



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
CONDUCCIÓN DE MOTOS DE ALTA CILINDRADA EN LA CIUDAD DE  
BOGOTÁ**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (D)  
BOGOTÁ  
2010**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
CONDUCCIÓN DE MOTOS DE ALTA CILINDRADA EN LA CIUDAD DE  
BOGOTÁ**

**LUIS ALBERTO BENAVIDES ORTIZ**

**Taller de Grado realizado como requisito para obtener el título de  
Administrador De Empresas**

**Daniel Gómez**

**Administrador de Empresas**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (D)  
BOGOTÁ**

**2010**

---

**Firma del Presidente del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

**Bogotá D.C, 28 de Octubre de 2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a todas las personas que me dieron la fuerza y la confianza necesaria para llevar a cabo este proyecto en especial a mi familia por estar pendiente en todo el proceso de construcción de la tesis y por darme el apoyo necesario para poder conocer más a fondo el tema del motociclismo. A mi tutor de taller de Grado Daniel Gómez por sus aportes y todas las sugerencias que siempre fueron oportunas para realizar un buen trabajo y a mis amig@s en especial a Sebastián Calderón Jáuregui por sus opiniones, sus aportes en especial en el desarrollo del logotipo de Superbikes de Colombia S.A.S, la redacción, y otros aportes, a Jorge Mario Rojas y a su Padre por el aporte en la parte legal de la empresa y a Jimena Díaz por darme el apoyo, la energía y los consejos suficientes para lograr un buen trabajo, y también a Leonardo Dueñas, Daniel Morales, Melissa Bustos, Juan David Zuluaga y mis compañeros de la universidad que también estuvieron pendientes y gracias a usted señor lector por darme la oportunidad de compartir un poco mis conocimientos y experiencias.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>PAG.</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>RESUMEN</b>	
<b>CAPITULO 1 PROPUESTA DEL PROYECTO</b>	<b>1</b>
1.1 Titulo	1
1.2 Planteamiento del Problema	1
1.2.1 Situación Actual	1
1.3 Donde surge el problema	4
1.3.1 Lo que se ha realizado del tema en cuestión	4
1.3.2 Síntomas y resultados que se presentan	6
1.4 Por qué el objeto de estudio es un problema	8
1.5 Formulación del problema	9
1.6 Justificación	9
1.7 Objetivos	11
1.7.1 Objetivo General	11
1.7.2 Objetivos específicos	12
1.8 Alcance del proyecto	12
<b>CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL</b>	<b>13</b>
2.1 Marco Teórico	13
2.2 Marco conceptual	13
<b>CAPITULO 3 RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>18</b>
3.1 Concepto del servicio	18
3.1.1 ¿En qué consiste el servicio?	18
3.1.1.2 Potencial del mercado en cifras	18
3.1.2 Ventajas competitivas y propuesta de valor	20
3.1.3 Proyecciones de ventas	21

3.1.4	Política de cartera	21
3.1.5	Resumen ejecutivo	22
<b>CAPITULO 4</b>	<b>Plan de Negocios</b>	<b>23</b>
4.1	Investigación de mercados	23
4.1.1	Método utilizado	23
4.1.2	Población Objetivo	23
4.1.3	Diseño del instrumento de recolección de información	24
4.1.4	Ficha técnica de la investigación de mercados	28
4.1.5	Tabulación	29
4.1.6	Análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones	29
4.1.7	Análisis del mercado	34
4.1.7.1	Análisis de la competencia	36
4.1.8	Estrategias de mercado	39
4.1.8.1	Concepto del servicio	39
4.1.8.2	Estrategias de precios	39
4.1.8.3	Estrategias de comunicación	40
4.1.8.4	Estrategias de servicio	40
4.1.8.5	Presupuesto de la mezcla de mercadeo	41
4.1.8.6	Estrategias de aprovisionamiento	42
4.1.8.7	Adición en el servicio	43
<b>4.2</b>	<b>OPERACIÓN</b>	<b>44</b>
4.2.1	Ficha técnica servicio	44
4.2.2	Estado de desarrollo	44
4.2.3	Necesidades de requerimientos	44
4.2.4	Plan de compras	46
4.2.5	Infraestructura	46
4.2.6	Parámetros técnicos especiales	47
<b>4.3</b>	<b>Organización</b>	<b>47</b>

4.3.1 Misión	47
4.3.2 Visión	47
4.3.3 Marca	47
4.3.4 Logotipo	48
4.3.5 Políticas	48
4.3.6 Valores	49
4.3.7 Estrategia organizacional	49
4.3.8 Organismos de apoyo	50
4.3.9 Estructura organizacional	51
4.3.10 Análisis D.O.F.A	53
4.3.11 Aspectos legales	53
<b>4.4 Finanzas</b>	<b>66</b>
4.4.1 Estructura del mercado	66
4.4.2 Capacidad instalada mano de obra	66
4.4.3 Ventas anuales por producto	67
4.4.4 Ciclicidad ventas en el año	67
4.4.5 Consumo	68
4.4.6 Unidades a producir	69
4.4.7 Programa de compras	69
4.4.8 Requerimientos de personal	70
4.4.9 Otros costos y gastos	72
4.4.10 Gastos financieros	73
4.4.11 Plan de inversión y financiación	74
4.4.12 Presupuesto de ingresos y costos	75
4.4.13 Ventas meses y anualizados	75
4.4.14 Presupuesto de costos y gastos	77
4.4.15 Otros costos de producción y gastos de Admon. Y ventas	78
4.4.16 Otros gastos financieros	78
4.4.17 Plan de inversión y financiación	78



4.4.18 Depreciaciones	79
4.4.19 Amortización del diferido	79
4.4.20 Tabla de amortización crédito	79
4.4.21 Estado de pérdidas y ganancias	81
4.4.22 Balance general	82
4.4.23 Indicadores financieros	83
<b>4.5 Impacto</b>	<b>84</b>
4.5.1 Económico	84
4.5.2 Regional	84
4.5.3 Social	84
4.5.4 Ambiental	85
CONCLUSIONES	86
BIBLIOGRAFIA	88
ANEXOS	90

## TABLA DE FIGURAS

	<b>Pag.</b>
Figura 1: Cambios en el precio de la gasolina corriente en el año 2009	4
Figura 2: en qué consiste el servicio	18
Figura 3: importación por subpartida arancelaria	19
Figura 4: proyección de ventas	21
Figura 5: ficha técnica de la investigación de mercados	28
Figura 6: Resultado de la pregunta # 1 de la encuesta	29
Figura 7: Resultado de la pregunta # 2 de la encuesta	29
Figura 8: Resultado de la pregunta # 3 de la encuesta	30
Figura 9: Resultado de la pregunta # 4 de la encuesta	30
Figura 10: Resultado de la pregunta # 5 de la encuesta	31
Figura 11: Resultado de la pregunta # 6 de la encuesta	31
Figura 12: Resultado de la pregunta # 7 de la encuesta	32
Figura 13: Resultado de la pregunta # 8 de la encuesta	32
Figura 14: Resultado de la pregunta # 9 de la encuesta	33
Figura 15: Resultado de la pregunta # 10 de la encuesta	33

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1: presupuesto mezcla de mercadeo	41
Tabla 2: Ficha Técnica	44
Tabla 3: plan de compras	46
Tabla 4: Estructura organizacional	51
Tabla 5: análisis dofa	53
Tabla 6: Estructura del Mercado	66
Tabla 7: Capacidad instalada mano de obra	66
Tabla 8: ventas anuales por producto	67
Tabla 9: Ciclicidad de las ventas anuales	67
Tabla 10: Consumo	68
Tabla 11: unidades a producir	69
Tabla 12: programa de compras	69
Tabla 13: Requerimientos de personal y administración	70
Tabla 14: parafiscales	72
Tabla 15: otros costos y gastos	72
Tabla 16: gastos financieros	73
Tabla 17: plan de inversión y financiación	74
Tabla 18: presupuesto de ingresos y costos	75
Tabla 19: ventas meses y anualizados	75

Tabla 20: Depreciaciones	79
Tabla 21: amortización de la deuda	79
Tabla 22: Estado de pérdidas y ganancias	81
Tabla 23: Balance general	82
Tabla 24: indicadores financieros	83

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A: Registro único empresarial	90
Anexo B: Artículo de eltiempo.com	92

## **INTRODUCCION**

El siguiente taller de grado es un plan de negocios desarrollado durante todo el año 2010, en el cual se propone la creación de una empresa encaminada a formar pilotos de motos de alta cilindrada en la ciudad de Bogotá y surge a partir de la necesidad de prestar un servicio de educación debido a que el mercado de las motos ha estado creciendo exponencialmente durante los últimos 5 años y los distintos informes de accidentalidad vial nos muestran que, así como va creciendo este mercado, las tasas de accidentalidad en el uso de este medio de transporte también están en aumento y lo que se busca precisamente es mitigar en lo posible todo tipo de accidente en moto por medio de la escuela de conducción y así mismo formar pilotos para que puedan llevar sus capacidades a un nivel competitivo. El proyecto está dividido en varias partes y son: la propuesta del proyecto, que habla básicamente de la situación por la que está pasando el mercado de las motos, los problemas generales del mercado, qué acciones se están llevando a cabo para reducir en su totalidad los problemas y expone a grandes rasgos lo que quiere proponer, después pasa al marco teórico y conceptual donde explica el método académico que fue utilizado para desarrollar el proyecto, enseguida se muestra un pequeño resumen ejecutivo y finalmente el plan de negocios con sus respectivas conclusiones y bibliografías.

## Capítulo 1 Propuesta del proyecto

1.1. Título: *Superbikes de Colombia S.A.S*

1.2. Planteamiento del Problema

### 1.2.1 Situación Actual

El plan de negocios se desarrollará dentro de la industria automotriz Colombiana enfocado en el motociclismo de alta cilindrada en la ciudad de Bogotá y con el fin de brindarle a este mercado, una empresa que pueda satisfacer cualquier necesidad que surja dentro de este. Dentro del marco general, se pretende prestar un servicio con el fin de satisfacer la necesidad fundamental que es transportarse pero básicamente el servicio específico es la educación, donde cualquier tipo de persona podrá capacitarse para manejar cualquier tipo de motocicleta de alta cilindrada.

En Colombia, un motociclista se define como *“la persona habilitada e instruida técnica y teóricamente para operar un vehículo automotor de dos ruedas en línea, con capacidad para el conductor y un acompañante”*<sup>1</sup> tomado del fondo de prevención vial, sin embargo, un artículo publicado por la revista dinero llamado *“Soat de motocicletas: esto no marcha”*, dice que *“A final del año 2008 habían registrado cerca de 1.300 muertes y 13.000 heridos en accidentes de tránsito en los que se involucraban motos”*<sup>2</sup>. Volviendo a la definición inicial sobre un motociclista y haciendo un pequeño análisis, se ve claramente que las personas que usan este medio de transporte no están capacitadas tanto teórica como técnicamente y por tal razón, se ve la necesidad de crear una empresa que preste el servicio de educación enfocado a la capacitación de motociclistas que puedan conducir cualquier tipo de moto principalmente las de alta cilindrada. Otro artículo publicado por caracol radio, dice que *“Sólo el 14 por*

---

<sup>1</sup> Tomado del fondo de prevención vial <http://www.fonprevial.org.co>

<sup>2</sup> [http://www.dinero.com/negocios/banca-y-seguros/soat-motocicletas-esto-no-marcha\\_64146.aspx](http://www.dinero.com/negocios/banca-y-seguros/soat-motocicletas-esto-no-marcha_64146.aspx)

*ciento de los motociclistas están capacitados para manejar*". Para entender un poco más la situación actual del país, según una publicación de Fenalco del 8 de febrero de 2.010, *"En los últimos cinco años las ventas de motos en Colombia se han incrementado en más de 300 por ciento y, después de Brasil, es el país latinoamericano donde más circulan motocicletas y el primero en unidades vendidas en las naciones andinas", dice el primer estudio socio demográfico de usuarios en Colombia.*"<sup>3</sup> A partir de estas publicaciones realizadas por estas entidades, se ve claramente la situación por la que pasa el país en cuanto a movilidad y comercio pero el gran síntoma lo vemos en los distintos informes que se presenta sobre la accidentalidad en las motos, sin embargo, el fondo de prevención vial ha realizado distintas campañas como *"El motociclista inteligente", "Abróchese el casco", "Ángel de la guarda", "estrellas negras"* entre otros pero esto no ha sido suficiente para reducirlos.

Para complementar lo mencionado anteriormente, dentro del mercado nacional de motocicletas se refleja en las distintas fuentes estadísticas que se vendieron en el 2008 alrededor de 450 mil motocicletas de los cuales, entre el 60% y el 65% de estas ventas corresponden a la categoría sport (motos de alta cilindrada). Este fenómeno se puede explicar de una mejor forma analizando el comportamiento de los precios de los combustibles en Colombia que se presenta en las siguientes tablas:

Gasolina Motor Corriente 2009

<b>Mes</b>	<b>Resolución</b>	<b>Fecha</b>	<b>Ciudad</b>	<b>\$ Gasolina</b>
Diciembre			Bogotá	7,173.49
			Cartagena	7.043,74
			Barranquilla	7.072,54

<sup>3</sup> [http://www.fenalcobogota.com.co/index.php?Itemid=45&id=235&option=com\\_content&task=view](http://www.fenalcobogota.com.co/index.php?Itemid=45&id=235&option=com_content&task=view)



		Bucaramanga	7.031,92
		Medellín	7.129,07
		Cali	7.199,40
		Pereira	7.147,82
		Manizales	7.148,94
		Armenia	7.207,82
		Ibagué	7.296,44
		Neiva	7.314,85
		Cúcuta	4.148,34

Mes	Resolución	Fecha	Ciudad	\$ Gasolina
Junio			Bogotá	7,073.50
			Cartagena	6.943,74
			Barranquilla	6.972,54
			Bucaramanga	6.931,92
			Medellín	7.029,81
			Cali	7.098,08
			Pereira	7.047,82
			Manizales	7.048,95
			Armenia	7.107,82
			Ibagué	7.066,20
			Neiva	7.095,73

Mes	Resolución	Fecha	Ciudad	\$ Gasolina
Enero		27-Feb-09	Bogotá	7.474,49
			Cartagena	7.355,52
			Barranquilla	7.382,95

		Bucaramanga	7.341,20
		Medellín	7.549,87
		Cali	7.494,90
		Pereira	7.449,39
		Manizales	7.450,52
		Armenia	7.509,39
		Neiva	7.613,72

Figura 1: cambios en el precio de la gasolina corriente en el año 2009

### 1.3 Donde surge el problema

<sup>4</sup>*Durante el comienzo del año 2009, el precio de la gasolina corriente estuvo alrededor de 7.574,49 pesos y durante el transcurso de ese mismo año, el precio disminuyo de manera significativa, pero al finalizar ese año, volvió a incrementarse, tanto así que para el comienzo del año 2010, el precio de la gasolina subió alrededor de 7.600 pesos con tendencia al alza*". Cabe resaltar que la asignación de precios del combustible se da por fuerzas externas al mercado nacional.

Analizando el factor de la gasolina dentro del mercado automotor en Colombia, se ve claramente que los precios elevados del combustible altera el uso del transporte y por esa razón las personas están dejando de lado los automóviles grandes por unos más pequeños, tanto así que muchas personas se han ido cambiando por las motocicletas por que este les genera un menor consumo del combustible y este fenómeno podría ser representado por los diferentes datos estadísticos sobre la adquisición de motocicletas.

#### 1.3.1 Lo que se ha realizado del tema en cuestión

En Colombia, durante el último año, el gobierno se ha venido preocupando por la situación que ha estado corriendo el país en cuanto al motociclismo, tanto así que el 30 de julio de 2008, se realizo el primer foro nacional de

<sup>4</sup>

[http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id\\_categoria=159&id\\_subcategoria=724](http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id_categoria=159&id_subcategoria=724)

motociclismo, convocado por el presidente a la cámara de representantes (Edgar Alfonso Gómez Román), el senador en ese momento Manuel Virgués y la asociación de motociclistas de Colombia ASOMOCOL con el fin de hablar sobre la realidad que vive nuestro país en cuanto a este tema. Una página de internet llamada *publimotos.com*, cuenta con detalle lo que realmente paso dentro de este foro y publico lo siguiente: *“La apertura del foro fue hecha por el Dr. Gómez Román, quien explícitamente advirtió a los presentes que para la instalación de tan importante evento no había preparado nada escrito, pues su exposición la basaría en el conocimiento que él como motociclista tiene sobre la problemática del sector, haciendo de su discurso el relato de un colombiano más que transita en motocicleta y no como un servidor público. Criticó la forma absurda como los gobernantes locales imponen medidas restrictivas al tránsito en motocicleta sin tener conocimiento de causa o por lo menos evaluar sin son viables para la población. Reprochó la falta de interés por parte del Ministro de Transporte Andrés Uriel Gallego al no estar presente, “demostrando con esa actitud que poco o nada le interesa el tema del motociclismo en Colombia”, dijo textualmente, y que tal vez sería muy bueno que él (el Ministro) conociera de primera mano la unión de las personas que en algún momento se han visto perjudicadas por las decisiones arbitrarias tomadas desde su cartera.”*<sup>5</sup>

Claramente se puede establecer dos síntomas; el primero es sobre la arbitrariedad en cuanto a las normas y decretos que el ministerio de transporte establece y que la mayoría de usuarios no comparte. El segundo es sobre la falta de capacitación que se ve claramente en los distintos informes de transito. Según el comité de de ensambladoras de motocicletas japonesas ((Auteco-Kawasaki, Fanalca-Honda, Incolmotos-Yamaha y Suzuki Motor de Colombia), *“Nuestro objetivo es que vean a los motociclistas como un actor más de la vía, con derechos y responsabilidades. Por eso nos hemos preocupado por trabajar, de manera conjunta, en la educación de los motociclistas, fomentando*

---

<sup>5</sup> <http://www.publimotos.com/noticias/foronacional/hoyforoasomocol.html>

*un mayor conocimiento de las normas y comportamientos adecuados y seguros en las vías”, expresaron las representantes del Comité. Para tal fin, se han invertido cerca de \$1.000 millones en la capacitación y la pedagogía.”<sup>6</sup> Se espera que con este tipo de inversiones aumente la educación y concientización en cuanto a la conducción de motos y por otro lado reducir la tasa de mortalidad*

### 1.3.2 Síntomas y resultados que se presentan

¿De dónde surge el problema?

*<sup>7</sup>Durante el comienzo del año 2009, el precio de la gasolina corriente estuvo alrededor de 7.574,49 pesos y durante el transcurso de ese mismo año, el precio disminuyó de manera significativa, pero al finalizar ese año, volvió a incrementarse, tanto así que para el comienzo del año 2010, el precio de la gasolina subió alrededor de 7.600 pesos con tendencia al alza”. Cabe resaltar que la asignación de precios del combustible se da por fuerzas externas al mercado nacional.*

Analizando el factor de la gasolina dentro del mercado automotor en Colombia, se ve claramente que los precios elevados del combustible altera el uso del transporte y por esa razón las personas están dejando de lado los automóviles grandes por unos más pequeños, tanto así que muchas personas se han ido cambiando por las motocicletas por que este les genera un menor consumo del combustible y este fenómeno podría ser representado por los diferentes datos estadísticos sobre la adquisición de motocicletas.

---

<sup>6</sup> <http://www.elespectador.com/publicaciones/autos/articulo188781-motos-un-motor-economico?t=1267151667>

<sup>7</sup>

[http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id\\_categoria=159&id\\_subcategoria=724](http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id_categoria=159&id_subcategoria=724)

¿Que se ha realizado sobre el tema en cuestión?

