

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE MANGUERAS EN CAUCHO PARA BRINDAR  
SOLUCIONES AUTOMOTRICES DE REFRIGERACION Y FRENADO EN EL  
TRIANGULO DEL CAFÉ**

**ANDREA STEFANIA OROZCO TRUJILLO  
CC 1.088.296.001**

**PAUL SEBASTIAN SALAZAR OCHOA  
CC 1.088.012.202**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2015**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE MANGUERAS EN CAUCHO PARA BRINDAR  
SOLUCIONES AUTOMOTRICES DE REFRIGERACION Y FRENADO EN EL  
TRIANGULO DEL CAFÉ**

**ANDREA STEFANIA OROZCO TRUJILLO  
PAUL SEBASTIAN SALAZAR OCHOA**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Ingenieros Industriales

**Asesor  
Ing. Victoria Eugenia Lanzas Duque**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2015**

## TABLA DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. MARCO GENERAL .....</b>                          | <b>16</b> |
| <b>1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACION .....</b>            | <b>16</b> |
| <b>1.1.1. Planteamiento .....</b>                      | <b>16</b> |
| <b>1.1.2. Formulación del Problema.....</b>            | <b>18</b> |
| <b>1.2. OBJETIVOS.....</b>                             | <b>19</b> |
| <b>1.2.1. Objetivo General .....</b>                   | <b>19</b> |
| <b>1.2.2. Objetivos Específicos.....</b>               | <b>19</b> |
| <b>1.3. JUSTIFICACIÓN.....</b>                         | <b>20</b> |
| <b>1.4. MARCO DE REFERENCIA .....</b>                  | <b>20</b> |
| <b>1.4.1. Marco Conceptual.....</b>                    | <b>20</b> |
| <b>1.4.2. Marco Teórico .....</b>                      | <b>23</b> |
| <b>Plan de negocios, carta de navegación .....</b>     | <b>23</b> |
| <b>1.4.3. Marco Legal.....</b>                         | <b>25</b> |
| <b>1.4.4. Marco Situacional .....</b>                  | <b>29</b> |
| <b>2. MERCADO.....</b>                                 | <b>32</b> |
| <b>2.1. Investigación de Mercados .....</b>            | <b>32</b> |
| <b>2.1.1. Problema Investigación de Mercados.....</b>  | <b>32</b> |
| <b>2.1.2. Objetivos Investigación de Mercados.....</b> | <b>32</b> |
| <b>2.2. Tipo de Investigación .....</b>                | <b>33</b> |
| <b>2.3. Tipo de Técnica .....</b>                      | <b>33</b> |
| <b>2.4. Tipo de Preguntas.....</b>                     | <b>34</b> |
| <b>2.5. Diseño de la Encuesta .....</b>                | <b>34</b> |
| <b>2.6. Ficha Técnica del Censo .....</b>              | <b>36</b> |
| <b>2.7. Plan de la Investigación de Mercados.....</b>  | <b>38</b> |
| <b>2.7.1. Etapa de Planeación.....</b>                 | <b>38</b> |
| <b>2.7.2. Etapa de Ejecución.....</b>                  | <b>41</b> |
| <b>2.7.3. Herramienta de Investigación.....</b>        | <b>48</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>3. SECTOR AUTOPARTES.....</b>                              | <b>48</b> |
| <b>3.1. Análisis del Sector .....</b>                         | <b>48</b> |
| <b>3.2. Análisis del Mercado .....</b>                        | <b>51</b> |
| <b>3.3. Análisis de la Competencia.....</b>                   | <b>60</b> |
| <b>3.4. Estrategias de Mercado.....</b>                       | <b>64</b> |
| <b>3.4.1. Concepto del Producto .....</b>                     | <b>64</b> |
| Identificación del producto.....                              | 64        |
| Tipología.....  | 66        |
| Características Generales de auto partes. ....                | 67        |
| <b>3.5. Estrategia de Distribución.....</b>                   | <b>74</b> |
| <b>3.6. Estrategias de Precio.....</b>                        | <b>76</b> |
| <b>3.7. Estrategias de Promoción.....</b>                     | <b>77</b> |
| <b>3.8. Estrategias de Comunicación.....</b>                  | <b>80</b> |
| <b>3.9. Estrategias de Servicio.....</b>                      | <b>80</b> |
| <b>3.10. Estrategias de Aprovisionamiento.....</b>            | <b>81</b> |
| <b>3.11. Proyección de Ventas y Política de Cartera .....</b> | <b>82</b> |
| <b>4. ORGANIZACIÓN .....</b>                                  | <b>85</b> |
| <b>4.1. Estrategia Organizacional .....</b>                   | <b>85</b> |
| <b>4.1.1. Análisis DOFA.....</b>                              | <b>85</b> |
| <b>4.1.2. Estructura Organizacional .....</b>                 | <b>88</b> |
| <b>4.1.3. Constitución de Empresa.....</b>                    | <b>89</b> |
| <b>4.1.3.1. Aspectos Legales. ....</b>                        | <b>89</b> |
| <b>4.2. Planeación Estratégica de la Empresa.....</b>         | <b>94</b> |
| <b>4.2.1. Tipo de Empresa.....</b>                            | <b>94</b> |
| <b>4.2.2. Misión .....</b>                                    | <b>94</b> |
| <b>4.2.3. Visión .....</b>                                    | <b>95</b> |
| <b>4.2.4. Principios y Valores Corporativos .....</b>         | <b>95</b> |
| <b>4.2.5. Políticas .....</b>                                 | <b>97</b> |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2.6. <i>Objetivos de la Empresa</i> .....                           | 98  |
| 4.3. <i>Costos Administrativos</i> .....                              | 99  |
| 4.3.1. <i>Gastos de Personal</i> .....                                | 99  |
| 4.3.2. <i>Gastos de Puesta en Marcha</i> .....                        | 101 |
| 5. <i>FINANZAS</i> .....  | 103 |
| 5.1. <i>Fuentes de Financiación</i> .....                             | 103 |
| 5.2. <i>Ventas y Costos Totales</i> .....                             | 104 |
| 5.3. <i>Capital de Trabajo</i> .....                                  | 104 |
| 5.4. <i>Flujo Neto de Inversiones</i> .....                           | 109 |
| 5.5. <i>Flujo Neto de Operación</i> .....                             | 109 |
| 5.6. <i>Flujo Neto de Caja</i> .....                                  | 110 |
| 5.7. <i>Evaluación Financiera</i> .....                               | 113 |
| 5.7.1. <i>Tasa interna de retorno (TIR)</i> .....                     | 113 |
| 5.7.2. <i>Valor Presente Neto (VPN)</i> .....                         | 114 |
| 5.7.3. <i>Costo Beneficio</i> .....                                   | 114 |
| 6. <i>PLAN OPERATIVO</i> .....  | 115 |
| 6.1. <i>Cronograma de Actividades</i> .....                           | 115 |
| 6.2. <i>Metas Sociales del Plan de Negocios</i> .....                 | 115 |
| 6.3. <i>Plan Nacional de Desarrollo</i> .....                         | 116 |
| 6.4. <i>Plan Regional de Desarrollo</i> .....                         | 117 |
| 6.5. <i>Cadena Productiva</i> .....                                   | 118 |
| 7. <i>RESUMEN EJECUTIVO</i> .....                                     | 119 |
| 7.1. <i>Concepto del Negocio</i> .....                                | 119 |
| 7.2. <i>Potencial del Mercado en Cifras</i> .....                     | 119 |
| 7.3. <i>Ventajas Competitivas y Propuestas del Valor</i> .....        | 121 |
| 7.4. <i>Resumen de las Inversiones</i> .....                          | 121 |
| 7.5. <i>Proyecciones de Venta y Rentabilidad</i> .....                | 123 |
| 7.6. <i>Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad</i> ..... | 125 |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <b>8. CONCLUSIONES .....</b>    | <b>127</b> |
| <b>9. RECOMENDACIONES .....</b> | <b>128</b> |
| <b>10. BIBLIOGRAFIA .....</b>   | <b>129</b> |

## **TABLA DE CONTENIDO IMAGENES**

### **SECTOR AUTOPARTES**

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Imagen 1: Mapa Capitales Triangulo del Café.....</i> | <i>54</i> |
| <i>Imagen 2: Ubicación geográfica Productores.....</i>  | <i>61</i> |
| <i>Imagen 3: Ubicación geográfica Importadores.....</i> | <i>62</i> |
| <i>Imagen 4: Manguera de Radiador.....</i>              | <i>65</i> |
| <i>Imagen 5: Manguera de Freno.....</i>                 | <i>65</i> |
| <i>Imagen 6: Mangueras Vehículos Chevrolet.....</i>     | <i>68</i> |
| <i>Imagen 7: Mangueras Vehículos Mazda.....</i>         | <i>69</i> |
| <i>Imagen 8: Mangueras Vehículos Renault.....</i>       | <i>70</i> |
| <i>Imagen 9: Mangueras Vehículos Renault.....</i>       | <i>70</i> |
| <i>Imagen 10: Mangueras Vehículos Renault.....</i>      | <i>71</i> |
| <i>Imagen 11: Mangueras Vehículos Hyundai.....</i>      | <i>71</i> |
| <i>Imagen 12: Mangueras Vehículos Hyundai.....</i>      | <i>72</i> |
| <i>Imagen 13: Mangueras Vehículos Hyundai.....</i>      | <i>72</i> |

### **ORGANIZACIÓN**

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Imagen 14: Organigrama Organizacional.....</i> | <i>88</i> |
|---|-----------|

### **FINANZAS**

|   |            |
|---|------------|
| <i>Imagen 15: Local Los Molinos Dosquebradas.....</i> | <i>106</i> |
|---|------------|

|   |            |
|---|------------|
| <i>Imagen 16: Local Maracay Dosquebradas.....</i>     | <i>106</i> |
| <i>Imagen 17: Local La Badea Dosquebradas.....</i>    | <i>107</i> |
| <i>Imagen 18: Local La Macarena Dosquebradas.....</i> | <i>107</i> |
| <i>Imagen 19: Cadena Productiva.....</i>              | <i>118</i> |

## **TABLA DE CONTENIDO CUADROS**

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Cuadro 1: Sector Automotriz en las ciudades Triangulo del Café.....</i>                       | <i>30</i> |
| <i>Cuadro 2: Plan de Investigación.....</i>  | <i>40</i> |
| <i>Cuadro 3: Cantidad de compra Mangueras de radiador y de freno por ciudad.....</i>             | <i>41</i> |
| <i>Cuadro 4: Venta por tipo de vehículo por ciudad.....</i>                                      | <i>43</i> |
| <i>Cuadro 5: Participación grandes ensambladoras en la producción nacional de vehículos.....</i> | <i>52</i> |
| <i>Cuadro 6: Venta de automóviles por ensamblador.....</i>                                       | <i>53</i> |
| <i>Cuadro 7: Proyección de ventas de ensambladoras.....</i>                                      | <i>53</i> |
| <i>Cuadro 8: Importaciones Productos de Caucho y Plástico por año.....</i>                       | <i>55</i> |
| <i>Cuadro 9: Producción de piezas de caucho en la industria nacional.....</i>                    | <i>55</i> |
| <i>Cuadro 10: Estimación oferta Manufactura de Caucho.....</i>                                   | <i>56</i> |
| <i>Cuadro 11: Exportaciones Productos Manufacturados de Caucho.....</i>                          | <i>56</i> |
| <i>Cuadro 12: Proyección de exportaciones.....</i>   | <i>57</i> |
| <i>Cuadro 13: Proyecciones de venta de carros según población futura.....</i>                    | <i>57</i> |
| <i>Cuadro 14: Proyecciones de venta de carros según población futura por ciudad.....</i>         | <i>58</i> |
| <i>Cuadro 15: Proyección de Demanda por tipo de vehículo por ciudad. Fuente Dane.....</i>        | <i>58</i> |

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Cuadro 16: Consolidación demanda estimada en unidades de mangueras de radiador por marca por ciudades.....</i>               | <i>58</i> |
| <i>Cuadro 17: Consolidación demanda estimada en unidades de mangueras de freno por marca por ciudades.....</i>                  | <i>59</i> |
| <i>Cuadro 18: Consolidación en millones de pesos mangueras de radiador por marca por ciudad.....</i>                            | <i>59</i> |
| <i>Cuadro 19: Consolidación en millones de pesos mangueras de freno por marca por ciudad.....</i>                               | <i>59</i> |
| <i>Cuadro 20: Demanda potencial de mangueras de radiador y freno en las tres ciudades capitales del triángulo del café.....</i> | <i>59</i> |
| <i>Cuadro 21: Demanda potencia por tipo de manguera por ciudad.....</i>   | <i>60</i> |
| <i>Cuadro 22: Marketing Mix Competencia directa.....</i>  | <i>63</i> |
| <i>Cuadro 23: Marketing Mix Competencia directa.....</i>  | <i>63</i> |
| <i>Cuadro 24: Marketing Mix Competencia directa.....</i>  | <i>64</i> |
| <i>Cuadro 25: Marketing Mix Competencia directa.....</i>  | <i>64</i> |
| <i>Cuadro 26: Frecuencia de cambio de mangueras de radiador y mangueras de freno según el uso del vehículo.....</i>             | <i>67</i> |
| <i>Cuadro 27: Listado de Referencias y Precios Mangueras de Freno.....</i>  | <i>73</i> |
| <i>Cuadro 28: Listado de Referencias y Precios Mangueras de Radiador.....</i>   | <i>73</i> |
| <i>Cuadro 29: Manual de funciones Asesor Comercial.....</i>   | <i>78</i> |
| <i>Cuadro 30: Demanda Potencial en Pesos por Ciudad y Tipo de Manguera.....</i>   | <i>83</i> |
| <i>Cuadro 31: Programa de ventas Proyecto.....</i>  | <i>83</i> |
| <i>Cuadro 32: Programa de ventas del Proyecto por Ciudad por Tipo de Manguera.....</i>  | <i>84</i> |
| <i>Cuadro 33: Participación de ventas del proyecto en el Mercado Regional y Nacional.....</i>                                   | <i>84</i> |



|   |              |
|---|--------------|
| <i>Cuadro 34: Matriz DOFA empresa.....</i>  | <i>86-87</i> |
| <i>Cuadro 35: Gasto de Personal Representante Legal.....</i>                            | <i>99</i>    |
| <i>Cuadro 36: Gasto de Personal Contador.....</i>                                       | <i>99</i>    |
| <i>Cuadro 37: Gasto de Personal Auxiliar Contable.....</i>                              | <i>100</i>   |
| <i>Cuadro 38: Gasto de Personal Mensajero.....</i>                                      | <i>100</i>   |
| <i>Cuadro 39: Gasto de Personal Vendedor.....</i>                                       | <i>101</i>   |
| <i>Cuadro 40: Inversiones Fijas Totales.....</i>  | <i>101</i>   |
| <i>Cuadro 41: Inversiones Fijas Totales e Inversiones Diferidas.....</i>                | <i>102</i>   |
| <i>Cuadro 42: Ventas Totales y Costo Total por producto.....</i>                        | <i>104</i>   |
| <i>Cuadro 43: Capital de Trabajo.....</i>   | <i>105</i>   |
| <i>Cuadro 44: Efectivo requerido operación proyecto 60 días.....</i>                    | <i>105</i>   |
| <i>Cuadro 45: Matriz Ponderación de Factores Inmueble.....</i>                          | <i>108</i>   |
| <i>Cuadro 46: Flujo Neto de Inversiones.....</i>  | <i>111</i>   |
| <i>Cuadro 47: Flujo Neto de Operación.....</i>  | <i>112</i>   |
| <i>Cuadro 48: Flujo Neto de Caja.....</i>   | <i>112</i>   |
| <i>Cuadro 49: Indicadores Financieros.....</i>  | <i>113</i>   |
| <i>Cuadro 50: Cronograma de Actividades.....</i>  | <i>115</i>   |
| <i>Cuadro 51: Consolidado Demanda potencial por marca de Mangueras de Radiador.....</i> | <i>119</i>   |
| <i>Cuadro 52: Consolidado Demanda potencial por marca de Mangueras de Freno.....</i>    | <i>120</i>   |
| <i>Cuadro 53: Demanda Potencial por marca y por Ciudad.....</i>                         | <i>120</i>   |
| <i>Cuadro 54: Demanda Potencial consolidada de mangueras de Radiador y Freno.....</i>   | <i>120</i>   |

|   |            |
|---|------------|
| <i>Cuadro 55: Flujo Neto de Inversiones.....</i>  | <i>122</i> |
| <i>Cuadro 56: Programa de ventas en cantidad de mangueras de radiador y freno por ciudad.....</i> | <i>123</i> |
| <i>Cuadro 57: Listado de Precios Mangueras de Freno.....</i>                                      | <i>124</i> |
| <i>Cuadro 58: Listado de Precios Mangueras de Radiador.....</i>                                   | <i>124</i> |

## **TABLA DE CONTENIDO GRAFICOS**

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Grafico 1: Participación Compra Mangueras de Radiador por Ciudad.....</i>                         | <i>42</i> |
| <i>Grafico 2: Participación Compra Mangueras de Radiador por Ciudad.....</i>                         | <i>42</i> |
| <i>Grafico 3: Participación de marcas de vehículos en las ciudades de Mangueras de Radiador.....</i> | <i>44</i> |
| <i>Grafico 4: Participación de marcas de vehículos en las ciudades de Mangueras de Radiador.....</i> | <i>45</i> |
| <i>Grafico 5: Participación marca de vehículo servicio público.....</i>                              | <i>46</i> |
| <i>Grafico 6: Participación marca de vehículo servicio público.....</i>                              | <i>47</i> |
| <i>Grafico 7: Representación Industria autopartes en el PIB.....</i>                                 | <i>49</i> |
| <i>Grafico 8: Tendencia de ventas vehículos por departamentos.....</i>                               | <i>51</i> |
| <i>Grafico 9: Participación del Mercado por Fabricantes.....</i>                                     | <i>52</i> |
| <i>Grafico 10: Demanda potencial por ciudad por tipo de manguera.....</i>                            | <i>58</i> |
| <i>Grafico 11: Demanda Potencia por Ciudad por Tipo de Manguera.....</i>                             | <i>83</i> |

Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del Jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Pereira, 15 de Enero de 2015

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecerle a Dios por darnos la oportunidad de llegar hasta aquí y permitirnos culminar con honores esta etapa tan importante de la vida. Gracias a nuestros padres y hermanos por su apoyo incondicional, por creer en nosotros y apoyarnos en cada uno de los sueños por cumplir, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

Agradecemos a todos los docentes que en nuestra carrera universitaria nos aportaron todos los conocimientos con los cuales fue posible la realización del presente trabajo de grado.

Especialmente agradecemos a Victoria Eugenia Lanzas Duque Ingeniera Industrial y Directora del presente trabajo de grado por su apoyo incondicional, su colaboración y su entrega para que este sueño fuera una realidad.

Finalmente agradecemos al ingeniero Tito Duarte porque durante el desarrollo del curso de Formulación y Evaluación de Proyecto surgió la idea del presente proyecto.

## **RESUMEN**

El proyecto Colcauchos del Café SAS nace como iniciativa de los emprendedores de crear empresa en un sector (autopartes) que por experiencia se conoce como rentable.

El presente proyecto tiene como fin, estudiar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de mangueras de radiador y de freno para los automóviles convencionales en las ciudades capitales del triángulo del café; por medio de una investigación de mercados que permitió el conocimiento amplio del sector de autopartes en el país y en la región del eje cafetero, de igual manera los vehículos más comerciales para segmentar el mercado objetivo.

La investigación de mercados permite conocer la demanda potencial de toda la región e igualmente que participación en el mercado puede tener el presente proyecto.

Se realizó una evaluación financiera con toda la información recolectada del mercado exterior y del interior de la organización.

Con el presente trabajo se pretende encontrar la factibilidad del proyecto poniéndolo en contexto con aspectos comerciales, técnicos, organizacionales y financieros, con el fin de poder consolidar dicha idea de negocio a través de la creación de una empresa comercializadora de repuestos para vehículos contribuyendo al desarrollo económico y social de la región mediante la generación de empleo.

## **ABSTRACT**

The project Colcauchos del Café SAS was created as an initiative of entrepreneurs to create businesses in the autoparts sector which results are known as being as profitable experience.

This project aims to study feasibility of creating a company distribution of radiator hoses and brake hoses for conventional cars in the capital cities of the coffee triangle region; through market research that allowed extensive knowledge of the auto parts sector in the country and region, just as the commercial vehicles segment the target market.

Market research provides information on the potential demand that can be found in the region and also the market share the project can have.

Financial evaluation was performed with all information collected from foreign markets and inside the organization.

The objective of this work is to find the project feasibility placing it in the context of commercial, technical, organizational and financial aspects in order to consolidate this business idea through the creation of a marketer of replacement parts for vehicles contributing to the development economic and social development of the region through job creation.

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE MANGUERAS EN CAUCHO PARA BRINDAR  
SOLUCIONES AUTOMOTRICES DE REFRIGERACION Y FRENADO EN EL  
TRIANGULO DEL CAFÉ**

# 1. MARCO GENERAL

## 1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

### 1.1.1. Planteamiento

La industria de Autopartes y Vehículos en Colombia está conformada por la producción de autopartes y el ensamble de vehículos y motocicletas. Esta industria ha dado pasos importantes hacia su transformación productiva gracias a la implementación de modelos novedosos, que en la actualidad permiten la construcción y exportación de vehículos 100% colombianos.<sup>1</sup>

Lo que significa que este es un mercado potencial para Colombia, que cada vez exigirá soluciones más óptimas para los vehículos, más duraderas, de mejor calidad y a mejor precio.

Con el sustancial y vertiginoso crecimiento de la industria automotriz cada vez se hace más necesario tener la capacidad brindar soluciones a problemas que surgen a diario durante el desarrollo de las actividades comerciales, es así que por medio de la obsolescencia programada de los artículos cada vez duran menos y se hace necesario encontrar piezas de recambio rápidamente. Actualmente en el mercado nacional existen infinidad de productos capaces de brindar soluciones automotrices a los problemas originados en los procesos de refrigeración y frenado de los autos convencionales, sin embargo el factor común del 85%<sup>2</sup> de dichos productos radican en que son importados y cuando estos productos escasean en el mercado en el tránsito de los mismos se vuelve lento, he aquí un factor apremiante y preocupante porque el país está en capacidad de atender dicha demanda interna, y solamente a nivel nacional existen tan solo 4 fabricantes de este tipo bienes capaces de brindar una solución confiable, es por este motivo se pretende crear una organización comercializadora de dichos bienes, aprovechando el conocimiento del mercado e implantando estrategias de comercialización, distribución y

---

<sup>1</sup> <https://www.ptp.com.co/categoria/autopartesvehiculos.aspx> Programa de Transformación Productiva – Industria de Autopartes y Vehículos

<sup>2</sup> DANE. Cuadro B2 Exportaciones-Importaciones y Balanza Comercial según CIU Rev. 3 Total Nacional (Millones de Dólares FOB)



logística efectivas que permita llegar al distribuidor minorista en el momento requerido, en las cantidades requeridas y en el lugar indicado.

Este trabajo de grado se origina con la creciente necesidad del mercado automotriz nacional de conseguir productos de caucho de alta calidad para brindar soluciones óptimas a los procesos de refrigeración y frenado que se presentan en los automóviles convencionales en el mercado de las ciudades capitales del Triángulo del Café. Dado que en el mercado nacional solo existe un pequeño sector de productores nacionales de este tipo de bienes y el resto es 90% importado por grandes comercializadoras automotrices de que conforman la asociación nacional de repuesteros, Asopartes de Colombia; dando así origen a la oportunidad de explotar el segmento de mercado de los repuestos en Colombia.

Dada esta oportunidad en el mercado de autopartes en el País, se pretende aprovechar los programas que el gobierno presenta para incentivar la creación de empresa y la ley de emprendimiento para pequeños empresarios, con el fin de estudiar la factibilidad de creación de una empresa comercializadora de mangueras de caucho para sistemas de refrigerado y frenado de excelente calidad y a un buen precio.

El gobierno implementa estos programas con el objetivo de promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución<sup>3</sup>. Es así que por medio de estos programas el estado nacional busca ayudar a los empresarios, brindando herramientas que le permitan desarrollarse de una manera sostenible y sustentable a través del tiempo.

---

<sup>3</sup> Ley 1014 del 2006 de Fomento a la Cultura y el Emprendimiento

### **1.1.2. Formulación del Problema**

¿Es factible la creación de una empresa comercializadora en la ciudad de Pereira de mangueras de caucho para el sistema de refrigerado y frenado de los automóviles convencionales?

- **Causas**

- Enfoque de la mayoría de los productores y comercializadores nacionales en la línea de vehículos pesados y trabajos en duro.
- Bajo enfoque de los comercializadores e importadores de buscar opciones de producto que den solución a los problemas que surgen en los autos convencionales en los procesos de refrigeración y frenado dando paso a que algunos sean de baja calidad.

- **Consecuencias**

- El demandante de las mangueras de caucho para brindar soluciones a los procesos de refrigeración y frenado de los autos convencionales, tiene en su conciencia que los productos nacionales de este tipo de son de mala calidad debido a la baja especialización por parte de los productores en producir dichos bienes generando así una baja demanda de los mismos.

El bajo enfoque por parte de los productores de repuestos de caucho para los autos convencionales, han originado que las entidades comercializadoras de los mismos busquen alternativas de productos extranjeros para importarlos y así suplir la necesidad del mercado nacional.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo General**

Estudiar la factibilidad de una empresa comercializadora en la ciudad de Pereira de mangueras de caucho para el sistema de refrigerado y frenado de los automóviles convencionales que atienda los mercados de las capitales del Triángulo del Café.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Analizar los antecedentes, ventajas competitivas y desventajas del Sector de repuestos para el sistema de refrigerado y frenado de automóviles convencionales en la ciudades capitales del triángulo del café.
- Realizar una investigación de mercados en las ciudades capitales del Triángulo del Café para identificar el comportamiento de la mezcla de mercadeo (4P's) de las mangueras de caucho para el sistema de refrigerado y frenado de automóviles convencionales.
- Identificar los proveedores de mangueras de cauchos para sistemas de refrigerado y frenado de automóviles convencionales.
- Realizar un estudio administrativo para plantear la estructura organizacional requerida para la empresa comercializadora de mangueras de caucho para sistemas de refrigerado y frenado para automóviles.
- Proyectar financieramente la empresa para determinar la factibilidad del proyecto.

### 1.3. JUSTIFICACIÓN

El estado nacional entre los planes estratégicos que tiene trazados para el desarrollo nacional ha sido el apoyo a procesos de emprendimiento y desarrollo de empresas con el objetivo de la generación de empleo y el crecimiento nacional. Por tal motivo y haciendo utilización de la facultad que el estado ha conferido a los colombianos la creación de esta empresa, y amparándonos en la Ley 1014 del 2006 “Fomento a la Cultura del Emprendimiento”, artículo 16 “Opción para trabajo de grado. Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado”<sup>4</sup>, se realiza el presente trabajo de grado como un Plan de Negocio aprovechando la oportunidad del mercado potencial de los repuestos de mangueras en caucho para los sistemas de frenado y refrigerado en el Triángulo del Café. Buscando así cumplir con el objetivo central de comercializar opciones de producto capaces de suplir las necesidades automotrices en los procesos de refrigeración y frenado de los automóviles convencionales.

Apuntándole a la generación de un buen crecimiento financiero que permita la rentabilización de la organización, por medio de la caracterización de productos de excelente calidad y de buena durabilidad, que permita ganar posicionamiento en el mercado nacional automotriz como una de las pocas compañías nacionales comercializadoras este tipo de bienes.

### 1.4. MARCO DE REFERENCIA

#### 1.4.1. Marco Conceptual

**Repuesto:** Un repuesto o pieza de repuesto es todo elemento o conjunto de elementos que realicen una función mecánica, correcta y específica, incluso decorativa, en un bien de consumo duradero (un coche, una moto,

---

<sup>4</sup> Ley 1014 de 2006 Fomento a la cultura del emprendimiento

un electrodoméstico, etc.), y que sea necesaria para el correcto funcionamiento del bien.<sup>5</sup>

**Plan de Negocio:** Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto<sup>6</sup>

**Manguera:** Las mangueras de goma son conductos flexibles utilizados para conducir sustancias sólidas, líquidas y gaseosas.

Posee la capacidad de resistir la multiplicidad de fluidos corrosivos, absorber vibraciones, permitir una aplicación y proveer una elevada flexibilidad.

Las mangueras de goma se caracterizan, por lo general, por tener tres elementos constitutivos:

- **Sistema de frenado:** La función principal de un sistema de frenos consiste en la reducción de la velocidad del vehículo o de parar el mismo totalmente. Adicionalmente, el sistema de frenos debe mantener el vehículo estacionado.<sup>7</sup>

#### **Exigencias de los frenos son:**

- Seguridad de funcionamiento 100%
- Alto confort al frenado.
- Alta resistencia térmica.
- Resistencia a la corrosión.

#### **Composición.**

- Dispositivo de actuación.
- Dispositivo de transmisión.
- Frenos de rueda.

---

<sup>5</sup> Consumoteca. Consumidores bien informados. Publicado Enero 23 del 2010. <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/repuestos/>

<sup>6</sup> Copyright © 2008-2014 - Definiciones  
Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos de esta web

<sup>7</sup> Tomado de (PDF): Sistema de Freno (Autopartes Bosch).

**Sistema de refrigeración de un motor:** Se entiende por refrigeración el acto de evacuar el calor de un cuerpo, o moderar sus temperaturas, hasta dejarla en un valor adecuado o constante. La temperatura que se alcanza en los cilindros, es muy elevada, por lo que es necesario refrigerarlos.

La refrigeración es el conjunto de elementos, que tiene como misión eliminar el exceso de calor acumulado en el motor, debido a las altas temperaturas, que alcanza con las explosiones y llevarlo a través del medio empleado, al exterior. La temperatura normal de funcionamiento oscila entre los 75° y los 90°.

