

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PLAN DE NEGOCIOS PLASTIC INDUSTRIAL

TRABAJO DE GRADO

PAOLA ANDREA DAVILA COLLAZOS

BOGOTÁ D.C.

2015

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PLAN DE NEGOCIOS PLASTIC INDUSTRIAL

TRABAJO DE GRADO

PAOLA ANDREA DAVILA COLLAZOS

DIEGO CAVANZO

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2015

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	1
RESUMEN	2
Palabras Clave:	2
ABSTRACT	3
Key words:	3
1. PRESENTACIÓN	4
1.1 Definición del proyecto	4
1.2 Antecedentes del proyecto	4
1.3 Descripción del equipo Emprendedor	5
1.4 Origen de la idea de negocio	7
2. MERCADEREO	8
2.1 Producto	8
2.2 Situación del mercado	14
2.3 Análisis de la competencia	25
2.4 Precio	27
2.5 Distribución	30
2.6 Promoción	30
2.7 Proyección de ventas	32
3. PRODUCCIÓN Y CALIDAD	36
3.1 Proceso de elaboración	36
3.2 Gestión de calidad	40
3.3 Equipos e infraestructura locativa	41

3.4	Seguridad en el trabajo y el medio ambiente.	46
4.	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	47
4.1	Planificación y programación.....	47
4.2	Organización	49
4.3	Gestión de personal	52
5.	JURIDICO Y TRIBUTARIO	55
5.1	Determinación de la forma jurídica.....	55
5.2	Aspectos laborales y seguridad de los trabajadores	59
5.3	Obligaciones tributarias o fiscales.....	60
5.4	Permisos, licencias y documentación oficial.....	61
5.5	Patentes, marcas y otro tipo de registros	62
6.	FINANCIERO	62
6.1	Plan financiero.....	62
6.2	Sistema de cobros y pagos	63
6.3	Resumen de los datos financieros	64
7.	VALORACION.....	71
7.1	Análisis del DOFA	71
8.	CONCLUSIONES.....	73
9.	BIBLIOGRAFIA	74
	Bibliografía	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ventas de carros nuevos en Colombia.....	16
Tabla 2 Registros 2012	21
Tabla 3 Matriz de competencia.....	26
Tabla 4 Costos y Precio de venta.....	28
Tabla 5 Precios de la competencia.....	29
Tabla 6 Gastos de publicidad.....	31
Tabla 7 Ventas mensuales de guardapolvos	32
Tabla 8 Porcentajes de ventas Security Road	33
Tabla 9 Proyecciones de ventas anuales en unidades de producto	34
Tabla 10 Proyecciones de ventas en pesos	35
Tabla 11 Ciclos de los procesos.....	38
Tabla 12 Costos variables de producción de triangulo	40
Tabla 13 Equipos	42
Tabla 14 Cronograma de actividades.....	48
Tabla 15 Personal requerido	49
Tabla 16 Contratación de personal	51
Tabla 17 Nómina o salario.....	52
Tabla 18 Provisiones.....	53
Tabla 19 Indicadores de gestión	54

Tabla 20 Inversión inicial Plastic Industrial	62
Tabla 21 Composición de los costos fijos.....	63
Tabla 22 Punto de equilibrio operativo.....	64
Tabla 23 Comportamiento de flujo de caja anual	64
Tabla 24 Comportamiento del Estado de Resultados proyectado anual.....	67
Tabla 25 Comportamiento del Balance General Proyectado	68
Tabla 26 DOFA.....	71

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Visión general del Sector Automotor	16
Figura 2 Venta autopartes (2014)	18
Figura 3 Venta nacional autopartes (2014).....	18
Figura 4 Histórico Venta de Autopartes (1999-2014)	19
Figura 5 Cantidad de registros	21
Figura 6 Sector automotor, participación por segmento	24
Figura 7 Ventas mensuales de guardapolvos en los últimos 3 años	33
Figura 8. Proceso de elaboración	36
Figura 9 Organigrama de la empresa	49

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Triángulos	10
Imagen 2 Conos	10
Imagen 3 Tacos	11
Imagen 4 Botiquín.....	11
Imagen 5 Estuche	12
Imagen 6 Extintor	12
Imagen 7 Colorantes, Pigmentos fluorescentes	13

GLOSARIO

ABS: es el nombre dado a una familia de termoplásticos. Se le llama plástico de ingeniería, debido a que es un plástico cuya elaboración y procesamiento es más complejo que los plásticos comunes, como son las polioleofinas (polietileno, polipropileno). El acrónimo deriva de los tres monómeros utilizados para producirlo: acrilonitrilo, butadieno y estireno. (Tecnología de plásticos, 2014)

Distribuidor: Persona o entidad que recibe un producto del fabricante y lo entrega a los comerciantes.

Fabricantes: Persona o empresa dedicada a producir mercancías o transformar una fuente de energía a gran escala utilizando para ello maquinaria y procesos repetitivos, para luego venderla a distribuidores, mayoristas o directamente a los consumidores.

Intraemprendimiento: Es el acto de llevar adelante una actividad emprendedora al interior de una organización existente, con el fin de fomentar el empleo y la competitividad. Generalmente, esta acción está relacionada con la innovación en la estrategia de producto o servicio, el lanzamiento de una nueva unidad de negocio o gama de productos, el desarrollo de nuevos productos o nuevos atributos de este. (INCAP, 2013)

Máquina de inyección en plástico: El propósito de la máquina inyectora de plástico es ser capaz de suministrar la materia prima requerida por el usuario al molde el cual debe tener un sistema de enfriamiento apropiado para que el producto se encuentre en buen estado y no pierda sus propiedades y especificaciones indicadas.

RESUMEN

PLASTIC INDUSTRIAL (SAS) es un intraemprendimiento el cual va ligado con Americana de accesorios ACES LTDA, que es una empresa industrial familiar que lleva más de 25 años de experiencia en el mercado, centrada en el sector de autopartes, encargada de producir accesorios en plástico a través de inyectoras especializadas. El producto en el cual nos especializamos es Security Road, un producto basado en el kit de carretera ya existente en el mercado pero con ciertas características diferenciadoras que ayudaran a que las mujeres siendo tan independientes en esta época, se sientan identificadas con este producto y más allá de esto adquieran un sentido de pertenencia no solo con su vehículo y con su seguridad sino también con la de las personas que la rodean.

Fabricaremos un kit de carretera el cual con características de diseño y funcionales harán de este un producto más seguro y diferente. El diseño que tiene hace que para las mujeres sea mucho más sencillo de armar.

Palabras Clave:

Industria, autopartes, kit de carretera, vehículos, seguridad, mujeres.

ABSTRACT

PLASTIC INDUSTRIAL (SAS) is an intraemprendimiento that has join with Americana de Accesorios ACES LTDA, that is a industrial family company and has more than 25 years in the market, focusing in autoparts industry, in charge of producing accessories in plastic through specialized injection machines. The product that we are developing it is called Security Road, a product based in the road kit that already exist in the market but with some differentiating characteristics that will help independent women eeling identified with the product and make sense of belonging not only with their vehicle and safety but with the people around them. We fabricate road kit which with design and functional characteristics make this a safer and different product.

Key words:

Industry, autoparts, road kit, vehicles, safety, women.

1. PRESENTACIÓN

1.1 Definición del proyecto

La principal actividad económica que va a realizar PLASTIC INDUSTRIAL se resume brevemente en el código CIIU 2930 el cual expresa que será “fabricación de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automóviles. También para este proceso cabe resaltar que aplica el código CIUU 4530 el cual expresa de la misma forma que será “comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores” (Camara de Comercio de Bogota, 2012) .

La empresa se ubicara en el sector del siete de agosto en Bogotá, donde es conocido por fabricación, importación, distribución y comercialización de autopartes y accesorios para vehículos donde actualmente se encuentra ubicada Americana de accesorios. El proyecto se empezara a realizar desde enero del 2016 pero cabe resaltar que durante los últimos dos años se ha venido analizando y estudiando el producto y el mercado.

1.2 Antecedentes del proyecto

AMERICANA DE ACCESORIOS ACES LTDA. Es una empresa industrial familiar, centrada en el sector de autopartes, especializada en la fabricación de partes y accesorios para carrocerías y automóviles; tales como seguros de ventana, pasamanos para buses y busetas, aletas o guardapolvos universales y seguros de luna para espejos para automóviles entre otros; a través de procesos de inyección de plásticos, ubicada en la ciudad de Bogotá D.C, consolidada hace 21 años en el mercado nacional y aproximadamente 13 en el internacional. En la cual crecí al lado de mi padre, Andelfo Dávila, quien es el propietario y representante legal de la compañía, a la que cada día le fui cogiendo cariño. Gracias al gusto por la empresa poco a poco ha venido

conociendo acerca de todos los procesos que realiza esta, los cuales son dedicados principalmente a la inyección de plásticos. Para estos procesos, se trabaja a partir de transformación de materias primas que se hace a través de moldes hechos en acero, troqueles para láminas y tornos revólveres para figurar varillas. Se puede encontrar ampliamente información en el anexo 1.

Así obtener productos terminados para ser entregados a los diferentes clientes con los cuales por más de 21 años ha venido trabajando y tiene experiencia en esto. La oportunidad que tiene Plastic industrial para igualmente ofrecer, Security Road (nuevo kit de carretera), a toda la red de concesionarios con la que Americana de Accesorios cuenta, pues actualmente tiene relación directa con 32 concesionarios de autos, aproximadamente 12 carrocerías de fabricación de buses y busetas, 20 distribuidores mayoristas, 80 almacenes mayoristas y 200 almacenes minoristas a nivel nacional, abarcando gran parte del mercado y aprovechando esta red se da inicio a la distribución de Security Road en las ciudades principales de Colombia como lo son Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Cúcuta, Villavicencio entre otras.

El objetivo del presente proyecto es crear la empresa Plastic Industrial, teniendo como primera línea de producto el kit de carretera, que aunque siendo un producto ya existente, se ofrece al mercado, a los clientes y a los usuarios un producto innovador lleno de características nuevas y además de eso, se crea la necesidad en los usuarios de que vean este producto de mucha utilidad, no solo a la hora de salir de viaje sino aquí mismo en la ciudad; teniendo en cuenta que es un producto hecho para ayudar a la seguridad y prevención en cuanto la persona decide subir a su vehículo y emprender camino.

1.3 Descripción del equipo Emprendedor

Paola Andrea Dávila Collazos, 22 años, estudiante de Administración de Empresas de la Universidad del Rosario, cursando actualmente decimo semestre. Desde los 15 años se ha vinculado a la empresa familiar basada en el sector de autopartes, y teniendo claro que la mayoría

de las personas que están dentro de esta industria son hombres, ella ha tenido un gusto y entusiasmo por hacer parte de este negocio. Poco a poco involucrándose a esta empresa, su primera labor fue ayudar a empacar diferentes productos y pedidos y luego ya con un poco más de madurez decidió hacer parte del equipo de las finanzas y producción. Gracias a esto, en ella se creó un deseo de querer constituir su propia compañía, teniendo el apoyo intelectual y económico de su padre, pues él la ha influenciado de una manera muy positiva a seguir sus pasos, que con gran esfuerzo han evolucionado a pasos agigantados y sobre todo a ser una gran líder y emprendedora.

Es una mujer organizada, perseverante, líder, responsable, soñadora, con muchas metas en la vida, y creativa, por esta razón tomo una materia dentro de la universidad que se llama desarrollo creativo, la cual estaba ligada con un proyecto de emprendimiento de alguna idea con la que se quiera llegar a innovar en el mercado, esta idea la ha ido madurando desde el producto que se encuentra perfeccionando para la opción de trabajo de grado que escogió, emprendimiento.

Por esta razón en noveno semestre al haber terminado sus materias y correspondiéndole empezar su año de pasantías, solicita a la universidad que le permita hacerlas en Americana de accesorios y esta se la otorga para fortalecer y enriquecer más los conocimientos hacia el proyecto.

Las metas que se ha plasmado las ha venido alcanzando con grandes esfuerzos. Su actual deseo es terminar exitosamente su carrera, poder concretar el proyecto y así crear su propia compañía, creando productos que desde la industria automotriz ayuden al crecimiento del país y el desarrollo de la comunidad, además de querer no solo expandirse a nivel nacional sino también internacional, de la mano de la compañía de su padre y de su hermano, las cuales están ligadas por las líneas de producto que manejan, siendo compatibles, el sueño más grande por la parte profesional es poder unir estas tres compañías (la de su padre, su hermano y la suya) para conformar una multinacional que tenga gran variedad de productos fabricados e importados. Con sus ganancias y esfuerzos desea estudiar derecho, lo cual es algo que la apasiona, además de querer viajar por diferentes lugares del mundo, poder interactuar con diferentes personas. Su mayor deseo es poder retribuir a sus padres todo lo que le han brindado durante su vida, con el

esfuerzo que ellos han hecho para sacar adelante a la familia en el aspecto personal, profesional y económico.

Contactos claves:

- *ANDELFO DÁVILA AYALA* quien es el padre y mentor de la emprendedora, lleva más de 25 años trabajando en el mercado automotriz, con su ayuda y experiencia se contactara a la persona de confianza para fabricar los moldes necesarios, además de brindar asesoría en el tema de materias primas.
Quien además tiene un interés en el negocio y que aparecerá como socio, aportando capital a esta empresa.
- *CONCESIONARIOS* y toda la red de clientes actuales que posee Americana de Accesorios

1.4 Origen de la idea de negocio

Esta idea emprendedora surge desde hace aproximadamente 7 años cuando inicio a trabajar en la empresa de su padre, Americana de accesorios Ltda. Para colaborarle e ir conociendo cada uno de los procesos de una empresa industrial. A medida del tiempo conocía y le gustaba cada vez más, aprendiendo desde los procesos administrativos hasta los productivos, los cuales siempre le llamaron la atención, la entusiasmaron y la motivaron.