En Colombia, durante el último año, el gobierno se ha venido preocupando por la situación que ha estado corriendo el país en cuanto al motociclismo, tanto así que el 30 de julio de 2008, se realizo el primer foro nacional de motociclismo, convocado por el presidente a la cámara de representantes (Edgar Alfonso Gómez Román), el senador en ese momento Manuel Virgués y la asociación de motociclistas de Colombia ASOMOCOL con el fin de hablar sobre la realidad que vive nuestro país en cuanto a este tema. Una página de internet llamada *publimotos.com*, cuenta con detalle lo que realmente paso dentro de este foro y publico lo siguiente: *“La apertura del foro fue hecha por el Dr. Gómez Román, quien explícitamente advirtió a los presentes que para la instalación de tan importante evento no había preparado nada escrito, pues su exposición la basaría en el conocimiento que él como motociclista tiene sobre la problemática del sector, haciendo de su discurso el relato de un colombiano más que transita en motocicleta y no como un servidor público. Criticó la forma absurda como los gobernantes locales imponen medidas restrictivas al tránsito en motocicleta sin tener conocimiento de causa o por lo menos evaluar sin son viables para la población. Reprochó la falta de interés por parte del Ministro de Transporte Andrés Uriel Gallego al no estar presente, “demostrando con esa actitud que poco o nada le interesa el tema del motociclismo en Colombia”, dijo textualmente, y que tal vez sería muy bueno que él (el Ministro) conociera de primera mano la unión de las personas que en algún momento se han visto perjudicadas por las decisiones arbitrarias tomadas desde su cartera.”*<sup>8</sup>

Claramente se puede establecer dos síntomas; el primero es sobre la arbitrariedad en cuanto a las normas y decretos que el ministerio de transporte establece y que la mayoría de usuarios no comparte. El segundo es sobre la falta de capacitación que se ve claramente en los distintos informes de transito. Según el comité de de ensambladoras de motocicletas japonesas ((Auteco-

---

<sup>8</sup> <http://www.publimotos.com/noticias/foronacional/hoyforoasomocol.html>

Kawasaki, Fanalca-Honda, Incolmotos-Yamaha y Suzuki Motor de Colombia), *“Nuestro objetivo es que vean a los motociclistas como un actor más de la vía, con derechos y responsabilidades. Por eso nos hemos preocupado por trabajar, de manera conjunta, en la educación de los motociclistas, fomentando un mayor conocimiento de las normas y comportamientos adecuados y seguros en las vías”, expresaron las representantes del Comité. Para tal fin, se han invertido cerca de \$1.000 millones en la capacitación y la pedagogía.”*<sup>9</sup> Se espera que con este tipo de inversiones aumente la educación y concientización en cuanto a la conducción de motos y por otro lado reducir la tasa de mortalidad

#### 1.4 Por qué el objeto de estudio es un problema

Debido a las tendencias mundiales sobre el alza en los combustibles, se ve claramente que este fenómeno ha influido en la utilización de este recurso no renovable. En Colombia, este fenómeno se ha trasladado en los hábitos de compra de los usuarios de los distintos medios de transporte propulsados por este recurso ya que tienen que destinar más dinero para poder desplazarse. Por esta causa, los consumidores están empezando a utilizar medios de transporte más livianos, con motores más pequeños para disminuir costos en desplazamientos. Entre los medios de transporte más utilizados para afrontar este fenómeno son las motocicletas, ya que utilizan menos combustible para movilizarse, sin embargo los conductores de este tipo de vehículos tienen la idea que el manejo de una motocicleta es equivalente al manejo de un automóvil y por esa razón Colombia tiene una tasa alta de mortalidad en cuanto al uso de este medio de transporte. Según el *“centro de reconocimiento, actualmente tres de cada diez licencias de conducción son falsificadas, causando grandes problemas a sus dueños con las compañías de seguros las que niegan a pagar los siniestros y con la justicia por falsificación entre*

---

<sup>9</sup> <http://www.elespectador.com/publicaciones/autos/articulo188781-motos-un-motor-economico?t=1267151667>

otros. Sin embargo es muy fácil y rápido obtener la licencia de conducción en forma legal.”<sup>10</sup> Esta situación es grave para el país, porque cualquier persona que tenga el recurso económico puede acceder a este documento sin tener las habilidades requeridas para conducir. En otra instancia, la revista dinero en su Artículo *Motos: ¿pesadilla sin fin?* Publicado el 15 de febrero de 2.008, dice que “el control de las escuelas de conducción es una de las soluciones más urgentes. La mayoría de estas instituciones entregan muy fácilmente el documento que certifica que el conductor que va a sacar su licencia para conducir moto está capacitado para hacerlo, sin que la autoridad de control y vigilancia – Superintendencia de Puertos y Transporte- haya hecho mucho para sancionar esta práctica. Sin embargo, el director de tránsito y transporte del Ministerio de Transporte, Jorge Pedraza, asegura que en el primer semestre de este año habrá una reglamentación de las escuelas. “Las escuelas estarán monitoreadas externamente para asegurarnos que todas las personas hagan el curso teórico y práctico. Adicionalmente los motociclistas deberán realizar un test en línea al momento de conseguir su licencia”, afirma”<sup>11</sup>

### 1.5 Formulación del problema

Por lo anterior, la pregunta que se genera es: “¿Cómo desarrollar un plan de negocios que permita la creación de una escuela para la formación de pilotos en el manejo y en la mecánica de todo tipo de motocicletas, en especial las de alta cilindrada, contribuyendo, al mismo tiempo, a la concientización y reducción de los altos índices de accidentalidad y mortalidad que se presentan en este sector y promover el desarrollo del motociclismo a un nivel más competitivo?

### 1.6 Justificación

¿Porque del negocio o de la propuesta?

Este plan de negocios busca que los usuarios existentes y los que van a serlo en cuanto a motocicletas se refiere, tengan el mejor espacio para capacitarse y

<sup>10</sup> <http://centrodereconocimiento.com/Tramites/tramites.html>

<sup>11</sup> [http://www.dinero.com/edicion-impresa/agenda-publica/motospesadilla-fin\\_44412.aspx](http://www.dinero.com/edicion-impresa/agenda-publica/motospesadilla-fin_44412.aspx)

llevar esos conocimientos no solo a las vías de la ciudad sino a las pistas de carreras. Es muy triste ver los informes sobre las tasas de mortalidad por el uso de este medio de transporte y con esto se pretende no solo reducir las tasas sino explotar el potencial que tiene Colombia en cuanto al tema de competición. Un artículo publicado el 23 de febrero de 2.010 en un importante periódico del país, nos cuenta sobre el gran salto que dio Yonni Hernández al campeonato mundial de motociclismo de velocidad. Este piloto conto lo siguiente: *“Llegué a España en el 2008, después de haber logrado varios títulos en Colombia. Participé en la categoría Súper Motor, en donde en todas las carreras logré el podio, y en cuatro obtuve la victoria. Esa actuación me abrió las puertas para correr el Campeonato de España de Velocidad, con el equipo Suzuki Motor Rap, en el 2009. Ahí tengo una buena actuación, también con cuatro podios (tres terceros lugares y un segundo) y eso me facilitó la llegada al campeonato mundial”*<sup>12</sup>. Quiero resaltar este tipo de noticias porque de una u otra manera le da más fuerza al plan de negocios y es un incentivo para trabajar por una sociedad que requiere de una empresa seria que capacite, por un lado a los motociclistas con esto, reduciendo las tasas de accidentalidad, y por el otro lado contribuir al desarrollo, capacitación y entrenamiento de las habilidades de manejo de aquellos conductores que deseen llevarlo a un nivel profesional.

¿Cuál será el alcance del proyecto?

Para poder llevar a cabo el proyecto, es necesario pensar en el capital humano. Para ello, es necesario contratar aproximadamente 20 personas donde estarán divididos en áreas como: área de servicio, área comercial, dirección general, área organizacional, área de recursos humanos y área financiera. De esta manera el proyecto generara empleo y para ello se contrataran personas con formación técnica (como los mecánicos), universitaria (como los profesores), expertos en el tema, etc. y dependiendo del área organizacional.

---

<sup>12</sup> [http://www.eltiempo.com/deportes/autosymotos/yonny-herandez-colombiano-que-estara-en-mundial-de-motociclismo-de-velocidad\\_7296742-1](http://www.eltiempo.com/deportes/autosymotos/yonny-herandez-colombiano-que-estara-en-mundial-de-motociclismo-de-velocidad_7296742-1)



¿Cuál es el impacto social que tendrá el proyecto?

Las personas que tengan gustos o ciertas afinidades en el proyecto, y se vean en la necesidad de hacer un curso con estas características, obtendrán un certificado que demuestra las aptitudes y actitudes frente a la conducción de motos. Esto de una u otra forma ayudara a que los conductores sean más conscientes sobre sus actos en las vías, que tengan siempre presente las normas de transito en vigencia, el código nacional de transporte y que ayuden a contribuir con la disminución de las altísimas tasas de accidentalidad presentes hoy en día en Bogotá y en el país.

¿Por qué vale la pena resolver este problema?

Este proyecto se diferencia de otros tipos de escuelas de conducción de motos de alta cilindrada, porque estas ofrecen cursos informales, utilizando las motos que son propiedad del usuario, nuestro objetivo es que la misma empresa preste todos los servicios necesarios para desarrollar de la mejor manera las capacitaciones sin que el propietario de este tipo de vehículo se vea en la necesidad de comprarla primero, poniendo en peligro inversión y contribuyendo en la reducción en un gran porcentaje las tasas de mortalidad y morbilidad, producidos por la falta de conocimientos de manejo, técnicos, teóricos, prácticos y de relaciones humanas que se presentan actualmente dado que este tipo de vehículos, como lo veíamos anteriormente tiende a ser adquirido con más frecuencia por los ciudadanos, en gran parte por la economía en combustible y la rapidez y agilidad que presentan y que conllevan a un ahorro muy grande en tiempo y dinero.

## 1.7 OBJETIVOS

### 1.7.1 Objetivo General

Realizar un plan de negocios que permita la puesta en marcha del proyecto para prestar un servicio de educación de calidad que permita reducir las tasas de accidentalidad y mortalidad existentes en el sector automotriz específicamente en las motocicletas.

### 1.7.2 Objetivos específicos

Objetivo de mercado: Hacer un estudio de mercados que indique el potencial de personas que estarían en a la capacidad de acceder al servicio de educación enfocado a la conducción de motos de alta cilindrada.

Objetivo de operación: analizar los costos directos, infraestructura, costos indirectos y otros costos que influyen para el desarrollo de la prestación del servicio de educación para la conducción de motos de alta cilindrada.

Objetivo Organizacional: analizar y desarrollar la estructura organizacional de la empresa.

Objetivo financiero: hacer el estudio financiero que nos indique la viabilidad del proyecto.

Objetivo de Impacto: analizar el impacto económico, regional, social y ambiental que genera el proyecto

### 1.8 Alcance del proyecto

Para poder llevar a cabo el proyecto, es necesario pensar en el capital humano. Para ello, es preciso contratar aproximadamente 20 personas, las cuales estarán divididas en áreas o grupos de trabajo como:

- Área de servicio
- Área comercial
- Dirección general
- Área de recursos humanos
- Área financiera

De esta manera, el proyecto generara empleo y se buscara contratar personal capacitado en áreas de formación técnica y profesional, y se buscara la asesoría externa de expertos en el tema, según se valla necesitando en el transcurso de los cursos.

## Capítulo 2 Marco teórico y conceptual

### 2.1 Marco Teórico

Dentro de los planes de negocios existentes, se encuentra el modelo Fondo-Emprender del S.E.N.A, la cátedra CEINFI y plan de negocios internacional-Finlandia. Dentro de estos tres, el más adecuado para este proyecto es la cátedra CEINFI ya que reúne los formatos necesarios para resumir la idea empresarial. El proyecto no va a utilizar el modelo Fondo-Emprender del S.E.N.A debido a que éste tiene un enfoque administrativo, se preocupa por el factor humano y las finanzas pero el proyecto tiene el enfoque en la investigación de mercados y se busca obtener todo tipo de análisis en el campo de acción y se busca que el servicio sea aceptado por la sociedad de consumo de motos. Por ahora el proyecto está enfocado en la capital colombiana y por tal razón no va a adoptar el plan de negocios internacional-Finlandia ya que este plan está enfocado a negocios macro pero a largo plazo se podrá pensar en este plan para llevarlo a otras ciudades o a otros países.

### 2.2 Marco conceptual

*¿Qué es industria automotriz?*

*“Este es un proceso de distribución y fabricación industrial en el cual se desarrolla un producto para poder venderlo, en el momento en que comenzó a desarrollarse la industria automotriz se modificó radicalmente el concepto de política industrial, los rasgos principales de la industria automotriz consistieron en la promoción de procesos de actualización de producto, especialización, ganancia de escala productiva y mayor integración de componentes importados.”<sup>13</sup>*

La industria automotriz y de partes, representa uno de los mercados más grandes, EL rendimiento y la apariencia son la medida final para la aceptación

---

en los consumidores. Principalmente las variables de la industria automotriz son la industria, la producción y la formación de las empresas.

¿Qué es una industria?

*“La industria es principalmente el conjunto de relaciones para transformar los productos naturales para poder obtener otros, entonces podemos decir que la industria automotriz es aquella que transforma productos para hacer un automotor, que es un vehículo de transición mecánica para poder venderlo y así producir o desarrollar un mercado. En latino América ha habido muchos cambios industriales por eso Nosotros principalmente vamos hablar de los países de la ALALC (asociación latino – americana de libre comercio) y como era su desarrollo”<sup>14</sup>*

¿Qué es la producción?

*La producción es un conjunto de operaciones que sirven para mejorar e incrementar la utilidad o el valor de los bienes. La producción de automóviles, que ha sido una de las actividades más dinámicas de los últimos años es una de las fuentes económicas más grande. La producción industrial automotriz es aquella en la que se acumula producto para poder ensamblarlo y venderlo.*

*La producción anual de vehículos en los países miembros de la ALALC, incluyendo la fabricación y el armado, se ha incrementado en un 81 por ciento en el periodo 1963 – 1968, por lo que para el año 1969 puede estimarse que la producción se habrá duplicado con respecto a 1963.*

Motociclismo: según la real academia española, es el “Deporte de los aficionados a correr en motocicleta.”<sup>15</sup>

---

6 y 7 paquien José Luis, la industria automotriz en la ALALC, universidad de la sabana. Facultad de ciencias políticas. Pg15.

<sup>15</sup> [www.Rae.es](http://www.Rae.es)

Motociclista: según el fondo de prevención vial, *“es la persona habilitada e instruida técnica y teóricamente para operar un vehículo automotor de dos ruedas en línea, con capacidad para el conductor y un acompañante. El motociclista está en la obligación de respetar las normas y señales de tránsito destinadas para su seguridad, así como utilizar responsablemente los espacios viales para su circulación.”*<sup>16</sup>

Motos de alta cilindrada: Las motos deportivas *“van equipadas en su mayoría de un carenado (carrocería) que mejora su aerodinámica con el fin de alcanzar altas velocidades, habitualmente por encima de los 250km/h o incluso más de 300km/h en los modelos más exóticos. La posición de conducción de una moto deportiva es usualmente muy agresiva, en el sentido de que obliga al cuerpo a estar muy adelantado. De esta manera se gana estabilidad en la dirección y se facilita la aerodinámica. Estas motos son las que tienen mejor relación entre peso y potencia, además heredaron de las motos de carrera su tecnología de punta ofreciendo una aceleración sólo comparable con la de los fórmula uno. Es decir que en estas motos lo que prima por encima de todo son las prestaciones deportivas, sacrificando las cualidades turísticas. Las motos deportivas suelen estar identificadas en los modelos por la “R” de Racing (Carrera). También en algunos casos existen las “RR”, que vienen de fábrica con un setup preparado para usar en circuito (suspensiones, frenos y mapeo de inyección más agresivos).”*<sup>17</sup>

Ejemplos de estas motos son:



Suzuki Hayabusa:

---

<sup>16</sup> [www.fonprevial.gov.co](http://www.fonprevial.gov.co)

<sup>17</sup> Tomado de la comunidad vive tu moto; [www.vivetumoto.com](http://www.vivetumoto.com)

Yamaha R1, R6:



CBR 1000rr, 600rr:



Motos de baja cilindrada:

Auteco bajaj:



Yamaha bws:



Bajaj pulsar:



*Gasolina corriente: "La gasolina corriente es una mezcla compleja donde puede haber de 200 a 300 hidrocarburos distintos, formada por fracciones combustibles provenientes de diferentes procesos de refinación del petróleo, tales como destilación atmosférica, ruptura catalítica, ruptura térmica,*

*alquilación, reformado catalítico y polimerización, entre otros. Regular – Índice Octano 81, Sin Plomo”<sup>18</sup>*

¿Qué es una investigación de mercados?

La investigación de mercados “*es la función que vincula consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar, y definir las oportunidades y los problemas de marketing; generar y evaluar las actividades de marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acrecentar la comprensión del marketing como un proceso. En la investigación de mercados, se especifica la información que se requiere para abordar estos temas, se diseña el método para reunir los datos, se maneja y pone en práctica de acopio de los mismos, se analizan los resultados y se comunican los hallazgos y sus implicaciones.*”<sup>19</sup>

---

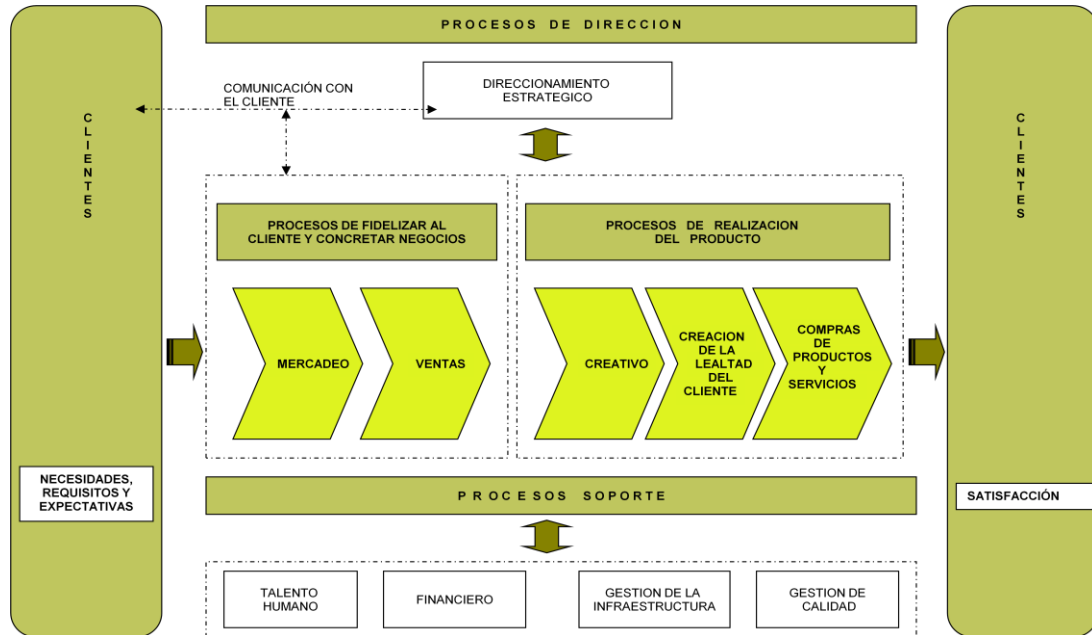
<sup>18</sup> [www.ecopetrol.com](http://www.ecopetrol.com)

<sup>19</sup> **Malhotra** Naresh K. “*Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*” editorial MCPerson. Mexico 2004

## Capítulo 3 Resumen ejecutivo

### 3.1 Concepto del servicio.

#### 3.1.1 ¿En qué consiste el servicio?



<sup>20</sup>FIGURA 2: En qué consiste el servicio

El servicio que se pretende prestar se llevará a cabo en el momento en que un cliente llega a Superbikes de Colombia con ciertas necesidades, expectativas y requisitos. Para ello, el cliente recibirá atención inmediata acerca de la escuela y los servicios a ofrecer, y toda esta dinámica se proporcionará en base a los procesos que realiza las áreas de mercadeo y ventas. Sin embargo, el soporte se suministrará por la gestión en el talento humano, el manejo de las finanzas, la gestión en la disposición de infraestructuras y la gestión de la calidad. Con lo anterior, se busca que el servicio siempre sea realizable, que se logre un sentido de pertenencia con Superbikes de Colombia y que de esta manera se pueda tener una escuela rentable, satisfaciendo las expectativas y necesidades de nuestros consumidores finales y de las personas que rodean a esta.

