

	DOCENCIA	PÁGINA 1 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS E INSUMOS A TALLERES DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS EN EL MUNICIPIO DE VÉLEZ, SANTANDER 2021.

MODALIDAD: EMPRENDIMIENTO

SERRANO HERRÁN LAURA TATIANA.
1007477420
RUEDA PORTILLA KEVIN MAURICIO
1005369988

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍAS
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
BUCARAMANGA-10/12/21**

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 2 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS E INSUMOS A TALLERES DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS EN EL MUNICIPIO DE VÉLEZ, SANTANDER 2021.

EMPRENDIMIENTO

SERRANO HERRÁN LAURA TATIANA
1007477420
RUEDA PORTILLA KEVIN MAURICIO
1005369988

TECNÓLOGOS EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

DIRECTOR
SIERRA SUAREZ JULIETH KATHERINE

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL-SIGO

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍAS
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
BUCARAMANGA-10/12/2021

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 3 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

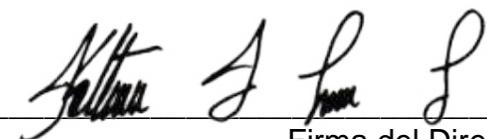
Nota de Aceptación

Aprobado en el ACTA: 18 del comité de

Trabajo de Grado



Firma del Evaluador



Firma del Director

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 4 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a quien se lo merece, a Dios; porque ha sido el fuerte, guía y dirección. Fue quien depositó en nosotros la confianza y nos instruyó con amor a través de muchos factores e incluso personas como lo fueron los docentes, nos apoyó sin condición alguna, nos dio habilidades y talentos que permitieron y permiten cumplir metas, porque vio en el potencial y con el paso del tiempo moldeó nuestros conocimientos y habilidades en pro de cosas mejores.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 5 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

AGRADECIMIENTOS

Primeramente y con el mayor de los gustos damos gracias a Dios, por darnos la oportunidad de realizar nuestros estudios, por ser guía y dirección, por su constancia, por dar respuesta a oraciones y sobre todo por ser fuerza para seguir adelante y cumplir con proyectos a pesar de las adversidades.

A nuestra familia agradecemos de corazón porque nos enseñaron a ser disciplinados y constantes, han sido nuestro respaldo durante el lapso de vida, un impulso para continuar, guía para terminar proyectos e iniciar nuevos; muchas gracias por ayudarnos a no desfallecer.

Por último, pero no menos importante, agradecemos a nuestra docente y directora Julieth Katherine Sierra, quien dedicó gran parte de su tiempo para guiarnos durante el desarrollo de este proyecto; a la universidad Unidades Tecnológicas de Santander, por darnos la oportunidad de cumplir metas, por la disposición para enseñar, por el acompañamiento y orientación en estudios actividades, no es uno sino varios los conocimientos que hemos adquirido durante nuestro proceso de formación.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 6 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>12</u>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>13</u>
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>15</u>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2. JUSTIFICACIÓN	17
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	<u>19</u>
2.1. MARCO CONCEPTUAL.....	19
2.1.1. Factibilidad comercial.....	19
2.1.2. Factibilidad técnica-operativa	20
2.1.3. Factibilidad administrativa	20
2.1.4. Factibilidad económica.....	20
2.1.5. Plan de negocio	21
2.2. MARCO TEÓRICO.....	23
2.2.1. Estudio comercial.....	24
2.2.2. Estudio técnico-operativo	25
2.2.3. Estudio administrativo	26
2.2.4. Estudio económico.....	27

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 7 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

2.3.	MARCO LEGAL	28
3.	<u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>	29
3.1.	ESTUDIO DE MERCADO	29
3.1.1.	Estimación de la demanda	29
3.1.1.1	Productos proyectados	30
3.1.2.	Estrategias de mercadeo	30
3.2.	ANÁLISIS TÉCNICO	30
3.2.1.	Principales proveedores.....	30
3.2.2.	Localización de la instalación	31
3.2.2.1	Diseño planta de instalación	31
3.3.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	32
3.3.1.	Organigrama	32
3.3.2.	Tipo de empresa	32
3.3.3.	Identidad	33
3.4.	ANÁLISIS FINANCIERO	33
3.4.1.	Precio de los productos.....	33
3.4.2.	Programa de ventas.....	34
3.4.3.	Programa de compras de mercancía	34
3.4.4.	Presupuesto de salarios.....	34
3.4.5.	Presupuesto gastos de administración y ventas.....	34
3.4.6.	Presupuesto de estado de resultados de la empresa	34
3.4.7.	Presupuesto de flujo de caja de la empresa.....	35
3.4.8.	Balance general de la empresa.....	35
4.	<u>RESULTADOS</u>	36
4.1.	ESTUDIO DE MERCADO	36

	DOCENCIA	PÁGINA 8 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.1.1.	Información primaria	36
4.1.2.	Entrevista a talleres.....	40
4.1.3.	Entrevista a clientes potenciales	41
4.1.4.	Estimación de la demanda	42
4.1.4.1	Cantidad de vehículos en Colombia.	42
4.1.4.2	Porcentaje de propietarios de vehículos en Colombia.....	43
4.1.4.3	Clientes potenciales en Vélez.	44
4.1.4.4	Clientes proyectados en Vélez	45
4.1.4.5	Productos proyectados	46
4.1.4.6	Ventas proyectadas	48
4.1.5.	Estrategias de mercadeo	48
4.1.5.1	Estrategias de distribución	49
4.1.5.2	Estrategias de comercialización	49
4.1.5.3	Estrategias de comunicación	49
4.2.	ANÁLISIS TÉCNICO	50
4.2.1.	Principales proveedores.....	50
4.2.1.1	DNR repuestos.	50
4.2.1.2	Repuestos Julián Barbosa	51
4.2.1.3	Serviautos D&D S.A.S	51
4.2.2.	Proveedores alternos	51
4.2.2.1	Verapartes repuestos	52
4.2.2.2	Asistencia de partes diesel.....	52
4.2.3.	Localización de la instalación	52
4.2.3.1	Localización de la instalación: método de puntaje ponderado.....	53
4.2.3.2	Diseño planta de instalación	54
4.3.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	55
4.3.1.	Organigrama	55

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 9 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.3.2.	Manuales de funciones	55
4.3.3.	LAKEYSER S.A.S	57
4.3.4.	Misión	58
4.3.5.	Visión	58
4.3.6.	Valores Corporativos.....	59
4.4.	ANÁLISIS FINANCIERO	59
4.4.1.	Precio de los productos.....	60
4.4.2.	Programa de ventas.....	60
4.4.3.	Presupuesto de ventas	61
4.4.4.	Programa de compras de mercancía	61
4.4.5.	Presupuesto de salarios.....	62
4.4.6.	Presupuesto gastos de administración y ventas.....	62
4.4.7.	Presupuesto de estado de resultados de la empresa.....	64
4.4.8.	Presupuesto de flujo de caja de la empresa.....	64
4.4.9.	Balance general de la empresa.....	65
<u>5.</u>	<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>66</u>
<u>6.</u>	<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>69</u>
<u>7.</u>	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>70</u>
<u>8.</u>	<u>APÉNDICES</u>	<u>73</u>
<u>9.</u>	<u>ANEXOS</u>	<u>74</u>

	DOCENCIA	PÁGINA 10 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Valor vs tamaño de la información.....	22
Figura 2. Costo vs tamaño de la información.....	22
Figura 3. Estudio de factibilidad.....	24
Figura 4. Pregunta 1.....	36
Figura 5. Pregunta 2.....	37
Figura 6. Pregunta 3.....	37
Figura 7. Pregunta 4.....	38
Figura 8. Pregunta 5.....	38
Figura 9. Pregunta 6.....	39
Figura 10- Pregunta 7	39
Figura 11. Parque automotor registrado en el RUNT.....	43
Figura 12. Ubicación A: Vía principal del municipio- Carrera 6	52
Figura 13. Ubicación B: Alrededor al monumento del artista (Triángulo vial)	53
Figura 14. Logo empresa	58

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 11 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Guía de aproximaciones en el porcentaje de participación	29
Tabla 2	Factores, puntajes y parámetros de evaluación	31
Tabla 3.	Porcentajes de demandas atendidas	46
Tabla 4.	Guía de precios de productos a vehículos de carga.....	47
Tabla 5.	Guía de precios de productos a vehículos particulares	47
Tabla 6.	Programa de ventas para vehículos de carga y particulares	48
Tabla 7.	Presupuesto de ventas para vehículos de carga y particulares.....	48
Tabla 8.	Factores, puntajes y parámetros de evaluación	53
Tabla 9.	Localización de la instalación a través del método de puntaje ponderado	54
Tabla 10.	Identificación del cargo 1	56
Tabla 11.	Identificación del cargo 2	56
Tabla 12	Identificación del cargo 3	57
Tabla 13.	Precios de productos del negocio para vehículos de carga.....	60
Tabla 14.	Precio de productos del negocio para vehículos particulares	60
Tabla 15.	Programa de ventas.....	61
Tabla 16.	Presupuesto de ventas	61
Tabla 17.	Salarios causado anual según el cargo y prorratio para el año 1.....	62
Tabla 18.	Presupuesto de gastos administrativos	63
Tabla 19.	Presupuesto de gastos de ventas	63
Tabla 20.	Presupuesto de estados de resultados de la empresa	64
Tabla 21.	Presupuesto de flujo de caja de la empresa.....	65
Tabla 22.	Presupuesto de flujo de caja de la empresa.....	66

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 12 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

RESUMEN EJECUTIVO

LAKEYSER S.A.S es un proyecto de emprendimiento que busca conocer la estructura que se requiere para que el plan de negocio tenga factibilidad comercial, operativa, legal económica y financiera en el municipio de Vélez departamento de Santander, examinando el mercado en pro de un correcto funcionamiento. Tener el acceso directo a los materiales es difícil debido a las limitaciones que se presentan en el transcurso de su búsqueda por su baja calidad y precio elevado. Además, la inadecuada respuesta a la solicitud del cliente en algunos establecimientos situados fuera del departamento, esta es problemática que se viene presentando desde mucho tiempo atrás. El objetivo es diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora y distribuidora de repuestos de vehículos con el fin de mejorar el abastecimiento de los talleres mecánicos y demás partes interesadas en Vélez/Santander.

PALABRAS CLAVE. Plan de negocio, Estudio de mercados, Análisis técnico, Análisis financiero, Comercializadora de repuestos, Autopartes en el sector rural, Vehículos, motores de dos ejes.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 13 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el departamento de Santander presenta un incremento en la compra de vehículos en donde las entidades manejan créditos que garantizan una alternativa de negocio para los empresarios. Por otro lado, cabe resaltar el auge del suministro de carga pesada que permite el transporte de alimentos e incluso de empresas que diariamente transitan por las vías.

La presente investigación se refiere a la problemática que se presenta en el municipio de Vélez/Santander, en donde el sector mecánico denota inconvenientes al momento de tener suministradores de repuestos; inconvenientes que repercuten no solo en la labor de los mecánicos sino en la de los propietarios de vehículos que utilizan los mismo como medio de trabajo o para uso personal.

Se pretende suplir necesidades y plantear una solución que contribuya al desarrollo comercial del municipio, proporcione un valor agregado, genere satisfacción e impulse la economía local con base en estrategias rentables encaminadas asimismo a un bien común para todas las partes interesadas, la creación de una comercializadora de repuestos para vehículos dentro del municipio. Según la editorial de la Universidad de Guayaquil Facultad de ciencias administrativas (Quintana, Joel, Garrido & Betzaida, 2018) es importante comenzar a tener resultados a través de la creación de pequeñas y grandes empresas en las que su misión principal se base en comercializar, innovar y sobre todo crear un valor corporativo dentro del estado que se establece.