A medida que curso sus semestres de universidad, tenía claro que lo que quiere es emprender su empresa propia, pero en séptimo semestre cuando está casi a punto de tener que elegir su opción de trabajo de grado y al mismo tiempo tener que realizar una práctica empresarial, decidió acudir a su padre para que la guiara un poco, pues realmente tenía claro que lo que desea es tener su negocio pero sin tener alguna idea clara de cómo empezar. Ha tenido ejemplos muy claros en su vida, el primero, su padre con su gran empresa, AMERICANA DE ACCESORIOS ACES LTDA. Y el segundo, su hermano mayor, Juan Pablo, quien siendo diseñador industrial decidió emprender e incursionar en el mercado automotriz y junto con la

ayuda de su padre realizar moldes para el seguro de luna de espejo para los vehículos, y después de cuatro años, hoy en día su compañía, NEXO INDUSTRIAL, es la empresa líder en el mercado de dicho accesorio. De esta misma manera su padre le brinda la idea y le ofrece todo el apoyo y la disposición de la infraestructura de la compañía, en ese momento le manifestó que su deseo no es emplearse sino hacer una empresa y así involucrarse de la misma manera como lo hizo su hermano, en el sector automotriz, pero con la idea de innovar en un producto ya existente, los kit de carretera. Desde este momento, gracias al impulso que le da su padre poniéndole a disposición cada maquinaria y herramienta de la compañía y al ver los resultados que ha venido teniendo su hermano, decide iniciar con este proyecto y este producto, e investigar los diferentes modelos, tipos y normas que regulan este tipo de accesorio.

2. MERCADEO

2.1 Producto

El problema que se encontró a través de un estudio que realizamos¹, es que hoy en día las personas que poseen un vehículo muchas veces puede que porten consigo el kit de carretera por norma. Según el Ministerio de Transporte (Ministerio de Transporte, 2011).

De acuerdo a la Ley 769 de 2002, Código Nacional de Tránsito, artículo 30 un vehículo debe portar: 1. Un gato con capacidad para elevar el vehículo, 2. Una cruceta, 3. Dos señales de carretera en forma de triángulo en material reflectivo y provistas de soportes para ser colocadas en forma vertical o lámparas de señal de luz amarilla intermitentes o de destello, 4. Un botiquín de primeros auxilios, 5. Un extintor, 6. Dos tacos para bloquear el vehículo, 7. Caja de herramienta básica que como mínimo deberá

¹ Ver, Anexo 2, Conclusión de entrevistas.

contener: Alicata, destornilladores, llave de expansión y llaves fijas, 8. Llanta de repuesto, 9. Linterna. (p.1)

Pero a la hora de un accidente, o un problema mecánico con su vehículo no se hace uso de esto, las razones más frecuentes del porque son: se les olvida, no lo ven necesario, llamativo o preventivo y por miedo a que este se estropee. Por esta razón el proyecto está enfocado en fabricar un kit de carretera con características llamativas y funcionales.

PLASTIC INDUSTRIAL, llega al mercado con, Security Road, un kit de carretera propio diseñado para mujeres en cual el cambio del diseño a la hora de armar o desarmar sus partes, el cambio del color de sus productos sin dejar de ser reflectivo (amarillo, fucsia, verde, rojo, azul pero todos fosforescentes) para mejorar el alcance de visibilidad y reflectividad a mucha más distancia como lo debe tener, se instalan a productos como los conos y triángulos bombillos led para avisar y prevenir más, y minimizar el riesgo de otro accidente. Se fabrica con una materia prima mucho más flexible y resistente como lo es el ABS que es un polímero mucho más fuerte, pues en este momento casi el 90% de estos elementos son fabricados en polipropileno el cual es un material un poco más débil, muy fácil de romper y no muy duradero.

Además, en la inferior de los triángulos y conos se ponen unas pequeñas cintas adhesivas las cuales tienen un pegamento para que en el momento de poner estos elementos en el asfalto queden adheridos sin riesgo alguno de que se caigan o se vuelen. De igual manera los tacos son más grandes, y están fabricados en ABS y por la parte inferior lleva un tipo de caucho para que así se adhiera al piso y tenga más agarre tanto a la llanta como al suelo para brindar más seguridad. También el producto tiene la ventaja de ser personalizado, tanto las piezas por individual como el estuche (variedad de diseños y material) incluyendo el tamaño que desee según el tipo de vehículo que tenga, así la persona tiene la percepción de que el producto que estamos ofreciendo esta hecho a la medida de su carro, prácticamente pensando en él y su necesidad.

Conjuntamente en el estuche hay listas tanto de la norma que exige el uso del kit y los elementos reglamentarios como de todos los números de las aseguradoras de vehículos, para que tan pronto la persona tenga alguna calamidad con su auto, vaya directamente al kit de carretera a

buscar todos estos elementos y adquieran ese sentido de seguridad y prevención tanto para el vehículo averiado como para los demás.

Línea de producto 1

Diseño: Diego Dávila y Paola Dávila

Imagen 1 Triángulos



Línea de producto 1

Diseño: Diego Dávila y Paola Dávila

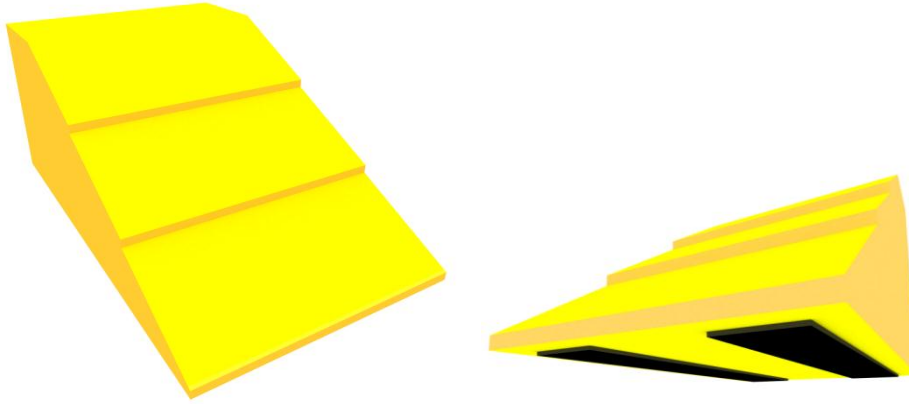
Imagen 2 Conos



Línea de producto 1

Diseño: Diego Dávila y Paola Dávila

Imagen 3 Tacos



Línea de producto 1

Diseño: Diego Dávila y Paola Dávila

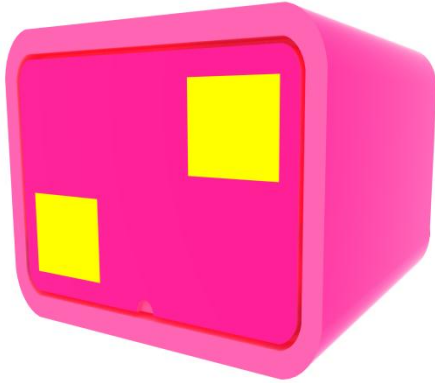
Imagen 4 Botiquín



Línea de producto 1

Diseño: Diego Dávila y Paola Dávila

Imagen 5 Estuche



Línea de producto 1

Diseño: Diego Dávila y Paola Dávila

Imagen 6 Extintor



Imagen 7 Colorantes, Pigmentos fluorescentes



El propósito es que la persona a la hora de tener que adquirir un kit de carretera tenga un acceso muy cómodo a este, por esa razón se distribuirá en concesionarios, almacenes de cadena y distribuidores mayoristas. Teniendo en cuenta que el kit de carretera tiene buena presentación, es más atractivo pero lo importante es que sus características lo hacen más preventivo y más seguro.

Todo esto con el fin de que las personas sean más conscientes de que cuando tengan una dificultad con su automóvil utilicen este equipo, con el objetivo de prevenir a los demás vehículos que están transitando por esta misma zona que posee algún problema con su auto y de igual manera brindar la seguridad suya, del automóvil y de las personas que están a su alrededor, por último, que lo utilicen sin miedo de que alguna de las partes que lo componen se va a estropear o perder.

Con la siguiente noticia se puede observar que tan útil y cuan es la importancia que tiene hoy en día el kit de carretera:

Según el Instituto de Medicina Legal y Ciencias Forenses, el mes con más muertos en accidentes de transporte; es el 10% del total, una cifra significativa.

Por eso es vital incrementar las medidas de prevención, y una de ellas es portar un adecuado kit de carretera, que evitara muchos dolores de cabeza (La patria, 2012).

Afirma el agente Tucker que un estudio realizado en el Reino Unido, demostró que gracias al realizar el cambio de color en algunos de los elementos del kit de carretera, como de naranja a verde fosforescente en los conos y triángulos reflectivos, se redujo el nivel de accidentalidad, debido a que este color genera más visibilidad de día, de noche y en ocasiones cuando hay neblina (Tucker, 2014).

Productos Futuros

PLASTIC INDUSTRIAL cumple una función social de prevención dirigida a accidentes de tránsito y señalizaciones para prevenirlos, lo cual ayuda a que se forme una sociedad más segura y de esta manera minimizar los riesgos en el tránsito. Quiero abarcar también con este mismo producto la línea personalizada para hombres. Una vez realizado este producto, se incursionara en la línea de aletas o guardapolvos para automóviles y camionetas tipo originales, pues en el mercado nacional los fabricantes actualmente solo se especializan en hacer este producto de forma universal (adaptado a todo vehículo). Pues si se encuentran originales en el mercado son solo importados y además demasiado costosos.

2.2 Situación del mercado

A continuación se va analizar el mercado en el cual se encuentra PLASTIC INDUSTRIAL con su producto Security Road (nuevo kit de carretera), este análisis se va a ver desglosado en los siguientes aspectos:

- ✓ *Sector automotriz*
- ✓ *Sector de autopartes*

- ✓ *Cliente objetivo*
- ✓ *Público objetivo o usuario*
- ✓ *Tamaño del mercado*

Sector automotriz

La industria automotriz aporta en un 4% al PIB industrial y representa el 6,2% del PIB nacional (Proexport Colombia, 2010). Colombia es el quinto productor de vehículos en la región a automotriz, generando 24.783 empleos directos entre la industria terminal y los proveedores nacionales de autopartes además de 100.000 indirectos incluyendo la red de comercialización, con empleo formal, altamente calificado y salarios promedio por encima del resto de los sectores (Colombia co, 2013).

Es importante tener en cuenta factores como el incremento que tienen las ventas de vehículos, los tratados de libre comercio y la proliferación de marcas de carros que son comercializados en el país pues todos estos elementos llevan al mercado de autopartes a enfrentar grandes desafíos. Las cifras de vehículos nuevos que se matricularon en el país en el año 2014 fueron cruciales pues represento el desarrollo y crecimiento del país gracias a este sector, debido a que en ese año se compraron 328.526 vehículos cero kilómetros, cifra que en comparación al 2013 aumento aproximadamente en un 10,8 % (el colombiano, 2015). Comparándolo así de igual manera con las cifras de los años anteriores, lo cual indica que es un sector en bastante movimiento gracias a las estrategias que realiza para mantenerse, pues considerando que desde el 2011 (Portafolio, 2012), año en el que se generó una venta de 324.510 vehículos nuevos hasta el momento la más alta, y gracias al crecimiento del sector después de esta, en el 2014 se generó la cifra máxima alcanzada en la historia del país al superar el 1,2 por ciento de dicho año (el colombiano, 2015).

A continuación en la Tabla 1 se presenta la información recolectada de las ventas de carros del 2011 hasta mayo del 2015, lo que registró de enero a mayo una disminución del 6.4% de las matriculas con respecto al mismo periodo de tiempo del 2014 y 0,9% menos que el 2013 (Portafolio, 2015)

Tabla 1 Ventas de carros nuevos en Colombia

Año	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas	324.570	311.920	294.362	328.526	113.164

Fuente: Elaboración propia con base en Portafolio e Informe de la ANDI², Comité automotor colombiano y FENALCO³.

En la Figura 1 se presenta la visión general del Sector Automotor mes a mes del año 2013 al 2014 en Colombia.

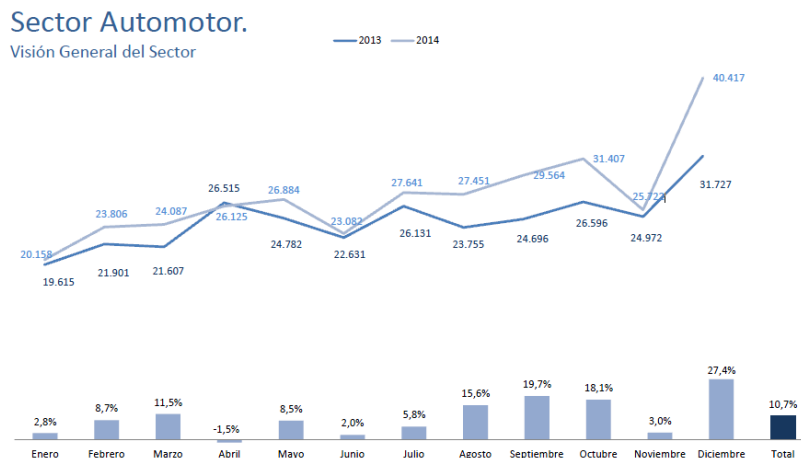


Figura 1 Visión general del Sector Automotor

Fuente: (Andemos, 2014). Sector Automotor.

Sector autopartes

El sector de autopartes en Colombia, además de fabricar partes y piezas usadas en el ensamble de vehículos, incluye el ensamble de todo tipo de automotores, fabricación de repuestos y vincula a otras industrias como la metalmecánica, autopartes, entre otros. Según Procolombia, para lograr la expansión de la industria colombiana de autopartes la clave está en la

² Asociación Nacional de Industriales

³ Federación Nacional de Comerciantes

internalización pues actualmente hay 28 países que demandan productos que el país ya está ofreciendo, además de afirmar que cada país tiene nichos de mercado que vale la pena estudiar pues es ahí en donde hay oportunidad de diferenciación (ProColombia, 2014).

