



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR
AL GRADO DE TECNÓLOGO EN COMERCIO
INTERNACIONAL

ESTUDIO PREFACTIBLE PARA COMERCIALIZACION DE LLANTAS EN
COLOMBIA

NOMBRE DE LOS GRADUADOS
ARENAS JARAMILLO MARTA ISABEL
GONZALEZ ADRIANA YULIETH

PROFESOR GUÍA:
MARIN BETANCUR ALEJANDRA

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser nuestro guía incondicional a lo largo de nuestras vidas. Agradecemos a nuestros padres y familiares quienes con su conocimiento, paciencia y motivación fueron apoyo continuo en este proceso de formación académica y también en el ámbito personal.

A mi compañera de trabajo quien a través del tiempo se fue fortaleciendo nuestra amistad, agradezco: por su paciencia, su participación activa y por su ayuda tan desinteresada. Por convivir todo este tiempo y por compartir experiencias de; alegría, tristezas, aventura y celebraciones. Por crecer juntas en este proyecto muchas gracias.

Por ultimo queremos expresar también nuestros más sinceros agradecimientos a la asesora asignada para este proyecto por sus aportes y su tiempo ya que fueron perfeccionando el trabajo realizado.

A todos muchas gracias.

ÍNDICE

CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| AGRADECIMIENTOS | 2 |
| ÍNDICE | 3 |
| LISTA DE FIGURAS | 7 |
| LISTA DE TABLAS | 9 |
| LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS | 11 |
| GLOSARIO | 13 |
| ABSTRACT | 16 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 17 |
| INTRODUCCIÓN | 18 |
| CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA | 19 |
| 1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA | 19 |
| 1.2 TIPO DE EMPRESA | 19 |
| 1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA | 20 |
| 1.4 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA | 21 |
| 1.4.1 MISIÓN | 21 |
| 1.4.2 VISIÓN | 21 |
| 1.5 RELACIÓN PRODUCTOS Y/O SERVICIOS | 22 |
| 1.5 VENTAJAS COMPETITIVAS | 24 |
| 1.6 TRÁMITES Y COSTOS | 25 |
| CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR | 26 |
| 2.1 ENTORNO | 26 |
| 2.1.1 ENTORNO ECONÓMICO | 26 |
| 2.1.2 ENTORNO TECNOLÓGICO | 29 |
| 2.1.3 SECTOR AMBIENTAL | 31 |
| 2.1.4 SECTOR SOCIAL | 32 |

| | |
|---|----|
| 2.2 SECTOR O INDUSTRIA | 32 |
| CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO | 38 |
| 3.1 OBJETIVOS DE MERCADEO | 38 |
| 3.1.1 OBJETIVO CORTO PLAZO | 38 |
| 3.1.2 OBJETIVO MEDIANO PLAZO | 38 |
| 3.1.3 OBJETIVO LARGO PLAZO | 39 |
| 3.2 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS | 39 |
| 3.3 PERFIL DEL MERCADO POTENCIAL DE BIENES Y/O SERVICIOS | 41 |
| 3.3.1 DESCRIPCIÓN DE CONSUMIDOR. | 41 |
| 3.3.2 CRITERIOS DE COMPRA | 42 |
| 3.3.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE VENTA DEL PRODUCTO | 43 |
| 3.4 CUANTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIAL DE BIENES Y/O SERVICIOS. | 43 |
| 3.5 MERCADO COMPETIDOR | 45 |
| 3.6 MERCADO DISTRIBUIDOR | 48 |
| 3.6.1 DISTRIBUCIÓN DIRECTA | 48 |
| 3.7 COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN | 49 |
| 3.7.1 COMUNICACIÓN | 49 |
| 3.7.1.1 LOGO | 49 |
| 3.7.1.2 SLOGAN | 49 |
| 3.7.2 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN | 50 |
| 3.8 PLAN DE VENTAS | 51 |
| CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL | 52 |
| 4.1 TRATADOS COMERCIALES | 52 |
| 4.1.1 BRASIL | 52 |
| 4.2 POSICIONES ARANCELARIAS Y BENEFICIOS ARANCELARIOS | 53 |
| 4.3 REQUISITOS Y VISTOS BUENOS | 56 |
| 4.4 PARTICIPACIÓN EN FERIAS ESPECIALIZADAS | 57 |
| 4.5 RUTAS DE ACCESO | 58 |

| | |
|---|----|
| 4.5.1 TRANSPORTE BRASIL | 58 |
| 4.5.1.1 TRANSPORTE AEREO | 59 |
| 4.5.1.2 TRANSPORTE MARITIMO | 61 |
| 4.5.1.3 TRANSPORTE TERRESTRE | 62 |
| 4.5.1.4 TRANSPORTE FERREO | 63 |
| 4.5.2 TRANSPORTE COLOMBIA | 64 |
| 4.5.2.1 TRANSPORTE FERREO | 64 |
| 4.5.2.2 TRANSPORTE MARITIMO | 64 |
| 4.5.2.3 TRANSPORTE TERRESTRE | 65 |
| 4.5.2.4 TRANSPORTE AEREO | 66 |
| 4.6 LIQUIDACIÓN DE COSTOS DE IMPORTACIÓN Y PECIOS DE EXPORTACIÓN | 67 |
| CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO | 68 |
| 5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN | 68 |
| 5.1.1 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES. | 69 |
| 5.1.2 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS. | 69 |
| 5.2 CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓN | 70 |
| 5.3 PLAN DE PRODUCCIÓN | 70 |
| CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO | 71 |
| 6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO | 71 |
| 6.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 71 |
| 6.1.2 COSTOS PERSONAL Y PROCESOS ADMINISTRATIVOS TERCERIZADOS | 75 |
| 6.2 COSTOS ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO | 76 |
| 6.2.1 LOCACIONES EMPRESA | 76 |
| 6.2.2 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, SOFTWARE MUEBLES Y ENSERES | 77 |
| 6.2.3 REQUERIMIENTOS DE MATERIALES E INSUMOS POR ÁREA | 78 |
| 6.2.4 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS POR ÁREA | 78 |

| | |
|---|------------|
| CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL | 79 |
| 7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL | 79 |
| 7.2. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS | 80 |
| CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO | 81 |
| 8.1. TASAS INTERÉS, IMPUESTOS, TASAS DE RENTABILIDAD | 81 |
| 8.2. APORTES DE CAPITAL DE LOS SOCIOS | 81 |
| 8.3 CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS | 82 |
| 8.4 PRECIOS DE LOS PRODUCTOS | 85 |
| 8.4.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS. | 85 |
| 8.4.2 LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS | 85 |
| 8.5 INGRESOS Y EGRESOS | 86 |
| 8.5.1 INGRESOS | 86 |
| 8.5.1.1 INGRESOS PROPIOS DEL NEGOCIO | 86 |
| 8.5.2 EGRESOS | 86 |
| 8.5.2.1 INVERSIONES | 86 |
| 8.5.3 ESTADOS FINANCIEROS | 87 |
| 8.5.3.1 ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS | 87 |
| 8.5.3.2 FLUJO DE CAJA Y VPN | 87 |
| 8.5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD | 89 |
| 8.5.4.1 ANALISIS DE SENSIBILIDAD | 89 |
| 8.5.4.2 ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS PROYECTADO | 97 |
| 8.5.4.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO | 97 |
| 8.6 EVAUACIÓN FINANCIERA | 98 |
| 8.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO | 98 |
| CONCLUSIONES | 99 |
| BIBLIOGRAFÍA | 100 |
| ANEXOS | 101 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Ilustración 1. Registro Único Empresarial y Social | 19 |
| Ilustración 2. Ficha técnica de neumático..... | 22 |
| Ilustración 3. Cuadro de Especificaciones..... | 22 |
| Ilustración 4. Calificación de Rendimiento..... | 24 |
| Ilustración 5. Crecimiento Económico | 26 |
| Ilustración 6. Flujo Grama Productivo | 27 |
| Ilustración 7. Balanza General Sector Automotriz | 28 |
| Ilustración 8. Matriculas por departamento..... | 28 |
| Ilustración 9. Participacion Segmentos..... | 29 |
| Ilustración 10. Total Industria 2015. | 33 |
| Ilustración 11. Producción mercado nacional más importaciones | 34 |
| Ilustración 12. Ventas Vehículos Nuevos | 34 |
| Ilustración 13. Importación de Vehículos | 35 |
| Ilustración 14. Venta de Autopartes | 36 |
| Ilustración 15. Cadena productiva sector automotriz | 37 |
| Ilustración 16. Ventas de Automóviles del 2014 | 40 |
| Ilustración 17. Mapa de Colombia | 43 |
| Ilustración 18 Ventas por marcas | 44 |
| Ilustración 19. Venta por Marcas..... | 44 |
| Ilustración 20. Ventas por Ciudad..... | 44 |
| Ilustración 21. Calificación de Neumaticos | 47 |
| Ilustración 22. Evaluación de neumáticos por marca | 48 |
| Ilustración 23. Logotipo Empresa | 49 |
| Ilustración 24. Ficha Técnica de Neumático | 54 |
| Ilustración 25. Aeropuertos de Brasil..... | 59 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 26. Rutas Aéreas Brasil-Colombia | 60 |
| Ilustración 27. Rutas Marítimas Brasil-Colombia | 61 |
| Ilustración 28. Transporte Terrestre Brasil | 62 |
| Ilustración 29. Transporte Férreo | 63 |
| Ilustración 30. Red férrea en Colombia | 64 |
| Ilustración 31. Puertos de Colombia..... | 64 |
| Ilustración 32. Transporte Terrestre | 65 |
| Ilustración 33. Transporte Aereo | 66 |
| Ilustración 34. Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación..... | 67 |
| Ilustración 35. Descripción del Proceso de Producción | 68 |
| Ilustración 36. Organigrama estructura organizacional..... | 71 |
| Ilustración 37. Plano de Bodega..... | 76 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Constitución y Creación de la Empresa | 25 |
| Tabla 2. Otros Gastos | 49 |
| Tabla 3. Publicidad de la Empresa | 50 |
| Tabla 4. Tabla de Ventas por Ciudad | 51 |
| Tabla 5. Proyeccion de Ventas | 52 |
| Tabla 6. Gravámenes Arancelarios por Acuerdos | 54 |
| Tabla 7. Participación en Ferias | 58 |
| Tabla 8. Maquinas y Enseres | 69 |
| Tabla 9. Requerimientos de Servicios | 69 |
| Tabla 10. Capacidad de Comercialización | 70 |
| Tabla 11. Plan de Producción | 70 |
| Tabla 12. Costos personales y procesos administrativos tercerizados..... | 75 |
| Tabla 13. Asesoría Contable..... | 75 |
| Tabla 14. Requerimientos de maquinaria, equipos, software y enseres..... | 77 |
| Tabla 15. Requerimiento de Material e insumos por area | 78 |
| Tabla 16. Requerimientos por Servicios por Area..... | 78 |
| Tabla 17. Certificación y Gestión ante entidades Públicas | 80 |
| Tabla 18. Tasa Interés, Impuesto y Rentabilidad | 81 |
| Tabla 19. Aportes de Capital | 81 |
| Tabla 20. Tabla de Amortización 1..... | 82 |
| Tabla 21. Tabla de Amortización año 2..... | 83 |
| Tabla 22. Tabla de Amortización año 3..... | 83 |
| Tabla 23. Tabla de Amortización año 4..... | 84 |
| Tabla 24. Tabla de Amortización año 5..... | 84 |
| Tabla 25. Precio de Producto | 85 |
| Tabla 26. Ingresos Propios del Negocio | 86 |

| | |
|---|----|
| Tabla 27. Inversión | 86 |
| Tabla 28. Estado de Resultados | 87 |
| Tabla 29. Flujo de Caja | 88 |
| Tabla 30. Balance General..... | 89 |
| Tabla 31. Estado de Resultados | 90 |
| Tabla 32. Flujo de Caja | 90 |
| Tabla 33. Criterios de Decisión..... | 91 |
| Tabla 34. Balance General Sensibilidad Análisis 1 | 92 |
| Tabla 35. Estado de Resultados Sensibilidad Análisis 1 | 93 |
| Tabla 36. Flujo de Caja Sensibilidad Análisis 1 | 93 |
| Tabla 37. Criterios de Decisión Sensibilidad Análisis 1 | 94 |
| Tabla 38. Balance General Sensibilidad Análisis 2 | 94 |
| Tabla 39. Estado de Resultados Sensibilidad Análisis 2 | 95 |
| Tabla 40. Flujo de Caja Sensibilidad Análisis 2 | 96 |
| Tabla 41. Criterios de Decisión Sensibilidad Análisis 2 | 96 |
| Tabla 42. Estado de Resultados | 97 |
| Tabla 43. Flujo de Caja Proyectado a 5 años..... | 97 |
| Tabla 44. Criterios de Decisión..... | 98 |

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

ANDI: es la sigla correspondiente a la Asociación Nacional de Industriales, el gremio económico más representativo de la plataforma productiva colombiana. Actualmente se denomina Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.

ASOPARTES: Representa a los empresarios del sector automotor y sus partes. Afiliados, directorio, productos, servicios, descargas.

BMW: es un fabricante alemán de automóviles de gama alta y motocicletas

BYD: fueron parte del grupo de la nueva generación de carros chinos que causaron grata sorpresa en la feria bogotana, no solamente porque muchos tienen unos precios ahora sí atractivos, sino porque responden a una tecnología fresca

CKD: Kit para ensamblaje (Industria) El Kit para ensamblaje/Kit de montaje, Completely Knock Down (**CKD**), en inglés, es un sistema logístico mediante el cual se consolidan en un almacén todas las piezas necesarias para armar un aparato funciona

DANE: El Departamento Administrativo Nacional de Estadística **-DANE-** es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia

DIAN: es la entidad encargada de garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias en Colombia. Facilita las operaciones de comercio nacional e internacional. Se constituyó como Unidad Administrativa Especial

DNP: Es una entidad eminentemente técnica que impulsa la implantación de una visión estratégica del país en los campos social, económico y ambiental, a través del diseño, la orientación y evaluación de las políticas públicas colombianas, el manejo y asignación de la inversión pública

EXPOCAR: Esta sigla hace referencia a un evento de que se realiza en la ciudad de Medellín. Exposición de Carros.

F1: es la Filial 1, la primera generación filial de semillas/plantas o descendencia. Los trabajos pioneros de Gregor Mendel en el s. XIX se enfocaron en los patrones de herencia y en las bases genéticas de la variación.

KM: es la sigla compuesta que hace referencia al kilometraje del vehículo

MERCOSUR: es la sigla compuesta de las palabras “MERCADO COMUN DEL SUR”

PIB: Sigla de *producto interior bruto*, conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año

REVS: es la sigla compuesta que hace referencia a la palabra revisión

PROCOLOMBIA: es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energético y la imagen del país.

RUNT: significa Registro Único Nacional de Tránsito el cual es una gran base de datos centralizada la cual contiene información sobre todos los vehículos en el país, todos los conductores de vehículos, los seguros de los mismos, las infracciones de tránsito cometidas por los conductores, los accidentes de tránsito

SIC: Esta sigla hace referencia a Superintendencia de Industria y Comercio

SOFASA: es una empresa de automóviles en Colombia, que ensambla vehículos de la marca Renault, anteriormente también Toyota y Daihatsu Delta. La empresa exporta vehículos a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y a su vez los distribuye al mercado nacional.

ZOFIVA: Esta sigla hace referencia a Zona Franca Internacional del Valle de Aburra

GLOSARIO

Accesorios: Piezas para vehículos adicionales a las montadas de fábrica

Adherencia: Capacidad de agarre que tiene una llanta respecto a la superficie.

Automóvil: Vehículo automotor de transporte con capacidad de 5 de pasajeros y baja altura al piso, principal diferencia respecto a las camionetas.

Auto partes: Pieza/repuestos de recambio para vehículos.

Banda de rodamiento: Parte de la llanta que tiene contacto directo con la superficie.

Blindaje: Modificación realizada a la carrocería del vehículo para soportar determinados ataques balísticos.

Carrocería: Pieza del vehículo la cual se encuentra sobre el chasis y se encarga de conservar a los ocupantes.

Chasis: Pieza de un vehículo que se encarga de sujetar y soportar la carrocería.

Comercial de carga: Sub-gama de vehículos de trabajo de carga.

Comercial Pasajeros: Sub-gama de vehículos de trabajo de pasajeros.

Diámetro general: Diámetro de la llanta inflada, sin carga.

Dirección: Sistema de un vehículo que se encarga de direccionar el vehículo.

Ensambladoras: Fabricas encargadas del armado de vehículos.

Escape: Sistema de un vehículo que se encarga de

Estabilidad: Situación en la cual el conductor mantiene el control del vehículo.

Filtros: Pueden ser de aire, aceite y combustible; los cuales se encargan de filtrar fluidos del motor.

Fricción: Fuerza que ejerce la rodadura de un neumático respecto a la superficie.

Gama baja: Gama de entrada de vehículos nuevos con los precios más económicos del mercado.

Llanta: Un conjunto de caucho, productos químicos, tejido y metal diseñado con precisión para proporcionar tracción y amortiguar las irregularidades de la ruta y llevar carga en diferentes condiciones.

Lubricantes: Aceites o refrigerantes que se encargan de conservar la lubricación del motor y transmisión del vehículo.

Matriculas: Registro de inscripción de venta de un automotor ante el RUNT

Micro-Adaptive: Compuesto desarrollado por el fabricante de llantas Michelin que se ajusta a las menores irregularidades del piso, permitiendo al caucho tener más adherencia y mejor capacidad de frenada.

Pick Ups Camionetas: Sub-gama de vehículos de trabajo con platón.

Profundidad: Diferencia entre la banda de rodamiento y el labrado de una llanta.

Refrigeración: Sistema del motor de un vehículo que se encarga de mantener la temperatura adecuada para su funcionamiento.

Rin: Parte de la rueda en la cual se monta la llanta

Rodada: Distancia entre los bordes de la banda de rodamiento externos de dos llantas sobre el mismo eje.

Suspensión: Sistema de un vehículo que se encarga de mantener las ruedas en la superficie.

Testear: Realizar pruebas dinámicas a un neumático.

Transmisión: Sistema de un vehículo que se encarga de gestionar la entrega de la potencia del motor a las ruedas.

Trim: Piezas interiores del vehículo que se encargan de separar las piezas de la carrocería y su nsonorización. Por lo general son plásticas.

Utilitarios: Gama de vehículos de trabajo.

conducir al exterior las emisiones producto de la combustión del motor del mismo.

Vehículos de ceros emisiones: Vehículos que no emiten ninguna emisión contaminante al ambiente producto de su funcionamiento.

ABSTRACT

This project was carried out in order to know the process of importing tires from Brazil; following step by step the process of importation from its origin to the sale of the product in Colombia. The country where the imported product will be brought will be Brazil (Itatiaia city), fulfilling all the requirements necessary for the entry of the product to Colombia.

It's intended to start the company as a simplified joint-stock company (S.A.S) and as a small tire dealer here in Colombia, in the city of Medellin-Antioquia. With respect to the capital and the number of partners that the company will have; is formed in the following manner: capital of partners 71% and the remaining 29% will be financed by Banco de Oportunidades.

It also seeks to determine if it's profitable for a small company to import tires and also to market them in Colombia. Variables such as consumer buying behaviors and purchasing criteria such as: technology on the product, frequency of purchase, price, geographic location of the sale of the product and the variations of the dollar were taken into account for this determination.

Finally, based on the financial statements of the project, a positive viability is concluded, as the Internal Rate of Return (TIR) is 30.62% compared to the Internal Rate of Opportunity (TIO) that is 20%.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto fue realizado con el fin de conocer el proceso de importación de llantas desde Brasil; siguiendo paso a paso el proceso de la importación desde su origen hasta la venta del producto en Colombia. El país donde se traerá el producto importado será Brasil, ciudad Itatiaia cumpliendo todos los requisitos y vistos buenos necesarios para el ingreso del producto a Colombia.

Se pretende dar inicio de la empresa como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) y como una pequeña comercializadora de llantas aquí en Colombia, en la ciudad de Medellín-Antioquia. Con respecto al capital y al número de socios que va tener la empresa; está conformado de la siguiente manera: el 71% es capital por parte de los socios y el restante que es 29% será financiado por Banco de Oportunidades.

También se busca determinar si para una pequeña empresa es rentable importar llantas y así mismo comercializarlas en Colombia. Para esta determinación se tuvieron en cuentas variables como comportamientos de compra del consumidor final y criterios de compra como: tecnología sobre el producto, frecuencia de compra, precio, ubicación geográfica de venta del producto y las variaciones que ha tenido el dólar.

Finalmente, fundamentados en los estados financieros del proyecto, se concluye una viabilidad positiva, ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 30,62% frente a la Tasa Interna de Oportunidad (TIO) que es del 20%.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el sector automotriz tiene gran importancia económica en el país, no solo porque genera empleo sino por los almacenes y ventas de autopartes, actualmente las comercializadoras de llantas se han incrementado a pesar de la gran competencia.

El 2014 fue un año histórico para Colombia en el sector automotriz por la venta de vehículos que llegó aproximadamente a 330.000 unidades, esto se explica porque el dólar para este año estuvo por debajo de 1.900 pesos, esto favoreció a los importadores para tener precios competitivos. Cabe destacar que un estudio de la Importadora Nacional de Llantas IMLLA, las llantas más importadas al territorio nacional corresponde a las de los automóviles con 35% el total de llantas importadas es del 48%, las marcas más importantes que se registran son Goodyear con 18%, Michelin 15% y Hankook con 14%.

Teniendo en cuenta lo anterior la Empresa Beldri Llantas S.A.S, tiene como actividad principal la comercialización, compra, venta de llantas para vehículos (automóviles), a nivel nacional de la marca MICHELIN ya que es una empresa que tiene experiencia produciendo llantas con tecnología de punta, lo último en ingeniería y con alto desempeño que permite mejores experiencias para los conductores.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA

El nombre de la compañía hace referencia al producto y también al interés de generar primicia a nivel nacional y a futuro a nivel internacional.

Llantas Beldri SAS

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurías Servicios Virtuales Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: Llantas Beldri SAS Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Único de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Ilustración 1. Registro Único Empresarial y Social

Fuente: Rues. Registro Único Empresarial y Social De Cámaras De Comercio (2016).