En la refrigeración por agua, está el medio empleado para la dispersión del calor, dado que al circular entre los cilindros por unas oquedades ubicadas en el bloque y la culata, llamadas “cámaras de agua”, recoge el calor y va a enfriarse al radiador, disipándola para volver de nuevo al bloque y a las cámaras de agua, y circular entre los cilindros.<sup>8</sup>

**Automóvil Convencional:** El manejo de este término dentro del presente proyecto se refiere a los Vehículos de servicio particular y los vehículos de servicio público, a continuación se presentan las definiciones:

- Vehículo de servicio particular: Vehículo automotor destinado a satisfacer las necesidades privadas de movilización de personas, animales o cosas.
- Vehículo de servicio público: Vehículo automotor homologado, destinado al transporte de pasajeros, carga o ambos por las vías de uso público mediante el cobro de una tarifa, porte, flete o pasaje.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Tomado en [línea]: <http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/9797507/Sistema-de-refrigeracion-del-motor.html>

<sup>9</sup> Tomado de: Ministerio de Transporte; Parque Automotor Carga Colombia

## 1.4.2.Marco Teórico

Plan de negocios, carta de navegación

El Plan de Negocios es la carta de navegación para un empresario. Sin él se pierde en el mercado y en el mar de los negocios. El Plan de Negocios es un estudio detallado y minucioso del negocio que el emprendedor piensa montar. Es una ruta para poder construir esa empresa y a su vez para evaluarla en términos de viabilidad operacional. El resultado principal de este estudio es la creación de un documento escrito donde se hallen especificados todos los aspectos de factibilidad de la empresa así como sus objetivos.<sup>10</sup>

### **Fases principales de un Plan de Negocios**

Un Plan de Negocios presenta cuatro períodos reconocibles que sirven de ayuda al empresario para que visualice con anterioridad a la elaboración del mismo. Estas fases son: (Fuente: SENA).

#### **Fase de factibilidad económica**

Esta es una etapa donde se explora y se realizan todos aquellos cálculos económicos que permiten visualizar con claridad el escenario donde se mueve el proyecto. Entran en juego aspectos como inversiones, costos y los ingresos esperados. Como aspecto determinante se comparan las cifras más importantes proyectadas en el tiempo (costos, rendimiento, entre otros) para establecer si económicamente el proyecto que se trabaja es atractivo, es viable o no.

#### **Fase de factibilidad financiera**

---

<sup>10</sup> Consejo editorial: Rosario Córdoba, Darío Montoya. Concepto y edición general: Promopress / Beatriz Vásquez Gómez. Textos: Óscar Pantoja. Revisión técnica: Grupo de Emprendimiento y Empresarismo, Dirección General del SENA. Corrección de estilo: Luis Eduardo Silva Useche. Ilustraciones: Daniel Rueda. Concepto gráfico y diseño: Ángel David Reyes Durán. Producción: Pre Prensa Publicaciones Semana. Coordinación general del proyecto: Mario Restrepo Quintero. COPYRIGHT 2007 PUBLICACIONES DINERO S.A. Todos los derechos reservados.

Esta es una etapa de evaluación específica de los flujos financieros más importantes (flujos de entrada y de salida) con el propósito de captar, en forma inmediata, una idea general de los recursos indispensables para que una inversión pueda comenzar. Entonces es cuando se entra en la factibilidad financiera. Esta etapa determina si aparte de ser el proyecto económicamente viable es sostenible en el tiempo con las fuentes de crédito con las que se puede contar. Es aquí donde la conveniencia del proyecto es tomada en cuenta en un grado muy alto. Si el proyecto no cumple los parámetros establecidos, es imposible continuar.

### **Fase operativa: Comienzo de la empresa**

La fase operativa está más relacionada con los procesos que se van a implementar, la maquinaria y equipos, el talento humano, las materias primas e insumos, entre otros. Si el análisis resulta positivo se tiene luz verde para continuar. De ninguna manera hay que poner en funcionamiento un proyecto sin que cuente con la inversión necesaria y la absoluta disponibilidad de recursos.

### **Fase de factibilidad de mercados**

Esta fase ajusta y evalúa las oportunidades de mercadeo objetivos que tiene el producto, o servicio en la penetración en el mercado principalmente, quiénes son mis potenciales o reales clientes, cuántos son, dónde están ubicados, y el posible éxito que obtenga mediante la utilización de publicidad, distribución, oferta, entre otros).

## **Importancia de un Plan de Negocios**

La importancia de realizar un plan de negocio, es que le permite al empresario tener una visión más clara de lo que quiere lograr, partiendo de la definición de todas aquellas estrategias que se llevarán a cabo a través de acciones específicas, delimitando recursos, tiempo, limitaciones, responsables y alternativas necesarias en cada uno de los procesos que hacen parte de las etapas de planeación y ejecución del proyecto.<sup>11</sup>

## **Plan de Negocios en la ciudad de Pereira**

---

<sup>11</sup> Tomado de Plan de negocios para crear una empresa productora y comercializadora de accesorios de marroquinería en la ciudad de Pereira. Página 22



Pereira como epicentro comercial del eje cafetero, es una de las plazas más importantes del país, la capital de Risaralda cuenta con grandes industrias nacionales, al igual que con pequeñas empresas que forman parte de la economía de la región, por lo que Pereira se proyecta a futuro con un gran crecimiento poblacional, comercial y económico.<sup>12</sup>

Cuando se piensa en una idea de negocio, se debe buscar una armonía entre el sector económico, social, y cultural. Partiendo de esta premisa, para crear una microempresa de comercialización de mangueras de sistemas de refrigerado y frenado en automóviles en el eje cafetero, se deben aprovechar los factores que actualmente juegan a favor como el desarrollo económico del país y los buenos resultados de crecimiento sustancial del sector autopartes en los últimos años, y al mismo tiempo, se deben fortalecer aquellas falencias que vienen ocurriendo alrededor del sector, sobre todo en la capacidad de satisfacer la necesidad de la demanda.

### **1.4.3.Marco Legal**

La Ley Colombia en busca de brindar mejores oportunidades de vida a los colombianos elabora leyes que permitan e incentiven la creación de empresa. A continuación se menciona la ley bajo la cual se ampara el presente trabajo de grado.

#### **Ley 1014 del 2006 De fomento cultura de emprendimiento**

Artículo 16. *Opción para trabajo de grado.* Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

En vista de la oportunidad de negocio presentada para la creación de una empresa comercializadora de mangueras de caucho para sistemas de refrigeración y frenado en automóviles convencionales, se pretende evaluar la posibilidad de importar los productos directamente, para lo cual se

---

<sup>12</sup> Tomado de Plan de negocios para crear una empresa productora y comercializadora de accesorios de marroquinería en la ciudad de Pereira. Página 23

necesita conocer los pasos para una importación ordinaria, que relaciona a continuación:

**DIAGRAMA EXPLICATIVO DE LOS PASOS DE UNA IMPORTACION Ordinaria**

**1. Estudio de mercado y de la factibilidad económica de la importación del producto**

|   |  |
|---|--|
| Productos que no requieren registro sanitario, autorización expresa o inscripción ante alguna entidad | Productos que requieren registro sanitario, autorización expresa o inscripción ante alguna entidad         |
|   | <b>2. Trámite ante la entidad correspondiente del registro sanitario, la autorización o la inscripción</b> |

**3. Trámite del Registro o Licencia de Importación**

**3.1** Radicación en ventanilla del **INCOMEX** de la fotocopia de la C.C. o del NIT.

**3.2** Compra en el **BANCO DEL ESTADO** y diligenciamiento por parte del usuario del formulario de **registro o de licencia de importación**.

|  |  |
|--|--|
| Productos que no requieren visto bueno de alguna entidad | Productos que o requieren visto bueno de alguna entidad              |
|  | <b>3.3</b> Solicitud de Visto Bueno ante la entidad correspondiente. |

**3.4** Radicación en ventanilla del **INCOMEX** del formulario de registro o de licencia de importación.

3.5 Aprobación del registro o licencia de importación por parte del **INCOMEX**.

**4. Pago de la importación: Solicitud de apertura de carta de crédito o de giro al INTERMEDIARIO FINANCIERO.** Para ello:

4.1 Se diligencia la **Declaración de Cambio** y se presenta ante el intermediario financiero.

4.2 El Intermediario efectúa el giro de las divisas anticipado o dentro del plazo estipulado.

4.3 Se constituye **Depósito**, cuando el plazo para el pago de la importación sea superior a 6 meses contados a partir de la fecha del documento de transporte, excepto, si se trata de bienes de capital y si la financiación de la importación tiene un valor inferior a US\$5.000.

4.4 Cuando la financiación sea superior a seis (6) meses contados a partir de la fecha del documento de transporte, se informa al Banco de la República a través del intermediario financiero, diligenciando el formulario No. 16 " Información de Préstamos en Moneda Extranjera Otorgados a Residentes"

**5. Se contrata una Sociedad Certificadora que se encarga de la inspección de la mercancía en el país de despacho, la cual se encargará de expedir el "Certificado de Inspección" (se requiere para los "productos sensibles". Decreto 567 de 1996).**

**6. El exportador despacha la mercancía hacia puerto colombiano ( una vez se haya producido la inspección previa por parte de la Sociedad Certificadora, en caso que se trate de "productos sensibles")**

**7. Una vez llegue al país, la transportadora elabora Manifiesto de carga para su verificación por parte de la Administración de Aduanas y entrega la mercancía a un depósito**

## 8. Trámite de Nacionalización de la Mercancía.

8.1 Se compran los formularios " **DECLARACION ANDINA DEL VALOR EN ADUANA**" y "**DECLARACION DE IMPORTACION**".

8.2 Se diligencia la Declaración Andina del Valor en Aduana ( Si el valor FOB de la importación es igual o superior a US\$5.000 ).

8.3 Se diligencia la Declaración de Importación. Para obtener la base gravable y liquidar los tributos aduaneros, se utiliza la tasa de cambio representativa del mercado que informe la Superintendencia ancaria, para el último día hábil de la semana anterior a la fecha de su presentación en bancos.

8.4 Se presenta la Declaración de Importación en los bancos autorizados y se cancelan los tributos aduaneros, en forma anticipada ( máximo dentro de los 15 días previos a la llegada de la mercancía ) o una vez llegue la mercancía.

8.5 Se presenta la Declaración de Importación en el depósito en que se encuentre la mercancía. Los siguientes documentos podrán ser requeridos por el inspector de la DIAN: Registro o Licencia de Importación, Factura Comercial, Documento de Transporte, Certificado de Origen, Certificado de Inspección, Registro o permiso sanitario o de otra índole, Lista de empaque, poder o mandato y Declaración Andina de Valor en Aduana

8.6 El empleado del depósito o el funcionario de la Aduana que recibe la declaración captura la información en el Sistema Informático de la DIAN.

El sistema informático de la DIAN determina que no se hará inspección

El sistema informático de la DIAN indica que requiere inspección.

8.7 El inspector de la Dian efectúa la verificación física de la mercancía y de los documentos que sustentan la importación.

8.8 El empleado del depósito o el funcionario aduanero autorizan el retiro de la mercancía, quedando en libre disposición del importador

El importador retira la mercancía del depósito

#### **1.4.4.Marco Situacional**

##### **Industria Automotriz en Colombia**

Colombia se destaca como escenario ideal para generar una plataforma de fabricación y ensamble de vehículos, camiones, buses y autopartes, destinados a abastecer el mercado nacional y regional. Actualmente, Colombia es el cuarto con mayor productor de vehículos en Latinoamérica, empleando el 2,6% (24.783 empleos directos) del personal ocupado dentro de la industria manufacturera. Adicionalmente, el sector representa el 4% del PIB industrial. La industria automotriz en Colombia comprende la actividad de ensamblaje (vehículos ligeros, camiones, buses y motocicletas) y fabricación de partes y piezas utilizadas en dicho proceso así como el mercado de reposición. Así mismo, se involucran proveedores de insumos de otras industrias como metalmecánica, petroquímicos (plásticos - cauchos) y textiles. Hoy en día el país cuenta con un parque automotor de alrededor de 4 millones de unidades de vehículos de los cuales, cerca del 59,5% son importados.<sup>13</sup>

##### **Ventajas de la industria**

Colombia, cuenta con un mercado autopartista en desarrollo y una amplia oferta de proveedores de equipo original y de reposición.

El dinamismo de la producción y venta de vehículos en los años recientes, ha motivado el crecimiento del sector autopartista. En los últimos ocho años las exportaciones de autopartes han crecido alrededor del 220% y se han concentrado principalmente en tres mercados latinoamericanos (Ecuador, Brasil y Venezuela) los cuales representan cerca del 57,5% del total. Entre los principales productos de exportación se destacan acumuladores de plomo (baterías), vidrios, llantas neumáticas, material de fricción, empaquetaduras de motor y partes de suspensión, entre otros.<sup>14</sup>

#### **Sector automotriz en las ciudades Triangulo del Café**

---

<sup>13</sup> Fuente Proexport Colombia. Industria Automotriz en Colombia

<sup>14</sup> Fuente Proexport Colombia. Industria Automotriz en Colombia

| Mes                | Automóviles Totales | Automóviles Particulares | Taxis | Vehículos de interés | % de crecimiento o Decrecimiento de un periodo a otro |
|--------------------|---------------------|--------------------------|-------|----------------------|---|
| <b>Pereira.</b>    |                     |                          |       |                      |   |
| <b>Mayo – 14</b>   | 528                 | 339                      | 11    | 350                  |   |
| <b>Junio – 14</b>  | 432                 | 258                      | 15    | 273                  | -22%  |
| <b>Julio – 14</b>  | 573                 | 325                      | 22    | 347                  | 27%   |
| <b>Agosto – 14</b> | 537                 | 333                      | 26    | 359                  | 3%  |
| <b>Manizales.</b>  |                     |                          |       |                      |   |
| <b>Mayo – 14</b>   | 404                 | 232                      | 22    | 254                  |   |
| <b>Junio – 14</b>  | 366                 | 220                      | 18    | 238                  | -6%   |
| <b>Julio – 14</b>  | 457                 | 284                      | 18    | 302                  | 27%   |
| <b>Agosto – 14</b> | 537                 | 319                      | 21    | 340                  | 13%   |
| <b>Armenia.</b>    |                     |                          |       |                      |   |
| <b>Mayo – 14</b>   | 190                 | 103                      | 13    | 116                  |   |
| <b>Junio – 14</b>  | 262                 | 159                      | 14    | 173                  | 49%   |
| <b>Julio – 14</b>  | 291                 | 184                      | 16    | 200                  | 16%   |
| <b>Agosto – 14</b> | 287                 | 178                      | 16    | 194                  | -3%   |

Cuadro 1: Sector Automotriz en las ciudades Triángulo del Café

Como se evidencia en la tabla anterior, cada mes el número de vehículos nuevos se incrementa sustancialmente con respecto al anterior, lo que significa que estos vehículos requieren repuestos para satisfacer las necesidades que se presenten en el sistema de frenado y refrigerado.

### Espacio

La región donde se llevara a cabo la investigación está conformada por las ciudades capitales que conforman el triángulo del café; estas son Pereira, Manizales y Armenia. Esta investigación se enfocará en los Segmentos de

repuestos requeridos para el sistema de frenado y refrigerado de los automóviles convencionales, para lo cual es indispensable conocer el número de automóviles que se tienen en el mercado.

- **Pereira, Risaralda.**

Es una ciudad y municipio de Colombia, capital del departamento de Risaralda. Es la ciudad más poblada de la región del Eje cafetero, y la segunda más poblada de la región Paisa después de Medellín; cuenta con más de 470.853 habitantes.<sup>15</sup>

- **Manizales, Caldas.**

Es la capital del departamento de Caldas. Es una ciudad ubicada en el centro occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes, cerca del nevado del Ruiz. Forma parte del llamado Triángulo de oro. Tiene una población de aproximadamente 390.683 habitantes. Hace parte, junto con Risaralda, Quindío, el nor-occidente de Tolima, el Norte del Valle y el suroeste antioqueño del eje cafetero colombiano.<sup>16</sup>

- **Armenia; Quindío.**

Es la capital del departamento del Quindío. Es uno de los principales núcleos de la economía nacional y parte del eje cafetero, donde es la tercera ciudad más poblada de esta región con aproximadamente 301.160 habitantes.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Boletín Censo general 2005 Pereira-Risaralda. Fuente DANE

<sup>16</sup> Boletín Censo general 2005 Manizales-Caldas. Fuente DANE

<sup>17</sup> Boletín Censo general 2005 Armenia-Quindío Fuente DANE

## **2. MERCADO**

### **2.1. Investigación de Mercados**

Para dar respuesta al objetivo específico número 2 se requiere realizar una investigación de mercados en las ciudades capitales del Eje Cafetero para identificar el comportamiento del Marketing Mix de las mangueras de caucho para radiador y frenado.

#### **2.1.1. Problema Investigación de Mercados**

Identificar la demanda potencial y el comportamiento del precio, frecuencia de compra, condiciones de pago, competencia, manera de comunicar y canal de distribución de las mangueras de caucho para radiador y freno en las ciudades capitales del Triángulo del Café, de tal manera que permita establecer un análisis global del sector, la oferta y la demanda.

#### **2.1.2. Objetivos Investigación de Mercados**

- Cuantificar la demanda potencial de mangueras de caucho para sistemas de refrigeración y frenado para los automóviles convencionales en las ciudades capitales del triángulo del café.
- Identificar las marcas de vehículos y sus líneas más comerciales en el mercado objetivo, de tal manera que se pueda establecer el portafolio de productos más competitivo.
- Establecer la frecuencia promedio de cambio de una manguera de radiador y frenado en los automóviles particulares y de servicio público.
- Identificar las condiciones de pago más comunes dadas por los proveedores para la compra de estos productos.
- Identificar los proveedores más comunes en la región de mangueras de caucho para radiador y freno.



## **2.2. Tipo de Investigación**

INVESTIGACION DESCRIPTIVA: En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas.

Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características.<sup>18</sup>

Adicionalmente la investigación será descriptiva transversal, dado que se centra en analizar un grupo de variables en un momento determinado, es decir, la investigación se realizará en una sola ocasión a los minoristas comercializadores de autopartes para automóviles en las ciudades capitales del Triángulo del Café.

El objetivo de la presente investigación descriptiva es llegar a conocer al cliente potencial de la empresa comercializadora de mangueras de radiador y freno para los automóviles convencionales, conocer su capacidad de compra, su frecuencia de compra, los proveedores que abastecen su producto, sus políticas de inventarios y de pago. Igualmente esta investigación descriptiva permite conocer algunas características importantes de las unidades de estudio (Mangueras de radiador y de freno), precio de compra de una manguera de radiador y de una manguera de freno, frecuencia de cambio de una manguera de radiador y de freno para automóviles particulares y automóviles de servicio público.

## **2.3. Tipo de Técnica**

---

<sup>18</sup> Lección 6: Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa. UNAD Universidad Nacional Abierta y a Distancia.  
[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explicativa.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html)

Se recopilarán los datos a través de un censo con una serie de preguntas que darán respuesta a los objetivos planteados inicialmente en la investigación de mercados.

La encuesta realizada para llevar a cabo del censo fue una encuesta personal, se realizó personalmente por los encuestadores en los establecimientos de comercio de la población objetivo. Las preguntas fueron estructuradas con anterioridad y el orden en el que se formularán las mismas.

## 2.4. Tipo de Preguntas

El formato de preguntas de la encuesta es: Preguntas de respuesta cerrada, preguntas de selección múltiple y preguntas abiertas. Aquí se especifica de antemano el conjunto de alternativas de respuesta y su formato.

- **Preguntas Cerrada:** Las preguntas cerradas requieren un “sí”, un “no” o un simple dato por respuesta. <sup>19</sup>
- **Preguntas Selección Múltiple:** Este tipo de pregunta permite a la persona que realiza la encuesta seleccionar una o más opciones de una lista de respuestas que usted define. <sup>20</sup>
- **Preguntas abiertas:** Las preguntas abiertas no pueden responderse con un “sí” o un “no”. Su fuerza estriba en que solicitan información sobre emociones y pensamientos. Las preguntas abiertas se utilizan para obtener información. Se diseñan para averiguar lo que hay en la mente del cliente potencial mientras se van produciendo las propias ideas. <sup>21</sup>

## 2.5. Diseño de la Encuesta

ENCUESTA NO.

FECHA\_\_\_\_\_

CIUDAD\_\_\_\_\_

HORA INICIO\_\_\_\_\_

HORA FINANALIZACION\_\_\_\_\_

---

<sup>19</sup> [http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrials\\_cinco\\_clases\\_de\\_preguntas.htm](http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrials_cinco_clases_de_preguntas.htm)

<sup>20</sup> <https://es.surveymonkey.com/mp/survey-question-types/>

<sup>21</sup> [http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrials\\_cinco\\_clases\\_de\\_preguntas.htm](http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrials_cinco_clases_de_preguntas.htm)

Buenos días, mi nombre es **(ENC: MENCIONE SU NOMBRE)** soy estudiante de Ingeniería Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira. Actualmente estamos realizando un estudio sobre el mercado de mangueras de caucho para los sistemas de refrigerado y frenado de los automóviles convencionales en las ciudades capitales del Eje Cafetero. Esta encuesta tomará solo 10 minutos, Sus opiniones son muy importantes para nosotros, y lo que usted responda será empleado únicamente con fines estadísticos y académicos para nuestro trabajo de grado.

1. ¿En su almacén distribuye mangueras de radiador y mangueras de caucho para los automóviles convencionales?  
a) \_\_\_\_ Si  
b) \_\_\_\_ No **Si la respuesta es NO dar por terminado el cuestionario, de lo contrario continuar con la siguiente pregunta.**
  
2. De los pedidos de compra realizados por usted, ¿Qué porcentaje representan las mangueras de radiador y las mangueras de freno?  
a) \_\_\_\_\_ Mangueras de radiador  
b) \_\_\_\_\_ Mangueras de freno
  
3. ¿Con que frecuencia compra a su proveedor las mangueras de radiador y freno? **(ENC. DEJAR QUE LA PERSONA RESPONDA ABIERTAMENTE).**  
a) \_\_\_\_\_ Mangueras de radiador  
b) \_\_\_\_\_ Mangueras de freno
  
4. ¿Qué volumen en cantidad compra de los repuestos mencionados en la frecuencia indicada en la pregunta anterior? **(ENC. DEJAR QUE LA PERSONA RESPONDA ABIERTAMENTE).**  
a) \_\_\_\_\_ Mangueras de radiador  
b) \_\_\_\_\_ Mangueras de freno
  
5. ¿Para cuáles de las siguientes marcas comercializa las mangueras de radiador y las mangueras de freno? **(ENC. MARCA CON UN X LAS MENCIONAS POR LA PERSONA).**  
a) Renault \_\_\_\_      b) Hyndai \_\_\_\_      c) Chevrolet \_\_\_\_      d) Kia \_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_
  
6. ¿Qué porcentaje de sus clientes son de servicio público (taxistas)?, Y ¿Cuál es la marca de su vehículo? **(ENC. DEJAR QUE LA PERSONA RESPONDA ABIERTAMENTE).**  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
  
7. ¿Entre el porcentaje de clientes que atiende con automóviles particulares, cual es marca de su vehículo? **(ENC. DEJAR QUE LA PERSONA RESPONDA ABIERTAMENTE).**

- 
- 
8. ¿Con que frecuencia se requiere el cambio de una manguera de radiador y una manguera de refrigeración para los siguientes usos de los vehículos?
- a) \_\_\_\_\_ Servicio Público (Taxis):  
b) \_\_\_\_\_ Particular:
9. ¿A cuales de los siguientes proveedores acostumbra comprar las mangueras de radiador y las mangueras de frenado?
- a) \_\_\_\_\_ Dispartes SA  
b) \_\_\_\_\_ Importadora Cali SA  
c) \_\_\_\_\_ Grupo Empresarial Alcides Arevalo SA  
d) \_\_\_\_\_ Importaciones Reypar SAS  
e) \_\_\_\_\_ Bulira Ltda  
f) \_\_\_\_\_ Abin  
g) \_\_\_\_\_ Inversiones Reinoso Cia Ltda (INR)  
h) \_\_\_\_\_ Autopartes Castel Motors SAS  
i) \_\_\_\_\_ Distribuciones Carlos Navas y Cia Ltda  
j) \_\_\_\_\_ Otros ¿Cuáles?\_\_\_\_\_
10. ¿Estaría dispuesto a comprar estos repuestos a un distribuidor regional?
- a) \_\_\_\_\_ Si  
b) \_\_\_\_\_ No  
c) \_\_\_\_\_ Ns/Nr

## 2.6. Ficha Técnica del Censo

### Dirección y Ejecución

**Tipo de Muestreo:** Probabilístico, población objetivo muy pequeña por tal motivo se hizo necesario la realización de un censo.

**Equipo:** El censo fue realizada y aplicada por Paul Sebastian Salazar Ochoa y Andrea Stefanía Orozco Trujillo.

**Tiempo:** El periodo de duración de la investigación de mercados fue de 8 días.

**Lugar:** El censo fue realizado en los sectores de comercialización de autopartes para vehículos en las ciudades de Manizales, Pereira y Armenia.

**Segmento de la población:** Comercializadores al por mayor y al por menor de reparación de vehículos automotores, sus partes, piezas y accesorios en las ciudades capitales del Eje Cafetero.

**Tamaño de la Población:** 32 establecimientos

**Tipo de Procedimiento Evaluativo:** Censo

**Clase de Encuesta:** Personalizada, dirigida

**Fecha:** Noviembre 20, 21 y 24 de 2014

**Hora:** De 9:00 am y 4:00 pm

**Descripción:** Encuesta personal a los administradores de los establecimientos comercializadores de mangueras de freno y mangueras de radiador en las ciudades capitales del eje cafetero, con el fin de conocer el comportamiento en el mercado de este tipo de repuestos.

## 2.7. Plan de la Investigación de Mercados

### 2.7.1. Etapa de Planeación

A continuación se presentan en la etapa de planeación, el resumen de la investigación de mercados:

| Objetivo Especifico   | Necesidad Información  | Fuentes de Información | Clase de Información | Tiempo Consecución Información |
|---|--|------------------------|----------------------|--------------------------------|
| Cuantificar la demanda potencial de mangueras de caucho para sistemas de refrigeración y frenado para los automóviles convencionales en las ciudades capitales del triángulo del café | Identificar cantidad de compra de mangueras de radiador y Mangueras de freno                 | Censo                  | Información Primaria | 3 días                         |
|   | Identificar la demanda potencial para vehículos particulares y Vehículos de Servicio Publico |                        |                      |                                |
|   | Identificar el segmento de vehículos atender   |                        |                      |                                |

| <b>Objetivo Especifico</b>  | <b>Necesidad Información</b>   | <b>Fuentes de Información</b> | <b>Clase de Información</b> | <b>Tiempo Consecución Información</b> |
|---|--|-------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| Identificar las marcas de vehículos y sus líneas más comerciales en el mercado objetivo, de tal manera que se pueda establecer el portafolio de productos más competitivo | Conocer las marcas de preferencia en el mercado regional de automóviles particulares.  | Censo                         | Información Primaria        | 3 días                                |
|   | Conocer las más marcas más comerciales en vehículos de servicio público.   |                               |                             |                                       |
| Establecer la frecuencia promedio de cambio de una manguera de radiador y frenado en los automóviles particulares y de servicio público                                   | Identificar la frecuencia de cambio de mangueras de radiador y mangueras de freno en automóviles particulares y de servicio público. | Censo                         | Información Primaria        | 3 días                                |
|   | Determinar la política de compra y de inventarios  |                               |                             |                                       |

| <b>Objetivo Especifico</b>  | <b>Necesidad Información</b>                                  | <b>Fuentes de Información</b>      | <b>Clase de Información</b> | <b>Tiempo Consecución Información</b> |
|---|---|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| Identificar los proveedores más comunes en la región de mangueras de caucho para radiador y freno | Identificar la competencia                                    | Censo                              | Información Primaria        | 3 días                                |
|   | Conocer el comportamiento del Marketing Mix de la competencia | Observación página web competencia | Información Secundaria      | 1 semana                              |

Cuadro 2: Plan de Investigación<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de Grado



## 2.7.2.Etapa de Ejecución

En esta etapa de la investigación de mercados se ejecutara cada objetivo formulado en la etapa de planeación.

- **Primer Objetivo de la Investigación de Mercados**

Cuantificar la demanda potencial de mangueras de caucho para sistemas de refrigeración y frenado para los automóviles convencionales en las ciudades capitales del triángulo del café.

### **Necesidades de Información**

Identificar cantidad de compra de mangueras de radiador y Mangueras de freno.

Según los resultados obtenidos del censo realizado en las ciudades de Pereira, Manizales y Armenia, en promedio para las tres ciudades la cantidad de compra de mangueras de radiador es 358 y para mangueras freno es de 303 mensual. A continuación se detalla la participación de compra de cada una de las mangueras en las tres ciudades:

| CANTIDAD EN UNIDADES POR CIUDAD |           |         |         |       |
|---------------------------------|-----------|---------|---------|-------|
|                                 | Manizales | Pereira | Armenia | TOTAL |
| Mangueras de Radiador           | 320       | 435     | 318     | 1073  |
| Mangueras de Freno              | 142       | 585     | 182     | 909   |

| PARTICIPACION         |           |         |         |
|-----------------------|-----------|---------|---------|
|                       | Manizales | Pereira | Armenia |
| Mangueras de Radiador | 29,82%    | 40,54%  | 29,64%  |
| Mangueras de Freno    | 15,62%    | 64,36%  | 20,02%  |

Cuadro 3: Cantidad de compra Mangueras de radiador y de freno por ciudad<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de Grado

### Participación Compra Mangueras de Radiador por Ciudad

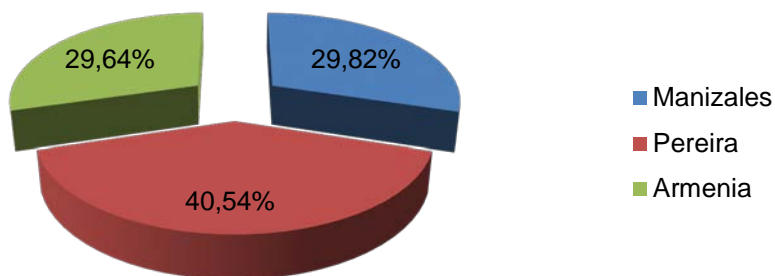


Grafico 1: Participación Compra Mangueras de Radiador por Ciudad

### Participación Compra Mangueras de Freno por Ciudad

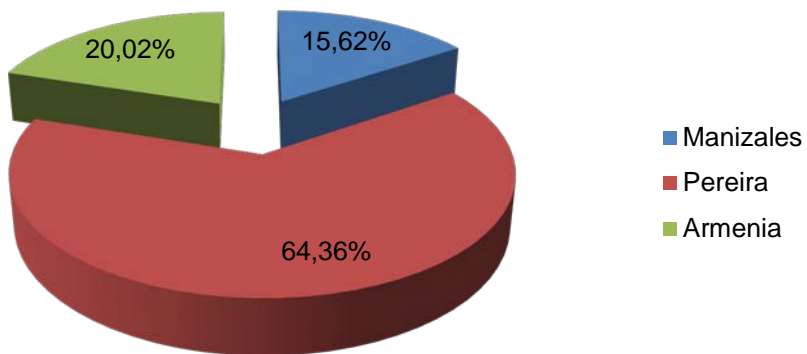


Grafico 2: Participación Compra Mangueras de Radiador por Ciudad

De los datos anteriores se puede analizar ciertamente, que la ciudad de Pereira tiene un potencial de compra mayor a Manizales y Armenia, con una participación del 40,54% en mangueras de radiador y una participación del 64,36% en mangueras de freno. Esto dado que la Ciudad de Pereira se ha promovido como una región netamente comercial.