En Colombia el mercado de piezas y partes para autos, se compone por producción nacional e importada y hoy por hoy la industria nacional representa el 45% del mercado mientras que las importaciones un 55%. Según el DANE, el alto nivel tecnológico y de calidad, ha generado la confianza de consumidores externos localizados en más de 50 países, lo que nos ha permitido exportar autopartes por un valor promedio superior a los 473 millones de dólares en los últimos tres años (ANDI, 2012)

Afirma Tulio Zuloaga (presidente de autopartes) que la industria nacional en general actualmente se encuentra en un término medio competitivo, pero es necesario tener en cuenta que hay en el mercado productos importados de alta calidad, cuyo precio es menor al de los elaborados por empresas nacionales, lo que objetivamente supone un reto adicional para la industria colombiana de partes para vehículos. Por otra parte según la ANDI, a nivel nacional se fabrican múltiples tipos de autopartes, entre las que se encuentran: sistemas de suspensión, 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, 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, y accesorios, entre otros (Autopartes boyacars, 2014)

Según Confecámaras en el sector se registran más de 8.400 empresas autopartistas, de estas 900 son importadoras, (sura, 2013) .

En la Figura 2 se presenta que en comparación con el año 2013, en el 2014 con \$3.817 millones de dólares hubo un aumento del 1% en las ventas de autopartes en Colombia.

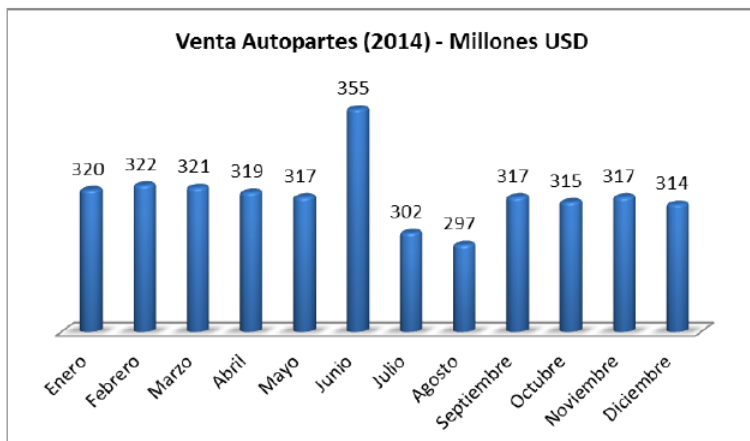


Figura 2 Venta autopartes (2014)

Fuente: (Asopartes, 2014).

Siendo Ecuador, México, Perú, Argentina, Venezuela y Estados Unidos los principales destinos de exportaciones de autopartes colombianas y vehículos. Según el Centro Virtual de Negocios, las autopartes que más se importan son los neumáticos, embragues y sus partes, motores, ruedas y sus partes, y los vidrios y espejos.

En la Figura 3 se muestra la venta de autopartes nacional que durante el 2014 fue de \$1.527 millones de dólares.

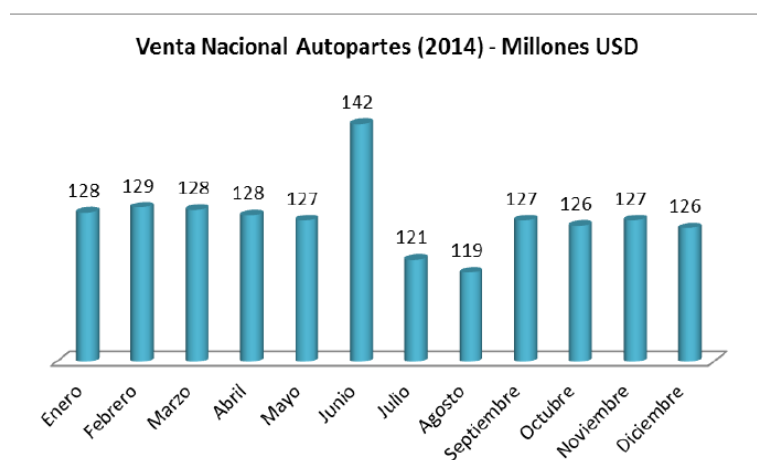


Figura 3 Venta nacional autopartes (2014)

Fuente: (Asopartes, 2014)

En la Figura 4 se puede observar que en los últimos dos años se ha generado un descenso en las ventas de autopartes en el país, más del 6%. Sin dejar a un lado que es debido tener en cuenta que el mercado negro no deja de ser un obstáculo para la competencia legal y transparente en el sector.

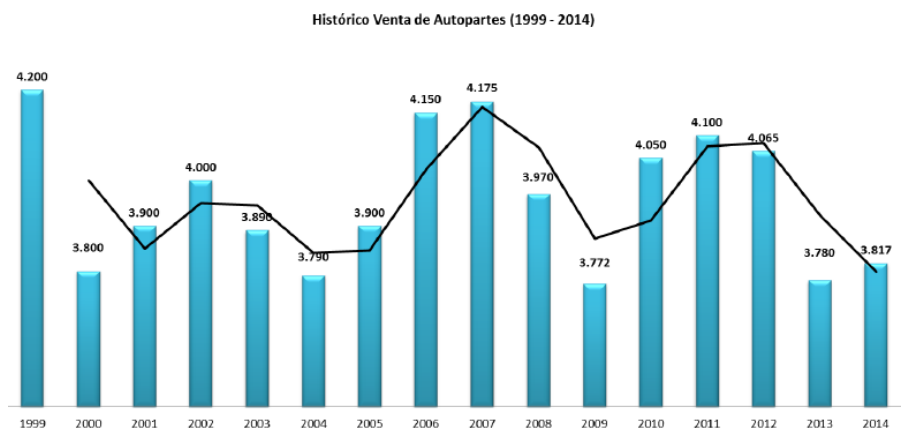


Figura 4 Histórico Venta de Autopartes (1999-2014)

Fuente: (Asopartes, 2014).

La zona 2 de repuestos, que abarca entre las calles 60 y 80 y las carreras 24 y 31, ha generado un gran desarrollo en los últimos 20 años. Pues más de 800 establecimientos comerciales aseguran un completo surtido del mercado local y nacional de repuestos para vehículos livianos, afirma Mario Castro, Gerente de Mercadeo y Ventas de una de las más importantes firmas importadoras de autopartes (El tiempo, 2012). Teniendo en cuenta que en el sector el costo de las autopartes se autorregula, debido a que si se sabe buscar, siempre se encontrara un sitio más económico, lo cual beneficia al consumidor.

En Colombia, el mercado de autopartes crece gracias al surgimiento de importantes y nuevas comercializadoras, destacando las que se encuentran en la zona del 7 de agosto, pues solo en Bogotá todos los días se venden 13 mil millones de pesos en piezas de autos, facturando casi 1.600 millones de pesos diarios en esa zona. (El tiempo, 2012)

Cliente objetivo

El segmento objetivo o clientes potenciales de Plastic Industrial son los concesionarios, almacenes de cadena y distribuidores mayoristas de autopartes, con el fin de abarcar no solo el mercado nacional, con la red de concesionarios que Americana de Accesorios ha venido manejando desde hace aproximadamente 21 años, sino también el mercado internacional (empezando por las principales ciudades de países como Venezuela y Ecuador) de autopartes para vehículos los cuales tienen como objetivo central o usuario, todas las mujeres que tengan vehículo. Pues a través de ellos se distribuirá el producto, y ellos mismo serán los encargados de ofrecer y vender (Security Road) a los usuarios o público objetivo.

Es importante tener claras algunas definiciones como:

□ Concesionario de una empresa automovilística: Es un establecimiento adquiere los vehículos para revenderlos posteriormente, con un margen de ganancia prefijado por el propio fabricante; se ocupa además de la asistencia técnica a los clientes. La figura del concesionario ha substituido casi completamente en el campo automovilístico al comisionista, que trabajaba en nombre y por cuenta de terceros.⁸

□ Grandes almacenes: Todo establecimiento de comercio que venda bienes de consumo masivo al detal y cuyos ingresos brutos bimestrales sean iguales o mayores a tres mil salarios mínimos legales mensuales vigentes, tales como almacenes de cadena, almacenes por departamentos.⁹ En Colombia tales como Alkosto, HomeCenter y Easy-Éxito, entre otros.

□ Mayorista: Dícese del comerciante que no vende directamente al consumidor final, sino que compra a un fabricante o a un importador para vender a los minoristas, quienes luego venden a los consumidores. Como su nombre indica, mayorista es un comerciante que vende al por mayor.¹⁰ En Colombia tales como Lujos Araní, Importadora y Comercializadora La Hormiga y El faro, entre otros.

Como se muestra en la Tabla 3 y la Figura 6, en Bogotá, según la Cámara de Comercio hasta el 2012 se registraron 74.686 empresas con el fin de comercializar al por mayor y al por menor autopartes, motocicletas y efectos personales, para reparación de vehículos automotores lo cual representa el 36.26% de participación en el mercado (ANDI, 2012), teniendo en cuenta que

para el año actual las cifras pueden haber aumentado, lo que significa que el porcentaje de nuestros clientes potenciales cada vez es más amplio, y de tal forma poder abarcar mayor parte del mercado, teniendo en cuenta que el sector al que se desea entrar es uno de los sectores más representativos actualmente.

Tabla 2 Registros 2012

LETRA CIU	DESCRIPCIÓN	Cantidad Registros 2012	Participación %
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas y efectos personales.	74.686	36,26%

Fuente: Cámara de comercio



Figura 5 Cantidad de registros

Fuente: Cámara de comercio

Es importante tener en cuenta no solo nuestro mercado objetivo directo sino también el indirecto o usuarios, que en este caso serían las mujeres compradoras de vehículos. Observando que tanto la producción total como el consumo aparente de vehículos aumenta cada año con respecto a lo sucedido en el año anterior, lo cual nos demuestra que nuestro usuario crece cada vez más llevando a los distribuidores a adquirir más productos para satisfacer la demanda.

El fin principal de todos los productores y distribuidores es llegar al cliente con productos innovadores, diferentes, de alta calidad y seguros. Por esta razón mis clientes siendo los

concesionarios, almacenes de cadena y distribuidores tendrán un nuevo valor agregado con el cual podrán ofrecerle algo mucho mejor al usuario y seguir satisfaciendo de tal forma sus necesidades.

Público objetivo o usuario

Este producto está dirigido a mujeres entre 18 y 50 años de edad, localizadas alrededor de Colombia, específicamente en las principales ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Pereira, Ibagué, Manizales, Santa Marta, Cúcuta, Armenia, Tunja, Villavicencio y Neiva. (Anexo 2, Modelo de Negocio)

El público objetivo son mujeres que tienen su carro propio, bien sea estudiante y/o profesional, que se caracterizan por ser o buscar independencia, además que han trabajado por lo que ellas desean y tienen ingresos aproximadamente de 5 o más salarios mínimos, además poseen el poder de decidir a la hora de comprar lo que ellas desean por esta misma razón, son autosuficientes para no depender de nadie, identificándose por llevar un estilo de vida muy dinámico y sobre todo les gusta ser diferentes y exclusivas en todo aspecto además de siempre estar buscando algo con lo cual se vean reflejadas y las represente de la manera más sencilla.

Hoy en día las personas buscan como diferenciarse las unas de las otras, muchas veces sin importar el costo que esto pueda llegar a tener. En este caso para las mujeres en la actualidad es indispensable su vehículo y de tal manera los gustos y el estilo de vida son condiciones que mueven a las mujeres cuando buscan su carro. Hay un vehículo ideal dependiendo el tipo de mujer que sea, pues cualquiera que sea la ocupación, las mujeres necesitan un vehículo particular para su movilización, pero así mismo estos deben tener algunas características específicas, por ejemplo, para las mujeres jóvenes con niños menores de cinco años, lo más recomendable son los carros coupé, por la seguridad que brindan para que los niños no se salgan del carro (El tiempo, 2013) y esto sucede con cada una de ellas, pues todas tienen necesidades diferentes las cuales distintos tipo de carros pueden brindar.

Así mismo, el mercado se ha encargado de ofrecer accesorios específicamente para ellas, como los diferentes equipos de sonido, que guardan en su memoria exclusivamente la música de

quien conduce. También sensores de cámara de reversa que se activan cuando el vehículo arranca hacia atrás y advierten sobre la cercanía de objeto. Y la ayuda de parqueo cuando se parquea en paralelo, el vehículo calcula si cabe o no en el espacio existente, para que el conductor solo tenga que ir hacia adelante o hacia atrás para parquear. Entre otras características creadas por y para nosotras.

En el mercado encontramos todo tipo de mujeres; versátiles, aventureras, extremas, amantes del lujo y la feminidad, las debutantes, divertidas y eco amigables quienes tienen en común, el querer ser únicas. Pues no importa cuál sea el gusto o perfil de una mujer; en su carro siempre debe haber cabida para lo mejor.

Según Bernardo Castro quien hace parte del área de mercadeo en Hyundai, afirma que a la hora de comprar un vehículo, las mujeres se fijan más en lo estético y el equipamiento. Se preocupan por obtener información acerca de las opciones, teniendo como prioridad la comodidad, consumo, la seguridad, los detalles y accesorios en el espacio interior que quieren que posea su vehículo como luces, espejos con luz, porta vasos, conectores auxiliares, porta gafas, ganchos para la cartera o paquetes, entre otros (El Tiempo motor, 2012)

Las mujeres hoy en día ponen mucha atención a la seguridad pues nos encontramos en una era donde la mujer se preocupa por estar constantemente informada y conoce, si bien no a cabalidad, parcialmente sobre todos los temas incluidos los carros. Por eso, no les sirve un carro que no les ofrezca todos los elementos de seguridad necesarios para que conduzcan tranquilas por la calle, protegidas contra delincuentes y accidentes. Y si no cuenta con la seguridad máxima para llevar a sus hijos, no funciona afirma el ejecutivo de Hyundai.

Gracias a la maquinaria y experiencia que Americana de accesorios tiene en el mercado, contamos con una gran ventaja, pues al tener distribuidores mayoristas en cada una de estas ciudades es más fácil ofrecer el producto a mujeres de todo el país.

Tamaño del mercado

En Colombia los vehículos que más adquieren las mujeres son automóviles, utilitarios, pick ups y van. En el país el total de vehículos matriculados en el año 2014 corresponde a 328.526 unidades, como se puede observar en la Figura 6, de los cuales 165.905 fueron

automóviles, 89.687 fueron utilitarios, 18.725 fueron pick ups y 8.213 fueron van a nivel nacional. Los automóviles tienen un precio promedio de \$40.000.000 mientras que los utilitarios, van y pick ups tienen un precio promedio de \$50.000.000 por unidad. Lo cual aproximadamente representa en conjunto de ingresos de \$13 billones de pesos.