1.2 TIPO DE EMPRESA

Nuestra empresa se constituye como S.A.S (Sociedad Por Acciones Simplificada) ya que su conformación puede ser mediante personas naturales o jurídicas, La sociedad tendrá como objeto principal las siguientes actividad comercial, compra, venta de llantas para vehículos (automóviles). Algunos de los beneficios más importantes para la constitución de nuestra empresa como S.A.S son:

- Según el artículo publicado por portafolio, 2010, el pago del capital puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija el aporte de ningún monto específico mínimo inicial. Esto facilita su constitución y da a los socios un crédito de dos años para que obtengan el capital necesario para el pago de las acciones.
- No se necesita un revisor fiscal que represente los procesos financieros y contables que se desarrollan en esta sociedad.
- Este tipo de sociedad no nos limita la cantidad de socios que puedan hacer parte de nuestra compañía, el número de socios es ilimitado.

1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Es una microempresa constituida con el fin de dar a conocer una experiencia única en la compra de las llantas de un automóvil se quiere dar a conocer los beneficios que se adquieren en la vida útil del vehículo tan solo por una buena compra de neumáticos y se darán a conocer de la siguiente forma; dando una mayor importancia a los conceptos técnicos y tecnológicos que el cliente debe tener en cuenta para tener la llanta correcta para su auto.

Para la comercialización se realizara la importación del producto de Brasil a Colombia vendiendo la marca Michelin; la cual cuenta con las características y beneficios que el producto debe tener y es una marca reconocida en el sector automotriz, mercado objetivo en donde se trabajara para el posicionamiento de la compañía.

La compañía estará ubicada en la ciudad de Medellín – Antioquia en este lugar se llevara a cabo las operaciones de venta y almacenamiento se utilizará un área de 200 m².

El código CIIU de la actividad económica que se desempeñara la compañía es:

- Código CIIU: 4530
- Descripción: Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores

- Nota explicativa: Esta clase incluye:
 - El comercio al por mayor y al por menor (incluso a cambio de una retribución o por contrata) de todo tipo de partes, piezas (autopartes), componentes, suministros, herramientas y accesorios (lujos), nuevos o usados, para vehículos automotores, realizado independientemente o no del comercio de vehículos.
 - El comercio al por mayor y al por menor de llantas y neumáticos para todo tipo de vehículos automotores.

Esta clase excluye:

- El comercio de vehículos automotores nuevos. Se incluye en la clase 4511, «Comercio de vehículos automotores nuevos».
- El comercio de vehículos automotores usados. Se incluye en la clase 4512, «Comercio de vehículos automotores usados».
- El mantenimiento y reparación de vehículos automotores. Se incluyen en la clase 4520, «Mantenimiento y reparación de vehículos automotores». (Camara y Comercio)

1.4 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

1.4.1 MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la comercialización y venta de llantas para vehículos automotores, con un equipo de personas que le brindan soluciones de alta precisión, orientados en el mejoramiento continuo para ofrecer una óptima prestación en servicios.

1.4.2 VISIÓN

Para el 2025 tener presencia en el mercado de la región como el mejor Punto de Servicios y de Autopartes diferenciados por una óptima atención y servicio, para las necesidades del transporte en Colombia, que permitan una mejor calidad de vida para nuestros colaboradores, clientes y aliados.

1.5 RELACIÓN PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

El producto que se ofrecerá es neumáticos para vehículos de gama media baja. La referencia del producto es 185/60R14 MICHELLIN, a continuación por medio de un grafico se explicara la forma de lectura tecnica para la compra de neumaticos:



Ilustración 2. Ficha técnica de neumático

Fuente: Imagen tomada de WEB Michelin

Nombre comercial Energy XM2, llanta para todo tipo de clima, más segura y más durable. Es una llanta desarrollada para soportar las duras condiciones de nuestras carreteras, ofreciendo además mayor seguridad y duración. A nivel nacional este producto tiene un promedio de calificación de usuario de 4 estrellas.

Especificaciones:

| CÓDIGO | MEDIDA, ÍNDICE DE CARGA & RANGO DE VELOCIDAD | MÁS INFORMACIÓN | COSTADO | UTQG TREADWEAR, UTQG TRACCIÓN, UTQG TEMPERATURA | RANGO DEL ANCHO DEL RIN (MIN/MAX) PULGADA | ANCHO DE SECCIÓN (AL MEDIR LO ANCHO DEL RIN) (MM EN PULGADA) | DIÁMETRO GENERAL (MM) | REVOLUCIONES POR KM | PROFUNDIDAD DE PISO (MM) |
|--------|--|-----------------|---------|---|---|--|-----------------------|---------------------|--------------------------|
| 48444 | 185/60R14 82 H | | BSW | 420 A A | 5" - 6.5" | 189mm en 5.5" | 578 | 568 | 7.5 |

Ilustración 3. Cuadro de Especificaciones

Fuente: Web Michelin

Notas referente a recuadro de especificaciones:

Los números en la tabla representan valores nominales. Las REVS/KM son valores aplicables únicamente a llantas nuevas.

Las llantas y cámaras MICHELIN son constantemente sometidas a programas de desarrollo. Industrias Michelin S.A. de C.V. y MICHELIN Norte América se reservan el derecho de cambiar las especificaciones del producto en cualquier momento sin previo aviso ni obligación.

- ✓ Las dimensiones mostradas son valores promedio para llantas medidas en el rin de medición especificado. Algunas llantas pueden variar de este valor por un +/-3% en el alto de sección (afectando el diámetro total), y un +/- 4% en el ancho de sección.
- ✓ Especificaciones en llantas individuales pueden variar de los datos mostrados en la tabla.
- ✓ El ancho total de la sección varía aproximadamente 0.2" (5mm) por cada 0.5" de cambio en el ancho del rin

Beneficios:

- ✓ Mayor resistencia a impactos¹: Tecnología IronFlex La combinación entre cuerdas reforzadas y una estructura de llanta más flexible y adaptable a las irregularidades del piso, tales como baches y defectos en el asfalto, trae como resultado una llanta con una menor probabilidad de daños ocasionados por impactos.
- ✓ Frena hasta 4 metros antes en piso mojado²: Compuesto Micro-Adaptive Nuevo compuesto de hule mucho más flexible, que se adapta hasta las menores irregularidades del suelo, asegurando una excelente adherencia.

Calificación de rendimiento:



Ilustración 4. Calificación de Rendimiento

Fuente: Web Michelin

Garantía:

Todas las llantas radiales MICHELIN® para auto, camioneta y camión, hasta vehículos de clase 8 vendidas a nivel nacional, cuentan con una Garantía Limitada aplicable en territorio nacional que cubre cualquier defecto en los materiales y la mano de obra durante la vida de la banda de rodamiento original (remanente de profundidad de piso mínimo 1.6 mm o 2/32"). La garantía será aplicada bajo terminos y condiciones.

1.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

La compañía cuenta como producto principal con una de las mejores marcas de llantas del mercado del sector automotriz. La mundialmente reconocida Michelin con más de 100 años de experiencia en la fabricación de neumáticos con los más altos estándares de calidad en campos tan exigentes como la Formula 1 y demás categorías del automovilismo. El producto ofrecido se distingue por su durabilidad, respaldo garantía e imagen de marca. A pesar que en el mercado encontramos un sinnúmero de marcas de llantas es bien sabido que el producto que la compañía ofrecerá se reconoce como referencia importante de autoparte de todo vehículo.

La distinción competitiva del producto radica principalmente en la tecnología empleada en el desarrollo y su fabricación. Michelin cuenta con laboratorios y equipos de última generación con los cuales se diseñan las llantas de acuerdo a las aplicaciones y necesidades de cada cliente. De igual manera, dispone de pistas de pruebas donde se testean sus productos bajo distintas condiciones de terreno, adherencia, temperatura, presión etc.

1.6 TRÁMITES Y COSTOS

La siguiente tabla muestra los requisitos que son requeridos para la constitución y creación de una empresa:

Tabla 1. Constitución y Creación de la Empresa

| TRAMITE | COSTO | PERIODO |
|---|------------|---|
| Consulta del nombre | 0 | Única vez |
| Consulta código CIIU | 0 | Única vez |
| Consulta Uso de Suelos | 0 | Cada vez que se cambie de localidad |
| Formulario Matricula Mercantil | \$ 4.800 | Única Vez |
| Derecho de matricula | \$ 77.000 | Cada Año |
| Registro y renovación de matricula | \$ 441.000 | Cada Año |
| N.I.T | 0 | Única Vez |
| R.U.T (Registro Único Tributario) | 0 | <u>La actualización del RUT tendrá lugar cuando se modifiquen los datos de identificación, ubicación y clasificación, estado de la organización, representación legal, junta directiva, socios, revisoría fiscal o cualquier otro hecho que implique modificación de los datos inicialmente consignados en el registro. Recuperado de http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes3.html</u> |
| Autorización para numeración de facturación | 0 | Única Vez |
| Total | \$ 522.800 | |

Fuente Propia 2016

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 ENTORNO

2.1.1 ENTORNO ECONÓMICO

Informe de la ANDI nos indica que si comparamos la economía colombiana en el año 2015 con los demás países el balance se puede tomar positivo, ya que el año cerro con un crecimiento superior al 3 %, nivel inferiro al del año anterior que fue del 4.6% y al promedio de los ultimos años que ha sido del 4.2%. (2016)

En el año 2016 para el segundo semestre cierra con un crecimiento del 2,5% según articulo de portafolio va equivalente o igual al del año 2015.

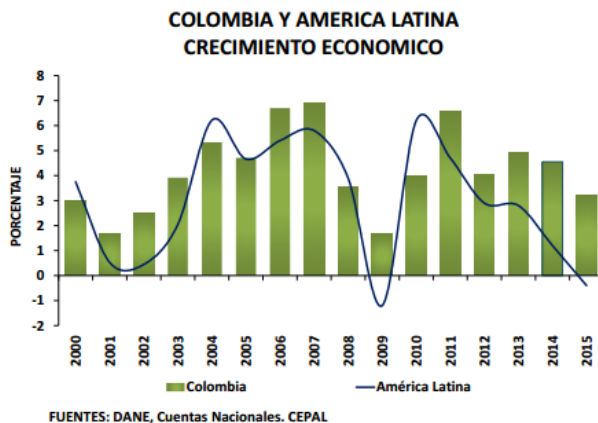


Ilustración 5. Crecimiento Económico

A continuación se presenta el flujograma productivo del sector automotriz-autopartes:



Ilustración 6. Flujo Grama Productivo

Fuente: Web ANDI Colombia

En esta tabla vemos la balanza general en relación al sector Automotriz.

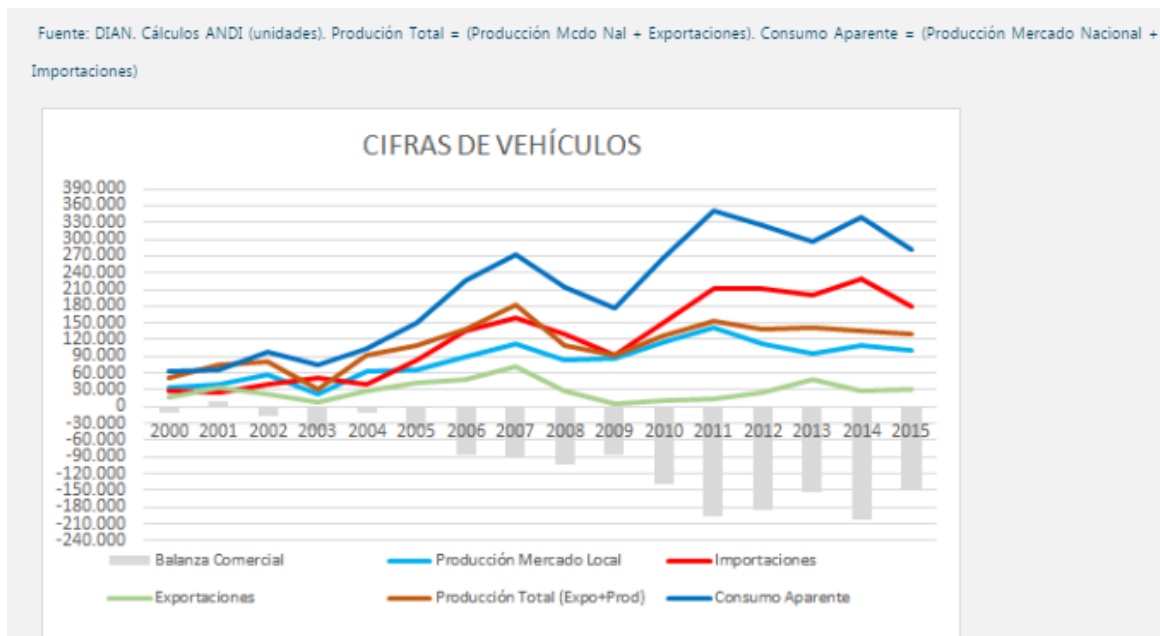


Ilustración 7. Balanza General Sector Automotriz

Participación del sector automotriz mercado por departamento

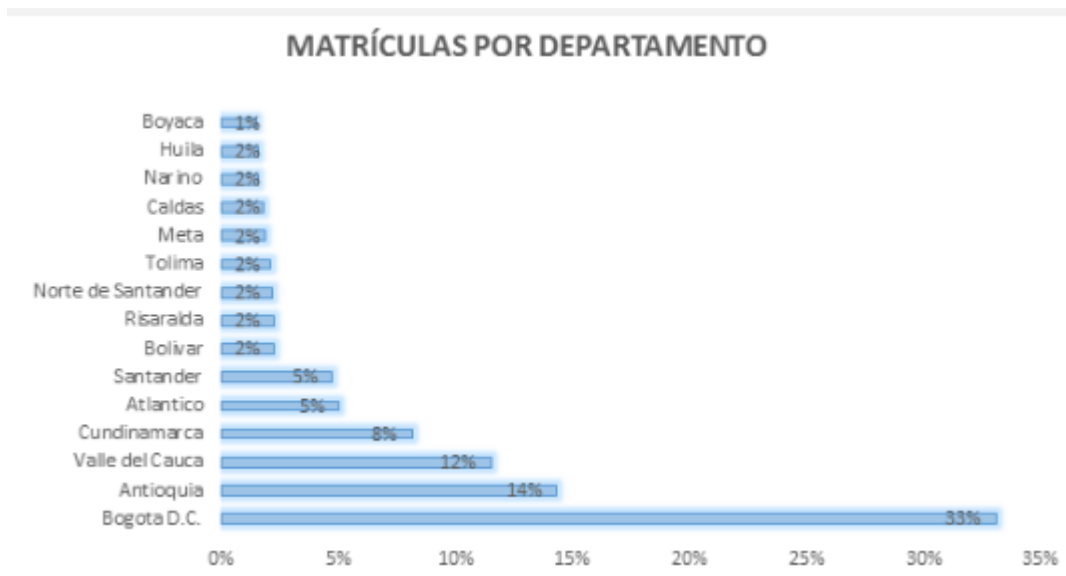


Ilustración 8. Matriculas por departamento

Fuente: Web ANDI-Colombia

Participación por segmentos de vehículos

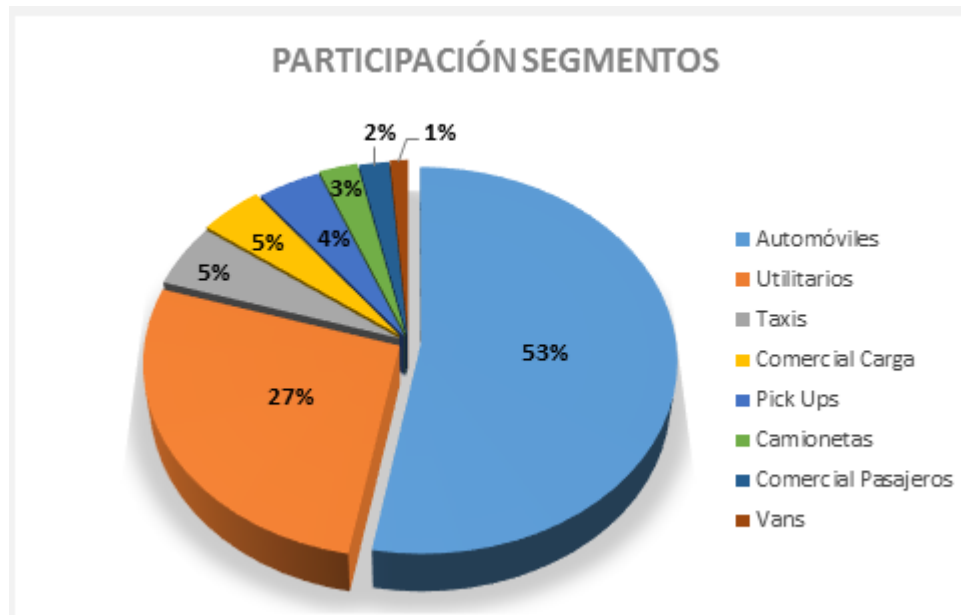


Ilustración 9. Participacion Segmentos

Fuente: Web ANDI.

Si bien la economía colombiana logrará un crecimiento este año, que no iría más allá de 3,5% en un escenario optimista, Pirelli, el fabricante y comercializador de llantas para vehículos, proyecta que su facturación tendrá una expansión de 20%, frente a 2014. Nada mal, si se tiene en cuenta que factores como el encarecimiento del dólar juegan en contra de productos importados como los neumáticos. (Montoya, 2016).

2.1.2 ENTORNO TECNOLÓGICO

En Colombia el entorno tecnológico es un poco limitado para el sector en que vamos a trabajar ya que contamos con muy pocas compañías dedicadas a la fabricación de vehículos y auto partes por ejemplo; para fabricación y ensamble de vehículos tenemos actualmente las siguientes compañías:

- ✓ General Motors Colmotores (marcas Isuzu, Volvo y Chevrolet)
- ✓ Sociedad de Fabricación de Automotores - SOFASA (marca Renault)
- ✓ Hino Motors Manufacturing S.A. (marca Hino – grupo Toyota)
- ✓ Fotón
- ✓ Carrocerías Non Plus Ultra (marca propia, CKD Volkswagen)
- ✓ Compañía de Autoensamble Nissan (marca Nissan)
- ✓ Navistrans S.A (marca Agrale)
- ✓ Daimler (marca Mercedes Benz)

Algunas de las compañías que encontramos en el sector de autopartes con la producción de sistemas de suspensión, sistemas de dirección, sistemas de escape, sistemas de transmisión, sistemas de refrigeración, material de fricción, partes eléctricas como baterías y cableados, productos químicos, rines, llantas, filtros para aire, lubricantes y combustibles, tapicerías en tela y cuero, trim interior, vidrios templados, laminados y para blindaje, bastidores de chasis, aires acondicionados, partes de caucho y metal y accesorios, entre otros son; en algunas oportunidades resultada más rentable y una mejor inversión trabajar con piezas exportadas.

Y en segmento de llantas solo encontramos a la compañía Goodyear esta empresa con una trayectoria en Colombia de 65 años y esta ubicada en la Ciudad de Cali, la última inversión realizada en la compañía para el desarrollo interno en la cadena producción fue en el 2004 de US\$ 50 millones para montaje de maquinaria para la construcción de llantas radiales para camión y en el 2008 empezó a implementar el sistema SAP. Colombia fue pionera en Latinoamérica. Goodyear de Colombia obtiene la certificación Clase A en sus procesos de Supply Chain (GOODYEAR)

Es una gran ventaja competitiva ya que la competencia que tenemos es solo del mercado importador.

2.1.3 SECTOR AMBIENTAL

Podemos analizar este sector de forma positiva ya que debemos presentar y dar a conocer la imagen del estado de las vías colombianas ya que se encuentran en condiciones riesgosas de desniveles, lluvia y combinación de superficies que pueden desencadenar accidentes sino se cuenta con unas buenas llantas; por lo tanto es por este que debemos dar a conocer.

En Colombia el sector automotriz a puesta mucho a la gestión ambiental por ejemplo algunas marcas están participando en la comercialización de vehículos de cero emisiones; este producto son los vehículos electricos. A continuación damos a conocer un articulo publicado por la casa editorial del Tiempo referente a este tipo de vehículos:

En el 2013 el Ministerio de Industria y Comercio expidió el decreto 2909 por medio del cual se estableció que durante tres años se permitiría la importación de 750 vehículos eléctricos y 750 híbridos anuales con una ventaja arancelaria.

En el caso de los primeros se bajó a cero el gravamen, siempre y cuando el precio FOB del vehículo y su respectivo sistema de carga fuera inferior a 52.000 dólares. Para los híbridos enchufables, con motor de combustión inferior a 3.000 cm³, el gravamen se redujo a 5 por ciento. No hay duda que los autos eléctricos son una propuesta interesante para la movilidad urbana, algo evidente al tomar en cuenta los esfuerzos de las marcas que ya trabajan en ello y el hecho que gran parte de la energía producida en el país es mediante plantas hidroeléctricas, reduciendo el impacto ambiental. (BRAVO, 2015)

Renault, BMW y BYD, han dado pasos en esta dirección siguiendo los lineamientos globales de cada marca, al tiempo que Nissan quiere seguir siendo líder mundial en la venta de este tipo de autos a través de mercados importantes en Latinoamérica

2.1.4 SECTOR SOCIAL

En Colombia se origina la importación de vehículos en el comienzo del siglo XX, las marcas que incursionaron al territorio fueron Ford, Fiat y Renault entre otros, a mediados de los años 50 Colombia toma la decisión de tener ensambladoras en el país, El 27 de julio de 1956 se inicia en Bogotá la obra para dar origen a la Fábrica Colombiana de Automotores S.A. – Colmotores. (Colmotores, 2016).

En el año 1969 empieza a funcionar la ensambladora SOFASA, la cual se encuentra ubicada en Envigado Antioquia actualmente. Planta de fabricación y ensambladora de vehículos de marca Renault, Toyota y Daihatsu Delta.

Con la creación de ensambladoras en Colombia esto aportó al crecimiento del sector industrial del país; basado en lo anterior con el comienzo de las fábricas en el país se crean pequeñas empresas basadas en la comercialización de autopartes o repuestos, esto da un aporte significativo al PIB mejorando las condiciones económicas.

“Colombia es el cuarto productor de vehículos en América Latina con más de 130 mil unidades por año. Con la apertura de la planta de estampado de General Motors, Colombia se convirtió en productor y no exclusivamente ensamblador”.