La solución al problema se dio a través de la realización de un plan de negocios que incluye una serie de análisis que comprenden el estudio de mercados, técnico,

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 14 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

administrativo y estudio financiero a través de los cuales se denota factibilidad del proyecto puesto en marcha.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 15 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde hace tiempo son varias y frecuentes las problemáticas que se presentan con los repuestos para vehículos de transporte, se menciona en la revista Semana: “En Colombia el mercado ilegal de repuestos es una realidad”, “la mayoría de los repuestos provienen de China, Japón, Taiwán. Todos ellos se caracterizan no solo porque no son originales” Según el gerente nacional de repuestos Hyundai, Raúl García, “este tipo de autopartes son de mala calidad y tienden a no ensamblar adecuadamente en los carros, ocasionando el deterioro de estos” (Semana, s.f.) el fin de comercializar autopartes es proveer lo que el cliente necesita manteniendo la originalidad y calidad del producto.

En la actualidad en el municipio de Vélez/Santander no cuenta con establecimientos que mantengan un inventario adecuado y suficiente para los trabajos en los talleres mecánicos. Por otro lado, el acceso directo a los materiales es difícil debido a las limitaciones que se presentan en el transcurso de su búsqueda por su baja calidad y precio elevado. Además, de la inadecuada respuesta a la solicitud del cliente en algunos establecimientos situados fuera del departamento, en donde se observa principalmente retrasos en los tiempos de servicio. En dialogo con Víctor Manuel Serrano (mecánico automotriz) quien ha trabajado desde el año 1998 en el sector de servicios de repuestos se evidencia que esta situación se viene presentando desde hace 23 años en el municipio en donde no se ha visto ni establecido una buena gestión en el proceso de abastecimiento de repuestos. Por lo anterior, se quiere responder ¿Cuál es la estructura que se requiere para que el

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 16 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

plan de negocio tenga factibilidad comercial, operativa, legal, económica y financiera en el municipio de Vélez/Santander?

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 17 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

1.2. JUSTIFICACIÓN

Los medios de transporte tienen múltiples características gracias a su funcionalidad y las demás ventajas que ofrece. Según una mención en el análisis del sector autopartes en Colombia “El sector de la industria automotriz en Colombia ha sido catalogado como un sector de talla mundial por parte del gobierno nacional y el sector privado” (Castañeda Bejarano & Roa Arévalo, 2018). Es bien sabido que con el pasar de los años las cosas cambian y tecnológicamente presentan grandes avances, tanto en el sector automotriz como el de las autopartes siguen y seguirán estando presentes en el mercado gracias a su múltiple operatividad. Pero el mercado de las autopartes o los repuestos mecánicos es complejo por las limitaciones que se presentan en la consecución de estos, algunos no están disponibles en todas las ciudades y en ocasiones se encuentran de una calidad menor o a un precio muy elevado.

El trabajo de grado es de gran impacto porque busca suplir las necesidades de las personas que trabajan en talleres y quienes circulan por el municipio de Vélez/Santander, para que así lo solicitado por ellos se les pueda entregar de manera eficiente, rápida y eficaz generando la satisfacción hacia el producto, contribuyendo al desarrollo comercial del municipio y proporcionando el valor agregado que se pretende dar en el tiempo de despacho. Cabe resaltar; el objetivo principal es demostrar una atención adecuada y óptima con el fin de resolver los retrasos en el servicio realizando convenios con los talleres utilizando métodos eficientes para el abastecimiento de materias primas de cada labor. Por otra parte, se evita que el cliente solicite productos fuera del municipio, dado que los tiempos de entrega son mayores y no se impulsa la economía local. Para el cumplimiento de este proyecto se pretende tener un financiamiento propio y que el

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 18 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

establecimiento se encargue de buscar proveedores y dar al cliente el producto que necesita en el momento necesario.

Es fundamental comprender el papel que cumple el consumidor, para trabajar en pro de su satisfacción con base en la importancia que este posee. Debido a que “Un cliente con una mala experiencia se lo comunicará a unas nueve personas mientras que un consumidor satisfecho lo transmitirá a unas cuatro” (Alcázar, s.f.). Como prestador de un servicio o producto; conocer aquello que necesita y motiva al cliente a través de los estudios pertinentes es vital para trabajar creando soluciones eficientes y brindar productos que cumplan con las características deseadas. Esto, a través del saber perfilar al cliente a tal punto que su satisfacción conlleve a generar un efecto sustancial como lo hace el lograr su fidelización.

Por último, la propuesta es relevante para la UTS porque alimenta la línea de investigación de Desarrollo Organizacional del grupo SOLYDO de la Tecnología en Producción Industrial dado que un pilar fundamental es la creación de un plan de negocio basado en la innovación y la tecnología.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora y distribuidora de repuestos e insumos de vehículos con el fin de mejorar el abastecimiento de los talleres mecánicos y demás partes interesadas en Vélez/Santander.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 19 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una evaluación de mercado para determinar la demanda y la estrategia de mercadeo para la empresa
- Elaborar un análisis técnico para determinar la estrategia de abastecimiento y los recursos requeridos para el funcionamiento de la empresa
- Realizar un análisis administrativo para determinar la estructura organizativa de la empresa
- Evaluar económica y financieramente el plan de negocio para determinar si se generarán rendimientos y se recuperará la inversión de la empresa.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL.

Antes de iniciar la inversión en un proyecto, es necesario determinar las posibilidades de éxito de este desde diferentes enfoques, esto se ejecuta mediante el estudio de factibilidad que tiene varios componentes, todos igualmente importantes y que se detallan a continuación.

2.1.1. Factibilidad comercial

La factibilidad comercial está relacionada con tener una idea clara del mercado en el que operará el negocio y establecer si el valor comercial de la innovación es suficiente para invertir. Para lograr lo anterior es necesario conocer entre otros aspectos, la demanda de los productos o servicios; el tipo de clientes y sus preferencias; la cantidad de clientes potenciales; la propuesta de valor de la

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 20 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

innovación para los potenciales clientes; conocer a la competencia con el mayor detalle posible, es decir, conocer las fortalezas y debilidades de la competencia; cuáles son las posibles barreras de entrada al mercado y cómo superarlas (Munsaka, 2011).

2.1.2. Factibilidad técnica-operativa

Un estudio de viabilidad técnica-operativa es una evaluación de la viabilidad de un proyecto desde el punto de vista de la tecnología necesaria para llevarlo a cabo. El factor técnico de un estudio de factibilidad permite determinar la eficacia del proyecto al examinar los detalles del proceso lo que incluye, los materiales, la mano de obra, la logística y la tecnología relacionados con la producción, la entrega y el seguimiento de los productos o servicios que pretende desarrollar.

2.1.3. Factibilidad administrativa

La factibilidad administrativa incluye la capacidad de la infraestructura del proceso para lograr y sostener un mejoramiento del proceso. Algunos elementos claves son apoyo gerencial, personal involucrado y comprometido (Badiru, 2011).

2.1.4. Factibilidad económica.

Una vez que haya determinado que existe un mercado para el proyecto o la innovación, se consideran los requisitos financieros para que este sea viable. La viabilidad comercial generalmente abarca todos los detalles que hacen que un proyecto tenga sus costos al mínimo, la cantidad de inversión que necesita para llevar su innovación al mercado; su enfoque para asegurar las inversiones necesarias; su estrategia de comercialización y su modelo de ingresos. Otros aspectos que se deben considerar incluyen comprender los requisitos

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 21 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

reglamentarios que debe cumplir, su estado de propiedad intelectual y si tiene libertad para operar.

En términos generales, el análisis financiero sirve para determinar si el proyecto propuesto será financieramente viable en el sentido de poder hacer frente la deuda en caso de haberla y si el proyecto propuesto satisfará las expectativas de retorno de quienes brindan el capital (Saxena & Sodhi, 2020).

Una vez llevado a cabo el estudio de factibilidad se toma la información recopilada del mismo para crear el plan de negocio.

2.1.5. Plan de negocio

Un plan de negocios describe las ofertas de productos o servicios en detalle, describe un programa de producción y ofrece explicaciones relacionadas con los costos de inicio, el costo de las operaciones en curso y la planificación detallada con respecto a lo siguiente:

- Organigrama
- Materiales, equipos y suministros
- Marketing y mercadeo
- Ubicación de las instalaciones
- Costes laborales
- Gastos generales como seguros, impuestos y servicios públicos

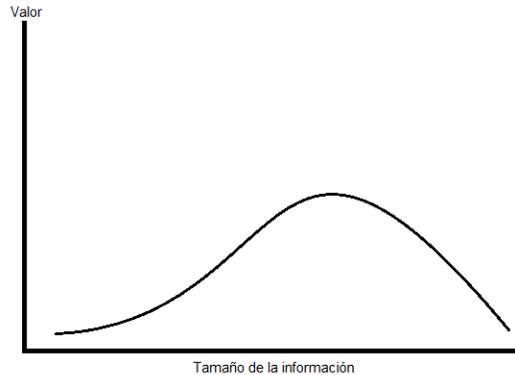
Todos los aspectos anteriores requieren de la consecución de información relevante para lograr diseñar un buen plan de negocio que ayude a mejorar las oportunidades de éxito del proyecto. Sin embargo, el valor de la información no es

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 22 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

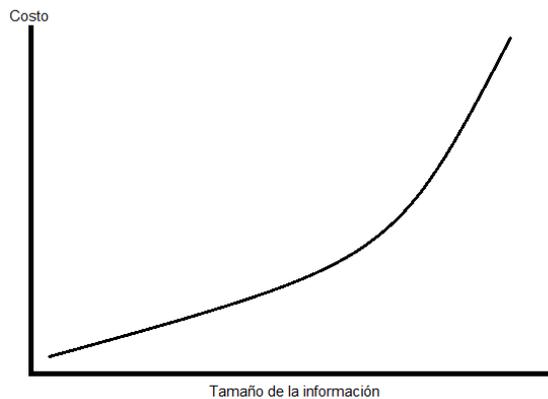
directamente proporcional a la cantidad, llega un momento donde el exceso de información reduce la calidad y valor de esta.

Figura 1. Valor vs tamaño de la información



Fuente: Adaptado de Badiru (2001)

Figura 2. Costo vs tamaño de la información.



Fuente: Adaptado de Badiru (2001)

Las figuras 1 y 2 muestran que inicialmente el costo y el valor de la información son directamente proporcionales al tamaño de la información, sin embargo, a medida que la información aumenta, su valor disminuye a partir de cierto punto, pero su costo no cesa de aumentar.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 23 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

El tamaño óptimo de la información está determinado por el punto que representa la diferencia positiva más amplia entre el valor de la información y su costo (Badiru, 2011).

Por lo tanto, no es aconsejable reunir una cantidad muy grande de información para armar el plan de negocio teniendo en cuenta que no solo no existe una relación costo beneficio adecuada, sino que además el análisis de una gran cantidad de información lleva tiempo, que puede ser empleado en otras actividades más cruciales.

2.2. MARCO TEÓRICO

Un proyecto es una actividad o serie de actividades autocontenidas que tiene tres etapas, un inicio, una etapa de producción y una culminación, orientada a cumplir un objetivo. En general un proyecto se rige por un presupuesto y una fecha límite, así como por especificaciones de calidad (Mesly, 2017).

En cualquier proyecto es importante considerar todos los factores relevantes del mismo, con el fin de determinar la probabilidad de que el proyecto se pueda ejecutar exitosamente, esto es el objetivo de un proyecto de factibilidad (Wheatley, 2002).

Además, es importante tener en cuenta que debido el estudio de factibilidad evalúa el potencial de éxito del proyecto este se debe conducir sin sesgo sobre la información provista para determinar la viabilidad del proyecto porque los proyectos requieren en general una gran inyección de capital y es imperativo determinar si el proyecto es viable o no antes de invertir (Mathur, 2021).

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 24 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Figura 3. Estudio de factibilidad.