### Identificar la demanda potencial para vehículos particulares y Vehículos de Servicio Público

Partiendo del censo realizado en las Ciudades de Pereira, Armenia y Manizales, se obtuvo como común denominador que la demanda potencia de las mangueras de radiador y mangueras de freno están centradas en su mayoría en los vehículos de servicio particular, esto se sustenta en la cantidad de vehículos registrados en cada ciudad, en promedio a nivel nacional en Colombia el 50,5%<sup>24</sup> son vehículos particulares y el 5,04%<sup>25</sup> vehículos de servicio público (taxis), Sin embargo se puede evidenciar que en la ciudad de Pereira específicamente para las mangueras de Freno la participación es mayor de los vehículos de servicio público.

| Ventas por Tipo de Vehículo Cada 30 días por Ciudad (Unidades) |               |           |         |         |
|--|---------------|-----------|---------|---------|
| TIPO DE MANGUERA   | TIPO VEHICULO | MANIZALES | PEREIRA | ARMENIA |
| Mangueras Radiador   | Particular    | 195       | 258     | 149     |
|  | Taxi          | 125       | 177     | 169     |
| Mangueras Freno  | Particular    | 87        | 347     | 86      |
|  | Taxi          | 55        | 238     | 96      |

Cuadro 4: Venta por tipo de vehículo por ciudad<sup>26</sup>

### Identificar el segmento de vehículos atender

El segmento de vehículos atender son las vehículos particulares de transporte de personas, animales y cosas, y vehículos de servicio público (Taxis), que se encuentren en las ciudades de Pereira, Manizales y Armenia.

- **Segundo Objetivo de la Investigación de Mercados**

Identificar las marcas de vehículos y sus líneas más comerciales en el mercado objetivo, de tal manera que se pueda establecer el portafolio de productos más competitivo.

<sup>24</sup> Fuente: Tomado documento PDF; Informe del Sector Automotriz a Diciembre de 2013; ANDI

<sup>25</sup> Fuente: Tomado documento PDF; Informe del Sector Automotriz a Diciembre de 2013; ANDI

<sup>26</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de grado

### Necesidades de Información

Conocer las marcas de preferencia en el mercado regional de automóviles particulares.

Las marcas que constituyen el mercado objetivo del presente Plan de Negocios, por ser las marcas de vehículos más comerciales, son las siguientes: Renault, Hyundai, Mazda, Kia y Chevrolet, ya que estas marcas tienen la mayor participación en el mercado en las tres ciudades, tanto en mangueras de radiador como en mangueras de freno; a continuación se relacionan los datos obtenidos:

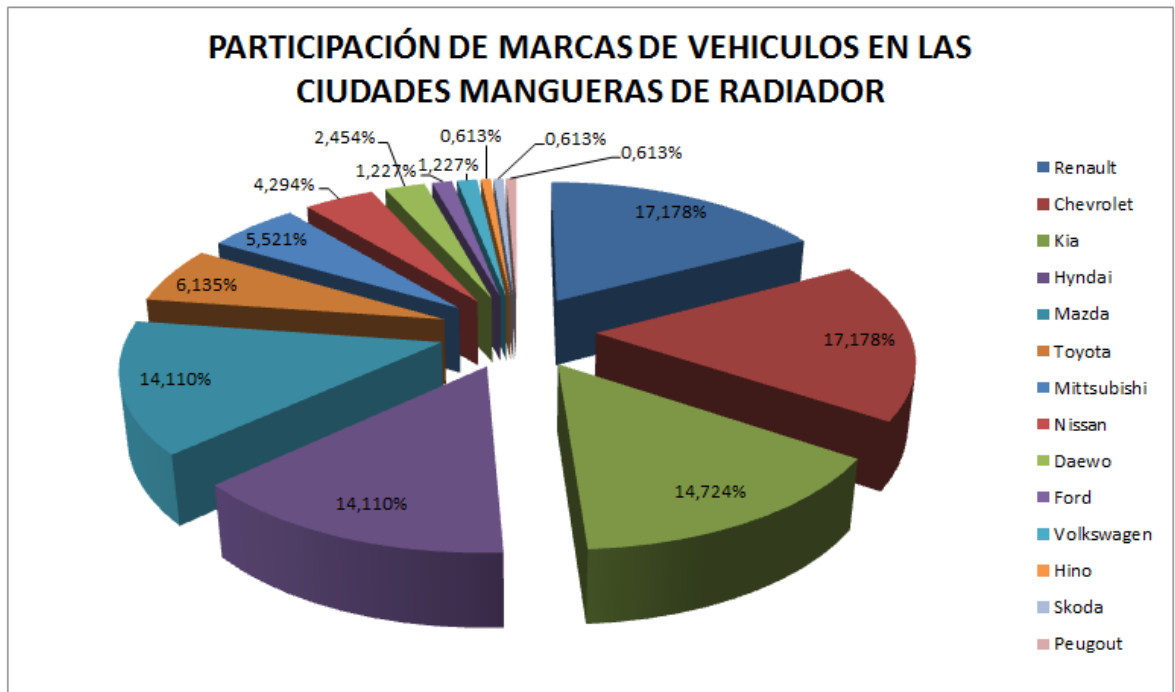


Gráfico 3: Participación de marcas de vehículos en las ciudades de Mangueras de Radiador

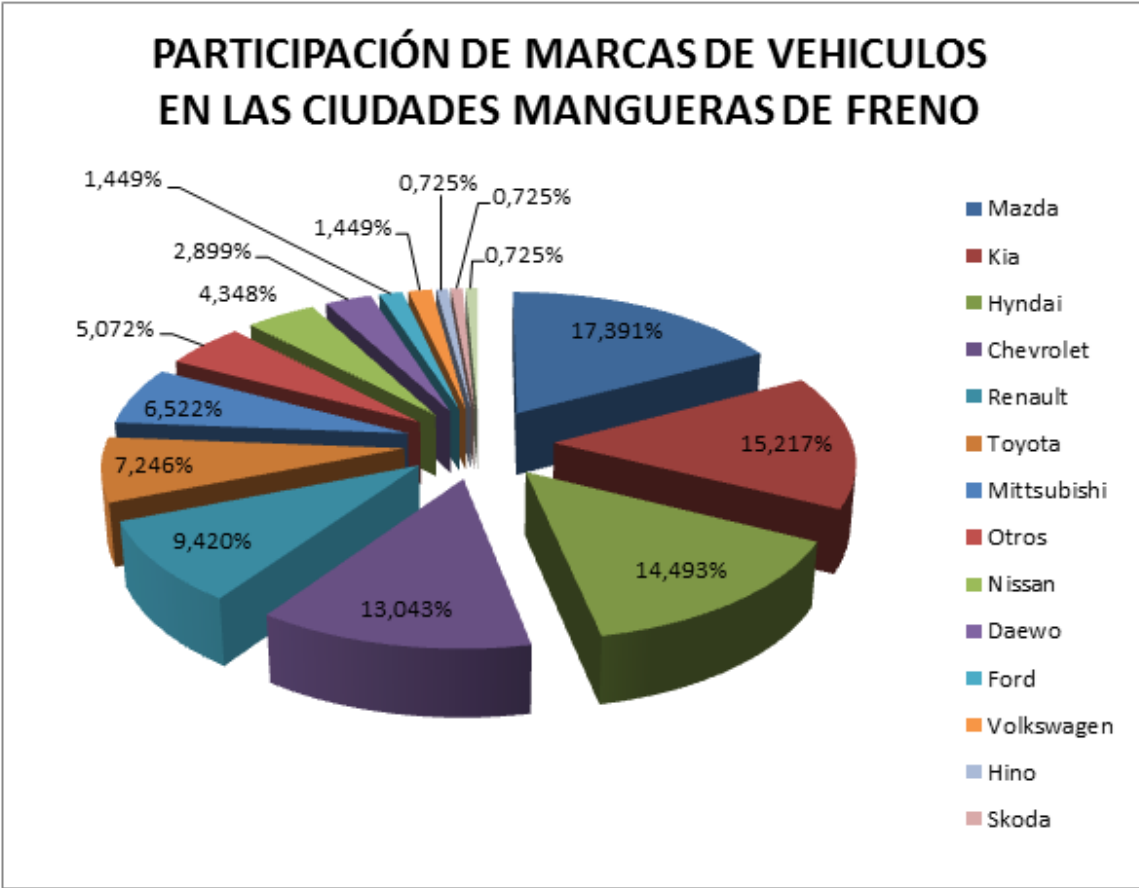


Grafico 4: Participación de marcas de vehículos en las ciudades de Mangueras de Radiador

Conocer las más marcas más comerciales en vehículos de servicio público.

Las marcas de vehículos para el servicio público que constituyen el mercado objetivo del presente Plan de Negocios son: Hyundai, Chrevrolet y Mazda.

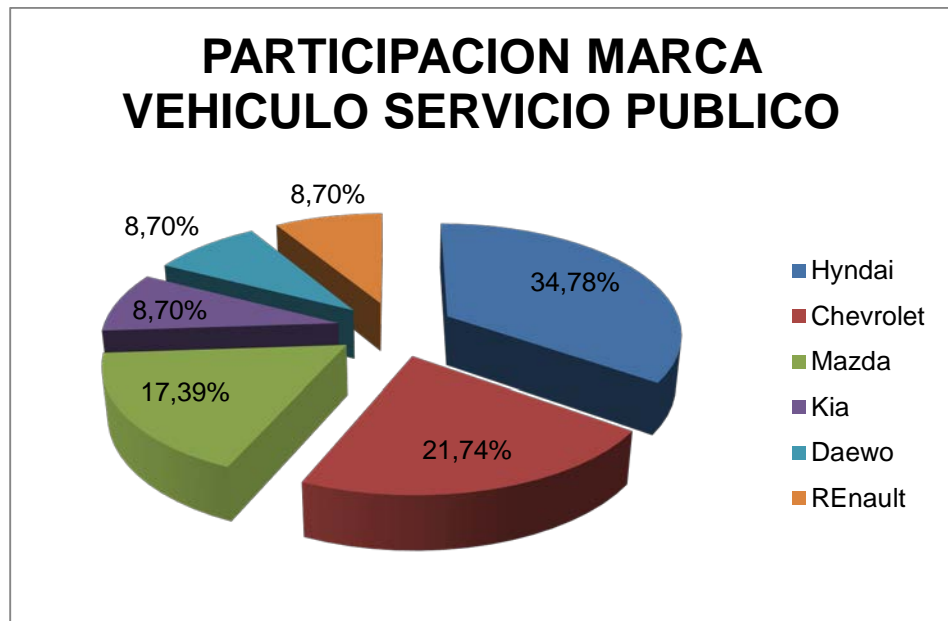


Grafico 5: Participación marca de vehículo servicio público

- **Tercer Objetivo de la Investigación de Mercados**

Establecer la frecuencia promedio de cambio de una manguera de radiador y frenado en los automóviles particulares y de servicio público

**Necesidades de Información.**

Identificar la frecuencia de cambio de mangueras de radiador y mangueras de freno en automóviles particulares y de servicio público.

Según la información obtenida en el censo en promedio una manguera de radiador para un vehículo particular se cambia cada 19 meses y para un vehículo de servicio público (taxi) cada 9 meses.

De igual manera una manguera de freno para un vehículo particular se cambia cada 27 meses y para vehículos de servicio público (taxi) cada 10 meses.

Determinar la política de compra y de inventarios

En términos generales todas las personas censadas coincidieron en la política de compra y de inventarios para sus almacenes, esta

crédito a 30 días con un descuento en el total de la factura que oscila entre 15% y 20%, lo que significa que los comerciantes generalmente cancelan su carrea a los 30 días para verse beneficiado de los descuentos otorgados por el proveedor.

- **Cuarto Objetivo de la Investigación de Mercados**

Identificar los proveedores más comunes en la región de mangueras de caucho para radiador y freno.

**Necesidades de Información.**

Identificar la competencia

El 82,55% del mercado de autopartes para mangueras de radiador y mangueras de freno en las ciudades de Manizales, Pereira y Armenia está siendo atendido por el 20% de los proveedores representados por las siguientes razones sociales: Bulira, Obyco, Importaciones Reypar, Dispartes y Abin.

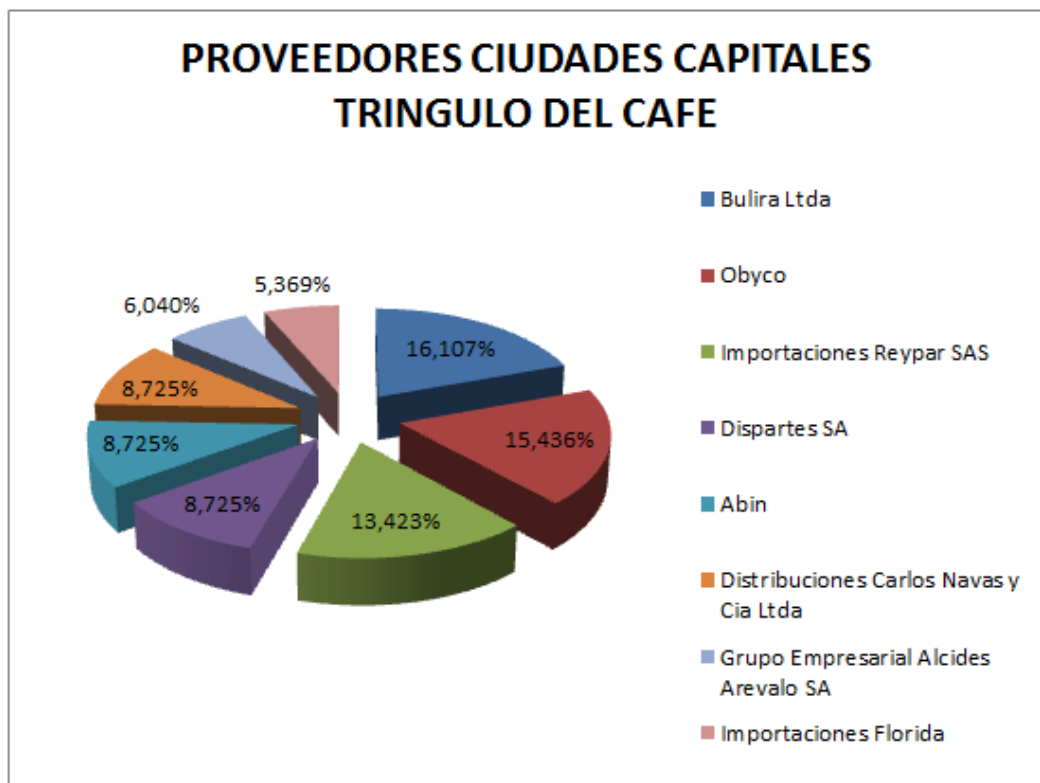


Gráfico 6: Participación marca de vehículo servicio público

### Conocer el comportamiento del Marketing Mix de la competencia

Partiendo de la observación realizada en las páginas de internet de los proveedores descritos en la necesidad de información anterior, se tiene lo siguiente:

- Precio: El precio es generalmente condicionado por el descuento por pronto pago que se otorgue al cliente.
- Distribución: Se transporta masivamente desde el fabricante de la cadena de suministro hasta el distribuidor minorista para llegar en última medida al consumidor final.
- Promoción: Pendones en los almacenes, con publicidad del fabricante de los repuestos para dar respaldo.
- Producto: Mangueras de radiador y de freno para automóviles convencionales que se explicaran al detalle en el numeral 1.2.1

### **2.7.3.Herramienta de Investigación**

Varias de las herramientas utilizadas en el proceso de investigación de mercados fueron la observación, internet, las bases de datos del ANDI y el censo, la cual tuvo una serie de especificaciones que se relatarán a continuación.

## **3. SECTOR AUTOPARTES**

### **3.1. Análisis del Sector**

La industria automotriz colombiana está conformada por la actividad de ensamble de vehículos, de producción de autopartes y de ensamble de motocicletas.

Según últimas cifras del DANE (Encuesta Anual Manufacturera) esta industria contribuyó con el 4% del total de la producción industrial del país, del cual el 1.1% corresponde a la actividad de ensamble de motocicletas.



El sector de vehículos Es reconocido a nivel mundial como sector “punta de lanza” del desarrollo económico y social, por sus múltiples efectos de arrastre sobre una amplia gama de campos de la actividad industrial. Sus altos aportes a la innovación y a la transferencia de tecnología lo constituyen en uno de los sectores líderes y una de las locomotoras para el de desarrollo de Colombia.

En Colombia operan de manera activa las siguientes ensambladoras de vehículos:

- Compañía Colombiana Automotriz (marca Mazda)
- General Motors Colmotores (marcas Isuzu, Volvo y Chevrolet)
- Sofasa (marca Renault)
- Hino Motors Manufacturing S.A. (marca Hino – grupo Toyota)
- Carrocerías Non Plus Ultra (marca propia, CKD Volkswagen)
- Compañía de Autoensamble Nissan (marca Nissan)
- Navistrans S.A: Agrale
- Daimler

Las cuatro primeras empresas concentran el 99% de la producción, en términos de unidades.

Adicionalmente el sector representa el 4% del PIB Industrial.

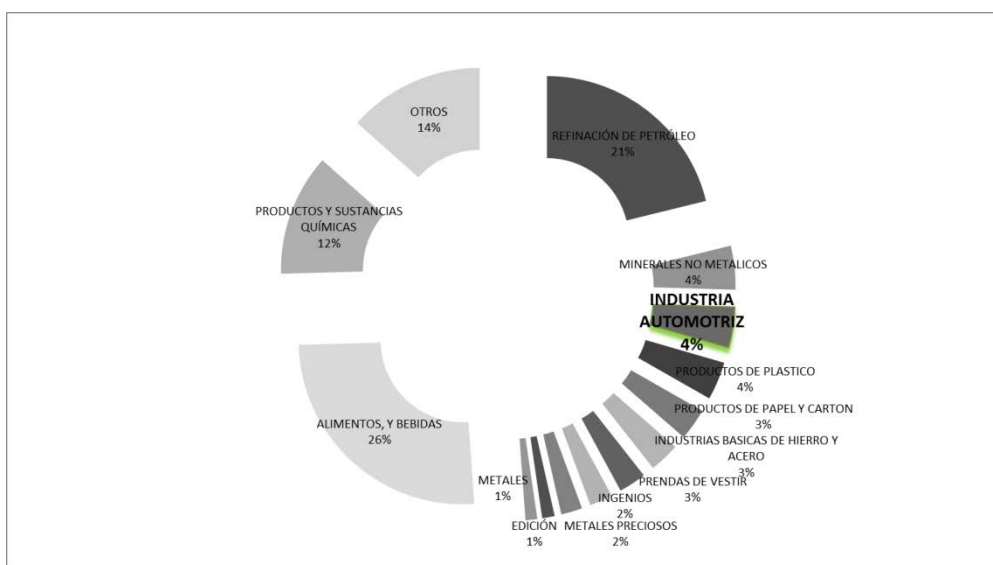


Grafico 7: Representación Industria autopartes en el PIB<sup>27</sup>

<sup>27</sup> Fuente: Total Industria Automotriz ANDI

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

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

El origen de las inversiones en esta industria es muy variada pues se tiene de Estados Unidos, Japón, Francia, México, Brasil, Venezuela, lo que además incluye asistencia técnica de productores mundiales de partes eléctricas, llantas, vidrio, partes de transmisión.<sup>28</sup>

A nivel nacional en los últimos tres (3) años se ha presentado una decrecimiento en la venta de vehículos convencionales en el País del 11,84% entre los años 2011 y 2013 consolidados.

Detalladamente en cada departamento de interés para el presente Plan de Negocios, también se presentó un decrecimiento en la venta de vehículos, proporcional a la presentada en el territorio nacional.

En la gráfica que se presenta a continuación se evidencia el decrecimiento exponencial de las ventas:

---

<sup>28</sup> Tomado: Total Industria Automotriz ANDI

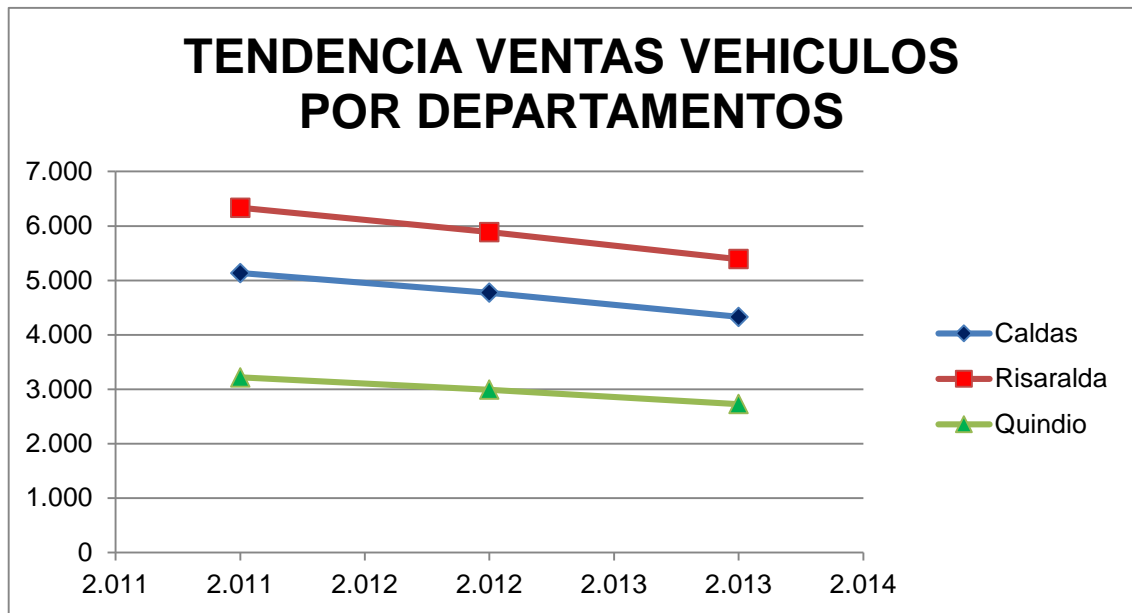


Grafico 8: Tendencia de ventas vehículos por departamentos.

Para el departamento de Risaralda el decrecimiento en los últimos dos (2) años corresponde al 14,87%, en el departamento de Caldas el 15,67% y en el departamento de Quindío el 15,28%.

Principalmente el decrecimiento de las ventas puede darse por las garantías tan amplias en algunas marcas de vehículos, lo que genera que las personas no compren vehículo nuevo en un plazo largo.

### 3.2. Análisis del Mercado

Actualmente el sector de autopartes se encuentra amenazado por la reducción significativa del ensamble local. Se espera que la apertura del mercado por la firma y entrada en vigencia de los TLCs y el cierre de los países vecinos continúe reduciendo la escala para el ensamble en los próximos años. Por lo tanto, viabilizar el ensamble local es considerada la ruta crítica para el sector.

La demanda de autopartes, especialmente de mangueras de radiador y mangueras de freno, está relacionada con la producción de vehículos convencionales en el País y de que productor, ya que de acuerdo al fabricante será la marca del vehículo y las líneas de

marca, así; partiendo de la participación de las grandes ensambladoras a nivel nacional que presenta una alta producción de los automóviles a los cuales nuestro producto está orientado se puede dimensionar el tamaño del mercado objetivo, a continuación se presenta la participación del mercado por ensambladora.

| EMPRESAS           | MARCA DE VEHICULO | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   |
|--------------------|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| C.C.A              | Mazda             | 8,20%  | 7,91%  | 8,58%  | 7,48%  | 7,31%  | 5,84%  |
| GM COLMOTORES      | Chevrolet         | 48,24% | 48,74% | 49,85% | 45,50% | 43,38% | 44,75% |
| Hyndai Colombia    | Hyndai            | 13,80% | 13,79% | 13,60% | 16,32% | 12,68% | 12,52% |
| Metrokia SA        | Kia               | 3,76%  | 5,00%  | 6,44%  | 7,56%  | 10,00% | 11,30% |
| Sofasa             | Renault           | 26,00% | 24,55% | 21,54% | 18,85% | 19,35% | 19,80% |
| Toyota de Colombia | Toyota            | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  | 4,29%  | 7,22%  | 5,72%  |

Cuadro 5: Participación grandes ensambladoras en la producción nacional de vehículos<sup>29</sup>

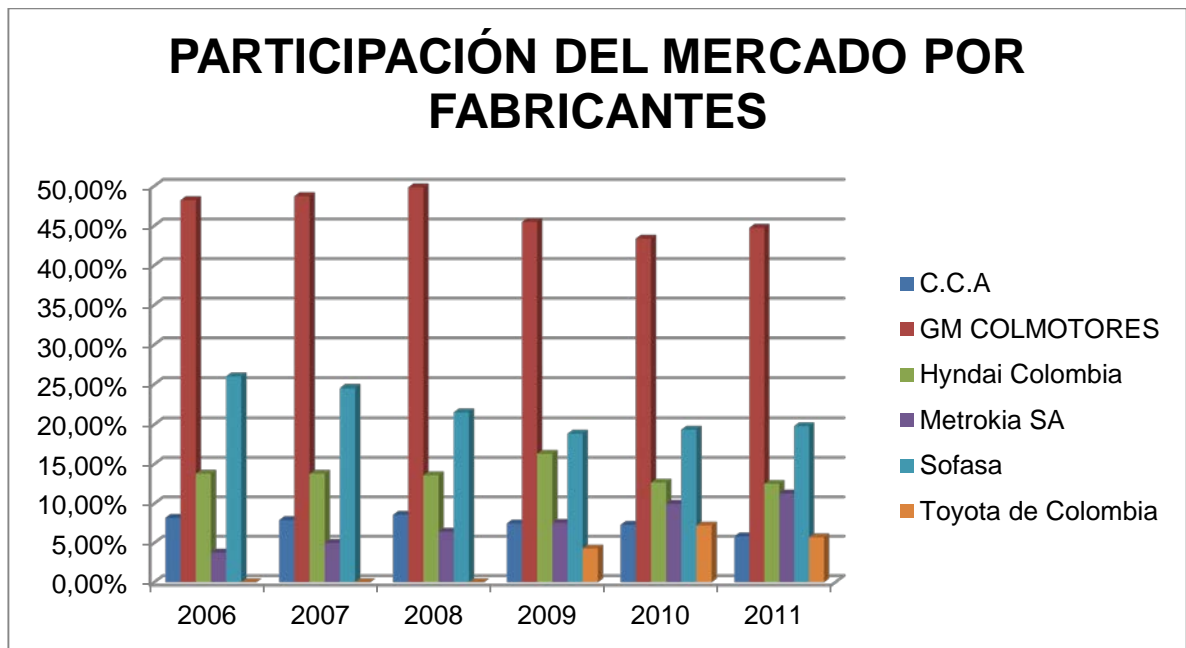


Grafico 9: Participación del Mercado por Fabricantes

A la luz de esta información, se puede evidenciar que el fabricante que tiene mayor participación en el mercado de manera constante es GM COLMOTORES, seguido de Sofasa, Hyndai Colombia, Metrokia y CCA, lo que es sustentado con el censo realizado para la

<sup>29</sup> Tomado de: QUIROGA, Johana; MUNAR, Laura; PEÑA; Manuel; Análisis Estratégico del sector automotriz en Colombia.

investigación de mercados del presente Plan de Negocios, que arrojó como resultado que las marcas más comerciales de vehículos convencionales son Renault, Chevrolet, Kia, Hyundai y Mazda.

A continuación se presenta de venta de automóviles por ensamblador en todo el territorio nacional:

| <b>venta de Automoviles por ensamblador producidos nacionalmente</b> |                       |                         |                     |               |              |
|--|-----------------------|-------------------------|---------------------|---------------|--------------|
| <b>Año</b>   | <b>G.M colmotores</b> | <b>Hyundai Colombia</b> | <b>Metrokia S.A</b> | <b>Sofasa</b> | <b>Mazda</b> |
| <b>2005</b>  | 39.481                | 11.046                  | 9.970               | 17.469        | 2911,458     |
| <b>2006</b>  | 56.429                | 15.787                  | 14.249              | 24.967        | 4161,234     |
| <b>2007</b>  | 66.364                | 18.567                  | 16.758              | 29.363        | 4893,867     |
| <b>2008</b>  | 76.421                | 21.381                  | 19.297              | 33.813        | 5635,542     |
| <b>2009</b>  | 63.488                | 17.762                  | 16.032              | 28.091        | 4681,809     |
| <b>2010</b>  | 64.991                | 18.183                  | 16.411              | 28.756        | 4792,656     |

Cuadro 6: Venta de automóviles por ensamblador<sup>30</sup>

La venta de automóviles por ensamblar en los últimos años viene incrementando, y según proyecciones realizadas por los autores la tendencia en los próximos cinco años es de aumento de la venta de automóviles en estas marcas:

| <b>Proyecciones</b> |                                |                            |                           |                       |                         |                     |               |              |                        |
|---------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------|---------------|--------------|------------------------|
| <b>Año</b>          | <b>venta carros nacionales</b> | <b>venta Importaciones</b> | <b>Años de diferencia</b> | <b>G.M colmotores</b> | <b>Hyundai Colombia</b> | <b>Metrokia S.A</b> | <b>Sofasa</b> | <b>Mazda</b> | <b>Carros Vendidos</b> |
| 2015                | 346.964                        | 107.067                    | 11                        | 155.267               | 43.440                  | 39.207              | 68.699        | 11.450       | 425.129                |
| 2016                | 375.551                        | 116.261                    | 12                        | 168.059               | 47.019                  | 42.437              | 74.359        | 12.393       | 460.529                |
| 2017                | 406.492                        | 126.246                    | 13                        | 181.905               | 50.893                  | 45.934              | 80.486        | 13.414       | 498.878                |
| 2018                | 439.983                        | 137.088                    | 14                        | 196.893               | 55.086                  | 49.718              | 87.117        | 14.519       | 540.421                |
| 2019                | 476.234                        | 148.861                    | 15                        | 213.115               | 59.624                  | 53.814              | 94.294        | 15.716       | 585.424                |

Cuadro 7: Proyección de ventas de ensambladoras<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de Grado

<sup>31</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de Grado

### **Mercado Objetivo:**

El grupo de consumidores ideales para las mangueras de freno y las mangueras de radiador de los automóviles convencionales son los minoristas que se encargan de comercializar los productos al consumidor final (Usuario), en las ciudades capitales del triángulo del café.