“La producción en el sector de autopartes se duplicó en diez años al pasar de USD 414 millones en 2002 a USD 945 millones en 2012, registrando una tasa promedio de crecimiento anual de 10%”. (Procolombia, 2016)

2.2 SECTOR O INDUSTRIA

El sector automotriz en Colombia es una industria potente en progreso, esta conformada por el ensamble de vehículos, la producción de las autopartes y el ensamble de motos. En el país esta representada por varias empresas tales como Renault – Sofasa, Colmotores, Hino Motores de Colombia y Foton.

“En 2015 la producción alcanzó las 131.235 unidades siendo 3,7% menores a las producidas en 2014. De la producción total el 76% corresponde a producción para el mercado nacional (99.936 unidades), mientras que el restante 24% corresponde a la producción destinada a las exportaciones (31.299 unidades)”. (ANDI, 2016)

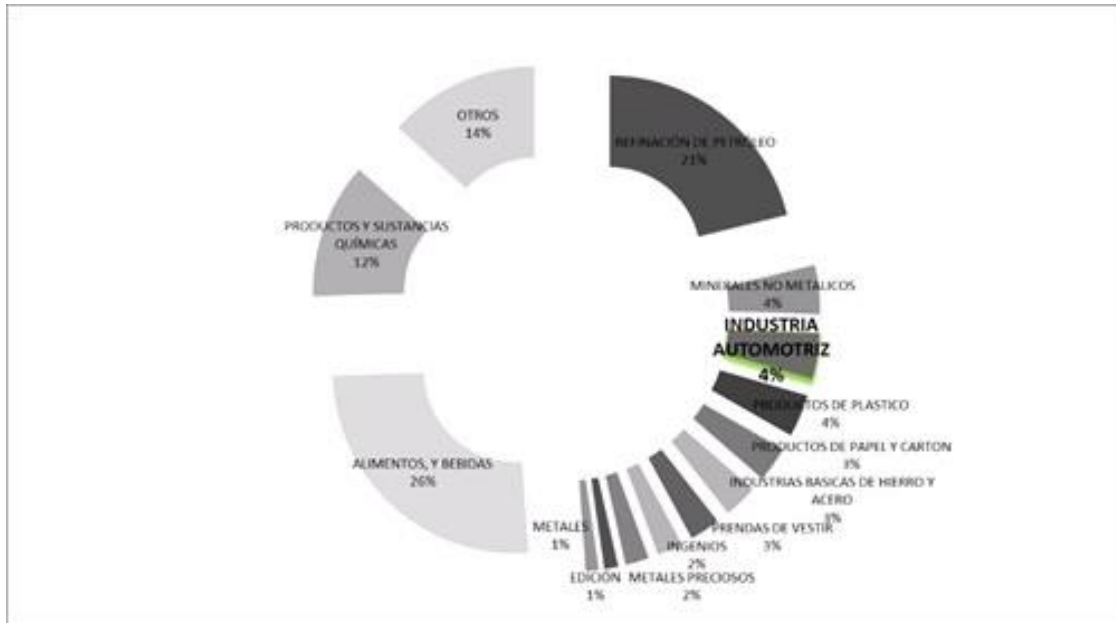


Ilustración 10. Total Industria 2015.

Fuente: Web ANDI.

El calculo de unidades por año

| Año | Producción Total | Producción Mercado Nacional | Exportaciones | Importaciones | Balanza Comercial | Consumo Aparente |
|------|------------------|-----------------------------|---------------|---------------|-------------------|------------------|
| 2000 | 50.716 | 34.789 | 15.927 | 27.045 | - 11.118 | 61.834 |
| 2001 | 75.997 | 41.111 | 34.886 | 26.414 | 8.472 | 67.525 |
| 2002 | 81.000 | 57.993 | 23.007 | 40.709 | - 17.702 | 98.702 |
| 2003 | 32.566 | 23.233 | 9.333 | 52.372 | - 43.039 | 75.605 |
| 2004 | 93.363 | 63.606 | 29.757 | 41.017 | - 11.260 | 104.623 |
| 2005 | 109.333 | 67.262 | 42.071 | 83.159 | - 41.088 | 150.421 |
| 2006 | 138.690 | 89.951 | 48.739 | 135.188 | - 86.449 | 225.139 |
| 2007 | 183.721 | 113.128 | 70.593 | 160.239 | - 89.646 | 273.367 |
| 2008 | 110.766 | 83.770 | 26.996 | 129.898 | - 102.902 | 213.668 |
| 2009 | 91.118 | 86.144 | 4.974 | 91.832 | - 86.858 | 177.976 |
| 2010 | 128.265 | 116.246 | 12.019 | 151.226 | - 139.207 | 267.472 |
| 2011 | 154.261 | 140.796 | 13.465 | 210.216 | - 196.751 | 351.012 |
| 2012 | 138.872 | 113.074 | 25.798 | 212.204 | - 186.406 | 325.278 |
| 2013 | 142.840 | 94.181 | 48.659 | 200.676 | - 152.017 | 294.857 |
| 2014 | 136.243 | 109.261 | 26.982 | 230.409 | - 203.427 | 339.670 |
| 2015 | 131.235 | 99.936 | 31.299 | 180.603 | - 149.304 | 280.539 |

Ilustración 11. Producción mercado nacional más importaciones

Fuente: DIAN. Cálculos ANDI (unidades). Producción Total = (Producción Mcdo Nal + Exportaciones). Consumo Aparente = (Producción Mercado Nacional + Importaciones)

El mercado de vehiculos en colombia en el 2015 fueron de 283.267 unidades según el Dane, donde tuvieron una participacion del 53%.

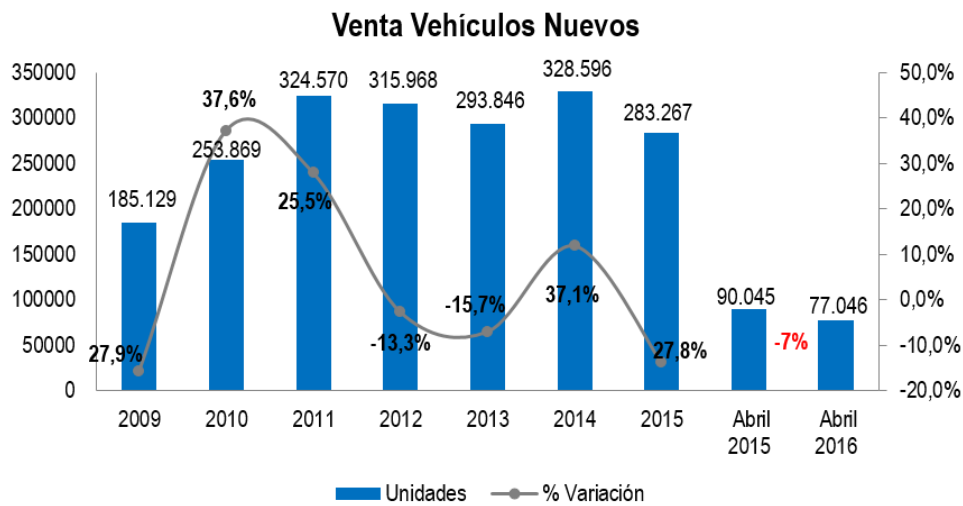


Ilustración 12. Ventas Vehículos Nuevos

Fuente: Web Aso-partes

El sector de autopartes ha sido motivada por la industria automotriz de gracias a su produccion y venta de vehiculos; según proexport colombia en la ultima decada las exportaciones han tenido un crecimiento del 220% en el mercado latino americano, los principales productos son: llantas neumaticas, material de friccion, empaquetadura de motor, partes de suspensión entre otros. Por otra parte las importaciones tambien han jugado una parte importante ya que en colombia han tenido un crecimiento del 39% teniendo una alta demanda en las ensambladoras y el mercado.

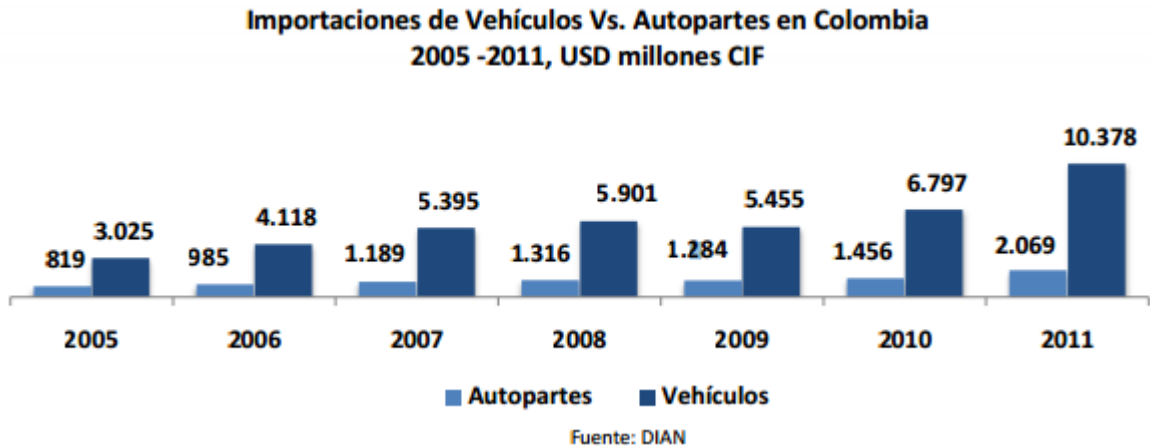


Ilustración 13. Importación de Vehículos

Fuente: Web DIAN

En la siguiente grafica se muestra según asopartes la venta de autopartes en colombia del sector automotriz.



Fuente: ASOPARTES

Ilustración 14. Venta de Autopartes

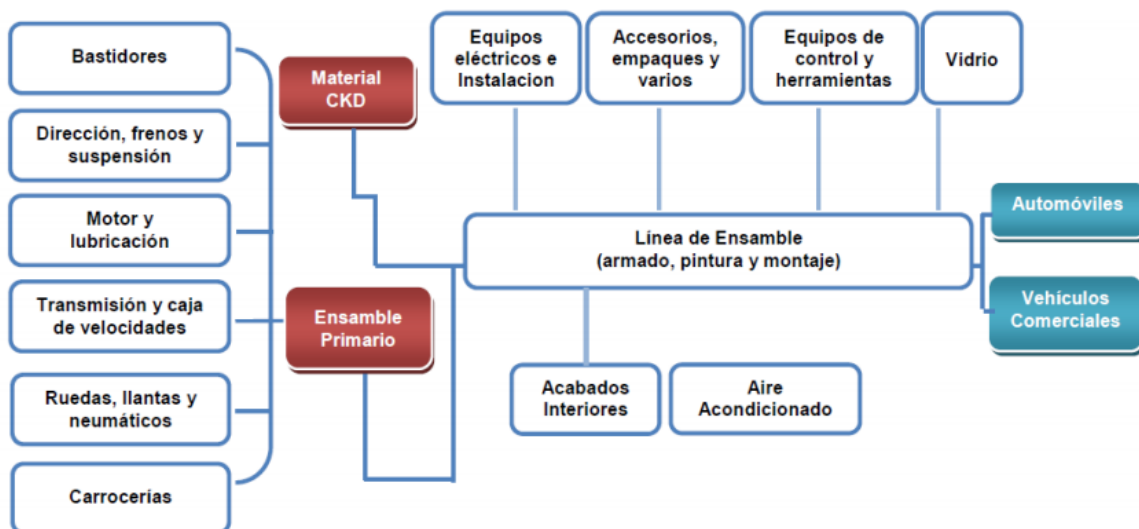
Fuente: Web ASOPARTES

También hay que tener en cuenta que el sector automotriz ha visto golpeado por la alza en el dólar en el 2016, el subsector de las autopartes sufre por la disminución de ventas de vehículos en 2015, encarecimiento en los repuestos, esto incrementa los hurtos, y la distribución de partes en el mercado negro.

De acuerdo a la información anterior Llantas Beldri S.A.S la compañía tiene como ventajas comparativas, la ubicación geográfica del país ya que es estratégica, Colombia es un país que ha estado incursionando en la apertura de mercados, lo que nos permite mayor confiabilidad y fluidez.

La siguiente gráfica se asocia con la cadena productiva del sector automotriz

Cadena Productiva sector automotriz



Fuente: DNP – Departamento Nacional de Desarrollo

Ilustración 15. Cadena productiva sector automotriz

Fuente: DNP-Departamento de Desarrollo

También hay que tener en cuenta que el sector automotriz se ha visto golpeado por la alza en el dólar en el 2016, el subsector de las autopartes sufre por la disminución de ventas de vehículos en 2015, encareciendo los repuestos y esto incrementa los hurtos, y la distribución de partes en el mercado negro.

De acuerdo a la información anterior Llantas Beldri S.A.S la compañía tiene como ventajas comparativas, la ubicación geográfica del país ya que es estratégica, Colombia es un país que ha estado incursionando en la apertura de mercados, lo que nos permite mayor confiabilidad y fluidez.

“El mercado de automóvil y camioneta se ha volteado hacia un mercado de llantas reconocidas de alta calidad y buena marca a precios muy competitivos. Igualmente ingresan llantas chinas de nuevas marcas por lo que es evidente que hay una expansión del mercado total”, explicó Manzur.

Por su parte, el mercado de llantas de creció en el primer semestre del año pasado 44 por ciento en unidades y 43 por ciento en valor. Una de las características del mercado se registró con la decisión del Gobierno de imponer un sobrecosto a las importaciones de llantas chinas, lo que dejó a la mayoría de las marcas de ese país por fuera del mercado. (Portafolio, 2015)

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

Conocer e identificar las oportunidades de negocio que se tiene en el sector de autopartes del sector automotriz para lograr se tendrá en cuenta los siguientes objetivos.

3.1.1 OBJETIVO CORTO PLAZO

Objetivo planificado para llevar a cabo en el año 2017.

Establecer convenios con pequeñas empresas que tienen participación en la compra de vehículos para su trabajo o para su organización y así crear alianzas o convenios estratégicos para que las ventas de la compañía sean estables y alcanzables.

Algunas de las estrategias para llevar a cabo será:

- ✓ Celebrar convenios de colaboración y participación con otras empresas que participan en la compra de vehículos para un parque automotor con el fin de mejorar la participación en el mercado y brindar un mejor servicio.
- ✓ Contar con personal ideal para la venta del producto, velar que el mismo cumpla con los requisitos y conocimiento necesario en cuanto al producto y las ventas.
- ✓ Incentivar para mantener la base de datos actualizada y mantener actualización de la misma

3.1.2 OBJETIVO MEDIANO PLAZO

Objetivo planificado para llevar a cabo a partir del año 2018.

- ✓ Lograr el reconocimiento de la empresa Beldri Llantas SAS en el sector de autopartes en la zona de Medellín.

Algunas de las estrategias para llevar a cabo será:

- ✓ Fomentar y hacer un seguimiento para lograr y mantener las estrategias de promoción establecidas en el corto plazo y así buscar también una mayor participación de la marca en diferentes eventos tales como eventos empresariales, eventos relacionados con el sector.

3.1.3 OBJETIVO LARGO PLAZO

Objetivo planificado para llevar a cabo a partir del año 2022.

- ✓ Incrementar para el año 2022 la participación del mercado en un 1,5%. En el año 2016 la participación esperada es del 0.58%.
- ✓ Incluir en el portafolio de producto una nueva referencia de neumáticos.

Algunas de las estrategias para llevar a cabo será:

- ✓ La garantía de prestar un excelente servicio guiarán a la empresa a alcanzar una participación mayor en el mercado. Esta tendencia será sostenible a medida que se aprueben y revisen anualmente los planes de mercadeo para la empresa.
- ✓ Realizar un estudio de mercado que indique cual es el segmento a la cual debería la empresa realizar inversiones e inaugurar una referencia que sea atractivo para todos los consumidores.

3.2 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS

El bien que se ofreciera para la venta en este proyecto son llantas para automoviles con referencia de RIN 14: 185/60R14, este producto cumple una vida util la cual es de 2 a 3 años aproximadamente, esta cuenta se hace apartir de que la llanta nueva entra en uso. Por lo tanto para obtener el mercado meta se tuvo en cuenta el historico de ventas de Iso vehículos automotores nuevos, se tomaran cifras de ventas del año 2014 a nivel nacional la información fue tomada de Asociación Nacional de Industriales (ANDI).

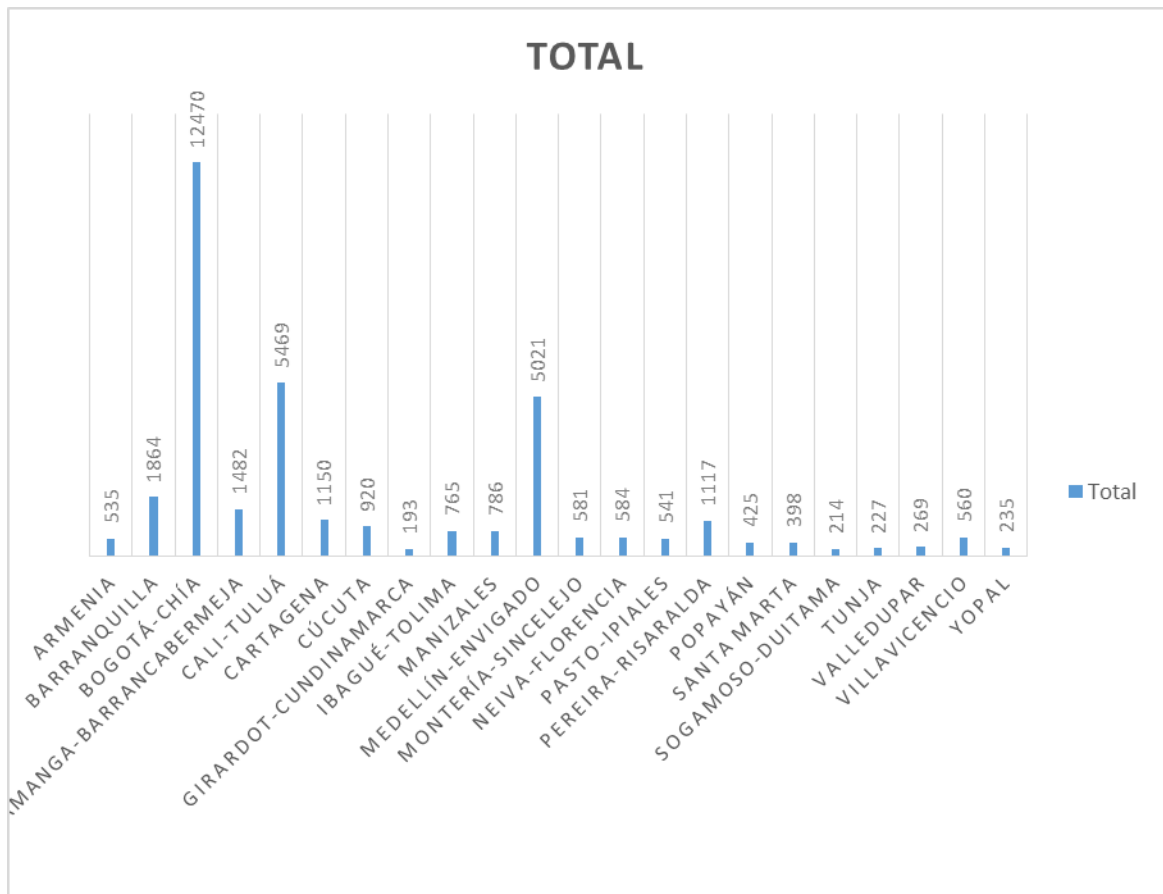


Ilustración 16. Ventas de Automóviles del 2014

Fuente: ANDI-VENTAS 2014 AUTOMOVILES

En la tabla anterior se da a conocer el compartimiento de ventas a nivel nacional se indica que las ciudades principales en ventas son Bogotá, Medellín y Cali. Inicialmente la compañía Beldri Llantas S.A.S tendrá presencia en la ciudad de Medellín.

Unos de los criterios para escoger la ciudad de Medellín es que la compañía iniciara sus operaciones de ventas en las mismas y adicionalmente es una ciudad que sobresale como uno de los principales centros financieros, industriales, comerciales y de servicios de Colombia, primordialmente en los sectores textil, confecciones, metalmecánico, eléctrico y electrónico, telecomunicaciones, automotriz, alimentos y salud. Antioquia es cercana a los océanos atlántico y pacífico, y equidistante de los principales centros urbanos de

Colombia. Cuenta con la segunda mayor extensión en costas sobre el mar Caribe colombiano con 325 km en el golfo de Urabá. La ciudad cuenta con un moderno sistema urbano de transporte público que comprende metro, metro-cable, metro-plús y tranvía (en construcción); y tiene 2 aeropuertos: el internacional José María Córdova, situado en el municipio de Rio negro, que se conecta con las principales ciudades de Estados Unidos y con hubs estratégicos de Centro y Suramérica a través de 12 rutas aéreas internacionales; y el Olaya Herrera, destinado a vuelos regionales y nacionales. (PROCOLOMBIA, s.f.).
Zonas francas:

- ✓ Zona Franca Uraba
- ✓ Zona Franca Rionegro
- ✓ Zona Franca Internacional del Valle de Aburra-ZOFIVA

Bogotá sería la segunda ciudad para realizar la venta de neumaticos pero siempre teniendo como sede principal en la ciudad de Medellín. A continuación algunos datos de la ciudad de Bogotá. En Bogotá se vendieron en el año 2014 12.470 automoviles de la gama que sería mercado potencial.