#### 3.1.1.2. Potencial del mercado en cifras

El mercado bogotano está presentando una alta oferta y demanda de motocicletas de gama alta generando así mejores ventas a los grandes

<sup>20</sup> Tomado del documento organizacional de Multi-impacto Editores



distribuidores y de autopartes. Esto se ha generado debido a que una parte de la población está buscando motocicletas de altas prestaciones y están dispuestas a pagar una suma alta de dinero por una de ellas. Por esa razón, el mercado de las motos de alta gama está en aumento y un factor muy importante que se ha estado presentando últimamente en la ciudad son los trancones y el “pico y placa”. La zona geográfica que abarcaría el servicio es la ciudad de Bogotá, Capital de Colombia ya que es un lugar donde se podrá posicionar el servicio por el potencial de clientes que hay en esta zona. El mercado meta al cual va dirigido el servicio es a todas las personas que tengan el poder adquisitivo (mayores a 3 salarios mínimos mensuales) para comprar una motocicleta de la gama alta en la ciudad de Bogotá. La siguiente tabla se muestra el número de motos vendidas de acuerdo con su categoría y estos fueron los resultados:

**IMPORTACIONES POR SUBPARTIDA  
ARANCELARIA AÑO 2008**

SUBPARTIDA	Cantidad
Inferior o igual a 50cc	3.618
50cc a 249cc	43.921
250cc a 499cc	323
500cc a 799cc	1.185
Superior a 800cc	720
Otras	1.385
<b>Total</b>	<b>51.152</b>

**Figura 3:** importaciones por subpartida arancelaria

**IMPORTACIONES POR SUBPARTIDA  
ARANCELARIA Primer semestre 2009**

SUBPARTIDA	Cantidad
Inferior o igual a 50cc	284
50cc a 249cc	7.750
250cc a 499cc	61

500cc a 799cc	436
Superior a 800cc	134
Otras	97
Total	8.762

Tomado de la página [www.publimotos.com/infomotosimportadas.html](http://www.publimotos.com/infomotosimportadas.html)

En el 2008, se importaron alrededor de 51.152 motos de los cuales 3.290 motos pertenecen a la categoría de motos de alta cilindrada y para el primer semestre del 2009, se vendieron alrededor de 667 motocicletas dentro de la misma categoría. Esto significa que hay un mercado potencial del cual la empresa puede prestar todos los servicios necesarios para mejorar las capacidades de los conductores en este tipo de motos. Aunque la información presentada anteriormente muestra en aspectos generales la composición del mercado, se buscara encontrar información más detallada que me permita tener más claridad sobre el mercado. Por tal motivo, se realizara la respectiva investigación de mercados con el fin de resolver algunas preguntas que se tiene sobre el mercado potencial y se obtendrá a partir de unas encuestas que se realizaran a y se aplicaran sobre una muestra representativa del mercado que son 40 personas. A continuación se explicara con detalle cada una de las preguntas de la encuesta y cuáles son las necesidades que se tiene dentro de esta.

### 3.1.2 Ventajas competitivas y propuestas de valor

Una de las ventajas competitivas más importantes para asegurar a nuestros clientes finales son los servicios en sí que se pretenden prestar. Por medio de distintos datos y algunas fuentes de información presentadas en este taller de grado, se puede ver que no existe escuela de conducción alguna que preste este tipo de servicios enfocado a las motos de alta cilindrada y nuestro valor agregado principal es la disposición de las motos para poder llevar a cabo el funcionamiento de la empresa. La idea principal es que los aspirantes a realizar el curso, utilicen motos de propiedad de Superbikes De Colombia S.A.S y no vean la necesidad de usar sus propias motos. Así mismo, dentro de la escuela de conducción se prestara todo tipo de asesoría, patrocinio y promoción del

deporte en todos sus ámbitos y gracias a esa variedad de servicios, nuestros clientes seguramente tendrán como primera opción nuestra empresa.

### 3.1.3 Proyecciones de ventas

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$1.440.000.000	\$1.512.000.000	\$1.587.600.000	\$1.666.980.000	\$1.750.329.000

FIGURA 4: Proyección de ventas y rentabilidad

Fuente: El autor

A partir de la estructura del mercado, se pretende prestar el servicio a 1440 personas por año aproximadamente (que sería el 5% de un mercado potencial de 30.000 personas) y cada uno pagaría el costo del curso que es de \$1.000.000 pesos (precio máximo que estarían dispuestos a pagar los posibles participantes según el resultado de las encuestas) y el resultado en ventas sería de \$1.440.000.000 para el primer año (sin contar con las respectivas obligaciones). Para los siguientes años se cree que mejoraran las ventas porque la escuela tendrá un mayor reconocimiento y aceptación en el mercado pero estas han sido proyectadas bajo un incremento en los precios del 5% anual. Manteniendo el mismo número de personas atendidas por año y ajustando los precios dependiendo de la inflación, se tendrá para el 5to año unas ventas aproximadas de \$1.750.329.000 pesos. Hay que tener en cuenta que la empresa es nueva y por tal motivo no se puede obtener un buen pronóstico, ya que para obtener un buen resultado a partir de este modelo, se necesitan datos históricos sin embargo, dentro del análisis financiero, se encontrara detalladamente la viabilidad del proyecto

### 3.1.4 Política de cartera

Las personas que estén interesadas en el curso deberán cancelar el monto de este por medio de consignación en Bancolombia o en su defecto podrá cancelar por medio de tarjetas de crédito o debito. En cuanto a certificados del curso, durara entre 3 a 5 días hábiles en ser entregados. Así mismo, los

descuentos se otorgaran dependiendo de los acuerdos que se vallan a efectuar con otras entidades que permiten el funcionamiento del curso.

### 3.1.5 Resumen ejecutivo

Superbikes de Colombia S.A.S es una empresa de sociedad por acción simplificada que se está empezando a construir bajo un plan de negocios y su principal objetivo es incursionar en el mercado del motociclismo por medio de su escuela de conducción enfocada en motos de alta cilindrada. Superbikes de Colombia S.A.S está enfocada a las personas de los estratos 4, 5 y 6 dispuestas a pagar alrededor de \$1.000.000 de pesos por un curso de conducción de motos en la ciudad de Bogotá y su principal objetivo es formar a los motociclistas para reducir los índices de accidentalidad y desarrollar mejor sus capacidades y destrezas para llevarlas a un nivel competitivo. El plan de negocios se originó por dos situaciones: la primera situación se presentó al ver que durante los últimos 5 años el mercado de las motos ha estado creciendo a razón del 300% y la segunda situación se presentó al conocer los distintos informes sobre accidentalidad vial. Por estas situaciones, Superbikes de Colombia S.A.S se está empezando a construir con el fin de prestarle un servicio de educación al mercado de las motos y reducir los índices de accidentalidad en el país pero para ello, es necesario contar con una inversión aproximada de \$400.000.000 de pesos que estarán destinados para la compra de la maquinaria y equipo, los muebles y enseres y los vehículos incluyendo la puesta en marcha del proyecto. Para poder asumir la deuda, se tiene pensado pagar una cuota fija de \$11.600.000 pesos mensual a un plazo máximo de 48 meses y se espera como mínimo que se tenga una tasa interna de retorno del 4,5% en el primer año.

## Capítulo 4 Plan de Negocios

### 4.1 Investigación de mercados

#### 4.1.1 Método utilizado

##### ***Método de recolección escogido***

###### ***a. Elección de métodos***

Encuestada desarrollada bajo entrevista personal auto aplicada.

Logística: se entrega la encuesta a las personas que se encuentran reunidas en puntos determinados en el norte de Bogotá

##### ***Selección del procedimiento***

Es aleatorio por agrupamiento, las encuestas a tabular se escogen al azar, y así hasta encontrar las necesarias.

##### ***Marco del Muestreo:***

Fuente del listado: motociclistas que pasaban cerca a la autopista norte de Bogotá

##### ***Tamaño de la muestra***

###### ***Fórmula***

- i. Tamaño ajustado
  - Nivel de confianza = 90%
  - Error permitido = 4%
  - Numero de encuestas realizadas: 40

#### 4.1.2 Población Objetivo

Este dirigido a hombres y mujeres mayores de 18 años en la ciudad de Bogotá dispuestos a acceder a un curso de conducción de motos de alta cilindrada

#### 4.1.3 Diseño del instrumento de recolección de información

### MODELO DE ENCUESTA

### ENCUESTA PARA LOS MOTOCICLISTAS

Apreciados conductores: la encuesta tiene como fin conocer el interés que tienen los motociclistas sobre los cursos de conducción, por lo tanto les ruego contestar las siguientes preguntas

1. ¿Conduce usted motocicletas?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2. Le gustaría tomar un curso de conducción de motocicletas?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Porque? \_\_\_\_\_

3. Que tipo de motocicletas le gustaría aprender a conducir

Motocicletas entre 50 cc y 200cc: \_\_\_\_\_



Motocicletas entre 200cc y 500cc: \_\_\_\_\_



Motocicletas entre 500cc y 1000cc: \_\_\_\_\_



4. ¿Qué tipo de motocicleta conduce?

Motocicletas entre 50 cc y 200cc:\_\_\_\_

Motocicletas entre 200cc y 500cc:\_\_\_\_

Motocicletas entre 500cc y 1000cc:\_\_\_\_

5. ¿realizo algún tipo de curso de conducción para motos?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

6. ¿estaría dispuesto a participar en un curso de conducción enfocado a motos de alta cilindrada?

Si\_\_ No\_\_ Porqué?\_\_\_\_\_

---

7. ¿Cuánto pagaría usted por un curso completo de conducción de motos con instructor altamente capacitado y con moto de alta cilindrada para practicar?

Entre 500.000 y 650.000:\_\_\_\_

Entre 650.000 y 800.000:\_\_\_\_

Entre 800.000 y 1'000.000:\_\_\_\_

Más de 1'000.000:\_\_\_\_

¿Porqué?\_\_\_\_\_

---

8. ¿Cuál es el/los siguientes medio(s) publicitario(s) que usted frecuentemente busca para encontrar información acerca de las motos?

a) Revistas

- b) Internet
- c) Televisión
- d) Radio
- e) Otro: \_\_\_\_\_

9. ¿Estaría dispuesto a destinar parte de su fin de semana para realizar las prácticas en el autódromo de Tocancipa? ¿Cuánto tiempo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ ¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

4.4.9 horas: \_\_\_\_\_

4.4.10 horas: \_\_\_\_\_

Más de 4 horas: \_\_\_\_\_

10. ¿Dentro de las motos de alta cilindrada, con cuál de ellas le gustaría tomar el curso de conducción?

a. Yamaha R1: \_\_\_\_\_



b. Suzuki gsxr-1000: \_\_\_\_\_



c. Honda CBR 1000 fireblade: \_\_\_\_\_







d. Kawasaki ninja ZX-10r:\_\_\_\_\_

¿Porqué?\_\_\_\_\_

---

11. ¿Cuales beneficios le gustaría encontrar obteniendo este curso?

a. Certificación del curso:\_\_\_\_\_

b. Facilidad para entrar a competencias nacionales\_\_\_\_\_

c. Descuentos con distribuidores de motos\_\_\_\_\_

d. Recibir información de actualidad sobre motos de alta cc\_\_\_\_\_

e. Encontrar posibles patrocinios\_\_\_\_\_

f. Otro:\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### 4.1.4 Ficha técnica de la investigación de mercados

A continuación se presentara las distintas irregularidades que se presentaron al aplicar las encuestas

<b>CATEGORIA</b>	<b>SUBCATEGORIA</b>	<b>SE PR</b>	<b>PORQUE PRESENTA</b>	<b>SE</b>	<b>POSIBLE SOLUCION</b>
No Respuesta	<b>No Contacto</b>	<b>NO</b>			
	<b>Encuesta incompleta</b>	<b>SI</b>	<b>Afán, cansancio</b>	<b>pereza,</b>	<b>Instrucciones resaltadas, prueba validez</b>
Respuesta	<b>Responder mal con/sin intención</b>	<b>SI</b>	<b>Afán, cansancio</b>	<b>pereza,</b>	<b>Motivar, generar expectativa y prueba de validez</b>
Aplicación	<b>Registro</b>	<b>SI</b>	<b>No tener cuidado</b>		<b>Líneas punteadas</b>
	<b>Interferencia</b>	<b>SI</b>	<b>Influencia ambiente</b>		<b>Buscar momento adecuado</b>
	<b>Hacer mal la pregunta</b>	<b>SI</b>	<b>Mala redacción</b>		<b>Hacer prueba piloto</b>
Diseño	<b>Selección</b>	<b>NO</b>			
	<b>Específico de la población</b>	<b>SI</b>	<b>Afán, cansancio</b>	<b>pereza,</b>	<b>Rapidez, motivar, generar expectativa</b>
	<b>Marco Muestral</b>	<b>NO</b>			
	<b>Información</b>	<b>SI</b>	<b>Mal parámetro o escala</b>		<b>Claridad objeto de la pregunta, resp, y cruce variables</b>

	Medición	SI	Mal parámetro o escala	Claridad objeto de la pregunta, resp, y cruce variables
	Experimental	NO		
	Análisis de datos	SI	Mala interpretación	Claridad objeto de la pregunta, resp, y cruce variables

Figura 5: ficha técnica de la investigación de mercados

#### 4.1.5 Tabulación

#### RESULTADO DE LA ENCUESTA

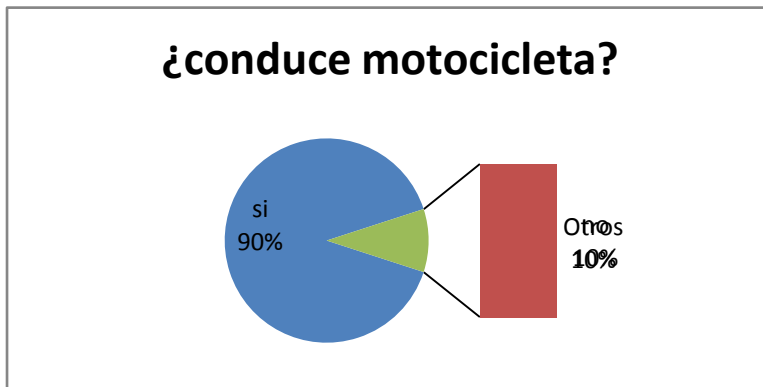


Figura 6: Conduce motocicletas

Dentro de esta pregunta, de 40 encuestados, el 90% conduce motocicleta. Esto nos permite mayor confiabilidad al momento de ver los resultados de las siguientes preguntas.

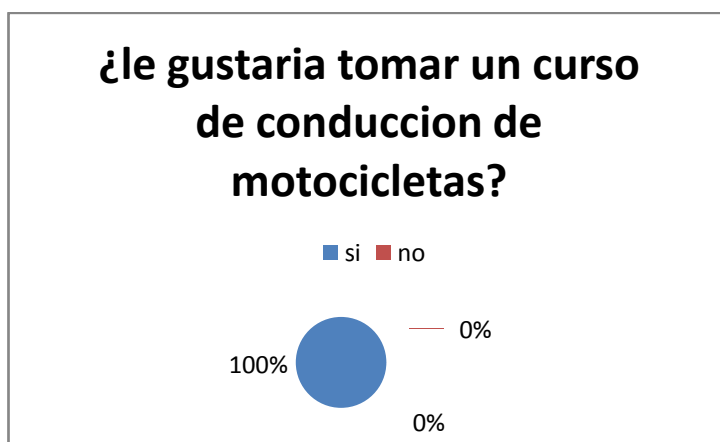


Figura 7: le gustaría tomar un curso de conducción de motocicletas

El 100% de las personas encuestadas dice querer hacer un curso cualquiera de conducción de motos y dentro de las justificaciones, responden que lo harían con el fin de mejorar sus habilidades y capacidades.

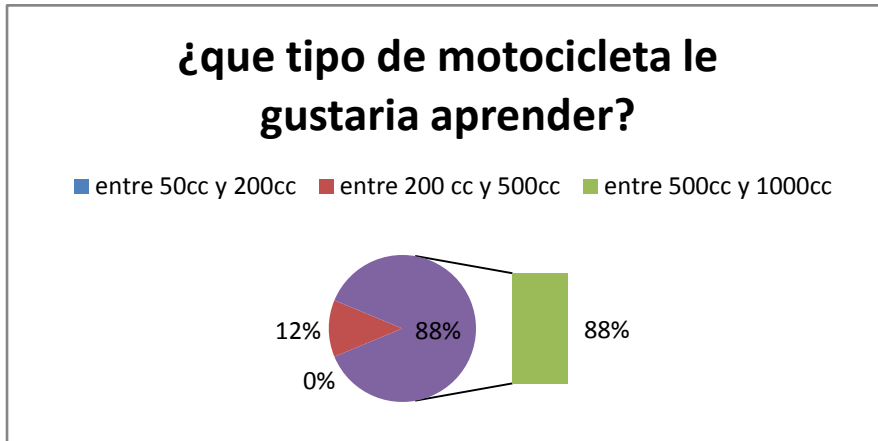


Figura 8: que tipo de motocicleta le gustaría aprender

El 88% de los encuestados le gustaría aprender a conducir motos de alta cilindrada. Estas respuestas son muy importantes porque le da un mayor valor al servicio que se pretende ofrecer.

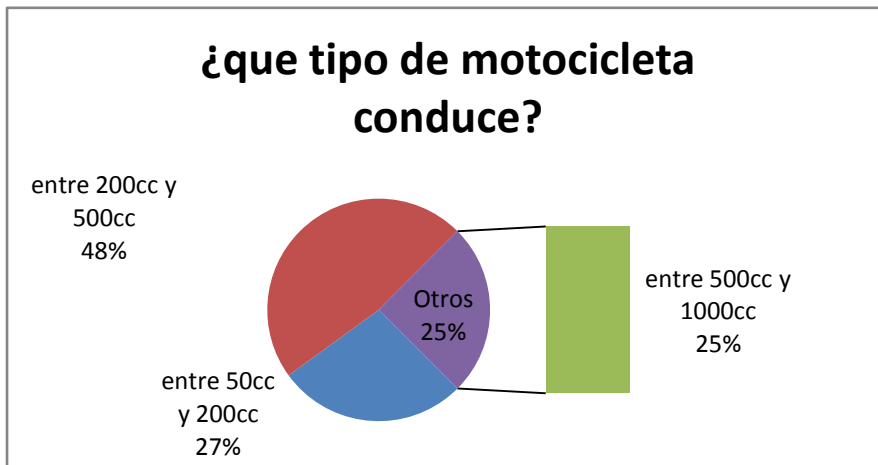


Figura 9: que tipo de motocicleta conduce

A partir de este resultado, vemos que hay conductores de todo tipo en la ciudad de Bogotá y que el mercado de las motos de alta cilindrada esta cogiendo fuerza en el mercado nacional y más aun en su capital

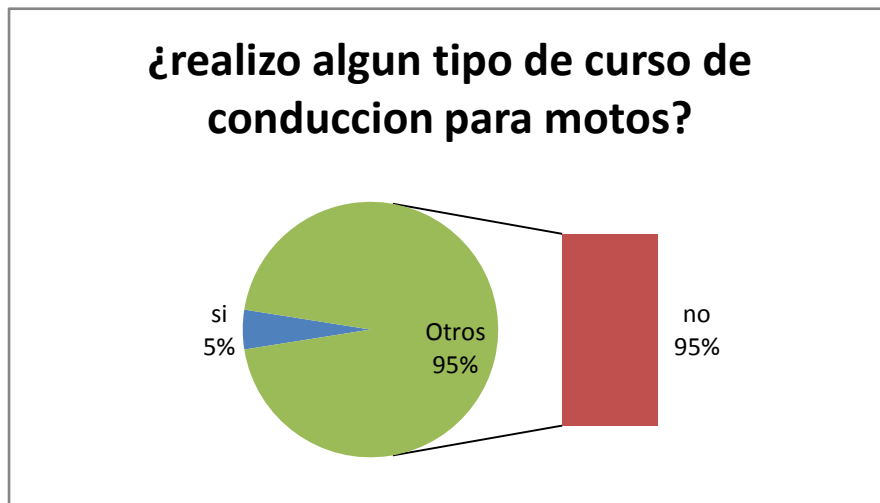


Figura 10: realizo algún tipo de curso de conducción para motos

Este resultado se puede comparar fácilmente con los distintos informes presentados por el fondo de prevención vial y de una u otra forma nos muestra la problemática tan grande que existe sobre la seguridad en la circulación y la falta de capacitación para conducir motocicletas. A partir de este resultado, y comparando con la cantidad de motos en las calles colombianas, dejaría en duda la verdadera función de las escuelas de conducción legalmente constituida y las entidades de control.

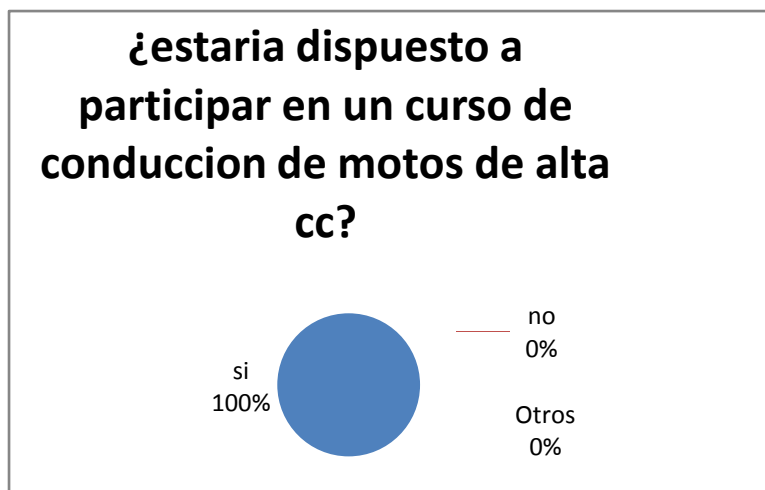


Figura 11: disposición para participar en un curso de conducción de motos

El 100% de los encuestados estaría dispuesto a participar en un curso de conducción de motos de alta cilindrada. Esto de cierta manera fortalece el proyecto en sí y refleja claramente la necesidad de prestar el servicio



Figura 12: cuanto estaría dispuesto a pagar

El 67% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 650.000 pesos y 800.000 pesos por que creen que es lo más justo para un curso con características únicas en el mercado.