### **Ubicación de la Demanda de Acuerdo al Segmento de mercado**

La demanda de manufacturas asociadas a la fabricación de mangueras de caucho del segmento en el cual se enfoca la investigación de mercados para evaluar la factibilidad de una empresa comercializadora de mangueras de radiador y mangueras de freno, está representado por el Triángulo del café, compuesto por sus ciudades capitales de Caldas (Manizales), Risaralda (Pereira) y Quindío (Armenia) con una distribución de la siguiente manera sobre el mapa de Colombia.

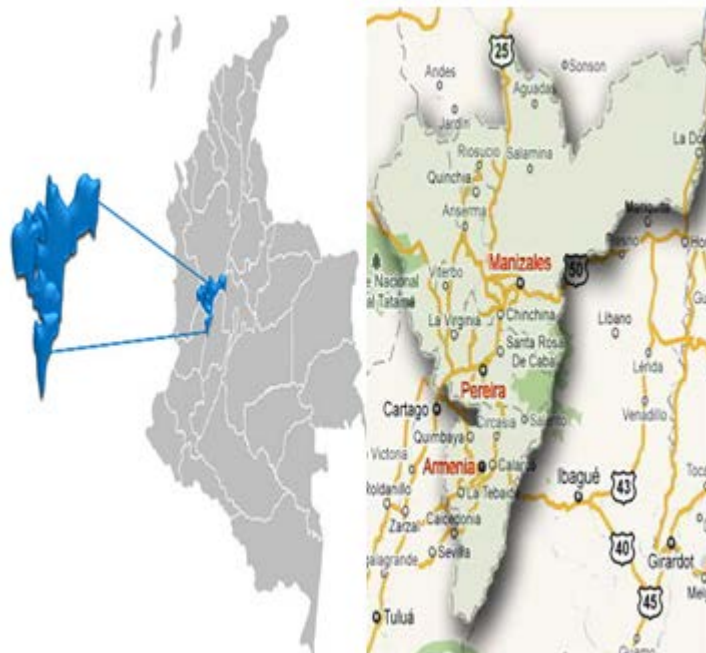


Imagen 1: Mapa Ciudades Triángulo Café 1

## Analizando importaciones

Colombia, importaciones según clasificación CIIU revisión 3.

2000 - 2014 (Junio)<sup>P</sup> Millones de Dolares presos CIF

Caucho y Manufacturas

| Sector  | 2008    | 2009                     | 2010          | 2011     | 2012         | 2013                            | 2014*                        |
|---|---------|--------------------------|---------------|----------|--------------|---------------------------------|------------------------------|
| Fabricación d   | 305.073 | 305.066                  | 325.006       | 417.703  | 475.582      | 533.760                         | 272.850                      |
| Sector  | Año     | importaciones en Dolares | Participación | RE       | Proyecciones | millones de dolares precios cif | Años de diferencia, Año base |
| Fabricación de productos de caucho y plástico   | 2008    | \$ 305.072,87            |               | 9,32326% |              |                                 |                              |
|   | 2009    | \$ 305.065,63            | 0%            |          | 2015         | 1.176.932                       | 2                            |
|   | 2010    | \$ 325.006,05            | 7%            |          | 2016         | 1.239.781                       | 3                            |
|   | 2011    | \$ 417.703,33            | 29%           |          | 2017         | 1.308.771                       | 4                            |
|   | 2012    | \$ 475.582,30            | 14%           |          | 2018         | 1.384.503                       | 5                            |
|   | 2013    | \$ 533.760,11            | 12,23%        |          | 2019         | 1.467.635                       | 6                            |
| Numero de Años  | 6       |                          |               |          |              |                                 |                              |
| <sup>P</sup> Cifras provisionales<br>Fuente : DIAN Cálculos DANE<br>* Corresponde hasta el mes de junio<br>Fecha de publicación: 19 de agosto de 2014 |         |                          |               |          |              |                                 |                              |

Cuadro 8: Importaciones Productos de Caucho y Plástico por año<sup>32</sup>

Según la tabla anterior las importaciones de los productos fabricados en caucho y plástico incrementaron en los últimos 6 años, con proyección de crecimiento igualmente hasta el año 2019, lo que significa que el mercado potencial de este tipo de productos en el territorio nacional ha aumentado.

## Analizando Oferta Nacional Producción de Manufacturas de Caucho.

| Produccion de piezas de Caucho en la Industria Nacional. (mil millones de Pesos) |        |           |             |              |                         |  |    |
|--|--------|-----------|-------------|--------------|-------------------------|--|----|
| Año  |        | Variacion | RG          | Proyecciones |                         |  |    |
|  |        |           |             | Año          | Produccion de Productos | Años de Diferencia con ultimo Año base |    |
| 1955   | 205,1  | 0%        | 0,060340826 | 2015         | 7.314                   | 55                                     |    |
| 1956   | 244,8  | 19%       |             | 2016         | 7.755                   | 56                                     |    |
| 1957   | 254,4  | 4%        |             | RE           | 2017                    | 8.223                                  | 57 |
| 1958   | 242    | -5%       | 2018        |              | 8.719                   | 58                                     |    |
| 1959   | 252,7  | 4%        | 0,05859039  |              | 2019                    | 9.245                                  | 59 |
| 1960   | 291,5  | 15%       |             |              |                         |  |    |
| Total  | 1490,5 |           |             |              |                         |  |    |

Cuadro 9: Producción de piezas de caucho en la industria nacional.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Fuente: Basado en Documento DANE; principales países importadores por capítulo 2000 -2014.

<sup>33</sup> Tomado de: PDF, Análisis del sector industrial Colombiano en el último decenio, p230.

Igualmente la producción de piezas de caucho en la Industria Nacional proyecta crecimiento para los próximos 5 años.

| Estimado de Oferta y consumo esperado de Manufacturas de Caucho (mangueras, soportes, bujes, acoples). |                               |                                     |                             |                    |                           |
|--|-------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------|---------------------------|
| Año  | Produccion (millones dolares) | Importaciones (millones de dolares) | Exportaciones (millones de) | Oferta Estimada    | Consumo Aparente Estimado |
| 2015   | 3.675.251                     | \$ 618.400.545.698                  | \$ 83.952.206.210           | \$ 618.404.220.949 | \$ 534.452.014.739        |
| 2016   | 3.897.019                     | \$ 668.334.360.119                  | \$ 76.088.778.837           | \$ 668.338.257.139 | \$ 592.249.478.302        |
| 2017   | 4.132.168                     | \$ 718.268.174.541                  | \$ 68.961.883.508           | \$ 718.272.306.710 | \$ 649.310.423.202        |
| 2018   | 4.381.507                     | \$ 768.201.988.963                  | \$ 62.502.532.564           | \$ 768.206.370.470 | \$ 705.703.837.906        |
| 2019   | 4.645.891                     | \$ 818.135.803.385                  | \$ 56.648.200.109           | \$ 818.140.449.275 | \$ 761.492.249.166        |

Cuadro 10: Estimación oferta Manufactura de Caucho<sup>34</sup>

Teniendo en cuenta la producción de la industria nacional, y las importaciones en términos de oferta, menos las exportaciones, se puede establecer una oferta estimada en los próximos 5 años con un incremento exponencial, a su vez el consumo aparente estimado también presenta un crecimiento considerable para los productos de caucho como mangueras, soportes, bujes, acoples entre otros.

### Analizando Oferta Internacional (Exportaciones)

| Colombia, exportaciones totales, según grupos de productos OMC a partir de la agregación CUCI Rev.3 (sección y capítulos constitutivos) |         |         |         |         |         |         |         |         |                      |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------|
| 2006 <sup>P</sup> - 2014 <sup>P</sup> (julio)   |         |         |         |         |         |         |         |         |                      |
| Caucho Y Manufacturas.  |         |         |         |         |         |         |         |         | Miles de dólares FOB |
| sector  | 2006    | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    | 2014*                |
| Manufacturas de caucho, n.e.p.  | 138.465 | 165.888 | 184.384 | 139.442 | 140.443 | 179.881 | 150.706 | 102.201 | 39.200               |

Cuadro 11: Exportaciones Productos Manufacturados de Caucho.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Trabajo de Grado

<sup>35</sup> Tomado de Documento Dane; Colombia Exportaciones totales según productos OMC a partir de la agregación CUCI Rev. 3 2006 – 2014



Estimado De exportaciones de Caucho Y manufacturas

| Año  | Exportaciones | Participacion | RG     | Proyecciones | miles de dolares precios FOB |
|------|---------------|---------------|--------|--------------|------------------------------|
| 2008 | \$ 184.384    | 0             | -9,37% |              |                              |
| 2009 | \$ 139.442    | -24%          |        | 2015         | \$ 83.952,21                 |
| 2010 | \$ 140.443    | 1%            |        | 2016         | \$ 76.088,78                 |
| 2011 | \$ 179.881    | 28%           |        | 2017         | \$ 68.961,88                 |
| 2012 | \$ 150.706    | -16%          |        | 2018         | \$ 62.502,53                 |
| 2013 | \$ 102.201    | -32,19%       |        | 2019         | \$ 56.648,20                 |

Cuadro 12: Proyección de exportaciones<sup>36</sup>

Las exportaciones de la manufactura nacional de productos de caucho según las proyecciones realizadas presentara un decrecimiento en los próximos 5 años; esto debido, a que la industria nacional debe concentrarse en la atención del mercado local.

### Demanda potencial

Partiendo de la Relación Revelada por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI); en Colombia existe una relación de 7,4 automóviles por cada 100 personas.<sup>37</sup>

| Proyecciones de poblacion futura (Personas) |           |           |           |           |           |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Poblacion                                   | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      | 2019      |
| Pereira                                     | 470.853   | 517.516   | 568.803   | 625.174   | 687.130   |
| Manizales                                   | 390.683   | 414.276   | 439.294   | 465.823   | 493.954   |
| Armenia                                     | 301.160   | 332.745   | 367.642   | 406.198   | 448.799   |
| total                                       | 1.162.696 | 1.264.536 | 1.375.739 | 1.497.195 | 1.629.883 |
| Proyecciones venta de carros                |           |           |           |           |           |
| Pereria                                     |           |           |           |           |           |
| Particulares                                | 2.608     | 2.426     | 2.257     | 2.100     | 1.954     |
| Taxis                                       | 76        | 67        | 59        | 52        | 46        |
| Manizales                                   |           |           |           |           |           |
| Particulares                                | 2065      | 2426      | 2257      | 2100      | 1954      |
| Taxis                                       | 152       | 134       | 118       | 105       | 92        |
| Armenia                                     |           |           |           |           |           |
| Particulares                                | 1051      | 987       | 927       | 871       | 818       |
| Taxis                                       | 194       | 192       | 190       | 188       | 186       |

Cuadro 13: Proyecciones de venta de carros según poblacion futura. <sup>38</sup>

<sup>36</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de Grado

<sup>37</sup> Tomado de: Artículo Colombia entre los países que menos carros tiene; Enero 5 de 2012;

<http://www.portafolio.co/economia/colombia-los-paises-que-menos-tienen-carros>

<sup>38</sup> Fuente: Elaborada por los autores del Proyecto de Grado

| Estimado de carros Registrados en cada ciudad (Unidad)                            |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Poblacion   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
| Pereira   | 34.843 | 38.296 | 42.091 | 46.263 | 50.848 |
| Manizales   | 28.911 | 30.656 | 32.508 | 34.471 | 36.553 |
| Armenia   | 22.286 | 24.623 | 27.205 | 30.059 | 33.211 |
| Estimado de la Demanda existente en todos los tipos de automoviles en la ciudades |        |        |        |        |        |
| Poblacion   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
| Pereira   | 34.843 | 38.296 | 42.091 | 46.263 | 50.848 |
| Manizales   | 28.911 | 30.656 | 32.508 | 34.471 | 36.553 |
| Armenia   | 22.286 | 24.623 | 27.205 | 30.059 | 33.211 |

Cuadro 14: Proyecciones de venta de carros según población futura por ciudad<sup>39</sup>

| Estimado de la Demanda existente de automoviles particulares y taxis en la ciudades |            |        |        |        |        |        |
|---|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Poblacion   | Vehiculo   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
| Pereira   | Particular | 19.800 | 21.945 | 24.321 | 26.955 | 29.873 |
|   | Taxi       | 577    | 605    | 635    | 666    | 698    |
| Manizales   | Particular | 16.353 | 17.247 | 18.191 | 19.187 | 20.236 |
|   | Taxi       | 1.484  | 1.680  | 1.902  | 2.154  | 2.438  |
| Armenia   | Particular | 10.137 | 11.429 | 12.887 | 14.531 | 16.384 |
|   | Taxi       | 1.871  | 2.223  | 2.641  | 3.138  | 3.729  |

Cuadro 15: Proyeccion de Demanda por tipo de vehiculo por ciudad. Fuente Dane.40

| Consolidado Demanda Estimada en Unidades Mangueras de Radiador por marca En las ciudades Capitales del Eje Cafetero |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ensamblador   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
| G.M colmotores  | 9.412  | 9.483  | 10.438 | 11.503 | 12.692 |
| Sofasa  | 6.271  | 6.837  | 7.464  | 8.158  | 8.929  |
| Metrokia S.A  | 4.124  | 4.496  | 4.908  | 5.364  | 5.871  |
| Hyundai Colombia  | 3.651  | 3.981  | 4.345  | 4.750  | 5.198  |
| Mazda   | 1.417  | 1.545  | 1.687  | 1.844  | 2.018  |
| Suma Total  | 24.875 | 26.342 | 28.842 | 31.619 | 34.709 |

Cuadro 16: Consolidad demanda estimada en unidades de mangueras de radiador por marca por ciudades

<sup>39</sup> Fuente: Elaborada por los autores de Proyecto de Grado

<sup>40</sup> Tomado de: PDF Diagnostico socio económico Manizales, Pereira Y Armenia.

<http://portal.pereira.gov.co:7778/PUBLICADOR/ASI-SOMOS/ECONOMICA.pdf>

[http://quindio.gov.co/home/docs/items/item\\_61/INFORME\\_DE\\_GESTION\\_INFANCIA\\_Y\\_ADOLESCENCIA.pdf](http://quindio.gov.co/home/docs/items/item_61/INFORME_DE_GESTION_INFANCIA_Y_ADOLESCENCIA.pdf)

Datos poblacionales Tomados del Dane

IPC tomado de <http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf>

| Consolidado Demanda Estimada en Unidades Mangueras de Freno por marca En las ciudades Capitales del Eje cafetero |               |               |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ensamblador  | 2015          | 2016          | 2017          | 2018          | 2019          |
| G.M colmotores   | 6.821         | 7.544         | 8.353         | 9.260         | 10.277        |
| Sofasa   | 3.952         | 4.371         | 4.840         | 5.365         | 5.954         |
| Metrokia S.A   | 2.599         | 2.874         | 3.182         | 3.528         | 3.915         |
| Hyundai Colombia   | 2.301         | 2.545         | 2.818         | 3.123         | 3.467         |
| Mazda  | 893           | 988           | 1.094         | 1.213         | 1.346         |
| <b>Suma Total</b>  | <b>16.566</b> | <b>18.322</b> | <b>20.287</b> | <b>22.489</b> | <b>24.959</b> |

Cuadro 17: Consolidad demanda estimada en unidades de mangueras de freno por marca por ciudades

| Consolidado en Millones de Pesos Mangueras de Radiador por marca En las Ciudades Capitales Del Eje cafetero |                       |                       |                       |                       |                      |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| Ensamblador   | 2015                  | 2016                  | 2017                  | 2018                  | 2019                 |
| G.M colmotores  | \$ 242.589.219        | \$ 244.439.175        | \$ 269.043.444        | \$ 296.491.465        | \$327.149.253        |
| Sofasa  | \$ 204.597.543        | \$ 223.063.449        | \$ 243.503.418        | \$ 266.159.918        | \$291.308.529        |
| Metrokia S.A  | \$ 63.626.941         | \$ 69.369.576         | \$ 75.726.117         | \$ 82.771.968         | \$ 90.592.830        |
| Hyundai Colombia  | \$ 71.278.162         | \$ 77.711.357         | \$ 84.832.280         | \$ 92.725.404         | \$101.486.735        |
| Mazda   | \$ 12.481.488         | \$ 13.608.002         | \$ 14.854.944         | \$ 16.237.106         | \$ 17.771.299        |
| <b>Suma Total</b>   | <b>\$ 594.573.354</b> | <b>\$ 628.191.559</b> | <b>\$ 687.960.203</b> | <b>\$ 754.385.860</b> | <b>\$828.308.645</b> |

Cuadro 18: Consolidado en millones de pesos mangueras de radiador por marca por ciudad

| Consolidado en Millones de Pesos Mangueras de Radiador por marca En las Ciudades Capitales Del Eje cafetero |                       |                       |                       |                       |                      |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| Ensamblador   | 2015                  | 2016                  | 2017                  | 2018                  | 2019                 |
| G.M colmotores  | \$ 82.499.602         | \$ 115.975.915        | \$ 127.451.979        | \$ 140.244.304        | \$154.522.185        |
| Sofasa  | \$ 44.987.024         | \$ 72.002.187         | \$ 78.858.561         | \$ 86.481.175         | \$ 94.967.078        |
| Metrokia S.A  | \$ 38.097.756         | \$ 42.665.108         | \$ 47.220.601         | \$ 52.323.657         | \$ 58.046.572        |
| Hyundai Colombia  | \$ 33.399.978         | \$ 43.352.142         | \$ 47.977.997         | \$ 53.151.712         | \$ 58.943.968        |
| Mazda   | \$ 10.983.880         | \$ 10.411.896         | \$ 11.535.126         | \$ 12.796.320         | \$ 14.214.196        |
| <b>Suma Total</b>   | <b>\$ 209.968.240</b> | <b>\$ 284.407.247</b> | <b>\$ 313.044.263</b> | <b>\$ 344.997.168</b> | <b>\$380.693.998</b> |

Cuadro 19: Consolidado en millones de pesos mangueras de freno por marca por ciudad

| Demanda Potencial En Mangueras Radiador Y Freno en las ciudades Capitales del Eje Cafetero |                |               |                 |                 |                 |
|--|----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Demanda potencial  | 2015           | 2016          | 2017            | 2018            | 2019            |
|  | \$ 804.541.594 | \$912.598.806 | \$1.001.004.466 | \$1.099.383.028 | \$1.209.002.643 |

Cuadro 20: Demanda potencial de mangueras de radiador y freno en las tres ciudades capitales del trinagulo del cafe

| Demanda Potencial en Cada ciudad de acuerdo a tipo de Manguera |                   |               |                |                |                |               |
|--|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Ciudad   | Tipo de Manguera  | 2015          | 2016           | 2017           | 2018           | 2019          |
| Pereira  | Manguera Radiador | \$208.438.731 | \$ 230.147.882 | \$ 254.165.673 | \$ 280.740.037 | \$310.145.654 |
|  | Manguera Freno    | \$105.954.152 | \$ 121.572.720 | \$ 134.158.108 | \$ 148.077.982 | \$163.475.463 |
| Manizales  | Manguera Radiador | \$278.010.331 | \$ 273.908.739 | \$ 291.189.222 | \$ 309.718.124 | \$329.603.765 |
|  | Manguera Freno    | \$ 52.125.531 | \$ 103.155.601 | \$ 110.202.698 | \$ 117.820.688 | \$126.065.285 |
| Armenia  | Manguera Radiador | \$108.124.292 | \$ 124.134.939 | \$ 142.605.308 | \$ 163.927.699 | \$188.559.226 |
|  | Manguera Freno    | \$ 51.888.556 | \$ 59.678.927  | \$ 68.683.457  | \$ 79.098.499  | \$ 91.153.250 |

Cuadro 21: Demanda potencia por tipo de manguera por ciudad

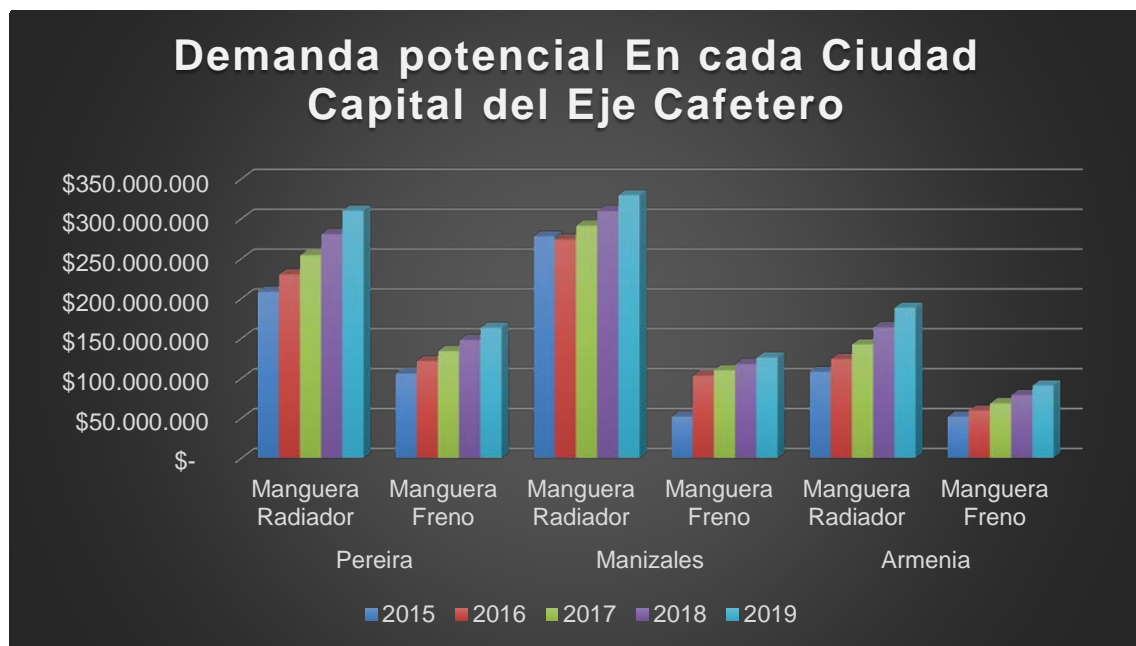


Grafico10: Demanda potencial por ciudad por tipo de manguera

La demanda potencial de mangueras de radiador y mangueras de freno se obtuvo de la información de la demanda total de estos tipos de productos en las ciudades capitales del eje cafetero y la capacidad de compra de los minoristas (Mercado objetivo) censados.

### 3.3. Análisis de la Competencia

La oferta nacional de manufacturas asociadas a la fabricación e importación de mangueras de caucho cumple con la siguiente cobertura a nivel nacional.

## Productores

- **Flexco S.A**, ubicada en Dos quebradas (Risaralda.)
- **Rubber Hose de Colombia LTDA**, ubicada en Bogotá.
- **Industrias Hernal S.A**, ubicada en Bogotá.
- **Industrias Navcar**. Ubicada en Bogotá.
- **Industrias Camel**, Ubicada en Bogotá.

## Ubicación de Productores en Colombia.



Imagen 2: Ubicación Geográfica Productore 1

## Importadores

- **Importaciones Reypar S.A.S**, Ubicada en Envigado (Antioquia).
- **Dispartes S.A**, Ubicada en Itagüí (Antioquia).
- **Importadora Cali**, Ubicada en Cali (Valle del Cauca).
- **Abin S.A.S**, ubicada en Cali (valle del cauca).
- **Fraco**, Ubicada en Bogotá.
- **Indufaros**, Ubicada en Bogotá.
- **Florida Importaciones**, Ubicada en Manizales (Caldas).
- **Importadoras Asociadas**, Ubicada en Pereira, Cali, Bogotá, Barranquilla.
- **Importadora Cali**, Ubicada en Cali.
- **Grupo Empresarial Alcides Arévalo**, Ubicada en Pereira.



## Ubicación de Importadores en Colombia.




Imagen 3: Ubicación Geográfica Importado 1

A continuación se presenta el comportamiento del Marketing Mix de los Distribuidores más importantes para la población objetivo censado en la presente Investigación de Mercados:




| Distribuidor  | Producto                                  | Precio    | Promocion  | Pagina Web  |
|---|---|-----------|--|---|
|  | Manguera Superior Radiador Picanto        | \$ 7.830  | El Distribuidor Obyco S.A promociona sus productos a traves de: Bolantes, Folletos, Afiches, Libretas otorgadas a los minoristas, Pagina Web y | <a href="http://190.145.5.170/obyco/web/">http://190.145.5.170/obyco/web/</a> |
|   | Manguera Superior Radiador Spark Chronos  | \$ 9.932  |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Atos M.N       | \$ 18.853 |  |   |
|   | Manguera Inferior Radiador Atos M.N       | \$ 11.549 |  |   |
|  | Manguera inferior Radiador Spark Chronos  | \$ 27.839 | El Distribuidor Comercializadora Bulira Ltda promociona sus productos a traves de: Afiches, Pagina web   | <a href="http://bulira.com/#">http://bulira.com/#</a>                         |
|   | Manguera inferior Radiador Accent         | \$ 17.761 |  |   |
|   | Manguera Inferior Radiador Atos M.V       | \$ 16.511 |  |   |
|   | Manguera inferior Radiador Mazda 323 INY  | \$ 8.350  |  |   |
|   | Manguera inferior Radiador Mazda 323 M-82 | \$ 8.350  |  |   |
|   | Manguera inferior Radiador Mazda 323 M-86 | \$ 8.350  |  |   |
|   | Manguera Inferior Radiador Picanto        | \$ 17.000 |  |   |
|   | Manguera inferior Radiador Spark Chronos  | \$ 25.427 |  |   |
|   | Manguera Inferior Radiador Twingo         | \$ 54.592 |  |   |
|   | Manguera Inferior Radiador Atos M.N       | \$ 16.511 |  |   |
|   | Manguera Inferior Radiador Clio II con AA | \$ 33.812 |  |   |
|   | Manguera Radiador inferior Corsa Gasolina | \$ 28.000 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Corsa Gasolina | \$ 28.000 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Atos M.N       | \$ 13.261 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Clio II con AA | \$ 27.250 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Mazda 323 M-86 | \$ 10.653 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Mazda 323 M-95 | \$ 10.653 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Picanto        | \$ 11.250 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Spark Chronos  | \$ 29.920 |  |   |
|   | Manguera Superior Radiador Twingo         | \$ 28.042 |  |   |
| Manguera Superior Radiador Accent   | \$ 16.361                                 |           |  |   |

Cuadro 22: Marketing Mix Competencia Directa

| Distribuidor  | Producto  | Precio    | Promocion  | Pagina Web   |
|---|---|-----------|--|--|
|  | MANGUERA INFERIOR RADIADOR VERNA                                      | \$ 9.900  | El Distribuidor Abin Promociona sus productos a traves de: Afiches, A traves de publicidad en pagina web | <a href="http://asteris.co/wp/portfolio/abin-s">asteris.co/wp/portfolio/abin-s</a> |
|   | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR VERNA                                      | \$ 6.700  |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Atos 99 Delantera Derecha                      | \$ 8.300  |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Atos 99 Delantera Izquierda                    | \$ 10.000 |  |  |
|   | MANGUERA FRENO TRASERO ATOS   | \$ 8.100  |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Accent Delantera Derecha (platina) 58731-02010 | \$ 15.000 |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Accent Delantera Derecha (platina-resorte)     | \$ 12.600 |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Accent Delantera Izquierda (platina)           | \$ 12.600 |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Accent Delantera Izquierda (platina-resorte)   | \$ 12.300 |  |  |
|   | Manguera Freno Hyundai Accent Trasera                                 | \$ 6.600  |  |  |
|   | MANGUERA INFERIOR RADIADOR ACCENT                                     | \$ 9.000  |  |  |
|   | Manguera Freno Kia Picanto 2da Serie 2008 Trase                       | \$ 8.100  |  |  |
|   | Manguera Freno Kia Picanto 2da Serie 2008... Del                      | \$ 8.800  |  |  |
|   | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR KIA PICANT                                 | \$ 4.500  |  |  |
|   | Manguera Freno Daewoo Matiz Delant Chev Spark                         | \$ 8.500  |  |  |
|   | MANGUERA FRENO TRASERO MATIZ SPARK 71                                 | \$ 6.500  |  |  |
|   | Manguera Freno Chev Corsa Delantera                                   | \$ 10.700 |  |  |
|   | Manguera Freno Chev Corsa Trasera                                     | \$ 7.000  |  |  |
|   | MANGUERAS FRENO RENAULT CLIO III, SIMBOL                              | \$ 8.900  |  |  |
|   | MANGUERAS FRENO RENAULT CLIO, SYMBOL,                                 | \$ 8.200  |  |  |
|   | MANGUERAS FRENO RENAULT TWINGO 1.2 55,                                | \$ 7.600  |  |  |
|   | MANGUERAS FRENO RENAULT TWINGO DELAI                                  | \$ 8.200  |  |  |
|   | MANGUERA FRENO Mazda 323 82/85 Delante                                | \$ 10.400 |  |  |
|   | Gancho Corto  |           |  |  |
|   | Manguera Freno Mazda 323 82/85 Trasera                                | \$ 8.000  |  |  |
|   | Manguera Freno Mazda 323 86/97 Trasera                                | \$ 7.000  |  |  |
|   | Manguera Freno Mazda 323 BF/BW 1.1L - 1.7L 85                         | \$ 11.000 |  |  |
|   | MANGUERA FRENO Mazda 323 NX 1986-97 Gand                              | \$ 9.900  |  |  |

Cuadro 23: Marketing Mix Competencia Directa

| Distribuidor  | Producto                                | Precio    | Promocion  | Pagina Web  |
|---|---|-----------|--|---|
|  | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR TWINGO       | \$ 14.800 | El Distribuidor Importaciones Reypar S.A.S promociona sus productos a traves: empaque primario del producto, bolantes, paginas de publicidad dentro del portafolio de productos y Pagina Web | <a href="http://importacionesreypar.com/">http://importacionesreypar.com/</a> |
|   | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR CLIO-2 A.A   | \$ 9.500  |  |   |
|   | MANGUERA INFERIOR RADIADOR CLI2 A.A     | \$ 33.000 |  |   |
|   | MANGUERA FRENO DEL DER-IZQ CLI2/SYM/CIT | \$ 8.200  |  |   |
|   | MANGUERA FRENO DELANTERA TWINGO         | \$ 11.350 |  |   |
|   | MANGUERA FRENO TRASERA DER IZQ CLI2/3/S | \$ 6.500  |  |   |
|   | MANGUERA FRENO DEL 323NX 86-97 GANCHO   | \$ 9.900  |  |   |
|   | MANGUERA FRENO TRASERA M-323 86-97 806  | \$ 7.000  |  |   |
|   | MANGUERA SUPERIOR RADIDOR CORSA         | \$ 9.800  |  |   |
|   | MANGUERA FRENO DEL CORSA 8006           | \$ 10.700 |  |   |
|   | MANGUERA FRENO TRASERA CORSA 8007       | \$ 7.000  |  |   |
|   | MANGUERA INF RAD SPARK                  | \$ 24.000 |  |   |
|   | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR ACCENT/VE    | \$ 13.200 |  |   |
|   | MANGUERA INFERIOR RADIADOR ACCENT 1.50  | \$ 16.000 |  |   |
|   | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR ATOS T/T     | \$ 7.700  |  |   |
|   | MANGUERA INFERIOR RADIADOR ATOS M.V.    | \$ 14.000 |  |   |
|   | MANGUERA FRENO DEL DER ATOS 99... 8047  | \$ 8.300  |  |   |
|   | MANGUERA FRENO DEL IZQ ATOS 99... 8175  | \$ 10.000 |  |   |
|   | MANGUERA FRENO TRAS ATOS 99... 8048     | \$ 8.100  |  |   |
|   | MANGUERA INFERIOR RADIADOR EKO PICA-04  | \$ 15.500 |  |   |
| MANGUERA SUPERIOR PICANTO/EKO   | \$ 7.500                                |           |  |   |

Cuadro 24: Marketing Mix Competencia Directa

| Distribuidor   | Producto                                | Precio    | Promocion   | Pagina Web  |
|--|---|-----------|---|---|
|  | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR TWINGO       | \$ 16.280 | El Distribuidor Dispartes S.A promociona sus productos a traves de: empaque primario del producto, Bolantes, Afiches y Pagina Web | <a href="http://www.dispartes.com/">http://www.dispartes.com/</a> |
|  | MANGUERA SUPERIOR RADIADOR CLIO-2 A.A   | \$ 10.450 |   |   |
|  | MANGUERA INFERIOR RADIADOR CLI2 A.A     | \$ 36.300 |   |   |
|  | MANGUERA FRENO DEL DER-IZQ CLI2/SYM/CIT | \$ 9.020  |   |   |
|  | MANGUERA FRENO DELANTERA TWINGO         | \$ 12.485 |   |   |
|  | MANGUERA FRENO TRASERA DER IZQ CLI2/3/S | \$ 7.150  |   |   |
|  | MANGUERA FRENO DEL 323NX 86-97 GANCHO   | \$ 10.890 |   |   |
|  | MANGUERA FRENO TRASERA M-323 86-97 806  | \$ 7.700  |   |   |
|  | MANGUERA SUPERIOR RADIDOR CORSA         | \$ 10.780 |   |   |
|  | MANGUERA FRENO DEL CORSA 8006           | \$ 11.770 |   |   |
|  | MANGUERA FRENO TRASERA CORSA 8007       | \$ 7.700  |   |   |
|  | MANGUERA INF RAD SPARK                  | \$ 26.400 |   |   |
|  | MANGUERA INFERIOR RADIADOR EKO PICA-04  | \$ 17.050 |   |   |
|  | MANGUERA SUPERIOR PICANTO/EKO           | \$ 8.250  |   |   |

Cuadro 25: Marketing Mix Competencia Directa

### 3.4. Estrategias de Mercado

#### 3.4.1. Concepto del Producto

##### Identificación del producto.

Auto partes de caucho como mangueras de Radiador y Frenos, en aplicaciones de motor de los automóviles convencionales.