Fuente: Adaptado de: (MBN, 2020)

Los estudios de viabilidad permiten determinar la viabilidad de una idea, una nueva tecnología o un nuevo negocio. El objetivo es analizar todos aquellos aspectos determinantes que están directamente relacionados con el desarrollo de la idea y establecer si después de considerar todos los factores significativos para el proyecto, la idea de negocio es comercialmente viable. Los estudios de viabilidad detallan la factibilidad comercial, factibilidad técnica-operativa, factibilidad administrativa, factibilidad económica.

2.2.1. Estudio comercial

El estudio comercial es un componente del estudio de factibilidad centrado en la probabilidad de éxito comercial. Se centra en estudiar el negocio, producto o servicio, y si la organización está en la capacidad de generar suficientes ganancias con él.

Para llevar a cabo un estudio de factibilidad comercial se debe establecer:

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 25 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

- Las fortalezas y debilidades del negocio, esto se hace mediante un análisis DOFA que permita evaluar el rendimiento, la competencia, el riesgo y el potencial de una empresa, además también se puede utilizar para evaluar parte de una empresa, como una línea o división de productos, una industria u otra entidad (Anja, 2009).

- Los posibles volúmenes de ventas del producto o servicio, lo cual se investiga por medio de un estudio de mercados el cual se lleva a cabo mediante un muestreo representativo de la población de interés.

- Definir la estructura de precios con la cual se puede determinar el valor unitario de los bienes si es una manufactura, o determinar los costos directos e indirectos del bien o servicio (Domingo, 2001).

- Determinar el ROI, o retorno de la inversión, que se calcula dividiendo la ganancia obtenida en una inversión por el costo de esa inversión.

2.2.2. Estudio técnico-operativo

En general un estudio técnico-operativo incluye:

Análisis de entrada: el análisis de entrada se ocupa principalmente de la identificación, cuantificación y evaluación de los insumos del proyecto, es decir, maquinaria y materiales. Debe asegurarse de que el tipo y la calidad correctos de los insumos sean disponible en el momento y costo adecuados durante toda la vida del proyecto. Para lograrlo es necesario conocer en el caso de un servicio de venta de repuestos, el tipo de vehículos que pueden ser potenciales clientes, así como el

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 26 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

conocimiento de los encargados del área comercial, pues estos están en la tarea de brindar asesoría técnica a los compradores en el caso de ser necesario.

Análisis de rendimiento: se refiere a la producción / operaciones que se deben realizar sobre las entradas para agregar valor. Por lo general, los insumos recibidos se someten a un proceso de transformación en varias etapas de fabricación.

Análisis de salida: abarca la especificación del producto en términos de características: color, peso, longitud, anchura, altura; características funcionales; propiedades químicas del material; así como estándares de calidad a cumplir. En el caso de un servicio de venta está relacionado con el soporte técnico que pueda brindar la organización, así como la capacidad de brindar las soluciones más acordes al problema a resolver.

En términos generales, la factibilidad técnica busca determinar la disponibilidad, costos y riesgos tecnológicos del proyecto, y establecer su relevancia en el cumplimiento de los objetivos.

2.2.3. Estudio administrativo

El estudio administrativo determina la capacidad del personal para llevar a cabo las tareas que permiten que el negocio funcione adecuadamente, tomando en cuenta que el proyecto no es de manufactura, no se requiere un análisis de mano de obra requerida sino de personal administrativo y de ventas necesario y sobre todo que tan factible es conseguir dicho personal para incorporarlo al proyecto.

Las capacidades necesarias del personal a contratar se determinan mediante la elaboración de un organigrama empresarial que permita determinar la jerarquía de

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 27 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

la empresa y las funciones de cada cargo se establecen mediante un manual de funciones.

2.2.4. Estudio económico.

Para ejecutar el estudio económico, se debe analizar los costos y beneficios asociados con el proyecto a implementar. El costo de capital de un proyecto afecta la evaluación económica. La estimación de costos es esencialmente un proceso intuitivo que intenta predecir el resultado final de un gasto de capital futuro (Chen 1996). A pesar de que parece imposible calcular el número exacto de costos y beneficios para un proyecto en particular durante esta fase inicial del proceso de desarrollo, se debe dedicar el tiempo suficiente a estimar los costos y beneficios del proyecto para compararlo con otras alternativas.

Algunas herramientas a tomar en cuenta son el análisis financiero que toma en cuenta los costos e ingresos del negocio para determinar una serie de métricas útiles para evaluar la viabilidad, tales como el punto de equilibrio del negocio, es decir, en qué momento se igualan los costos con los ingresos; las razones financieras que se utilizan para hacer comparaciones entre diferentes aspectos del desempeño de una empresa o cómo la empresa se posiciona dentro de una industria o región en particular (Goel, 2015). Revelan información muy básica, como si ha acumulado demasiada deuda, ha acumulado demasiado inventario o no está cobrando cuentas por cobrar con la suficiente rapidez.

Algunas de estas razones son razones de liquidez, razones de eficiencia, razones de utilidad y razones de endeudamiento.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 28 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

2.3. MARCO LEGAL

- LEY 1014 DE 2006: Fomento a la cultura del emprendimiento.
- Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006: por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 respecto a la constitución de nuevas empresas.
 - Ley 590 del 10 de julio de 2000: Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa tales como la reducción de los aportes parafiscales.
 - Ley MiPymes: Es un conjunto de herramientas e instrumentos de apoyo al segmento productivo de pequeñas y medianas empresas que estableció las categorías de Micro, Pequeña y Mediana empresa.
 - Código sustantivo del trabajo: cuya finalidad primordial es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre {empleadores} y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 29 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Para la recopilación de información se desarrolló una encuesta estructurada dirigida a clientes potenciales, propietarios de vehículos particulares y de carga, y se aplicó una entrevista semi estructurada a dueños de talleres del municipio y a algunos clientes potenciales

3.1.1. *Estimación de la demanda*

Para estimar la demanda, se estimó la cantidad de personas con vehículo en Vélez, Santander, se tomó en cuenta los resultados de las encuestas y entrevistas y se usó la guía de aproximaciones en el porcentaje de participación de mercado presentada en la **Tabla 1**.

Tabla 1.

Guía de aproximaciones en el porcentaje de participación

	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser tu porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0-0,5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0-0,5%
3	Grandes	Uno	Similares	0,5%-5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0,5%-5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0,5%-5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10%-15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5%-10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10%-15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10%-15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20%-30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30%-50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40%-80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80%-100%

Fuente (Guía de aproximación de porcentaje de participación de mercado (Tabla), 2021)

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 30 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

3.1.1.1 *Productos proyectados*

Se eligieron los productos y respectivos precios con base en los repuestos más usados por los propietarios de vehículos y mecánicos automotrices según las encuestas y entrevistas ya realizadas; después de haber analizado los precios establecidos por parte de los proveedores que fueron investigados y seleccionados con base en las ventajas y beneficios manifestados por los mismos a través de una comunicación por redes sociales y comunicación directa en puntos de venta.

3.1.2. *Estrategias de mercadeo*

Tras un análisis y con el propósito de implantar métodos en pro del logro de los objetivos comerciales del negocio se plantearon estrategias de distribución que permitan aumentar las ventas de tal modo que los costos sean mínimos; estrategias de servicio que ayuden percibir la satisfacción del cliente hasta lograr una fidelización y estrategias de comunicación para dar a conocer y promover el servicio del negocio dentro del municipio.

3.2. ANÁLISIS TÉCNICO

Se analizaron los proveedores la localización de la empresa la distribución de la planta y en general la infraestructura necesaria para el funcionamiento.

3.2.1. *Principales proveedores*

Durante la entrevista semi estructurada realizada a los propietarios de los talleres mecánicos se tuvieron en cuenta a algunos de sus suministradores de repuestos a fin de tener una sección amplia de los posibles proveedores para el presente

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 31 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

negocio. A lo largo del desarrollo del estudio de mercado se estuvo en contacto con varios de ellos.

3.2.2. Localización de la instalación

Con el fin de establecer una ubicación al negocio se utilizó el método de puntaje ponderado, para lo cual se consideraron aspectos como el hecho de que no hay competencia y lo que se busca es facilitar al cliente el acceso a los repuestos. Dentro del municipio se tomaron en cuenta dos ubicaciones. Para la evaluación de las anteriores ubicaciones se establecieron factores y a los mismos se les asignaron valores con base en parámetros de evaluación, de la siguiente manera:

Tabla 2

Factores, puntajes y parámetros de evaluación

Factores	Puntaje	Parámetros de evaluación
Proximidad a los clientes	25	● Mínimo valor: La localización no cumple con el factor deseado.
Fácil accesibilidad	25	● Valor intermedio: La ubicación cumple moderadamente el factor deseado.
Aceptación social	20	● Mayor valor: La ubicación cumple con el factor deseado.
Mayor flujo de tránsito	30	

Nota. Elaboración propia

3.2.2.1 Diseño planta de instalación

Los planos de una instalación permiten visualizar una representación de lo que en este caso será la instalación por ello y con la finalidad de una correcta distribución, el buen provecho del espacio, reducción de productos obsoletos y teniendo en cuenta las actividades que dentro de ella se pueden realizar, se elaboró un diseño de la planta de la instalación.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 32 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

3.3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Se definió el modelo de negocio y estableció una representación gráfica de las relaciones entre dependencias dentro de la estructura organizacional.

3.3.1. *Organigrama*

En el modelo de negocio la empresa contará con tres personas comprometidas con la innovación y el crecimiento económico, las cuales deben contar con una experiencia en el sector electromecánico, ser un apasionado por las ventas, donde se permita crecer como distribuidora en el municipio. Además, un principio fundamental será el desarrollo de estrategias comerciales en el área de ventas con estrategias Inbound a partir de tres etapas que consisten en atraer un público segmentado en el sector de repuestos para automóviles por medio de canales de información más fáciles, para luego interactuar y dar a conocer la vitrina de la empresa con soluciones relevantes y personalizadas, para así al final deleitar ese posible comprador consiguiendo una fidelización y un cliente satisfecho, con el cumplimiento de los requisitos anteriores se obtienen los manuales de funciones.

3.3.2. *Tipo de empresa*

En la actualidad en Colombia existen diferentes tipos de organizaciones basadas en la creación de empresa en donde se puede encontrar Sociedad anónima (S.A), Sociedad Comandita por acciones (CIA. S.C.A), Sociedad de economía mixta, Sociedad por acciones simplificadas (SAS), Sociedad colectiva (CIA, HNOS, E HIJOS), Sociedad comandita simple (Compañía & CIA.S) es muy común encontrar grandes empresas con cada una de las mencionadas; para el negocio es de vital importancia ser un tipo de empresa que garantice una adaptación bajo una serie de

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 33 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

reglamentos que se adapten a la empresa, en cuanto a los socios es de gran aporte que su responsabilidad se limita a sus inversiones sin tener en cuenta una gran estructura anónima.

3.3.3. Identidad

Para definir la identidad de la empresa se creó el nombre de la empresa acuerdo a la función del negocio y tomando como base los nombres de los plateadores de este, se estableció una misión que generara y proporcionara la estructura, una visión orientada a lo que como empresa se desea alcanzar y asimismo se fijaron valores corporativos como base de la cultura con el fin de resaltar el compromiso con la organización, los clientes y partes interesadas.

3.4. ANÁLISIS FINANCIERO

Según lo planteado en las secciones anteriores se desarrolló un presupuesto maestro para los cinco primeros años de operación del negocio en el cual se incluyeron las ventas programadas, los costos y gastos estimados para dichos periodos donde los precios se fijaron con base en la inflación estimada para finales del año 2021 según el banco de la república y mencionado a través de la revista Semana: “Se estima que el pronóstico central para la inflación total anual se ubique en un 3,1% para el cierre del 2021” (Semana, 2021)

3.4.1. Precio de los productos

Se definieron los productos del negocio y establecieron precios de kit para vehículo de caga y kit para vehículo particular con un margen de ganancia del 5% sobre los costos dados por el proveedor.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 34 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

3.4.2. Programa de ventas

Las ventas programadas se obtuvieron de una estimación que se realizó en el estudio comercial en el capítulo (4.1).