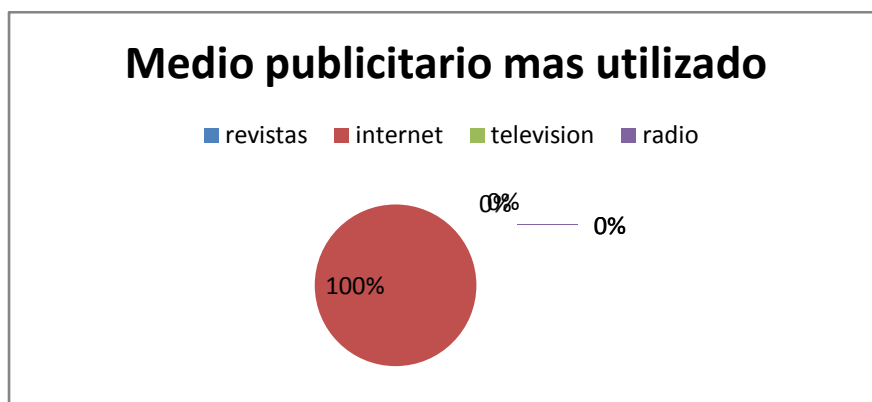


Figura 13: medio publicitario mas utilizado

El 100% de los conductores de motos se informan por medio de internet. Esto nos permitirá utilizar este medio de comunicación para informar a todos los posibles clientes sobre la existencia de un curso para motos de alta cilindrada. Si hace una estrategia de comunicación agresiva por medio de internet, las personas que se informen por este medio podrán consolidar el mercado potencial.

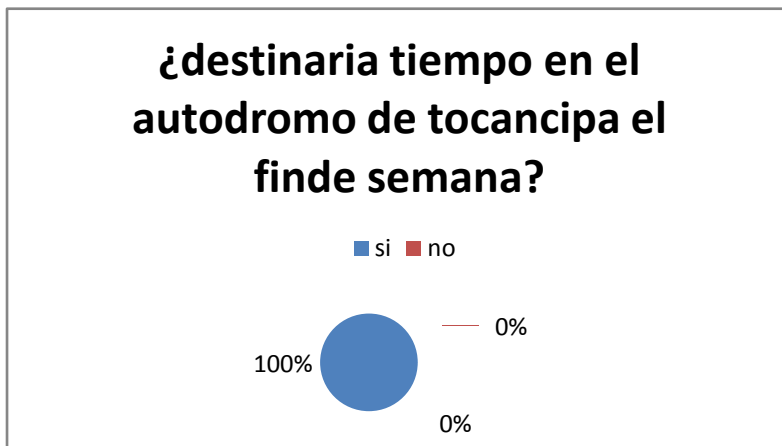


Figura 14: destinación de tiempo en el autódromo de Tocancipa

El 100% de los encuestados le gustaría destinar tiempo para llevar a la práctica los conocimientos aprendidos durante el curso ya que este lugar esta acondicionado para tal fin.

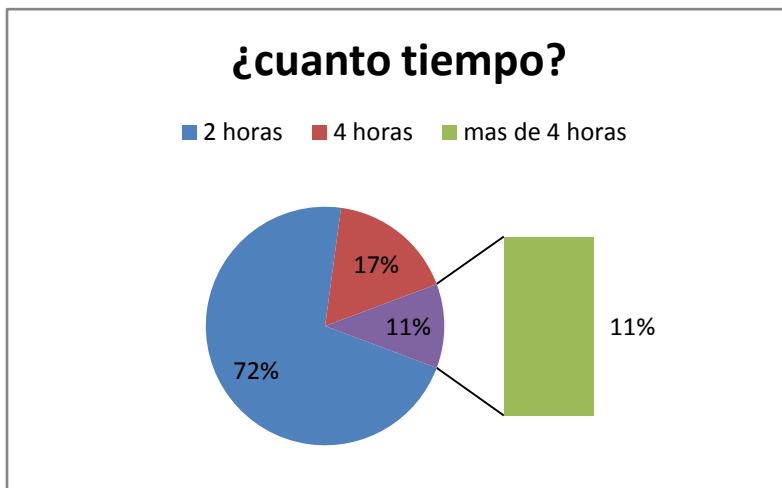


Figura 15: cuanto tiempo destinaria en el autódromo de Tocancipa

El 72% de las personas destinarían aproximadamente 2 horas de prácticas en el autódromo de Tocancipa. Sin embargo, el perfeccionamiento de las habilidades de conducción se mejorar practicando constantemente.

#### 4.1.6 Análisis de resultados y conclusiones

- Las personas encuestadas tienen nociones de cómo conducir una moto pero hablando en un ámbito general, no están realizando los cursos de conducción respectivos

- Sin duda todas las personas amantes de las motocicletas anhelan realizar un curso de conducción de motos de alta cilindrada y que la mayoría estaría dispuesta a pagar entre 650.000 pesos y 800.000 pesos.
- El medio publicitario mas importante en este medio es internet y se espera que se reciba información de actualidad por este mismo medio

#### Recomendaciones:

- Se debe tener en cuenta que las motos de alta cilindrada no solo se enfocan en súper-sport, también están las motos naked (no tienen carenaje), las carreras de enduro, entre otros. Que también hacen parte del grupo de motos de alta cilindrada.
- Se debe manejar muy bien los medios de información y no necesariamente internet es la herramienta principal en este mercado. Se debe entender que el mercado de las motos de alta cilindrada está empezando a coger fuerza en el país.
- Se debe actualizar constantemente los conocimientos sobre el mercado de las motos, ya que en el país las leyes están cambiando constantemente y puede generar inconformismos.

#### 4.1.7 Análisis del mercado

Estructura actual del mercado a nivel nacional e internacional,

*“Esta industria es de importancia latinoamericana puesto que Colombia con una producción para el año 2007 de 447.678 unidades (exporta el 7% de la producción), ocupa el segundo lugar en producción de motocicletas, después de Brasil. La industria de las motocicletas ensambladas en el país representa el 84,3% del mercado, exporta un promedio anual de más de 50 millones de*



*dólares y es una importante fuente de empleo calificado y de transferencia de conocimiento tecnológico y aporta a la industrialización de la industria motopartistas, las cuales se estiman en más de 60 empresas.*

*Las ensambladoras colombianas son: AUTECO, SUZUKI, YAMAHA, AKT, FANALCA, JIALING, JINCHENG, ASENSA y AYCO.*

*Las importaciones de motocicletas en el mismo período alcanzaron las 75.253 unidades. Dichas importaciones fueron realizadas por 35 marcas y más de 400 importadores, las cuales representan el 70% y el 30% restante corresponde a importaciones por parte de personas naturales que ingresan al país motocicletas con destino a la venta y no para uso propio. En su mayoría dichas importaciones son de origen chino.*

*En síntesis el mercado colombiano de motocicletas en el año 2008 fue de 395.818 motocicletas, presentando un decrecimiento respecto del mercado respecto del año inmediatamente anterior, del -12%.*

*Algunos indicadores:*

*Producción motocicletas en 2000 (año de la crisis) 58.656 unidades*

*Producción de motocicletas en 2008 395.818 unidades*

*Empleo Directo ensambladoras 4.300 plazas*

*Exportaciones – promedio anual 2000-2007: 50 Millones US\$<sup>21</sup>*

Las tendencias se van a seguir manteniendo dentro de los próximos años y el objetivo principal es prestar un servicio de capacitación de conducción de motos de alta cilindrada a todas las personas que están dispuestas a comprar una moto de alta gama y contribuir con la reducción de los índices de accidentalidad y así mismo que el mercado se vea menos estigmatizado por la sociedad colombiana.

---

<sup>21</sup> <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=76&Tipo=2>

#### 4.4.11 Análisis de la competencia

Según el ministerio de transporte, *“existen alrededor de 155 escuelas de conducción legalmente constituidas en Cundinamarca incluyendo a Bogotá”*<sup>22</sup>. Sin embargo ninguna de ellas muestra con claridad las maquinas a usar dentro de los cursos y muy pocas como *“enseñanza master cars”*, que muestra dentro de sus servicios a prestar, un programa teórico donde se estudia las señales de tránsito, la mecánica básica, fundamentos de manejo y primeros auxilios y las motos que utilizan para llevar a la practica la teoría vista, son motos muy básicas con pocas prestaciones para realizar un buen curso. Dentro del ámbito nacional, el mercado de la prestación de servicios en cuanto a los cursos de enseñanza es más bajo que Cundinamarca y Bogotá. Según el informe del ministerio de transporte, *“los departamentos que más escuelas de enseñanza automovilística tienen a la fecha son: Cundinamarca (incluye las de Bogotá y Amazonas), con 155 escuelas; le sigue Valle del Cauca con 84, Antioquia (Chocó) con 47 y luego Santander con 45 escuelas. Son las más representativas en este tema. Según un artículo publicado por el diario, “El Pais”, se vendieron en el 2007 cerca de 450.000 motos”* y comparando con la cantidad de escuelas disponibles legales, es imposible que se halla prestado el servicio de capacitación a los nuevos motociclistas y mas con motos de pocas prestaciones.

A nivel internacional, la competencia y el mercado están fuertemente estructurados. Países como Estados Unidos, Francia, España, Australia y los países en donde se corren las diferentes carreras internacionales de motociclismo como Moto Gp y Superbikes, tienen sus cursos de conducción de motos de alta cilindrada muy bien diseñados. Un claro ejemplo de esto se ve en España con la escuela *“SuperBike Racing School”* que gracias al organizaciónpiloto de Superbikes Salvador Gálvez Pinto, ofrece servicios como el perfeccionamiento sobre el manejo de distintos tipos de motos de alta

<sup>22</sup>

[http://www.mintransporte.gov.co/Servicios/Biblioteca/documentos/PDF/DIAGNOSTICO\\_DEL\\_TRANSPORTE\\_2009.pdf](http://www.mintransporte.gov.co/Servicios/Biblioteca/documentos/PDF/DIAGNOSTICO_DEL_TRANSPORTE_2009.pdf)

cilindrada, desarrollo de habilidades y destrezas y cursos para policías y empresas de seguridad (En Colombia, los cursos de conducción de motos para policías y empresas de seguridad son muy exclusivos y el acceso es limitado para el resto de la población). Dentro de este curso que se ofrece en España, se presentan 3 niveles distintos para el aprendizaje. “*El Curso de **Conduccion moto Nivel 1** está considerado como un Curso de Nivel Medio/Avanzado en lo que se refiere a su parte teórica y creemos que es la Base fundamental y necesaria antes de pasar a un nivel superior. Dentro del **curso moto** los alumnos en 10 grupos homogéneos según su nivel de pilotaje. Los temas más importantes a tratar durante las clases teóricas y posteriores prácticas en pista **circuito motos** son los siguientes:*

- *Control del Gas*
- *Tracción Ideal*
- *Transferencia de pesos*
- *Influencia en suspensiones y estabilidad de la moto*
- *Trazada Ideal*
- *Análisis y Evaluación de Tu actuación*
- *Concentración, relajación y respiración.*
- *Puntos de Referencia*
- *Marcha a utilizar en Cada Punto del Circuito*
- *Posición del Cuerpo*
- *Frenada Más Eficaz*
- *Errores más comunes*

*Nivel 2:*

*El Curso **conducción moto Nivel 2** tiene el mismo formato que el Nivel 1 en cuanto a la dinámica de alternar clases teóricas con tandas de pista con monitor, grabación on board, etc. La diferencia principal radica en la parte teórica. En este curso tratamos en profundidad el funcionamiento de las suspensiones y reglajes en general y cómo influyen estos en el comportamiento y estabilidad de la moto. De esa forma, el alumno tendrá un*

conocimiento mas profundo de los cambios que debemos realizar en la motocicleta para una mejor adaptación a la conducción deportiva en **circuito motos**. Entre otros temas tratamos la siguiente materia:

- *Repaso General del Nivel 1*
- *Geometría, Avance y Lanzamiento*
- *Distancia entre Ejes e influencia*
- *Funcionamiento y Regulación Suspensiones*
- *Problemas de Inestabilidad y como resolverlos*
- *Ajuste de Recorrido Muerto Amortiguación delantera y trasera*
- *Calculo del Desarrollo en cada circuito*
- *Cambio de Marchas, Par y Potencia Máxima*
- *Técnica deportiva de Frenada*

Nivel 3:

El Nivel 3 o Curso **conducción moto** ARC (Advanced Racing Course) es un **curso moto**-personalizado en el que primero hace un repaso general de los niveles 1 y 2 y en el que nos centramos en la parte que el piloto necesita trabajar más. Previamente la escuela habrá realizado una entrevista al alumno para preparar su programa específico de trabajo adjudicándole un monitor personal y con el que compartirá el curso entero practicando una y otra vez los aspectos donde se deba reincidir mas. Una vez asimilados y corregidos todos esos conceptos se adentra en los apartados de conducción deportiva en **circuito motos** aplicándolos a la propia motocicleta del alumno. Para ello se le asigna un box especial de trabajo y un mecánico. Entre otras cosas se trabaja en los siguientes elementos:

- puesta a punto de las suspensiones
- puesta a punto de geometría, avance y lanzamiento
- cambios en la distancia entre ejes y consecuencias
- poner a punto el sag o recorrido muerto de la motocicleta del alumno
- toma de tiempos del alumno para un mejor seguimiento

- como calcular el desarrollo ideal en cada circuito
- cambio de marchas en función del par motor y potencia máxima de la moto
- relajación, respiración y concentración
- ejercicio de presión de neumáticos, cómo y cuándo colocar el calentador

#### 4.1.8 Estrategias de mercado

##### 4.1.8.1 Concepto del servicio

La prestación del servicio de capacitación se llevara a cabo en varias etapas y son: la primera es la etapa de conocimiento: El cliente potencial se enterará sobre cómo se dará la capacitación y cuál va a hacer la dinámica. Dentro de esta etapa se le explica de que se trata, el lugar donde se va a capacitar, los precios, los requisitos para entrar, etc. y la cantidad de horas que deberá disponer para poder cumplir y lograr los objetivos. La segunda es la etapa teórica donde cada uno de los participantes conocerá los temas más relevantes sobre la conducción de motos de alta cilindrada y que servirán como base para poder llevar a la práctica esos conocimientos (esta etapa debe ser de carácter obligatorio). La tercera es la etapa practica donde se aplicaran los conocimientos teóricos en (número de horas dependiendo de las encuestas) el fin de semana en el autódromo de Tocancipa. Dentro de ese número determinado de horas de practica en el autódromo de Tocancipa estará la cuarta etapa que es la evaluación donde se calificaran todos los conceptos teóricos y prácticos por medio de exámenes y es en este punto donde se decidirá la aprobación o no del curso.

##### 4.1.8.2 Estrategias de precios

La estrategia de precios estará dada principalmente por el poder adquisitivo de las personas dispuestas a participar en la escuela de conducción de motos de alta cilindrada pero hay que tener en cuenta que dentro del mercado, los precios oscilan entre 200.000 pesos y 350.000 pesos en las escuelas de conducción convencionales pero hay que tener en cuenta que los precios

varían dependiendo de la cantidad de horas, servicios adicionales y características de las motos. Dentro de la prestación del servicio, se cobrara 1.000.000 pesos por varias razones: la primera razón se debe al servicio, ya que ninguna empresa legalmente constituida ofrece cursos de capacitación hasta el momento para motos de alta cilindrada. Segundo, por la importancia, los servicios secundarios, valores agregados y según las encuestas aplicadas, las personas que están dispuestas a participar en el curso, estarían dispuestas a pagar este precio. A largo plazo, los precios estarán cambiando a medida que cambien los factores externos e internos de la escuela y la responsabilidad civil que se tiene a cargo al realizar actividades de alto riesgo

#### 4.1.8.3 Estrategias de comunicación

Por medio de la estrategia de comunicación, se buscara informar con claridad a todo el público, quienes somos, los servicios que prestamos y los beneficios e importancia de acceder a nuestro curso. Según el resultado de la investigación de mercados, se determino que internet es un medio principal de comunicación para dar a conocer el curso y sus principales servicios. Se utilizara una página web dinámica y entretenida donde se da a conocer todo lo referente al curso y se hará promoción, publicidad y marketing masivo a través de redes sociales tales como Facebook, Myspace y Twitter, entre otras. Otra estrategia de comunicación que se pretende llevar a cabo es por medio de el voz a voz. Esta es una forma rápida, eficaz y precisa de darnos a conocer en el mercado. También se utilizara como canal de información los concesionarios que distribuyen motos de alta cilindrada con el fin de atraer a más clientes y de una u otra manera convencerlos para entrar al curso de conducción.

#### 4.1.8.4 Estrategias de servicio

La estrategia de servicio se dará en varios aspectos: se le comunicara a las empresas que son distribuidoras de motos de alta cilindrada la disponibilidad del curso de conducción y las personas que sean informadas y quieran realizar el curso, se les dará un porcentaje de descuento. Dentro del servicio *postventa*

se enviara correos electrónicos información general a nuestros clientes sobre el mercado de las motos, carreras, patrocinios, noticias de interés, entre otros.

#### 4.1.8.5 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

En la siguiente tabla se encuentra el análisis del presupuesto de mercadeo, el cual nos indica que en este presupuesto esta por el orden de los \$219.800.000 pesos

	costos	Justificación
Producto	\$200.000.000 que estarán destinados a la compra de las motocicletas	Para el inicio del proyecto, se requieren 3 motocicletas acondicionadas y una camioneta con cama baja para transportarlas
Precio	\$1.000.000 por persona	Los potenciales estudiantes deberán cancelar este valor destinado a: empleados, derechos de pista, servicios públicos, refrigerios, camisetas, equipos de protección.
Plaza	\$7.000.000	La sede de la escuela se ubicara en barrio Alcalá en la ciudad de Bogota, ubicado entre las calles 134 y 147 con autopista o aledaños a esta.
Promoción	\$ 5.000.000	Que se utilizará, para emisión de volantes, pago de cuñas por radio, canales locales, creación de pagina web, acceso a facebook y twitter, servidores, volantes, camisetas, pilotos invitados

		etc.
Total	\$219.800.000	

Tabla 1: presupuesto mezcla de mercadeo

#### 4.1.8.6 Estrategias de aprovisionamiento

El principal recurso tangible dentro de la empresa serán las motos de alta cilindrada para llevar a cabo el curso. Por tal motivo, se piensa adquirirlas por medio de un leasing ya que el costo promedio de una moto de altas prestaciones supera los 42 millones de pesos cada una. El sistema *leasing* “es un contrato en virtud del cual, *Leasing* entrega a una persona natural o jurídica, la tenencia de un activo productivo para su uso y goce durante un plazo establecido, a cambio de un canon de arrendamiento periódico. Al final del contrato, el cliente tiene derecho a adquirir el activo por un porcentaje del valor de compra pactado desde el principio, denominado Opción de adquisición. El *Leasing* le permite dar una respuesta rápida a las nuevas oportunidades de inversión. El trámite de aprobación y desembolso es ágil y así podrá disponer rápidamente de los activos que necesita. Dentro del *leasing* se encuentra con los siguientes beneficios:

- *Puede adquirir los equipos o la maquinaria que necesita de cualquier lugar del mundo. Leasing se encarga de todos los trámites de importación y nacionalización.*
- *Se pueden financiar diversos tipos de activos.*
- *No se comprometen otras líneas de crédito.*
- *Las tasas de interés con las que se calculan los cánones son altamente competitivas en el mercado.*
- *Las operaciones de Leasing se pueden financiar con recursos de las líneas de fomento.*



- *De acuerdo con la normatividad vigente, según el nivel de activos de la empresa, o si se trata de proyectos de infraestructura, es posible que la empresa acceda a importantes beneficios tributarios.*<sup>23</sup>

Por otro lado, las empresas que están en la capacidad de vender ese producto para ofrecer el servicio son: Yamaha, Honda, Suzuki, Ducati, Kawasaki, Bmw, Ktm, entre otras.

#### 4.8.7 Adición en el servicio

Aporte de SuperBikes De Colombia:

Los aportes de valor más importante de SuperBikes de Colombia se verán reflejados al llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante la capacitación teórica. El escenario principal está ubicado en el Autódromo de Tocancipá donde los pilotos desarrollaran al máximo sus habilidades y la escuela será la primera empresa formal en enfocarse en motos de alta cilindrada del país. Las motos a utilizar en el curso serán 3 Yamaha R1 y todos los equipos, incluyendo las motos, las dispondrá el mismo curso para el buen desarrollo de este.