El producto ofrecido son mangueras reforzadas constituidas 100% de caucho natural para los procesos de refrigeración y frenado de los automóviles convencionales que existen actualmente en el mercado



nacional; entiéndase como automóviles convencionales todos aquellos automóviles que dentro las distintas gamas que existen en el mercado, de las grandes ensambladoras en sus líneas productivas presentan automóviles para el servicio público de transporte de pasajeros como lo son los taxis, algunas de las marcas son Renault, Chevrolet, Hyundai, Mazda y kia.

#### Mangueras Radiador (proceso de Refrigeración)



Imagen 4: Manguera de Radiador 1

#### Mangueras de Freno (proceso de Frenado)



Imagen 5: Manguera de Freno 1

El caucho que constituye el 100% de las mangueras Comercializadas, proviene de la familia ***Hevea brasilienses***, llamado comúnmente **árbol del caucho, siringa o siringueira** (del portugués), es un árbol de la familia de las euforbiáceas de 20 a 30 m de altura (excepcionalmente 45 m). El tronco es recto y cilíndrico de 30 a 60 cm de diámetro, de madera blanca y liviana. Sus hojas son compuestas trifoliadas, alternas, de 16 cm de longitud, por 6 a 7 cm de ancho; deja caer parcialmente las hojas durante la estación seca, antes de lo cual las hojas de la copa del árbol se tornan de color rojizo. Las flores son pequeñas y reunidas en amplias panículas. Frutos: produce desde los 4 años,

cada uno de los cuales es una gran cápsula de 4 cm de diámetro que se abre en valvas, con semillas ricas en aceite.

Su látex es blanco o amarillento y abundante hasta los 25 años de edad del árbol. De él se fabrica el caucho, después de "sangrar" el tronco mediante incisiones angulares en V. Este látex contiene 30 a 36% de hidrocarburo del caucho, 0,5% de cenizas, 1,5% de proteínas, 2% de resina y 0,5% de quebrachitol. El caucho también puede obtenerse del látex de otros árboles del género *Hevea* (v.g. *H. guianensis* Aubl. 1775 y *H. pauciflora* Müll.Arg. 1865). Este árbol es originario de la cuenca hidrográfica del río Amazonas, donde existía en abundancia y con exclusividad<sup>41</sup>

## Tipología

Los repuestos vehiculares o autopartes en caucho son productos (mangueras) de consumo frecuente en el sector de comercio automotriz, mercado en el cual el cliente puede contar con diferentes opciones al momento de efectuar la compra. En dicho mercado el cliente puede comparar y evaluar las diferentes alternativas en cuanto a marca, precios, calidad, garantía, duración, y estética; para finalmente seleccionar según sus preferencias.

El ciclo de vida de estos productos varía de acuerdo al grado de pureza y calidad del látex con el cual fueron elaboradas, principalmente su vida útil depende de un número de kilómetros recorridos por el vehículo, el tiempo de uso, especificaciones del fabricante, mantenimiento y trato de los usuarios finales.

Las autopartes son productos tangibles que están elaborados por materiales sintéticos (polietileno, polipropileno), metales (acero, aluminio, hierro, cobre, antimonio), cauchos (combinaciones de lona, rígidos y flexibles), vidrios (templados, de seguridad), espumas y tejidos.

---

<sup>41</sup>Tomado en [línea]: [http://es.wikipedia.org/wiki/Hevea\\_brasiliensis](http://es.wikipedia.org/wiki/Hevea_brasiliensis)

| ¿Con que frecuencia se requiere el cambio de una manguera de radiador para los siguientes usos de los vehículos? |           |         |         |          |
|--|-----------|---------|---------|----------|
|  | MANIZALES | PEREIRA | ARMENIA | PROMEDIO |
| Servicio Publico (Taxis)   | 10        | 7       | 9       | 9        |
| Vehiculos Particulares   | 14        | 18      | 25      | 19       |

| ¿Con que frecuencia se requiere el cambio de una manguera de freno para los siguientes usos de los vehículos? |           |         |         |          |
|---|-----------|---------|---------|----------|
|   | MANIZALES | PEREIRA | ARMENIA | PROMEDIO |
| Servicio Publico (Taxis)  | 16        | 6       | 9       | 10       |
| Vehiculos Particulares  | 35        | 19      | 29      | 27       |

Cuadro 26: Frecuencia de cambio de mangueras de radiador y mangueras de freno según el uso del vehículo

De acuerdo al Censo realizado en las ciudades capitales del triángulo del café, las mangueras de radiador en promedio deben cambiarse cada 9 meses en vehículos de servicio público (taxis) y cada 19 meses en vehículos particulares.

Las mangueras de freno en promedio deben cambiarse cada 10 meses en vehículos de servicio público (Taxis) y cada 27 meses en vehículos particulares.

### **Características Generales de auto partes.**

#### **Calidad**

La calidad de los repuestos automotores depende principalmente de la calidad de los materiales con la que se produce, las condiciones de transporte y el almacenaje.

#### **Uso y Aplicaciones.**

En el mercado actual de las autopartes se ha presentado un proceso de estandarización en lo relacionado a la aplicabilidad de un mismo repuesto a distintos automóviles de distintos fabricantes.

Según los resultados obtenidos por el censo realizado a los minoristas comercializadores de autopartes en las ciudades capitales del Triángulo de Café las mangueras de radiador y de freno se van a comercializar a las líneas de vehículos más comerciales que se relacionan a continuación:



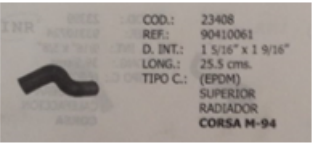

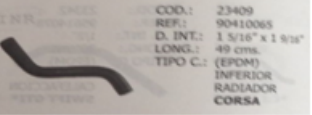


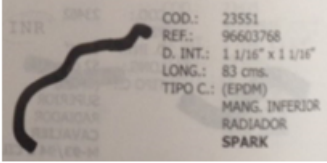

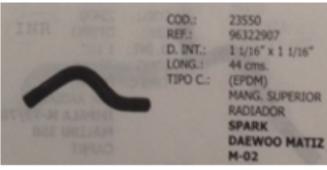

| Marca  | Línea vehículo   | Mangueras de Radiador   | Mangueras de Freno   |
|--|--|---|--|
| <br><b>CHEVROLET</b>  | <b>Corsa</b><br>  |  <p>COD.: 23408<br/> REF.: 90410061<br/> D. INT.: 1 5/16" x 1 9/16"<br/> LONG.: 25.5 cms.<br/> TIPO C.: (EPDM)<br/> SUPERIOR<br/> RADIADOR<br/> <b>CORSA M-94</b></p> | <br>MANGUERA FRENO DELANTERA<br><b>CORSA 8006</b> |
|  |  <p>COD.: 23409<br/> REF.: 90410065<br/> D. INT.: 1 5/16" x 1 9/16"<br/> LONG.: 49 cms.<br/> TIPO C.: (EPDM)<br/> INFERIOR<br/> RADIADOR<br/> <b>CORSA</b></p>                                     |   |  |
| <br><b>CHEVROLET</b> | <b>Spark</b><br>   |  <p>COD.: 23551<br/> REF.: 96603768<br/> D. INT.: 1 1/16" x 1 1/16"<br/> LONG.: 83 cms.<br/> TIPO C.: (EPDM)<br/> MANG. INFERIOR<br/> RADIADOR<br/> <b>SPARK</b></p> | <br>MANGUERA FRENO DEL MATIZ<br><b>(00-02)</b>   |
|  |  <p>COD.: 23550<br/> REF.: 96322907<br/> D. INT.: 1 1/16" x 1 1/16"<br/> LONG.: 44 cms.<br/> TIPO C.: (EPDM)<br/> MANG. SUPERIOR<br/> RADIADOR<br/> <b>SPARK<br/> DAEWOO MATIZ<br/> M-02</b></p> | <br>MANGUERA FRENO TRAS MATIZ<br><b>(00-02)</b>  |  |

Imagen 6: Mangueras Vehículos Chevrolet 1



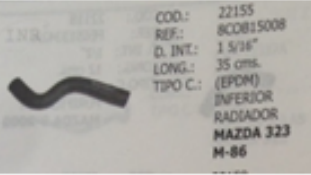

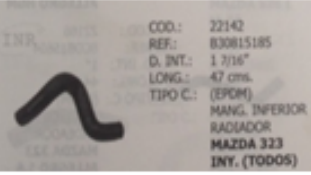
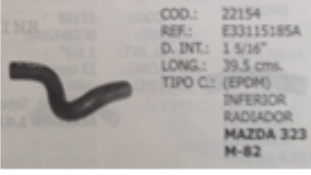

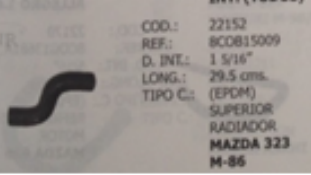

| Marca   | Línea vehículo  | Mangueras de Radiador  | Mangueras de Freno  |
|---|---|--|---|
|  | <b>Mazda 323</b><br><br> |  <p>COD.: 22155<br/>REF.: 8C0B15008<br/>D. INT.: 1 5/16"<br/>LONG.: 35 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>INFERIOR<br/>RADIADOR<br/><b>MAZDA 323</b><br/><b>M-86</b></p>               |  <p>MANGUERA FRENO DEL 323NX<br/>86-97 GANCHO LARGO 8137</p> |
|   |   |  <p>COD.: 22142<br/>REF.: 830B15185<br/>D. INT.: 1 7/16"<br/>LONG.: 47 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>MANG. INFERIOR<br/>RADIADOR<br/><b>MAZDA 323</b><br/><b>INY. (TODOS)</b></p> |   |
|   |   |  <p>COD.: 22154<br/>REF.: E33115185A<br/>D. INT.: 1 5/16"<br/>LONG.: 39.5 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>INFERIOR<br/>RADIADOR<br/><b>MAZDA 323</b><br/><b>M-82</b></p>            |  <p>MANGUERA FRENO TRASERA 323<br/>86...97 8061</p>         |
|   |   |  <p>COD.: 22152<br/>REF.: 8C0B15009<br/>D. INT.: 1 5/16"<br/>LONG.: 29.5 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>SUPERIOR<br/>RADIADOR<br/><b>MAZDA 323</b><br/><b>M-86</b></p>            |   |
|   |   |  <p>COD.: 22160<br/>REF.: 8C0B15203<br/>D. INT.: 1 5/16"<br/>LONG.: 29.5 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>INFERIOR<br/>RADIADOR<br/><b>MAZDA 323</b><br/><b>M-95</b></p>           |   |

Imagen 7: Mangueras Vehículos Mazda 1

| Marca   | Línea vehículo   | Mangueras de Radiador   | Mangueras de Freno   |
|---|--|---|--|
|  | <b>Clio I, II</b><br> |  <p>COD.: 21260<br/>REF.: 7700801061<br/>D. INT.: 1 1/4"<br/>LONG.: 41 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>MANG. SUPERIOR<br/>RADIADOR<br/>CLIO I-97/98<br/>CON A.A.</p> |   |
|   |  |  <p>COD.: 21287<br/>REF.: 7700847055<br/>D. INT.: 1 1/8" x 1 3/16"<br/>LONG.: 64 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>MANG. INFERIOR<br/>RADIADOR<br/>CLIO II CON M</p>   |  |
|   |  |  <p>COD.: 21286<br/>REF.: 7702847054<br/>D. INT.: 1 1/4" x 1 1/4"<br/>LONG.: 42 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>MANG. SUPERIOR<br/>RADIADOR<br/>CLIO II CON AA</p>   |  <p>MANGUERA FRENO TRAS DER-IZQ<br/>CL12-3/SYM/CT101-2010</p> |

Imagen 8: Mangueras Vehículos Renault 1




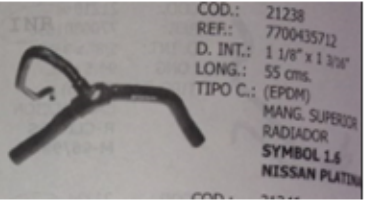
| Marca   | Línea vehículo   | Mangueras de Radiador  | Mangueras de Freno  |
|---|--|--|---|
|  | <b>Symbol 1.4 - 1.6 Sedan</b><br> |  <p>COD.: 21236<br/>REF.: 7700847455<br/>D. INT.: 1 1/8" x 1 3/16"<br/>LONG.: 58 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>MANGUERA<br/>INFERIOR<br/>RADIADOR<br/>SYMBOL 1.4</p>              |  |
|   |  |  <p>COD.: 21238<br/>REF.: 7700435712<br/>D. INT.: 1 1/8" x 1 3/16"<br/>LONG.: 55 cms.<br/>TIPO C.: (EPDM)<br/>MANG. SUPERIOR<br/>RADIADOR<br/>SYMBOL 1.6<br/>NISSAN PLATINUM</p> |   |

Imagen 9: Mangueras Vehículos Renault 1

| Marca   | Linea vehiculo   | Mangueras de Radiador   | Mangueras de Freno  |
|---|--|---|---|
| <br><b>RENAULT</b> | <b>Twingo</b><br> | <br>COD.: 21273<br>REF.: 7700822056<br>D. INT.: 1 9/32" x 1 5/8"<br>LONG.: 31 cms.<br>TIPO C.: (EPDM)<br>INFERIOR<br>RADIADOR<br>TWINGO                              | <br>MANGUERA FRENO DEL TWINGO<br>CAMEL |
|   |  | <br>COD.: 21274<br>REF.: 8200033879<br>D. INT.: 1 3/16" x 1 3/16"<br>LONG.: 64 cms.<br>TIPO C.: (EPDM)<br>MANG. SUPERIOR<br>RADIADOR<br>TWINGO<br>MULTIPUNTO<br>M-98 | <b>Manguera de freno trasera</b><br>   |

Imagen 10: Mangueras Vehículos Renault 1



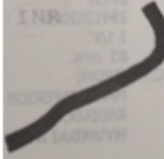

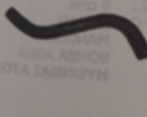

| Marca   | Linea vehiculo  | Mangueras de Radiador  | Mangueras de Freno   |
|---|---|--|--|
| <br><b>HYUNDAI</b> | <b>Huyn dai Accent y Verna</b><br> | <br>COD.: 26132<br>REF.: 2541222010<br>D. INT.: 1 1/4"<br>LONG.: 61 cms.<br>TIPO C.: (EPDM)<br>INFERIOR<br>RADIADOR<br>HYUNDAI<br>ACCENT  |   |
|   |   | <br>COD.: 26131<br>REF.: 2541122010<br>D. INT.: 1 1/4"<br>LONG.: 40 cms.<br>TIPO C.: (EPDM)<br>SUPERIOR<br>RADIADOR<br>HYUNDAI<br>ACCENT |  |

Imagen 11: Mangueras Vehículo Hyundai 1



| Marca   | Linea vehiculo  | Mangueras de Radiador   | Mangueras de Freno  |
|---|---|---|---|
|  | Picanto   | <br>MANGUERA INF RAD EKO PICA-04 HYUNDAI  |  |
|   |  | <br>MANGUERA SUP RAD EKO/PICAN-04 HYUNDAI |  |

Imagen 12: Mangueras Vehículos KIA 1



| Marca   | Linea vehiculo  | Mangueras de Radiador  | Mangueras de Freno  |
|---|---|--|---|
|  | Hyundai Atos  | <br>MANGUERA SUP RAD ATOS T/T HYUNDAI | <br>MANGUERA FRENO DELANTERA   |
|   |  | <br>MANGUERA INF RAD ATOS HYUNDAI    |   |
|   |   |  | <br>MANGUERA INF RAD ATOS MV YJ |

Imagen 13: Mangueras Vehículos Hyndai 1

Despues de exponer las lineas de vehiculos por cada marca que se van a manejar para la comercializacion de mangueras de radiador y de freno, a continuacion se detalla las referencias de cada tipo de manguera por tipo de vehiculo:



| Listado de Precios Mangueras de Radiador |   |              |           |
|--|---|--------------|-----------|
| Referencia                               | Producto                                  | Rango precio |           |
| 2541222010                               | Manguera Inferior Radiador Accent         | \$ 16.000    | \$ 19.522 |
| 25412-02000                              | Manguera Inferior Radiador Atos M.V       | \$ 13.500    | \$ 19.522 |
| 830815185                                | Manguera inferior Radiador Mazda 323 INY  | \$ 6.400     | \$ 10.300 |
| E3115185A                                | Manguera inferior Radiador Mazda 323 M-82 | \$ 6.400     | \$ 10.300 |
| 8COB15008                                | Manguera inferior Radiador Mazda 323 M-86 | \$ 6.400     | \$ 10.300 |
| 25412-07000                              | Manguera Inferior Radiador Picanto        | \$ 14.000    | \$ 20.000 |
| 96603768                                 | Manguera inferior Radiador Spark Chronos  | \$ 18.853    | \$ 32.000 |
| 7700822056                               | Manguera Inferior Radiador Twingo         | \$ 32.383    | \$ 76.800 |
| 25412-02000                              | Manguera Inferior Radiador Atos M.N       | \$ 13.500    | \$ 19.522 |
| 7700847055                               | Manguera Inferior Radiador Clio II con AA | \$ 32.624    | \$ 35.000 |
| 90410065                                 | Manguera Radiador inferior Corsa Gasolina | \$ 24.000    | \$ 32.000 |
| 90410061                                 | Manguera Superior Radiador Corsa Gasolina | \$ 24.000    | \$ 32.000 |
| 25411-02000                              | Manguera Superior Radiador Atos M.N       | \$ 7.000     | \$ 19.522 |
| 7702847054                               | Manguera Superior Radiador Clio II con AA | \$ 9.500     | \$ 45.000 |
| 8COB15009                                | Manguera Superior Radiador Mazda 323 M-86 | \$ 8.805     | \$ 12.500 |
| 8COB15203                                | Manguera Superior Radiador Mazda 323 M-95 | \$ 8.805     | \$ 12.500 |
| 25411-07000                              | Manguera Superior Radiador Picanto        | \$ 7.500     | \$ 15.000 |
| 96322907                                 | Manguera Superior Radiador Spark Chronos  | \$ 27.839    | \$ 32.000 |
| 8200033879                               | Manguera Superior Radiador Twingo         | \$ 23.700    | \$ 32.383 |
| 2541122010                               | Manguera Superior Radiador Accent         | \$ 13.200    | \$ 19.522 |

Cuadro 27: Listado de Referencias y Precios Mangueras de Freno

| Listado de Precios Mangueras Freno |   |                 |           |
|------------------------------------|---|-----------------|-----------|
| Referencia                         | Producto  | Rango de precio |           |
| AT-8914                            | MANG FRENO DELANT. KIA PICANTO ( R )                                  | \$ 15.976       | \$ 18.372 |
| AT-8511                            | MANG FRENO DELANT. HYUNDAI ACCENT DER.                                | \$ 18.746       | \$ 21.645 |
| AT-8510                            | MANG FRENO DELANT. HYUNDAI ACCENT IZQ.                                | \$ 18.746       | \$ 21.645 |
| AT-8915                            | MANG FRENO DELANT. KIA PICANTO ( L )                                  | \$ 11.603       | \$ 13.343 |
| AT-8047                            | MANGUERA FRENO DEL DER ATOS 99... 8047                                | \$ 8.300        | \$ 14.517 |
| AT-8175                            | MANGUERA FRENO DEL IZQ ATOS 99... 8175                                | \$ 10.000       | \$ 14.500 |
| AT-8022                            | MANGUERA FRENO DEL R-CITIUS;CLIO II;SYMBOL                            | \$ 8.800        | \$ 11.383 |
| 4531140                            | Manguera Freno Del Spark Chronos                                      | \$ 13.668       | \$ 17.872 |
| 09N04081                           | MANGUERA FRENO DEL. CORSA   | \$ 11.800       | \$ 13.688 |
| 02N04006                           | MANGUERA FRENO DEL. TWINGO  | \$ 12.500       | \$ 14.375 |
| KIAMF-8266                         | Manguera Freno Kia Picanto 2da Serie 2008 Trasera Derecha - Izquierda | \$ 8.100        | \$ 14.500 |
| MAZMF-8061                         | Manguera Freno Mazda 323 86/97 Trasera                                | \$ 7.000        | \$ 7.000  |
| MAZMF-8137                         | MANGUERA FRENO Mazda 323 NX 1986-97 Gancho Largo Delantera Der-Izq    | \$ 9.900        | \$ 9.900  |
| AT-8048                            | MANGUERA FRENO TRAS ATOS 99... 8048                                   | \$ 8.100        | \$ 14.500 |
| 09N04082                           | MANGUERA FRENO TRAS. CORSA  | \$ 9.500        | \$ 11.020 |
| 02N04007                           | MANGUERA FRENO TRAS. TWINGO   | \$ 18.900       | \$ 21.735 |
| 4531141                            | Manguera Freno Trasera Spark Chronos                                  | \$ 8.300        | \$ 11.020 |
| 03N04008                           | MANGUERA FRENO TRASERO ACCENT   | \$ 9.800        | \$ 11.270 |

Cuadro 28: Listado de Referencias y Precios Mangueras de Radiador

### **3.5. Estrategia de Distribución**

El canal de distribución de las mangueras de radiador y las mangueras de freno será el Canal Minorista, también conocido como detallista. Son empresas pequeñas que compran el producto o al productor o al mayorista para venderlo al consumidor final. Es el último eslabón del canal de distribución.

Un minorista tiene un contacto directo con el cliente final, por ello, puede influir enormemente en las ventas de los productos que están comercializando.

El canal de distribución minorista fue la mejor opción por las siguientes razones:

- Los minoristas ofrecen servicios de marketing que para el distribuidor pueden resultar poco rentables.
- Los minoristas de las ciudades capitales del triángulo del café, tienen conocimiento pleno del consumidor final, lo que resulta de gran ayuda para el distribuidor saber qué tipo de producto se requiere
- Los minoristas cuentan con toda la experiencia en el sector
- Los minoristas tienen clientes establecidos que representan una gran participación de las ventas.

#### **Logística de Distribución:**

Para la distribución de los productos se contara con la prestación de servicios de operadores logísticos para realizar el despacho de los pedidos, dicho proceso se realizara dependiendo del tamaño del pedido, la ciudad en la cual fue tomado el pedido y la hora de realización de la orden de despacho por parte de nuestros vendedores.

Si el pedido es de un tamaño relativamente pequeño (entre 1 y 5 ítems como máximo) y la orden de despacho fue tramitada entre las horas 8 am y 2:30 pm, se realizara el envío a través de empresas de

encomiendas con entrega en el mismo día y los costos de envíos serán asumidos por el minorista.

Si el pedido es un tamaño relativamente grande (cantidades mayores a 5 ítems), se empleara para su distribución el operador logístico el cual tendrá respuesta de entrega del pedido al cliente final de 1 día, el costo de envío será asumido por la empresa siempre y cuando el pedido cumpla con el monto mínimo para enviarlo libre de fletes, de lo contrario el costo de enviar el pedido le será facturado al cliente final.

Si el pedido es ejecutado en la ciudad donde está ubicado el centro de Distribución el pedido le será enviado al cliente con un tiempo de repuesta de medio día y con un costo por flete de envío dentro de la misma ciudad.

#### **Costos de Distribución:**

La transportadora seleccionada para la Distribución de las Mangueras de Radiador y las Mangueras de Freno es la empresa ENVIA COLVANES, la cual cuenta con un servicio de transporte de mercancía terrestre servicio por el cual se transportan cajas o paquetes de 6 a 200 kilogramos por unidad de empaque, con una longitud máxima de 4x2x2 m. Envía Colvanes ofrece una cobertura directa a 349 destinos en rutas nacionales, regionales, urbanas y 737 destinos por reexpedición.

El costo del flete se liquida por tarifa kilogramo, de acuerdo con las ciudades origen y destino. Para la liquidación del servicio, se toma el kilaje correspondiente al peso real o al peso volumen de la mercancía, a razón de 400 kilogramos/metro cubico (el mayor de los dos). El peso mínimo a liquidar es de 30 kilogramos por unidad de empaque (Caja o Paquete).<sup>42</sup>

La tarifa ofrecida por Envía Colvanes es de \$9.300 por Kilogramo para las ciudades de Manizales, Armenia y Pereira.

---

<sup>42</sup> <http://www.enviacolvanes.com.co/Contenido.aspx?idContenido=45> Portafolio de Productos

### **Políticas de Pedidos:**

Las compras o abastecimiento de la materia prima para la comercialización de mangueras de freno y de radiador se realizarán por medio de contactos comerciales con proveedores directos de los productos en el exterior que brinden beneficios en cuanto a políticas de pago, descuentos por volúmenes y cumplimiento en las fechas de entrega para el suministro del producto en óptimas condiciones, a través correo electrónico y contacto directo con el representante comercial del proveedor, igualmente se dará respuesta por cualquiera de los dos medios anteriormente mencionados.

Los pedidos se realizarán cada vez que el nivel de materia prima llegue al punto de reorden del stock, tratando de realizar aprovisionamientos que duren 4 meses o 120 días de acuerdo a la política fijada por la empresa; la forma de pago se pactará con el proveedor, en caso de que este ofrezca mejores descuentos con un plazo de pago más corto, se procederá a consultar la liquidez que posea la empresa en ese momento, para cancelar las facturas a un menor plazo pero con mayor descuento.<sup>43</sup>

## **3.6. Estrategias de Precio**

### **Políticas de Venta.**

Las políticas de venta que regirán para nuestros clientes:

- Precio de lista 1, con un descuento de 20% por compras con pronto pago, para acceder a este tipo de precio el cliente deberá realizar el pago máximo a los 8 días de haber recibido la mercancía con su respectiva factura.