3.4.3. Programa de compras de mercancía

Dentro del programa de compras, la empresa se mantendrá un 15% de inventario considerando los productos a vender, espacio y estantería del local, el precio unitario de mercancía (CUM) de cada kit se trabajó con base en los precios establecidos por el proveedor.

3.4.4. Presupuesto de salarios

Según la estructura definida en el análisis administrativo (4.3) se contratarán tres personas para cargos de: gerente, director comercial y asesor; a quienes se les estableció un salario partiendo de la estimación de salarios para el año 2022. Además, se estimó un factor prestacional del 40%.

3.4.5. Presupuesto gastos de administración y ventas.

Los activos de los que la empresa hará uso son equipos de cómputo y muebles y enseres, tomados en cuenta en el estudio técnico (4.2), se asumen gastos administrativos como mantenimiento a los equipos de cómputo que corresponde a un 2% anual de su valor, servicios, arriendo y gastos de ventas que incluyen el arriendo y servicios además de la publicidad.

3.4.6. Presupuesto de estado de resultados de la empresa

Con base en los presupuestos anteriores se calculó la ganancia o pérdida de la empresa durante los próximos cinco años.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 35 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

3.4.7. Presupuesto de flujo de caja de la empresa

Se estableció el 18% como tasa mínima requerida de rentabilidad (TMRR) por parte de los inversionistas (autores del plan de negocio), con el flujo de caja de la empresa se hallaron los indicadores de valoración: tasa interna de retorno (TIR) que permitió comprender cuánto es lo que genera el negocio de rentabilidad y que se compara con la tasa TMRR, con el fin de determinar si el negocio es factible en caso de que TIR sea mayor a TMRR. También se usa el valor actual neto (VAN) indicador que mide los flujos de ingresos y egresos futuros del negocio concretando si este es viable.

3.4.8. Balance general de la empresa

En el balance general de la empresa muestra la situación financiera de la misma durante los primeros cinco años en donde no se manejarán deudas dado que no se realizarán préstamos, así como cuentas por cobrar debido a que no se le deberá a la empresa

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 36 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4. RESULTADOS

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

En esta sección se presentan los resultados de las encuestas estructuradas dirigidas a clientes potenciales, propietarios de vehículos particulares y de carga, y se aplicó una entrevista semi estructurada a dueños de talleres del municipio y a algunos clientes potenciales

4.1.1. Información primaria

En la encuesta realizada a la población veleña propietaria de vehículos se obtuvieron los siguientes resultados:

En la pregunta 1 se indagó por el uso del vehículo (**Figura 4**), encontrándose que el 73,2% usan su vehículo con fines laborales y el 26,8% para fines personales.

Figura 4. Pregunta 1



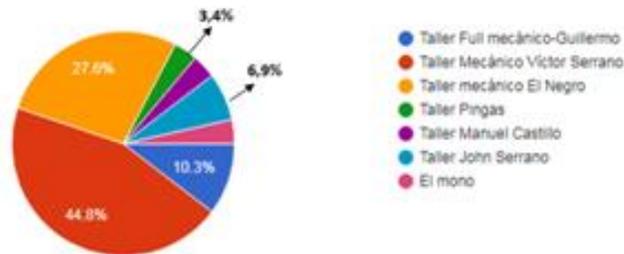
En la pregunta 2 (**Figura 5**), se indagó por el sitio de preferencia para la reparación y se observó que el mercado usa principalmente siete talleres en el municipio de Vélez, siendo el más visitado el de Víctor Serrano.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 37 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Figura 5. Pregunta 2

Al momento de requerir un repuesto para la reparación de su vehículo ¿Cuál es el taller de repuestos que más frecuenta?



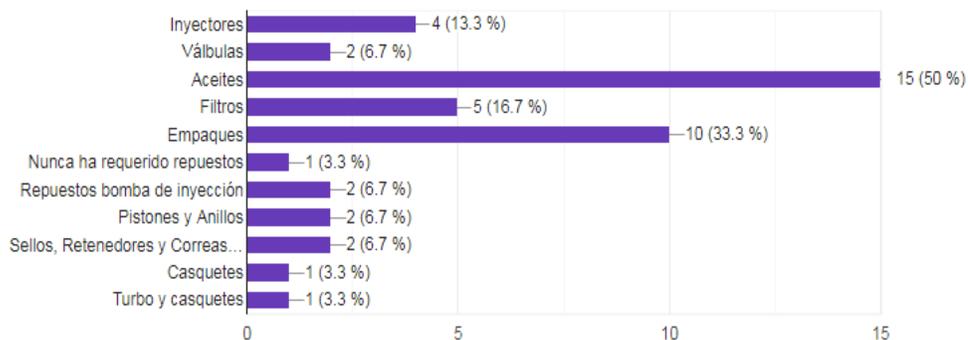
Fuente: Autor

En la pregunta 3, se buscó saber cuáles eran los repuestos de uso frecuente que el mercado compra (**Figura 6**), siendo los más comunes los aceites, empaques y filtros.

Figura 6-Pregunta 3

¿Que clase de repuestos compra con mayor frecuencia para su vehículo?

30 respuestas



Fuente: Autor

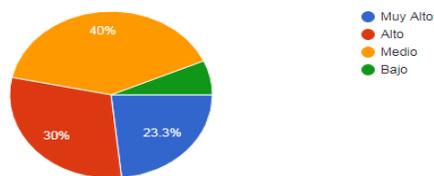
ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 38 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

En la pregunta 4, se indagó sobre el costo de los repuestos (**Figura 7**), donde el mercado considera que los mismos son de precios altos.

Figura 7. Pregunta 4

Al momento de realizar la compra de un repuesto para su vehículo ¿Cómo considera el costo de lo repuestos?
30 respuestas

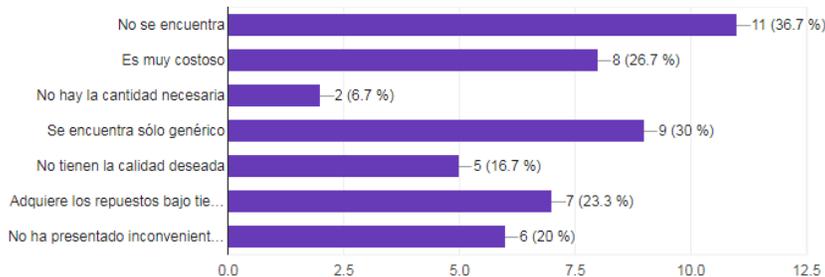


Fuente: Autor

Con la pregunta 5, se pretendía conocer los inconvenientes que se tienen al requerir un repuesto (**Figura 8**); los encuestados manifiestan que los principales son: repuestos genéricos, escasos, muy costosos y tiempos de espera indefinidos.

Figura 8. Pregunta 5

¿Cuáles son los principales inconvenientes que se presentan cuando requiere un repuesto para su vehículo?
30 respuestas



Fuente: Autor

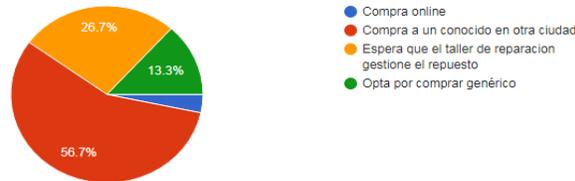
ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 39 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

En la pregunta 6, a fin de conocer las alternativas de compra (**Figura 9**) se observó que la mayoría del mercado tiene como principal alternativa, adquirir los repuestos con un conocido de otra ciudad.

Figura 9. Pregunta 6

¿Que alternativas usa cuando no consigue los repuestos que necesita dentro del municipio de Vélez/ Santander?
30 respuestas

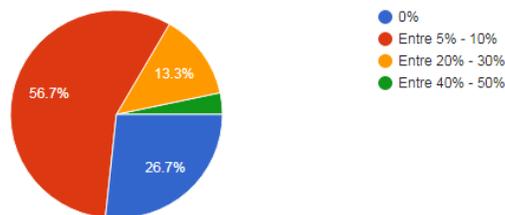


Fuente: Autor

En la pregunta 7, se percibió que en su mayoría el mercado está dispuesto a pagar entre el 5%-10% adicional al precio (**Figura 10**), por disminuir el tiempo de entrega de los repuestos.

Figura 10. Pregunta 7

¿Cuánto porcentaje adicional al precio, estaría dispuesto a pagar de más por disminuir el tiempo de entrega de los repuestos?
30 respuestas



Fuente: Autor

En general, al analizar las respuestas de la encuesta se observa que:

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 40 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

- A través de un análisis de la encuesta que se obtuvo un total de treinta respuestas donde el 73,2% del mercado utiliza el vehículo como medio de trabajo; el aceite, los empaques y filtros son los repuestos comprados con más frecuencia, el 53,3% de la población considera el precio de los repuestos como: muy alto y alto además de que solo el 6,7% lo considera bajo.
- La encuesta constata lo inicialmente percibido como problemática, es decir, notándose que entre las mayores problemáticas con respecto a los repuestos está el hecho de que no se encuentran o de lo contrario solo son genéricos, son muy costosos y se adquieren bajo tiempos indefinidos.
- Además de lo anterior el 56,7% del mercado compra repuestos a un conocido en otra ciudad y están dispuestos a pagar entre el 5% y 10% adicional al precio por disminuir el tiempo de entrega.

4.1.2. Entrevista a talleres

Dentro del municipio de Vélez se encuentran cinco talleres mecánicos, de acuerdo con las entrevistas se halló que de los cinco entrevistados, dos talleres (taller Jhon serrano y taller pingas) están interesados en realizar una alianza que se ejecutaría bajo condiciones donde el almacén supla los repuestos de calidad que estos requieren, asimismo aclararon que sus proveedores son de la ciudad de Bogotá, a quienes contactaban diariamente para adquirir un repuesto. Además de esto manifestaron la intención de que en el futuro se consolide la alianza si se cumplen estos requisitos.

En el municipio hay una cantidad de 2.544 vehículos, según la encuesta el 10,3% asisten a estos dos talleres, es decir es decir aproximadamente 262 vehículos; con

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 41 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

base en conversaciones con los talleres, son varios los servicios que presta tanto para vehículos de carga como particulares, estos últimos frecuentemente asisten a talleres por daños en los frenos y suspensión por las malas vías, sin embargo por lo comentado según el propietario del taller Pingas: la cantidad mínima estimada de repuestos a vender por su parte es de 60 repuestos semanales asumiendo que las reparaciones son de mínimo cuatro (4) vehículos por semana independientes de las reparaciones que el mecánico realiza fuera del pueblo. Además, en conversación con el mecánico Jhon Freddy Serrano¹ dio a conocer que a este acude mínimo un transportador por día y que por carro requiere el kit de reparación junto con más repuestos que durante la reparación del vehículo se van necesitando, la cantidad mínima estimada de repuestos a vender es de 75 semanales, esto dependiendo de la cantidad de vehículos que acudan a él y del tiempo que requiera cada vehículo.

4.1.3. Entrevista a clientes potenciales

Por otra parte, en los encuentros con clientes de los talleres se entendió que usualmente los vehículos de carga sufren inconvenientes por las condiciones de las vías, estos frecuentan los talleres semanalmente para realizar un mantenimiento mínimo y evitar daños mientras se esté haciendo uso del vehículo; manifiestan además que tienen cierto conocimiento respecto a un mantenimiento periódico con algunas partes del vehículo como rodamiento, las transmisiones, las cajas y el cambio de aceite.

