt.ly/Lk6Qinw>

Castillo,C. (2021). Gerencia general. Kapital Llantas. Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

Castillo,C. (2021). Que es Kapital Llantas. Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

Castillo,C. (2021). Ventas de Kapital Llantas. Kapital Llantas. Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

Castillo,S. (2021). Ventas digital Kapital nivel nacional. Kapital Llantas. Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

Chisnall,P(1987)La importancia de la investigación de mercado. Recuperado de: <https://clusmin.org/la-importancia-de-la-investigacion-de-mercado/>

Colombia, M. (2022). 7.270 muertos en accidentes de tránsito en 2021. Motor Colombia. Recuperado de: <https://www.motor.com.co/industria/7.270-muertos-en-accidentes-de-transito-en-2021-20220124-0001.html>

COTELCO. (2019). Índice de competitividad turística regional de Colombia. Centro de Pensamiento Turístico.

Colombia.com. (2021). Economía. Recuperado de: <https://cutt.ly/AGzIgmX>

DANE. (2022). Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) febrero 2022. Recuperado de: <https://cutt.ly/sDFqhV1>

DANE. (2022). Boletín Técnico Índice de Precios al Consumidor (IPC) febrero 2022. Recuperado de: <https://cutt.ly/oDD6P7Z>

DANE. (2022). Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB) IV trimestre 2021pr. Recuperado de: <https://cutt.ly/ADD5k3Z>

DANE. (s.f). Producto Interno Bruto. Recuperado de: <https://cutt.ly/YRSrRvn>

Economia3. (2021). Qué es y cómo se elabora un plan de expansión. Recuperado de: <https://cutt.ly/FvxnDCu>

EDS robotics. (2021) ¿En qué consiste el sistema Pull?. Recuperado de: <https://www.edsrobotics.com/blog/sistema-pull-ventajas-desventajas/>

Gutiérrez,J. (2021). Kapital oportunidad de negocio. Kapital Llantas. Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

Gutierrez,S. (2021).Garantías llantas. Kapital Llantas Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

Kothler,P(1947)La importancia de la investigación de mercado. Obtenido de <https://clusmin.org/la-importancia-de-la-investigacion-de-mercado/>

Rozo, N. G. (2017). Estudio de mercado para la comercialización de Pan. Bogotá: Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20162/T%20EAG%20R893e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

QuestionPro. (2021). Muestreo aleatorio simple, uno de los tipos de muestreo de probabilidad. Recuperado de: <https://cutt.ly/qRSe073>

Ramos, M. (2021). Qué es una estrategia de mercadeo: La claves para lograr el éxito en tus esfuerzos de marketing. Recuperado de: <https://cutt.ly/STC4Uaz>

Torres, J. (2020). GERENCIA DE MERCADEO. Recuperado de: <https://cutt.ly/TDJZn7D>

Universidad de Champagnat. (2002, agosto). Comportamiento del consumidor y segmentación de mercados. Recuperado de: <https://cutt.ly/mvHVyGH>

Valora Analitik. (2021) Empieza a calentarse discusión sobre aumento de salario mínimo de 2022 en Colombia. Recuperado de: <https://cutt.ly/ARPIQuK>

Vidal, I. (2020). En Atlántico, 47% del parque automotor son motocicletas. EL HERALDO. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/atlantico/en-atlantico-47-del-parque-automotor-son-motocicletas-392019>

Zuluaga (2021) Cambio llantas. Kapital Llantas Recuperado de: <https://vymaps.com/CO/Kapital-llantas-656411674477742/>

15. Anexos

Anexo 1. Entrevista profundidad socio Kapital Llantas

Buenos días, la presente entrevista tiene como finalidad la realización de un número determinado de preguntas, con el propósito de recoger información y conocer exactamente el punto de vista que los dos gerentes de Kapital Llantas con respecto a la posible expansión de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla. La información arrojada será utilizada únicamente con fines académicos.

INSTRUMENTO PREGUNTAS ABIERTAS

ENTREVISTA PROFUNDIDAD

ENTREVISTADOR: SEBASTIAN GUTIERREZ

ENTREVISTADO: JUAN MANUEL GUTIERREZ

CARGO SOCIO

AÑOS EN LA EMPRESA

DURACIÓN N/A

FECHA N/A

1. Siendo empresario ¿Cómo evalúa el comportamiento del mercado en relación con el del 2021?
2. Principales dificultades que tuvieron faltando 3 meses para el cierre de año ¿Creen lograr alcanzar las metas previstas?
3. En el corto plazo ¿cuáles son los proyectos más importantes para la empresa?
4. Tienen ustedes planeado expandir este negocio a la ciudad de Barranquilla

5. ¿Por qué desea llevar a cabo la expansión de Kapital Llantas a la ciudad de Barranquilla?
6. A partir de los distintos tipos de negociación expuestos ¿Cuál cree usted que sea el más oportuno para Kapital Llantas Barranquilla? Justifique su respuesta.
7. ¿La empresa Kapital Llantas cuenta con la infraestructura y capacidad operativa para ejecutar la expansión de Kapital en la ciudad de Barranquilla?
8. Teniendo en cuenta dicha negociación ¿Utilizarán algún tipo de apalancamiento y reconocimiento de esta nueva franquicia en la ciudad de Barranquilla?
9. ¿Cuáles son las expectativas que se tienen con la expansión de Kapital Llantas Barranquilla?
10. ¿En relación con el mercado actual, Kapital Llantas iniciará junto con Kapital Llantas Barranquilla los trámites para colocar esta franquicia?
11. En la expansión de Kapital Llantas en Barranquilla, ¿Mantendrían o cambiarían la esencia de la marca (Logo, colores representativos, slogan)?