---

<sup>23</sup> <http://www.leasingbancolombia.com/leasing/acercaLeasing/todoLeasing/todoLeasing.asp>

## 4.9 OPERACIÓN

### 4.9.7 Ficha técnica del producto o servicio

#### FICHA TECNICA SUPERBIKES DE COLOMBIA<sup>24</sup>

Nombre	SuperBikes De Colombia s.a.s.
Ubicación	Barrio Alcala calle 134 con autopista norte-Bogotá
Descripción general	Prestación del servicio de formación en conducción de motos de alta cilindrada con el fin de reducir las tasas de accidentalidad y al mismo tiempo formar talentos para las carreras de competición.
Servicios principales	Asesorar, capacitar, promover, concientizar, formar
Servicios adicionales	Venta de todo tipo de accesorios, asesorías, certificación.

Tabla 2: Ficha Técnica

### 4.9.8 Estado de desarrollo

Superbikes de Colombia S.A.S está realizando su plan de negocios, por lo cual se encuentra en su etapa inicial y no se pueden suplir las expectativas de las personas interesadas sin antes superar las propias. Por esa razón, Superbikes de Colombia S.A.S hará todo lo posible por satisfacer las necesidades de todas las personas que rodean a la organización.

### 4.9.9 Necesidades de requerimientos

Los requerimientos necesarios para acceder al curso ofrecido por Superbikes de Colombia S.A-S son los siguientes:

- Licencia de Conducción vigente y con no menos de un año de expedición.
- Fotocopia de la cedula de ciudadanía ampliada al 150%

<sup>24</sup>

<http://www.supernotariado.gov.co/supernotariado/images/smilies/contratacion2009/subastainversa1/ficha%20tecnica.pdf>

- Tres fotografías tamaño 3x4 en fondo azul.
- Certificado de aprobación del curso de manejo, expedido por una escuela certificada ante el ministerio de transporte.
- No tener multas o infracciones de tránsito pendientes ante el Simit y el RUNT:
- Certificado médico con fecha de no más de 5 días.
- Recibo original de consignación
- Fotocopia del pasado judicial
- Certificado de tradición y tarjeta de propiedad de la moto, si el aspirante quiere disponer de su moto para realizar la parte práctica del curso
- Fotocopia de la póliza de seguro adquirida con Superbikes de Colombia S.A.S
- Firmar contrato de exclusión de responsabilidad extra contra actual

#### 4.9.10 Plan de compras

##### Consumo

Nombre	Cantidad	Uso	precio
Tablero	1	Se usara para dictar las clases teóricas	\$150.000
Resmas de papel	10 resmas por mes	Para que los estudiantes puedan tomar apuntes en las clases teóricas y para multiples usos en la gestion del servicio	\$100.000
Útiles varios	Esferos, lápices, marcadores		
Computador E impresora	1	Para presentaciones en power point e impresión de informes varios, etc.	\$2.500.000
Videobeam	1	Proyectar presentaciones y videos	\$300.000
Implementos de oficina		Desarrollar un ambiente de trabajo propicio para el buen funcionamiento de la empresa	\$3.000.000
		TOTAL	\$5'800.000 Aprox

Tabla 3: plan de compras

#### 4.9.11 Infraestructura

Para el desarrollo de este deporte y en especial el curso de conducción, es necesario que se disponga de escenarios deportivos, acondicionados para automovilismo y motociclismo, y salones dotados con tecnología para el buen desarrollo de esta. Bogotá no tiene pistas de carreras por lo que es necesario que se dispongan pistas como la pista XRP de Cajica o el autódromo de Tocancipa los dos a 30 minutos de la capital.

#### 4.9.12 Parámetros técnicos especiales

- Ambulancias de la secretaria de salud de Tocancipa
- Bomberos de Tocancipa
- Mecánicos especializados en Superbikes de Colombia S.A.S

Estos serán los requerimientos de seguridad que se tendrán en todos los cursos y que estarán a disposición de los organizadores y estudiantes, en caso de alguna eventualidad.

Cuando se desarrolle la parte practica del curso, tener a disposición una ambulancia en caso de accidentes. También se requerirá de la disposición de mecánicos por si alguna de las maquinas tiene algún problema para la atención inmediata.

### **4.10 ORGANIZACION**

#### 4.10.7 Misión:

Somos una empresa dedicada a la formación de pilotos para el motociclismo, donde asesoramos, formamos y patrocinamos a las personas que aman el deporte. Actuamos siempre en mejorar las expectativas de nuestros clientes y buscamos en ellos satisfacer sus necesidades trabajando con ética empresarial, prestando un servicio de calidad, generando confiabilidad y lo más importante es crear siempre un sentido de pertenencia con Superbikes De Colombia.

#### 4.10.8 Visión:

Consolidarnos para el 2020 como la mejor empresa de conducción de motos de alta cilindrada experta tanto en el campo deportivo como en la formación de pilotos siendo Superbikes de Colombia la empresa más importante del sector con las mejores alianzas estratégicas como proveedores, distribuidores, colaboradores y por supuesto, nuestros clientes.

#### 4.10.9 Marca

Superbikes de Colombia-Escuela de conducción de motos deportivas

#### 4.10.10 Logotipo



#### 4.10.11 Políticas

Las políticas que se pretende aplicar dentro de Superbikes de Colombia S.A.S son las siguientes:

En servicio:

- Se tratará a cada uno de nuestros clientes con respeto y siempre se trabajara en satisfacer las necesidades y expectativas de ellos.
- Nuestra prioridad son y serán nuestros clientes
- Los integrantes de Superbikes de Colombia trabajaran bajo los parámetros éticos
- Es responsabilidad de todos dejar el nombre de la empresa en alto
- Se debe difundir todo tipo de gestión tanto al interior como al exterior de la empresa
- Atenderemos de lunes a viernes en horario de 9h00 a 17h00 y sábados de 9h00 a 15h00
- No se recibirá dinero en efectivo por ningún motivo para el pago de los respectivos cursos de conducción. Sin embargo se podrá pagar en efectivo siempre y cuando los productos a adquirir sean “accesorios” para motociclistas.

Con proveedores:

- Las motos se llevaran siempre al respectivo taller cada vez que se lleve a cabo las “practicas” del curso.
- El pago se realizara a 30 días desde la formalización de la factura

Servicio post-venta

Cursos seminarios de motos con los clientes, novedades etc.

#### 4.10.12 Valores

- Unidad
- Responsabilidad
- Honestidad e integridad
- Confianza
- Perseverancia
- Reciprocidad
- Respeto
- Agradecimiento
- Uso
- Solidaridad
- Actitud de Servicio

#### 4.10.13 Estrategia organizacional

Para realizar la estrategia de la organización, se tiene que entender la definición de estrategia y es la siguiente: “según **Alfred D. Chandler**, la estrategia puede definirse como la determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo de una empresa, así como la adopción de líneas de acción y la asignación de los recursos necesarios para llevar a cabo dichas metas”<sup>25</sup>. Para efectos del plan de negocios, se utilizaran los niveles de la estrategia presentados en el libro *Dirección Estratégica*” y son:

*Estrategia Corporativa:* Estará enfocado en añadirle valor a cada una de las partes que componen Superbikes de Colombia S.A.S y trabajara en mejorar el posicionamiento de la empresa a través de los años

*Estrategia de negocio:* Buscara la mejor manera de competir en el mercado de las motos por medio de su escuela de conducción y buscara la satisfacción de

---

<sup>25</sup> Tomado del libro *DIRECCION ESTRATEGIA. JHONSSON, SCHOLLES & WITTINGTON*

los clientes finales añadiendo valor en cada uno de los servicios que se prestan.

*Estrategias operativas:* Aplicará eficazmente las estrategias de negocio establecidas a partir de los recursos económicos que se asignen, los procesos que se llevan a cabo para la prestación del servicio y lo más importante, el capital humano

A partir de lo anterior, y según el libro *Dirección Estratégica*, las diferentes estrategias organizacionales se basaran bajo 3 elementos principales y son:

1. *Posición estratégica:* Superbikes de Colombia S.A.S, buscara efectos positivos dentro de la parte externa de su mercado
2. *Elecciones estratégicas:* comprender todas las bases subyacentes
3. *Estrategia en Acción:* mantener y mejorar todo su funcionamiento a medida que va pasando el tiempo.

#### 4.10.14 Organismos de apoyo

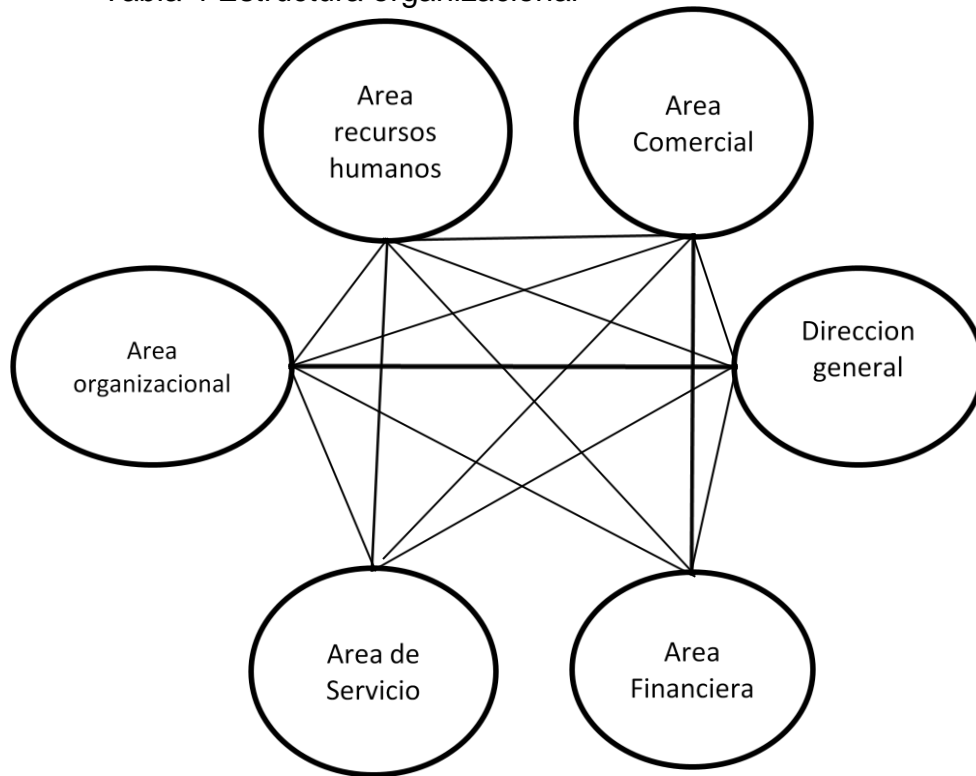
Los organismos de apoyo son todas las personas u organizaciones que están en la disposición de aportar ya sea servicios, conocimientos, etc. a Superbikes de Colombia S.A.S. algunas organizaciones de apoyo son:

- Federación colombiana de motociclismo
- Fanalca
- Bancos
- Ensambladoras e importadoras
- S.I.M.I.T
- Gremios



#### 4.10.15 Estructura organizacional

Tabla 4 Estructura organizacional



#### DETALLES DE LAS AREAS DE LA EMPRESA

##### Área organizacional:

Esta área se encargará de ayudar a lograr los objetivos generales de la empresa y hará la delegación respectiva de los resultados esperados ya sea a corto, mediano o largo plazo. También deberá encargarse de las dinámicas de la estructura organizacional y se requerirá profesionales como Administradores de empresas.

#### Área de recursos humanos:

Esta área se dedicara al reclutamiento y selección de personal si es necesario y todo lo relacionado con la contratación, la capacitación y todo lo relacionado con la gestión del recurso humano. Se requerirá de profesionales en psicología o Administradores enfocados en recursos humanos con especialidad en gestión del cambio y gestión humana.

#### Área comercial:

Esta área estará enfocada en garantizar que toda la operación de la empresa se esté llevando de la mejor forma y debe estar desarrollando constantemente sistemas de información con el fin de tomar mejores decisiones y lograr una cobertura más amplia del mercado. Para esta área se buscaran Administradores de empresas con énfasis en mercadeo y logística.

#### Dirección general:

- Ejecutar los acuerdos y disposiciones del Consejo de Administración.
- Someter al conocimiento y aprobación del Consejo de Administración los planes, presupuestos de ingresos y egresos, programas de trabajo, inversión y financiamiento e informes de actividades.
- Someter al Consejo de Administración para su aprobación la estructura administrativa y operativa del organismo, así como el personal necesario para su funcionamiento.
- Representar, en su caso, al organismo ante las dependencias y entidades públicas y las personas físicas y morales privadas con los poderes que le otorgue el Consejo.
- Celebrar convenios, contratos y demás actos jurídicos que sean necesarios para la realización del objeto del organismo.
- Velar por la buena marcha del organismo y tomar las medidas administrativas, contables, organizacionales, financieras y demás que correspondan con sujeción a las normas aplicables.
- Las demás que establezcan las disposiciones jurídicas aplicables

#### Área financiera

Esta área debe estar dedicada a obtener los recursos monetarios por medio de distintas inversiones y cumplir con todo todas las funciones fiscales. Se necesitará un administrador de empresas con énfasis en finanzas.

## Área de servicio

Esta área se dedicara específicamente en sentir al cliente tranquilo y todo el acompañamiento antes, durante y después de participar en la escuela y sus clientes son y serán siempre su prioridad porque es por medio de este donde los clientes pueden relacionarse mejor con la empresa. Generalmente para estos cargos, se buscan personas que estén estudiando administración y les guste vender.

### 4.10.16 DOFA-tabla 5

<b>Fortalezas:</b> Es único en el mercado para prestar el servicio de escuela de formación con motos de alta cilindrada en el país. Cuenta con equipos de alta tecnología Es innovador en el mercado Calidad en el servicio Distribuidor directo	<b>Amenazas:</b> Competencia Multinacionales quieren incursionar en el mercado Competencia por precios Regulaciones estrictas Precios de los combustibles
<b>Debilidades:</b> Falta de capital Falta de personal capacitado Falta de experiencia en el mercado Alto precio	<b>Oportunidades:</b> Mayor conciencia en tomar cursos de conducción Encontrar talentos Segmento en crecimiento

### 4.10.17 Aspectos legales

#### Constitución de la empresa y aspectos Legales

Cabe recordar que dentro de la constitución de una empresa es necesario definir si él o lá que va a crear una empresa es una persona natural o jurídica. Según la Cámara De Comercio De Bogotá<sup>26</sup>, para las PERSONAS NATURALES se deben realizar ciertos pasos y son:

<sup>26</sup> <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

## 1. *Idea de negocio o plan de empresa con Bogotá emprende*

*“En el Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende, una iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor de la Ciudad, usted recibirá orientación especializada sobre las actividades que va a desarrollar como Persona Natural, ingrese a la página web [www.bogotaemprende.com](http://www.bogotaemprende.com) y haga realidad su idea de negocio. En este portal usted podrá acceder a un amplio portafolio de servicios, la mayoría gratuitos, para crear o consolidar su empresa.”*

## 2. *Formularios para entidades*

*Documentos necesarios para registrarse como persona natural ante la Cámara de Comercio de Bogotá:*

- *Formulario del Registro Único Tributario RUT (se diligencia en [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)).*
- *Formulario RUE (Registro Único Empresarial).*
- *Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.*
- *Formulario registro con otras entidades.*
- *Original del documento de identidad.*
  
- *Confirme que el nombre que usted quiere usar para su nueva empresa, no ha sido registrado. Gracias al Registro Único Empresarial (RUE), el control del nombre para su nueva empresa se hace a nivel nacional. Realice esta verificación si tiene un establecimiento de comercio, cuyo nombre es el que se verifica. [www.rue.com.co](http://www.rue.com.co).*
- *Consulta actividad económica (CIU)*
- *Debe consultar en la Secretaría Distrital de Planeación [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co) si la actividad que va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. El trámite se*

denomina “Consulta de Uso del Suelo”. Dicho trámite, también puede realizarlo en los CAE

- *Ingrese al portal [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co), seleccione la opción “Solicitud Inscripción RUT” en la ventana “Tipo Inscripción” seleccione “Cámara de Comercio”, luego haga clic en “Continuar” y diligencie el formulario RUT. De igual forma podrá realizar el trámite con la ayuda de uno de nuestros asesores de los CAE (Centros de Atención Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá) y en cualquiera de las sedes de la CCB.*
- *Imprima el formulario RUT que saldrá con la leyenda “para trámite en Cámara” el cual contiene el número de formulario (casilla 4) que debe ser registrado en el “Formulario adicional de Registro con otras entidades” en las casillas correspondientes al “Número de Formulario DIAN”.*
- *La persona natural que va a solicitar la Matrícula Mercantil, debe presentar personalmente el formulario del RUT. En caso de enviar a un tercero, este documento deberá tener reconocimiento notarial.*
- *Solicite en las sedes de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá el formulario de Registro Único Empresarial (RUE) y el formulario adicional de registro con otras entidades (obtenga su formulario en línea haga clic [aquí](#)).*

*Importante: estos formularios deben ser diligenciados completamente y firmados por la Persona Natural.*

1. *Verifique que el nombre registrado en el formulario del RUT sea idéntico al registrado en el formulario del Registro Único Empresarial (RUE) y al formulario adicional de registro con otras entidades.*
2. *Verifique que el teléfono registrado en el formulario del RUT sea idéntico al registrado en el formulario del RUE y al formulario adicional de registro con otras entidades.*

3. *Presente todos los documentos en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá y cancele los derechos de Matrícula correspondientes.*

### 3. *Registro Único Tributario (RUT)*

*Este trámite se realiza ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y permite registrar la información relacionada con los datos de identificación, ubicación y clasificación de:*

- *Las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyente declarante de impuesto sobre la renta y no contribuyentes.*
- *Declarantes de ingresos y patrimonio.*
- *Responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado.*
- *Los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos de obligaciones administradas por la DIAN.*

*Con este formulario junto con los demás documentos exigidos, la DIAN le asignará el Número de Identificación Tributaria NIT.*

*4.4.12 Si aún no tiene RUT: La Cámara de Comercio de Bogotá realizará este trámite (siempre que su deseo sea matricularse como comerciante). Usted podrá recibir asesoría especializada o realizarlo consultando la siguiente información:*

- *Ingresa al portal [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co).*
- *Seleccione la opción “solicitud inscripción RUT”.*
- *En la ventana de “tipo inscripción” seleccione “CÁMARA DE COMERCIO”, luego haga clic en continuar.*
- *Donde pide el número del formulario, (el cual deberá diligenciar en caso de haber ingresado previamente a diligenciar un borrador del formulario,*

*de lo contrario no digite ninguna información), haga clic en continuar y diligencie el formulario RUT.*

*Imprima el formulario RUT que saldrá con la leyenda “para trámite en cámara” el cual contiene el número de formulario (casilla 4) que debe ser registrado en el “Formulario Adicional de Registro con otras entidades” en las casillas correspondientes al “Número de Formulario DIAN”.*

*La Persona Natural que va a solicitar la Matrícula Mercantil debe presentar personalmente el formulario del RUT. En caso de no presentarlo personalmente debe venir reconocido notarialmente.*

*4.4.13 Si ya tiene el RUT y requiere modificar alguna información, diríjase a las oficinas de la DIAN para que le sea expedido el nuevo registro.*

*Nota: El número de formulario (casilla 4) del RUT debe ser registrado en el “Formulario adicional de Registro con otras entidades” en las casillas correspondientes al “Número de Formulario DIAN”.*

#### *4. Registro Único Empresarial*

*Ver anexo RUE*

#### *5. Registro con otras entidades*

*Con el Formulario Adicional de Registro con otras entidades, la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el RIT (Registro de Información Tributaria) siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el impuesto de industria y comercio (ICA).*

#### *6. Registro matricula mercantil Cámara De Comercio De Bogotá*

*Documentos necesarios para registrarse como persona natural comerciante ante la Cámara de Comercio de Bogotá:*

- *Formulario del Registro Único Tributario RUT (se diligencia en [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co))*
- *Formulario de matrícula de registro único empresarial y formulario adicional o registro con otras entidades.*
- *En caso de tener NIT, adjuntar copia del RUT respectivo.*
- *Original del documento de identidad.*
- *Presente todos los documentos en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá y cancele los derechos de matrícula.*

## PERSONA JURIDICA

*Persona Jurídica: “Se llama persona jurídica a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente<sup>27</sup>”. Para ello, se deben realizar los siguientes pasos:*

1. *Idea de negocio o plan de empresa con Bogotá Emprende*
2. *Documentos necesarios para registrar la persona jurídica ante la Cámara de Comercio de Bogotá:*

- *Formulario del Registro Único Tributario RUT (se diligencia en [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)).*
- *Formulario RUE (Registro Único Empresarial).*
- *Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.*
- *Formulario registro con otras entidades.*
- *Original del documento de identidad.*
- *Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público)*

---

<sup>27</sup> <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>



*Consulta 1. Consulta de Nombre. Consulte que el nombre de la sociedad no se encuentra inscrito en otra Cámara del país, puede hacerlo a través de internet en:*