Entonces buscan darles un mantenimiento a esas partes antes de que se dañen o el vehículo quede en carretera por lo tanto la periodicidad de su asistencia a los

¹ Mecánico automotriz con más de veinte años de experiencia en el campo, hace parte los mecánicos principales del taller “SHEKINA” ubicado en el municipio de Vélez / Santander;

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 42 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

talleres depende de los inconvenientes que presente el vehículo por la condición de las vías y lo que se encuentren transportando.

Junto con lo anterior se encontró que los gastos de una persona en el mes, por concepto de repuestos son aproximadamente de \$1'200.000 según el vehículo particular que usa.

Un vehículo de carga genera un gasto de \$7'000.000 por cada reparación, dado que este es el precio estimado de un kit, \$3'000.000 en transmisiones cada 18 meses y \$3 '000.000 en cajas cada 24 meses.

Sin embargo, todos los tipos de vehículos tanto de carga como particulares compran repuestos según el inconveniente que se presente.

4.1.4. Estimación de la demanda

Para estimar la demanda, es necesario conocer la cantidad de personas que tienen vehículo en Vélez/ Santander y que estarían dispuestas a adquirir estos en la empresa L. Para lo cual se utilizan cifras nacionales y estimaciones provenientes de la encuesta.

4.1.4.1 Cantidad de vehículos en Colombia.

Según el reporte del mes de agosto del año 2021 el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT) presenta una serie de datos estadísticos en donde refleja un total de 6.608.782 vehículos registrados nivel nacional (**Figura 11**), por lo que esta cifra se divide en automóvil, camioneta, camión, bus, buseta, entre otros.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 43 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Figura 11. Parque automotor registrado en el RUNT



Fuente: (RUNT, 2021)

En el informe presentado por el periódico portafolio en el cierre de la pandemia del año 2020, la población colombiana llegó a la cifra de 50.000.883 millones de habitantes, en donde las estadísticas apuntan que para el cierre del año la población podría aumentar considerablemente. Por otro lado, en el cierre del presente año el municipio de Vélez alcanzó la cifra demográfica de 19.265 habitantes.

4.1.4.2 Porcentaje de propietarios de vehículos en Colombia.

Con base en los datos del numeral anterior, se busca calcular el porcentaje de habitantes con vehículo en Colombia. En primer lugar, se realizó una

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 44 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

investigación con base en la cantidad de vehículos en Colombia (**Figura 11**) vs su población, por lo que a partir de la siguiente información y aplicando la fórmula (1) para encontrar el porcentaje total de habitantes con vehículo en el territorio nacional.

Población colombiana: 50.000.883

Total de vehículos en Colombia: 6.608.782

Porcentaje de habitantes con vehiculo en Colombia

$$= \frac{\text{Cantidad de vehiculos en Colombia}}{\text{Población colombiana}} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} \text{Porcentaje de habitantes con vehiculo en Colombia} &= \frac{6.608.782}{50.000.833} \\ &= 0,1321 = 13,21\% \end{aligned}$$

4.1.4.3 Clientes potenciales en Vélez.

De acuerdo con los datos obtenidos en el último censo aplicado a la población del municipio de Vélez se encontró un total de 19.265 habitantes, cabe resaltar, a partir de la siguiente formula nos permitirá conocer el mercado potencial que obtendremos en el municipio con base al porcentaje de vehículos en Colombia hallado en el apartado anterior.

Población Vélez: 19.265

Porcentaje de vehículos en Colombia: 13,21%

$$\begin{aligned} \text{Mercado potencial en el municipio de Vélez} &= \\ \text{Población Vélez} * \text{Porcentaje de vehículos en colombia.} & \quad (2) \end{aligned}$$

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 45 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

*Mercado potencial en el municipio de Vélez: $19.265 * 13,21\% = 2.544$*

De acuerdo con la estimación anterior, el **mercado potencial** en el municipio de Vélez sería de 2.544 vehículos.

4.1.4.4 Clientes proyectados en Vélez

Por otra parte, teniendo en cuenta que los dos talleres atienden al 10,3% (**Figura 5**), donde el 6,9% asiste al taller de Jhon serrano y el restante 3,4% asiste al taller pingas, se estima y busca prestar el servicio al 8,6% del mercado asumiendo que inicialmente este no se abarcará en su totalidad, por lo tanto, se prestaría el servicio al 6,9% de Jhon serrano dado que esta parte del mercado usa su vehículo como medio de trabajo y al 1,7% del taller pingas debido a que en este se trabaja con vehículos de carga y automóviles.

De un 100%, el 73% de los vehículos se utilizan como medio de trabajo; tres repuestos que todo vehículo necesita mensualmente, independientemente de si el vehículo es particular o de carga, que son los aceites y filtros. Sin embargo, cuando un vehículo requiere de reparación necesita un kit de repuestos que consta de 15 repuestos generalmente fuera de los que posiblemente se lleguen a necesitar de más según el daño en el vehículo, es en la obtención de este kit de repuestos que se ven las problemáticas dado que casi siempre los talleres y propietarios de vehículos requieren estos repuestos por separado.

Considerando que entre la competencia que tendría el almacén se encuentran algunos locales similares ubicados en Barbosa/Santander para ello se usó la guía

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 46 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

de aproximaciones en el porcentaje de participación (**Tabla 1**), donde el almacén se encontraría en la línea 8, con un porcentaje de participación entre el 10%-15%

$$\text{Participación de mercado: } 2544 * 8,6\% = 218,78 \quad (3)$$

De acuerdo con la guía de participación de mercado (**Tabla 1**) el 10% de los clientes potenciales concurrirían al negocio; sin embargo, según la aplicación de la fórmula de participación de mercado ((3), los resultados el 8,6% adquirirían el servicio, es decir, que el negocio está dentro del porcentaje de participación donde se tendrían cerca de 218 clientes, los cuales se asistirán en su totalidad de la siguiente manera:

Tabla 3.

Porcentajes de demandas atendidas

Año	Porcentaje de demanda atendida
1	40%
2	55%
3	70%
4	85%
5	100%

Nota. Elaboración propia

La categoría de repuestos que se busca es la perteneciente al *overhaul* de reparación que consta de 15 repuestos, además de algunos alternos como aceites, filtros y kit de suspensión. Considerando los siguientes valores con base en un margen de ganancia entre el 5%-10.

4.1.4.5 Productos proyectados

En capítulo se muestran los productos y respectivos precios proyectados, que hacen parte de los kits para vehículos de carga después de haber analizado los precios establecidos por parte de los proveedores.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 47 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Tabla 4.

Guía de precios de productos a vehículos de carga

Producto	Precio
Overhaul	\$5,500,000
Bomba de aceite	\$350,000
Bujes de bielas	\$110,000
Bujes de ejes de levas	\$90,000
Empaquetadura inferior y retenes	\$270,000
Guías de válvulas	\$90,000
Sello de válvulas	\$60,000
Válvulas de admisión y escape	\$360,000
Aceite	\$100,000
Filtro	\$290,000
Valor total kit de reparación	\$7,220,000

Nota: Elaboración propia

Asimismo, se estableció una serie de repuestos que conforman el kit de suspensión para vehículos particulares, a los cuales dan a conocer precios según los establecidos por el proveedor.

Tabla 5.

Guía de precios de productos a vehículos particulares

Producto	Precio
Amortiguadores delanteros	\$150,000
Amortiguadores traseros	\$100,000
Cauchos	\$36,000
Rotulas	\$30,000
Terminales	\$38,000
Aceite	\$70,000
Filtro	\$10,000
Valor kit vehículo particular	\$434,000

Nota. Elaboración propia

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 48 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.1.4.6 Ventas proyectadas

Mediante una proyección de ventas con base en los servicios proyectados y porcentajes de asistencia a clientes se identificará la viabilidad y alcance del negocio a corto, mediano y largo plazo

Tabla 6.

Programa de ventas para vehículos de carga y particulares

Producto	Año				
	1	2	3	4	5
Kit vehículo de carga	81	112	143	173	204
Kit vehículo particular	6	8	11	13	15
Total unidades	88	120	153	186	219

Nota. Elaboración propia

Tabla 7.

Presupuesto de ventas para vehículos de carga y particulares

Producto	Año				
	1	2	3	4	5
Kit vehículo de carga	\$617.366.316	\$874.345.045	\$1.146.186.868	\$1.433.552.290	\$1.737.128.069
Kit vehículo particular	\$2.768.833	\$3.921.360	\$5.140.546	\$6.429.355	\$7.790.865
Total	\$620.135.149	\$878.266.405	\$1.151.327.415	\$1.439.981.645	\$1.744.918.935

Nota. Elaboración propia

4.1.5. Estrategias de mercadeo

Tras un análisis y con el propósito de implantar métodos en pro del logro de los objetivos comerciales del negocio se plantearon estrategias de distribución, servicio y comunicación a fin de promover el servicio.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 49 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.1.5.1 Estrategias de distribución

Uno de los propósitos del plan de negocio es distribuir repuestos principalmente a través de alianzas con talleres mecánicos automotrices dentro del municipio. Inicialmente se haría con dos talleres que accedieron a dicha alianza (Taller Pingas, Taller Jhon Serrano), que se llevaría a cabo de manera exclusiva en punto único de venta según los requerimientos que presente cada taller. Además, a partir del convenio realizado con el proveedor DNR Repuestos se tendrá un abastecimiento según el precio y la marca que requiera el cliente.

4.1.5.2 Estrategias de comercialización

La comercializadora de repuestos trabajara en pro de una excelente atención al cliente tanto en punto físico a través del acompañamiento y servicio de calidad, como plataformas digitales de las que se haga uso, en donde cada accesorio se adapte al requerimiento que presente el cliente, con el fin de que obtenga un sencillo acceso a los mismos. Por otro lado, se procura fidelizar a los clientes a través de un servicio adicional en el que una voz experta se encargue de brindar asesoría personalizada, para así garantizar la confianza al momento de la compra.

4.1.5.3 Estrategias de comunicación

Entre los principales medios de comunicación se encuentra la publicidad, que tiene como objetivo fundamental informar. Este se utilizará como estrategia para dar a conocer y promover el servicio del negocio dentro del municipio de Vélez, a través del reparto de 1700 volantes dentro del municipio además de anuncios radiales sobre el nuevo punto de venta de accesorios para vehículos. Asimismo, el uso de redes sociales y plataformas digitales permitirán proporcionar contenidos acerca del servicio, lo que permitirá posicionar la marca en el mercado.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 50 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.2. ANÁLISIS TÉCNICO

En este capítulo se analizarán los proveedores la localización de la empresa la distribución de la planta y en general la infraestructura necesaria para el funcionamiento.

4.2.1. Principales proveedores

Durante la entrevista semi estructurada realizada a los propietarios de los talleres mecánicos se tuvieron en cuenta a algunos de sus suministradores de repuestos a fin de tener una sección amplia de los posibles proveedores para el presente negocio. A lo largo del desarrollo del estudio de mercado se estuvo en contacto con varios de ellos, de los cuales dos (DNR repuestos y Repuestos Julián Barbosa) aceptaron ser proveedores y manifestaron interés en una posible alianza a futuro.

4.2.1.1 DNR repuestos.

Proveedor de repuestos para motores diesel de más de diez referencias, ubicado en la ciudad de Barbosa/Santander.

Ventajas como proveedor:

- Proporciona gran variedad de repuestos
- Administración de repuestos originales y genéricos
- Fácil acceso al repuesto en el almacén.
- Experiencia certificada en el manejo de repuestos a nivel nacional.
- Presenta ofertas entre el 10% y 12% adicional por compras al por mayor.

Desventajas:

- No presta atención en el tiempo requerido, es decir presenta demoras al responder a necesidades o inquietudes del cliente.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 51 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.2.1.2 Repuestos Julián Barbosa

Comercializador de partes de motores para vehículos diesel e importador directo de partes de motores para maquinaria industrial, ubicado en la ciudad de Bogotá/Distrito capital.