3.3 PERFIL DEL MERCADO POTENCIAL DE BIENES Y/O SERVICIOS

3.3.1 DESCRIPCIÓN DE CONSUMIDOR.

La definición y descripción del perfil del mercado potencial se tendrá en cuenta las variables de:

- ✓ Venta de Vehículos que aplican para la referencia RIN 14: 185/60R14 antes del año 2014.
- ✓ Género: Hombre, Mujer o Empresa
- ✓ Tipo de vehículo: Automóvil gama baja

- ✓ Marca de automóviles: Accent 4p-1.6-mt-gl-std, accent gl, alto 800, celerio hg amt, celerio hg m/t, chevytaxi, chevytaxi elite, chevytaxi plus, clio express, clio style, eon, gol, gol comfortline, gol highline, gol trendline, grand i10, grand i10 4p-1.2-mt-gl-std, grand i10, 4p-1.2-mt-gl-air bag, i 10 gl, logan authentique, logan dynamique, logan expression, logan familier, march, mirage, new alto k10, picanto ekotaxi + lx, picanto ex, picanto lx, rio stylus ls, sail, sandero authentique, sandero dynamique, sandero expression, sentra b13, spark, spark gt, spark gt 1.2l mt full p7, spark like 1.0l tm ls, swift, swift 1.2 at, swift 1.2 mt, swift dzire mt, taxi 7:24, uno attractive, uno way, versa, voyage
- ✓ Propiedad del vehículo: Es directamente propietario del vehículo o propiedad de la empresa (Parque Automotor de la empresa)
- ✓ Lugar de Compra: Antioquia- Medellín

3.3.2 CRITERIOS DE COMPRA

Los criterios de compra del consumidor se basan en diferentes variables las cuales impulsa a hacer la compra el producto ofrecido es una compra planificada por lo tanto se debe transmitir al cliente seguridad en su compra y dar valor agregado y diferenciador en la compra a la empresa Beldri Llantas S.A.S.

Tecnología sobre el producto

La tecnología de punta que utilizan para la fabricación del producto trae como consecuencia; larga duración, adherencia en seco, ahorro de combustible, seguridad, confort y adherencia en superficie mojada. Por lo tanto se transmite al consumidor tranquilidad y se da cumplimiento a las necesidades.

Frecuencia de compra

La frecuencia de compra de llantas por vehículo es de cada 2 a 3 años, ya que las llantas es un producto de desgaste y su ciclo de vida es de tiempo promedio.

Precio

En este producto el precio esta segmentado según marca y según reconocimiento de la misma, es un precio variable según marca.

3.3.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE VENTA DEL PRODUCTO

La zona limitada en color amarillo es el territorio donde estará ubicada la empresa. La ubicación para las ventas sería en el barrio Envigado sector Ayura.



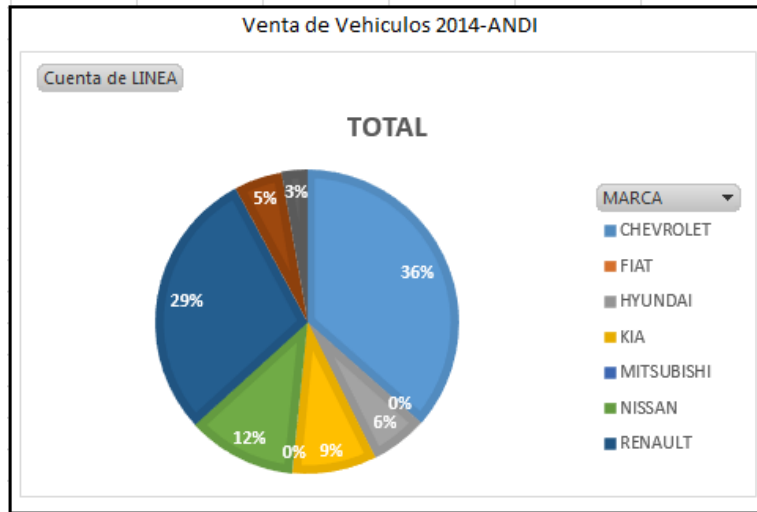
Ilustración 17. Mapa de Colombia

Fuente: Internet Imagen 2016 Mapa de Colombia

3.4 CUANTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIAL DE BIENES Y/O SERVICIOS.

Los datos que se presentaran a continuación son datos tomados en la base de datos de los vehículos vendidos en el año 2014, las cifras que están son de los vehículos que aplican para la venta de referencia ofrecida.

- ✓ Venta de vehículos por línea de carros, estos son las marcas en las que aplica la



referencia que se venderá.

Ilustración 18. Ventas por Marca

Fuente: Web ANDI, ventas vehículo 2014

- ✓ Venta de vehículos del año 2014 a nivel nacional

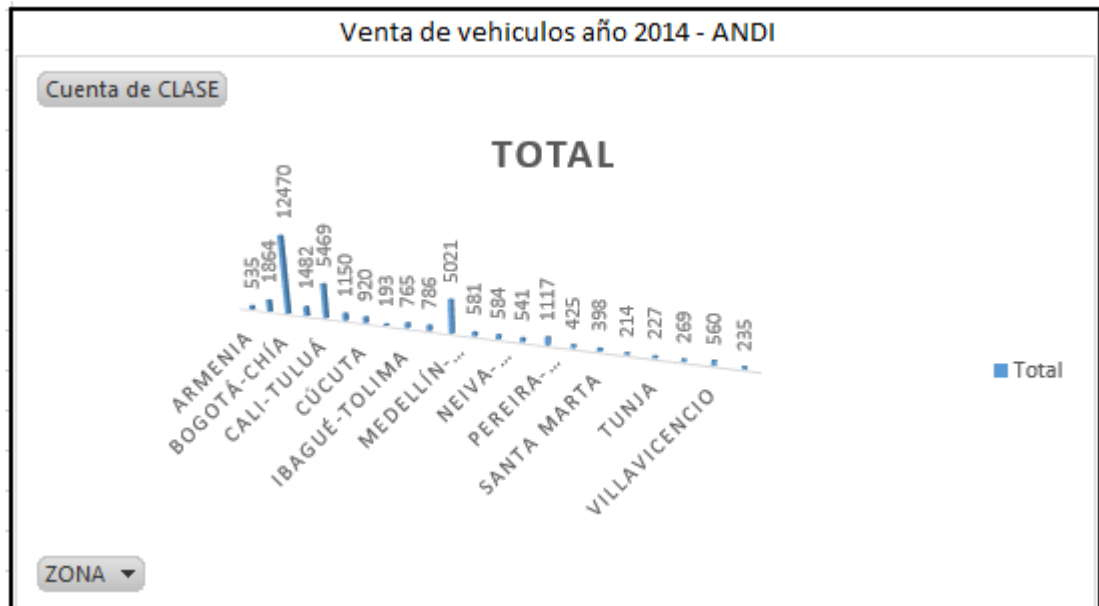


Ilustración 20. Ventas por Ciudad

Fuente: Web ANDI, ventas vehículo 2014

3.5 MERCADO COMPETIDOR

En la actualidad hay varias marcas de llantas en el mercado, a continuación se relacionan las más representativas en Colombia, por lo tanto sería los competidores para nuestra compañía.

✓ GOODYEAR

Goodyear ha sido una de las marcas de llantas más reconocidas en Colombia ellos le apuntan a la gestión ambiental ahorrando agua, energía y teniendo control de los residuos, tienen certificación en ISO 14001; su producto es innovador y trabajan para dar seguridad a el conductor, tiene un portafolio de productos amplios.

Según Goodyear tiene una participación en el mercado de 19% que equivale a unas 250mil llantas anuales. Su canal de distribución tiene 2 categorías consumidoras y comerciales,

Los consumidores representan 2,9 millones de dólares.

- Almacenes de cadena: 33%
- Red tradicional: 5%
- Dealers: 62%

Los comerciales representan 1,3 millones.

- Dealers: 89%
- Flotas: 11%

La llanta Rin14 su precio es de \$154.900

✓ HANKOOK

La compañía española cuenta con un portafolio de productos, es una compañía que tiene un crecimiento bastante rápido a nivel mundial, ellos invierten en

investigación, innovación y desarrollo esto da como resultado un neumático con calidad superior y alto desempeño; Hankook tienen como objetivo convertirse en el quinto mayor fabricante de neumáticos del mundo (actualmente es el séptimo).

La compañía ha duplicado sus ventas en los últimos siete años y lo ha hecho a nivel mundial. Las ventas se desglosan de la siguiente manera:

- Europa 28,8%;
- China 21,7%;
- América 20,8%;
- Corea 18,4%;
- Resto de Asia y el mundo 10.3%.

Las ventas mundiales de Hankook son aproximadamente \$ 6.3 o \$ 6.4 mil millones en 2014, depende del cálculo del tipo de moneda.

La llanta Rin14 su precio \$154.900

✓ **GENERAL (MARCA DE CONTINENTAL)**

Continental empresa alemana con sede en Hannover, cuenta con varias líneas de neumáticos, su enfoque es desarrollar un producto Premium con todas las características relevantes para la seguridad, los neumáticos cuentan con alta tecnología y propiedades adherentes para un frenado en condiciones extremas.

La llanta Rin14 su precio \$199.900 a \$299.900

✓ **PIRELLI**

PIRELLI una marca de llantas italiana que cuenta con más de 300 referencias, algunas referencias han tenido galardones a nivel mundial. Esta compañía cuenta con gran innovación y tecnología propia y capaz de lograr una producción flexible incluso para los lotes más pequeños de neumáticos y que cumpla el objetivo de aplicar un modelo industrial que no sólo garantiza un alto rendimiento sino que también es eficiente, rápido y capaz de adaptarse rápidamente a los diferentes productos a desarrollar y producir.

Cuenta con 80 puntos de ventas directas este es su principal canal de distribución.

La llanta Rin14 su precio \$199.900 a \$269.900

Según autobild.es a continuación un cuadro de la calificación de pruebas de neumáticos.

| FABRICANTE | | MICHELIN | PIRELLI | CONTINENTAL | GOODYEAR | HANKOOK |
|------------------------------|-----------------|--|---|---|---|--|
| Modelo | | Primacy 3 | Cinturato P7 EcoImpact | SportContact 5 | EfficientGrip Performance | Ventus Prime 2 |
| Índice de carga o velocidad | | 98W | 98W | 98W | 94W | 94W |
| PVP por juego (IVA incluido) | Peso porcentual | 628 euros aprox. | 620 euros aprox. | 632 euros aprox. | 662 euros aprox. | 610 euros aprox. |
| MOJADO | | | | | | |
| 'Acuaplaning' en recta | 15 | 8,5 | 8 | 8,5 | 8 | 8,5 |
| 'Acuaplaning' en curva | 5 | 8 | 7 | 8 | 7,5 | 8,5 |
| Manejo | 35 | 8 | 8 | 9 | 8 | 8,5 |
| Circuito | 10 | 8 | 8,5 | 9 | 8 | 8,5 |
| Frenada | 35 | 8,5 | 9 | 8,5 | 2,5 | 8,5 |
| GLOBAL EN MOJADO | | 8,5 | 8,5 | 8,5 | 8 | 8,5 |
| SECO | | | | | | |
| Manejo | 35 | 8,5 | 8 | 9 | 8 | 8,5 |
| Frenada | 35 | 9,5 | 9 | 9,5 | 9,5 | 9,5 |
| Confort de suspensión | 15 | 8,5 | 8 | 7,5 | 8 | 8 |
| Rumorosidad | 15 | 8,5 | 8 | 7,5 | 7,5 | 9 |
| GLOBAL EN SECO | | 9 | 8,5 | 8,5 | 8,5 | 9 |
| COSTES | | | | | | |
| Precio/Kilometraje | 40 | 10 | 9,5 | 8,5 | 8,5 | 6 |
| Durabilidad estimada | 40 | 8,5 | 8 | 7,5 | 8 | 6 |
| Resistencia de rodadura | 20 | 8,5 | 8 | 8,5 | 10 | 8 |
| GLOBAL EN COSTES | | 9 | 8,5 | 8 | 8,5 | 6,5 |
| Prueba de alta velocidad | | SI | SI | SI | SI | SI |
| | | Puntos fuertes: neumáticos 'premium' ejemplares sin ningún defecto o debilidad con grandes cualidades dinámicas. Tienen la mayor durabilidad y el menor consumo, además se imponen en el apartado de costes. | Puntos fuertes: neumáticos equilibrados con la mejor distancia de frenado en seco y mojado. Respuesta precisa en curva y elevada durabilidad. Puntos débiles: tendencia acusada a sufrir acuaplaning. | Puntos fuertes: comportamiento en seco y mojado, distancias de frenado cortas en ambas condiciones, elevada durabilidad y poca resistencia a la rodadura. Puntos débiles: precio elevado. | Puntos fuertes: tiene unas buenas cualidades para una conducción segura, distancias de frenada bastante cortas en con el asfalto seco y consumo de combustible bajo. Puntos débiles: rumorosidad elevada. | Puntos fuertes: sorprendentes cualidades para la conducción en pista seca y mojada, además de un gran confort de rodadura. Puntos débiles: su durabilidad es muy limitada y, por tanto, ofrecen poca rentabilidad. |
| VALORACIÓN | | EJEMPLAR | EJEMPLAR | EJEMPLAR | EJEMPLAR | BIEN |

Ilustración 21. Calificación de Neumaticos

Fuente: www.autobild.es

Dentro de las pruebas, estos fueron los parámetros para realizar los exámenes:

- Manejo en mojado y en rotonda
- Rumorosidad
- Conducción en seco
- Resistencia a la rodadura

- Precio/kilometraje
- Durabilidad

Donde esta última prueba Michelin es el numero 1

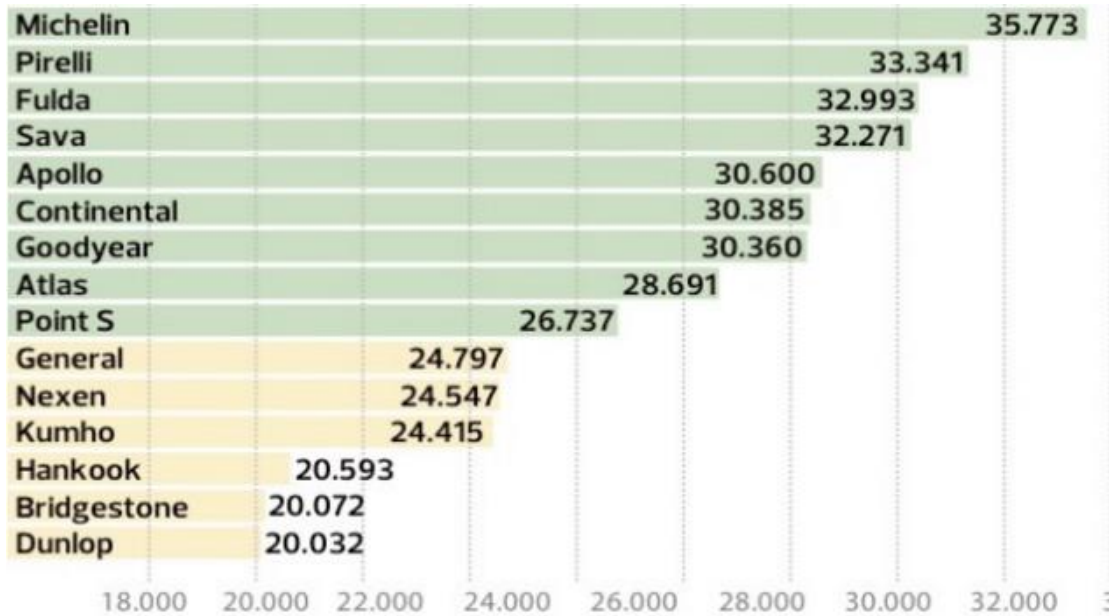


Ilustración 22. Evaluación de neumáticos por marca

Fuente: www.autobild.es

“Esto corrobora la tendencia de que las diferencias entre los distintos modelos del mercado cada vez son menores. La primera opción, eso sí, en apartados como seguridad, respuesta dinámica y rentabilidad se la llevan Michelin, Pirelli, Continental, Fulda y Goodyear.” (autobild, 2016)

3.6 MERCADO DISTRIBUIDOR

El canal de distribución a utilizar por Llantas Beldri SAS es Canal Directo de Distribución; este canal describe una situación en la que la empresa vende un producto directamente a un consumidor final sin la ayuda de intermediarios.

3.6.1 DISTRIBUCIÓN DIRECTA

La distribución directa nacional que se realizara a través de un puesto de ventas. Para las operaciones de venta y bodega de almacenamiento de llantas

se utilizará un local existente de 200 m2. Este punto de ventas estará ubicado en la Medellín- Antioquia, en el barrio Envigado sector Ayura.

Tabla 2. Otros Gastos

| OTROS GASTOS | | | |
|--|----------|---------------------|----------------------|
| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR Mensual | TOTAL 1er año |
| Arriendo sede principal | | \$ 2.900.000 | \$ 34.800.000 |
| Servicios públicos | | \$ 800.000 | \$ 9.600.000 |
| Seguros | | \$ 125.000 | \$ 125.000 |
| Servicio de Vigilancia (monitoreo) | | \$ 100.000 | \$ 1.100.000 |
| Servicio de Internet y Telefonía Móvil | | \$ 60.000 | \$ 720.000 |
| TOTAL OTROS GASTOS | | \$ 3.985.000 | \$ 46.345.000 |

Fuente Propia 2016

3.7 COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

3.7.1 COMUNICACIÓN

3.7.1.1 LOGO

El logo de la Beldri Llantas SAS sera:



Ilustración 23. Logotipo Empresa

Fuente Propia (2016)

3.7.1.2 SLOGAN

"Más que llantas, vida para tu auto"

El slogan va de la mano con la misión y visión de nuestra compañía, queremos transmitir que nuestro producto es confiable para su carro.

3.7.2 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

Las actividades de promoción que se usaran para divulgar el producto que ofrecera la compañía se basaran dentro de entorno y las necesidades del mercado actual o sea siempre habra una divulgación a corto plazo. Estas actividades se hacen tambien pensado en el costo beneficio que tendria la compañía, como se indicaba anteriormente las llantas de marca Micheline es una marca ya reconocida y poscionada en lo que se debe trabajar es en el posicionamiento de la compañía.

Para el corto plazo la compañía no tendra una mayor inversión en publicidad en medio como televisión, emisoreas etc. Utilizaremos otros medios de comunicación como redes sociales y un canal muy importante para el sector automotriz que es la prensa en especial el periodico El Tiempo ya que este canal de comunicación tiene una alianza importante con la revista motor.

Tabla 3. Publicidad de la Empresa

| Nivel de reconocimiento | Medio de Promoción | Tarifa | Tiempo o duración | Observaciones |
|--------------------------|-------------------------------|------------|---|---|
| Nacional e Internacional | Redes Sociales | \$ - | Corto Plazo, primeros 6 meses Enero-Junio | La estrategia que se implementara es abrir una cuenta de la compañía y hacer su propia publicidad y así utilizar el Voz a Voz para así no generar un gasto. |
| Nacional e Internacional | Redes Sociales | \$ 100.000 | Mediano plazo, duradero | Se compra una gran base de datos para acceder a clientes potenciales. |
| Nacional | Prensa | \$ 101.000 | Mediano plazo, después del año aparecer cada 3 meses. | |
| Nacional | Evento, distribución volantes | \$ 100.000 | Corto plazo, mediano y largo | En los sectores con mayor concurrencia de personas y en los sectores donde están ubicados concesionarios de vehículos usados repartir volantes anunciado gran ofertas |
| TOTAL | | \$ 301.000 | | |

Fuente Propia (2016)

3.8 PLAN DE VENTAS

El plan propuesto de venta para el proyecto se da considerando el análisis de mercado y análisis de venta del segmento de vehículos y se tiene como fundamento: ventas de dos años atrás ya que las llantas tan solo son reemplazadas cuando se cumple su vida útil, se toma como referencia una vida útil de dos años. Se da a conocer los siguientes datos de ventas del año 2014, esta información es proporcionada directamente del RUNT:

Tabla 4. Tabla de Ventas por Ciudad

| Etiquetas de fila | Cuenta de CLASE |
|-----------------------------|-----------------|
| ARMENIA | 535 |
| BARRANQUILLA | 1864 |
| BOGOTÁ-CHÍA | 12470 |
| BUCARAMANGA-BARRANCABERMEJA | 1482 |
| CALI-TULUÁ | 5469 |
| CARTAGENA | 1150 |
| CÚCUTA | 920 |
| GIRARDOT-CUNDINAMARCA | 193 |
| IBAGUÉ-TOLIMA | 765 |
| MANIZALES | 786 |
| MEDELLÍN-ENVIGADO | 5021 |
| MONTERÍA-SINCELEJO | 581 |
| NEIVA-FLORENCIA | 584 |
| PASTO-IPIALES | 541 |
| PEREIRA-RISARALDA | 1117 |
| POPAYÁN | 425 |
| SANTA MARTA | 398 |
| SOGAMOSO-DUITAMA | 214 |
| TUNJA | 227 |
| VALLEDUPAR | 269 |
| VILLAVICENCIO | 560 |
| YOPAL | 235 |
| Total general | 35806 |

Fuente: ANDI ventas del 2014

En total una venta de 35. 806 vehículos; en dos años sería un potencial para 143.224 neumáticos en total 143.224, como empresa proyectamos una participación del 0.58 % en el primer año, las ventas que tendrían serian de 830 unidades.

Proyección Ventas:

Tabla 5. Proyeccion de Ventas

| Producto | Mes | | | | | | | | | | | | Total |
|----------|-----|---|----|----|-----|-----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| Llanta | 0 | 0 | 40 | 60 | 160 | 190 | 40 | 50 | 45 | 80 | 45 | 120 | 830 |

Fuente Propia 2016

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 TRATADOS COMERCIALES

El producto que será importado tiene como procedencia dos países que son Francia y Brasil. El país elegido para realizar la importación será Brasil ya que es un socio estratégico para Colombia tanto en exportaciones como en importaciones adicionalmente se cuenta con dos grandes ventajas una de ellas es la distancia para la logística de transporte y otra es que el país elegido es potencia en la siembra de los arboles que tienen la materia prima para la elaboración de los neumáticos, lo cual se convierte en un valor agregado para el costo del producto.

La marca Michellin es de origen Frances sin embargo la principal planta y la más competitiva se encuentra en Brasil.

4.1.1 BRASIL

Desde el 1 de febrero de 2005 Colombia entro en vigor tratado de libre comercio con Brasil, por medio de un acuerdo bilateral en el cual entra como asociado de MERCOSUR, en el cual los países que participa es Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Los principales productos que se importan según Procolombia: Cosméticos y productos de aseo, Materiales de construcción, Ropa interior, Jeanswear, Ropa formal; y los exportados al país vecino son: Abonos, genética bovina, farmacéuticos, material quirúrgico, químicos orgánicos insumos para la construcción, plástico, extractos y pigmentos, artículos de dotación hotelera y hospitalaria, metalmecánica, ropa formal, editorial, software, aceites y grasas, alimentos para animales y pesticidas.

El PIB per cápita de Brasil que alcanza los 458.500 millones de dólares que lo ubica en el puesto 14 en la economía mundial, con 178,2 millones de habitantes.