Sector Automotor.

Participación por segmento

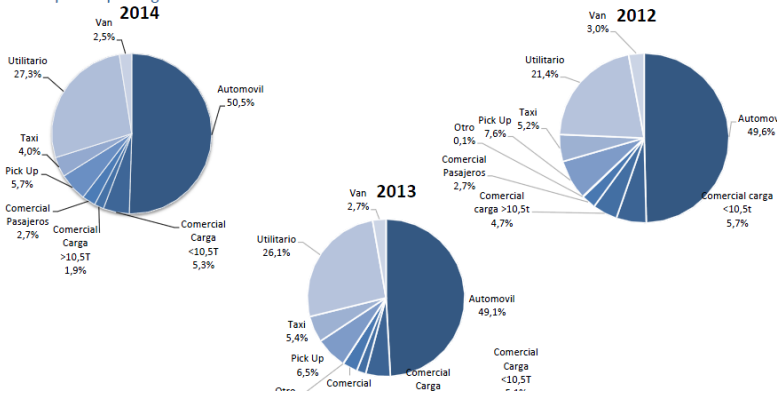


Figura 6 Sector automotor, participación por segmento

Fuente: (Andemos, 2014)

Por otra parte, uno de los accesorios o elementos vitales y obligatorios que deben tener todos los vehículos es, el kit de carretera, que tiene un precio promedio de 50.000 pesos, aproximando así un valor al mercado de los carros que más adquieren las mujeres de 14 mil millones de pesos.

Teniendo en cuenta que mi producto inicialmente está dirigido a las mujeres quienes hoy en día se independizan cada vez más y su autosuficiencia va de la mano de la compra de las herramientas necesarias para no requerir de nadie para salir adelante (El Tiempo, 2011). Por este motivo hoy en día aproximadamente el 39% de los compradores directos de automóviles o utilitarios, son mujeres (Revista motor, 2013). De tal manera que, del total de automóviles, utilitarios, pick up y van matriculados (282.530), son 110.187 vehículos que se adquiere por parte de las mujeres. Y teniendo en cuenta que el precio promedio de un kit de carretera son \$50.000 pesos, se puede concluir que aproximadamente tenemos un mercado potencial anual de aproximadamente de \$ 5.509.350.000 (5 mil millones de pesos).

Es de gran importancia saber que para el primer año se estima iniciar con una participación en el nicho de mercado del 4%, lo que se ve representado en 4.407 vehículos, aspirando a un crecimiento anual del 10% hasta llegar a una estabilidad del mercado del 20% en el año 7.

2.3 Análisis de la competencia

El kit de carretera por ser un producto que existe a nivel mundial, tiene muchos fabricantes en el mundo. En Colombia existen varias empresas que fabrican este producto pero son muy pocas de ellas las que cumplen totalmente con la norma y aún menos las que deciden innovar un producto como este, el cual tiene una percepción de ser básico para las personas que poseen automóviles, que no se preocupan por cambiar su diseño u otros valores agregados que puede llegar a hacerlo más llamativo para el cliente y además aumentar sus características para cumplir con el principal fin que tiene este y es la prevención de accidentes y brindar seguridad vial. Algunas empresas fabricantes del kit de carretera son: Industrias Campi SAS, Wilmocorp Ltda. y Extintores Andinos SAS.

Competencia directa

La competencia directa de nuestra compañía, son los fabricantes o productores del kit de carretera compuesto por tacos para ruedas, triángulo reflector, cono vial reflector, extintores y botiquín de primeros auxilios. En Bogotá nuestra competencia más fuerte se encuentra dividida en tres empresas: Industrias Campi SAS, Extintores andinos y Wilmocorp Ltda. Estas Compañías junto con nuestro proyecto tienen productos en común pero además del kit de carretera y sus elementos, se especializan en otras líneas y otros sectores, como la línea automotriz, limpieza o línea para hogar.

Industrias Campi SAS, es una compañía productora que distribuye su producto a nivel nacional y afronta procesos de internacionalización en países de la comunidad andina, tiene una línea automotriz la cual se divide en: tapetes, kit de carretera, cubre autos, cubre motos, lujos y accesorios, mantenimiento y limpieza, es la más antigua de nuestra competencia. Los kit de carretera que ofrece al mercado son completos, tiene cuatro tipos de estos; desde el más básico hasta el más completo; variando de este mismo modo el precio para cada uno. Tienen distintos

tipos de tacos, de triángulos y de estuche para el kit de carretera completo, cabe resaltar que los productos que ofrecen son de un diseño clásico lo cual nos lleva a poder establecer una diferencia con nuestros diseños y colores.

Por otra parte Extintores andinos y Wilmocorp Ltda. Son la competencia más directa, la cual nos interesa analizar a profundidad, estas dos compañías fabrican y comercializan productos especializados en esta área de seguridad para vehículos. Su línea de productos se divide en accesorios como los maletines del kit de carretera, triángulos, botiquines, extintores, kit de carretera, conos, tapetes y herramientas.

Lo que tienen estas tres empresas en común es, ofrecer productos de la línea en la cual deseamos especializarnos pero al mismo tiempo ofrecen al consumidor productos clásicos los cuales no tienen alguna innovación o garantía de mayor prevención o seguridad, sin disminuir la calidad y a un precio muy cómodo para el consumidor como lo que desea Plastic Industrial SAS, además de llegar al cliente con colores y diseños que no existen en el mercado. Y claramente ninguna de estas empresas que llevan años en el mercado ha decidido realizar una línea de este producto dirigido específicamente a las mujeres.

Según la Tabla 3 se muestran “Las manchas blancas” que se pueden encontrar en los productos que fabrica la competencia se dirige a factores como lo son la innovación, exclusividad incluyendo también la calidad. Y es en estos factores o falencias en los que Plastic industrial quiere enfocarse para llegar al mercado, pues estas empresa se enfocaron en realizar un producto básico y de tal forma venderlo al usuario, mientras que Plastic Industrial desea vender un producto básico pero exclusivo para ofrecer al cliente valor agregado y diferenciación.

Tabla 3 Matriz de competencia

<u>Empresas</u> / <u>Factores</u>	<u>Precio</u>	<u>Innovación</u>	<u>Calidad</u>	<u>Personalización</u>	<u>Exclusividad</u>	<u>Diseño</u>	<u>Tiempo de entrega</u>
	8	10		10	9	9	9

	10						
	8	5	8	7	1	5	8
	7	5	7	6	1	5	6
	6	3	7	6	1	5	6

Fuente: Elaboración propia

2.4 Precio

Es entusiasmante la idea de fabricar este producto, aprovechando la infraestructura, los recursos, la experiencia y el apoyo de Americana de accesorios para poder seguir con la misma línea de productos. Pues gracias a las inyectoras que tiene y al modelo de producción que se maneja que específicamente es, no trabajar con moldes de una o dos cavidades que se demoran un promedio de 30 segundos en estar la pieza lista, desde que entra la materia prima hasta que sale el producto final, sino trabajar como hoy en día lo hace la industria China, Coreana y todos los países industrializados para reducir costos, con moldes de mínimo de 6 a 10 cavidades los cuales se demoran los mismos 30 segundos y se obtiene de esta forma más producción, en menos tiempo y a un menor costo, todo esto con el fin de poder entregar un precio flexible y un producto de alta calidad, innovador y llamativo para mujeres.

Poder competir contra un precio en el que se encuentra un kit de carretera tradicional, teniendo claro no se está creando un producto totalmente nuevo, pero si se logra innovar un producto básico y necesario para el mercado no solo nacional sino también internacional.

Aparte de la estrategia de producción que se tiene, existen otros dos tipos principales de estrategias de precios para competir en el mercado. Una es la fijación de precios para capturar el

nivel más alto del mercado, y la otra es la fijación de precios para penetrar el mercado (Marketing, 2012). Security Road sale al mercado con la segunda estrategia, pues con esta se fija un precio bajo para un producto nuevo, buscando atraer a un gran número de compradores, alcanzando una importante participación en el mercado, debido a que este usuario es sensible a los precios y con este sistema de producción se logra reducir costos, con la ventaja de realizar una producción en masa, trabajando con altos volúmenes de ventas.

Al manejar una fijación de precios de productos colectivos, la cual consiste en mezclar varios productos como serian, los tacos, los conos, el botiquín, etc. Y ofrecer el conjunto por un precio reducido. Se tiene la capacidad de ofrecerle al cliente y/o usuario un conjunto de productos o una sola pieza si lo desea.

Determinación del precio

Como se muestra en la tabla 4 el costo variable y el precio de venta para cada producto son: (ver sección 3. Producción y Calidad):

Tabla 4 Costos y Precio de venta

Producto	Costo variable	Precio de venta
Security Road (Kit completo)	\$ 39.778	\$ 60.000
Triangulo individual	\$ 5.414	\$ 9.000
Cono individual	\$ 4.347	\$ 7.500
Taco individual	\$ 734	\$ 1.500
Estuche individual	\$ 4.202	\$ 7.000
Botiquín individual	\$ 8.000	\$ 13.500
Extintor individual	\$ 12.000	\$ 20.000

Fuente: Elaboración propia basada en herramienta Bogotá emprende.

Los precios de nuestra competencia se basan en tener un kit de carretera básico y otro más completo que le agregan herramientas, y sus precios actuales son:

Tabla 5 Precios de la competencia

Compañía	Tipo de producto	Precios
Wilmocorp	Kit de carretera básico	\$ 52.000
	Kit de carretera completo	\$ 120.000
Incampi	Kit de carretera básico	\$ 80.000
	Kit de carretera completo	\$ 99.000
Extintores andinos	Kit de carretera básico	\$ 40.000
	Kit de carretera completo	\$ 78.000

Fuente: Elaboración propia basado en <http://www.extintoresandinos.com/>, <http://wilmocorp.com/> , <http://www.incampi.com/>

Teniendo en cuenta que la única de las compañías que vende actualmente sus productos por separado es Extintores Andinos, al igual que nosotros, así analizando el precio de la competencia y los costos, se fija el precio de venta.

2.5 Distribución

El canal de distribución que se maneja con nuestros clientes que son los concesionarios, almacenes de cadena y distribuidores mayoristas será directo. Mientras que el canal de distribución con el usuario o consumidor es indirecto pues a través de nuestros clientes, estos podrán adquirir el producto.

En el mercado existen tres tipos de distribución; intensiva, exclusiva y selectiva (Cunningham, 1991 Segunda edición). Plastic industrial aplica la distribución intensiva, en la cual se tiene el mayor número de puntos de venta posible a nivel nacional gracias a cada uno de los distribuidores, concesionarios y almacenes de cadena que Americana de accesorios posee en la actualidad que compra el producto alrededor del país para asegurar la cobertura máxima en ventas. Esta estrategia está diseñada para Security Roas debido a que es un elemento necesario y vital. La ventaja que tiene manejar este tipo de distribución es que se maximiza la disponibilidad del producto y proporciona gran participación en la compra de este debido a la elevada exposición del producto.

Los pedidos se manejan a través de los vendedores que se tienen a nivel nacional. En Bogotá, la van se encarga de la entrega puerta a puerta a cada uno de los clientes, mientras que al resto del país estos son enviados por medio de la transportadora que ellos deseen.

2.6 Promoción

Principalmente el producto se promociona y se da a conocer a nuestros clientes por medio de los vendedores que se tienen a nivel nacional, y dependiendo al pedido que se realice así mismo se generan descuentos directos a los distribuidores, almacenes de cadena y concesionarios.

También para los usuarios se realiza publicidad a través de redes sociales como lo son Facebook, Instagram y Twitter. En este tipo de redes sociales existen grupos específicamente de

personas a quienes les gustan los vehículos o están involucrados de alguna manera con ellos. Brindando bonos de un 10% hasta un 15% de descuento por comprar el producto a nuestros diferentes clientes.

Es de gran importancia tener en cuenta que hay meses del año como febrero, abril, julio, octubre y diciembre en los cuales las personas se interesan mucho más por comprar auto o por arreglarlo por varios motivos como porque se van o llegan de viaje o porque tienen la capacidad económica de adquirir un nuevo vehículo, así que para estas fechas se tiene planeado que la inversión en publicidad incremente, pero los gastos promedios de esta misma se ven a continuación en la Tabla 6:

Tabla 6 Gastos de publicidad

Publicidad	Presupuesto anual
Página web	\$ 2.500.000
Tropezón externo	\$ 335.000
Afiches	\$ 550.000
Tarjetas	\$ 95.000
Aviso caja luz	\$ 485.000
Membretadas	\$ 295.000
Factureros	\$ 150.000
Remisiones	\$ 150.000
Instructivos de kit de carretera	\$ 650.000
Gasto total de presupuesto anual	\$ 5.210.000

Fuente: Elaboración propia

2.7 Proyección de ventas

Análisis de ventas Americana de Accesorios

Acorde a la Tabla 7 y Figura 7 según el informe de ventas del producto estrella de Americana de Accesorios (los guardapolvos) se pueden observar como varían las cantidades vendidas del producto durante el año, sin embargo se mantiene en un rango de ventas esperadas.

Aumentando en un porcentaje significativo en el año 2014. Teniendo en cuenta que lo importante es que a lo largo del año se refleje un crecimiento acorde al mercado y a la economía.