Ventajas como proveedor:

- Brinda variedad de repuestos
- Manejo de repuestos originales y genéricos
- Cuenta con experiencia en el conocimiento de repuestos

Desventajas:

- Atención en el tiempo requerido

4.2.1.3 Serviautos D&D S.A.S

Empresa dedicada a la distribución, venta e instalación de repuestos y lubricantes originales y genéricos de alta calidad para todo tipo de vehículos livianos de todas las marcas, además ofrece servicios de mantenimiento preventivo y correctivo, ubicada en la ciudad de Bucaramanga/Santander (carrera 16 No. 19-57)

Ventajas como proveedor:

- Experiencia certificada de 20 años en el manejo y distribución de repuestos
- Ofrece variedad en la forma de pagos.
- Presenta ofertas entre el 2% y 5% adicional por compras al por mayor.

4.2.2. Proveedores alternos

Dado que el negocio dentro de sus servicios ofrecerá varios repuestos, se pretende tener proveedores alternos para una sencilla gestión en la adquisición de estos y a fin de evitar cualquier inconveniente que repercuta en la gestión, por ello se tendrán múltiples proveedores.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 52 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.2.2.1 Verapartes repuestos

Almacén vendedor de auto partes para vehículos públicos y particulares y prestadores de servicios de instalación con garantía de producto y mano de obra.

4.2.2.2 Asistencia de partes diesel

Almacén distribuidor de repuestos para motores diesel, ubicado en la ciudad de Bucaramanga/ Santander (calle 16 No. 15-67).

4.2.3. Localización de la instalación

Con el fin de establecer una ubicación al negocio se utilizó el método de puntaje ponderado, para lo cual se consideraron aspectos como el hecho de que no hay competencia y lo que se busca es facilitar al cliente el acceso a los repuestos. Dentro del municipio se tomaron en cuenta dos ubicaciones

Figura 12. Ubicación A: Vía principal del municipio- Carrera 6

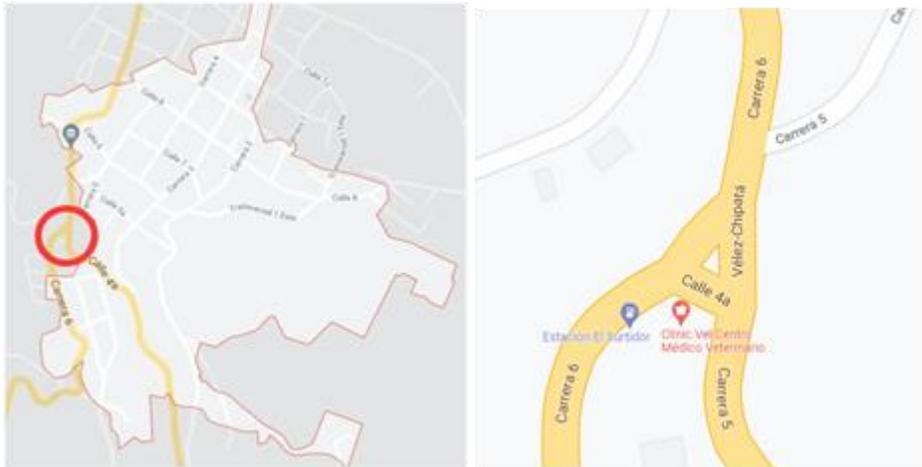


Fuente: Google maps.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 53 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Figura 13. Ubicación B: Alrededor al monumento del artista (Triángulo vial)



Fuente: Google maps.

Para la evaluación de las anteriores ubicaciones se establecieron factores y a los mismos se les asignaron valores con base en parámetros de evaluación, de la siguiente manera:

Tabla 8.

Factores, puntajes y parámetros de evaluación

Factores	Puntaje	Parámetros de evaluación
Proximidad a los clientes	25	<ul style="list-style-type: none"> ● Mínimo valor: La localización no cumple con el factor deseado.
Fácil accesibilidad	25	<ul style="list-style-type: none"> ● Valor intermedio: La ubicación cumple moderadamente el factor deseado.
Aceptación social	20	<ul style="list-style-type: none"> ● Mayor valor: La ubicación cumple con el factor deseado.
Mayor flujo de tránsito	30	

Nota. Elaboración propia

4.2.3.1 Localización de la instalación: método de puntaje ponderado

A partir de los resultados obtenidos a través del método de puntaje ponderado (**Tabla 9**), la localización B es la mejor localización para la ubicación del negocio.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 54 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Tabla 9.

Localización de la instalación a través del método de puntaje ponderado

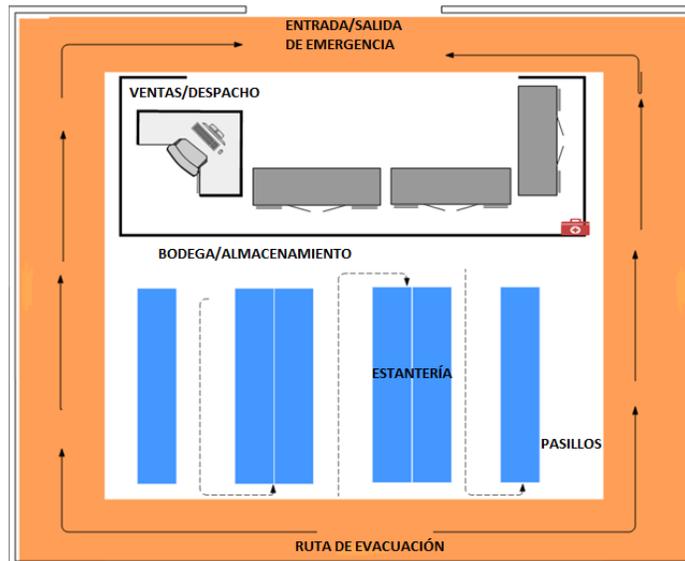
Nº	Factor	Puntaje	Posibles localizaciones			
			Valor asignado	A Resultado	B Valor asignado	B Resultado
1	Proximidad a los clientes	25	20	500	25	625
2	Fácil accesibilidad	25	23	575	25	625
3	Aceptación social	20	20	400	20	400
4	Mayor flujo de tránsito	30	27	810	30	900
Total puntaje*calificación				2285		2550

Nota: Elaboración propia

4.2.3.2 Diseño planta de instalación

Los planos de una instalación permiten visualizar una representación de lo que en este caso será la instalación por ello.

Figura 9 Plano instalación de LAKEYSER S.A.S



Fuente: Autor

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 55 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

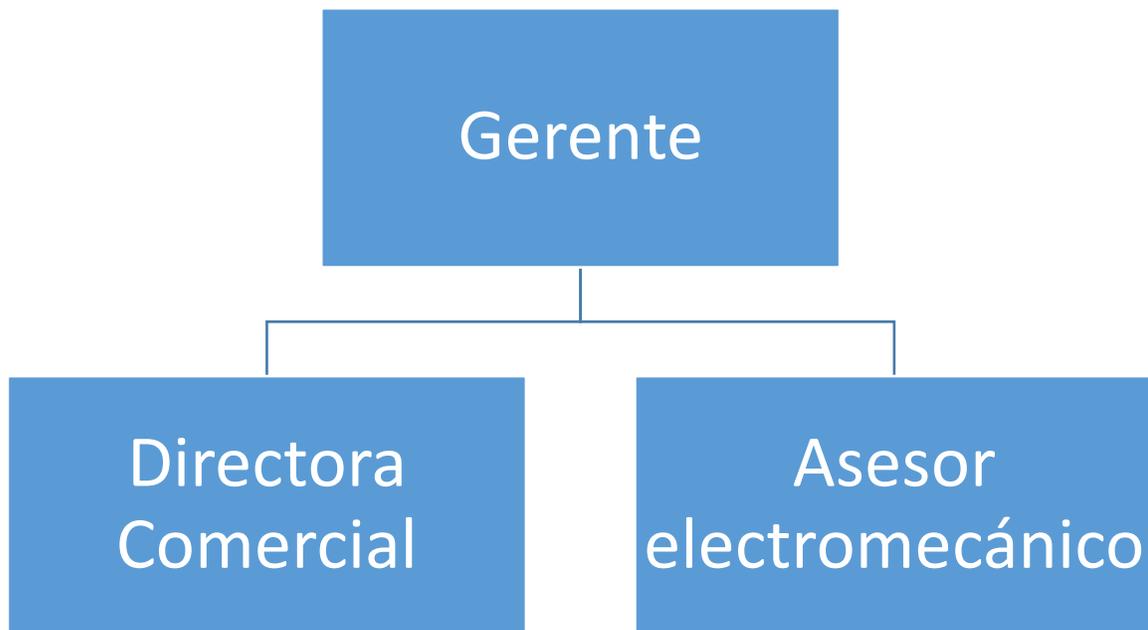
Con la finalidad de una correcta distribución, el buen provecho del espacio, reducción de productos obsoletos y teniendo en cuenta las actividades que dentro de ella se pueden realizar, se elaboró un diseño de la planta de la instalación

4.3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

A continuación, se presenta la estructura organizacional del negocio.

4.3.1. Organigrama

En el modelo de negocio la empresa contará con tres personas comprometidas con la innovación y el crecimiento económico, donde se permita crecer como distribuidora en el municipio a partir de los siguientes manuales de funciones.



4.3.2. Manuales de funciones

Para los cargos anteriores se presentan los manuales de funciones que detallan requisitos y funciones del cargo.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 56 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Tabla 10.

Identificación del cargo 1

Nombre del cargo	Gerente
Dependencia	Área de ventas
Número de cargos	Uno (1)
Solicita reportes y reporta a	Socios mayoritarios, tecnólogo Electromecánico, coordinadora comercial
Requisitos	

Título en administración de empresas-ingeniero industrial con 2 años de experiencia certificada.

Objetivo principal

Es la persona encargada del correcto funcionamiento de la empresa a través de una excelente planificación en cada uno de los departamentos, con el fin de garantizar el óptimo desarrollo de la organización

Funciones

- Liderar el proceso administrativo de la organización
- Gestionar y supervisar al personal de la organización
- Organizar y planificar los objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo mediante estrategias de mejora continua, con el fin de calcular el estado financiero de la empresa.
- incrementar la eficiencia y la efectividad de la organización

Nota. Elaboración propia

Tabla 11.

Identificación del cargo 2

Nombre del cargo	Directora comercial
Dependencia	Área de ventas
Número de cargos	Uno (1)
solicita reportes y reporta a	Tecnólogo electromecánico, gerente
Requisitos	

Título en administración de empresas-ingeniero industrial con 2 años de experiencia certificada.

Objetivo principal

Es la persona encargada del desarrollo comercial mediante el control y seguimiento en las actividades de presupuestos, permitiendo evaluar periódicamente el manejo de recursos y las ventas de la empresa

Funciones

- Controlar los procedimientos relacionados a las actividades de ventas y comercialización
- Gestionar y examinar la eficiente y correcta utilización de los bienes del negocio a fin de cumplir los objetivos del negocio.
- Crear el plan de precios, métodos de venta, tiempos de entrega y presupuestos para soportes de promoción.
- Realizar controles de seguimiento a los canales comerciales de la empresa.