---

<sup>43</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

- Precio de lista 2, con descuento de 15% por compras con pago máximo a los 40 días, para acceder a este tipo de precio el cliente deberá realizar el pago entre el plazo establecido el cual es máximo de 40 días después haber recibido la mercancía con su respectiva factura.
- Precio de lista 3, con descuento de 10% por compras con pago máximo a los 60 días, para acceder a este tipo de precios el cliente deberá realiza el pago entre el plazo establecido el cual es de máximo de 60 días después de haber recibido la mercancía con su respectiva factura.
- Precio de lista 4, con 0% descuento el cliente no tendrá ningún descuento porque ha superado los máximos plazos para alcanzar las oportunidades de alcanzar mejores precios, para acceder a este tipo de precio el quien deberá haber superado los 60 días los cuales la empresa estipula con distintas posibles de conseguir descuentos, en este instancia el cliente deberá cancelar en su totalidad el valor de la factura.

### **3.7. Estrategias de Promoción**

Para realizar esta estrategia de promoción inicialmente se realizara a través de la creación de una página web; la publicidad de la compañía se realizara a través de los vendedores, los cuales se encargaran de visitar a los diferentes almacenes de repuestos o distribuidores pequeños de autopartes, dando así a conocer el nombre de la empresa, el portafolio de productos, condiciones de pago, descuentos, promociones y obsequiando calendarios y lapiceros.

El medio para publicitar la empresa y los productos mangueras de radiador y mangueras de freno es la página web. El costo de la página Web es de aproximadamente 4.500.000 IVA incluido, en este costo está incluido adicional a la página web, un software Sistema integral de gestión de clientes, administración de pedidos y recibos de caja. El proveedor “Express Ingeniería” entrega el producto

terminado en un término de 6 meses y la forma de pago es 50% anticipado y 50% contra entrega.

**Perfil del Asesor Comercial:**

A continuación se presenta el manual de funciones de un asesor comercial requerido para la comercialización de mangueras de radiador y mangueras de freno.

|  |  |
|--|--|
| <p><b>NOMBRE DEL CARGO</b><br/>Vendedor o Asesor comercial</p> |  |
| <p><b>SUPERVISION RECIBIDA</b><br/>Representante Legal</p>     |  |
| <p><b>SUPERVISION EJERCIDA</b><br/>Ninguna</p>                 | <p><b>JORNADA DE TRABAJO:</b><br/>Jornada de 8 horas 6 días a la semana</p>        |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>OBJETIVO DEL CARGO</b><br/>Generar ventas u obtener pedidos en el campo o terreno para la empresa que representan.</p> |   |
| <p><b>CONTACTO INTERNOS</b><br/>Representante Legal, Auxiliar Contable y Mensajero</p>                                       | <p><b>CONTACTOS EXTERNOS</b><br/>Entes privados y clientes finales.</p> |

|  |
|--|
| <p><b>FUNCIONES GENERALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tomar pedidos.</li> <li>➤ Atender clientes.</li> <li>➤ Identificar posibles clientes.</li> <li>➤ Proporcionar información clara y efectiva</li> <li>➤ Cerrar las ventas.</li> <li>➤ Cumplir con las demás funciones asignadas por su jefe inmediato.</li> <li>➤ Realizar el cobro de la cartera dentro de los plazos establecidos.</li> <li>➤ Recoger las devoluciones de los Clientes y enviarlos a la empresa.</li> <li>➤ Informar a los clientes de los nuevos productos y novedades que surjan en la empresa con el objetivo de aumentar las ventas.</li> </ul> |
|--|

Cuadro 29: Manual de funciones Asesor Comercial

| FACTORES | ESPECIFICACIONES |
|----------|------------------|
|----------|------------------|

|                                    |                              |   |
|------------------------------------|------------------------------|---|
| <b>CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES</b> | <b>EDUCACIÓN</b>             | Técnico Mecánico con conocimiento sobre el proceso mercado y ventas.  |
|                                    | <b>EXPERIENCIA</b>           | Un (1) año de experiencia en empresa comerciales  |
|                                    | <b>CUALIDADES</b>            | Capacidad de influir y/o liderazgo<br>Responsabilidad<br>Organización<br>Buenas relaciones interpersonales<br>Autonomía<br>Honestidad<br>Aptitud verbal |
|                                    | <b>HABILIDAD MENTAL</b>      | Capacidad para trabajar bajo presión.   |
|                                    | <b>ENTRENAMIENTO</b>         | (3) meses   |
| <b>RESPONSABILIDADES</b>           | <b>IMPLEMENTOS Y EQUIPOS</b> | Equipo de oficina, computador documentos  |
| <b>ESFUERZO</b>                    | <b>FÍSICO</b>                | Capacidad visual<br>Capacidad auditiva<br>Capacidad manual  |
|                                    | <b>MENTAL</b>                | Concentración<br>Control emocional  |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>      | <b>MEDIO AMBIENTE</b>        | Ruido de las carros y la calle; y condiciones normales de una oficina   |
|                                    | <b>RIESGO</b>                | Sufrir accidentes en su lugar de trabajo externos a la compañía.  |

El asesor comercial de la empresa Colcauchos del Café SAS devengará el salario mínimo mensual legal vigente establecido por el gobierno nacional + 4% de la cartera recaudada.

### **3.8. Estrategias de Comunicación**

La principal estrategia de comunicación de la empresa Colcauchos del Café SAS es a través de una página WEB construida especialmente y a las necesidades de la compañía, a través de esta página web se realizara la comunicación del portafolio de productos, los descuentos especiales, la asesoría en línea para la garantía de productos, la socialización de los nuevos productos, noticias, novedades y eventos del sector automotriz en la región y el país y encuestas de servicio para interactuar con los clientes.

Adicionalmente la página web es una herramienta para el cliente interno de la empresa, ya que a través de ella se realizaran los pedidos de los clientes para ser procesados para su despacho.

Para la elaboración de la página web se consideró a una de las mejores empresas de software de la región “EXPRESS INGENIERIA”, el costo de esta página web es de \$4.500.000, con un tiempo de entrega de 6 meses después de desembolsar el 50% del anticipo.

### **3.9. Estrategias de Servicio**

Atención al Cliente:

Se prestara la atención a través de la relación cliente – vendedor basándose en los siguientes principios:

- Buenas relaciones interpersonales.
- Trabajo en equipo.
- Amabilidad.
- Excelente conocimiento en el campo de las autopartes.
- Puntualidad en el Pago.



Todo esto para brindarle al cliente una atención personalizada de calidad.

### **Tiempos de atención del Cliente.**

El tiempo de atención del cliente se agilizará a través de la utilización de la página web de la empresa. Los vendedores tendrán un dispositivo móvil (celular, tableta o laptop) con el cual podrán acceder al portal empresarial en donde se le proporcionará la información necesaria para realizar una atención de calidad, en dicho portal el vendedor podrá encontrar la disponibilidad de los productos, el estado financiero de los clientes y el tiempo de entrega estimado para los pedidos y el formato virtual para gestionar la orden de despacho del pedido; permitiendo realizar así las actividades en tiempo real y disminuir los tiempos innecesarios en la atención del cliente.

### **3.10. Estrategias de Aprovisionamiento**

Se establecerá contactos comerciales con proveedores directos de los productos como mangueras radiador y de frenado, que brinden beneficios en cuanto a políticas de pago, descuentos por volúmenes y cumplimiento en las fechas de entrega para el suministro del producto en óptimas condiciones.

Se hace necesario establecer excelentes relaciones comerciales con los proveedores con el fin de obtener las mercancías en las cantidades y los tiempos justos, para brindarle una mejor garantía en la satisfacción con nuestro producto al cliente final. Esta estrategia se convierte en una variable de importancia para generar ventaja competitiva con respecto a los demás comercializadores nacionales de autopartes en caucho en especial mangueras para el radiador y para los frenos de los automóviles convencionales, debido a que gran parte de los usuarios finales admiten que la mayoría de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de autopartes carecen de efectividad de entrega y almacenaje de su portafolio de productos.

Para garantizar la calidad de las autopartes, el servicio prestado y los tiempos de entrega, se establecerá un formato de evaluación de los proveedores con el cual se pretenderá elegir las mejores alternativas de aprovisionamiento para así determinar las mejores opciones de compra

### **3.11. Proyección de Ventas y Política de Cartera**

**Proyecciones de ventas:** Para ColCauchos esta variable es muy representativa por cuanto esta nos permitirá determinar el tamaño comercial óptimo para la organización, ya que a medida que el parque automotor crezca, así mismo aumentara la demanda por lo que se deberá aumentar proporcionalmente la capacidad de abastecimiento y la rapidez del mismo para satisfacer la necesidades del mercado.

Debido a la gran variedad de referencias de autopartes existentes en el mercado nacional y regional, en el inventario de la empresa naciente ColCauchos se deberán manejar alrededor de 74 referencias de mangueras de radiador y aproximadamente 148 referencias de mangueras de freno; las cuales representan a las referencias con mayor rotación en el mercado y corresponden al segmento al cual nos dirigimos como empresa.

Por lo tanto se hace difícil estimar los precios de estas referencias de una manera exacta; sin embargo bajo el análisis de distintos listados ofrecidos por importadores y fabricantes se logró obtener un aproximado de cuanto le cuesta a los pequeños y medianos comercializadores de autopartes adquirir este tipo de productos:

Mangueras de radiador aproximadamente les cuesta entre \$8.805 – \$32.624

Mangueras de Freno aproximadamente les cuesta entre \$8.060 - \$14.661

## Programa de Ventas

| Demanda Potencial en Cada ciudad de acuerdo a tipo de Manguera |                   |               |                |                |                |               |
|--|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Ciudad   | Tipo de Manguera  | 2015          | 2016           | 2017           | 2018           | 2019          |
| Pereira  | Manguera Radiador | \$208.438.731 | \$ 230.147.882 | \$ 254.165.673 | \$ 280.740.037 | \$310.145.654 |
|  | Manguera Freno    | \$105.954.152 | \$ 121.572.720 | \$ 134.158.108 | \$ 148.077.982 | \$163.475.463 |
| Manizales  | Manguera Radiador | \$278.010.331 | \$ 273.908.739 | \$ 291.189.222 | \$ 309.718.124 | \$329.603.765 |
|  | Manguera Freno    | \$ 52.125.531 | \$ 103.155.601 | \$ 110.202.698 | \$ 117.820.688 | \$126.065.285 |
| Armenia  | Manguera Radiador | \$108.124.292 | \$ 124.134.939 | \$ 142.605.308 | \$ 163.927.699 | \$188.559.226 |
|  | Manguera Freno    | \$ 51.888.556 | \$ 59.678.927  | \$ 68.683.457  | \$ 79.098.499  | \$ 91.153.250 |

Cuadro 30: Demanda Potencial en Pesos por Ciudad y Tipo de Manguera

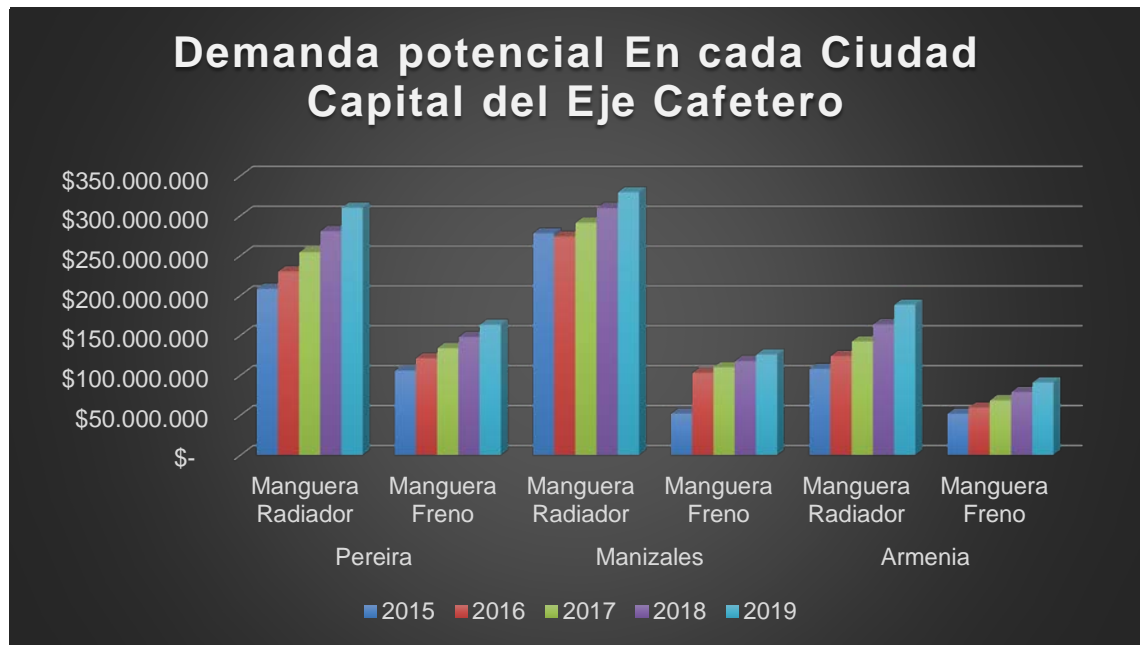


Grafico 11: Demanda Potencia por Ciudad por Tipo de Manguera

| Programa de ventas   |                       |                      |                      |                      |                      |
|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Año                  | 2015                  | 2016                 | 2017                 | 2018                 | 2019                 |
| Mangueras de Radidor | \$ 225.688.153        | \$258.504.641        | \$296.092.855        | \$339.146.634        | \$388.460.705        |
| Mangueras de Freno   | \$ 109.713.469        | \$125.666.503        | \$143.939.210        | \$164.868.883        | \$188.841.864        |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 335.401.622</b> | <b>\$384.171.145</b> | <b>\$440.032.065</b> | <b>\$504.015.517</b> | <b>\$577.302.569</b> |

Cuadro 31: Programa de ventas Proyecto

| Programa de ventas por Ciudad |                       |                |                |                |                |                |
|-------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ciudad                        | Tipo de manguera      | 2015           | 2016           | 2017           | 2018           | 2019           |
| Pereira                       | Mangueras de Radiador | \$ 98.918.922  | \$ 113.302.361 | \$ 129.777.243 | \$ 148.647.676 | \$ 170.261.991 |
|                               | Mangueras de Freno    | \$ 76.561.664  | \$ 87.694.215  | \$ 100.445.510 | \$ 115.050.924 | \$ 131.780.057 |
| Manizales                     | Mangueras de Radiador | \$ 60.809.180  | \$ 69.651.221  | \$ 79.778.950  | \$ 91.379.315  | \$ 104.666.446 |
|                               | Mangueras de Freno    | \$ 13.217.780  | \$ 15.139.729  | \$ 17.341.142  | \$ 19.862.654  | \$ 22.750.809  |
| Armenia                       | Mangueras de Radiador | \$ 65.960.051  | \$ 75.551.060  | \$ 86.536.663  | \$ 99.119.643  | \$ 113.532.267 |
|                               | Mangueras de Freno    | \$ 19.934.026  | \$ 22.832.559  | \$ 26.152.558  | \$ 29.955.306  | \$ 34.310.998  |
| Consolidado                   |                       | \$ 335.401.622 | \$ 384.171.145 | \$ 440.032.065 | \$ 504.015.517 | \$ 577.302.569 |

Cuadro 32: Programa de ventas del Proyecto por Ciudad por Tipo de Manguera

### Participación del Proyecto

| Programa de ventas por Ciudad   |                       |                |                |                  |                  |                  |
|---|-----------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
| Ciudad  | Tipo de manguera      | 2015           | 2016           | 2017             | 2018             | 2019             |
| Pereira   | Mangueras de Radiador | \$ 98.918.922  | \$ 113.302.361 | \$ 129.777.243   | \$ 148.647.676   | \$ 170.261.991   |
|   | Mangueras de Freno    | \$ 76.561.664  | \$ 87.694.215  | \$ 100.445.510   | \$ 115.050.924   | \$ 131.780.057   |
| Manizales   | Mangueras de Radiador | \$ 60.809.180  | \$ 69.651.221  | \$ 79.778.950    | \$ 91.379.315    | \$ 104.666.446   |
|   | Mangueras de Freno    | \$ 13.217.780  | \$ 15.139.729  | \$ 17.341.142    | \$ 19.862.654    | \$ 22.750.809    |
| Armenia   | Mangueras de Radiador | \$ 65.960.051  | \$ 75.551.060  | \$ 86.536.663    | \$ 99.119.643    | \$ 113.532.267   |
|   | Mangueras de Freno    | \$ 19.934.026  | \$ 22.832.559  | \$ 26.152.558    | \$ 29.955.306    | \$ 34.310.998    |
| Consolidado   |                       | \$ 335.401.622 | \$ 384.171.145 | \$ 440.032.065   | \$ 504.015.517   | \$ 577.302.569   |
| <b>Demanda Potencial En Mangueras Radiador Y Freno en las ciudades Capitales del Eje Cafetero</b> |                       |                |                |                  |                  |                  |
| Demanda potencial   |                       | 2015           | 2016           | 2017             | 2018             | 2019             |
|   |                       | \$ 804.541.594 | \$ 912.598.806 | \$ 1.001.004.466 | \$ 1.099.383.028 | \$ 1.209.002.643 |
| Participación del proyecto en la demanda potencial  |                       | 41,69%         | 42,10%         | 43,96%           | 45,85%           | 47,75%           |
| Participación del proyecto a Nivel nacional   |                       | 1,9117%        | 2,1683%        | 2,4223%          | 2,6766%          | 2,9343%          |

Cuadro 33: Participación de ventas del proyecto en el Mercado Regional y Nacional

## **4. ORGANIZACIÓN**

### **4.1. Estrategia Organizacional**

#### **4.1.1. Análisis DOFA**

La matriz DOFA es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. En otras palabras, por ejemplo la posibilidad de superar una debilidad que impide el logro del propósito, solo se la dará la existencia de fortalezas y oportunidades que lo permitan. El instrumento también permite la identificación de acciones que potencien entre sí a los factores positivos.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá <http://www.virtual.unal.edu.co/>

A continuación se presenta el análisis DOFA de la empresa:

| FORTALEZAS   | DEBILIDAD   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Diversificación:</b> Las mangueras de freno y de radiador que se comercialización para los automóviles más comerciales del mercado en una ubicación geográfica excelente concede una gran estabilidad.</li> <li>▪ <b>Experiencia:</b> El gerente general de la empresa tiene gran experiencia en el mercado de autopartes.</li> <li>▪ <b>Conocimiento Cliente:</b> Conocimiento amplio del segmento de clientes minoristas a atender.</li> <li>▪ <b>Personal capacitado:</b> Asesores de venta capacitados idóneamente para hacer una buena gestión de clientes.</li> <li>▪ <b>Diversificación de Proveedores:</b> Diferentes opciones de compra de productos.</li> <li>▪ <b>Habilidad Informáticas:</b> Desarrollo de un software a la medida de la empresa para gestionar y controlar mejor la operación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Reconocimiento de la marca:</b> Por ser una empresa nueva en el sector no se tiene un posicionamiento de marca.</li> <li>▪ <b>Cubrimiento Geográfico:</b> Actualmente no se cuenta con la posibilidad de expansión para atender otros lugares geográficos diferentes al triángulo del café.</li> <li>▪ <b>Producto o servicio sin características diferenciadoras:</b> Los productos son los mismos independientemente del proveedor, la diferencia es el precio.</li> <li>▪ <b>Capacidad financiera:</b> Capacidad financiera relativamente pequeña en comparación con otras empresas de la zona.</li> </ul> |
| OPORTUNIDADES  | AMENAZAS  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Evolución del negocio:</b> Con el crecimiento constante de la industria de autopartes en Colombia, se puede empezar a comercializar productos para otras marcas y líneas de vehículos.</li> <li>▪ <b>Fuentes de Financiamiento:</b> El gobierno genera oportunidades de financiamiento con entidades bancarias para emprendedores. Ley 1014 de 2006.</li> <li>▪ <b>Tendencias favorables del mercado.</b></li> <li>▪ <b>Importadores directos:</b> Posibilidad de importar directamente los productos porque se tienen los contactos de los proveedores en el exterior.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Crecimiento de la competencia:</b> Es un mercado que tiene pocas barreras de entrada.</li> <li>▪ <b>Estrategia de precios bajos:</b> El mercado de industria de autopartes se mueve por el precio más bajo, lo que hace muy difícil la fidelización del cliente.</li> <li>▪ <b>Complejidad del Negocio:</b> Al aumentar la variedad de productos y el alcance geográfico se hace más compleja la distribución.</li> <li>▪ <b>Riesgo de Inventario:</b> Para cumplir con tiempos de entrega se debe tener un inventario, que dependiendo de la demanda puede significar un</li> </ul>                          |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>riesgo.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Tasa de Cambio:</b> El aumento constante de la tasa de cambio puede afectar el precio de compra a los proveedores de los productos lo que puede repercutir en el precio final.</li><li>▪ <b>Fidelización del cliente:</b> Difícil fidelización del cliente porque la competencia está basada en precio.</li></ul> |
|--|---|

Cuadro 34: Matriz DOFA empresa

### 4.1.2.Estructura Organizacional

Implementar un organigrama no es tarea fácil. Todo depende de la estructura, naturaleza y tipo de la empresa, así como de las funciones que se quieren destacar y la interrelación entre las diferentes partes de las que consta un organigrama. Así pues, todo dependerá de la empresa en sí y de cuál es, a su modo de entender, el que mejor se ajusta a ella.<sup>45</sup>

Para la organización se optó por el tipo de organigrama jerárquico, ya que este tipo de organigrama permite que la comunicación efectiva porque todos os miembros de la organización saben a quién responden por todas las actividades y quien les direcciona. Este tipo de organigrama permite una cadena de mando claro y un conjunto de responsabilidades claramente definidas.

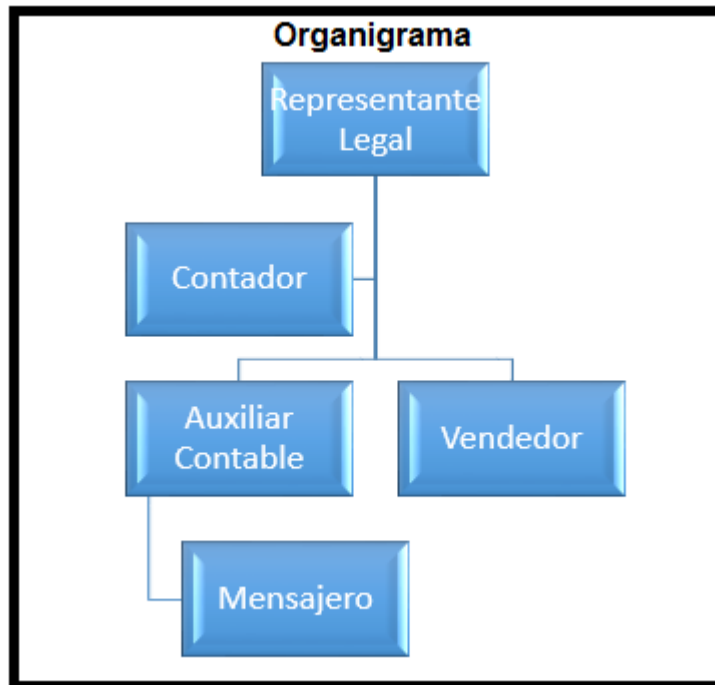


Imagen 14: Organigrama Organización 1

<sup>45</sup> Curso: Manual de la buena gestión empresarial



### 4.1.3. Constitución de Empresa

#### 4.1.3.1. Aspectos Legales.

##### **Consulta de nombre.**

Para dar marcha al proyecto y encontrar un nombre factible legalmente, se accedió a la página en internet de Registro único empresarial y social cámaras de comercio (RUES) [www.rues.org.co/RUES\\_web/consultas](http://www.rues.org.co/RUES_web/consultas), en donde se encontró que el nombre dado inicial a la empresa "ColCauchos" lo tienen otras organizaciones:

- **ColCauchos WM**, en Bogotá, estado de la matrícula activa.
- **ColCauchos**, en Girardot, estado de la matriculada cancela de acuerdo a la ley 1429.
- **ColCauchos**, en Medellín, estado de la matrícula cancelada de acuerdo a ley 1429.
- **ColCauchos Santa fe**, en Bogotá, estado de la matrícula cancela de acuerdo a ley 1429.
- **ColCauchos**, en Ibagué, estado de la matrícula activa.<sup>46</sup>

Por tal razón se le dará el nombre de "**ColCauchos del Café**".

##### **Clasificación por actividad económica.**

C.I.I.U (codificación internacional uniforme).

**G. COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR, REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.**

**50.** Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios; comercio al por menor de combustibles y lubricantes para vehículos automotores.

---

<sup>46</sup> Tomado en [línea]: RUES, registro único empresarial y social cámaras de comercio, [http://www.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas](http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas)

**503.** Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.

**5030.** comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.<sup>47</sup>

### **Uso del suelo.**

Para la contratación de las instalaciones de la empresa se solicitara al propietario un estudio de suelos.<sup>48</sup>

### **Para la creación legalmente de la empresa deberá realizar.**

Registro ante la cámara de comercio de Dosquebradas bajo la minuta de conformación de una SAS.

Se determinó la conformación de una sociedad Anónima Simplificada por los siguientes beneficios:

- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. -La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tienen la capacidad para desarrollar determinada transacción.

---

<sup>47</sup> Basado en PDF, Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas.

[https://www.dane.gov.co/files/correlativas/CIIU\\_rev\\_3\\_1\\_parl.pdf](https://www.dane.gov.co/files/correlativas/CIIU_rev_3_1_parl.pdf)

<sup>48</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.
- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.
- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

Adicionalmente todas las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles pueden constituirse formalmente mediante la figura de la SAS. No importa que sean nacionales o extranjeras; ni que sean micros, pequeños, medianos o grandes empresarios.<sup>49</sup>

### **¿Cómo Crear Una Sociedad Por Acciones Simplificadas (S.A.S.)?**

**PASO 1:** Una vez se tiene identificado que este es el tipo de organización societaria que se quiere constituir, se debe revisar si el nombre que se le va a dar se encuentra inscrito, esto para no incurrir en HOMONIMIA. Para el control de homonimia puede ingresar a la página Web: [www.rue.com.co](http://www.rue.com.co).

**PASO 2:** Realizar el Acta de Constitución y los estatutos que regirán a la sociedad, esto mediante documento privado que debe llevar como mínimo:

---

<sup>49</sup> Finanzas Personales/ Ministerio de Comercio, Industria y Comercio.  
<http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado, pero siempre ante notaria.

**PASO 3:** Radicar el Acta de Constitución y los Estatutos en la Cámara de Comercio de Dosquebradas, si este es el domicilio principal enunciado, y recordar que si realizaron nombramientos de cargos estos deben venir acompañados de sus respectivas cartas de aceptación de cargos. La inscripción de dicho documento, la apertura y designación de una matrícula mercantil a la nueva sociedad tiene un tiempo de duración de tres (3) días hábiles, si no es objeto de devolución alguna.

**PASO 4:** Efectuar el Registro Único Tributario (RUT) Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad. Se realiza una vez se obtiene el certificado de existencia y representación de la Cámara de Comercio, y cuando se obtiene se debe regresar a la Cámara con el número del Nit. para que este sea radicado en la matrícula de la sociedad. [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)

**PASO 5:** Registrar los libros de la sociedad en la Cámara de Comercio. Toda sociedad deberá tener los libros corporativos y de contabilidad. Entre los libros que se deben registrar se encuentran los siguientes: 1. Libro de registro de accionistas. 2. Libro de actas de la asamblea general de accionistas. 3. Libro de actas de la junta directiva, si hay lugar a ello.

### **Obligaciones**

Dentro de las obligaciones adquiridas está: 1. mantener actualizado el registro mercantil. 2. Renovar anualmente dentro de los 3 primeros meses del año la matrícula mercantil. 3. Realizar anualmente el depósito de los estados financieros.

### **Para Tener en Cuenta**

Todos los cambios que se realicen (nombramientos, reformar, aperturas de sucursal, agencias, disolución, liquidación, entre otros) deben realizarse mediante acta del máximo órgano (asamblea general o conforme lo estipulen los estatutos)<sup>50</sup>.

### **Objeto social.**

El objeto social bajo el cual se registrará ColCauchos del Café SAS, es contribuir al desarrollo económico de la región generando empleo y cumpliendo con las obligaciones tributarias.

---

<sup>50</sup> Basado en MINUTA, Creación de una SAS, cámara de Dosquebradas, [http://www.londonred.net/camaradosquebradas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=83&catid=14](http://www.londonred.net/camaradosquebradas/index.php?option=com_content&view=article&id=83&catid=14)

## 4.2. Planeación Estratégica de la Empresa

### 4.2.1. Tipo de Empresa

**Nombre comercial:** "ColCauchos del Café SAS"

**Naturaleza de la empresa:** Sociedad por acciones Simplificada

**Sector:** Autopartes.

**Actividad:** Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.

### 4.2.2. Misión

De acuerdo a Patrick J. Below, George L. Morrisey y Betty L. Acomb. The Executive Guide to Strategic Planning Jossey-Bass Inc. Publishers. USA 1987. La misión describe el concepto y la naturaleza de una organización. Es su razón de ser. Establece lo que se planea hacer, cual es el mercado o sector al que va dirigido, así como las premisas filosóficas primordiales.

ColCauchos del Café SAS, es una empresa dedicada a la comercialización de mangueras de caucho para los sistemas de refrigeración y frenado en los automóviles convencionales de alta calidad, así como la prestación de servicio al cliente, satisfaciendo sus principales necesidades y expectativas.

Lo anterior lo lograremos con un recurso humano motivado y en constante aprendizaje, con una base tecnológica integrada y con procesos altamente eficientes

### 4.2.3. Visión

Definida por Fleitman Jack en su obra “Negocios Exitosos” (McGraw Hill, 2000) como “El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

A continuación la Visión de la Empresa Colcauchos del Café SAS.

La Empresa ColCauchos del Café se posicionara el año 2020 como empresa reconocida en la comercialización de mangueras de caucho para los procesos de refrigeración y frenado de los automóviles convencionales en el territorio nacional, ofreciendo un amplio portafolio de productos y servido con precios competitivos y productos de alta calidad para cumplir con los estándares exigidos por el mercado.