Tabla 7 Ventas mensuales de guardapolvos

Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
2012	2.541	2.606	2.770	2.763	2.751	2.585
2013	2.617	2.762	2.825	3.177	2.971	2.766
2014	2.682	3.002	3.108	3.113	3.238	2.794

Año	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2012	2.709	2.910	3.060	3.153	2.517	2.708
2013	3.142	3.056	3.152	3.248	2.819	3.331
2014	3.268	3.459	3.666	3.849	2.875	4.497

Fuente: Elaboración propia con base en informe de Americana de Accesorios

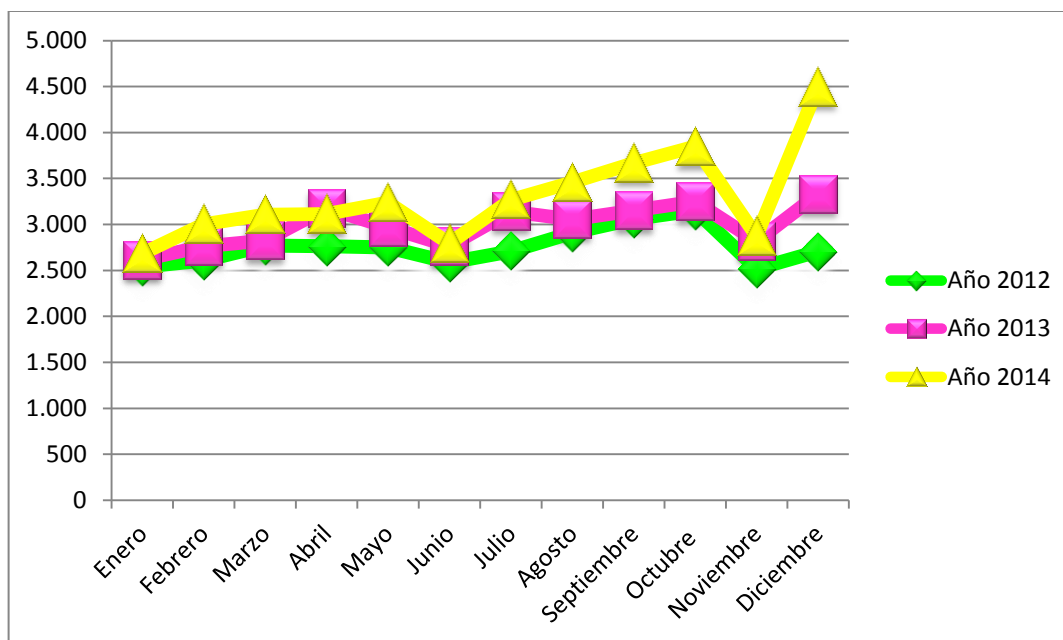


Figura 7 Ventas mensuales de guardapolvos en los últimos 3 años

Fuente: Elaboración propia con base en Informe Americana de Accesorios.

La proyección de ventas en unidades de producto está basada en dos factores de gran importancia, el primero es el crecimiento y movimiento del sector en los últimos 2 años, y el segundo son las ventas de los últimos 3 años que ha tenido Americana de Accesorios en su producto estrella (los guardapolvos), analizando estos dos factores, se encuentra que la tendencia es muy similar. Por esta razón para hallar las proyecciones de venta de Security Road se tomaron como base los siguientes porcentajes:

Tabla 8 Porcentajes de ventas Security Road

Año/ Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
2016		6%	2%	15%	-8%	-7%
2017	2,80%	8,70%	11,50%	-1,50%	8,50%	2,00%
2018	2,80%	8,70%	11,50%	-1,50%	8,50%	2,00%

Año/ Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2016	16%	-5%	3%	3%	-12%	25%
2017	5,80%	15,60%	19,70%	18,10%	3%	27,40%
2018	5,80%	15,60%	19,70%	18,10%	3%	27,40%

Fuente: Elaboración propia basado en ventas Americana de Accesorios e informe de ventas del sector

Tomando como referencias los porcentajes, el primero de crecimiento mes por mes para hallar las cantidades estimadas a vender durante el primer año 2016 de producción con respecto a lo que aumento las ventas de Americana de Accesorios mes a mes en el año 2013, tanto en las ventas del sector como en las ventas de Americana de Accesorios que como se nombró anteriormente son similares. Y segundo tomando como referencia los porcentajes de crecimiento mes contra mes del año 2013 al año 2014 en el crecimiento del sector, para los años 2017 y 2018.

Siendo así, a continuación en la Tabla 9 se muestran las proyecciones de ventas para los 3 primeros años:

Tabla 9 Proyecciones de ventas anuales en unidades de producto

Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Security Road (Kit completo)	4.367	4.717	5.345
Triangulo individual	1.133	1.255	1.399
Cono individual	1.133	1.255	1.399
Taco individual	1.133	1.255	1.399
Estuche individual	1.133	1.255	1.399
Botiquín individual	1.133	1.255	1.399
Extintor individual	1.133	1.255	1.399

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 Proyecciones de ventas en pesos

Año	Ventas en pesos	Crecimiento anual
Año 2016	\$ 328.300.500	-
Año 2017	\$ 357.217.500	8,81%
Año 2018	\$ 402.541.500	12,69%

Fuente: Elaboración propia basada Simulador financiero

Como se muestra en la Tabla 10, en el segundo año se presupuesta incrementar las ventas en un 8,81% teniendo ventas promedio mensuales de 29,77 millones de pesos. Para el tercer año se espera tener ventas de 402,54 millones de pesos. Lo que corresponde a un crecimiento de 12,69%, con respecto al año anterior.

3. PRODUCCIÓN Y CALIDAD

3.1 Proceso de elaboración

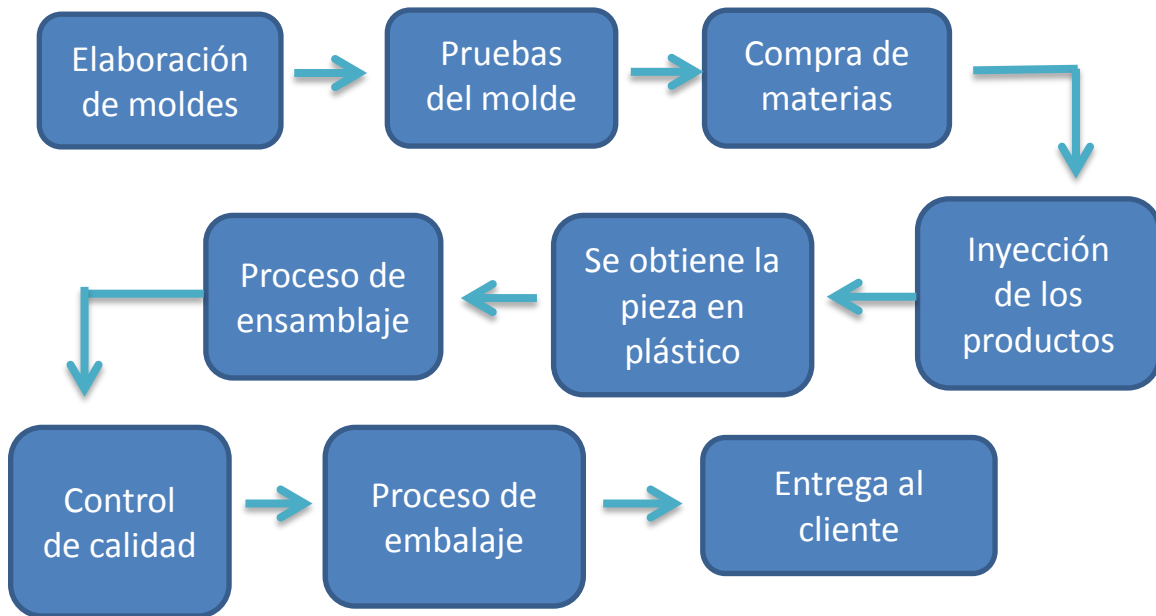


Figura 8. Proceso de elaboración

Fuente: Elaboración propia con base al proceso de producción de Americana de Accesorios.

Como se muestra en la Figura 8, el proceso de producción empieza con la elaboración de los moldes, la creación de estos se tarda aproximadamente 2 meses realizando las debidas pruebas para inyectar y observar el producto para poder realizar el respectivo control del molde que generara la pieza determinada con ayuda de la materia prima. Este molde es realizado por un mecánico industrial con el cual Americana de accesorios ha trabajado desde hace 15 años aproximadamente.

Se hará un molde de los triángulos, de los conos, de los tacos, del botiquín y del estuche. Los moldes que necesitamos son mínimo de 8 cavidades por cada uno para inyecciones e plástico los cuales son puestos en las inyectoras para empezar la producción en masa.

Para esto es necesario de la compra de materias primas como el ABS⁴ y el PVC⁵, estos polímeros tienen propiedades que los hacen ser muy resistentes al impacto, pueden ser sometidos a la exposición de temperaturas relativamente altas, se vuelven deformables o flexibles llegando incluso a derretirse, mientras que cuando se enfría lo suficiente, se endurecen quedando un grado de flexibilidad importante (Impresoras3d, 2013). Cabe resaltar que estos polímeros muchas veces son de color marfil o negro y para que adquiera un color diferente, antes de poner la materia prima en la inyectora, se mezcla con un colorante especial para plásticos del color que se desee, en nuestro caso puede ser amarillo, fucsia, verde, naranja, entre otros, haciendo de tal manera que la pieza que sale del molde, salga del color que se requiera.

Después de tener el molde, la materia prima y el colorante listos; en la inyectora se inserta el molde deseado, luego se programa la maquina dependiendo de la temperatura, del tiempo de inyección, cantidad de carga de material, tiempo de enfriamiento de la pieza y así se coloca la materia prima ya mezclada con el colorante en la cavidad de la inyectora para que de esta manera el material preparado pase por las resistencias de altas temperaturas para ser derretido y de tal manera se amolde a la pieza requerida, este proceso se demora menos de un minuto para poder sacar las piezas listas.

Posteriormente se extrae la pieza completa de la máquina, y pasan al proceso donde se pondrán las luces led con su sistema de encendido y apagado por cada pieza (triangulo y cono), después de insertadas las luces se le colocaran las citas adhesivas para que estos se adhieran al asfalto en lo cual se estima un tiempo de 2.5 minutos.

Por otra parte el molde de los tacos y el estuche tiene el mismo proceso, solo que tan pronto sale de la inyectora, por una parte a los tacos se les pondrán unos tipos de cauchos por la parte inferior para brindar más estabilidad al vehículo, y por otra parte a el estuche y la caja del botiquín saldrán de la inyectora y se les pondrá un sticker el cual la misma persona encargada de la inyectora tendrá el tiempo disponible para hacerlo.

A continuación en la Tabla 11 se pueden observar los procesos más importantes para Plasic Industrial y la duración de los ciclos:

⁴ Acrilonitrilo Butadieno Estireno

⁵ Policloruro de Vinilo

Tabla 11 Ciclos de los procesos

PROCESO	DURACION DEL CICLO	FRECUENCIA DEL CICLO
Estudio del mercado	3 días	Mensualmente
Elaboración de molde	2 meses	Cada 6 meses
Compra de materia prima con colorante	2 horas	Mensualmente
Inyección del producto	Aproximadamente 30-40 segundos	Todos los días
Ensamblaje del producto	Aproximadamente 2.5 minutos	Todos los días
Embalaje del producto	Aproximadamente 40 minutos	Todos los días
Control de calidad	2 minutos	Todos los días

Entrega al cliente

Aproximadamente 5 horas	3 veces por semana
----------------------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia basada en ciclos de Americana de Accesorios

Gestión de inventarios

Proveedores: Siendo un producto innovador en el mercado, se estima la compra necesaria de materia prima se realizara en compras mensuales para aproximadamente 1.000 piezas estimadas en el mismo tiempo de producción.

Producto en stock: Mensualmente se recibe materia prima la cual se utiliza dependiendo de la producción requerida. De esta manera en stock se estima tener de mínimo 50 u 80 piezas de cada producto para satisfacer los pedidos de los clientes. Es necesario como mínimo este stock debido a que tan pronto se recibe la orden de compra del cliente, inmediatamente se embala el producto para ser despachada lo más pronto posible.

Clientes: Con nuestros clientes, desde que realizan la orden de compra respectiva, manejamos el tiempo de entrega de los productos de mínimo de 2 días a máximo 6 días, dependiendo la cantidad requerida. Pues una de nuestras políticas como empresa es la eficiencia con la que nos caracterizamos en todos nuestros procesos y un proceso vital para la compañía es el despacho de la mercancía, el cual debe ser lo más pronto posible.

Cantidad: Gracias a la ventaja que tenemos en el mercado, las cantidades que se trabajaran tanto de materia prima como de producto son importantes, debido a la demanda que estamos dispuestos a satisfacer. Por esta razón es necesario tener un stock mínimo de 50 piezas por cada uno de los productos.

Control de entradas y salidas: La gerente administrativa creara una matriz en Excel, en la cual se manejara todo el sistema de inventarios incluyendo las diferentes materias primas, accesorios necesarios y producto terminado, analizando el proceso de orden de compra que realizan los clientes y el curso de la entrada y salida de cada elemento para respectivamente generar nosotros las nuevas órdenes de compra a los distintos proveedores. Como tiempo

estimado, realizaremos las órdenes de compra con mínimo 8 días de anticipación para que la materia prima requerida llegue con tiempo suficiente antes de que la que se está utilizando se termine.

Meta de producción: Para el primer año de producción se estima aproximadamente una venta de 4.367 Kits de carretera y 6.798 piezas por individual a nivel nacional. Y para el segundo año aumentar las ventas en mínimo 8.8% y tercer año 12.6% para poder abarcar gran parte del mercado, gracias al precio y diferenciación con los que se llega a los clientes y para esto a continuación se muestra un ejemplo de cómo se analizaron los costos variables de uno de los elementos:

Tabla 12 Costos variables de producción de triángulo

Elemento	Unidad medida	Cantidad utilizada	Costo
Materia prima	Gramos	150	\$ 719
Valor inyección	Cierre	1	\$ 116
Luces led	Centímetros	60 cm	\$ 1.800
Cinta	Centímetros	10 cm	\$ 62
Cable	Centímetros	15 cm	\$ 60
Pila	Unidad	1	\$ 1.200
Interruptor	Unidad	1	\$ 1.300
% vendedor	-	3%	\$ 157
TOTAL	-	-	\$ 5.414

Fuente: Elaboración propia basada en costos de Americana de Accesorios

3.2 Gestión de calidad

La política de calidad que deseamos manejar empieza realmente desde el proceso en el cual se diseñó el triángulo para su fácil acceso. De vital importancia y una de las políticas más importantes es que la calidad está garantizada por las materias primas ya que estas son adquiridas

a empresas que importan desde Japón y Estados Unidos. Que son la base principal de nuestros productos. Seguido de un control de calidad ejercido tanto por el operario como por el ingeniero, pues para poder ofrecer un buen producto es obligatorio que las materias primas sean originales y de excelente calidad. Además de vigilar el proceso de inyección que es realizado por personal capacitado y debe estar muy concentrado en el momento en el que se encuentra allí pues, es muy importante que la maquina se encuentre en la temperatura, tiempo y demás parámetros necesarios para que la pieza salga excelente.