- 1. [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co) (Cámara de Comercio de Bogotá)*
- 2. [www.rue.com.co](http://www.rue.com.co) (Registro Único Empresarial)*

*Consulta 2. Consulta tipo de sociedad*

*A través de esta guía se suministra información precisa sobre las principales formas jurídicas previstas en nuestra legislación para el ejercicio de cualquier actividad económica, así como las características más relevantes de cada una de ellas.*

*Consulta 3. Consulta de Clasificación por Actividad Económica – Código CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). El Código CIIU agrupa todas las actividades económicas similares por categorías, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial*

*Señor empresario, Clasificarse correctamente cuando diligencia su formulario de inscripción de matrícula mercantil, renovación o modificación, es muy importante y le trae beneficios a su empresa, tales como: ser ubicado fácilmente por clientes, tener mayores oportunidades para hacer negocios, incrementar sus ventas y contactos comerciales.*

*Como herramienta que facilita el manejo de información, mediante el uso del código CIIU usted puede solicitar bases de datos en la Cámara de Comercio de Bogotá para estudiar su competencia, sus posibles proveedores, su mercado potencial y focalizar sus estrategias comerciales. Además, la Cámara también utiliza esta clasificación para determinar grupos objetivos a ser convocados a*

*diversos eventos como ferias, misiones comerciales, cursos y seminarios especializados entre otros.*

*Consulta 4. Consulta de uso de suelo – Departamento Administrativo de Planeación Distrital. Esta consulta le informa si la actividad que va a iniciar (oficina, establecimiento público, etc) puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. El trámite se denomina “Consulta de Uso del Suelo”.*

### *3. RUT*

#### *4. Documento De Constitución De La Sociedad*

*4.4.14 Minuta de constitución: Por documento privado si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes ó una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. (Ley 1014 de 2006, Decreto 4463 de 2006)*

*Nota: Independientemente del valor de los activos o de la planta de personal, también podrá constituir su empresa por documento privado a través de la figura de sociedad por acciones simplificada con las formalidades que establece la Ley 1258 de 2008.*

*La empresa unipersonal puede constituirse igualmente por documento privado, indistintamente de sus activos o su planta de personal, de conformidad con lo preceptuado en el Artículo 72 de la Ley 222 de 1995.*

*Tenga en cuenta que el documento privado debe contener presentación personal de todos los socios o accionistas ante Notaría, o en cualquiera de nuestras sedes al momento de presentarlo para registro.*

*4.4.15 Escritura pública: En cualquier notaría sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el Artículo 110 del Código de Comercio*

4. Cuando se aporten bienes inmuebles, el documento de constitución deberá ser por escritura pública, el impuesto de registro deberá ser cancelado en oficina de instrumentos público y presentar copia del recibo o certificado de libertad que acredite la inscripción previa de la escritura pública en esa oficina, al momento de presentar los documentos.
5. RUE
6. Registro con otras entidades
7. Registro matrícula mercantil Camara De Comercio De Bogota
  - Formulario del Registro Único Tributario RUT diligenciado (ver paso 3)
  - Formulario Registro Único Empresarial – RUE (ver paso 4)
  - Formulario Adicional de Registro con otras entidades (ver paso 5)
  - Incluir documento de constitución.

*Tenga en cuenta: El representante legal de la sociedad que va a solicitar la Matrícula Mercantil debe presentar personalmente el formulario del RUT. En caso de no presentarlo personalmente, debe venir reconocido notarialmente.*

- 4.4.16 *Presente todos los documentos anteriormente diligenciados en cualquier sede de la Cámara de Comercio de Bogotá y cancele los derechos de Matrícula correspondientes.*

*Al finalizar este proceso el empresario obtiene:*

1. *La Cámara de Comercio de Bogotá al efectuar la Matrícula Mercantil de persona jurídica remitirá a la DIAN la información pertinente para que ésta asigne el NIT, el cual quedará consignado en el Certificado de Matrícula y de Existencia y Representación Legal.*
2. *Su empresa queda formalizada ante la DIAN*
3. *Inscripción en el Registro Mercantil y pago del impuesto de registro para Bogotá y Cundinamarca*

4. *Asignación del NIT e inscripción en el RIT*
5. *Notificación de la apertura del establecimiento a Planeación Distrital, con lo cual la Cámara de Comercio de Bogotá informa a Bomberos, Alcaldías Locales, DAMA y Secretaría de Salud*
6. *Certificado de matrícula, existencia y representación legal*  
*NOTA: Recuerde que: Una vez matriculada la sociedad debe inscribir sus libros de comercio de conformidad con la ley.*

#### *Beneficios de la Matrícula Mercantil*

- *Acreditarse como empresario cumplidor de sus deberes legales.*
- *Facilita el acceso al crédito con entidades financieras y es la puerta para la celebración de contratos con el sector público (RUP) y privado.*
- *Es garantía de entrada a la base de datos empresarial más importante del país, integrada por las cámaras de comercio de las principales ciudades.*
- *Reducción en el pago de los aportes parafiscales durante los tres primeros años de operación. (Aplica para micro, pequeña o mediana empresa constituida e instalada a partir del año 2000).*
- *Le representa oportunidades comerciales para su negocio, así como acceso a la participación en ruedas de negocios, ferias y misiones comerciales, entre otras actividades de promoción del comercio nacional e internacional.*
- *Le permite vincularse a programas especializados para su sector, como el Megaproyecto Agroindustrial, la Coalición Regional de Servicios, Bogotá Innova, entre otros.*
- *Así mismo, puede participar en convocatorias de fortalecimiento productivo, recibir asesoría especializada y asistir a eventos organizados por la CCB.*

## SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS

*La ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), Introduce un tipo de sociedad, caracterizado por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, contiene normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en la redacción del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse.*

### CARACTERISTICAS DEL REGISTRO Y CERTIFICACION

*El registro es constitutivo. Una vez inscrita, forma una persona jurídica distinta de los socios mientras no se inscriba, si es pluripersonal, funciona como sociedad de hecho y si es unipersonal, el accionista responde personalmente por las obligaciones contraídas. Efectuado el registro EN DEBIDA FORMA no podrá impugnarse el contrato. La existencia de la SAS y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio.<sup>28</sup>*

Para la elaboración de este proyecto, se formara una sociedad de acción simplificada con sus siglas S.A.S, dadas las facilidades de las mismas. Estas son:

- 1. Se constituyen mediante documento privado. El mismo procedimiento se aplica para cualquier tipo de sociedad (incluida la empresa unipersonal) que pretenda transformarse en una SAS. Esto reduce trámites y costos de escrituración.*
- 2. No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.*
- 3. Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se*

---

<sup>28</sup> [http://camara.ccb.org.co/documentos/6848\\_guia28sas.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf)

*ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales.*

*4. Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.*

*5. El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los Estatutos.*

*6. El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años (en la actualidad el termino para pagar el capital social de las sociedades anónimas es de 1 año y las limitadas deben pagar todo su capital al momento de su constitución).*

*7. Se pueden expedir diferentes tipos de acciones: (i) Privilegiadas; (ii) Con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) Con dividendo fijo anual; (iv) Acciones de pago.*

*8. El voto puede ser singular o múltiple.*

*9. La organización de la sociedad se puede pactar en los Estatutos Sociales, es decir, que no es obligatorio tener algunos órganos corporativos. Esto implica una posible reducción en los costos que demandan algunos cuerpos olegiados de las sociedades.*

*10. Se tiene un término más amplio para enervar la causal de disolución por pérdidas que disminuyen el patrimonio neto por debajo del 50% del capital suscrito. Ya no es un plazo de 6 meses sino de 18 meses, contados desde la fecha en que la asamblea reconozca el acaecimiento de la causal de disolución.*

*11. Solo está obligada a tener revisor fiscal si los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior son o exceden el equivalente a 5000 salarios mínimos legales mensuales, y/o los ingresos brutos son o exceden el equivalente a 3000 salarios mínimos legales mensuales. Hoy en día las sociedades anónimas siempre requieren de un revisor fiscal.*

*12. No es necesario que el representante legal tenga un suplente. Esto reduce costos.*

13. A falta de estipulación, el representante legal puede realizar todos los actos conforme al objeto social de la compañía. Esto hace que ya el representante legal no esté facultado a hacer solamente lo que le dicen los Estatutos Sociales, sino que puede hacer todo aquello que no le haya sido expresamente prohibido.

14. Se puede fraccionar el voto para la elección de jutas directivas u otros cuerpos colegiados.

15. Salvo algunas excepciones, todas las decisiones que se tomen se hacen con la mitad más uno de los accionistas. No es necesario seguir las mayorías calificadas del Código de Comercio.

16. Se pueden pactar por estatutos restricciones a la negociación de acciones, siempre que la vigencia de la restricción no dure más de 10 años, prorrogables por igual término.

17. Los Estatutos Sociales pueden prever causales de exclusión de accionistas.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> [http://www.pmlabogados.com/pmlabogados/upboletines/boletin\\_legal\\_007.pdf](http://www.pmlabogados.com/pmlabogados/upboletines/boletin_legal_007.pdf)

## 4.11 FINANZAS

### ANALISIS FINANCIERO SUPERBIKES DE COLOMBIA S.A.S

#### 4.11.7 Estructura del mercado

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
curso de enseñanza	30.000	1	1.440	5%

Tabla 6: Estructura del Mercado

Fuente: el autor.

Dentro de esta tabla, se quiere reflejar la estructura general del mercado y a partir de esto se espera que con un mercado potencial aproximado de 30.000 personas se tenga una participación del mercado objetivo del 5% accediendo al curso una vez al año.

#### 4.11.8 Capacidad instalada mano de obra

Producto	Horas operario turno	Unidades hora hombre	Capacidad instalada por operario año 1	Tiempo de dedicación % año 1	Capacidad instalada	Capacidad requerida
Curso de enseñanza	480	6	2800	50%	1440	1440

Tabla 7: Capacidad instalada mano de obra

Fuente: El autor

Dentro de la capacidad en cuanto a la mano de obra, se pretende que un profesor de la empresa le dedique a la escuela de conducción alrededor de 2 horas diarias que serian 480 horas al año teniendo en cuenta que mensualmente se necesitan 40 horas para realizar los 4 cursos mensuales logrando una capacidad instalada de 1440 horas anuales entre los 3 profesores que se tendrán a disposición.



#### 4.11.9 Ventas anuales por producto

NOMBRE	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA. UNITARIO	VENTAS TOTALES AÑO 1
Curso de enseñanza	1440	\$ 1.000.000	\$1.440.000.000
SUBTOTAL	1440	\$ 1.000.000	\$1.440.000.000

Tabla 8: ventas anuales por producto

Fuente: El autor

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE+INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	5%	105%
Año 4	5%	105%
Año 5	5%	105%

Se pretende que al finalizar el primer año, se tengan unas ventas totales de \$1.440.000 millones que se obtendrán a partir de la venta del servicio de educación y se incrementará de acuerdo con la inflación respectiva para cada uno de los años siguientes.

#### 4.11.10 Ciclicidad ventas en el año

CALIFICACION COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

De acuerdo a la estacionalidad de su portafolio califique los meses según la tabla anterior		AÑO 1	AÑO 1
		UNIDADES	VENTAS \$
Enero	3	65	65.454.545
Febrero	5	109	109.090.909
Marzo	7	153	152.727.273
Abril	5	109	109.090.909
Mayo	7	153	152.727.273
Junio	9	196	196.363.636
Julio	5	109	109.090.909
Agosto	3	65	65.454.545
Septiembre	5	109	109.090.909
Octubre	5	109	109.090.909
Noviembre	9	196	196.363.636
Diciembre	3	65	65.454.545
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>1.440</b>	<b>1.440.000.000</b>

Tabla 9: ciclicidad de las ventas anuales

Fuente: El autor

La calificación que se le dio a cada uno de los meses se realizó de acuerdo con un posible comportamiento en las ventas para cada uno de los meses. Algunos factores que influyeron en la calificación fueron: fechas especiales, vacaciones, primas, entre otros.

#### 4.11.11 Consumo

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Moto	hora	50.000	1,00	50.000
pista	hora	25.000	1,00	25.000
docente	hora	25.000	1,00	25.000
mecánico	hora	10.000	1,00	10.000
<b>SUBTOTAL</b>		<b>110.000</b>	<b>4,00</b>	<b>110.000</b>

OTROS INSUMOS:				
x persona	hora	25.000	1,00	25.000
refrigerios	alimentos	15.000	1,00	15.000
ambulancia	hora	5.000	1,00	5.000
otros	hora	45.000	1,00	45.000
				0
SUBTOTAL	0	90.000	4,00	90.000
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>200.000</b>	<b>8,00</b>	<b>200.000</b>

Tabla 10: Consumo

Fuente: El autor

El consumo que se refleja en la tabla anterior se basa bajo un análisis sobre el costo que se produciría al realizar una hora de curso. Entre los consumos esta la utilización de una moto, la pista, el docente y un mecánico entre otros.

#### 4.11.12 Unidades a producir

PRODUCTO	UNIDADES AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO TOT AÑO 1
curso de enseñanza	1.440	200.000	288.000.000
<b>Total</b>	<b>1.440</b>	<b>200.000</b>	<b>288.000.000</b>

Tabla 11: unidades a producir

Fuente: El autor

#### 4.11.13 Programa de compras

Figura 27: programa de compras

CALIFICACION COMPORTAMIENTO COMPRAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

		AÑO 1 UNIDADES	AÑO 1 COMPRAS \$
Enero	3	65	13.090.909
Febrero	5	109	21.818.182
Marzo	7	153	30.545.455
Abril	5	109	21.818.182
Mayo	7	153	30.545.455
Junio	9	196	39.272.727
Julio	5	109	21.818.182
Agosto	3	65	13.090.909
Septiembre	5	109	21.818.182
Octubre	5	109	21.818.182
Noviembre	9	196	39.272.727
Diciembre	3	65	13.090.909
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>1.440</b>	<b>288.000.000</b>

Fuente: El autor

El anterior plan de compras proviene de la misma tabla sobre la ciclicidad de las ventas y se busca que siempre se tenga un equilibrio entre las compras y las ventas para que los distintos cursos se puedan llevar a cabo sin ningún inconveniente.

#### 4.4.17 Requerimientos de personal

<b>MANO DE OBRA</b>		
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL \$</b>	<b>SUELDO AÑO 1</b>
docente	1.100.000	13.200.000
docente	1.100.000	13.200.000
mecanico	800.000	9.600.000
docente	1.100.000	13.200.000
<b>Subtotal</b>	<b>4.100.000</b>	<b>49.200.000</b>
Parafiscales	369.000	4.428.000
Cesantías	341.530	4.098.360

Intereses sobre Cesantías	3.415	40.984
Prima de Servicios	341.530	4.098.360
Vacaciones	170.970	2.051.640
<b>Total salarios</b>	<b>5.326.445</b>	<b>63.917.344</b>

Tabla 12: Requerimientos de personal y administración

Fuente: El autor

<b>ADMINISTRACION</b>		
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL \$</b>	<b>SUELDO AÑO 1</b>
gerente	2.000.000	24.000.000
repcionista	900.000	10.800.000
financiero	1.000.000	12.000.000
logistica	1.000.000	12.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>4.900.000</b>	<b>58.800.000</b>
Parafiscales	441.000	5.292.000
Cesantías	408.170	4.898.040
Intereses sobre Cesantías	4.082	48.980
Prima de Servicios	408.170	4.898.040
Vacaciones	204.330	2.451.960
	<b>6.365.752</b>	<b>76.389.020</b>

<b>VENTAS</b>		
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL \$</b>	<b>SUELDO AÑO 1</b>
vendedor	800.000	9.600.000
vendedor	800.000	9.600.000
		0
		0
<b>Subtotal</b>	<b>1.600.000</b>	<b>19.200.000</b>
Parafiscales	144.000	1.728.000
Cesantías	133.280	1.599.360
Intereses sobre Cesantías	1.333	15.994

Prima de Servicios	133.280	1.599.360
Vacaciones	66.720	800.640
	<b>2.078.613</b>	<b>24.943.354</b>

Tabla 13: parafiscales

<b>PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>TASA</b>	<b>TASA</b>
Parafiscales	29,00%	9,00%
Cesantias	8,33%	8,33%
Intereses sobre Cesantías	1,00%	1,00%
Prima de Servicios	8,33%	8,33%
Vacaciones	4,17%	4,17%
<b>Total</b>	<b>50,83%</b>	<b>30,83%</b>

<b>PERIODO</b>	<b>INCREMENTO %</b>	<b>BASE MAS INCREMENTO</b>
AÑO 2	5,00%	105%
AÑO 3	5,00%	105%
AÑO 4	5,00%	105%
AÑO 5	5,00%	105%

#### 4.4.18 Otros costos y gastos

<b>OTROS COSTOS DE PRODUCCION</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL \$</b>	<b>AÑO 1</b>
		0
mantenimiento	600.000	7.200.000
depreciación	200.000	2.400.000
seguros	750.000	9.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>1.550.000</b>	<b>18.600.000</b>

Tabla 15: otros costos y gastos

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL \$</b>	<b>AÑO 1</b>
agua	250.000	3.000.000
luz	300.000	3.600.000
telefono	200.000	2.400.000
		0
<b>Subtotal</b>	<b>750.000</b>	<b>9.000.000</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL \$</b>	<b>AÑO 1</b>
publicidad	2.000.000	24.000.000
pagina web	150.000	1.800.000
volantes	200.000	2.400.000
		0
<b>Subtotal</b>	<b>2.350.000</b>	<b>28.200.000</b>

Fuente: El autor

Las anteriores tablas muestran los gastos que la empresa debe recurrir para poder funcionar el proyecto. Dentro de los gastos que asume la empresa están los administrativos, de operación y ventas y las distintas obligaciones con las respectivas entidades.