En el sector automotriz Colombia-Brasil, tienen acuerdos establecidos para el intercambio bilateral de vehículos, como el libre arancel; los 2 países tienen acuerdo con el asunto de los indígenas fronterizos, la promoción de estudio e investigación, agricultura familiar, tecnologías de la Información y la Comunicación y en la parte logística y de transporte.

4.2 POSICIONES ARANCELARIAS Y BENEFICIOS ARANCELARIOS

Producto a Importar: Neumáticos para automóviles con RIN 14: 185/60R14 de marca MICHELLIN.

A continuación damos a conocer la manera la equivalencia de medidas de los neumáticos



Ilustración 24. Ficha Técnica de Neumático

Fuente: Imagen tomada de Web Michelin

Partida Arancelaria: 4011.10.10.00

Descripcion: Caucho y sus manufacturas Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho.- De los tipos utilizados en automóviles de turismo (incluidos los del tipo familiar [«break» o «station wagon»] y los de carreras):- - Radiales

Unidad física: u - Unidades o artículos

Gravamen Arancelario: 10 %

IVA: 16%

Gravámenes por acuerdos Arancelarios:

Tabla 6. Gravámenes Arancelarios por Acuerdos

| Acuerdo | País | Gravamen | Indice | Tasa PID | Desde | Hasta |
|--------------------------------------|-----------|----------|---------|----------|-----------|-------|
| 001-Acuerdo de Cartagena | BOLIVIA | 0.00 % | 0.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 001-Acuerdo de Cartagena | ECUADOR | 0.00 % | 0.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 001-Acuerdo de Cartagena | PERU | 0.00 % | 0.00 % | | 01-feb-08 | ... |
| 011-Argentina con cód 011 (MERCOSUR) | ARGENTINA | 4.60 % | 46.00 % | | 01-ene-11 | ... |
| 014-Brasil con Código 014 (MERCOSUR) | BRASIL | 0.00 % | 0.00 % | | 01-ene-08 | ... |
| 017-Chile con cod. acuerdo 17 | CHILE | 0.00 % | | | 01-ene-07 | ... |

| | | | | | | |
|--|-----------------------|--------|---------|--|-----------|-----|
| 021-México con cod. acuerdo 21 | MEXICO | 0.00 % | | | 01-ene-07 | ... |
| 024-Paraguay con codg. 024 (MERCOSUR) | PARAGUAY | 4.60 % | 46.00 % | | 01-ene-11 | ... |
| 027-Uruguay con cód 027 (MERCOSUR) | URUGUAY | 0.00 % | 0.00 % | | 10-feb-09 | ... |
| 051-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Argentina y Bras | ARGENTINA | 8.80 % | 88.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 051-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Argentina y Bras | BRASIL | 8.80 % | 88.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 053-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Uruguay y Cuba | CUBA | 8.00 % | 80.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 053-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Uruguay y Cuba | URUGUAY | 8.00 % | 80.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 057-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Paraguay | PARAGUAY | 6.60 % | 66.00 % | | 01-ene-07 | ... |
| 080-TLC El Salvador con cód acuerdo 080 | EL SALVADOR | 0.00 % | | | 01-feb-10 | ... |
| 082-TLC Guatemala, cód acuerdo 082 | GUATEMALA | 0.00 % | | | 12-nov-09 | ... |
| 084-TLC Honduras con cód acuerdo 084 | HONDURAS | 0.00 % | | | 27-mar-10 | ... |
| 086-AAP. Con Venezuela - cód acuerdo 086 | VENEZUELA | 0.00 % | | | 19-oct-12 | ... |
| 090-ALC. con Suiza y Liechtenstein - cód acuerdo 090 | LIECHTENSTEIN | 0.00 % | | | 01-jul-15 | ... |
| 090-ALC. con Suiza y Liechtenstein - cód acuerdo 090 | SUIZA | 0.00 % | | | 01-jul-15 | ... |
| 093-TLC. con Canadá - cód acuerdo 093 | CANADA | 0.00 % | | | 15-ago-11 | ... |
| 096-TLC. con EEUU - cód acuerdo 096- general | ESTADOS UNIDOS | 0.00 % | | | 15-may-12 | ... |
| 096-TLC. con EEUU - cód acuerdo 096- general | PUERTO RICO | 0.00 % | | | 15-may-12 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | ALEMANIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | AUSTRIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | BELGICA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | BULGARIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | CHIPRE | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | DINAMARCA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | ESLOVAQUIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | ESLOVENIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | ESPAÑA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | ESTONIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | FINLANDIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | FRANCIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | GRECIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | HUNGRIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | IRLANDA (EIRE) | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | ITALIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | LETONIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | LITUANIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | LUXEMBURGO | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | MALTA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | PAISES BAJOS(HOLANDA) | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |

| | | | | | | |
|---|----------------------|--------|--|--|-----------|-----|
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | POLONIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | PORTUGAL | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | REINO UNIDO | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | REPUBLICA CHECA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | RUMANIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general | SUECIA | 7.50 % | | | 01-ene-16 | ... |
| 140- ALC. cn Noruega-cód acuerdo 140-Grav General | NORUEGA | 9.00 % | | | 01-sep-15 | ... |
| 146- ALC Islandi-cód acdo 146-Grav General | ISLANDIA | 9.00 % | | | 01-oct-15 | ... |
| 151-Alianza Pacífico - Chile Cód. 151 | CHILE | 0.00 % | | | 29-abr-16 | ... |
| 152-Alianza Pacífico - México Cód. 152 | MEXICO | 0.00 % | | | 29-abr-16 | ... |
| 153-Alianza Pacífico - Perú Cód. 153 | PERU | 0.00 % | | | 29-abr-16 | ... |
| 156-COREA Cod. 156 | COREA DEL SUR, REPUB | 9.50 % | | | 15-jul-16 | ... |
| 160-Costa Rica – General | COSTA RICA | 8.00 % | | | 01-ago-16 | ... |

Fuente DIAN 2016

Regimen de comercio: Libre Importacion

Indice Alfabético Arancelario: Neumáticos radiales, nuevos, de caucho, para automóviles

Documentos soporte:

- ✓ Certificado de Conformidad con Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio
- ✓ Declaración de Cumplimiento del Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio
- ✓ Inscripción Registro de fabricantes e importadores de SIC

Descripciones de mercancías:

- ✓ Nombre comercial
- ✓ Otras características

4.3 REQUISITOS Y VISTOS BUENOS

- ✓ Certificado de Conformidad con Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio

- ✓ Declaración de Cumplimiento del Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio
- ✓ Inscripción Registro de fabricantes e importadores de SIC

4.4 PARTICIPACIÓN EN FERIAS ESPECIALIZADAS

En Colombia se realizan 4 eventos de importancia a nivel nacional e internacional sobre los que se ve involucrado el sector automotriz y el sector de autopartes. Estos son los eventos:

- ✓ Exporpartes, es un evento integral que tiene como objetivo facilitar la generación de nuevas relaciones de negocio entre las empresas tractoras y los proveedores potenciales de la industria automotriz. Este evento tiene como lugar la ciudad de Bogotá se realiza en el mes de junio y es anualmente.
- ✓ Salon del Automovil, es una exposición pública de automóviles, generalmente organizadas por los fabricantes. La Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles coordina las fechas de gran parte de ellos. Este evento tiene como lugar la ciudad de Bogotá, se realiza en el mes de noviembre y cada 2 años.
- ✓ Expocar, un evento organizado por el sector automotriz de la ciudad con el respaldo de Fenalco Antioquia. Con más de 12.000 m² en exhibición, EXPOCAR Medellín, es la mayor y mejor vitrina para ofrecer, a los más de 40.000 asistentes, las mejores oportunidades del mercado automotor en lo que respecta a Marcas y Concesionarios, Servicios Financieros y Aseguradoras, además de diferentes productos y servicios afines al sector. Este evento tiene como lugar la ciudad de Medellín se realiza en el mes de octubre cada 2 años
- ✓ Autopartes, el gran encuentro del sector automotor en Colombia que en el 2016 llegará a su versión número 18 con la presentación de nuevas tendencias en productos y servicios para esta dinámica industria

automotriz. Este evento tiene como lugar la ciudad de Medellín se realiza en la ciudad de Medellín en el mes de junio y es anualmente.

La feria en la que se participaría sería Expopartes; es la principal feria del sector de autopartes en Colombia y también una de las principales en Latinoamérica de mayor afluencia de público tanto como persona natural y empresas del sector.

En este evento se reúnen los grandes, medianos y pequeños fabricantes, distribuidores de piezas del sector de autopartes tanto para recambio como piezas originales de ensambladora.

Tabla 7. Participación en Ferias

| ITEM | DESCRIPCION | Valor a pagar |
|------------------------|--|---------------|
| INSCRIPCION A LA FERIA | precio del metro cuadrado es de \$430.000 más IVA 16%, el stand 10x10 | \$ 4.300.000 |
| HOSPEDAJE | Precio día \$ 209.000, incluye transportes de hotel hacia CORFERIAS y de CORFERIAS hacia hotel | \$ 418.000 |
| TRANSPORTE | Otros transportes | \$ 200.000 |
| ALIMENTACION | Almuerzo, refrigerio tarde y comida | \$ 200.000 |
| MATERIAL PROMOCION | | \$ 1.000.000 |
| MONTAJE | | \$ 600.000 |
| Total | | \$ 6.718.000 |

Fuente Propia 2016

4.5 RUTAS DE ACCESO

El país donde se traerá el producto importado será Brasil, ciudad Itatiaia.

4.5.1 TRANSPORTE BRASIL

4.5.1.1 TRANSPORTE AEREO



Ilustración 25. Aeropuertos de Brasil

Fuente: Mapa de Brasil con ubicación de principales Aeropuertos - Puertos

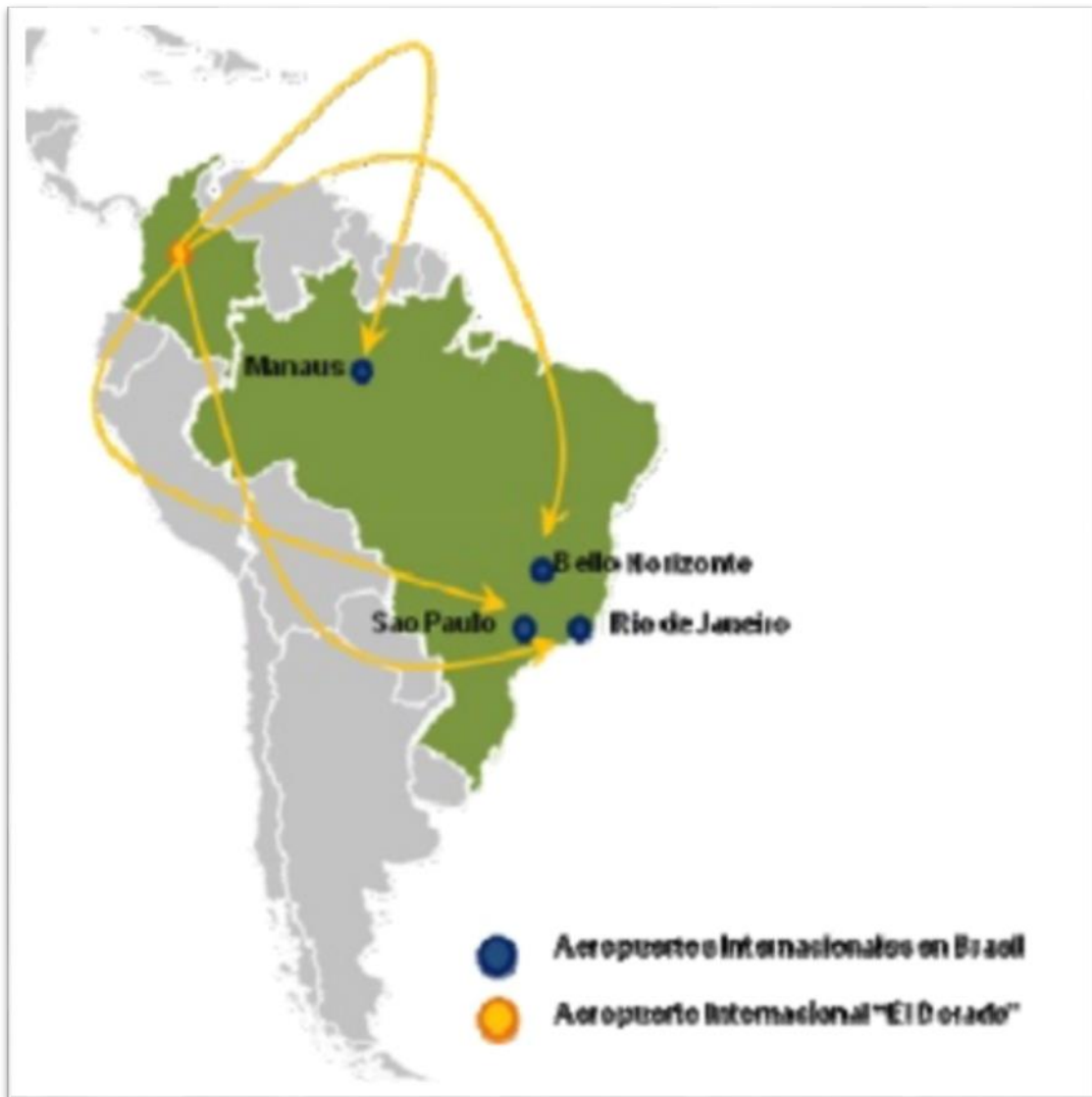


Ilustración 26. Rutas Aéreas Brasil-Colombia

Fuente: Mapa de rutas Aéreas entre Brasil y Colombia

4.5.1.2 TRANSPORTE MARITIMO



Ilustración 27. Rutas Marítimas Brasil-Colombia

Fuente: Mapa de rutas marítimas entre Brasil y Colombia

4.5.1.3 TRANSPORTE TERRESTRE

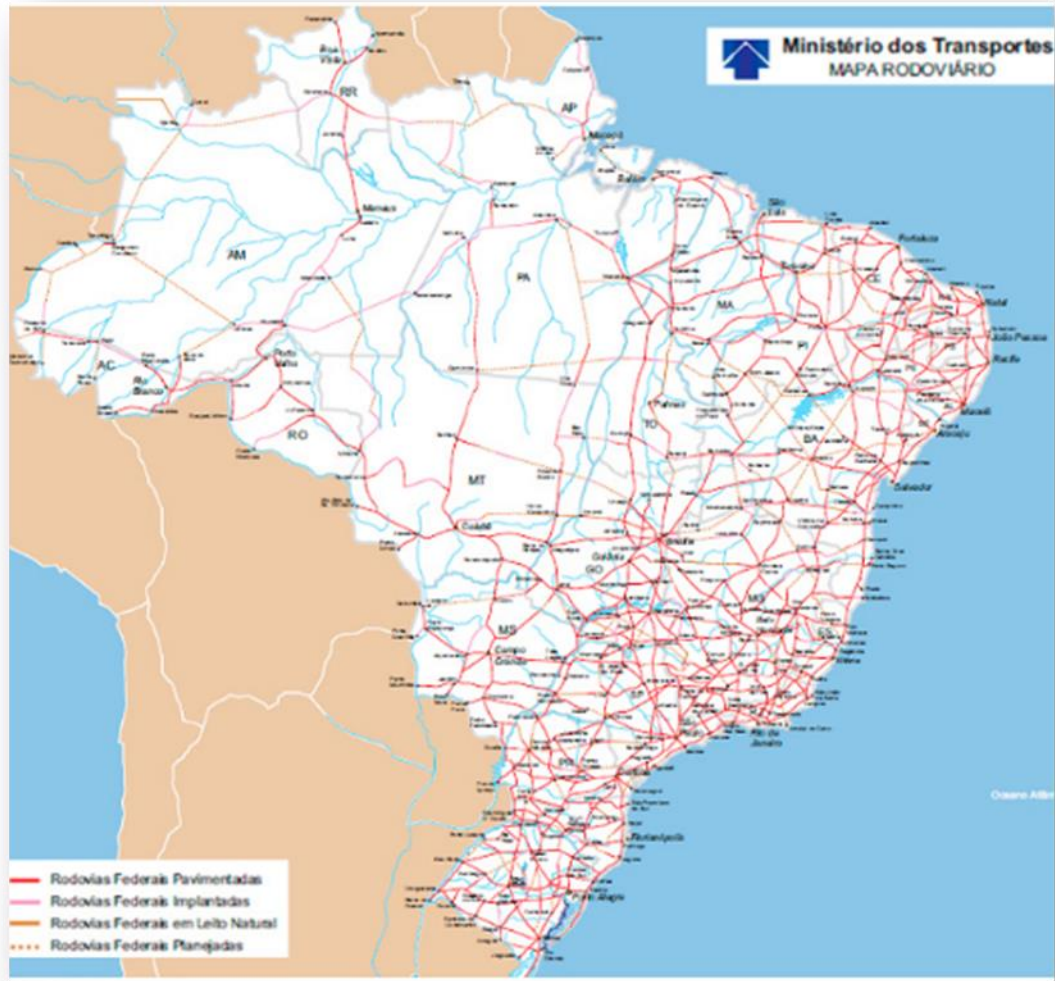


Ilustración 28. Transporte Terrestre Brasil

Fuente: Mapa de rutas terrestres de Brasil

4.5.1.4 TRANSPORTE FERREO

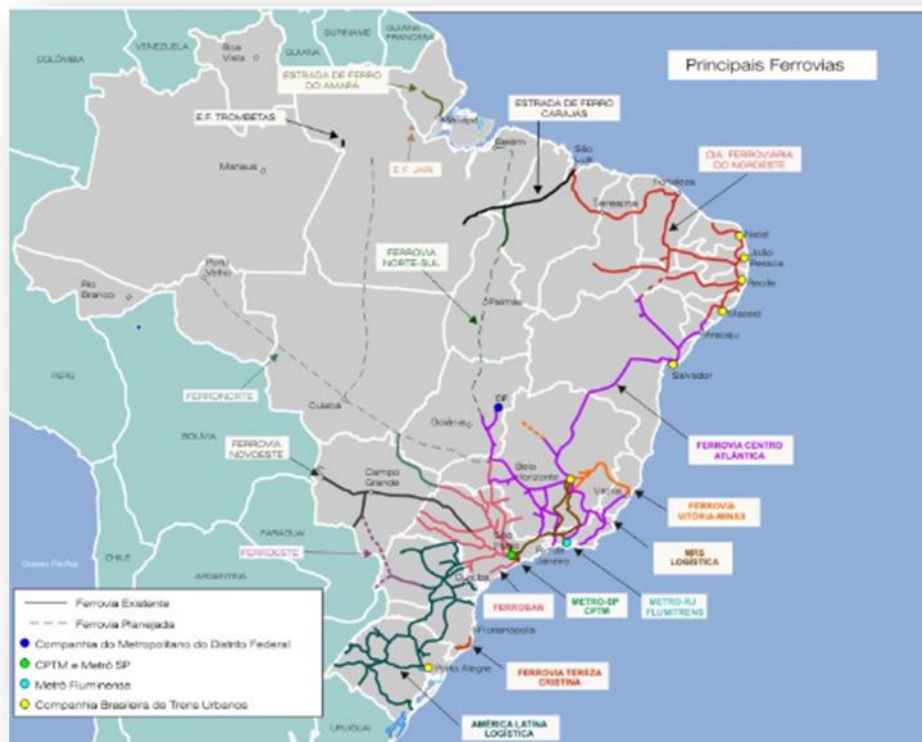


Ilustración 29. Transporte Férreo

Fuente: Web Mapa de Brasil

4.5.2 TRANSPORTE COLOMBIA

4.5.2.1 TRANSPORTE FERREO

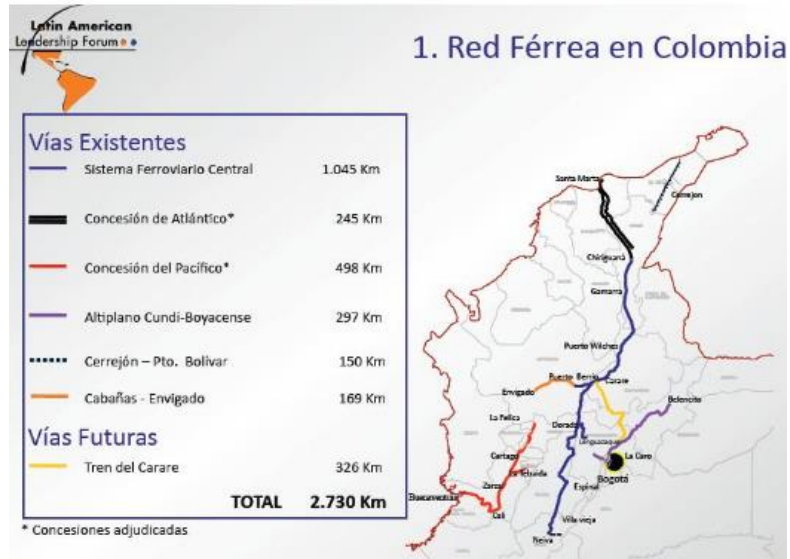


Ilustración 30. Red férrea en Colombia

Fuente: Web Ferrea en Colombia

4.5.2.2 TRANSPORTE MARITIMO



Ilustración 31. Puertos de Colombia

4.5.2.3 TRANSPORTE TERRESTRE



Ilustración 32. Transporte Terrestre

4.5.2.4 TRANSPORTE AEREO



Ilustración 33. Transporte Aéreo

El medio de transporte principal que será seleccionado para la importación de neumáticos será marítimo ya que es más rentable y sería el único medio asequible para la entrada a Colombia.