Después, el control de calidad es realizado por el personal especializado encargado de poner las luces led, las cintas y los cauchos, quienes prácticamente entregan el producto final. Teniendo en cuenta varios estándares como:

- *La garantía de la flexibilidad y resistencia

- *Que las luces led prendan y apaguen correctamente

- *Que tengan las 5 cintas y cauchos adhesivos

- *Que el estuche cierre y abra fácilmente

- *Las imperfecciones: en el proceso en el cual se encuentren imperfección el producto será devuelto al gerente de mercado para realizar el proceso de cambio o nueva inyección.

Postventa: si alguno de los productos es devuelto por el cliente o usuario se analizara el producto y si es el caso tenemos la garantía de cambiarlo por uno nuevo a cargo del gerente administrativo.

3.3 Equipos e infraestructura locativa

En la Tabla 13 (pág. 43) se encuentra un listado de los equipos necesarios, por parte de la fábrica y de la oficina. Consta especialmente de dos inyectoras que es el equipo principal de la industria, la primera inyectora con la que se cuenta tiene una capacidad de inyección de plásticos

de 400 gramos y la segunda inyectora tiene una mayor capacidad de inyección, que alcanza a inyectar aproximadamente hasta 800 gramos de materia prima, la referencia de la primera inyectora es HAITIAN HTF 150 X, mientras que la segunda inyectora siendo más grande es de referencia HAITIAN HTF 250 X (toneladas de cierre) de ultima tecnología, con certificación de calidad ISO9001 de la comunidad europea .

Además se cuenta con maquinaria como lo son tornos revolver, tornos paralelos, taladros de árbol, (información ampliada en anexos).

Por otra parte, se cuenta con moldes elaborados en ACERO 2040 de 8 cavidades para hacer el producto mucho más competitivo.

Una vez ya realizados los moldes se tiene estimado que se inyectan aproximadamente 300 unidades en una jordana de 8 horas.

También se encuentra todos los muebles necesarios para las respectivas oficinas.

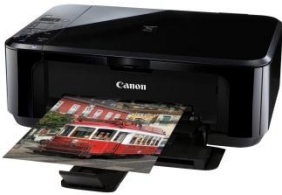
Tabla 13 Equipos

Fabrica		
Elemento	Precio	Imagen
Mesas de trabajo (3)	\$ 360.000	
Sillas (4)	\$ 200.000	

Estantes (4)	\$ 600.000	
Organizadores (3)	\$ 180.000	
Inyectora (2)	\$ 150.000.000	
Moldes (4)	\$ 8.000.000	

Fuente: Elaboración propia

Oficina		
Elemento	Precio	Imagen
Computador (1)	\$ 650.000	

Impresora (1)	\$ 100.000	
Escritorio (1)	\$ 200.000	
Sillas (2)	\$ 131.800	
Horno microondas (1)	\$ 180.000	
Teléfono (1)	\$ 70.000	
Comedor (1)	\$ 750.000	

Fuente: Elaboración propia

La inversión inicial para realizar este proyecto es de 31 millones, con una inversión del 100% de parte de los socios. Y está dividida en 58% de activos fijos y el 42% para capital de trabajo.

Distribución del establecimiento

Se cuenta con una bodega de 10 metros de frente por 30 metros de fondo en 3 pisos, con una totalidad de Área de 900 m². En el primer piso se ubica el almacén y toda la parte administrativa con 3 oficinas y en la parte trasera en este mismo piso está ubicada toda la fábrica, empezando por las inyectoras, tornos y materia prima. En el segundo piso se encuentra la parte de ensamblaje y bodega donde se maneja la parte de inventarios, gestión de calidad y órdenes de pedidos, de igual manera que en el tercer piso. Además consta de 2 baños, comedor y sala de juntas.

Actualmente se encuentra ubicada en el sector del siete de agosto en Bogotá.

Estrato 3



3.4 Seguridad en el trabajo y el medio ambiente.

Seguridad en el trabajo

Para la compañía es de gran importancia que los empleados se sientan seguros trabajando en cualquiera que sea la función que desempeñen, por tal razón cada uno de los trabajadores cuenta con su seguridad social y riesgos profesionales regidos por la Ley 1562, julio 11 de 2012 (El Congreso de Colombia, 2012), para prevenir, proteger y atenderlos a todos de los efectos de las enfermedades o accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan. El personal contratado es capacitado por personas idóneas y con años de experiencia, durante un mes aproximadamente, específicamente el área operativa está capacitada y protegida por el riesgo que tienen al manejar este tipo de inyectoras. Además la compañía dota a cada uno con implementos de seguridad como cascos, orejeras industriales, mascara, overoles, guantes, y botas con punta metálica para evitar accidentes laborales. También por parte de la ARL se programan cada mes modelos para prevenir toda clase de accidentes.

Actualmente las disposiciones de la salud ocupacional se ven directamente relacionada con la prevención de accidentes de trabajo, enfermedades laborales y el mejoramiento de las condiciones de trabajo lo cual hace parte del sistema general de riesgos laborales con el que cada uno cuenta.

Nuestra compañía afilia a cada uno de los empleados a una ARL pues gracias a esta afiliación se cubren los gastos que se generen por alguna enfermedad o accidente que sufra el trabajador durante sus horas de trabajo o a causa de ellas. Esto se realiza a través de la EPS en la cual el trabajador se encuentre afiliado pero la ARL es la encargada de pagar estos gastos a la debida EPS. (Minsalud, 2011)

Medio Ambiente

La materia prima a utilizar como lo es el ABS, es contaminante al ser arrojado al medio ambiente pero lo que evita la compañía en un 100% es no contaminar gracias a que como política todos los residuos que se generen serán reutilizados en nuestros procesos productivos y esto conlleva a evitar que sean arrojadas a la basura o al medio ambiente.

Plastic Industrial junto con Americana de Accesorios son empresas comprometidas con el medio ambiente, es por eso que al trabajar con materia prima original tiene la posibilidad de reutilizar las velas y sobrantes de materia prima ya que dicho material no pierde sino tan solo el 7% de su propiedad original en la primera inyección. De esta manera se muelen en conjunto para volverlas a reutilizar en una nueva inyección que serán los tacos, pero esta vez en color negro y obviamente más económicos ayudando así a proteger el medio ambiente en el sentido de no arrojar un tipo de plástico como este que generalmente puede durar hasta 20 años en el proceso de descomposición total, y es esto lo que evita la compañía con esta política.

4. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 Planificación y programación

En base de que americana de accesorios ya tiene los canales de distribución lo cual me hace mucho más fácil llegar a los clientes que se ha estudiado y analizado para la comercialización de mi producto.

- **Objetivo General**
 - Darnos a conocer en el mercado como una empresa innovadora que brinda alta calidad y cambios y de tal manera lograr posicionarnos en el mercado Colombiano de autopartes.
- **Objetivos Específicos**
 - Para inicios del año 2016 contratar al mecánico industrial para comenzar a realizar los moldes para los 4 productos nuevos del kit de carretera.
 - Trabajar junto con los vendedores sobre la investigación exploratoria que se realizara a finales de febrero para analizar la situación del mercado.

- Para este mismo tiempo empezar a generar la publicidad para dar a conocer el nuevo producto que saldrá al mercado aproximadamente para mediados de marzo a nivel nacional.
- Adquirir materias primas y distintos colorantes para realizar pruebas del producto final.
- Enviar muestras a nuestros clientes principales para que conozcan e impulsen nuestro producto.
- A principios de marzo contratar al personal capacitado, y tener listo los recursos humanos, financieros etc.
- Lograr diferenciarnos de los productos actuales de la competencia, ofreciendo calidad, diferenciación, innovación y seguridad.
- Brindar al usuario una experiencia única a la hora de la compra del producto.
- Lograr que en la empresa se mantenga un buen clima organizacional para que los trabajadores haya un buen rendimiento.
- Una vez consolidado Security Road para el mercado femenino, iniciar la producción del mercado en general y lograr una mayor participación en el mercado de autopartes y accesorios.

Tabla 14 Cronograma de actividades

AREA	ACTIDAD	MESES					
		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Mercadeo	Investigación de mercados						
Mercadeo	Entrevistas con los usuarios						
Mercadeo	Entrevistas con los clientes						
Mercadeo	Análisis de resultados						
Mercadeo	Conclusiones						
Operacional	Diseño de boceto para mostrar						
Operacional	Pruebas de luces para muestrario						
Operacional	Realización de moldes						
Operacional	Compra de materias primas						
Operacional	Compra de colorante						
Operacional	Primeras pruebas del molde y material						
Operacional	Inicio de operaciones						
Financiero	Análisis de inversión						

Financiero	Análisis de costos						
Financiero	Cotización de los primeros moldes						
Financiero	Cotización de la materia prima						
Financiero	Estado de resultados						

Fuente: Elaboración propia

4.2 Organización

Organigrama

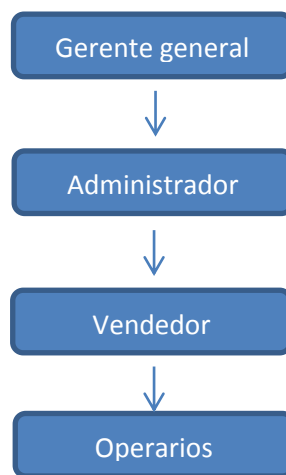


Figura 9 Organigrama de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 Personal requerido

Cargo	Departamento	Perfil
Gerente general y administrador	Administrativo	Administrador de empresas o Ingeniero industrial. Nivel de inglés

		intermedio/avanzado Líder, visionario, entusiasta y creativo. Experiencia de mínimo 1 año Sera el responsable de la dirección y representación legal de la compañía. Encargado de planificar el crecimiento de la compañía a corto y largo plazos. Además encargado de compra de materias primas, pago de nómina, control de inventarios, facturación y pago a proveedores.
Operario (2)	Operaciones	Experiencia mínimo de 1 año La competencia básica que debe tener el operario, es que tenga destreza y conocimientos en plásticos. Encargado de ensamblar las piezas que salen de la inyectora para entregar el producto final. Además es el responsable de realizar el control de calidad de cada una de las piezas, y así brindarle un excelente producto al cliente.
Vendedor	Ventas	Especialista en ventas. Experiencia mínimo 2 años Debe tener conocimientos avanzados en ventas y sus diferentes estrategias. Además es importante que tenga alguna idea sobre

		vehículos, las diferentes marcas y sus accesorios. Es el responsable de conseguir los mejores clientes en el mercado y así mismo traer los diferentes pedidos.
--	--	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Contratación de personal

Cargo	Tipo de contrato
Gerente general o administrador, Operario y vendedor	Todos trabajaran con las características que tienen los contratos a término fijo inferior a un año. Este tipo de contrato podrá prorrogarse por tres (3) veces por término igual o inferior, a partir de la cuarta prórroga el término será mínimo un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones y prima de servicios en proporción al tiempo laborado. Debe constar por escrito. Cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato dando aviso a la otra con una anticipación mayor a treinta (30) días de la fecha de vencimiento del periodo contratado, si este aviso no se da o se da con una anticipación menor a treinta (30) días el contrato se prórroga por un periodo igual al

	inicial. Además cada uno cuenta con sus prestaciones sociales que por ley deben tener.
--	--

Fuente: Elaboración propia basada en

<http://www.lared.com.co/kitdeherramientas/CasosLaborales/DefinicioncontratofijoInferior.asp?clave=>

4.3 Gestión de personal

Tabla 17 Nómina o salario

DATOS BASICOS PARA NOMINA				DEVENGADOS				
Nombre	C.C.	sueldo asignado	días laborados	sueldo	Sub Transp	H Extra	comision	Total devengado
Gerente		1.500.000	30	1.500.000				1.500.000
Operario 1		800.000	30	800.000	74.000			874.000
Operario 2		800.000	30	800.000	74.000			874.000
Vendedor		650.000	30	650.000	74.000		137.400	861.400
TOTALES				3.750.000	222.000	0	137.400	4.109.400

Fuente: Elaboración propia basada en nómina de Americana de Accesorios

DESCUENTOS				PAGOS
desc salud	desc pensión	otros descuento	total descuentos	salario a pagar
60.000	60.000		120.000	1.380.000
32.000	32.000		64.000	810.000
32.000	32.000		64.000	810.000
31.496	31.496		62.992	798.408
155.496	155.496	0	310.992	3.798.408

Fuente: Elaboración propia basada en nómina de Americana de Accesorios

El subsidio de transporte se paga para los que ganen hasta 2 salarios mínimos legales es decir $(644,350 \times 2) = \$1'288,700$ igual funciona para la entrega de dotación uniforme, 3 veces al año.

Si la comisión es del 3% sobre ventas del mes, entonces cada mes debe sumarse las ventas efectuadas por el vendedor y liquidar el porcentaje. Por ejemplo si las ventas del mes: 4, 580,000 = 137,400 esta comisión hace parte del salario y se toma para prestaciones y para aportes a seguridad social.

Prestaciones sociales:

- Cesantías: Un mes de salario por año trabajado o proporcional al tiempo laborado, se liquidan de enero a diciembre y se consignan en febrero del siguiente año o por retiro del empleado se pagan en liquidación.
- Prima de servicios: Un mes de salario por año trabajado o proporcional al tiempo laborado, se paga la mitad en junio y la otra mitad en diciembre o por retiro del empleado en liquidación.
- Vacaciones: 15 días de sueldo por cada año trabajado o proporcional al tiempo laborado, se pagan al momento de salir a disfrutar las vacaciones (se cuentan 15 días hábiles y se pagan el valor total de días que suma) o se pagan en liquidación cuando se retira el trabajador.
- Intereses sobre cesantía: El 12% del valor de la cesantía o proporcional al tiempo laborado se liquidan de enero a diciembre y se pagan en enero del siguiente año o por retiro del empleado en liquidación.

Para cada nomina se debe hacer una provisión para pagar esas prestaciones sociales la base es el total devengado de la nómina como se muestra en la tabla 18:

Tabla 18 Provisiones

	Porcentaje	Valor provisión para el mes
Provisión cesantías	8,3333%	342.449

Provisión prima	8,3333%	342.449
Provisión vacaciones	4,1667%	171.226
Provisión intereses de cesantía	1%	41.094
TOTAL		897.218

Fuente: Elaboración propia basada en nómina de Americana de accesorios

Actualmente para empresas con más de un empleado y con obligación de pagar Impuesto CREE, entonces la ley dice que No aportaran a ICBF ni a SENA.