Nota: Elaboración propia

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 57 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Tabla 12

Identificación del cargo 3

Nombre del cargo	Asesor electromecánico
dependencia	área de ventas
Número de cargos	Uno (1)
solicita reportes y reporta a	Gerente, directora comercial
Requisitos	
Título en tecnólogo egresado unidades tecnológicas de Santander y/o Sena especialidad de electromecánica con experiencia de uno o dos años certificada en el área automotriz	
Objetivo principal	
Es la persona encargada de brindar una excelente asesoría al cliente al momento de la compra o reparación de su vehículo, con el fin de garantizar la confianza y la aceptación de cada producto en la empresa	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ● Establecer y controlar el inventario de los repuestos en la bodega ● Garantizar el buen servicio al cliente con el fin de generar la aceptación del producto y su respectiva compra ● Realizar seguimiento al requerimiento comercial sobre los pedidos realizados y el mostrador del punto de venta, ● Garantizar el soporte en el área del taller acerca de los requerimientos del cliente con las referencias seleccionadas 	

Nota. Elaboración propia

4.3.3. LAKEYSER S.A.S

Se creó el logo del negocio inspirado en el nombre de la organización, con el fin de mantener un vínculo directo con los clientes a través de la visualización de una imagen que relacione la necesidad del cliente con los productos que ofrece el negocio además de resaltar el compromiso con la organización para llevar a cabo una mejora continua al departamento de Vélez/Santander bajo una serie de valores que garanticen el cumplimiento con la prestación del servicio de manera eficaz y confiable a cada uno de los clientes

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 58 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Figura 14. Logo empresa



Fuente: Autor

4.3.4. Misión

La Creación de la empresa LAKEYSER S.A.S, tiene como misión contribuir con el desarrollo y mejoramiento de la obtención de repuestos en el municipio de Vélez/Santander, mediante la comercialización de insumos para automóviles particulares y de carga pesada. Contamos con personal altamente calificado en el tema de reparación de automóviles con el fin de ofrecer nuestro servicio con una alta calidad a través de asesorías personalizadas; trabajamos por el bienestar de los propietarios de vehículos y el crecimiento de nuestro municipio, para lograr así la satisfacción de nuestros clientes.

4.3.5. Visión

En 2024 seremos una empresa líder en la comercialización de repuestos para vehículos, con los más altos estándares de calidad y servicio a nivel departamental, en donde nos permita posicionar nuestro servicio a la vanguardia de la tecnología y el conocimiento técnico con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes para así contribuir al desarrollo económico de nuestro país

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 59 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.3.6. Valores Corporativos

En nuestra empresa contamos con la aplicación de una serie de valores corporativos basados en la mejora del proceso de acuerdo con el ambiente de trabajo con nuestros colaboradores y cada cliente.

- **Compromiso:** Asumimos nuestras responsabilidades y entregamos lo que el cliente necesita.
- **Honestidad:** Proveemos y proponemos aquello que está a nuestro alcance cumplir.
- **Entusiasmo:** Nos apasiona lo que hacemos por ello servimos con actitud y disposición.
- **Empatía:** Empleamos nuestras habilidades blandas para comprender y motivar.
- **Respeto:** Está dedicado a nuestros trabajadores, clientes y competidores en pro de un ambiente sano y el establecimiento de relaciones cordiales.
- **Lealtad:** Somos fieles a nuestros principios y valores como empresa y como personas.

4.4. ANÁLISIS FINANCIERO

Según lo planteado en las secciones anteriores se desarrolló un presupuesto maestro para los cinco primeros años de operación del negocio en el cual se incluyeron las ventas programadas, los costos y gastos estimados para dichos periodos donde los precios se fijaron con base en la inflación estimada para finales del año 2021 según el banco de la república y mencionado a través de la revista Semana: “Se estima que el pronóstico central para la inflación total anual se ubique en un 3,1% para el cierre del 2021” (Semana, 2021)

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 60 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.4.1. Precio de los productos

Se definieron los productos del negocio y establecieron precios de kit para vehículo de carga y kit para vehículo particular con un margen de ganancia del 5% sobre los costos dados por el proveedor, de la siguiente manera:

Tabla 13.

Precios de productos del negocio para vehículos de carga

Kit vehículo de carga	Precio año 1
Overhaul	\$ 5.775.000
Bomba de aceite	\$ 367.500
Bujes de bielas	\$ 115.500
Bujes de eje de levas	\$ 94.500
Empaquetadura inferior y retenes	\$ 283.500
Guías de válvulas	\$ 94.500
Sellos de válvulas	\$ 63.000
Válvulas de admisión y escape (12)	\$ 378.000
Filtro	\$ 105.000
Aceite	\$ 304.500
Valor kit vehículo carga	\$ 7.581.000

Nota. Elaboración propia

Tabla 14.

Precio de productos del negocio para vehículos particulares

Kit vehículo particular	Precio año 1
Amortiguadores delanteros	\$ 157.500
Amortiguadores traseros	\$ 105.000
Cauchos (6)	\$ 37.800
Rotulas (esféricas)	\$ 31.500
Terminales	\$ 39.900
Aceite	\$ 73.500
Filtro	\$ 10.500
Valor kit vehículo particular	\$ 455.700

Nota. Elaboración propia

4.4.2. Programa de ventas

Las ventas programadas se obtuvieron de una estimación que se realizó en el estudio comercial en el capítulo (4.1), se estima que en el primer año las ventas correspondan a un 40% y los siguientes años éstas aumenten un 15% anual hasta cubrir el 100%.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA		PÁGINA 61 DE 74
	F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Tabla 15.

Programa de ventas

Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
<i>Proyección de ventas</i>	40%	55%	70%	85%	100%
Kit vehículo de carga	81	111	142	173	203
Kit vehículo particular	6	8	10	12	15
Ventas totales	87	119	152	15	218

Nota. Elaboración propia

4.4.3. Presupuesto de ventas

Se estima que el negocio tenga a la venta dos productos: Kit para vehículos de cargas y Kit para vehículo particular o automóvil, donde el más vendido corresponde al Kit de carga, lo anterior teniendo en cuenta la variación de precios con base el porcentaje de inflación según el banco de la república.

Tabla 16.

Presupuesto de ventas

Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Precio kit vehículo carga	\$7.581.000	\$7.808.430	\$8.042.682	\$8.283.963	\$8.532.482
Kit vehículo de cargas	\$614.061.000	\$866.735.730	\$1.142.060.971	\$1.433.125.666	\$1.732.093.904
Precio kit vehículo particular	\$455.700	\$469.371	\$483.452	\$497.955	\$512.894
kit vehículo particular	\$2.734.200	\$3.754.968	\$4.834.521	\$5.975.468	\$7.693.415
Total	\$616.795.200	\$870.490.698	\$1.146.895.493	\$1.439.101.134	\$1.739.787.320

Nota. Elaboración propia

4.4.4. Programa de compras de mercancía

Dentro del programa de compras, la empresa se mantendrá un 15% de inventario considerando los productos a vender, espacio y estantería del local, el

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 62 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

precio unitario de mercancía (CUM) de cada kit se trabajó con base en los precios establecidos por el proveedor.

4.4.5. Presupuesto de salarios

Según la estructura definida en el análisis administrativo (4.3) se contratarán tres personas para cargos de: gerente, director comercial y asesor; a quienes se les estableció un salario partiendo de que el SMMLV del año 2021 es de 908.526. Además, se estimó un factor prestacional del 40%.

Se calculó el salario anual causado para cada cargo y se prorrateó el mismo donde el cargo de gerente tiene el 100% en el área de administración y los cargos de director comercial y asesor se ubican en el área de ventas; dad que la empresa es comercializadora no hay costos indirectos de fabricación.

Tabla 17.

Salarios causado anual según el cargo y prorrateo para el año 1.

AÑO 1						
Cargo	Salario causado	MO	MOI	ADMÓN.	VENTAS	
Gerente	\$ 31.900.176,0	\$ -	\$ -	\$ 31.900.176,0	\$ -	\$ -
Director comercial	\$ 23.925.132,0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 23.925.132,0	\$ -
Asesor	\$ 15.950.088,0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 15.950.088,0	\$ -
Total	\$ 39.875.220,0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 39.875.220,0	\$ -

Nota. Elaboración propia

4.4.6. Presupuesto gastos de administración y ventas

Los activos de los que la empresa hará uso son equipos de cómputo y muebles y enseres, tomados en cuenta en el estudio técnico (4.2), los equipos de cómputo tendrán un mantenimiento anual que corresponde a un 2% de su valor.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA		PÁGINA 63 DE 74
	F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Tabla 18.

Presupuesto de gastos administrativos

Año	1	2	3	4	5
Salario admón.	\$ 2.658.348,00	\$ 2.738.098,44	\$ 2.820.241,39	\$ 2.904.848,63	\$ 2.991.994,09
Arriendo	\$ 3.000.000,00	\$ 3.090.000,00	\$ 3.182.700,00	\$ 3.278.181,00	\$ 3.376.526,43
Depreciación	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89
Mantenimiento	\$ 22.569,67	\$ 22.569,67	\$ 22.569,67	\$ 22.569,67	\$ 22.569,67
Servicios	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Total	\$ 6.273.296,56	\$ 6.443.047,00	\$ 6.617.889,95	\$ 6.797.978,19	\$ 6.983.469,08
GA mensuales	\$ 498.409,81	\$ 512.555,68	\$ 527.125,92	\$ 542.133,28	\$ 557.590,85

Nota. Elaboración propia

Como se mencionó dentro de las estrategias de comunicación (4.1.5.3) se dará a conocer y promover el servicio del negocio dentro del municipio, a través del reparto de volantes dentro del municipio y anuncios radiales sobre el nuevo punto de venta de accesorios para vehículos.

Tabla 19.

Presupuesto de gastos de ventas

Año	1	2	3	4	5
Salario ventas	\$ 39.875.220,0	\$ 39.875.220,0	\$ 39.875.220,0	\$ 39.875.220,0	\$ 39.875.220,0
Arriendo	\$ 3.090.000	\$ 3.182.700	\$ 3.278.181	\$ 3.376.526,43	\$ 3.477.822,223
Depreciación	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89	\$ 292.378,89
Mantenimiento	\$ 22.569,669	\$ 22.569,669	\$ 22.569,669	\$ 22.569,669	\$ 22.569,669
Publicidad	\$ 4.820.400	\$ 4.965.012	\$ 5.113.962,36	\$ 5.267.381,231	\$ 5.425.402,668
Servicios	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Total	\$ 48.400.568,6	\$ 48.637.880,6	\$ 48.882.311,9	\$ 49.134.076,2	\$ 49.393.393,4
GV mensuales	\$ 4.009.015,8	\$ 4.028.791,8	\$ 4.049.161,1	\$ 4.070.141,4	\$ 4.091.751,2

Nota. Elaboración propia

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 64 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

4.4.7. **Presupuesto de estado de resultados de la empresa**

Con base en los presupuestos de resultados de los productos se calculó el de la empresa donde se observó que durante el primer año se tendrán pérdidas, sin embargo, a partir del segundo año se tendrán ganancias.

Tabla 20.

Presupuesto de estados de resultados de la empresa

Empresa	1	2	3	4	5
Ventas netas	\$616.795.200	\$870.490.698	\$1.146.895.493	\$1.439.101.134	\$1.739.787.320
Inventario Inicial de mercancía	\$88.113.600	\$115.954.000	\$152.054.000	\$180.934.000	\$217.468.000
Compras Mercancía	\$616.304.000	\$840.992.000	\$1.058.460.000	\$1.290.802.000	\$1.421.304.500
Inventario Final de mercancía	\$115.954.000	\$152.054.000	\$180.934.000	\$217.468.000	\$166.602.500
Costo mercancía					
venta	\$588.463.600	\$804.892.000	\$1.029.580.000	\$1.254.268.000	\$1.472.170.000
Utilidad bruta	\$28.331.600	\$65.598.698	\$117.315.493	\$184.833.134	\$267.617.320
Gastos admón.	\$6.273.297	\$6.443.047	\$6.617.890	\$6.797.978	\$6.983.469
Gastos ventas	\$48.400.569	\$48.637.881	\$48.882.312	\$49.134.076	\$49.393.393
Utilidad operativa	-\$26.342.265	\$10.517.770	\$61.815.291	\$128.901.080	\$211.240.458
Gastos financieros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad antes de impuestos	-\$26.342.265	\$10.517.770	\$61.815.291	\$128.901.080	\$211.240.458
Impuestos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad neta	-\$26.342.265	\$10.517.770	\$61.815.291	\$128.901.080	\$211.240.458

Nota. Elaboración propia

4.4.8. **Presupuesto de flujo de caja de la empresa**

Se estableció el 18% como tasa mínima requerida de rentabilidad (TMRR), con el flujo de caja de la empresa se hallaron los indicadores de valoración donde la tasa interna de retorno (TIR) correspondió a un 23% anual. Y el Valor Anual Neto

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 65 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

(VAN) dio un valor positivo de \$28`090.431,86. Debido a lo anterior, se observa que el negocio será factible, debido a que la rentabilidad es superior a la mínima esperada y el VAN muestra que habrá una ganancia adicional a la mínima esperada en pesos actuales.