### 4.2.4. Principios y Valores Corporativos

- **Responsabilidad y Cumplimiento.**

El talento humano al servicio de la empresa ColCauchos del Café SAS, tendrá un compromiso de cumplir con las funciones asignadas, trabajar con base a la misión, visión, principios corporativos y objetivos específicos de cada uno de los cargos.<sup>51</sup>

- **Honestidad.**

Se actuara bajo el cumplimiento de unas normas éticas, actuando con justicia, lealtad, verdad y confidencialidad, utilizando adecuadamente los recursos de la empresa y procediendo con total transparencia. Los actos que se lleven a cabo dentro de la empresa en función de los clientes deberán

---

<sup>51</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

guardar concordancia con las políticas de la organización en todas sus áreas.<sup>52</sup>

- **Compromiso.**

La empresa ColCauchos del Café SAS de acuerdo con sus políticas de crecimiento y mejora de su servicio, tendrá el deber de reconocer a sus clientes el trato amable que estos se merecen, el personal a disposición tendrá dispuesto a realizar el cumplimiento eficaz de sus funciones para lograr las metas de la empresa.

- **Sentido de pertenencia e identidad.**

Querer a la empresa, lo que se hace en ella y participar activamente en el crecimiento de la misma. Velar por generar una mayor motivación en el desarrollo de la función asignada a cada colaborador.<sup>53</sup>

- **Respeto.**

Los colaboradores al servicio de la empresa ColCauchos del Café SAS estarán dispuestos a ofrecer un trato digno a los clientes y demás personas para garantizar excelentes relaciones comerciales.<sup>54</sup>

- **Calidad.**

El personal al servicio de la organización deberá actuar bajo los lineamientos de mejoramiento continuo para cumplir con la mayor eficiencia y eficacia en todas las labores.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>53</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>54</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>55</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.



- **Confianza Y transparencia.**  
Empresa ColCauchos del Café SAS, tendrá claridad en cada una de las acciones, seguridad y credibilidad con sus colaboradores y procesos.<sup>56</sup>
- **Tolerancia.**  
En la organización se valoraran las opiniones y acciones de los colaboradores y clientes, para llegar a una convivencia armónica logrando una comunicación efectiva, teniendo en cuenta que cada persona tiene su propia identidad, gustos, aficiones y principios que se deben aceptar y respetar.<sup>57</sup>
- **Servicio y Cordialidad.**  
Los colaboradores de la empresa ColCauchos del Café SAS, deberán actuar de manera colectiva ayudando al cumplimiento de los intereses de la empresa y de los clientes.<sup>58</sup>

#### 4.2.5.Políticas

- **Política de Calidad.**  
Liderar procesos encaminados al mejoramiento de la calidad, enfocados en el trabajo en equipo y el crecimiento de la empresa.  
Compromiso institucional en el manejo eficiente de los recursos, control de los procesos fabricación y comercialización, sin detrimento de la prestación del servicio.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>57</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>58</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>59</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

## 4.2.6.Objetivos de la Empresa

La empresa ColCauchos del Café SAS tiene como objetivos:

### **Objetivo general.**

Comercializar productos para los sistemas de frenado y refrigerado de los automóviles convencionales bajo la prestación de servicios de excelente calidad ajustados a las necesidades de los clientes, buscando la satisfacción total de los mismos y garantizando un crecimiento sostenible.

### **Objetivos específicos.**

- Generar fidelidad de los clientes hacia la empresa mediante la prestación de un servicio integral.
- Posicionar a la empresa como líder en el triángulo del café, mediante el reconocimiento por sus productos de excelente calidad y servicio al cliente.
- Brindar un portafolio de productos preciso con el cual se pueda cubrir la demanda potencial.
- Fomentar una cultura organizacional basada en los principios y valores corporativos.
- Garantizar un excelente servicio al cliente, mediante la asesoría y acompañamiento en la compra y uso de los productos.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

### 4.3. Costos Administrativos

#### 4.3.1. Gastos de Personal

Según la estructura organizacional establecida por la empresa Colcauchos del Café SAS, a continuación se relaciona todos los gastos de personal por mes teniendo en cuenta el salario básico y todas las prestaciones sociales.

##### Representante Legal

| Cargo              |        | Representante Legal |
|--------------------|--------|---------------------|
| Salario Base       |        | 3.000.000           |
| Auxilio Transporte | 11,69% | -                   |
| Salud              | 8,50%  | 255.000             |
| Pension            | 12,00% | 360.000             |
| Riesgo             | 0,52%  | 15.600              |
| Parafiscales       | 9,00%  | 270.000             |
| Prima              | 8,33%  | 249.900             |
| Cesantias          | 8,33%  | 249.900             |
| Interes Censatias  | 1,00%  | 30.000              |
| Vacaciones         | 4,17%  | 125.100             |
| Dotacion           | 5,00%  | 150.000             |
|                    |        |                     |
| Total              | 69%    | 4.705.500           |

Cuadro 35: Gasto de Personal Representante Legal

##### Contador

| Cargo                           |    | Contador |
|---------------------------------|----|----------|
| Salario Prestacion de Servicios |    | 450.000  |
|                                 |    |          |
| Total                           | 0% | 450.000  |

Cuadro 36: Gasto de Personal Contador

### Auxiliar Contable

| Cargo              |            | Auxiliar Contable |
|--------------------|------------|-------------------|
| Salario Base       |            | 644.350           |
| Auxilio Transporte | 11,69%     | 75.325            |
| Salud              | 8,50%      | 54.770            |
| Pension            | 12,00%     | 77.322            |
| Riesgo             | 0,52%      | 3.351             |
| Parafiscales       | 9,00%      | 57.992            |
| Prima              | 8,33%      | 53.674            |
| Cesantias          | 8,33%      | 53.674            |
| Interes Censatias  | 1,00%      | 6.444             |
| Vacaciones         | 4,17%      | 26.869            |
| Dotacion           | 5,00%      | 32.218            |
|                    |            |                   |
| <b>Total</b>       | <b>69%</b> | <b>1.085.987</b>  |

Cuadro 37: Gasto de Personal Auxiliar Contable

### Mensajero

| Cargo             |            | Mensajero        |
|-------------------|------------|------------------|
| Salario Base      |            | 644.350          |
| Auxilio Transport | 11,69%     | 75.325           |
| Salud             | 8,50%      | 54.770           |
| Pension           | 12,00%     | 77.322           |
| Riesgo            | 0,52%      | 3.351            |
| Parafiscales      | 9,00%      | 57.992           |
| Prima             | 8,33%      | 53.674           |
| Cesantias         | 8,33%      | 53.674           |
| Interes Censatias | 1,00%      | 6.444            |
| Vacaciones        | 4,17%      | 26.869           |
| Dotacion          | 5,00%      | 32.218           |
|                   |            |                  |
| <b>Total</b>      | <b>69%</b> | <b>1.085.987</b> |

Cuadro 38: Gasto de Personal Mensajero

## Vendedor

| Cargo              |            | Vendedor         |
|--------------------|------------|------------------|
| Salario Base       |            | 644.350          |
| Auxilio Transporte | 11,69%     | 75.325           |
| Salud              | 8,50%      | 54.770           |
| Pension            | 12,00%     | 77.322           |
| Riesgo             | 0,52%      | 3.351            |
| Parafiscales       | 9,00%      | 57.992           |
| Prima              | 8,33%      | 53.674           |
| Cesantias          | 8,33%      | 53.674           |
| Interes Censatias  | 1,00%      | 6.444            |
| Vacaciones         | 4,17%      | 26.869           |
| Dotacion           | 5,00%      | 32.218           |
|                    |            |                  |
| <b>Total</b>       | <b>69%</b> | <b>1.085.987</b> |

Cuadro 39: Gasto de Personal Vendedor

El salario básico del vendedor será el salario mínimo mensual legal vigente + 4% de comisión sobre la cartera recogida.

### 4.3.2. Gastos de Puesta en Marcha

A continuación se detalla la inversión fija inicial que se requiere para el funcionamiento de la empresa, incluye muebles y enseres y las inversiones diferidas.

| Inversiones Fijas                |                |          |                     |
|----------------------------------|----------------|----------|---------------------|
| Activos                          | Valor unitario | Cantidad | Inversion Total     |
| Computadores                     | \$ 800.000     | 3        | \$ 2.400.000        |
| Impresora funcional              | \$ 300.000     | 1        | \$ 300.000          |
| Telefonos fijos                  | \$ 50.000      | 3        | \$ 150.000          |
| Cafetera + dispensador de agua   | \$ 1.200.000   | 1        | \$ 1.200.000        |
| Etiquetera                       | \$ 160.000     | 2        | \$ 320.000          |
| Estanterías                      | \$ 100.000     | 30       | \$ 3.000.000        |
| Escritorios                      | \$ 150.000     | 5        | \$ 750.000          |
| Sillas de escritorio             | \$ 70.000      | 9        | \$ 630.000          |
| <b>Inversiones Fijas Totales</b> |                |          | <b>\$ 8.750.000</b> |

Cuadro 40: Inversiones Fijas Totales

| <b>Activos</b>                        | <b>Total</b>         |
|---------------------------------------|----------------------|
| <b>Inversiones Fijas</b>              | <b>\$ 8.750.000</b>  |
| Computadores                          | \$ 2.400.000         |
| Impresora funcional                   | \$ 300.000           |
| Telefonos fijos                       | \$ 150.000           |
| Cafetera + dispensador de agua        | \$ 1.200.000         |
| Etiquetera                            | \$ 320.000           |
| Estanterias                           | \$ 3.000.000         |
| Escritorios                           | \$ 750.000           |
| Sillas de escritorio                  | \$ 630.000           |
| <b>Inversiones Diferidas</b>          | <b>\$ 18.875.000</b> |
| Estudio de factibilidad               | \$ 5.000.000         |
| Software administrativo y Pagina      | \$ 4.500.000         |
| Gastos de organización y legalización | \$ 2.500.000         |
| Gastos de montaje                     | \$ 4.000.000         |
| Gastos de puesta en marcha            | \$ 2.000.000         |
| Imprevistos                           | \$ 875.000           |

Cuadro 41: Inversiones Fijas Totales e Inversiones Diferidas

#### **Inversiones Diferidas.**

Las inversiones que representan los gastos que se realizan en la etapa preoperativa y se puede diferir como costos fijos en el periodo de operación, se resumen a continuación.

- **Estudio de Factibilidad.**  
Se estima el costo del estudio de factibilidad en \$5.000.000 debido tiempo requerido y al amplio estudio de mercados.
- **Software Administrativo y Pagina WEB**  
Para el buen funcionamiento administrativo y operativo de la organización se seleccionó el software **SIIGO** y la elaboración de la página WEB para publicitar la compañía, tiene un costo de \$4.500.000.

- **Gastos de organización y legalización.**  
El proceso de trámites legales y organización está estimado en \$2.500.000, puesto que se debe diligenciar todos los trámites de legalización e iniciar operación.
- **Gastos de montaje.**  
Para la adecuación y decoración de las instalaciones es necesario realizar el montaje de la estantería y el inmobiliario adquirido, para dichas actividades se necesitan \$4.000.000.
- **Gastos de puesta en marcha.**  
Para la introducción y lanzamiento de la organización al mercado, se darán estímulos a los clientes, representados en obsequios y publicidad por valor de \$2.000.000.
- **Imprevistos.**  
Para garantizar la implementación de acuerdo a lo planeado, se han estimado previstos que representan el 10% de las investigaciones fijas equivalente a \$875.000.<sup>61</sup>

## 5. FINANZAS

### 5.1. Fuentes de Financiación

El presente proyecto participara de las convocatorias nacionales del Fondo Emprender del SENA del sector que compete a la comercialización de productos. Con el fin de obtener la financiación requerida para la puesta en marcha de la empresa comercializadora de Mangueras de Freno y radiador en las ciudades capitales del Triángulo del Café.

---

<sup>61</sup> Basado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

## 5.2. Ventas y Costos Totales

A continuación se presentan las ventas totales y el costo total anuales por mangueras de radiador y mangueras de freno de las ciudades capitales del Eje Cafetero, con la proyección a los cinco (5) años del proyecto.

| Año  | Tipo producto      | Ventas Totales | Margen Utilidad | Margen \$         | Costo \$ Anual    |
|------|--------------------|----------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| 2015 | Mangueras Radiador | \$ 225.688.153 | 66,76%          | \$ 150.663.089,05 | \$ 75.025.064,01  |
|      | Mangueras Freno    | \$ 109.713.469 | 84,09%          | \$ 92.259.983,51  | \$ 17.453.485,69  |
|      | Costo Total        |                |                 |                   | \$ 92.478.549,69  |
| 2016 | Mangueras Radiador | \$ 258.504.641 | 66,76%          | \$ 172.570.457,48 | \$ 85.934.184,01  |
|      | Mangueras Freno    | \$ 125.666.503 | 84,09%          | \$ 105.675.170,09 | \$ 19.991.333,17  |
|      | Costo Total        |                |                 |                   | \$ 105.925.517,18 |
| 2017 | Mangueras Radiador | \$ 296.092.855 | 66,76%          | \$ 197.663.296,18 | \$ 98.429.559,24  |
|      | Mangueras Freno    | \$ 143.939.210 | 84,09%          | \$ 121.041.009,86 | \$ 22.898.199,77  |
|      | Costo Total        |                |                 |                   | \$ 121.327.759,00 |
| 2018 | Mangueras Radiador | \$ 339.146.634 | 66,76%          | \$ 226.404.792,73 | \$ 112.741.841,24 |
|      | Mangueras Freno    | \$ 164.868.883 | 84,09%          | \$ 138.641.140,15 | \$ 26.227.743,20  |
|      | Costo Total        |                |                 |                   | \$ 138.969.584,44 |
| 2019 | Mangueras Radiador | \$ 388.460.705 | 66,76%          | \$ 259.325.485,11 | \$ 129.135.219,80 |
|      | Mangueras Freno    | \$ 188.841.864 | 84,09%          | \$ 158.800.440,98 | \$ 30.041.423,36  |
|      | Costo Total        |                |                 |                   | \$ 159.176.643,15 |

Cuadro 42: Ventas Totales y Costo Total por producto

Según el precio de venta de cada producto y el costo del producto, para las mangueras de radiador el margen de utilidad es aproximadamente del 66,76% y para las mangueras de freno de 84,09%. Con base en estos datos se calculó el margen de utilidad en pesos por cada tipo de manguera e igualmente el costo anual de producto, que se traduce en el costo de inventario.

## 5.3. Capital de Trabajo

Con el fin de garantizar el comienzo de las operaciones del proyecto y su funcionamiento hasta que se perciban los primeros ingresos que se calcula se perciban 60 días después de la venta, ya que es el tiempo máximo de recuperación de la cartera, se estima una reserva que representa una proposición de los costos de operación en el primer año.



|                           |                      |
|---------------------------|----------------------|
| <b>Capital de Trabajo</b> | <b>\$ 37.930.016</b> |
| Efectivo                  | \$ 22.316.924        |
| inventario                | \$ 15.413.092        |
| materiales e insumos      | \$ 200.000           |

Cuadro 43: Capital de Trabajo

El capital de trabajo para el presente proyecto es de \$37.930.016 millones de pesos, que resume así:

- **Efectivo:** Corresponde al dinero corriente que se requiere para cubrir la operación de los 60 días, que corresponden al tiempo máximo de recuperación de cartera después de la venta. Los gastos que hacen parte del efectivo requerido son los siguientes:

| Efectivo                    | Valor Mensual | Necesidad Efectivo (60 días) |
|-----------------------------|---------------|------------------------------|
| Nomina                      | \$ 8.413.462  | \$ 16.826.924                |
| Agua, Aseo y Alcantarillado | \$ 60.000     | \$ 120.000                   |
| Energia                     | \$ 75.000     | \$ 150.000                   |
| Telefono e Internet         | \$ 110.000    | \$ 220.000                   |
| Arrendamiento               | \$ 2.500.000  | \$ 5.000.000                 |
| <b>Total Efectivo</b>       |               | <b>\$ 22.316.924</b>         |

Cuadro 44: Efectivo requerido operación proyecto 60 días

El valor del arrendamiento corresponde al inmueble seleccionado de cuatro (4) opciones seleccionadas que se presentan a continuación:

- Local Los Molinos Dosquebradas

Valor del arrendamiento \$2.500.000; área de 207,49 m<sup>2</sup>; estrato socioeconómico 4, un baño; parqueadero, sector los Molinos Dosquebradas.



Imagen 15: Local Los Molinos Dosquebrada 1

○ Local Sector Maracay Dosquebradas

Valor del arrendamiento \$6.815.000; área de 468,00 m<sup>2</sup>; estrato socioeconómico 4, dos baño; parqueadero, sector Colina Campestre Maracay Dosquebradas.



Imagen 16: Local Maracay Dosquebradas 1

- Local La Badea Dosquebradas

Valor del arrendamiento \$600.000; área de 77,00 m<sup>2</sup>; estrato socioeconómico 3, un baño; parqueadero, sector La Badea Dosquebradas.



Imagen 17: Local La Badea Dosquebradas 1

- Local Sector La Macarena Dosquebradas

Valor del arrendamiento \$825.000; área de 75,00 m<sup>2</sup>; estrato socioeconómico 3, un baño; parqueadero, sector La Macarena Dosquebradas.



Imagen 18: Local La Macarena Dosquebrada 1

A continuación se presenta la matriz de ponderación de factores por medio de la cual se seleccionó la mejor opción del local comercial para la ubicación de la empresa Colcauchos del Café SAS.

| Factores Críticos       | Peso       | Alternativa A                     | Alternativa B                        | Alternativa C                         | Alternativa D                            |
|-------------------------|------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|--|
|                         |            | Local en los Molinos Dosquebradas | Local en Sector Maracay Dosquebradas | Local en Sector la Badea Dosquebradas | Local en Sector la Macarena Dosquebradas |
| Canon Arrendamiento     | 25         | 15                                | 10                                   | 25                                    | 20                                       |
| Espacio m <sup>2</sup>  | 20         | 15                                | 20                                   | 10                                    | 5  |
| Ubicación Geografica    | 20         | 20                                | 10                                   | 20                                    | 15                                       |
| Estrato socio Economico | 10         | 5                                 | 5                                    | 10                                    | 10                                       |
| Vias Acceso             | 15         | 15                                | 10                                   | 15                                    | 10                                       |
| Parqueadero             | 10         | 10                                | 0                                    | 0                                     | 10                                       |
| <b>Total</b>            | <b>100</b> | <b>80</b>                         | <b>55</b>                            | <b>80</b>                             | <b>70</b>                                |

Cuadro 45: Matriz Ponderación de Factores Inmueble

La mejor alternativa es el Local ubicado en los Molino en Dosquebradas, por su ubicación geográfica, sus excelentes vías de acceso, el parqueadero.

- **Inventario:** Este inventario corresponde al inventario inicial que se requiere para iniciar la operación y que cubre el periodo de tiempo de aprovisionamiento con el proveedor del exterior que corresponde a 4 meses aproximadamente, lo cual incluye el tiempo de fabricación del producto y el tiempo de tránsito marítimo y terrestre.

El inventario requerido se calculó con base al costo del producto. El valor del inventario requerido para el inicio del proyecto, suponiendo una demanda constante y con un periodo de reaprovisionamiento de 4 meses, más 2 meses adicionales de Stock de seguridad es de \$ 46.239.274

- **Materiales e Insumos:** El valor de los materiales e insumos requeridos para la puesta en marcha del negocio son de \$200.000 que corresponden a insumos de papelería y aseo.

#### **5.4. Flujo Neto de Inversiones**

El flujo neto de inversiones indica el valor total del presupuesto de inversión que se requiere para la puesta en marcha del proyecto, este flujo incluye las inversiones fijas (Muebles y Enseres), Inversiones Diferidas y Capital de trabajo. Teniendo en cuenta esto la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la Empresa Comercializadora de mangueras de freno y radiador es de \$ 96.381.199. A continuación se presenta el Flujo Neto de Inversiones (Ver tabla 41).

#### **5.5. Flujo Neto de Operación**

El estado Neto de Operación es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación.<sup>62</sup> Según las ventas proyectadas y la inversión que incluye gastos fijos y variables se obtiene en los cinco (5) años de proyección del proyecto unas utilidades positivas para los emprendedores, esto se debe al margen de utilidad tan alto con el que se puede trabajar en el sector de autopartes en el País. A continuación se presenta el Flujo Neto de Operación (Ver tabla 42).

---

<sup>62</sup> El estado de Flujos de Efectivo. GestioPolis  
<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%206/flujoefectivo.htm>

## **5.6. Flujo Neto de Caja**

El flujo neto de caja corresponde al resumen de las inversiones y los ingresos del proyecto. Este permite evaluar el proyecto. A continuación se presenta el Flujo Neto de Caja (Ver Tabla 43).

| Flujo neto de inversiones             | Año 1                 | Año 2       | Año 3       | Año 4       | Año 5       | Liquidacion           |
|---------------------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|
| <b>Inversiones fijas</b>              | <b>-\$ 8.750.000</b>  | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 4.375.000          |
| <b>Inversiones Diferidas</b>          | <b>-\$ 18.875.000</b> | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Estudio de factibilidad               | -\$ 5.000.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Software administrativo y Pagina      | -\$ 4.500.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Gastos de organización y legalizacion | -\$ 2.500.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Gastos de montaje                     | -\$ 4.000.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Gastos de puesta en marcha            | -\$ 2.000.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Imprevistos                           | -\$ 875.000           | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| <b>Capital de Trabajo</b>             | <b>-\$ 68.756.199</b> | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 68.756.199         |
| Efectivo                              | -\$ 22.316.924        | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 22.316.924         |
| Inventario                            | -\$ 46.239.275        | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 46.239.275         |
| Materiales e Insumos                  | -\$ 200.000           | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 200.000            |
| <b>Total Neto de Inversiones</b>      | <b>-\$ 96.381.199</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ 141.887.398</b> |

Cuadro 46: Flujo Neto de Inversiones

| Flujo Neto de operación              |                 |                 |                 |                 |                |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Concepto                             | Año 1           | Año 2           | Año 3           | Año 4           | Año 5          |
| <b>Ingresos Totales</b>              | \$ 335.401.622  | \$ 384.171.145  | \$ 440.032.065  | \$ 504.015.517  | \$ 577.302.569 |
| <b>Costos Totales</b>                | \$ 235.367.660  | \$ 255.016.366  | \$ 277.110.346  | \$ 301.985.727  | \$ 325.307.817 |
|                                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>   | \$ 100.033.962  | \$ 129.154.779  | \$ 162.921.719  | \$ 202.029.790  | \$ 251.994.752 |
| <b>Impuestos (34%)</b>               | \$ 34.011.547   | \$ 43.912.625   | \$ 55.393.384   | \$ 68.690.129   | \$ 85.678.216  |
|                                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Utilidad Despues de Impuestos</b> | \$ 66.022.415   | \$ 85.242.154   | \$ 107.528.334  | \$ 133.339.661  | \$ 166.316.536 |
| <b>Reserva legal (10%)</b>           | \$ 6.602.242    | \$ 8.524.215    | \$ 10.752.833   | \$ 13.333.966   | \$ 16.631.654  |
|                                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Utilidad por Distribuir</b>       | \$ 59.420.174   | \$ 76.717.939   | \$ 96.775.501   | \$ 120.005.695  | \$ 149.684.883 |
|                                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>Depreciacion</b>                  | \$ 1.750.000    | \$ 1.750.000    | \$ 1.750.000    | \$ 1.750.000    | \$ 1.750.000   |
| <b>Amortizacion de Diferidos</b>     | \$ 4.718.750,00 | \$ 4.718.750,00 | \$ 4.718.750,00 | \$ 4.718.750,00 |                |
|                                      |                 |                 |                 |                 |                |
| <b>FLUJO NETO OPERACIÓN</b>          | \$ 65.888.924   | \$ 83.186.689   | \$ 103.244.251  | \$ 126.474.445  | \$ 151.434.883 |

Cuadro 47: Flujo Neto de Operación

| Flujo Neto de Caja        |                |               |               |                |                |                |                |
|---------------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Concepto                  | Preoperativo   | Año 1         | Año 2         | Año 3          | Año 4          | Año 5          | Liquidacion    |
| FLUJO NETO INVERSION      | -\$ 96.381.199 | \$ -          | \$ -          | \$ -           | \$ -           | \$ -           | \$ 141.887.398 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN   |                | \$ 65.888.924 | \$ 83.186.689 | \$ 103.244.251 | \$ 126.474.445 | \$ 151.434.883 |                |
|                           |                |               |               |                |                |                |                |
| <b>FLUJO NETO DE CAJA</b> | -\$ 96.381.199 | \$ 65.888.924 | \$ 83.186.689 | \$ 103.244.251 | \$ 126.474.445 | \$ 151.434.883 | \$ 141.887.398 |

Cuadro 48: Flujo Neto de Caja



## 5.7. Evaluación Financiera

El objetivo es determinar la viabilidad del proyecto por medio de la evaluación de factores económicos, financieros, y sociales, poniendo a consideración el siguiente análisis.<sup>63</sup> A continuación se presenta el resultado de los tres indicadores financieros más comunes para la evaluación financiera de un proyecto.

| INDICADORES FINANCIEROS |                |
|-------------------------|----------------|
| VPN                     | \$ 300.643.289 |
| TIR                     | 85,98%         |
| Relacion BC             | 3,1            |

Cuadro 49: Indicadores Financieros

### 5.7.1. Tasa interna de retorno (TIR)

La **TIR** es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para comparar la factibilidad de diferentes opciones de inversión; generalmente, la opción de inversión con la **TIR** más alta es preferida por los inversionistas. Para la evaluación financiera de este proyecto, se utilizó la **TIR** con la información obtenida y las proyecciones realizadas.<sup>64</sup>

Cuando la **TIR** es mayor a la tasa de interés, el rendimiento que obtendrán los inversionistas llevando a cabo el proyecto, es mayor que el que obtendría en otras inversiones, por lo tanto, conviene realizar el proyecto ColCauchos del Café SAS. La Tasa Interna de Oportunidad (TIO) con la que se trabajó la TIR es del 15%, para lo cual la tasa interna de retorno (**TIR**) del proyecto equivale 85.98%, lo que indica que el proyecto es atractivo para invertir en él, esto es dado al margen de

---

<sup>63</sup> Apoyado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>64</sup> Tomado De: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

utilidad tan alto que se manejan en el sector de autopartes en especial en las mangueras radiador y freno de los automóviles convencionales.<sup>65</sup>

### 5.7.2. Valor Presente Neto (VPN)

El valor presente neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero de maximizar la inversión.

Con una tasa de oportunidad del 15%, el VPN es: **\$ 300.643.289**

El resultado neto de los de los flujos financieros, descontados a una tasa el 15% efectiva anual, da como resultado un valor presente neto positivo, esto significa que el Proyecto ColCauchos del Café SAS tendrá un incremento al equivalente del VPN, convirtiéndose es una buena alternativa de inversión. Por tal motivo se hace más atractivo invertir en el proyecto que realizar una inversión financiera común.<sup>66</sup>

### 5.7.3. Costo Beneficio

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos, en consecuencia el proyecto generara riqueza una comunidad, y si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Si el resultado es igual a 1 los beneficios igualan a los egresos sin generar riqueza alguna. Por tal razón será diferente ejecutar o no el proyecto.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Apoyado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>66</sup> Apoyado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>67</sup> Tomado de PYMES Futuro; La relación Beneficio Costo, [www.pymesfuturo.com/Costobeneficio.html](http://www.pymesfuturo.com/Costobeneficio.html)

La relación costo beneficio del proyecto Colcauchos del Café SAS es de 3,1, lo que significa que por cada pesos que el inversionista proporcione al proyecto recibirá a cambio 3,1 pesos. En otra palabras, el proyecto de la Empresa comercializadora de mangueras de radiador y freno en las ciudades capitales del triángulo del café, es factible porque generará riqueza para la región y contribuirá al plan de ordenamiento municipal del Dosquebradas y a su vez Nacional.

## 6. PLAN OPERATIVO

### 6.1. Cronograma de Actividades

A continuación se relaciona el cronograma de actividades para la puesta en marcha del Proyecto.

| Actividad                                     | Mes 1 |    |    |    | Mes 2 |    |    |    | Mes 3 |    |    |    | Mes 4 |    |    |    | Mes 5 |    |    |    |
|---|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|
|   | S1    | S2 | S3 | S4 | S1    | S2 | S3 | S4 | S1    | S2 | S3 | S4 | S1    | S2 | S3 | S4 | S1    | S2 | S3 | S4 |
| Evaluacion del plan de negocio                | ■     |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Gestion Arrendamiento del Inmueble            |       | ■  | ■  |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Aspectos legales Y administrativos            |       |    | ■  | ■  |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Diseño de planta e identificacion de recursos |       |    | ■  | ■  | ■     |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Adecuacion del local                          |       |    |    | ■  | ■     | ■  |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Adquisicion de equipo de oficina              |       |    |    |    |       | ■  | ■  | ■  |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Instalacion de equipo de oficina              |       |    |    |    |       |    |    |    | ■     | ■  | ■  | ■  |       |    |    |    |       |    |    |    |
| Contratacion personal                         |       |    |    |    |       |    |    |    | ■     | ■  | ■  | ■  | ■     | ■  | ■  |    |       |    |    |    |
| Adquisicion de Inventario                     |       | ■  | ■  | ■  | ■     | ■  | ■  | ■  | ■     | ■  | ■  | ■  | ■     | ■  | ■  | ■  |       |    |    |    |
| Inaguracion.                                  |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    |    |    |       |    | ■  | ■  |

Cuadro 50: Cronograma de Actividades

### 6.2. Metas Sociales del Plan de Negocios

En el desarrollo del presente proyecto se genera impacto sobre el desarrollo socio-económico del área de influencia, puesto que con la creación de la empresa ColCauchos del Café SAS se crearan empleos directos a cinco (5) familias de la región y la economía de la ciudad se verá comprometida positivamente debido a que se percibirán más ingresos para nuevas inversiones, en cuanto a los compradores de auto partes de mangueras de radiador y freno, el proyecto ofrecerá más y mejores alternativas de soluciones

automotrices para los procesos de refrigeración y frenado para el sector de transporte público y particular en la región de influencia.<sup>68</sup>

### **6.3. Plan Nacional de Desarrollo**

En el Plan de Ordenamiento Nacional el presente plan de negocio encaja bajo las siguientes aristas:

#### **Empleo - emprendimiento y generación de ingresos**

##### ***Marco normativo***

Ley 1014 de 2006, esta Ley estableció la creación de redes para el emprendimiento a nivel nacional y regional, cuyo objetivo es avanzar en la articulación institucional proponiendo directrices de política, formulando planes estratégicos y desarrollando acciones público/privadas para el fomento del emprendimiento.

Ley 1429 de 2010, es la Ley de Formalización y Generación de Empleo, que busca generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas con el fin de aumentar beneficios y disminuir los costos de formalizarse.