4.6 LIQUIDACIÓN DE COSTOS DE IMPORTACIÓN Y PECIOS DE EXPORTACIÓN

A continuación se da a conocer la liquidación del costo de la importación, el termino utilizado para la compra al proveedor es FCL


| No OFERTA: | | NRV-BOG00466-16 | | FECHA | | viernes, 29 de julio de 2016 | | | |
|--|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|---------------------|------------------|-----------------|
| CENTRO DE FRENOS | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| FLETE INTERNACIONAL - MARITIMO FCL IMPORTACION | | | | | | | | | |
| Origen / Destino | Moneda | FCL 20' Standard | BAF 20' (VATOS) | FCL 40' Standard | BAF 40' (VATOS) | Tiempo de transito Aproximado | Frecuencia | | |
| NAVEGANTES-CARTAGENA | USD | 725 | INCLUIDO | 875 | INCLUIDO | 22 DIAS | SEMANAL | | |
| Tarifa para carga general no peligrosa ni extradimensionada // Combustible VATOS // Tarifa sujeta a GRI // SEALAND | | | | | | | | | |
| Preliquidación Aproximada | CANT 20' | CANT 40' | PESO PROMEDIO | VALOR USD | TRM Aprox | TC de USD | Concepto | Valor USD Aprox | |
| | | | | 0,00 | 3073,52 | 1,000 | Flete Internacional | 1.600,00 | |
| | | | | | | | BAF (VATOS) | 0,00 | |
| Total Aprox USD | | | | | | | | 1.600,00 | |
| GASTOS EN DESTINO | | | | | | | | | |
| Item | Descripción | Moneda | Tarifa | Por | Mínimo | Máximo | Adicional | Observación | Valor USD Aprox |
| | COLLECT FEE | USD | 3% | Total Flete + Gastos en Origen | 35 | | | | 48,00 |
| | GASTOS NAVIERA | USD | 212,00 | Contenedor | | | | | 424,00 |
| | MANEJO | USD | 70,00 | Embarque | | | | | 70,00 |
| Gastos adicionales seran cobrados al costo // Si la TRM del dia esta por debajo de los COP 2800 se aplicara un CAF de 2% min USD 30,00 | | | | | | | | Total Aprox USD | 542,00 |
| Condiciones Locales en Destino | | | | | | | | | |
| Equipo | Dias Libres | Demoras | Drop off | Observación | | | | | |
| Cont 20' | 20 | USD 175 | USD | N/A | Sujeto a disponibilidad de espacio | | | | |
| Cont 40' | 20 | USD 175 | USD | N/A | Sujeto a disponibilidad de espacio | | | | |
| Danos y Limpiezas a ser cobrados en caso de aplicar sujetos a facturacion de la linea | | | | | | | | | |
| OTROS SERVICIOS | | | | | | | | | |
| Item | Descripción | Moneda | Tarifa | Por | Mínimo | Máximo | Adicional | Observación | Valor USD Aprox |
| | Seguro Marítimo | USD | 0,25% | valor a asegurar | 50 | | | | |
| Total Aprox USD | | | | | | | | USD 0,00 | |
| Total Aprox USD | | | | | | | | 2.142,00 | |
| Total Aprox COP (TRM 3073,52) | | | | | | | | 6.583,480 | |

Ilustración 34. Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación

Fuente Propia (2016)

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

La empresa proyecto tendrá como trabajo principal la comercialización de neumáticos para vehículos, de igual forma se dará a conocer el flujo productivo del sector automotor y sector auto partes.

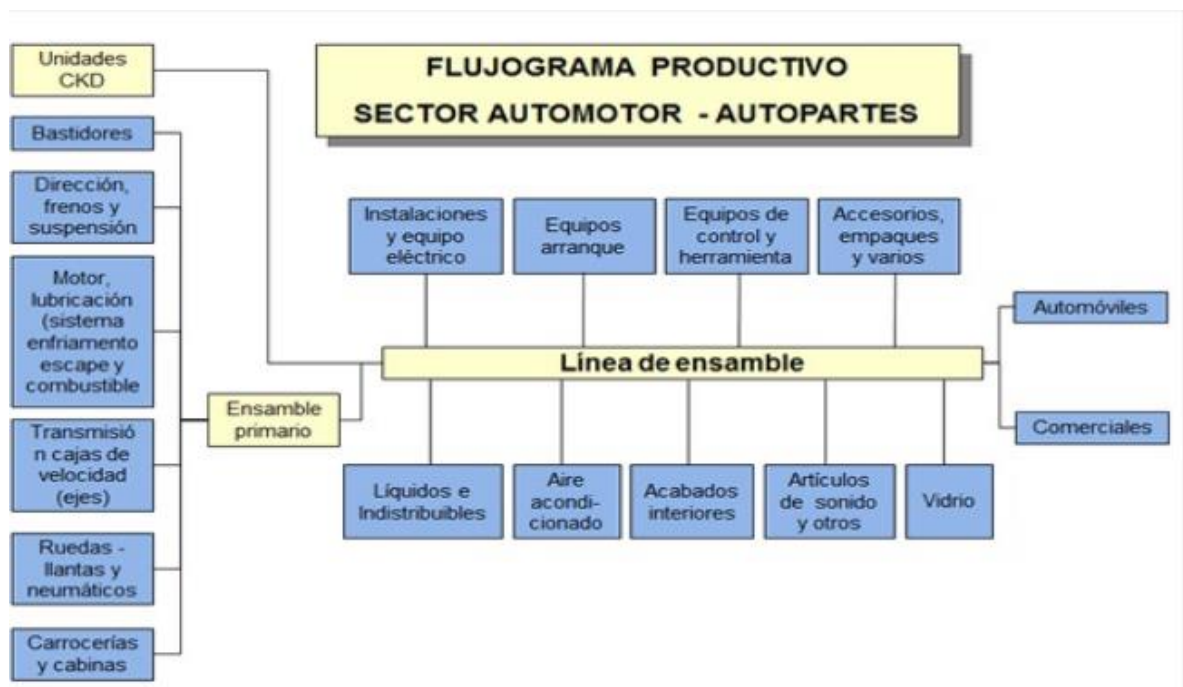


Ilustración 35. Descripción del Proceso de Producción

Fuente Andi- Camara de la Industria Automotriz

A continuación se presenta el Flujo de comercialización y el Flujo de Abastecimiento:

- Flujo de comercialización. Clic izquierdo para abrir hipervinculo

El proceso de abastecimiento será bajo el regimen de Importación; este seria el proceso a seguir:

- Flujo de Abastecimiento. Clic izquierdo para abrir hipervinculo

Puntos para tener en cuenta

- ✓ La compra puede ser inmediata en la primera visita del cliente, como se mencionada anteriormente seremos comercializadores y distribuidores a pequeñas empresas.
- ✓ El producto presentado no tendra empaque final ya que no lo requiere y no sera etiquetado ya que es marca propia.

5.1.1 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES.

Tabla 8. Maquinas y Enseres

| Nombre | Cantidad | Valor Unitario | Total | Proveedor |
|---|----------|----------------|-----------------------|---------------------|
| Estantes para almacenamiento de neumáticos | 4 | \$ 684.000 | \$ 2.736.000 | Martins Industries |
| Escalera aluminio tijera (2.55 m-5 pasos) | 2 | \$ 1.440.900 | \$ 2.881.800 | Homecenter |
| Computador de mesa (HP- 4GB) | 1 | \$ 900.000 | \$ 900.000 | Falabella |
| Computador Portátil (HP-4GB) | 2 | \$ 1.248.900 | \$ 2.497.800 | Falabella |
| Escritorios modulares con cajonera metálica | 2 | \$ 325.000 | \$ 650.000 | Remates Bolivariana |
| Televisor | 1 | \$ 719.900 | \$ 719.900 | Jumbo |
| Sillas | 4 | \$ 195.000 | \$ 780.000 | Remates Bolivariana |
| Organizador | 1 | \$ 220.000 | \$ 220.000 | Remates Bolivariana |
| Teléfono fijo | 1 | \$ 19.000 | \$ 19.000 | Media Markt |
| Impresora (HP) | 1 | \$ 169.900 | \$ 169.900 | Falabella |
| Canecas Ecológicas | 1 | \$ 210.000 | \$ 210.000 | Homecenter |
| Cafetera | 1 | \$ 79.900 | \$ 79.900 | Homecenter |
| TOTAL MUEBLES ENSERES | | | \$ 11. 864.300 | |

Fuente Propia 2016

5.1.2 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS.

Tabla 9. Requerimientos de Servicios

| Servicio | Proveedor | Precio |
|--|------------------|---------------------|
| Servicio de Vigilancia (monitoreo) | Covitec | \$ 100.000 |
| Póliza de seguro | Sura | \$ 125.000 |
| Asesoría Contable | SIG Contable S.A | \$ 500.000 |
| Servicio de Internet y Telefonía Móvil | Une | \$ 60.000 |
| Servicios de Aseo(2 veces por Semana) | Servidomesticas | \$ 650.000 |
| Servicios Públicos | EPM | \$ 800.000 |
| | | \$ 2.235.000 |

Fuente Propia 2016

5.2 CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓN

Considerando el plan de producción y ventas esta sería la capacidad y la proyección de llegadas de la mercancía a bodega.

Tabla 10. Capacidad de Comercialización

| Producto | Mes | | | | | | | | | | | | Total |
|--------------------------------|-----|---|-----|---|---|---|-----|---|---|----|----|-----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| Llanta | 0 | 0 | 358 | 0 | 0 | 0 | 200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 272 | 830 |
| Equivalente del 1% | | | | | | | | | | | | | 8 |
| Total Ventas y Margen de Error | | | | | | | | | | | | | 838 |

Fuente Propia 2016

5.3 PLAN DE PRODUCCIÓN

A continuación se presenta el plan de producción que se proyecta con base en las ventas, estimando un 2% demás, esta proyección se realiza considerando 2 meses de etapa preoperativa, por eso se proyectan 9 meses durante el primer año de funcionamiento.

Tabla 11. Plan de Producción

| Producto | Mes | | | | | | | | | | | | Total |
|--------------------------------|-----|---|-----|---|---|---|-----|---|---|----|----|-----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| Llanta | 0 | 0 | 358 | 0 | 0 | 0 | 200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 272 | 830 |
| Equivalente del 1% | | | | | | | | | | | | | 8 |
| Total Ventas y Margen de Error | | | | | | | | | | | | | 838 |

Fuente Propia 2016

CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

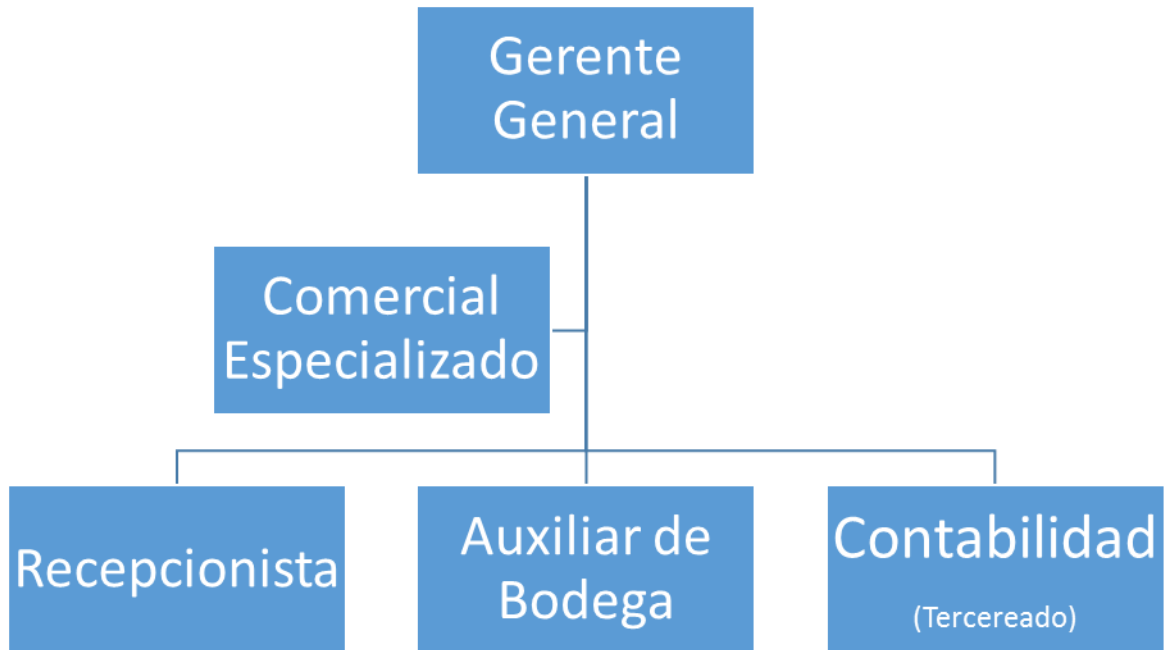


Ilustración 36. Organigrama estructura organizacional

Fuente Propia (2016)

Gerente General

✓ **Resumen Cargo**

Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa enfocado en la misión y visión de la compañía.

✓ **Actividades:**

- ❖ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ❖ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.

- ❖ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ❖ Coordinar con el comercial especializado actividades para aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- ❖ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- ❖ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- ❖ Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- ❖ Deducir o concluir los análisis efectuados

✓ **Habilidades**

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes: Idioma: Inglés, Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos. Títulos: Administración de Empresas u Administradora de negocios internacionales

Comercial Especializado

✓ **Resumen de Cargo**

Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto y servicio ofrecido. También es responsable del proceso de facturación.

✓ **Actividades:**

- ❖ Consolidación de cartera de clientes
- ❖ Prospección y captación de otros clientes
- ❖ Argumentación y cierre de ventas suficiente para cumplir con las cuotas asignadas
- ❖ Presentación de la empresa en su ámbito de actuación

- ❖ Elaboración de informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados
- ❖ Elaboración de informes cualitativos que recogen los movimientos de la competencia, las vicisitudes del mercado y el grado de aceptación de los productos
- ❖ Concertación de visitas
- ❖ Demostraciones y pruebas
- ❖ Preparación de ofertas y presupuestos

✓ **Habilidades:**

Estudiante de Últimos Semestres de Publicidad y Mercadeo o carrera a afines, Experiencia mínima de 2 años, Aptitudes, Personalidad atrayente, muy buena presencia, fluidez verbal, alta capacidad para relaciones inter – personales.

Recepcionista

✓ **Resumen de cargo:**

Recibir todas las llamadas que entren a la Empresa y canalizarlas a quien corresponda, dando siempre una imagen profesional y atenta. Proporcionar apoyo en el proceso administrativo y logístico de toda la empresa para el adecuado control y seguimiento y así facilitar la atención e información a los clientes. Manejo de herramientas informáticas como Excel y Word etc. Estar dispuesto a manejar y asumir diferentes roles en su puesto de trabajo. Responsabilidad directa.

✓ **Actividades:**

- ❖ Gestionar llamadas entrantes y salientes de la compañía, llevando un control diario de las llamadas recibidas.
- ❖ Atender al público que solicita información dándole la orientación requerida.

- ❖ Gestionar la entrega y envío de correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
- ❖ Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.
- ❖ Mantener en orden el lugar todas las áreas de la compañía
- ❖ Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- ❖ Mantener los expedientes para el trámite de contratos, verificando que la documentación este completa y con todas las firmas que procedan.
- ❖ Llevar un control para el oportuno pago de las obligaciones de la compañía y elaborando la documentación pertinente.
- ❖ Llevar a cabo otras actividades relacionadas que la empresa considere necesarias para el desarrollo del puesto.

✓ **Habilidades:**

Tecnólogo en administración, mercadeo y/o contabilidad, manejo de herramientas informáticas como office, tener un buen manejo para Atender personal y público en general

Auxiliar de Bodega

✓ **Resumen de Cargo:**

Controlar y registrar en el sistema operativo de la empresa el ingreso el ingreso, almacenamiento, clasificación, codificación y entrega de los bienes adquiridos y desarrollar, mantener y ajustar procedimientos, controles que mitiguen el riesgo y generando eficiencia, eficacia y optimización de los recursos, de acuerdo a la normatividad vigente.

✓ **Actividad:**

- ❖ Preparación, traslado y/o despacho de bienes
- ❖ Entrada y Salida de bienes

✓ **Habilidades**

Tecnólogo en logística, manejo de Microsoft Office nivel usuario. Deseable cursos en administración y/ manejo de bodegas.

Contador Publico:

Esta actividad será tercerizada entonces no existiría un perfil para el cargo, se asignaran responsabilidades al proveedor. Sera Encargado de registrar todas las operaciones contables y cambiarias de la compañía, generación de balances y estados financieros, liquidación de impuestos y declaraciones, todas las asesorías necesarias para compañía.

6.1.2 COSTOS PERSONAL Y PROCESOS ADMINISTRATIVOS TERCERIZADOS

Tabla 12. Costos personales y procesos administrativos tercerizados

| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | FACTOR PRESTACIONAL 52% | TOTAL |
|--------------------------------|----------|--------------|-------------------------|--------------|
| Gerente General | 1 | \$ 1.500.000 | \$ 780.000 | \$ 2.280.000 |
| Comercial Especializado | 1 | \$ 1.500.000 | \$ 780.000 | \$ 2.280.000 |
| Recepcionista / Oficios Varios | 1 | \$ 800.000 | \$ 416.000 | \$ 1.216.000 |
| TOTAL | 3 | | | \$ 5.776.000 |

Fuente Propia 2016

Costo de asesoria contable y de elaboración de informes referentes a temas contables y servicio de aseo:

Tabla 13. Asesoría Contable

| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | TOTAL | Proveedor |
|--------------------------------|----------|------------|--------------|------------------|
| Contador Público (tercerizado) | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | SIG Contable S.A |
| Servicio de Aseo (tercerizado) | 1 | \$ 650.000 | \$ 650.000 | Servidomesticas |
| TOTAL | 8 | | \$ 1.150.000 | |

Fuente Propia 2016

6.2 COSTOS ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.2.1 LOCACIONES EMPRESA

Para las operaciones de venta y bodega de almacenamiento de llantas se utilizará un local existente de 200 m² en el cual tendrá un promedio de arrendamiento de \$2'900.000. Las instalaciones de bodegaje y venta que serán utilizadas no tendrán alguna adecuación especial ya que no es requerida en el diseño de la infraestructura. Este contara con unas estanterías que brinden seguridad, comodidad y las diferentes áreas estarán distribuidas y acondicionadas de acuerdo a lo siguiente:

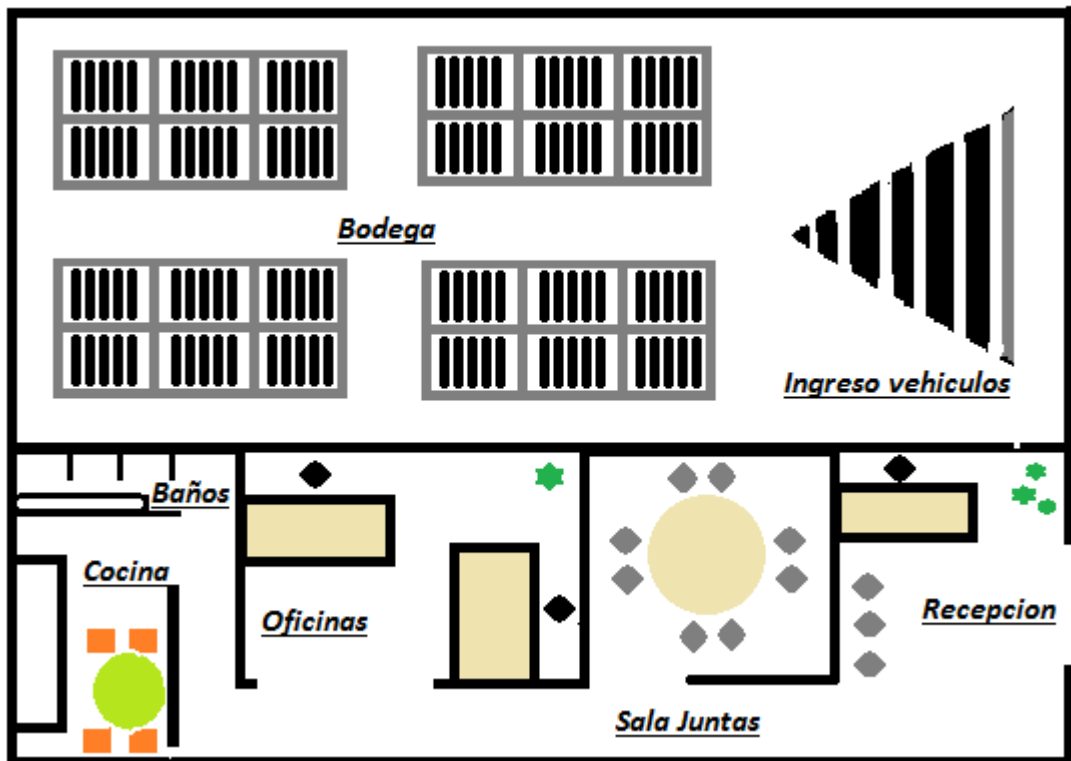


Ilustración 37. Plano de Bodega

Fuente Propia Grafico Distribución de almacenamiento

6.2.2 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, SOFTWARE MUEBLES Y ENSERES

A continuación se detallan todos los equipos, software, muebles y enseres que necesita la compañía para su funcionamiento.

Tabla 14. Requerimientos de maquinaria, equipos, software y enseres

| Nombre | Cantidad | Valor Unitario | Total | Proveedor |
|---|----------|----------------|----------------------|---------------------|
| Estantes para almacenamiento de neumáticos | 4 | \$ 684.000 | \$ 2.736.000 | Martins Industries |
| Escalera aluminio tijera (2.55 m-5 pasos) | 2 | \$ 1.440.900 | \$ 2.881.800 | Homecenter |
| Computador de mesa (HP- 4GB) | 1 | \$ 900.000 | \$ 900.000 | Falabella |
| Computador Portátil (HP-4GB) | 2 | \$ 1.248.900 | \$ 2.497.800 | Falabella |
| Escritorios modulares con cajonera metálica | 2 | \$ 325.000 | \$ 650.000 | Remates Bolivariana |
| Televisor | 1 | \$ 719.900 | \$ 719.900 | Jumbo |
| Sillas | 4 | \$ 195.000 | \$ 780.000 | Remates Bolivariana |
| Organizador | 1 | \$ 220.000 | \$ 220.000 | Remates Bolivariana |
| Teléfono fijo | 1 | \$ 19.000 | \$ 19.000 | Media Markt |
| Impresora (HP) | 1 | \$ 169.900 | \$ 169.900 | Falabella |
| Canecas Ecológicas | 1 | \$ 210.000 | \$ 210.000 | Homecenter |
| Instalación de Software de Office | 3 | \$ 150.000 | \$ 450.000 | Actis Ltda. |
| Licencias de Windows | 3 | \$ 100.000 | \$ 300.000 | Mercado Libre |
| Cafetera | 1 | \$ 79.900 | \$ 79.900 | Homecenter |
| TOTAL MUEBLES ENSERES | | | \$ 12.614.300 | |

Fuente Propia 2016

6.2.3 REQUERIMIENTOS DE MATERIALES E INSUMOS POR ÁREA

A continuación se relacionan los materiales e insumos necesarios para cada área de la compañía.