#### 4.4.19 Gastos financieros

<b>PERIODO</b>	<b>LEY MIPYME</b>	<b>COMISION FNG</b>
<b>%</b>	<b>4,50%</b>	<b>3,85%</b>
Año 1	20.467.383	17.510.983
Año 2	16.630.416	14.228.244
Año 3	12.042.868	12.042.868
Año 4	0	0
Año 5		
<b>Total</b>	<b>49.140.666</b>	<b>43.782.095</b>

Tabla 16: gastos financieros

#### 4.4.20 Plan de inversión y financiación

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>CREDITO</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>TOTAL</b>
Inventario materia prima	-24.000.000		0
Inventario productos en proceso	0		0
Inventario productos terminados	0		0
Cartera	6.545.455		6.545.455
Inversiones diferidas	11.600.000		11.600.000
Caja	14.450.000		14.450.000
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>8.595.455</b>	<b>0</b>	<b>32.595.455</b>

<b>ACTIVOS FIJOS (Discriminar)</b>	<b>CREDITO</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>TOTAL REQUERIDO</b>	<b>VIDA UTIL (AÑOS)</b>	<b>DEPRECIACION AÑO 1</b>
Terrenos	0	0			
Construcciones	0			2	0
<b>Total maquinaria y equipo:</b>	<b>300.000.000</b>	<b>0</b>	<b>300.000.000</b>	5	60.000.000
motos	150.000.000		150.000.000		
equipos	150.000.000		150.000.000		
	0				
<b>Total muebles y enseres:</b>	<b>1.500.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>3.500.000</b>	1	3.500.000
pupitres	1.500.000		1.500.000		
computador	0	1.500.000	1.500.000		
videobeam	0	500.000	500.000		
<b>Vehiculos:</b>	<b>82.000.000</b>	<b>0</b>	<b>82.000.000</b>	1	82.000.000



camioneta	80.000.000		80.000.000		
cama baja	2.000.000		2.000.000		
<b>Total inversión fija</b>	<b>383.500.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>385.500.000</b>	<b>9</b>	<b>145.500.000</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>392.095.455</b>	<b>2.000.000</b>	<b>418.095.455</b>	<b>9</b>	<b>145.500.000</b>
<b>Participación %</b>	<b>93,78%</b>	<b>0,48%</b>	<b>100,00%</b>		

Tabla 17: plan de inversión y financiación

#### 4.4.21 Presupuesto de ingresos y costos

Producto	AÑO 1		
	Total	Total	Ventas
	Unidades	Costo	\$
curso de enseñanza	1.440	288.000.000	1.440.000.000
<b>Total</b>	<b>1.440</b>	<b>288.000.000</b>	<b>1.440.000.000</b>

AÑO 2			AÑO 3		
Total	Total	Ventas	Total	Total	Ventas
Unidades	Costo	\$	Unidades	Costo	\$
1.440	302.400.000	1.512.000.000	1.440	317.520.000	1.587.600.000
<b>1.440</b>	<b>302.400.000</b>	<b>1.512.000.000</b>	<b>1.440</b>	<b>317.520.000</b>	<b>1.587.600.000</b>

AÑO 4			AÑO 5		
Total	Total	Ventas	Total	Total	Ventas
Unidades	Costo	\$	Unidades	Costo	\$
1.440	333.396.000	1.666.980.000	1.440	350.065.800	1.750.329.000
<b>1.440</b>	<b>333.396.000</b>	<b>1.666.980.000</b>	<b>1.440</b>	<b>350.065.800</b>	<b>1.750.329.000</b>

Tabla 18: presupuesto de ingresos y costos

Fuente: El autor

#### 4.4.22 Ventas meses y anualizados

MESES	AÑO 1			AÑO 2		
	Ciclicidad	Unidades	Ventas	Ciclicidad	Unidades	Ventas
			\$			\$
Enero	3	65	65.454.545	3	65	68.727.273
Febrero	5	109	109.090.909	5	109	114.545.455
Marzo	7	153	152.727.273	7	153	160.363.636
Abril	5	109	109.090.909	5	109	114.545.455

Mayo	7	153	152.727.273	7	153	160.363.636
Junio	9	196	196.363.636	9	196	206.181.818
Julio	5	109	109.090.909	5	109	114.545.455
Agosto	3	65	65.454.545	3	65	68.727.273
Septiembre	5	109	109.090.909	5	109	114.545.455
Octubre	5	109	109.090.909	5	109	114.545.455
Noviembre	9	196	196.363.636	9	196	206.181.818
Diciembre	3	65	65.454.545	3	65	68.727.273
<b>Total</b>		<b>1.440</b>	<b>1.440.000.000</b>	<b>66</b>	<b>1.440</b>	<b>1.512.000.000</b>

Fuente: El autor

AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Ciclicidad	Unidades	Ventas	Ciclicidad	Unidades	Ventas	Ciclicidad	Unidades	Ventas
		\$			\$			\$
3	65	72.163.636	3	65	75.771.818	3	65	79.560.409
5	109	120.272.727	5	109	126.286.364	5	109	132.600.682
7	153	168.381.818	7	153	176.800.909	7	153	185.640.955
5	109	120.272.727	5	109	126.286.364	5	109	132.600.682
7	153	168.381.818	7	153	176.800.909	7	153	185.640.955
9	196	216.490.909	9	196	227.315.455	9	196	238.681.227
5	109	120.272.727	5	109	126.286.364	5	109	132.600.682
3	65	72.163.636	3	65	75.771.818	3	65	79.560.409
5	109	120.272.727	5	109	126.286.364	5	109	132.600.682
5	109	120.272.727	5	109	126.286.364	5	109	132.600.682
9	196	216.490.909	9	196	227.315.455	9	196	238.681.227
3	65	72.163.636	3	65	75.771.818	3	65	79.560.409
<b>66</b>	<b>1.440</b>	<b>1.587.600.000</b>	<b>66</b>	<b>1.440</b>	<b>1.666.980.000</b>	<b>66</b>	<b>1.440</b>	<b>1.750.329.000</b>

Tabla 19: ventas meses y anualizados

Fuente: el autor

#### 4.4.23 Presupuesto de costos y gastos

<b>MANO DE OBRA</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	49.200.000	51.660.000	54.243.000	56.955.150	59.802.908
Parafiscales	4.428.000	4.649.400	4.881.870	5.125.964	5.382.262
Cesantías	4.098.360	4.303.278	4.518.442	4.744.364	4.981.582
Intereses sobre cesantías	40.984	43.033	45.184	47.444	49.816
Prima de servicios	4.098.360	4.303.278	4.518.442	4.744.364	4.981.582
Vacaciones	2.051.640	2.154.222	2.261.933	2.375.030	2.493.781
<b>Total</b>	<b>63.917.344</b>	<b>67.113.211</b>	<b>70.468.871</b>	<b>73.992.315</b>	<b>77.691.931</b>

<b>ADMINISTRACION</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	58.800.000	61.740.000	64.827.000	68.068.350	71.471.768
Parafiscales	5.292.000	5.556.600	5.834.430	6.126.152	6.432.459
Cesantías	4.898.040	5.142.942	5.400.089	5.670.094	5.953.598
Intereses sobre cesantías	48.980	51.429	54.001	56.701	59.536
Prima de servicios	4.898.040	5.142.942	5.400.089	5.670.094	5.953.598
Vacaciones	2.451.960	2.574.558	2.703.286	2.838.450	2.980.373
<b>Total</b>	<b>76.389.020</b>	<b>80.208.471</b>	<b>84.218.895</b>	<b>88.429.840</b>	<b>92.851.332</b>

<b>VENTAS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	9.600.000	10.080.000	10.584.000	11.113.200	11.668.860
Parafiscales	1.728.000	907.200	952.560	1.000.188	1.050.197
Cesantías	1.599.360	839.664	881.647	925.730	972.016
Intereses sobre cesantías	15.994	8.397	8.816	9.257	9.720
Prima de servicios	1.599.360	839.664	881.647	925.730	972.016
Vacaciones	800.640	420.336	441.353	463.420	486.591
<b>Total</b>	<b>15.343.354</b>	<b>13.095.261</b>	<b>13.750.024</b>	<b>14.437.525</b>	<b>15.159.401</b>

#### 4.4.24 Otros costos de producción y gastos de Admón. De ventas

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Otros costos indirectos de producción	18.600.000	19.530.000	20.506.500	21.531.825	22.608.416
Gastos de administración	9.000.000	9.450.000	9.922.500	10.418.625	10.939.556
Gastos de ventas	28.200.000	29.610.000	31.090.500	32.645.025	34.277.276
<b>Total</b>	<b>55.800.000</b>	<b>58.590.000</b>	<b>61.519.500</b>	<b>64.595.475</b>	<b>67.825.249</b>

Fuente: El autor

#### 4.4.25 Otros gastos financieros

PERIODO	LEY MIPYME	COMISION FNG
Año 1	20.467.383	17.510.983
Año 2	16.630.416	14.228.244
Año 3	12.042.868	12.042.868

#### 4.4.26 Plan de inversión y financiación

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES
Inventario materia prima	-24.000.000	24.000.000
Inventario productos en proceso	0	
Inventario productos terminados	0	
Cartera	6.545.455	
Inversiones diferidas	11.600.000	
Caja	14.450.000	
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>8.595.455</b>	<b>24.000.000</b>

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Terrenos	0		0	0
Construcciones	0		0	0
Maquinaria y equipo	300.000.000		0	300.000.000
Muebles y enseres	1.500.000		2.000.000	3.500.000
Vehículos	82.000.000		0	82.000.000
<b>Total inversión fija</b>	<b>383.500.000</b>		<b>2.000.000</b>	<b>385.500.000</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>392.095.455</b>	<b>24.000.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>418.095.455</b>
<b>Participación %</b>	<b>94%</b>	<b>6%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

#### 4.4.27 Depreciaciones

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Construcciones	0	0	0	0	0
Maquinaria y equipo	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Muebles y enseres	3.500.000	0	0	0	0
Vehículos	82.000.000	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>145.500.000</b>	<b>60.000.000</b>	<b>60.000.000</b>	<b>60.000.000</b>	<b>60.000.000</b>

Tabla 20: Depreciaciones

#### 4.4.28 Amortización del diferido

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gastos Puesta en marcha	2.320.000	2.320.000	2.320.000	2.320.000	2.320.000

#### 4.4.29 Tabla de amortización crédito

<b>CONCEPTO</b>		<b>%</b>
Impuesto de Renta		35,00%
IVA		16,00%

Valor préstamo		392.095.455
Tasa efectiva		19,56%
Tasa nominal		18,00%
Interes mensual		1,50%
Plazo		48

<b>CUOTA No.</b>	<b>VR. CUOTA</b>	<b>INTERESES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
1	\$ 11.517.804	\$ 5.881.432	\$ 5.636.372	\$ 386.459.083
2	\$ 11.517.804	\$ 5.796.886	\$ 5.720.918	\$ 380.738.165
3	\$ 11.517.804	\$ 5.711.072	\$ 5.806.731	\$ 374.931.434
4	\$ 11.517.804	\$ 5.623.972	\$ 5.893.832	\$ 369.037.601
5	\$ 11.517.804	\$ 5.535.564	\$ 5.982.240	\$ 363.055.361
6	\$ 11.517.804	\$ 5.445.830	\$ 6.071.973	\$ 356.983.388
7	\$ 11.517.804	\$ 5.354.751	\$ 6.163.053	\$ 350.820.335
8	\$ 11.517.804	\$ 5.262.305	\$ 6.255.499	\$ 344.564.836
9	\$ 11.517.804	\$ 5.168.473	\$ 6.349.331	\$ 338.215.505
10	\$ 11.517.804	\$ 5.073.233	\$ 6.444.571	\$ 331.770.934

11	\$ 11,517.804	\$ 4,976.564	\$ 6,541.240	\$ 325,229.694
12	\$ 11,517.804	\$ 4,878.445	\$ 6,639.358	\$ 318,590.336
13	\$ 11,517.804	\$ 4,778.855	\$ 6,738.949	\$ 311,851.387
14	\$ 11,517.804	\$ 4,677.771	\$ 6,840.033	\$ 305,011.354
15	\$ 11,517.804	\$ 4,575.170	\$ 6,942.634	\$ 298,068.720
16	\$ 11,517.804	\$ 4,471.031	\$ 7,046.773	\$ 291,021.947
17	\$ 11,517.804	\$ 4,365.329	\$ 7,152.475	\$ 283,869.473
18	\$ 11,517.804	\$ 4,258.042	\$ 7,259.762	\$ 276,609.711
19	\$ 11,517.804	\$ 4,149.146	\$ 7,368.658	\$ 269,241.053
20	\$ 11,517.804	\$ 4,038.616	\$ 7,479.188	\$ 261,761.865
21	\$ 11,517.804	\$ 3,926.428	\$ 7,591.376	\$ 254,170.489
22	\$ 11,517.804	\$ 3,812.557	\$ 7,705.246	\$ 246,465.242
23	\$ 11,517.804	\$ 3,696.979	\$ 7,820.825	\$ 238,644.417
24	\$ 11,517.804	\$ 3,579.666	\$ 7,938.138	\$ 230,706.280
25	\$ 11,517.804	\$ 3,460.594	\$ 8,057.210	\$ 222,649.070
26	\$ 11,517.804	\$ 3,339.736	\$ 8,178.068	\$ 214,471.002
27	\$ 11,517.804	\$ 3,217.065	\$ 8,300.739	\$ 206,170.263
28	\$ 11,517.804	\$ 3,092.554	\$ 8,425.250	\$ 197,745.013
29	\$ 11,517.804	\$ 2,966.175	\$ 8,551.629	\$ 189,193.385
30	\$ 11,517.804	\$ 2,837.901	\$ 8,679.903	\$ 180,513.482
31	\$ 11,517.804	\$ 2,707.702	\$ 8,810.102	\$ 171,703.380
32	\$ 11,517.804	\$ 2,575.551	\$ 8,942.253	\$ 162,761.127
33	\$ 11,517.804	\$ 2,441.417	\$ 9,076.387	\$ 153,684.740
34	\$ 11,517.804	\$ 2,305.271	\$ 9,212.533	\$ 144,472.207
35	\$ 11,517.804	\$ 2,167.083	\$ 9,350.721	\$ 135,121.487
36	\$ 11,517.804	\$ 2,026.822	\$ 9,490.982	\$ 125,630.505
37	\$ 11,517.804	\$ 1,884.458	\$ 9,633.346	\$ 115,997.159
38	\$ 11,517.804	\$ 1,739.957	\$ 9,777.846	\$ 106,219.312
39	\$ 11,517.804	\$ 1,593.290	\$ 9,924.514	\$ 96,294.798
40	\$ 11,517.804	\$ 1,444.422	\$ 10,073.382	\$ 86,221.417
41	\$ 11,517.804	\$ 1,293.321	\$ 10,224.483	\$ 75,996.934
42	\$ 11,517.804	\$ 1,139.954	\$ 10,377.850	\$ 65,619.084
43	\$ 11,517.804	\$ 984.286	\$ 10,533.518	\$ 55,085.567

44	\$ 11.517.804	\$ 826.283	\$ 10.691.520	\$ 44.394.046
45	\$ 11.517.804	\$ 665.911	\$ 10.851.893	\$ 33.542.153
46	\$ 11.517.804	\$ 503.132	\$ 11.014.672	\$ 22.527.482
47	\$ 11.517.804	\$ 337.912	\$ 11.179.892	\$ 11.347.590
48	\$ 11.517.804	\$ 170.214	\$ 11.347.590	\$ 0

Tabla 21: amortización de la deuda

#### 4.4.30 Estado de pérdidas y ganancias

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.440.000.000	1.512.000.000	1.587.600.000	1.666.980.000	1.750.329.000
Costo Materia Prima	288.000.000	302.400.000	317.520.000	333.396.000	350.065.800
Depreciaciones	145.500.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Costos Indirectos de Fabricación	18.600.000	19.530.000	20.506.500	21.531.825	22.608.416
Mano de Obra	63.917.344	67.113.211	70.468.871	73.992.315	77.691.931
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>516.017.344</b>	<b>449.043.211</b>	<b>468.495.371</b>	<b>488.920.140</b>	<b>510.366.147</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>923.982.656</b>	<b>1.062.956.789</b>	<b>1.119.104.629</b>	<b>1.178.059.860</b>	<b>1.239.962.853</b>
Salarios de Administración	76.389.020	80.208.471	84.218.895	88.429.840	92.851.332
Gastos de Administración	9.000.000	9.450.000	9.922.500	10.418.625	10.939.556
Salarios de Ventas	15.343.354	13.095.261	13.750.024	14.437.525	15.159.401
Gastos de Ventas	28.200.000	29.610.000	31.090.500	32.645.025	34.277.276
Amortización del Diferido	2.320.000	2.320.000	2.320.000	2.320.000	2.320.000
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>131.252.374</b>	<b>134.683.732</b>	<b>141.301.919</b>	<b>148.251.015</b>	<b>155.547.565</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>792.730.282</b>	<b>928.273.057</b>	<b>977.802.710</b>	<b>1.029.808.846</b>	<b>1.084.415.288</b>
Intereses Crédito	64.708.527	50.329.590	33.137.872	12.583.141	
Otros Intereses					
Ley Mipyme	20.467.383	16.630.416	12.042.868	0	0
Comisión FNG	17.510.983	14.228.244	12.042.868	0	0
<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>102.686.893</b>	<b>81.188.250</b>	<b>57.223.607</b>	<b>12.583.141</b>	<b>0</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>690.043.390</b>	<b>847.084.807</b>	<b>920.579.103</b>	<b>1.017.225.705</b>	<b>1.084.415.288</b>
Impuesto de Renta	241.515.186	296.479.683	322.202.686	356.028.997	379.545.351
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>448.528.203</b>	<b>550.605.125</b>	<b>598.376.417</b>	<b>661.196.708</b>	<b>704.869.937</b>

IMPUESTOS	%
Impuesto de Renta	35%
IVA	16%

\$230.400.000

Tabla 22: Estado de pérdidas y ganancias

Fuente: El autor

#### 4.4.22 Balance general

<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos	14.450.000	832.354.897	1.269.814.133	1.349.000.045	1.374.123.700	1.510.670.653
Cuentas por Cobrar – Cartera	6.545.455	6.545.455	6.545.455	4.200.000	4.410.000	4.630.500
Inventario de Materia Prima	0	0	0	0	0	0
Inventario de Productos en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventario de Productos Terminados	0	0	0	0	0	0
Gastos Diferidos y Operativos	11.600.000	9.280.000	6.960.000	4.640.000	2.320.000	0
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>32.595.455</b>	<b>848.180.352</b>	<b>1.283.319.588</b>	<b>1.357.840.045</b>	<b>1.380.853.700</b>	<b>1.515.301.153</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	300.000.000	300.000.000	300.000.000	300.000.000	300.000.000	300.000.000
Muebles y Enseres	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Vehículos	82.000.000	82.000.000	82.000.000	82.000.000	82.000.000	82.000.000
<b>SUBTOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>385.500.000</b>	<b>385.500.000</b>	<b>385.500.000</b>	<b>385.500.000</b>	<b>385.500.000</b>	<b>385.500.000</b>
Depreciación Acumulada		145.500.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>385.500.000</b>	<b>240.000.000</b>	<b>325.500.000</b>	<b>325.500.000</b>	<b>325.500.000</b>	<b>325.500.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>418.095.455</b>	<b>1.088.180.352</b>	<b>1.608.819.588</b>	<b>1.683.340.045</b>	<b>1.706.353.700</b>	<b>1.840.801.153</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Proveedores	24.000.000	24.000.000	25.200.000	26.460.000	27.783.000	29.172.150
Imporrenta por Pagar		241.515.186	296.479.683	322.202.686	356.028.997	379.545.351
IVA por Pagar		41.890.909	43.985.455	46.184.727	48.493.964	50.918.662
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)		10.701.718	10.388.743	10.908.180	11.453.589	12.026.268
Parafiscales y Provisiones		954.000	926.100	972.405	1.021.025	1.072.077
Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0
Obligación (Crédito)	73.505.119	87.884.056	105.075.774	125.630.505		



<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>97.505.119</b>	<b>406.945.869</b>	<b>482.055.754</b>	<b>532.358.503</b>	<b>444.780.575</b>	<b>472.734.507</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
Obligación (Crédito)	318.590.336	230.706.280	125.630.505			
Otros Pasivos						
<b>TOTAL PASIVO MEDIANO Y LARGO</b>	<b>318.590.336</b>	<b>230.706.280</b>	<b>125.630.505</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>416.095.455</b>	<b>637.652.149</b>	<b>607.686.259</b>	<b>532.358.503</b>	<b>444.780.575</b>	<b>472.734.507</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Utilidad del Ejercicio		448.528.203	550.605.125	598.376.417	661.196.708	704.869.937
Utilidad Retenida Ejercicios Anteriores			448.528.203	550.605.125	598.376.417	661.196.708
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>2.000.000</b>	<b>450.528.203</b>	<b>1.001.133.328</b>	<b>1.150.981.542</b>	<b>1.261.573.125</b>	<b>1.368.066.645</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>418.095.455</b>	<b>1.088.180.352</b>	<b>1.608.819.588</b>	<b>1.683.340.045</b>	<b>1.706.353.700</b>	<b>1.840.801.153</b>

Tabla 23: Balance general

#### 4.4.23 Indicadores financieros

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	2,1	2,7	2,6	3,1	3,2
Período Promedio de Cobro (días)	1	1	1	1	1
Rotación de Inventarios – M.P. (días)	0	0	0	0	0
Rotación de Inventarios – P.P. (días)	0	0	0	0	0
Rotación de Inventarios – P.T. (días)	0	0	0	0	0
Rotación de Proveedores (días)	30	30	30	30	30
Capacidad de pago (veces)	12	18	29	82	0
Endeudamiento (%)	58,60%	37,77%	31,63%	26,07%	25,68%
Rentabilidad Bruta (%)	64,17%	70,30%	70,49%	70,67%	70,84%
Rentabilidad Operacional (%)	55,05%	61,39%	61,59%	61,78%	61,95%
Rentabilidad Neta (%)	31,15%	36,42%	37,69%	39,66%	40,27%
Margen de Contribución (%)	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%
<b>Otra información financiera</b>					
VAN	339.422.421				
TIR	4,2%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	1.245.437.853				

Tabla 24: indicadores financieros

Para entender un poco el punto de equilibrio en ventas, *“Es la técnica que tiene por objeto determinar el volumen de ventas necesario para que una Empresa no pierda ni gane operacionalmente; es decir, es aquel punto donde las ventas igualan a los Costos y Gastos de operación, o sea donde la utilidad de operación es igual a cero.”*<sup>30</sup>

#### 4.5 IMPACTO

##### 4.5.1 Económico

- Se busca adjudicar nuevas leyes que favorezcan el motociclismo deportivo y preventivo.
- Valorizar los sistemas de evaluación de conducción preventiva y deportiva de motocicletas del país
- Aportes netos a impuestos, empleos, al PIB en general debido a la implementación de los cursos en un mercado tan poco explotado en Colombia buscando modificar conductas entre los futuros conductores de motos y logrando un impulso económico al mercado de motocicletas.
- Se generara empleo técnico y profesional además del empleo administrativo y de servicios generales

##### 4.5.2 Regional

Se puede tener un impacto grandísimo debido al volumen creciente de motos en los municipios, pueblos del departamento y del país y la implementación de los cursos, si se puede, subvencionados por el estado, en conductores y repartidores, para aportar a la movilidad, lo que se traduce económicamente en menores costos de transporte y de almacenamiento gracias al mejoramiento de la movilidad de las calles y carreteras del país

##### 4.5.3 Social

- Reducir los índices de accidentalidad tanto en la capital como en el país
- Lograr concientización en el uso de las motos

---

<sup>30</sup> [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PUNTO\\_DE\\_EQUILIBRIO-VENTAS.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PUNTO_DE_EQUILIBRIO-VENTAS.htm)

- Estudiar, mejorar y/o proponer leyes que estén acorde con la seguridad y que estén pensadas en todo lo relacionado con el motociclismo y no para el beneficio de unos pocos o para el lucro ilegal.
- Generar un sentido de pertenencia con el tema del motociclismo en Colombia

#### 4.5.4 Ambiental

- impulsar a las empresas ensambladoras a hacer cursos con su escuela, para que sus pilotos de pruebas prueben las motos, y de ahí se emprendan proyectos de disminución de gases Co2 en los nuevos motores de las motos
- Impulsar un curso y proyecto, a corto o mediano plazo, del desarrollo, construcción y prueba, con pilotos de la escuela, de motocicletas que usen combustibles alternativos desarrollados en Colombia

## CONCLUSIONES

### MERCADEO Y ECONOMIA

- El mercado de las motos en Colombia está empezando a tener un mayor impacto positivo en la economía, por lo cual es importante estar pendiente de cada uno de los informes que se presentan ante la sociedad puesto que es a partir de estos donde se pueden tomar mejores las decisiones tanto para el mercado como Superbikes de Colombia S.A.S
- El aumento en el combustible está generando cambios en los hábitos de compra en los usuarios de los distintos medios de transporte y por esa razón se está empezando a utilizar medios de transporte más livianos como las motocicletas. Por tal razón, el plan de negocios es rentable tanto a corto como a largo plazo
- Se debe tener en cuenta que las motos de alta cilindrada no solo se enfocan en súper-sport, también están las motos naked (no tienen carenaje), las carreras de enduro, entre otros. que también hacen parte del grupo de motos de alta cilindrada.
- Se debe manejar muy bien los medios de información y no necesariamente internet es la herramienta principal en este mercado. Se debe entender que el mercado de las motos de alta cilindrada está empezando a coger fuerza en el país.
- Se debe actualizar constantemente los conocimientos sobre el mercado de las motos, ya que en el país las leyes están cambiando continuamente y puede generar inconformismos.
- Se debe tener presente las escuelas de conducción internacionales por que ellos ven en Colombia un país atractivo para prestar los servicios de educación y preparación de pilotos.