Gestión

Para el reclutamiento de personal, se pondrán anuncios en el periódico, donde se explicara el perfil del cargo solicitado y se explica a grandes rasgos el trabajo que deberá desempeñar, así se recolectan hojas de vida de las cuales se realizan de 8 a 10 entrevistas, de estos clasifican 3 de los cuales se escoge el personal requerido.

Tabla 19 Indicadores de gestión

Indicador de gestión	Características	Meta
Número de pedidos	La cantidad de pedidos recibidos mensualmente para poder medir de igual manera la cantidad de productos requeridos.	Mayor a 92%
Satisfacción en el usuario	El nivel de satisfacción que siente el usuario con respecto a la innovación del producto y todas sus características funcionales, se realizara vía correo electrónico cada 2 meses	Mayor a 90%
Calidad de materia primas	Analizar cada pedido	Mayor a 75%

	de materias primas puesto que dependiendo de varios factores pueden cambiar, esto se realizara en el proceso de gestión de calidad	
Productividad	Se mide el nivel de productividad y desempeño de los trabajadores en las inyectoras, mirando cuantas piezas sacan y se ensamblan por día.	Mayor a 80%
Punto de equilibrio	Correlación de ingresos y egresos generados.	Mayor a 1

Fuente: Elaboración propia

5. JURIDICO Y TRIBUTARIO

5.1 Determinación de la forma jurídica

Sociedad por acciones simplificada (S.A.S)

¿Qué es una sociedad por acciones simplificada? La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) es un nuevo tipo societario creado por la Ley 1258 de 2008, caracterizado por ser una

estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas.

¿Qué características tiene el registro y certificación de una SAS?

- El registro de la SAS es constitutivo, lo que implica que una vez inscrita la sociedad, forma una persona jurídica distinta de los socios. Mientras no se inscriba debidamente la sociedad, si es pluripersonal, funciona como una sociedad de hecho y si es unipersonal, el accionista responde personalmente por las obligaciones contraídas.

- Efectuado el registro EN DEBIDA FORMA no podrá impugnarse el contrato social.

- La existencia de la SAS y las cláusulas estatutarias se probarán mediante los certificados expedidos por las cámaras de comercio.

¿Cómo se constituye una SAS?

Toda SAS puede constituirse por una o varias personas, mediante la inscripción de cualquiera de los siguientes documentos:

a) Mediante documento privado, autenticado, reconocido o con presentación personal por sus signatarios (Párrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008, Artículo 40 Ccio).

b) Mediante escritura pública de constitución, cuando hay aporte de inmuebles (Parágrafo 2° Artículo 5°, Artículos 6° y 7°), o cuando los accionistas lo consideren de utilidad.

Cualquiera que sea el documento escogido debe contener los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas (ciudad o municipio).

- Razón social seguida de las palabras Sociedad por Acciones Simplificada o SAS.

- Domicilio principal: ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.

- Término de duración: la SAS podrá tener término de duración indefinido. En todo caso, en ausencia de estipulación contractual el término de duración será indefinido.

- Enunciación de actividades principales: las SAS permite establecer un objeto indeterminado. En todo caso, si nada se dice en los estatutos, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- Capital autorizado, suscrito y pagado: se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que éste estará distribuido.

¿Cómo realizar el registro del documento de constitución y la matrícula de la SAS? Para realizar la inscripción del documento de constitución y la matrícula de la SAS usted deberá seguir los siguientes pasos:

- Presentar el documento de constitución con los requisitos mencionados en esta guía, junto con el formulario de matrícula de sociedades, diligenciado con la información solicitada, de manera exacta y fidedigna. Evite tachones y enmendaduras. (Le sugerimos leer detenidamente las instrucciones del formulario antes de diligenciarlo).

- Cancelar el valor de los derechos de inscripción correspondientes al documento de constitución y la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero de la respectiva cámara de comercio, con base en el capital suscrito de la sociedad.

- Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria (NIT), quedar inscrito en el Registro Único Tributario (RUT) que lleva la DIAN, y en el Registro de Información Tributaria (RIT) que llega la Secretaría de Hacienda del Distrito, si fuere el caso.

No sobra decir que son más flexibles y baratas que las sociedades anónimas tradicionales además de ser una estructura ágil, con menos costos, con la responsabilidad clara.

La Ley 1429 de 2010 o Ley de Formalización y Generación de Empleo, establece entre otros incentivos, que las nuevas pequeñas empresas no pagarán la Matrícula Mercantil el primer año y pagarán tarifas subsidiadas para sus renovaciones el segundo y el tercer año.

A las pequeñas empresas (aquellas cuyos activos no superen los 5.000 SMMLV y cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores) que inicien su actividad económica principal a partir de la entrada en vigencia de esta Ley y de su reglamentación. Se entiende por inicio de actividad económica la fecha en la cual se realiza la inscripción de la sociedad o persona natural en el registro mercantil.

Los empresarios que se acojan a esta Ley pagarán tarifas, así:

Cero por ciento (0%) del total de la tarifa establecida para la obtención de la matrícula mercantil en el primer año de actividad.

Cincuenta por ciento (50%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la matrícula mercantil en el segundo año.

Setenta y cinco por ciento (75%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la matrícula mercantil en el tercer año.

Cien por ciento (100%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la matrícula mercantil del cuarto año en adelante. (Camara de Comercio de Bogota, 2014)

Algunos de los costos en los que debe incurrir la empresa para la constitución legal de las empresas son.

Constitución de la empresa: \$34.000

Matrícula para persona jurídica: \$34.000

Impuesto de registro: \$4.900

Formulario mercantil: \$4.500

En la cámara de comercio de Bogotá aún no se registra ninguna empresa con el nombre de Plastic Industrial.

5.2 Aspectos laborales y seguridad de los trabajadores

Según la ley todos los empleados, trabajadores independientes (con ingresos totales mensuales superiores a un (1) salario mínimo) y los pensionados, deben estar afiliados al Régimen Contributivo. La responsabilidad de la afiliación del empleado es del empleador y del pensionado es del Fondo de Pensiones.

En el caso de un empleado, el valor de la cotización es de 12% del salario mensual, 8% le corresponde pagarlo al patrono y 4% al empleado; el trabajador independiente paga mensualmente 12% de sus ingresos como valor de la cotización y, el pensionado, paga 12% de su ingreso mensual. A quienes se les reconoció pensión de vejez o jubilación, invalidez o muerte antes de 1994 les fue hecho un ajuste en sus pensiones, para compensar el descuento por su cotización a una EPS.

El empleado, escoge la EPS que prefiera y se lo comunica al empleador junto con los datos de su familia. El pensionado, como viene de ser empleado, seguramente se encontrará ya afiliado a una EPS, tal y como debe hacerlo todo empleado; al pasar de empleado a pensionado su afiliación no se verá afectada. En ese caso lo que debe hacer es informarle al Fondo de Pensiones cuál es la EPS a la que éste deberá entregar su cotización, que podrá ser la misma a la que venía afiliado o bien en caso de que haya decidido cambiarse. Si por alguna eventualidad al momento de empezar a recibir la pensión no se encuentra afiliado a una EPS, para afiliarse (no importa cuál fue el motivo de su pensión), escoge la EPS que prefiera y se lo comunica al Fondo de Pensiones al que se encuentre afiliado junto con los datos de su familia así el Fondo lo afilia y el pensionado y su familia adquieren el derecho a recibir los beneficios del Plan Obligatorio de Salud (POS) y el respectivo carné. Los Fondos de Pensiones están obligados a afiliar a los pensionados y a sus familias y son responsables de pagar el valor de la cotización mensual a las EPS que los pensionados escojan. Una vez que el empleador afilia al empleado y el fondo de pensiones al pensionado, ellos y sus familias adquieren el derecho a recibir los beneficios del Plan Obligatorio de Salud. Tenga presente que si el empleado al entrar a trabajar o el pensionado al inicio del goce de su pensión, no escoge una EPS, el empleador o el Fondo de pensiones, puede afiliarlo a la que quiera. Además, si el empleado o pensionado no cambia la decisión dentro de los primeros tres meses, sólo podrá hacerlo pasados 24 meses. El trabajador

independiente escoge su EPS, se afilia directamente a ella, recibe su carné y él y su familia obtienen el derecho a recibir los beneficios del Plan Obligatorio de Salud.

La EPS a la que se encuentra afiliado está obligada a entregarles un Carné de Salud a la persona como cotizante y a cada uno de los beneficiarios a su cargo. Sin embargo, si la EPS no le ha entregado su Carné, puede demostrar que se encuentra afiliado con el formulario de afiliación, con la autoliquidación de aportes, o con el documento que pruebe que se encuentra al día en el pago de los aportes.

Todo empleador tiene la obligación de afiliar a sus empleados a una empresa Administradora de Riesgos Profesionales - ARP. Con esa afiliación se cubren todos los gastos de salud que ocasionen los accidentes o enfermedades que produzca su trabajo, así como el pago de los días en que no pueda trabajar a causa de ellos. La atención de los accidentes o enfermedades será realizada por la EPS a la que se encuentre afiliado quien cobrará los gastos ocasionados a la ARP. Exíjale a su empleador que lo afilie a una ARP y tenga presente que el empleado por esta afiliación, no debe pagar nada. El valor total de la misma corre por cuenta del empleador. (Ministerio de la Protección Social, 2004)

5.3 Obligaciones tributarias o fiscales

Por ser una persona jurídica, la sociedad por acciones simplificadas, está obligada a expedir factura y cobrar el impuesto al valor agregado, IVA. Este impuesto lo paga el comprador, pero la empresa hace de recaudador y debe consignarle bimestralmente a la DIAN. Cuando la sociedad paga un bien o un servicio, si el monto alcanza los topes establecidos por la DIAN, debe hacer retención en la fuente por el impuesto a la renta, la cual debe consignarse mensualmente.

Esta figura no es un impuesto. Es un anticipo. Así mismo, debe declarar y pagar bimestralmente el impuesto de industria y comercio, Ica, que

es un impuesto municipal. Anualmente debe pagar el impuesto a la renta, que corresponde al 33% de las utilidades obtenidas.

Y por último están los aportes parafiscales que son el 9% de la nómina mensual (4% para las Cajas de compensación familiar; 3% para el Instituto de Bienestar Familiar y 2% para el SENA).

Claro está, que si la sociedad tiene la categoría de Mipyme, tiene descuento en el pago de parafiscales durante los tres primeros años de funcionamiento. Para el primer año tiene un descuento del 75%, para el segundo año tiene un descuento del 50% y para el tercer año un descuento del 25%.

Antes de registrar la sociedad ante la Cámara de Comercio, hay que hacer la inscripción en el Registro único Tributario, RUT. Esta diligencia se hace por internet en el portal de la Dian. (Congreso de la Republica, 2008)

5.4 Permisos, licencias y documentación oficial

No aplica porque no vamos a desarrollar productos que estén patentados por otras empresas sino la empresa va a desarrollar sus propios productos.

Documentación:

Esta se desarrollara a través del departamento de contabilidad donde se realizara control mensual sobre las facturas de venta de nuestros productos y de compra de materias primas; de esta manera se cobraran y pagaran los diferentes impuestos establecidos por el estado.

Los libros de contabilidad que se deben registrar en la Cámara de Comercio son, el libro de registro de socios y el libro de actas

5.5 Patentes, marcas y otro tipo de registros

Protección legal

La solicitud de registro de marcas de productos o servicios por una clase está- registrada con una tasa de \$ 796.000 según la Superintendencia de Industria y Comercio (Industria y Comercio Superinterndenica, 2008)

6. FINANCIERO

6.1 Plan financiero

Inversión inicial

Tabla 20 Inversión inicial Plastic Industrial

	Recursos Propios	Crédito
Activos fijos	\$ 18.000.000	58%
Capital de trabajo	\$ 13.000.000	42%
Total general	\$ 31.000.000	-
Distribución inversión	100%	

Fuente: Simulador financiero, Bogotá emprende

Para la inversión inicial se utilizaran solamente recursos propios por parte de aporte de los socios.

Costos indirectos

Tabla 21 Composición de los costos fijos

Tipo de costo	Mensual	Anual
Mano de obra	\$ 2.293.280	\$ 27.519.360
Costos de producción	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Gastos administrativos	\$ 3.794.428	\$ 45.533.132
Depreciación	\$ 300.000	\$ 3.600.000
TOTAL	\$ 7.087.708	\$ 88.652.492

Fuente: Simulador financiero, Bogotá emprende.

Los costos y gastos fijos del primer año ascienden a \$ 88.652.492, se destinan \$ 27,52 millones de pesos para mano de obra, se establecen 12 millones de pesos en costos de producción, se calculan 45,53 millones de pesos para gastos administrativos, créditos no se estudian y finalmente se contabilizan 3,6 millones de pesos para la depreciación

6.2 Sistema de cobros y pagos

Sistema de cobros: Los cobros se realizan el 100% a los 30 días es decir que se otorgan 30 días de crédito.

Sistema de pagos: En el sistema de pagos que se plantea, nos otorgan un crédito de 30 días para la cancelación de la materia prima, mientras que los demás accesorios necesarios si se cancelan de contado.

6.3 Resumen de los datos financieros

Proyecciones contables

Tabla 22 Punto de equilibrio operativo

Productos	Ventas anuales	Unidades anuales	Ventas mensuales	Unidades mensuales
Triangulo	\$ 8.907.208	990	\$ 742.267	82,47
Cono	\$ 7.422.674	990	\$ 618.556	82,47
Tacos	\$ 1.484.535	990	\$ 123.711	82,47
Estuche	\$ 6.927.829	990	\$ 577.319	82,47
Botiquín	\$ 13.360.812	990	\$ 1.113.401	82,47
Extintor	\$ 19.793.796	990	\$ 1.649.483	82,47
Kit de carretera	\$ 228.877.777	3.815	\$ 19.073.148	317,89
Total ventas anuales	\$ 286.774.630	Ventas anuales	\$ 23.897.886	

Fuente: Simulador financiero, Bogotá emprende.