Tabla 15. Requerimiento de Material e insumos por area

| Descripción | Cantidad | Proveedor | Precio | Tipo de Inversión | Precio Unitario |
|---|----------|---------------|--------------|-------------------|-----------------|
| Tablero acrílico de Soporte(unitario) | 1 | Mercado Libre | \$ 58.000 | Única | \$ 58.000 |
| Clip Mariposa Grande(caja) | 4 | Panamericana | \$ 3.400 | Semestral | \$ 850 |
| Clip pequeño(caja) | 4 | Panamericana | \$ 11.200 | Semestral | \$ 2.800 |
| Corrector Líquido(unitario) | 3 | Panamericana | \$ 13.800 | Semestral | \$ 4.600 |
| Cosedora Rank(unitario) | 2 | Panamericana | \$ 59.200 | Única | \$ 29.600 |
| Cuaderno Argollados con Logo empresa(caja) | 2 | Public | \$ 850.000 | Anual | \$ 425.000 |
| Bolígrafos con Logo de la empresa(caja) | 3 | Public | \$ 450.000 | Semestral | \$ 150.000 |
| Marcador permanente(unitario) | 3 | Panamericana | \$ 7.800 | Semestral | \$ 2.600 |
| Marcador de tablero(unitario) | 3 | Panamericana | \$ 11.700 | Semestral | \$ 3.900 |
| Resaltadores(unitario) | 6 | Panamericana | \$ 27.600 | Semestral | \$ 4.600 |
| Recibo Caja Menor con detalle (paquete) | 1 | Panamericana | \$ 12.300 | Anual | \$ 12.300 |
| Comprobantes de ingreso y egreso Paquete x 1000 | 1 | Panamericana | \$ 40.000 | Anual | \$ 40.000 |
| Resma Papel Carta | 2 | Panamericana | \$ 9.400 | Mensual | \$ 4.700 |
| Suma Total | | | \$ 1.554.400 | | \$ 738.950 |

Fuente Propia 2016

6.2.4 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS POR ÁREA

A continuación se relacionan los servicios que requiere la compañía para su funcionamiento.

Tabla 16. Requerimientos por Servicios por Area

| Servicio | Proveedor | Precio |
|--|------------------|--------------|
| Servicio de Vigilancia (monitoreo) | Covitec | \$ 100.000 |
| Póliza de seguro | Sura | \$ 125.000 |
| Asesoría Contable | SIG Contable S.A | \$ 500.000 |
| Servicio de Internet y Telefonía Móvil | Une | \$ 60.000 |
| Servicios de Aseo(2 veces por Semana) | Servidomesticas | \$ 650.000 |
| Servicios Públicos | EPM | \$ 800.000 |
| | | \$ 2.235.000 |

Fuente Propia 2016

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Nuestra empresa se constituye como S.A.S (Sociedad Por Acciones Simplificada) ya que su conformación puede ser mediante personas naturales o jurídicas, La sociedad tendrá como objeto principal las siguientes actividad comercial, compra, venta de llantas para vehículos (automóviles). Algunos de los beneficios más importantes para la constitución de nuestra empresa como S.A.S son:

- Según el artículo publicado por portafolio, 2010, el pago del capital puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija el aporte de ningún monto específico mínimo inicial. Esto facilita su constitución y da a los socios un crédito de dos años para que obtengan el capital necesario para el pago de las acciones.
- No se necesita un revisor fiscal que represente los procesos financieros y contables que se desarrollan en esta sociedad.
- Este tipo de sociedad no nos limita la cantidad de socios que puedan hacer parte de nuestra compañía, el número de socios es ilimitado.

7.2. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS

Tabla 17. Certificación y Gestión ante entidades Públicas

| Actividad | Finalidad | Costo | Frecuencia |
|--|--|---|---|
| Consulta de nombre de la cámara y comercio | Saber que el nombre no este registrado ante la cámara y comercio | \$ - | Única Vez |
| Consulta de código CIUU | Clasificación de Industria Internacional | \$ - | Única Vez |
| Consulta de uso de suelo | Permite conocer los usos permitidos en la dirección que se va a ejercer la actividad | \$ - | Única Vez, si existe hay algún traslado debe hacer de nuevo |
| Tramites de funcionamiento | | | |
| Cámara y Comercio de Medellín | Inscripción y renovación | \$ 441.000 | Anual |
| DIAN | Solicitud de autorización para numeración de facturación | \$ - | Cada 2 años |
| Tramites de seguridad social | Garantiza la seguridad social | 8,5% sobre la liquidación del salario | Mensual |
| aportes parafiscales | Aportes a Sena, IBCF, Caja compensación familiar | 3%, sobre la liquidación del salario | Mensual |
| Cuerpo oficial de bomberos | Visto bueno de seguridad a establecimientos públicos y comerciales | (1%) liquidado sobre el valor del impuesto de Industria y Comercio del año anterior más el equivalente a un (1) salario mínimo diario por cada establecimiento. | Única Vez |

Fuente Propia 2016

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. TASAS INTERÉS, IMPUESTOS, TASAS DE RENTABILIDAD

En la siguiente tabla se detallan las tasas de interés, impuestos y rentabilidad para el análisis financiero del proyecto.

Tabla 18. Tasa Interés, Impuesto y Rentabilidad

| Tipo de tasa | Porcentaje (%) |
|---|----------------|
| Tasa de rentabilidad de la industria. | 4% |
| Tasa de rentabilidad esperada como inversionista. | 20% |
| Impuestos sobre la renta. | 25% |
| CREE. | 8% |

Fuente Propia 2016

8.2. APORTES DE CAPITAL DE LOS SOCIOS

Cada socio hará un aporte de \$25.000.00 para un total de \$50.000.000, los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 19. Aportes de Capital

| GASTOS POR ANTICIPADO | |
|--|---------------|
| NOMBRE | VALOR |
| Inventario de Llantas | \$ 18.329.936 |
| Gastos de Constitución | \$ 522.800 |
| Participación en ferias nacionales e internacionales | \$ 6.718.000 |
| Publicidad y promoción | \$ 301.000 |
| Registro de marca | \$ 303.464 |
| Hosting y dominio de internet | \$ 60.000 |
| Valor necesario para funcionamiento sin ventas (Mano de obra Administrativa+otros gastos+suministros de oficinaX2meses de NO Ventas) | \$ 23.764.800 |
| Suma Total | \$ 50.000.000 |

Fuente Propia 2016

8.3 CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS

La compañía tomará un crédito con las siguientes especificaciones:

- Nombre de la entidad financiera: Banco de Oportunidades
- Monto total del préstamo necesario para el proyecto: \$ 20.000.000
- Tasa de Interes: 0.91 , Plazo del préstamo 5 años

A continuación se muestra la tabla de amortización del credito:

Amortización para Pago Mensual: \$1.535.793.05 sobre 60 meses.

- ✓ Tabla de amortización del primer año:

Tabla 20. Tabla de Amortización 1

| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
|-----------------------|--|-----------------|------------------|
| 1 | \$1,516,666.67 | \$19,126.39 | \$19,980,873.61 |
| 2 | \$1,515,216.25 | \$20,576.80 | \$19,960,296.81 |
| 3 | \$1,513,655.84 | \$22,137.21 | \$19,938,159.60 |
| 4 | \$1,511,977.10 | \$23,815.95 | \$19,914,343.65 |
| 5 | \$1,510,171.06 | \$25,621.99 | \$19,888,721.65 |
| 6 | \$1,508,228.06 | \$27,564.99 | \$19,861,156.66 |
| 7 | \$1,506,137.71 | \$29,655.34 | \$19,831,501.32 |
| 8 | \$1,503,888.85 | \$31,904.20 | \$19,799,597.12 |
| 9 | \$1,501,469.45 | \$34,323.60 | \$19,765,273.51 |
| 10 | \$1,498,866.57 | \$36,926.48 | \$19,728,347.03 |
| 11 | \$1,496,066.32 | \$39,726.74 | \$19,688,620.30 |
| 12 | \$1,493,053.71 | \$42,739.35 | \$19,645,880.95 |
| Totales para el año 1 | | | |
| | Usted pagará \$18,429,516.64 por su obligación en el año 1 | | |
| | \$18,075,397.59 se irán a INTERESES | | |
| | \$354,119.05 se abonara a la OBLIGACIÓN | | |

Fuente Propia 2016

✓ Tabla de amortización del segundo año

Tabla 21. Tabla de Amortización año 2

| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
|--|-------------------|-----------------|------------------|
| 13 | \$1,489,812.64 | \$45,980.41 | \$19,599,900.54 |
| 14 | \$1,486,325.79 | \$49,467.26 | \$19,550,433.27 |
| 15 | \$1,482,574.52 | \$53,218.53 | \$19,497,214.74 |
| 16 | \$1,478,538.78 | \$57,254.27 | \$19,439,960.48 |
| 17 | \$1,474,197.00 | \$61,596.05 | \$19,378,364.43 |
| 18 | \$1,469,525.97 | \$66,267.08 | \$19,312,097.34 |
| 19 | \$1,464,500.72 | \$71,292.34 | \$19,240,805.00 |
| 20 | \$1,459,094.38 | \$76,698.67 | \$19,164,106.33 |
| 21 | \$1,453,278.06 | \$82,514.99 | \$19,081,591.34 |
| 22 | \$1,447,020.68 | \$88,772.38 | \$18,992,818.96 |
| 23 | \$1,440,288.77 | \$95,504.28 | \$18,897,314.68 |
| 24 | \$1,433,046.36 | \$102,746.69 | \$18,794,567.99 |
| Totales para el año 2 | | | |
| Usted pagará \$18,429,516.64 por su obligación en el año 2 | | | |
| \$17,578,203.68 se irán a INTERESES | | | |
| \$851,312.96 se abonara a la OBLIGACIÓN | | | |

Fuente Propia 2016

✓ Tabla de amortización del tercero año

Tabla 22. Tabla de Amortización año 3

| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
|--|-------------------|-----------------|------------------|
| 25 | \$1,425,254.74 | \$110,538.31 | \$18,684,029.68 |
| 26 | \$1,416,872.25 | \$118,920.80 | \$18,565,108.88 |
| 27 | \$1,407,854.09 | \$127,938.96 | \$18,437,169.91 |
| 28 | \$1,398,152.05 | \$137,641.00 | \$18,299,528.91 |
| 29 | \$1,387,714.28 | \$148,078.78 | \$18,151,450.13 |
| 30 | \$1,376,484.97 | \$159,308.08 | \$17,992,142.05 |
| 31 | \$1,364,404.11 | \$171,388.95 | \$17,820,753.10 |
| 32 | \$1,351,407.11 | \$184,385.94 | \$17,636,367.16 |
| 33 | \$1,337,424.51 | \$198,368.54 | \$17,437,998.62 |
| 34 | \$1,322,381.56 | \$213,411.49 | \$17,224,587.12 |
| 35 | \$1,306,197.86 | \$229,595.20 | \$16,994,991.93 |
| 36 | \$1,288,786.89 | \$247,006.17 | \$16,747,985.76 |
| Totales para el año 3 | | | |
| Usted pagará \$18,429,516.64 por su obligación en el año 3 | | | |
| \$16,382,934.41 se irán a INTERESES | | | |
| \$2,046,582.23 se abonara a la OBLIGACIÓN | | | |

Fuente Propia 2016

✓ Tabla de amortización del cuarto año

Tabla 23. Tabla de Amortización año 4

| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
|--|-------------------|-----------------|------------------|
| 37 | \$1,270,055.59 | \$265,737.47 | \$16,482,248.30 |
| 38 | \$1,249,903.83 | \$285,889.22 | \$16,196,359.07 |
| 39 | \$1,228,223.90 | \$307,569.16 | \$15,888,789.92 |
| 40 | \$1,204,899.90 | \$330,893.15 | \$15,557,896.76 |
| 41 | \$1,179,807.17 | \$355,985.88 | \$15,201,910.88 |
| 42 | \$1,152,811.58 | \$382,981.48 | \$14,818,929.40 |
| 43 | \$1,123,768.81 | \$412,024.24 | \$14,406,905.16 |
| 44 | \$1,092,523.64 | \$443,269.41 | \$13,963,635.75 |
| 45 | \$1,058,909.04 | \$476,884.01 | \$13,486,751.75 |
| 46 | \$1,022,745.34 | \$513,047.71 | \$12,973,704.03 |
| 47 | \$983,839.22 | \$551,953.83 | \$12,421,750.20 |
| 48 | \$941,982.72 | \$593,810.33 | \$11,827,939.87 |
| Totales para el año 4 | | | |
| Usted pagará \$18,429,516.64 por su obligación en el año 4 | | | |
| \$13,509,470.75 se irán a INTERESES | | | |
| \$4,920,045.89 se abonara a la OBLIGACIÓN | | | |

Fuente Propia 2016

✓ Tabla de amortización del quinto año

Tabla 24. Tabla de Amortización año 5

| Mes | Intereses a pagar | Abono a capital | Saldo Obligación |
|--|-------------------|-----------------|------------------|
| 49 | \$896,952.11 | \$638,840.95 | \$11,189,098.93 |
| 50 | \$848,506.67 | \$687,286.38 | \$10,501,812.54 |
| 51 | \$796,387.45 | \$739,405.60 | \$9,762,406.94 |
| 52 | \$740,315.86 | \$795,477.19 | \$8,966,929.75 |
| 53 | \$679,992.17 | \$855,800.88 | \$8,111,128.87 |
| 54 | \$615,093.94 | \$920,699.11 | \$7,190,429.75 |
| 55 | \$545,274.26 | \$990,518.80 | \$6,199,910.95 |
| 56 | \$470,159.91 | \$1,065,633.14 | \$5,134,277.82 |
| 57 | \$389,349.40 | \$1,146,443.65 | \$3,987,834.16 |
| 58 | \$302,410.76 | \$1,233,382.30 | \$2,754,451.87 |
| 59 | \$208,879.27 | \$1,326,913.79 | \$1,427,538.08 |
| 60 | \$108,254.97 | \$1,427,538.08 | \$-0.00 |
| Totales para el año 5 | | | |
| Usted pagará \$18,429,516.64 por su obligación en el año 5 | | | |
| \$6,601,576.76 se irán a INTERESES | | | |
| \$11,827,939.87 se abonara a la OBLIGACIÓN | | | |

Fuente Propia 2016

8.4 PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

8.4.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS.

Los factores que se tuvieron en cuenta para determinar el precio del producto son:

- ✓ Costo de Importación:
- ✓ Margen de Utilidad:
- ✓ Precios de la competencia:
- ✓ Garantía:

8.4.2 LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS

Éste precio se determinó teniendo en cuenta una producción de 830 en el primer año y un margen de utilidad del 20%.

Tabla 25. Precio de Producto

| Valor | Descripción Valor |
|---------------|------------------------|
| \$ 110.000 | Costo de Importación |
| \$ 156.667 | Gastos Administrativos |
| \$ 266.667 | Total |
| \$ 53.333 | % Utilidad (20%) |
| \$ 320.000 | Precio Venta |
| Fuente Propia | |

Fuente Propia

8.5 INGRESOS Y EGRESOS

8.5.1 INGRESOS

8.5.1.1 INGRESOS PROPIOS DEL NEGOCIO

Tabla 26. Ingresos Propios del Negocio

| Producto | Mes | | | | | | | | | | | | Total |
|----------------|-----|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| Llanta | 0 | 0 | 40 | 60 | 160 | 190 | 40 | 50 | 45 | 80 | 45 | 120 | 830 |
| Ingresos \$ | 0 | 0 | 12.800.000 | 19.200.000 | 51.200.000 | 60.800.000 | 12.800.000 | 16.000.000 | 14.400.000 | 25.600.000 | 14.400.000 | 38.400.000 | 265.600.000 |

Fuente Propia 2016

8.5.2 EGRESOS

8.5.2.1 INVERSIONES

En la siguiente tabla se relaciona las inversiones que tendrá la compañía en cuanto a en activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo.

Tabla 27. Inversión

| Descripción | Valores |
|--|---------------|
| Muebles y Enseres | \$ 12.614.300 |
| Gastos de Constitución | \$ 522.800 |
| Registro de marca | \$ 303.464 |
| Inventario | \$ 18.329.936 |
| Valor Necesario Para Funcionamiento | \$ 23.764.800 |
| Total | \$ 55.535.300 |

Fuente Propia 2016

8.5.3 ESTADOS FINANCIEROS

8.5.3.1 ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias de la compañía Llantas Beldri SAS. Del primer año no es positivo, como se puede analizar y visualizar en el indicador de Utilidad Neta es negativo. Las utilidades esperadas se empezaran a generar en el segundo año de constitución de la compañía. No podemos aumentar el volumen en ventas ya que la empresa no se encuentra en la capacidad de tener un inventario mayor al indicado.

Tabla 28. Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ventas | 265.600.000 | 292.824.000 | 322.838.460 | 355.929.402 | 392.412.166 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 91.300.000 | 100.658.250 | 110.975.721 | 122.350.732 | 134.891.682 |
| Depreciación | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Utilidad Bruta | 171.777.140 | 189.642.890 | 209.339.879 | 231.055.810 | 254.997.624 |
| Gasto de Ventas | 10.390.000 | 10.909.500 | 11.454.975 | 12.027.724 | 12.629.110 |
| Gastos de Administracion | 140.013.800 | 147.014.490 | 154.365.215 | 162.083.475 | 170.187.649 |
| Amortización Gastos | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Utilidad Operativa | 11.373.340 | 21.718.900 | 33.519.690 | 46.944.611 | 72.180.865 |
| Intereses | 3.056.094 | 2.482.862 | 1.892.140 | 1.282.481 | 652.326 |
| Otros ingresos y egresos | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Utilidad antes de impuestos | 8.317.246 | 19.236.038 | 31.627.550 | 45.662.131 | 71.528.539 |
| Impuestos (35%) | 2.744.691 | 6.347.893 | 10.437.091 | 15.068.503 | 23.604.418 |
| Utilidad Neta Final | 5.572.555 | 12.888.145 | 21.190.458 | 30.593.627 | 47.924.121 |

Fuente Propia 2016

8.5.3.2 FLUJO DE CAJA Y VPN

El Flujo de caja de de la compañía Llantas Beldri SAS. nos permite identificar como inversionistas que la compañía en el año1 (uno) no generara flujos de efectivo positivos; de la misma manera que la utilidad se empezara a percibir positiva en el 2 (segundo). Pero de igual forma tiene una tasa interna de retorno

mayor al 15% el cual es el sugerido a tener en cuenta lo cual podemos concluir que el negocio no genera una perdida como tal si no por el inicio de la empresa es factible tener este resultado.

Tabla 29. Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Flujo de Caja Operativo | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Utilidad Operacional | | 11.373.340 | 21.718.900 | 33.519.690 | 46.944.611 | 72.180.865 |
| Depreciaciones | | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Amortización Gastos | | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Impuestos | | 0 | -2.744.691 | -6.347.893 | -10.437.091 | -15.068.503 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | | 23.896.200 | 31.497.069 | 39.694.657 | 49.030.380 | 59.635.222 |
| Flujo de Caja Inversión | | | | | | |
| Variación Inv. Prod. Terminados | | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Variación del Capital de Trabajo | 0 | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Inversión en Muebles | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inversión Activos Fijos | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Inversión | 0 | 20.432.872 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Flujo de Caja Financiamiento | | | | | | |
| Desembolsos Pasivo Largo Plazo | 20.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortizaciones Pasivos Largo Plazo | | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 |
| Intereses Pagados | | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Capital | 50.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Financiamiento | 70.000.000 | -7.056.094 | -6.482.862 | -5.892.140 | -5.282.481 | -4.652.326 |
| Neto Periodo | 70.000.000 | -3.592.766 | 24.234.353 | 32.942.728 | 42.799.982 | 53.937.817 |
| Saldo anterior | | 30.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 |
| Saldo siguiente | 70.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 | 180.322.113 |

Fuente Propia 2016

8.5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD

8.5.4.1 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

A continuación se analizará el comportamiento de la TIR y VPN realizando dos tipos de variaciones en cuanto a precio de venta y cantidades vendidas con el propósito de identificar cual es el indicador más sensible y el que afectaría más a la compañía.

A continuación se dan a conocer el balance general, el estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja y el estado de salidas inicial de la compañía, y también se dará a conocer más adelante la variación de los mismos después de cada análisis que realice en cuanto a precio y cantidades.