Decreto 545 de 2011, beneficios para el pago de parafiscales en la etapa inicial de creación de pequeñas empresas.<sup>69</sup>

##### ***Competencias:***

Ley 715 Promover asociaciones y concertar alianzas estratégicas para apoyar el desarrollo empresarial e industrial del municipio y en general las actividades generadoras de empleo.

Promover la capacitación, apropiación tecnológica avanzada y asesoría empresarial.

---

<sup>68</sup> Apoyado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>69</sup> Tomado del Plan de Ordenamiento Municipal.

## **Promoción del desarrollo.**

Ley 715 Promover asociaciones y concertar alianzas estratégicas para apoyar el desarrollo empresarial e industrial del municipio y en general las actividades generadoras de empleo. Promover la capacitación, apropiación tecnológica avanzada y asesoría empresarial.

15. En materia de desarrollo se propende porque las Organizaciones sociales se fortalezcan y contribuyan desde sus naturalezas y objetivos desarrollar iniciativas que le ayuden al Estado para alcanzar la igualdad en la distribución de los ingresos y los recursos.

16. Y un último detalle, que no ser el último en analizarse es menos importante tiene que ver con el cuidado del medio ambiente. Desde la atención debida este sector se busca sostener todos los componentes de vida y hacer uso adecuado de los recursos renovables y no renovables para tener un planeta amable y que aprendamos a gozar del hospital que él nos prodiga en el tránsito hacia el crecimiento con equidad para la humanidad.

17. El plan además tiene componentes de integración con la región que bien se denomina Occidente próspero, que busca estrechar lazos con los municipios vecinos para desarrollar programas de interés común con miras al fortalecimiento de las economías y la igualdad de oportunidades.<sup>70</sup>

## **6.4. Plan Regional de Desarrollo**

En el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Dosquebradas, se ajusta en capítulo IV “Clasificación, Zonificación y Asignación de usos generales del suelo”, en el capítulo I “Usos generales del suelo”. Dentro del plan de desarrollo municipal, el gobierno permite la utilización del suelo del municipio de Dosquebradas para Comercio al por Mayor.

En el grupo de Comercio al por mayor comprende establecimientos dedicados a actividades de mercadeo al por mayor. Requieren de grandes áreas para el almacenamiento de sus productos y deben disponer de áreas de cargue y

---

<sup>70</sup>Tomado del plan de ordenamiento Territorial Nacional.

descargue al interior del establecimiento. Este tipo de comercio es de alto impacto urbano y ambiental por requerir para las labores de desplazamiento, cargue y descargue de vehículos de grandes toneladas que ocasionan impacto ambiental por ruido y contaminación y congestión vehiculares.<sup>71</sup>

## 6.5. Cadena Productiva

A continuación se presenta la cadena productiva del sector automotriz y de autopartes:

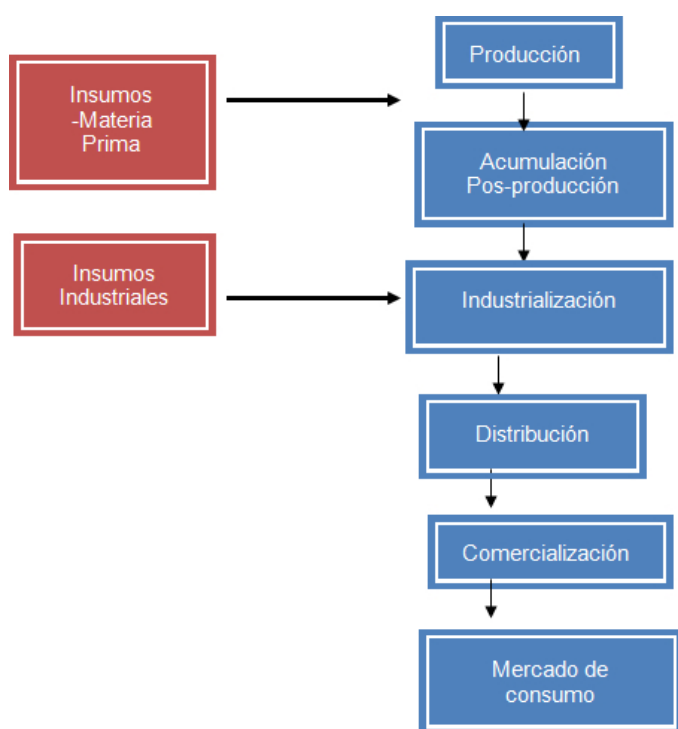


Imagen 19: Cadena Productiva 1

La empresa Colcauchos del Café SAS dentro de la cadena productiva del Sector de Autopartes se ubica en el eslabón de “Distribución”, ya que es la encargada de la distribución a los minoristas de las mangueras de freno y de radiador para que estos lo lleven al distribuir final por medio de la comercialización de los mismos.

<sup>71</sup> Plan de Ordenamiento Territorial para el municipio de Dosquebradas

## 7. RESUMEN EJECUTIVO

### 7.1. Concepto del Negocio

El objetivo general del proyecto Colcauchos del Café SAS es Estudiar la factibilidad de una empresa comercializadora en la ciudad de Pereira de mangueras de caucho para el sistema de refrigerado y frenado de los automóviles convencionales que atienda los mercados de las capitales del Triángulo del Café.

La función social que cumplirá la puesta en marcha del proyecto Colcauchos del Café SAS es la generación de empleo directo a 5 personas, contribuyendo así al desarrollo social y económico de la región.

El mercado objetivo del presente proyecto son los minoristas que se encargan de comercializar los productos al consumidor final (Usuario), en las ciudades capitales del triángulo del café.

### 7.2. Potencial del Mercado en Cifras

A continuación se presenta la demanda potencial consolidada proyectada de las ciudades capitales del Eje Cafetero de Mangueras de Radiador por marca.

| Consolidado en Millones de Pesos Mangueras de Radiador por marca En las Ciudades Capitales Del Eje cafetero |                       |                       |                       |                       |                      |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| Ensamblador   | 2015                  | 2016                  | 2017                  | 2018                  | 2019                 |
| G.M colmotores  | \$ 242.589.219        | \$ 244.439.175        | \$ 269.043.444        | \$ 296.491.465        | \$327.149.253        |
| Sofasa  | \$ 204.597.543        | \$ 223.063.449        | \$ 243.503.418        | \$ 266.159.918        | \$291.308.529        |
| Metrokia S.A  | \$ 63.626.941         | \$ 69.369.576         | \$ 75.726.117         | \$ 82.771.968         | \$ 90.592.830        |
| Hyundai Colombia  | \$ 71.278.162         | \$ 77.711.357         | \$ 84.832.280         | \$ 92.725.404         | \$101.486.735        |
| Mazda   | \$ 12.481.488         | \$ 13.608.002         | \$ 14.854.944         | \$ 16.237.106         | \$ 17.771.299        |
| <b>Suma Total</b>   | <b>\$ 594.573.354</b> | <b>\$ 628.191.559</b> | <b>\$ 687.960.203</b> | <b>\$ 754.385.860</b> | <b>\$828.308.645</b> |

Cuadro 51: Consolidado Demanda potencial por marca de Mangueras de Radiador

A continuación se presenta la demanda potencial consolidada proyectada de las ciudades capitales del Eje Cafetero de Mangueras de Freno por marca.

| Consolidado en Millones de Pesos Mangueras de Freno por marca En las Ciudades Capitales Del Eje cafetero |                       |                       |                       |                       |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ensamblador  | 2015                  | 2016                  | 2017                  | 2018                  | 2019                  |
| G.M colmotores   | \$ 82.499.602         | \$ 115.975.915        | \$ 127.451.979        | \$ 140.244.304        | \$ 154.522.185        |
| Sofasa   | \$ 44.987.024         | \$ 72.002.187         | \$ 78.858.561         | \$ 86.481.175         | \$ 94.967.078         |
| Metrokia S.A   | \$ 38.097.756         | \$ 42.665.108         | \$ 47.220.601         | \$ 52.323.657         | \$ 58.046.572         |
| Hyundai Colombia   | \$ 33.399.978         | \$ 43.352.142         | \$ 47.977.997         | \$ 53.151.712         | \$ 58.943.968         |
| Mazda  | \$ 10.983.880         | \$ 10.411.896         | \$ 11.535.126         | \$ 12.796.320         | \$ 14.214.196         |
| <b>Suma Total</b>  | <b>\$ 209.968.240</b> | <b>\$ 284.407.247</b> | <b>\$ 313.044.263</b> | <b>\$ 344.997.168</b> | <b>\$ 380.693.998</b> |

Cuadro 52: Consolidado Demanda potencial por marca de Mangueras de Freno

Después del cálculo de la demanda potencial por marca de vehículo y por ciudad, se consolido la información y se estimó la demanda potencial por cada ciudad para las mangueras de freno y de radiador.

| Demanda Potencial en Cada ciudad de acuerdo a tipo de Manguera |                   |               |                |                |                |               |
|--|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Ciudad   | Tipo de Manguera  | 2015          | 2016           | 2017           | 2018           | 2019          |
| Pereira  | Manguera Radiador | \$208.438.731 | \$ 230.147.882 | \$ 254.165.673 | \$ 280.740.037 | \$310.145.654 |
|  | Manguera Freno    | \$105.954.152 | \$ 121.572.720 | \$ 134.158.108 | \$ 148.077.982 | \$163.475.463 |
| Manizales  | Manguera Radiador | \$278.010.331 | \$ 273.908.739 | \$ 291.189.222 | \$ 309.718.124 | \$329.603.765 |
|  | Manguera Freno    | \$ 52.125.531 | \$ 103.155.601 | \$ 110.202.698 | \$ 117.820.688 | \$126.065.285 |
| Armenia  | Manguera Radiador | \$108.124.292 | \$ 124.134.939 | \$ 142.605.308 | \$ 163.927.699 | \$188.559.226 |
|  | Manguera Freno    | \$ 51.888.556 | \$ 59.678.927  | \$ 68.683.457  | \$ 79.098.499  | \$ 91.153.250 |

Cuadro 53: Demanda Potencial por marca y por Ciudad

Concluyendo la demanda potencial consolidada para mangueras de radiador y mangueras de freno en las ciudades capitales del eje cafetero se relacionan a continuación:

| Demanda Potencial En Mangueras Radiador Y Freno en las ciudades Capitales del Eje Cafetero |                       |                      |                        |                        |                        |
|--|-----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
|  | 2015                  | 2016                 | 2017                   | 2018                   | 2019                   |
| <b>Demanda potencial</b>   | <b>\$ 804.541.594</b> | <b>\$912.598.806</b> | <b>\$1.001.004.466</b> | <b>\$1.099.383.028</b> | <b>\$1.209.002.643</b> |

Cuadro 54: Demanda Potencial consolidada de mangueras de Radiador y Freno



### 7.3. Ventajas Competitivas y Propuestas del Valor

- **Diversificación:** Las mangueras de freno y de radiador que se comercializan para los automóviles más comerciales del mercado en una ubicación geográfica excelente concede una gran estabilidad.
- **Experiencia:** El gerente general de la empresa tiene gran experiencia en el mercado de autopartes.
- **Conocimiento Cliente:** Conocimiento amplio del segmento de clientes minoristas a atender.
- **Personal capacitado:** Asesores de venta capacitados idóneamente para hacer una buena gestión de clientes.
- **Diversificación de Proveedores:** Diferentes opciones de compra de productos.
- **Habilidad Informáticas:** Desarrollo de un software a la medida de la empresa para gestionar y controlar mejor la operación.

### 7.4. Resumen de las Inversiones

Para la puesta en marcha del proyecto de la Empresa Colcauchos del Café SAS, se solicitará el 100% de los recursos al Fondo Emprender del SENA, participando en las convocatorias que se realicen. Fundamentados en la Ley 1014 del 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento

La inversión inicial requerida para el proyecto es de \$ 96.381.199, que incluye las inversiones fijas de muebles y enseres y las inversiones diferidas requerida para la puesta en marcha del

proyecto y el capital de trabajo que incluye la necesidad de efectivo para los dos primeros meses en los que se recupera la cartera desde la primera venta, el inventario a 6 meses que tiene en cuenta el tiempo de transito de la mercancía desde el exterior y el stock de seguridad, y por último los materiales e insumos de papelería y aseo.

| Flujo neto de inversiones             | Año 1                 | Año 2       | Año 3       | Año 4       | Año 5       | Liquidacion           |
|---------------------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|
| <b>Inversiones fijas</b>              | <b>-\$ 8.750.000</b>  | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 4.375.000          |
| <b>Inversiones Diferidas</b>          | <b>-\$ 18.875.000</b> | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Estudio de factibilidad               | -\$ 5.000.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Software administrativo y Pagina      | -\$ 4.500.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Gastos de organización y legalizacion | -\$ 2.500.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Gastos de montaje                     | -\$ 4.000.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Gastos de puesta en marcha            | -\$ 2.000.000         | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| Imprevistos                           | -\$ 875.000           | 0           | 0           | 0           | 0           |                       |
| <b>Capital de Trabajo</b>             | <b>-\$ 68.756.199</b> | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 68.756.199         |
| Efectivo                              | -\$ 22.316.924        | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 22.316.924         |
| Inventario                            | -\$ 46.239.275        | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 46.239.275         |
| Materiales e Insumos                  | -\$ 200.000           | 0           | 0           | 0           | 0           | \$ 200.000            |
| <b>Total Neto de Inversiones</b>      | <b>-\$ 96.381.199</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ 141.887.398</b> |

Cuadro 55: Flujo Neto de Inversiones

## 7.5. Proyecciones de Venta y Rentabilidad

A continuación se presentan las ventas en unidades para el primer año de operación de las mangueras de radiador y las mangueras de freno por cada ciudad capital del Eje Cafetero, en total se estima la venta de 9402 mangueras de radiador al año, y de 8656 mangueras de freno el año.

| Programa de Ventas en Cantidades de Mangueras de Radiador y Freno por Ciudad |                |           |         |         |             |
|--|----------------|-----------|---------|---------|-------------|
| TIPO DE MANGUERA   | MARCA VEHICULO | MANIZALES | PEREIRA | ARMENIA | TOTAL       |
| Mangueras Radiador   | Chevrolet      | 1043      | 1697    | 1132    | 3872        |
|  | Renault        | 604       | 983     | 656     | 2243        |
|  | Kia            | 397       | 646     | 431     | 1475        |
|  | Hyundai        | 352       | 572     | 382     | 1306        |
|  | Mazda          | 137       | 222     | 148     | 507         |
| <b>TOTAL</b>   |                |           |         |         | <b>9402</b> |

| TIPO DE MANGUERA | MARCA VEHICULO | MANIZALES | PEREIRA | ARMENIA | TOTAL       |
|------------------|----------------|-----------|---------|---------|-------------|
| Mangueras Freno  | Chevrolet      | 429       | 2487    | 648     | 3564        |
|                  | Renault        | 249       | 1441    | 375     | 2065        |
|                  | Kia            | 164       | 948     | 247     | 1358        |
|                  | Hyundai        | 145       | 839     | 218     | 1202        |
|                  | Mazda          | 56        | 326     | 85      | 467         |
| <b>TOTAL</b>     |                |           |         |         | <b>8656</b> |

Cuadro 56: Programa de ventas en cantidad de mangueras de radiador y freno por ciudad

Con base en el costo de compra y el precio de venta estimado para las mangueras de radiador y mangueras de freno, la utilidad promedio con la que se marginaran estos productos es la siguiente: 66,76% y 84,09% respectivamente. En general el mercado de autopartes para vehículos convencionales permite este margen de utilidad.

Los precios de venta estimados con base en el estudio de mercados de cada producto se presentan a continuación:

| Listado de Precios Mangueras Freno |   |                 |           |
|------------------------------------|---|-----------------|-----------|
| Referencia                         | Producto  | Rango de precio |           |
| AT-8914                            | MANG FRENO DELANT. KIA PICANTO ( R )                                  | \$ 15.976       | \$ 18.372 |
| AT-8511                            | MANG FRENO DELANT. HYUNDAI ACCENT DER.                                | \$ 18.746       | \$ 21.645 |
| AT-8510                            | MANG FRENO DELANT. HYUNDAI ACCENT IZQ.                                | \$ 18.746       | \$ 21.645 |
| AT-8915                            | MANG FRENO DELANT. KIA PICANTO ( L )                                  | \$ 11.603       | \$ 13.343 |
| AT-8047                            | MANGUERA FRENO DEL DER ATOS 99... 8047                                | \$ 8.300        | \$ 14.517 |
| AT-8175                            | MANGUERA FRENO DEL IZQ ATOS 99... 8175                                | \$ 10.000       | \$ 14.500 |
| AT-8022                            | MANGUERA FRENO DEL R-CITIUS;CLIO II;SYMBOL                            | \$ 8.800        | \$ 11.383 |
| 4531140                            | Manguera Freno Del Spark Chronos                                      | \$ 13.668       | \$ 17.872 |
| 09N04081                           | MANGUERA FRENO DEL. CORSA   | \$ 11.800       | \$ 13.688 |
| 02N04006                           | MANGUERA FRENO DEL. TWINGO  | \$ 12.500       | \$ 14.375 |
| KIAMF-8266                         | Manguera Freno Kia Picanto 2da Serie 2008 Trasera Derecha - Izquierda | \$ 8.100        | \$ 14.500 |
| MAZMF-8061                         | Manguera Freno Mazda 323 86/97 Trasera                                | \$ 7.000        | \$ 7.000  |
| MAZMF-8137                         | MANGUERA FRENO Mazda 323 NX 1986-97 Gancho Largo Delantera Der-Izq    | \$ 9.900        | \$ 9.900  |
| AT-8048                            | MANGUERA FRENO TRAS ATOS 99... 8048                                   | \$ 8.100        | \$ 14.500 |
| 09N04082                           | MANGUERA FRENO TRAS. CORSA  | \$ 9.500        | \$ 11.020 |
| 02N04007                           | MANGUERA FRENO TRAS. TWINGO   | \$ 18.900       | \$ 21.735 |
| 4531141                            | Manguera Freno Trasera Spark Chronos                                  | \$ 8.300        | \$ 11.020 |
| 03N04008                           | MANGUERA FRENO TRASERO ACCENT   | \$ 9.800        | \$ 11.270 |

Cuadro 57: Listado de Precios Mangueras de Freno

| Listado de Precios Mangueras de Radiador |   |              |           |
|--|---|--------------|-----------|
| Referencia                               | Producto                                  | Rango precio |           |
| 2541222010                               | Manguera Inferior Radiador Accent         | \$ 16.000    | \$ 19.522 |
| 25412-02000                              | Manguera Inferior Radiador Atos M.V       | \$ 13.500    | \$ 19.522 |
| 830815185                                | Manguera inferior Radiador Mazda 323 INY  | \$ 6.400     | \$ 10.300 |
| E3115185A                                | Manguera inferior Radiador Mazda 323 M-82 | \$ 6.400     | \$ 10.300 |
| 8COB15008                                | Manguera inferior Radiador Mazda 323 M-86 | \$ 6.400     | \$ 10.300 |
| 25412-07000                              | Manguera Inferior Radiador Picanto        | \$ 14.000    | \$ 20.000 |
| 96603768                                 | Manguera inferior Radiador Spark Chronos  | \$ 18.853    | \$ 32.000 |
| 7700822056                               | Manguera Inferior Radiador Twingo         | \$ 32.383    | \$ 76.800 |
| 25412-02000                              | Manguera Inferior Radiador Atos M.N       | \$ 13.500    | \$ 19.522 |
| 7700847055                               | Manguera Inferior Radiador Clio II con AA | \$ 32.624    | \$ 35.000 |
| 90410065                                 | Manguera Radiador inferior Corsa Gasolina | \$ 24.000    | \$ 32.000 |
| 90410061                                 | Manguera Superior Radiador Corsa Gasolina | \$ 24.000    | \$ 32.000 |
| 25411-02000                              | Manguera Superior Radiador Atos M.N       | \$ 7.000     | \$ 19.522 |
| 7702847054                               | Manguera Superior Radiador Clio II con AA | \$ 9.500     | \$ 45.000 |
| 8COB15009                                | Manguera Superior Radiador Mazda 323 M-86 | \$ 8.805     | \$ 12.500 |
| 8COB15203                                | Manguera Superior Radiador Mazda 323 M-95 | \$ 8.805     | \$ 12.500 |
| 25411-07000                              | Manguera Superior Radiador Picanto        | \$ 7.500     | \$ 15.000 |
| 96322907                                 | Manguera Superior Radiador Spark Chronos  | \$ 27.839    | \$ 32.000 |
| 8200033879                               | Manguera Superior Radiador Twingo         | \$ 23.700    | \$ 32.383 |
| 2541122010                               | Manguera Superior Radiador Accent         | \$ 13.200    | \$ 19.522 |

Cuadro 58: Listado de Precios Mangueras de Radiador

La Tasa Interna de Oportunidad (TIO) con la que se trabajó la TIR es del 15%, para lo cual la tasa interna de retorno (**TIR**) del proyecto equivale 85.98%, lo que indica que el proyecto es atractivo para invertir en él, esto es dado al margen de utilidad tan alto que se manejan en el sector de autopartes en especial en las mangueras radiador y freno de los automóviles convencionales.<sup>72</sup>

## 7.6. Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Financieramente el proyecto se evaluó con los tres indicadores más comunes VPN, TIR, BC, se relacionan a continuación:

| INDICADORES FINANCIEROS |                |
|-------------------------|----------------|
| <b>VPN</b>              | \$ 300.643.289 |
| <b>TIR</b>              | 85,98%         |
| <b>Relacion BC</b>      | 3,1            |

Con una tasa de oportunidad del 15%, el VPN es: **\$ 300.643.289**

El resultado neto de los de los flujos financieros, descontados a una tasa el 15% efectiva anual, da como resultado un valor presente neto positivo, esto significa que el Proyecto ColCauchos del Café SAS tendrá un incremento al equivalente del VPN, convirtiéndose es una buena alternativa de inversión. Por tal motivo se hace más atractivo invertir en el proyecto que realizar una inversión financiera común.<sup>73</sup>

La relación costo beneficio del proyecto Colcauchos del Café SAS es de 3,1, lo que significa que por cada pesos que el inversionista proporcione al proyecto recibirá a cambio 3,1 pesos. En otra palabras, el proyecto de la Empresa comercializadora de mangueras de radiador y freno en las ciudades capitales del triángulo del café, es factible porque generará riqueza para la región y contribuirá al plan de ordenamiento municipal del Dosquebradas y a su vez Nacional.

<sup>72</sup> Apoyado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

<sup>73</sup> Apoyado en: Tesis de Grado, Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.

El proyecto socialmente contribuye en la generación de empleo directo con la creación de empresa y cumple dentro de los lineamientos del plan de desarrollo Nacional y Municipal.

## 8. CONCLUSIONES

- En las ciudades capitales del triángulo del café se espera un buen crecimiento de la población lo cual indica implícitamente el crecimiento del número de automóviles en cada ciudad, lo cual le permitirá al proyecto ColCauchos del Café SAS tener un excelente nicho de mercado el cual ofrecerá excelentes oportunidades para tener un negocio exitoso.
- Las marcas de vehículos más comerciales en las ciudades capitales del triángulo de café son: Mazda, Chevrolet, Hyundai, Renault y Kia. Lo que segmenta el mercado objetivo de vehículos, para comercializar mangueras de radiador y mangueras de freno.
- Existen gran variedad de proveedores en el exterior para la fabricación de mangueras de radiador y mangueras de freno, con condiciones comerciales convenientes para los distribuidores Colombianos.
- Según el tamaño del proyecto Colcauchos del Café SAS se determinó una estructura organizacional conformada por cinco (5) empleados, que son: Representante Legal, Vendedor, Contador, Auxiliar contable y mensajero.
- A lo largo de la realización del proyecto se pudo concretar por medio de los resultados del estudio de mercados, y la evaluación financiera, que resulta más conveniente invertir en el proyecto ColCauchos del Café SAS que colocar el dinero en una inversión financiera común.
- Con la creación de la empresa en la región de Dosquebradas como punto central logístico para distribuir en las tres ciudades capitales del triángulo del café, se contribuye al desarrollo económico; ya que se está generando 5 empleos directos.

## 9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa llevar a cabo un plan de marketing para conseguir los objetivos propuestos en cuanto a penetración de mercado, por ser una empresa nueva en la industria de comercialización autopartes para vehículos en la ciudad de Pereira.
- La empresa deberá tener en cuenta las estrategias de publicidad propuestas, para facilitar la labor de la fuerza de ventas, impulsar la venta de sus productos en el punto de venta permitiendo fortalecer las relaciones con el intermediario, apoyar las propuestas planteadas para la promoción de ventas.
- Es muy importante además de realizar el proceso de ventas contar con una adecuada asesoría técnica con relación al uso, funcionalidad, funcionamiento y recomendaciones general a tener en cuenta de las autopartes, para esto, se deberá contar con un equipo de trabajo que posea conocimiento en el sector de los repuestos y facilidad para comunicarse con las personas.
- La empresa COLCHAUCHOS DEL CAFÉ SAS debe estar a la vanguardia de las nuevas técnicas de almacenamiento, nuevos procesos de comercialización y desarrollo de nuevos proveedores, para ser cada vez mejores y competitivos.
- Se recomienda a la empresa realizar un estudio del marketing mix de productos complementarios a las mangueras de radiador y freno para ampliar el portafolio de productos.



## 10. BIBLIOGRAFIA

1. **ANDI**; Asociación Nacional de Empresarios de Colombia; Documento Total Industria Automotriz.
2. **ANDI**; Asociación Nacional de Empresarios de Colombia; Informe del Sector Automotriz a Diciembre de 2013.
3. **Artículo**; Colombia entre los países que menos carros tiene; Enero 5 de 2012; [en Línea]: <http://www.portafolio.co/economia/colombia-los-paises-que-menos-tienen-carros>
4. **Artículo**; El Estado de Flujos de Efectivo; Gestipolis; [en línea]: <http://www.gestipolis.com/canales/financiera/articulos/no%206/flujoefectivo.htm>
5. **Artículo**; Las cinco clases de preguntas; [En línea]: <http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrlas cinco clases de preguntas.htm>
6. **Artículo**; La Relacion Beneficio Costo; PYMES Futuro; [en línea]: [www.pymesfuturo.com/Costobeneficio.html](http://www.pymesfuturo.com/Costobeneficio.html)
7. **Artículo**; ¿Por qué vale la pena Constituir una SAS?; [en línea]: <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>
8. **Cámara de Comercio de Dosquebradas**; Minuta Creación de una SAS; [en línea]: [http://www.londonred.net/camaradosquebradas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=83&catid=14](http://www.londonred.net/camaradosquebradas/index.php?option=com_content&view=article&id=83&catid=14)
9. **Consejo editorial**: Rosario Córdoba, Darío Montoya. Concepto y edición general: Promopress / Beatriz Vásquez Gómez. Textos: Óscar Pantoja. Revisión técnica: Grupo de Emprendimiento y Empresarismo, Dirección General del SENA. Corrección de estilo: Luis Eduardo Silva Useche. Ilustraciones: Daniel Rueda. Concepto gráfico y diseño: Ángel David Reyes Durán. Producción: Pre Prensa Publicaciones Semana. Coordinación general del proyecto: Mario Restrepo Quintero. COPYRIGHT 2007 PUBLICACIONES DINERO S.A. Todos los derechos reservados.

Copyright © 2008-2014 - Definiciones  
Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos de esta  
web Privacidad - Gestionado con WordPress [En Línea]  
<http://definicion.de/plan-de-negocios/>

10. **Consumoteca.** Consumidores bien informados. Publicado Enero 23 del 2010. [En Línea] <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/repuestos/>
11. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Boletín censo general al 2005 Risaralda Pereira.
12. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Boletín Censo general al 2005 Caldas Manizales.
13. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Boletín Censo general al 2005 Quindío Armenia.
14. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas; [en línea]: [https://www.dane.gov.co/files/correlativas/CIIU\\_rev\\_3\\_1\\_parl.pdf](https://www.dane.gov.co/files/correlativas/CIIU_rev_3_1_parl.pdf)
15. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Cuadro B2 Exportaciones – Importaciones y Balanza comercial según CIIU Rev. 3 Total nacional
16. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Colombia Exportaciones totales según productos OMC a partir de la agregación CUCI Rev. 3 2006 – 2014
17. **DANE;** Departamento Administrativo Nacional de Estadística; Principales países importadores por capítulo 2000 -2014.
18. **Documento;** Análisis del sector industrial Colombiano en el último decenio, **p230.**
19. **Envía - Colvanes;** Portafolio de Productos; [en línea]: <http://www.enviacolvanes.com.co/Contenido.aspx?idContenido=45>
20. **Ministerio de Educación Nacional.** Ley 1014 del 2006 de Fomento a la Cultura y el Emprendimiento [En Línea] <http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-94653.html>

21. **Ministerio de Transporte. Documento parque automotor carga Colombia.**
22. **Municipio de Dosquebradas;** Plan de Ordenamiento Territorial para el municipio de Dosquebradas.
23. **ORTIZ; diego; RAMIREZ; Andres;** Montaje y Puesta en marcha de una empresa comercializadora de Auto partes marca HYUNDAI en la ciudad de Pereira.
24. **Proexport Colombia.** Industria Automotriz en Colombia [En línea] [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil%20Automotriz\\_%20Septiembre%202012%20Final%20\(2\).pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil%20Automotriz_%20Septiembre%202012%20Final%20(2).pdf)
25. **Programa de Transformación Productiva.** Industria de Autopartes y Vehículos [En línea] <https://www.ptp.com.co/categoria/autopartesvehiculos.aspx>
26. **QUIROGA,** Johana; **MUNAR,** Laura; **PEÑA;** Manuel; Análisis Estratégico del sector automotriz en Colombia.
27. **RUES;** Registro Unico Empresarial y Socila Camaras de Comercio; [En Línea]: [http://www.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas](http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas)
28. **TORO, VALENTINA, TORRES, PAOLA ANDREA.** PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ACCESORIOS DE MARROQUINERÍA EN LA CIUDAD DE PEREIRA. [En línea] <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/3802/1/6581186132T686.pdf>
29. **UNAD;** Universidad Abierta y a Distancia; lección 6: Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa. [En Línea]: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explicativa.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html)
30. **Wikipedia;** Arbol de Caucho; [en Línea]: [http://es.wikipedia.org/wiki/Hevea\\_brasiliensis](http://es.wikipedia.org/wiki/Hevea_brasiliensis)