## FINANZAS

- Se determino por medio del análisis financiero que Superbikes de Colombia S.A.S es un proyecto viable generara utilidades a sus creadores ya que dentro del análisis concluye con una tasa interna de retorno positiva (4.5%).
- Se deben tener más empresas de apoyo para afrontar la demanda de motos ya que cada vez es mayor el número de personas que la utilizan tanto para el transporte como para el deporte

## LEGAL

- El registro de este tipo de empresas bajo la sociedad por acción simplificada permite una reducción de costos y reduce la formalidad de registro, capitalización etc. y ayuda a que las personas que quieran crear su empresa puedan constituir la y ponerla en marcha sin tantos requisitos.
- Las escuelas de conducción convencionales en la ciudad de Bogotá siguen siendo empresas poco efectivas en su "labor" ya que a medida que va pasando el tiempo, los índices de accidentalidad siguen aumentando y al parecer, el verdadero negocio de estas escuelas están enfocadas en la venta de pases, certificados de conducción y la ilegalidad sigue presente dentro de este mercado.


## BIBLIOGRAFIA

- <http://www.fonprevial.org.co>
- [http://www.dinero.com/negocios/banca-y-seguros/soat-motocicletas-esto-no-marcha\\_64146.aspx](http://www.dinero.com/negocios/banca-y-seguros/soat-motocicletas-esto-no-marcha_64146.aspx)
- [http://www.fenalcobogota.com.co/index.php?Itemid=45&id=235&option=com\\_content&task=view](http://www.fenalcobogota.com.co/index.php?Itemid=45&id=235&option=com_content&task=view)
- [http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id\\_categoria=159&id\\_subcategoria=724](http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id_categoria=159&id_subcategoria=724)
- <http://www.publimotos.com/noticias/foronacional/hoyforoasomocol.html>
- <http://www.elespectador.com/publicaciones/autos/articulo188781-motos-un-motor-economico?t=1267151667>
- [http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id\\_categoria=159&id\\_subcategoria=724](http://www.minminas.gov.co/minminas/hidrocarburos.jsp?cargaHome=3&id_categoria=159&id_subcategoria=724)
- <http://www.publimotos.com/noticias/foronacional/hoyforoasomocol.html>
- <http://www.elespectador.com/publicaciones/autos/articulo188781-motos-un-motor-economico?t=1267151667>
- <http://centrodereconocimiento.com/Tramites/tramites.html>
- [http://www.dinero.com/edicion-impresa/agenda-publica/motospesadilla-fin\\_44412.aspx](http://www.dinero.com/edicion-impresa/agenda-publica/motospesadilla-fin_44412.aspx)
- [http://www.eltiempo.com/deportes/autosymotos/yonny-hernandez-colombiano-que-estara-en-mundial-de-motociclismo-de-velocidad\\_7296742-1](http://www.eltiempo.com/deportes/autosymotos/yonny-hernandez-colombiano-que-estara-en-mundial-de-motociclismo-de-velocidad_7296742-1)
- [www.Rae.es](http://www.Rae.es)
- [www.fonprevial.gov.co](http://www.fonprevial.gov.co)
- [www.vivetumoto.com](http://www.vivetumoto.com)
- [www.ecopetrol.com](http://www.ecopetrol.com)
- **Malhotra** Naresh K. *“Investigación de mercados. Un enfoque aplicado”* editorial MCPerson. Mexico 2004
- Tomado del documento organizacional de Multi-impacto Editores <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=76&Tipo=2>

- [http://www.mintransporte.gov.co/Servicios/Biblioteca/documentos/PDF/DIAGNOSTICO\\_DEL\\_TRANSPORTE\\_2009.pdf](http://www.mintransporte.gov.co/Servicios/Biblioteca/documentos/PDF/DIAGNOSTICO_DEL_TRANSPORTE_2009.pdf)
- <http://www.leasingbancolombia.com/leasing/acercaLeasing/todoLeasing/todoLeasing.asp>
- <http://www.supernotariado.gov.co/supernotariado/images/smilies/contratacion2009/subastainversa1/ficha%20tecnica.pdf>
- Tomado del libro *DIRECCION ESTRATEGIA. JHONSSON, SCHOLLES & WITTINGTON*
- <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>
- [http://camara.ccb.org.co/documentos/6848\\_guia28sas.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf)
- [http://www.pmlabogados.com/pmlabogados/upboletines/boletin\\_legal\\_007.pdf](http://www.pmlabogados.com/pmlabogados/upboletines/boletin_legal_007.pdf)
- [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PUNTO\\_DE\\_EQUILIBRIO-VENTAS.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PUNTO_DE_EQUILIBRIO-VENTAS.htm)

# ANEXOS


## Anexo A: Registro único empresarial



**ESTE FORMULARIO SERÁ COBRADO ÚNICAMENTE AL MOMENTO DE PAGAR LA MATRÍCULA O RENOVACIÓN**

**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**

**CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL**



---

**IDENTIFICACIÓN**

NIT  01  C.C.  02  C.E.  03  PASAPORTE  04

No. \_\_\_\_\_ D.V. \_\_\_\_\_

País Pasaporte \_\_\_\_\_

REGISTROS MERCANTIL/ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO / DE PROPOSITOS

INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA  01  RENOVACIÓN  02

04 CAMARA INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA

---

**UBICACIÓN Y DATOS GENERALES**

1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA \_\_\_\_\_ LGGR

2. NOMBRE COMERCIAL \_\_\_\_\_ 3. SIGLA \_\_\_\_\_

4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIRECCIÓN DE GERENCIA \_\_\_\_\_ 5. MUNICIPIO \_\_\_\_\_

6. DEPARTAMENTO \_\_\_\_\_ 7. TELÉFONO \_\_\_\_\_ 8. FAX \_\_\_\_\_ 9. A.A. \_\_\_\_\_

10. E-MAIL \_\_\_\_\_ 11. PÁGINA WEB \_\_\_\_\_

12. DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN \_\_\_\_\_ LGPR  13. MUNICIPIO \_\_\_\_\_

14. DEPARTAMENTO \_\_\_\_\_ 15. TELÉFONO \_\_\_\_\_ 16. FAX \_\_\_\_\_ 17. A.A. \_\_\_\_\_

18. E-MAIL \_\_\_\_\_ 19. PÁGINA WEB \_\_\_\_\_

---

**TIPO DE ORGANIZACIÓN**

SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04
SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08
EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11	
ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICO <input type="checkbox"/> 12	COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1	PRECOOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.2	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3
	EMPRESA DE SERVIDOS EN FORMA DE UNIÓN PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4	FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6
	ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8	EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9
	FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.11	
ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13	¿CUAL? _____	OTROS <input type="checkbox"/> 99	¿CUAL? _____

---

**FECHA DE CONSTITUCIÓN** \_\_\_\_\_ **HASTA** \_\_\_\_\_

**COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL**

1. NACIONAL _____ %	1.1. PÚBLICO _____ %	2. EXTRANJERO _____ %	2.1. PÚBLICO _____ %
	1.2. PRIVADO _____ %		2.2. PRIVADO _____ %

---

**ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA**

ACTIVA  01  ETAPA PREOPERATIVA  02  EN CONCORDATO  03

INTERVENIDA  04  EN LIQUIDACIÓN  05  ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN  06

---

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN**

1. AGROPECUARIOS _____	2. MINEROS _____	3. MANUFACTUREROS _____	4. SERVICIOS PÚBLICOS _____
5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	6. COMERCIALES _____	7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____
9. COMUNICACIÓN _____	10. FINANCIEROS, SEGUROS E FIANCIEROS _____	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____	

---

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS (describa por orden de importancia las principales actividades económicas)**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

CIU REV. 3 A.C.


---

**FECHA DE DILIGENCIAMIENTO**

DÍA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

**REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO**

NOMBRE \_\_\_\_\_

FIRMA \_\_\_\_\_ C.C. \_\_\_\_\_

**PERSONA QUE DILIGENCIA**

NOMBRE \_\_\_\_\_

CARGO \_\_\_\_\_ TEL \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_

---

**FECHA DE RECEPCIÓN**

DÍA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

**FUNCIÓNARIO QUE RECIBE EL FORMULARIO**

NOMBRE \_\_\_\_\_

FIRMA \_\_\_\_\_

**PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A:**

TELÉFONO \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_ WEB \_\_\_\_\_

---

RECUERDE REPORTAR CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN SUS DATOS

NÚMERO POR FAVOR LAB 94 688 33 731 - FAX 20448 20023 - 2029 92 - 7 2008





ESTE FORMULARIO SERÁ COBRADO ÚNICAMENTE AL MOMENTO DE PAGAR LA MATRÍCULA O RENOVACIÓN

**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**  
ANEXO MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACIÓN

PERSONAS NATURALES, SOCIEDADES, EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO, ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIAS

**CAMARA**  
DE COMERCIO DE BOGOTÁ  
Por nuestra sociedad

Dirigir este cuestionario al registrador o letra impresa, los datos que se solicitan en este anexo.  
La información adicional la provee por el Código Comercio, se utiliza en los establecimientos que por Ley adhiere la Cámara de Comercio. Autorizo el uso y la divulgación de toda la información recopilada en este presente formulario y la Cámara Única Empresarial para proveer de datos de información o compilación.  
Importante: Es obligatorio que cualquier establecimiento que sea inscrito o renovado con este formulario debe estar en el Registro Único Empresarial.  
No diligenciar los espacios sombreados, son de uso exclusivo de la Cámara de Comercio.

CÓDIGO DE LA CÁMARA  AÑO

Registro Único Empresarial No.  SÓLO PARA PERSONAS NATURALES EXTRANJERAS

NACIONALIDAD

ENTIDADES DE CREDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES

NOMBRE DE LA ENTIDAD  OFICINA

NOMBRE DE LA ENTIDAD  OFICINA

REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS

NOMBRE  DIRECCIÓN  TELÉFONO

NOMBRE  DIRECCIÓN  TELÉFONO

MARKET CON UNA X SI ES: IMPORTADOR  EXPORTADOR  PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL

**INFORMACIÓN FINANCIERA**

LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER AL BALANCE DE APERTURA O A DICIEMBRE 31 DEL ÚLTIMO AÑO (INCLUYENDO AJUSTES POR INFLACIÓN)

**ACTIVO PASIVO Y PATRIMONIO PERDIDAS Y GANANCIAS**

Cuentas \$  Pasivo corriente \$  Ingresos operacionales \$

Fondo neto \$  Largo plazo \$  Otrs. operaciones de ventas \$

Otros \$  Pasivo total \$  Otrs. operaciones de administración \$

Variaciones \$  Patrimonio social \$  Utilidad / Pérdida operacional \$

Activo total \$  Pasivo + patrimonio \$  Utilidad / Pérdida neta \$

**ACTIVO TOTAL \$**  
(Sin ajustes por inflación)

**DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA**

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO  SUCURSAL  AGENCIA  MATRÍCULA MERCANTIL No.  CÁMARA DE COMERCIO

MATRÍCULA  RENOVACIÓN  NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA

DIRECCIÓN  ZONA POSTAL  MUNICIPIO  DEPARTAMENTO  CÓDIGO DANE

TELÉFONO(S)  FAX  BUZÓN ELECTRÓNICO

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL  MUNICIPIO  DEPARTAMENTO  CÓDIGO DANE

**ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA**

Especifique en orden de importancia su actividad mercantil

1.  CLASIFICACIÓN CIIU

2.

3.

PERSONAL VINCULADO AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA  ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA

**INFORMACIÓN SOBRE EL ESTABLECIMIENTO**

PROPIETARIO ÚNICO  SOCIEDAD DE HECHO  COPROPIETARIO

EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO  AJENO

**PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA**

NOMBRE(S) DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(S) PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA (DE SER EL CASO, DEBE RELACIONARSE EN HOJA ANEXA)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO  C.C. O NIT.

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR  FIRMA

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO  C.C. O NIT.

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR  FIRMA

NOMBRE DEL ADMINISTRADOR  C.C. No.

**APORTES EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO**

APORTES LABORALES \$  % APORTES ACTIVOS \$  %

APORTES LABORALES ADICIONALES \$  % APORTES EN UNERO \$  %

TOTAL APORTES \$

FIRMA  ESPACIO RESERVADO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO

FIRMA DEL MATRICULADO, REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR  FIRMA Y SELLO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN No.

## **Anexo B: Las Muertes Por Accidente De Tránsito Aumentaron Durante 2009**

*Crecieron un 2,2 por ciento respecto al 2008, mientras que la cifra de lesiones no fatales disminuyó un 14,6 por ciento, según la investigación. Informe Forensis 2009 del Instituto de Medicina Legal.*

*Como "documento que debe generar más preguntas que respuestas" en los investigadores de la violencia en Colombia calificó la directora general del Instituto de Medicina Legal y Ciencias Forenses, Luz Janeth Forero Martínez, el libro Forensis 2009: datos para la vida, presentado el pasado 4 de mayo en Bogotá. Se trata de un detallado informe, editado por la entidad, que demuestra cómo se comportó la curva de los actos violentos en el país durante el año anterior y cuáles fueron las víctimas en cada uno de esos segmentos. Naturalmente, le dedica un capítulo a la accidentalidad vial que, según las cifras reveladas, es la segunda causa de muertes violentas en nuestro país: 5.796 (20 por ciento), después del homicidio: 17.717 (60 por ciento), y la tercera de lesiones no fatales: 39.167 (13 por ciento), después de la violencia interpersonal: 138.617 (46 por ciento) y la intrafamiliar: 93.856 (31 por ciento). En este punto vale la pena destacar que los muertos por accidente de tránsito en el 2009 crecieron un 2,2 por ciento respecto al 2008 (126 más), mientras que la cifra de lesiones no fatales disminuyó un 14,6 por ciento al registrar 6.721 heridos menos. Sin embargo, como lo revela el informe, "independientemente de la cifra registrada tanto en muertos como en lesionados, vale la pena resaltar que la afectación de la vida social que producen estos eventos bien valdría la pena que fueran ubicados como prioridad en la agenda pública; esto tendría como consecuencia una reorientación de la política de prevención". Esto significa, entre otros, seguir uniendo control con pedagogía, dos conceptos aparentemente disímiles, pero que del 2000 al 2009 han funcionado en la tasa de lesiones por accidente de tránsito aunque no en muertes (las estadísticas registran desde hace una década 12,1 por cada 100 mil habitantes). Muchas variables "Nosotros*

tenemos identificados cuatro causas de la accidentalidad vial -dijo la directora del Fondo de Prevención Vial (FPV), Alexandra Rojas-. Además del comportamiento del conductor, factores como la infraestructura, el tipo de vehículos que rueda por Colombia y las decisiones institucionales alrededor de la señalización y el mejoramiento de la malla vial son determinantes en las cifras". La ejecutiva reveló que su entidad ejerce auditorías e inspecciones alrededor de estos temas y que sus aportes han sido determinantes en la adopción de medidas de seguridad en sistemas de transporte masivo, como el MIO de Cali, y en los estudios sobre el incremento de la velocidad en las carreteras que actualmente está realizando el Ministerio de Transporte. "Somos conscientes, por ejemplo, de que los motociclistas son las grandes víctimas mortales de la accidentalidad vial en Colombia (30 por ciento), a diferencia del promedio mundial, en donde los peatones llevan la peor parte, pero no por eso los 'satanizamos', pues sabemos que ellos pertenecen a un sistema cuyos actores son igualmente responsables". La directora del FPV llamó la atención sobre los ciclistas que conforman el 3 por ciento de los actores viales en Colombia pero que, en el 2009, pusieron 394 muertos (7 por ciento del total) y 2.529 heridos (también 7 por ciento del total). Esto habla, según Rojas, de la necesidad de invertir más en una infraestructura apta para cada quién. "Los articulados deben circular por su propio corredor; las bicicletas, sobre ciclorrutas; los peatones, a lo largo de andenes amplios y altos en donde los vehículos no los invadan; son necesarios más puentes y semáforos peatonales... Todas las decisiones alrededor de la malla vial deben tener como eje central salvar vidas", agregó.

**DEPARTAMENTOS CON MAYOR INCREMENTO DE LESIONADOS (2008-2009)** "Los índices de accidentalidad también sirven para descubrir las determinantes emocionales de una u otra región", dice Forensis 2009. Estos son los departamentos que registraron la mayor variación positiva de heridos en accidente de tránsito, entre el 2008 y el 2009. Casanare: 230 por ciento. Tolima: 174 por ciento. Magdalena: 66 por ciento. La Guajira: 28 por ciento.

**MUNICIPIOS CON MAYOR INCREMENTO DE LESIONADOS (2008-2009)** Estos son los municipios que registraron la

mayor variación positiva de heridos en accidente de tránsito, entre el 2008 y el 2009. Sutatausa: 375 por ciento. Ginebra: 226 por ciento. Boavita: 148 por ciento. Puente Nacional: 139 por ciento. Sesquilé: 88 por ciento. **MUNICIPIOS CON MAYOR INCREMENTO DE MUERTES (2008-2009)** Estos son los municipios que registraron la mayor variación positiva de muertos en accidente de tránsito, entre el 2008 y el 2009. Tubará: 91 por ciento. Puerto Triunfo: 45 por ciento. San Pedro: 25 por ciento. Tarazá: 22 por ciento. Chigorodó: 18 por ciento. Muertos y lesionados en accidente de tránsito según vehículo involucrado. Colombia 2009 Vehículo Lesionados Muertos Moto o motocarro 17.662 2.274 Automóvil 3.084 648 Bicicleta 2.529 394 Buseta 2.733 199 Camioneta 521 131 Sin información 2.221 118 Camperero 361 94 Camión o furgón 201 80 Microbús 185 28 Vehículo articulado 26 24 Tractor, maquinaria 21 16 Volqueta 21 13 Ambulancia 28 12 Transporte articulado 29 7 Aeronaves 3 2 Barco, yate, bote 6 2 No aplica 9.542 1.748 TOTAL 39.167 5.796 Fuente: 'Forensis 2009: datos para la vida' Muertes violentas según manera-Colombia 2009 Homicidio Tránsito Otros accidentes Suicidio Violencia indeterminada 17.717 (60%) 5.796 (20%) 2.900 (10%) 1.845 (6%) 1.175 (4%) Fuente: 'Forensis 2009: datos para la vida' Lesiones no fatales según etiología-Colombia 2009 Violencia interpersonal Violencia intrafamiliar Accidente de tránsito Sexológico Otros accidentes 138.617 (46%) 93.859 (31%) 39.167 (13%) 21.612 (7%) 10.212 (3%) Fuente: 'Forensis 2009: datos para la vida'

Publicación

*motor.com.co*

Sección

*Motor*

Fecha de publicación

*7 de mayo de 2010*