Tabla 30. Balance General

| BALANCE GENERAL | | | | | | |
|--------------------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Activo | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Efectivo | 30.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 | 180.322.113 |
| Inventarios Producto Terminado | 0 | 7.818.572 | 8.598.426 | 9.458.215 | 10.406.133 | 11.451.212 |
| Gastos Anticipados | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 |
| Amortización Acumulada | 10.000.000 | 20.000.000 | 30.000.000 | -40.000.000 | -50.000.000 | -50.000.000 |
| Gastos Anticipados | 40.000.000 | 30.000.000 | 20.000.000 | 10.000.000 | 0 | 0 |
| Total Activo Corriente: | 70.000.000 | 64.225.806 | 79.240.013 | 103.042.530 | 136.790.429 | 191.773.325 |
| Muebles y Enseres | 0 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 |
| Depreciación Acumulada | | -2.522.860 | -5.045.720 | -7.568.580 | -10.091.440 | -12.614.300 |
| Muebles y Enseres | 0 | 10.091.440 | 7.568.580 | 5.045.720 | 2.522.860 | 0 |
| Total Activos Fijos: | 0 | 10.091.440 | 7.568.580 | 5.045.720 | 2.522.860 | 0 |
| ACTIVO | 70.000.000 | 74.317.246 | 86.808.593 | 108.088.250 | 139.313.289 | 191.773.325 |
| Pasivo | | | | | | |
| Impuestos X Pagar | 0 | 2.744.691 | 6.347.893 | 10.437.091 | 15.068.503 | 23.604.418 |
| Obligaciones Financieras | 20.000.000 | 16.000.000 | 12.000.000 | 8.000.000 | 4.000.000 | 0 |
| PASIVO | 20.000.000 | 18.744.691 | 18.347.893 | 18.437.091 | 19.068.503 | 23.604.418 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital Social | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 |
| Reserva Legal Acumulada | 0 | 0 | 557.255 | 1.846.070 | 3.965.116 | 7.024.479 |
| Utilidades Retenidas | 0 | 0 | 5.015.299 | 16.614.630 | 35.686.043 | 63.220.307 |
| Utilidades del Ejercicio | 0 | 5.572.555 | 12.888.145 | 21.190.458 | 30.593.627 | 47.924.121 |

| | | | | | | |
|---------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| PATRIMONIO | 50.000.000 | 55.572.555 | 68.460.700 | 89.651.159 | 120.244.786 | 168.168.907 |
| PASIVO + PATRIMONIO | 70.000.000 | 74.317.246 | 86.808.593 | 108.088.250 | 139.313.289 | 191.773.325 |

Fuente Propia 2016

Tabla 31. Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ventas | 265.600.000 | 292.824.000 | 322.838.460 | 355.929.402 | 392.412.166 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 91.300.000 | 100.658.250 | 110.975.721 | 122.350.732 | 134.891.682 |
| Depreciación | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Utilidad Bruta | 171.777.140 | 189.642.890 | 209.339.879 | 231.055.810 | 254.997.624 |
| Gasto de Ventas | 10.390.000 | 10.909.500 | 11.454.975 | 12.027.724 | 12.629.110 |
| Gastos de Administración | 140.013.800 | 147.014.490 | 154.365.215 | 162.083.475 | 170.187.649 |
| Amortización Gastos | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Utilidad Operativa | 11.373.340 | 21.718.900 | 33.519.690 | 46.944.611 | 72.180.865 |
| Intereses | 3.056.094 | 2.482.862 | 1.892.140 | 1.282.481 | 652.326 |
| Otros ingresos y egresos | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Utilidad antes de impuestos | 8.317.246 | 19.236.038 | 31.627.550 | 45.662.131 | 71.528.539 |
| Impuestos (35%) | 2.744.691 | 6.347.893 | 10.437.091 | 15.068.503 | 23.604.418 |
| Utilidad Neta Final | 5.572.555 | 12.888.145 | 21.190.458 | 30.593.627 | 47.924.121 |

Fuente Propia 2016

Tabla 32. Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Flujo de Caja Operativo | | | | | | |
| Utilidad Operacional | | 11.373.340 | 21.718.900 | 33.519.690 | 46.944.611 | 72.180.865 |
| Depreciaciones | | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Amortización Gastos | | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Impuestos | | 0 | -2.744.691 | -6.347.893 | -10.437.091 | -15.068.503 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | | 23.896.200 | 31.497.069 | 39.694.657 | 49.030.380 | 59.635.222 |
| Flujo de Caja Inversión | | | | | | |
| Variación Inv. Prod. Terminados | | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Variación del Capital de Trabajo | 0 | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Inversión en Muebles | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inversión Activos Fijos | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Inversión | 0 | 20.432.872 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Flujo de Caja Financiamiento | | | | | | |
| Desembolsos Pasivo Largo Plazo | 20.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortizaciones Pasivos Largo Plazo | | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 |
| Intereses Pagados | | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Capital | 50.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Financiamiento | 70.000.000 | -7.056.094 | -6.482.862 | -5.892.140 | -5.282.481 | -4.652.326 |
| Neto Periodo | 70.000.000 | -3.592.766 | 24.234.353 | 32.942.728 | 42.799.982 | 53.937.817 |
| Saldo anterior | | 30.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 |
| Saldo siguiente | 70.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 | 180.322.113 |

Fuente Propia 2016

Tabla 33. Criterios de Decisión

| | |
|--|------------|
| Criterios de Decisión | |
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 20% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 30,62% |
| VAN (Valor actual neto) | 23.425.368 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 1,95 |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 2 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT) | 28,57% |
| Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes) | 0 mes |
| Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes) | 24 mes |

Fuente Propia 2016

Análisis 1. Modificación de Precio de Venta inicial de \$ 320.000.

Después de dar a conocer el balance general, el estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja y el estado de salidas con un Precio de Venta inicial de \$ 320.000. Se realizará un cambio en el precio de venta del producto el cual será de \$310.400 el cual es el valor máximo para que el comportamiento de la tasa interna de retorno no de inferior a lo esperado. El % que se tuvo en cuenta para esta variación es del -3% ya que es la máxima variación en precio que se puede obtener.

A continuación se muestran las siguientes tablas: balance general, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja y el estado de salidas dando a conocer la variación por precio.

Tabla 34. Balance General Sensibilidad Análisis 1

| BALANCE GENERAL | | | | | | |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Activo | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Efectivo | 30.000.000 | 18.439.234 | 36.138.558 | 62.295.090 | 97.613.290 | 143.302.443 |
| Inventarios Producto Terminado | 0 | 7.818.572 | 8.598.426 | 9.458.215 | 10.406.133 | 11.451.212 |
| Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gastos Anticipados | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 |
| Amortización Acumulada | 10.000.000 | 20.000.000 | 30.000.000 | 40.000.000 | -50.000.000 | -50.000.000 |
| Gastos Anticipados | 40.000.000 | 30.000.000 | 20.000.000 | 10.000.000 | 0 | 0 |
| Total Activo Corriente: | 70.000.000 | 56.257.806 | 64.736.984 | 81.753.305 | 108.019.423 | 154.753.655 |
| Muebles y Enseres | 0 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 |
| Depreciación Acumulada | | -2.522.860 | -5.045.720 | -7.568.580 | -10.091.440 | -12.614.300 |
| Muebles y Enseres | 0 | 10.091.440 | 7.568.580 | 5.045.720 | 2.522.860 | 0 |
| Total Activos Fijos: | 0 | 10.091.440 | 7.568.580 | 5.045.720 | 2.522.860 | 0 |
| Total Otros Activos Fijos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ACTIVO | 70.000.000 | 66.349.246 | 72.305.564 | 86.799.025 | 110.542.283 | 154.753.655 |
| Pasivo | | | | | | |
| Impuestos X Pagar | 0 | 495.000 | 3.448.935 | 7.240.991 | 11.544.802 | 19.719.537 |
| Obligaciones Financieras | 20.000.000 | 16.000.000 | 12.000.000 | 8.000.000 | 4.000.000 | 0 |
| PASIVO | 20.000.000 | 16.495.000 | 15.448.935 | 15.240.991 | 15.544.802 | 19.719.537 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital Social | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 |
| Reserva Legal Acumulada | 0 | 0 | 0 | 700.238 | 2.170.379 | 4.514.323 |
| Utilidades Retenidas | 0 | 0 | -145.754 | 6.156.391 | 19.387.655 | 40.483.157 |
| Utilidades del Ejercicio | 0 | -145.754 | 7.002.383 | 14.701.405 | 23.439.447 | 40.036.637 |
| PATRIMONIO | 50.000.000 | 49.854.246 | 56.856.629 | 71.558.034 | 94.997.481 | 135.034.117 |
| PASIVO + PATRIMONIO | 70.000.000 | 66.349.246 | 72.305.564 | 86.799.025 | 110.542.283 | 154.753.655 |

Fuente Propia 2016

Tabla 35. Estado de Resultados Sensibilidad Análisis 1

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ventas | 257.632.000 | 284.039.280 | 313.153.306 | 345.251.520 | 380.639.801 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 91.300.000 | 100.658.250 | 110.975.721 | 122.350.732 | 134.891.682 |
| Depreciación | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Utilidad Bruta | 163.809.140 | 180.858.170 | 199.654.726 | 220.377.928 | 243.225.259 |
| Gasto de Ventas | 10.390.000 | 10.909.500 | 11.454.975 | 12.027.724 | 12.629.110 |
| Gastos de Administracion | 140.013.800 | 147.014.490 | 154.365.215 | 162.083.475 | 170.187.649 |
| Amortización Gastos | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Utilidad Operativa | 3.405.340 | 12.934.180 | 23.834.536 | 36.266.729 | 60.408.500 |
| Intereses | 3.056.094 | 2.482.862 | 1.892.140 | 1.282.481 | 652.326 |
| Otros ingresos y egresos | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Utilidad antes de impuestos | 349.246 | 10.451.318 | 21.942.396 | 34.984.249 | 59.756.174 |
| Impuestos (35%) | 495.000 | 3.448.935 | 7.240.991 | 11.544.802 | 19.719.537 |
| Utilidad Neta Final | -145.754 | 7.002.383 | 14.701.405 | 23.439.447 | 40.036.637 |

Fuente Propia 2016

Tabla 36. Flujo de Caja Sensibilidad Análisis 1

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Flujo de Caja Operativo | | | | | | |
| Utilidad Operacional | | 3.405.340 | 12.934.180 | 23.834.536 | 36.266.729 | 60.408.500 |
| Depreciaciones | | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Amortización Gastos | | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Impuestos | | 0 | -495.000 | -3.448.935 | -7.240.991 | -11.544.802 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | | 15.928.200 | 24.962.040 | 32.908.461 | 41.548.598 | 51.386.558 |
| Variacion Inv. Prod. Terminados | | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Variación del Capital de Trabajo | 0 | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Inversión en Muebles | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inversión Activos Fijos | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Inversión | 0 | 20.432.872 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Desembolsos Pasivo Largo Plazo | 20.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortizaciones Pasivos Largo Plazo | | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 |
| Intereses Pagados | | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Capital | 50.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Financiamiento | 70.000.000 | -7.056.094 | -6.482.862 | -5.892.140 | -5.282.481 | -4.652.326 |
| Neto Periodo | 70.000.000 | 11.560.766 | 17.699.324 | 26.156.532 | 35.318.200 | 45.689.153 |
| Saldo anterior | | 30.000.000 | 18.439.234 | 36.138.558 | 62.295.090 | 97.613.290 |
| Saldo siguiente | 70.000.000 | 18.439.234 | 36.138.558 | 62.295.090 | 97.613.290 | 143.302.443 |

Fuente Propia 2016

| | | | | | | |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Amortización Acumulada | - | - | - | - | - | - |
| | 10.000.000 | 20.000.000 | 30.000.000 | 40.000.000 | -50.000.000 | -50.000.000 |
| Gastos Anticipados | 40.000.000 | 30.000.000 | 20.000.000 | 10.000.000 | 0 | 0 |
| Total Activo Corriente: | 70.000.000 | 57.925.806 | 68.073.263 | 86.510.188 | 114.342.522 | 162.803.508 |
| Muebles y Enseres | 0 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 | 12.614.300 |
| Depreciación Acumulada | | -2.522.860 | -5.045.720 | -7.568.580 | -10.091.440 | -12.614.300 |
| Muebles y Enseres | 0 | 10.091.440 | 7.568.580 | 5.045.720 | 2.522.860 | 0 |
| Total Activos Fijos: | 0 | 10.091.440 | 7.568.580 | 5.045.720 | 2.522.860 | 0 |
| ACTIVO | 70.000.000 | 68.017.246 | 75.641.843 | 91.555.908 | 116.865.382 | 162.803.508 |
| Pasivo | | | | | | |
| Impuestos X Pagar | 0 | 665.691 | 4.055.795 | 7.910.054 | 12.282.444 | 20.532.788 |
| Obligaciones Financieras | 20.000.000 | 16.000.000 | 12.000.000 | 8.000.000 | 4.000.000 | 0 |
| PASIVO | 20.000.000 | 16.665.691 | 16.055.795 | 15.910.054 | 16.282.444 | 20.532.788 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital Social | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 | 50.000.000 |
| Reserva Legal Acumulada | 0 | 0 | 135.155 | 958.605 | 2.564.585 | 5.058.294 |
| Utilidades Retenidas | 0 | 0 | 1.216.399 | 8.627.443 | 23.081.269 | 45.524.644 |
| Utilidades del Ejercicio | 0 | 1.351.555 | 8.234.493 | 16.059.806 | 24.937.084 | 41.687.782 |
| PATRIMONIO | 50.000.000 | 51.351.555 | 59.586.048 | 75.645.854 | 100.582.938 | 142.270.720 |
| PASIVO + PATRIMONIO | 70.000.000 | 68.017.246 | 75.641.843 | 91.555.908 | 116.865.382 | 162.803.508 |

Fuente Propia 2016

Tabla 39. Estado de Resultados Sensibilidad Análisis 2

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ventas | 256.000.000 | 282.240.000 | 311.169.600 | 343.064.484 | 378.228.594 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 88.000.000 | 97.020.000 | 106.964.550 | 117.928.416 | 130.016.079 |
| Depreciación | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Utilidad Bruta | 165.477.140 | 182.697.140 | 201.682.190 | 222.613.208 | 245.689.655 |
| Gasto de Ventas | 10.390.000 | 10.909.500 | 11.454.975 | 12.027.724 | 12.629.110 |
| Gastos de Administracion | 140.013.800 | 147.014.490 | 154.365.215 | 162.083.475 | 170.187.649 |
| Amortización Gastos | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Utilidad Operativa | 5.073.340 | 14.773.150 | 25.862.001 | 38.502.009 | 62.872.896 |
| Intereses | 3.056.094 | 2.482.862 | 1.892.140 | 1.282.481 | 652.326 |
| Otros ingresos y egresos | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Utilidad antes de impuestos | 2.017.246 | 12.290.288 | 23.969.860 | 37.219.528 | 62.220.570 |
| Impuestos (35%) | 665.691 | 4.055.795 | 7.910.054 | 12.282.444 | 20.532.788 |
| Utilidad Neta Final | 1.351.555 | 8.234.493 | 16.059.806 | 24.937.084 | 41.687.782 |

Fuente Propia 2016

Tabla 40. Flujo de Caja Sensibilidad Análisis 2

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Flujo de Caja Operativo | | | | | | |
| Utilidad Operacional | | 5.073.340 | 14.773.150 | 25.862.001 | 38.502.009 | 62.872.896 |
| Depreciaciones | | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Amortización Gastos | | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Impuestos | | 0 | -665.691 | -4.055.795 | -7.910.054 | -12.282.444 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | | 17.596.200 | 26.630.319 | 34.329.065 | 43.114.815 | 53.113.311 |
| Flujo de Caja Inversión | | | | | | |
| Variación Inv. Prod. Terminados | | -7.543.572 | -751.667 | -828.713 | -913.656 | -1.007.305 |
| Variación del Capital de Trabajo | 0 | -7.543.572 | -751.667 | -828.713 | -913.656 | -1.007.305 |
| Inversión en Muebles | 0 | - | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inversión Activos Fijos | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Inversión | 0 | 12.614.300 | -751.667 | -828.713 | -913.656 | -1.007.305 |
| Flujo de Caja Financiamiento | | | | | | |
| Desembolsos Pasivo Largo Plazo | 20.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortizaciones Pasivos Largo Plazo | | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 |
| Intereses Pagados | | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Capital | 50.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Financiamiento | 70.000.000 | -7.056.094 | -6.482.862 | -5.892.140 | -5.282.481 | -4.652.326 |
| Neto Periodo | 70.000.000 | -9.617.766 | 19.395.790 | 27.608.213 | 36.918.679 | 47.453.680 |
| Saldo anterior | | 30.000.000 | 20.382.234 | 39.778.024 | 67.386.237 | 104.304.916 |
| Saldo siguiente | 70.000.000 | 20.382.234 | 39.778.024 | 67.386.237 | 104.304.916 | 151.758.596 |

Fuente Propia 2016

Tabla 41. Criterios de Decesión Sensibilidad Análisis 2

| | |
|--|-----------|
| Criterios de Decisión | |
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 20% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 22,99% |
| VAN (Valor actual neto) | 6.515.213 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 2,32 |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 2 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT) | 28,57% |
| Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes) | 0 mes |
| Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes) | 24 mes |

Fuente Propia 2016

8.5.4.2 ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS PROYECTADO

A continuación se da a conocer el Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado a 5 años de Llantas Beldri SAS.

Tabla 42. Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ventas | 265.600.000 | 292.824.000 | 322.838.460 | 355.929.402 | 392.412.166 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 91.300.000 | 100.658.250 | 110.975.721 | 122.350.732 | 134.891.682 |
| Depreciación | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Utilidad Bruta | 171.777.140 | 189.642.890 | 209.339.879 | 231.055.810 | 254.997.624 |
| Gasto de Ventas | 10.390.000 | 10.909.500 | 11.454.975 | 12.027.724 | 12.629.110 |
| Gastos de Administración | 140.013.800 | 147.014.490 | 154.365.215 | 162.083.475 | 170.187.649 |
| Amortización Gastos | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Utilidad Operativa | 11.373.340 | 21.718.900 | 33.519.690 | 46.944.611 | 72.180.865 |
| Intereses | 3.056.094 | 2.482.862 | 1.892.140 | 1.282.481 | 652.326 |
| Otros ingresos y egresos | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Utilidad antes de impuestos | 8.317.246 | 19.236.038 | 31.627.550 | 45.662.131 | 71.528.539 |
| Impuestos (35%) | 2.744.691 | 6.347.893 | 10.437.091 | 15.068.503 | 23.604.418 |
| Utilidad Neta Final | 5.572.555 | 12.888.145 | 21.190.458 | 30.593.627 | 47.924.121 |

Fuente Propia 2016

8.5.4.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

A continuación se da a conocer el Flujo de Caja Proyectado a 5 años de Llantas Beldri SAS.

Tabla 43. Flujo de Caja Proyectado a 5 años

| FLUJO DE CAJA | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Flujo de Caja Operativo | | | | | | |
| Utilidad Operacional | | 11.373.340 | 21.718.900 | 33.519.690 | 46.944.611 | 72.180.865 |
| Depreciaciones | | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 | 2.522.860 |
| Amortización Gastos | | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 0 |
| Impuestos | | 0 | -2.744.691 | -6.347.893 | -10.437.091 | -15.068.503 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | | 23.896.200 | 31.497.069 | 39.694.657 | 49.030.380 | 59.635.222 |
| Flujo de Caja Inversión | | | | | | |
| Variación Inv. Prod. Terminados | | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Variación del Capital de Trabajo | 0 | -7.818.572 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Inversión en Muebles | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inversión Activos Fijos | 0 | 12.614.300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Inversión | 0 | 20.432.872 | -779.854 | -859.789 | -947.918 | -1.045.079 |
| Flujo de Caja Financiamiento | | | | | | |
| Desembolsos Pasivo Largo Plazo | 20.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortizaciones Pasivos Largo Plazo | | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 | -4.000.000 |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Intereses Pagados | | -3.056.094 | -2.482.862 | -1.892.140 | -1.282.481 | -652.326 |
| Capital | 50.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Neto Flujo de Caja Financiamiento | 70.000.000 | -7.056.094 | -6.482.862 | -5.892.140 | -5.282.481 | -4.652.326 |
| Neto Periodo | 70.000.000 | -3.592.766 | 24.234.353 | 32.942.728 | 42.799.982 | 53.937.817 |
| Saldo anterior | | 30.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 |
| Saldo siguiente | 70.000.000 | 26.407.234 | 50.641.587 | 83.584.315 | 126.384.296 | 180.322.113 |

Fuente Propia 2016

8.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

8.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO

A continuación se da a conocer el valor de VAN y la TIR que arrojó la evaluación financiera del proyecto en el cual se estableció un periodo de 5 años, a continuación se analiza el resultado de cada indicador:

TIR: este indicador presenta que la compañía está en la capacidad de generar una TIR del 30,62%.

VAN: El flujo de caja y la rentabilidad a 5 años es positiva dando un valor actual neto hoy de 23.425.368

PAYBACK: El periodo de la recuperación de la inversión sera de 1 año y 95 meses.

Tabla 44. Criterios de Decisión

| | |
|--|------------|
| Criterios de Decisión | |
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 20% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 30,62% |
| VAN (Valor actual neto) | 23.425.368 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 1,95 |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 2 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprend. (AFE/AT) | 28,57% |
| Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes) | 0 mes |
| Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes) | 24 mes |

Fuente Propia 2016

CONCLUSIONES

En consecuencia de toda una investigación para el estudio prefactible para comercialización de llantas en Colombia se concluye que:

- ✓ En todo el trabajo realizado se aplicó los diferentes conceptos que se vieron a lo largo de la carrera y a lo largo de semestre en curso. Se obtuvo una mayor experiencia en la forma de investigación e interpretación para la realización y ejecución de una idea de negocio.
- ✓ Para grandes empresas es mucho más factible y menos engorroso realizar una importación al país especialmente del producto de llantas, se debe obtener un mayor apoyo para que pequeñas empresas que desean realizar este tipo de importaciones ya que el sector automotriz es una gran potencia en la economía de Colombia tanto a nivel nacional como internación.
- ✓ La variación del dolor es un criterio importante para el sector automotriz ya que depende del mismo como se van a imponer los precios en el mercado, la investigación del producto demuestra que es un bien que el consumidor no lo necesita de forma inmediata ya que su interés de compra es a lo largo del tiempo como consecuencia el mercado de auto partes especialmente los neumáticos se van a ver afectados en un tiempo promedio de dos (2) años.
- ✓ El gobierno y grandes empresas deberían realizar una mayor inversión en cuanto a tecnología, maquinaria e infraestructura que se pueda empezar a implementar proyectos de fabricación de neumáticos ya que si el costo de importación es muy alto puede estudiarse la posibilidad de realizar una exportación.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.larepublica.co/pese-al-d%C3%B3lar-mercado-de-llantas-sigue-din%C3%A1mico>

www.autosdeprimera.com/Nacional/cifras-importacion-llantas-colombia-2016

<http://www.idea.gov.co/es-co/ciudadano/CVSubastaInversa/Estudio%20de%20Sector%20LLANTAS%20-%20ANEXO%20No%201%20Versi%C3%B3n-II.pdf>

<http://es.slideshare.net/FenalcoAntioquia/estudio-agosto-2013-sector-de-llantas-y-servicio-automotriz>

<http://www.lanotadigital.com/vademecum/small/caucho-y-plastico/llantas-produccion-y-comercializacion>

<http://www.andi.com.co/>

<http://www.autobild.es/practicos/50-neumaticos-verano-examen-215493>

<http://www.michelin.com.co/CO/es/pagina-principal.html>

<http://www.inviertaencolombia.com.co/organigrama-proexport/17-informacion-regional/regional-medellin/637-zona-franca-medellin.html>

http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/Facturacion_Numeracion.html

www.expopartes.com.co

www.expocar.com.co

ANEXOS

Anexo 1. Excel de Flujo de Proceso donde se encuentra el flujo de comercialización y el flujo de abastecimiento.