Tabla 21.

Presupuesto de flujo de caja de la empresa

Empresa	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta	-\$26.342.265	\$10.517.770	\$61.815.291	\$128.901.079	\$211.240.457	
Depreciación	\$584.757	\$584.757	\$584.757	\$584.757	\$584.757	\$584.757
Intereses	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujo de caja bruto	\$0	-\$25.757.507	\$11.102.528	\$62.400.049	\$129.485.837	\$211.825.215
Cambio de capital de trabajo	\$88.113.600	\$27.840.400	\$36.100.000	\$28.880.000	\$36.534.000	-\$50.865.500
Cambio de los activos fijos	\$3.590.610	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujo de caja libre	-\$91.704.210	-\$53.597.907	-\$24.997.471	\$33.520.049	\$92.951.837	\$262.690.715
Pago de servicio a la deuda	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Aportes a capital social	\$96.211.636	\$53.631.829	\$29.539.836	\$0	\$0	\$0
Caja nueva	\$4.507.425	\$33.921	\$4.542.365	\$33.520.049	\$92.951.837	\$262.690.715

Nota. Elaboración propia

4.4.9. Balance general de la empresa

Se realizó el balance contable de la empresa durante cinco años donde se observó la inexistencia de pasivos.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA				PÁGINA 66 DE 74	
	F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO				VERSIÓN: 1.0

Tabla 22.

Presupuesto de flujo de caja de la empresa

Cuenta	0	1	2	3	4	5
Caja	\$4.507.426	\$4.541.347	\$9.083.713	\$42.603.762	\$135.555.599	\$398.246.315
Inventarios	\$88.113.600	\$115.954.000	\$152.054.000	\$180.934.000	\$217.468.000	\$166.602.500
Activo corriente	\$92.621.026	\$120.495.347	\$161.137.713	\$223.537.762	\$353.023.599	\$564.848.815
Equipos de computo	\$2.256.967	\$2.256.967	\$2.256.967	\$2.256.967	\$2.256.967	\$2.256.967
Depreciación equipos de computo	\$0	\$451.393	\$902.787	\$1.354.180	\$1.805.574	\$2.256.967
Muebles y enseres	\$1.333.644	\$1.333.644	\$1.333.644	\$1.333.644	\$1.333.644	\$1.333.644
Depreciación muebles y enseres	\$0	\$133.364	\$266.729	\$400.093	\$533.458	\$666.822
Activos fijos netos	\$3.590.611	\$3.005.853	\$2.421.095	\$1.836.338	\$1.251.580	\$666.822
Activos	\$96.211.637	\$123.501.201	\$163.558.808	\$225.374.099	\$354.275.179	\$565.515.637
	0	1	2	3	4	5
Proveedores		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo corriente		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Deudas a largo plazo		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo no corriente		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Patrimonio	0	1	2	3	4	5
Capital social	\$96.211.637	\$149.843.466	\$179.383.303	\$179.383.303	\$179.383.303	\$179.383.303
Utilidades del ejercicio		-\$26.342.265	\$10.517.770	\$61.815.291	\$128.901.080	\$211.240.458
Utilidades acumuladas	\$0	\$0	-\$26.342.265	-\$15.824.495	\$45.990.797	\$174.891.876
Patrimonio	\$96.211.637	\$123.501.201	\$163.558.808	\$225.374.099	\$354.275.179	\$565.515.637

Nota. Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación
		FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019

	DOCENCIA	PÁGINA 67 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Según el análisis comercial el negocio es factible ofreciendo al mercado dos productos los cuales se pueden clasificar en kit para vehículos de carga y kit para vehículo particular a un precio que genere un margen de ganancia del 5% usando estrategias de comercialización con el fin de generar la satisfacción del cliente como lo son el establecimiento de alianzas con talleres proveedores que abastecerán oportunamente según el precio y la marca que requiera el cliente. Se brindará asesoría personalizada por parte de personal capacitado con una excelente atención al cliente tanto en punto físico como en redes sociales, a través del acompañamiento y servicio de calidad a fin de lograr la fidelización de los clientes. También se hará uso de publicidad para dar a conocer y promover el servicio del negocio dentro del municipio de Vélez a través de las redes sociales y plataformas digitales las cuales permitirán proporcionar contenidos acerca del servicio permitiendo posicionar la marca en el mercado. Además, se realizará la entrega de volantes y perifoneo. El modelo de negocio propuesto generó interés en dos talleres (Pingas, Jhon) que están dispuestos a formalizar alianzas.

En el análisis técnico, se definió la ubicación del negocio cerca al triángulo vial del municipio (vías más concurridas), con tres empleados que atenderán las necesidades administrativas y comerciales del negocio. Adicionalmente, se contará con proveedores que reflejaron un alto grado de aceptación con el modelo de la empresa: tres proveedores principales que ofrecen beneficios y ventajas al negocio y se encuentran ubicados en las ciudades de Barbosa, Bogotá y Bucaramanga, así como dos proveedores alternos a fin de evitar cualquier inconveniente que se repercuta en la gestión, estos ubicados en la ciudad de Bucaramanga.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 68 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

En el análisis administrativo, se llevó a cabo la búsqueda de un logo que identifique la empresa LAKEYSER S.A.S para todas las partes interesadas, por ende, se definió una imagen que incluyera un motor de vehículo, con el compromiso de generar valor y fidelización en cada cliente. Buscar que la empresa cuente con personas altamente calificadas bajo el sello uteísta, dado que nos caracteriza por ser apasionados por lo que hacemos proveniente desde nuestro proceso formativo se aprende de forma efectiva y eficazmente. Por otra parte, se requiere un gerente líder en el área industrial para así lograr el direccionamiento de la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos trazados a corto y largo plazo. Además, contar con un director comercial apasionado por las ventas que lidere el proceso comercial en compañía del área comercial (asesor) para así contar con estrategias que aseguren el posicionamiento en el mercado y la satisfacción de nuestros clientes.

Según el análisis financiero, el negocio es factible a largo plazo; dado que se requiere de una inversión inicial cerca de noventa y seis millones doscientos mil (\$ 96'200.000) según el flujo de caja libre durante los dos primeros se tendrán pérdidas de cincuenta y tres y veintitrés millones de pesos, sin embargo, a partir del tercer año las ganancias serán positivas y se irán incrementando después de cubrir los gastos mensuales de aproximadamente cuatro millones seiscientos mil (\$ 4'600.000). Para determinar la factibilidad, se realizó un análisis económico partiendo de una tasa mínima de rentabilidad del 18% EA, que se comparó con la tasa interna de retorno (TIR) del 23% EA, que al ser mayor se significa que el negocio es factible. También se obtiene una rentabilidad positiva para los socios a partir del segundo año con un 6%, un 27% en el tercer año y en el quinto año del 37. Finalmente, el análisis del Valor actual neto da \$28'090.431,86 siendo la cifra positiva, ratificando así la factibilidad del negocio.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 69 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

6. RECOMENDACIONES

- Analizar la pertinencia de dejar los dos productos, debido a que uno de ellos no da ganancia durante ninguno de los años de operación.
- Ejecutar el proyecto dado que es factible a nivel comercial, técnico, administrativo y financiero.
- Examinar el sector objeto de estudio a profundidad y críticamente si se pretenden futuros análisis pues es necesario que se esclarezcan ideas representativas que agreguen valor e identifiquen los puntos críticos en donde se puedan presentar dificultades a lo largo del proyecto.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 70 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anja, B. (2009). The SWOT Analysis.

Badiru, A. (2001). Project Management: Systems, Principles, and Applications, Second Edition.

Castañeda, E., Roa, M., (2018). Análisis del sector de auto-partes en Colombia con la implementación de libre comercio. Recuperado de: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/383/CastanedaBejarano-ErikaMarcela-2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Chen, M.T., (1996), "Simplified project economic evaluation." *Transactions of AACE International*. ABI/INFORM Global.

Domingo, D. (2001). Precio y Valor. Claves estratégicas del éxito empresario.

El municipio de Vélez. (2021). <https://www.municipio.com.co/municipio-velez.html>

Goel, S. (2015). Financial ratios.

[https://www.runt.com.co/sites/default/files/images/parque%20registrado%20en%20RUNT%20-%20FORMATO\(2\).jpg](https://www.runt.com.co/sites/default/files/images/parque%20registrado%20en%20RUNT%20-%20FORMATO(2).jpg)

https://www.runt.com.co/runt-en-cifras/parque-automotor?field_fecha_de_la_norma_value%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2021

Lira, M. (2009). ¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente? Recuperado de: https://comunidadilgo.org/back/_lib/file/doc/portaldoc453_3.pdf

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 71 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Mathur, A. (2021). Taxmann's Entrepreneurship – Simple, Systematic Explanations.

de Septiembre, A. D. (2019, 26 septiembre). Marketing y ventas: ¿cómo crear una estrategia inbound conjunta? Inbound. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-y-ventas-estrategia-inbound-conjunta>

MBN. (2020). What is a feasibility study? Definition and examples. Recuperado de: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/feasibility-study/>

Mesly, O. (2017). Project Feasibility: Tools for Uncovering Points of Vulnerability.

Munsaka, T. (2011). The Importance of Project Feasibility Study: With practical examples.

Parque automotor registrado en RUNT. Recuperado de: https://www.runt.com.co/runt-en-cifras/parque-automotor?Field_fecha_de_la_norma_value%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2021

Portafolio. (2021). Población de Colombia ya bordearía los 51 millones. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/internacional/poblacion-de-colombia-cuantos-habitantes-tiene-colombia-2021-549547>

Saxena, A., Sodhi, S. (2020). Feasibility analysis, project report and business plan.

Semana. (2021). Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/banco-de-la-republica-ve-inflacion-de-colombia-por-encima-del-3-al-finalizar-el-2021/202131/>

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 72 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

Wheatley, C. (2002). Métodos para agregar valor a raíces y tubérculos alimenticios: manual para el desarrollo de productos.

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 73 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

8. APÉNDICES

A. Entrevista a mecánico automotriz Jhon Freddy Serrano

<https://voca.ro/1bGwuDm6lf5Z>

B. Entrevista a mecánico Pingas

<https://voca.ro/1jSle7PX46Gx>

C. Entrevista a mecánico automotriz Víctor Manuel Serrano

<https://voca.ro/14wgaouUSdw2>

D. Percepción de población con vehículo sobre autopartes del medio de transporte en Vélez/Santander (Formulario)

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScG2LSVgu14WBd6cbiG56gd3ki2zYHRItK6jNTmBegiK5Nlbg/viewform>

E. Percepción de población con vehículo sobre autopartes del medio de transporte en Vélez/Santander (Excel respuestas)

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1seZbhWta5vW9aI06n_xWaJGEg4J5p0qm1JIWv7ve78s/edit?usp=sharing

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---

	DOCENCIA	PÁGINA 74 DE 74
F-DC-125	INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA, EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO	VERSIÓN: 1.0

9. ANEXOS

A. Presupuesto maestro de la empresa.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GinGmiqE0iE4ZB2J4xw6CTd0cj5jLxm/d/edit?usp=sharing&oid=104247694132964506140&rtpof=true&sd=true>

ELABORADO POR: Oficina de Investigaciones	REVISADO POR: Soporte al Sistema Integrado de Gestión UTS	APROBADO POR: Jefe Oficina de Planeación FECHA APROBACIÓN: Noviembre de 2019
---	---	---