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender \$ 286.774.630 al año para no perder ni ganar dinero. Se requieren ventas mensuales promedio de 23,9 millones de pesos. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el primer año, alcanza el punto de equilibrio.

Tabla 23 Comportamiento de flujo de caja anual

Ingresos operativos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
----------------------------	--------------	--------------	--------------

Ventas de contado			
Ventas a 30 días	294.040.500	354.195.674	397.814.744
Ventas a 60 días			
Ventas a 90 días			
Ventas a 120 días			
Ventas a 150 días			
Total ingresos operativos	294.040.500	354.195.674	397.814.744

Fuente: Simulador financiero,
Bogotá emprende.

Egresos operativos

Materia prima	191.961.695	229.821.976	258.225.282
Gastos de venta	13.788.621	15.003.135	16.906.743
Mano de obra variable			
Mano de obra directa fija	27.519.360	27.519.360	27.951.360
Otros costos de producción	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Gastos administrativos	45.533.132	45.048.132	45.634.032
Total egresos operativos	290.802.808	329.392.603	360.717.417
Flujo neto operativo	3.237.692	24.803.070	37.097.327

Fuente: Simulador financiero,
Bogotá emprende.

Ingresos no operativos**Aportes**

Activos fijos	18.000.000		
Capital de trabajo	13.000.000		

Financiación

Activos fijos			
Capital de trabajo			
Total ingresos no operativos	31.000.000		

Egresos no operativos

Gastos pre operativos	1.570.000		
Amortizaciones			
Gastos financieros			
Impuestos		4.218.256	7.567.032
Activos diferidos			
Compra de activos fijos	18.000.000		
Total egresos no operativos	\$ 19.570.000	\$ 4.218.256	\$ 7.567.032
Flujo neto no operativo	\$ 11.430.000	\$ -4.218.256	\$ -7.567.032
Flujo neto	\$ 14.667.692	\$ 20.584.814	\$ 29.530.295
+ Saldo inicial	\$ 11.430.000	\$ 14.667.692	\$ 35.252.506

Saldo final acumulado	\$ 14.667.692	\$ 35.252.506	\$ 64.782.802
------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Fuente: Simulador financiero, Bogotá emprende.

Tabla 24 Comportamiento del Estado de Resultados proyectado anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	328.300.500	357.217.500	402.541.500
Inv. Inicial			
+ Compras	213.022.227	231.641.783	261.154.513
- Inventario final			
= Costo inventario utilizado	213.022.227	231.641.783	261.154.513
+ Mano de obra fija	27.519.360	27.519.360	27.951.360
+ Mano de obra variable			
+ Costos fijos de producción	12.000.000	12.000.000	12.000.000
+ Depreciación y diferidos	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Total costo de ventas	256.141.587	274.761.143	304.705.873
Utilidad bruta (ventas - costo de ventas)	72.158.913	82.456.357	97.835.627
Gastos administrativos	45.533.132	45.048.132	45.634.032
Gastos de ventas	13.788.621	15.003.135	16.906.743
Utilidad operacional (utilidad bruta- g.f.)	12.837.160	22.405.090	35.294.852
- otros egresos			

- gastos financieros			
- gastos pre operativos	785.000	785.000	
Utilidad antes de impuestos (u. o. - otro g.)	12.052.160	21.620.090	35.294.852
Impuestos	4.218.256	7.567.032	12.353.198
Utilidad neta	\$ 7.833.904	\$ 14.053.059	\$ 22.941.654

Fuente: Simulador financiero, Bogotá emprende.

El estado de resultados en el primer año, muestra una utilidad por 7,83 millones de pesos. La rentabilidad bruta es del 21,98% anual. Se aconseja revisar con detenimiento los precios de venta, la proyección de venta y los costos variables. La rentabilidad operacional es del 3,91% anual. Se sugiere repasar la estructura de costos y gastos fijos. La rentabilidad sobre ventas es de 2,39% anual. Se propone revisar con detenimiento los costos financieros y la recuperación de capital de los costos pre operativo.

Tabla 25 Comportamiento del Balance General Proyectado

Activo	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3
Caja	11.430.000	14.667.692	35.252.506	64.782.802
Cuentas por cobrar		34.260.000	37.281.826	42.008.583
Inventarios				
Total activo corriente	11.430.000	48.927.692	72.534.333	106.791.385
Activos sin Depreciación	18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000
Depreciación		3.600.000	7.200.000	10.800.000
Total activo fijo neto	18.000.000	14.400.000	10.800.000	7.200.000

Otros activos	1.570.000	785.000		
Total activos	31.000.000	64.112.692	83.334.333	113.991.385
Pasivo				
Cuentas por pagar		21.060.532	22.880.339	25.809.570
Prestamos				
Impuestos por pagar		4.218.256	7.567.032	12.353.198
Prestaciones sociales				
Total pasivo		25.278.788	30.447.370	38.162.768
Patrimonio				
Capital	31.000.000	31.000.000	31.000.000	31.000.000
Utilidades retenidas			7.833.904	21.886.963
Utilidades del ejercicio		7.833.904	14.053.059	22.941.654
Total patrimonio	31.000.000	38.833.904	52.886.963	75.828.616
Total pasivo y patrimonio	31.000.000	64.112.692	83.334.333	113.991.385

Fuente: Simulador financiero, Bogotá emprende

El balance general proyectado se analiza básicamente con dos indicadores, el primero de ellos es la razón de liquidez. Este indicador es una buena medida de la capacidad de pago de la empresa en el corto plazo. Entre "más líquido" sea el activo corriente más significativo es su resultado. Para su análisis debe tenerse en cuenta la calidad y el carácter de los activos corrientes, en términos de su facilidad de conversión en dinero y las fechas de vencimiento de las obligaciones en el pasivo corriente.

Al terminar el primer año, para el proyecto se concluye que por cada peso de pasivo corriente que debe, la empresa tiene \$ 1,94 pesos de activo líquido corriente para cubrirlo. Se considera que una razón corriente ideal es superior a 2.5 a 1, es decir, que por cada peso que se adeuda en el corto plazo se tienen dos y medio pesos como respaldo.

El segundo indicador ayuda a determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones con terceros a corto y largo plazo. Se le denomina nivel de endeudamiento. Es importante conocer la discriminación del pasivo total. Una empresa puede tener un endeudamiento alto, pero si la mayor parte de éste es a largo plazo ella no tendrá las dificultades que ha de suponer un indicador alto.

En el momento de arranque de la empresa se observa que no posee nivel de endeudamiento lo cual se considera favorable para su operación y viabilidad.

Al terminar el primer año, el 39,43% de los activos están respaldados con recursos de los acreedores, se considera que un nivel de endeudamiento del 60% es manejable, un endeudamiento menor muestra una empresa en capacidad de contraer más obligaciones, mientras que un endeudamiento mayor muestra una empresa a la que se le puede dificultar la consecución de más financiamiento.

7. VALORACION

7.1 Análisis del DOFA

Tabla 26 DOFA

Debilidades	Fortalezas
• Estado actual del dólar • Estructura competitiva del sector.	• Estrategia de producción para la reducción de costos. • Cobertura nacional. • Experiencia de más de 25 años en el mercado. • La mayoría de las empresas de producción de autopartes cuentan con certificados de calidad internacional. • Tasa de crecimiento de las personas con vehículos

Fuente: Elaboración propia

Oportunidades	Amenazas
• Estrategias de recuperación del mercado. • Se garantiza innovación • El producto crece en un mercado dinámico • La producción en masa. • La necesidad de responder a las	• Fortalecimiento del dólar (para importadores) • Abaratamiento de los productos extranjeros • Economía mundial

expectativas de los consumidores, genera proliferación de segmentos.	
---	--

Fuente: Elaboración propia

8. CONCLUSIONES

El proyecto posee una inversión de \$ 31.000.000. Al primer año de operación arroja un flujo de efectivo de 14,67 millones, para el segundo año, el valor es de 20,58 mm y para el tercero de 29,53 mm. La viabilidad financiera se determina a través de tres indicadores, el primero de ellos es la tasa interna de retorno o tir la cual es de 41,66. Se interpreta como: el proyecto arroja una rentabilidad del 41,66promedio anual. Se considera alta, es conveniente justificarla.

El segundo indicador es el valor presente neto, para su cálculo es necesario la tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad que se solicitó en la entrada de datos, (otros parámetros), donde usted digito el 25%, el valor arrojado del cálculo es \$ 9.027.946. Se interpreta como: el proyecto arroja 9 millones adicionales al invertir los recursos en este proyecto que en uno que rente, el 25% anual, por lo tanto se sugiere continuar con el proyecto.

El tercer indicador de viabilidad financiera es el periodo de recuperación de la inversión o pri. Se calcula con el estado de resultados sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero. La inversión es de \$ 31.000.000. Como la suma de las utilidades de los tres años es superior se afirma que la inversión se recupera en el tercer año.

9. BIBLIOGRAFIA

Andemos. (2014). *Sector Automotor*.

ANDI. (2012). *Encuesta anual DANE*.

Asopartes. (2014). *Informe venta de autopartes* . Bogotá.

Autopartes boyacars. (11 de junio de 2014). *Autopartes boyacars*. Recuperado el 5 de octubre de 2014, de referente teorico: <http://autopartesboyacars.blogspot.com.co/>

Camara de Comercio de Bogota. (enero de 2014). Recuperado el 11 de octubre de 2015, de Guías informativas del registro mercantil : L. <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Guias-informativas-del-Registro-Mercantil>

Camara de Comercio de Bogta. (2012). *ccb.org.co*. Recuperado el 5 de septiembre de 2015, de Camara de Comercio de Bogota: <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIIU>

Colombia co. (2013). *Colombia co* . Recuperado el 27 de enero de 2015, de Una industria automotriz en constante crecimiento: <http://www.colombia.co/inversion/una-industria-automotriz-en-constante-crecimiento.html>

Congreso de la Republica. (2008). Recuperado el 16 de julio de 2015, de Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada:
<http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%202008%20SAS1.htm>

Cunningham, W. R. (1991 Segunda edicion). *Introduccion a la administracion* . Iberoamerica.

el colombiano. (19 de enero de 2015). *el colombiano*. Recuperado el 7 de julio de 2015, de negocios: <http://www.elcolombiano.com/en-colombia-se-vendieron-328-526-carros-nuevos-en-2014-KE1125815>

El Congreso de Colombia. (11 de julio de 2012). Recuperado el 22 de octubre de 2015, de Riesgos laborales:

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley156211072012.pdf>

El Tiempo. (12 de marzo de 2011). *El Tiempo*. Recuperado el 28 de febrero de 2015, de mujeres "jefes de compra" en materia de carros nuevos:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7398267>

El tiempo. (2012). *Lo consigue en el 7 de agosto*.

El tiempo. (12 de mayo de 2013). *El tiempo*. Recuperado el 23 de febrero de 2015, de El carro ideal para las mujeres : <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-799511>

El Tiempo motor. (12 de marzo de 2012). *El Tiempo motor*. Recuperado el 29 de abril de 2015, de Mujeres "jefes de compras" en materia de carros nuevos :

<http://www.eltiempo.com/revista-motor/actualidad/tecnologia/mujeres-jefes-compras-materia-carros-nuevos/5317>

Impresoras3d. (2013 de mayo de 2013). *Impresoras3d.com*. Recuperado el 22 de noviembre de 2014, de El material de impresion ABS y sus características: <http://impresoras3d.com/el-material-de-impresion-abs-y-sus-caracteristicas/>

Industria y Comercio Superinterndenica. (2008). *sic.gov*. Recuperado el 19 de octubre de 2015, de Industria y Comercio Superinterndenica: <http://www.sic.gov.co/drupal/tasas-2014-signos-distintivos>

La patria. (8 de diciembre de 2012). *Lapatria.com*. Recuperado el 30 de 11 de 2014, de kit de carreteras otro pasajero: <http://www.lapatria.com/al-volante/kit-de-carreteras-otro-pasajero-21280>

Ministerio de la Proteccion Social . (2004). Recuperado el 30 de septiembre de 2015, de Sistema de seguridad social en salud :

<https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/GUIA%20INFORMATIVA%20DEL%20REGIMEN%20CONTRIBUTIVO.pdf>

- Ministerio de Transporte. (2011). *MinTransporte*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de Preguntas frecuentes: A.
<https://www.mintransporte.gov.co/loader.php?lServicio=FAQ&lFuncion=viewPreguntas&id=37>
- Minsalud. (2011). *Minsalud*. Recuperado el 29 de septiembre de 2015, de Deberes de las administradoras de riesgos laborales ARL:
<https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/DeberesyDerechosdelasARPs.aspx>
- Portafolio. (5 de enero de 2012). *Portafolio.co*. Recuperado el 25 de julio de 2015, de economía:
<http://www.portafolio.co/economia/colombia-los-paises-que-menos-tienen-carros>
- Portafolio. (02 de junio de 2015). *Portafolio.co*. Recuperado el 23 de septiembre de 2015, de Negocios: <http://www.portafolio.co/especiales/venta-vehiculos-colombia-2015/venta-vehiculos-mayo-2015-colombia>
- Procolombia. (2013). *Procolombia*. Recuperado el 2 de agosto de 2015, de oportunidades de negocio en el sector de autopartes: <http://www.procolombia.co/node/1170>
- ProColombia. (17 de septiembre de 2014). *Gestion humana ProColombia* . Recuperado el 1 de noviembre de 2014, de Industria colombiana de autopartes puede exportar a 28 paises: http://intranet.procolombia.co/noticias/industria_colombiana_de_autopartes_puede_exportar_28_paises
- Proexport Colombia. (2010). *Perfil sectorial - Industria automotriz*. Bogotá.
- Revista motor. (26 de noviembre de 2013). *El Tiempo*. Recuperado el 17 de febrero de 2015, de el 39 por ciento de los carros los compran las mujeres : <http://www.eltiempo.com/revista-motor/actualidad/lanzamientos/39-ciento-carros-compran-mujeres/16509>
- sura. (2013). *las oportunidades van sobre ruedas*.
- Tucker, A. (19 de 08 de 2014). Transito Reino Unido. (P. Davila, Entrevistador)