Muchas gracias por su disposición y colaboración, ya que esta información nos servirá para el desarrollo del proyecto de grado.

Anexo 2. Entrevista a profundidad clientes Kapital Llantas

Buen día estimado cliente, lo invitamos a responder la siguiente encuesta, con la finalidad de conocer los intereses frente a una expansión de Kapital llantas en la ciudad de Barranquilla. En cumplimiento con lo estipulado en la Ley 1581 y el Decreto reglamentario 1377 de 2013 que desarrollan el derecho del Habeas Data, manifestamos que la recolección y uso de estos datos recopilados tendrán única y exclusivamente fines totalmente académicos.

¿Cuál es su edad?

Entre 18-30 años

Entre 31-45 años

Entre 46- 60 años

Más de 60 años

¿Cuál es su género?

Hombre

Mujer

Prefiero no decirlo

¿Desde hace cuando conoce Kapital Llantas?

Menos de un año

1 año

Mas de 1 año

2 años

Mas de 2 años

¿Por qué prefiere hacer el cambio de las llantas de su moto o hacer uso de los servicios que presta Kapital Llantas frente a otros establecimientos?

Precio

Confianza

Calidad

Cercanía

Todas las anteriores

¿Sabía usted que Kapital Llantas tiene franquicias en Bogotá, Medellín, Cali, Pereira, Bucaramanga y Duitama?

Si

No

¿Alguna vez ha escuchado un negocio como Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla?

Si

No

¿Le gustaría que Kapital Llantas se expandiera a la ciudad de Barranquilla con una de sus franquicias?

Si

No

Me da igual

¿Qué tanta acogida cree que tendría Kapital Llantas en Barranquilla?

Mucha

Poca

Normal

¿Cómo le gustaría que se diera a conocer esta franquicia en las otras sedes del país?

Por medio de las redes sociales de Kapital Llantas

Por medio de promoción en sus franquicias

Por ambos por redes sociales y promoción en sus franquicias

¿Qué valor agregado le gustaría que tuviera Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla?

Precios bajos

Calidad en sus servicios

Envíos a esta zona del país en menor tiempo

Todas las anteriores

Anexo 3. Entrevista a profundidad gerencia Kapital Llantas

PREGUNTAS ABIERTAS

ENTREVISTA PROFUNDIDAD

ENTREVISTADOR: SEBASTIAN GUTIERREZ

ENTREVISTADO: DIEGO GUTIERREZ

CARGO GERENTE GENERAL

AÑOS EN LA EMPRESA

DURACIÓN N/A

FECHA N/A

Buenos días, la presente entrevista tiene como finalidad la realización de un número determinado de preguntas, con el propósito de recoger información y conocer exactamente el punto de vista del gerente general de Kapital Llantas con respecto a la expansión de Kapital Llantas Barranquilla

La información arrojada será utilizada únicamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Como empresario cómo evalúa el comportamiento del mercado en relación con el año 2020?

Entrevistado: El mercado actualmente es complejo, las llantas para motos son aún más costosas, no es posible hacerle descuentos al cliente como en años anteriores, es difícil, pero seguimos continuando e innovando en el sector motero.

Entrevistador: ¿Considerando lo anterior porqué cree que las dificultades se presentan aún más durante este año 2021 en el sector motero?

Entrevistado: Igual, puesta el 2020 estuvo literal todo cerrado y pues este 2021 fue cuando vimos realmente todos los resultados de los cierres pos-COVID.

Entrevistador: Faltando tan solo 3 meses para el cierre de este año ¿Cree que lograran alcanzar las

metas que ya tenían previstas para Kapital Llantas?

Entrevistado: La verdad estos últimos 3 meses son nuestra mejor época a nivel empresarial todos los años digamos que septiembre, octubre, noviembre y diciembre son como los meses que nos sacan adelante, vamos por la mitad en las ventas de este año, y vamos a ver ojalá vendamos muchas llantas.

Entrevistador: Teniendo en cuenta esto ¿Cuáles son sus proyectos a corto plazo más importantes?

Entrevistado: En primera medida tenemos la expansión de Kapital Llantas con una franquicia en la ciudad de barranquilla en junio de 2023, estamos esperando un análisis de mercadeo para conocer este nuevo mercado

Entrevistador: ¿Es una opción y puede lograr ser un hecho la expansión de Kapital Llantas en la ciudad de Barranquilla?

Entrevistado: Sí claro, tenemos muchas expectativas con llegar con Kapital a esta parte del País

Entrevistador: ¿Qué razones tiene para expandirse a la ciudad de Barranquilla?

Entrevistado: Kapital ha sido una empresa insignia en Bogota para el cambio de las llantas de sus motos, desde 2021 que empezamos a hacer envíos de nuestras llantas nos dimos cuenta que la mayoría eran para la ciudad de Barranquilla, por que no colocar una franquicia de nosotros donde puedan tener la experiencia de hacer la compra de sus llantas e instalación en un mismo sitio

Entrevistador: Seria todo por esta entrevista, muchas gracias por su tiempo e información prestada.

Entrevistado: Un gusto ayudarlos.