

**PLAN DE NEGOCIO DEDICADO A VENTA DE REPUESTOS DE MOTO EN  
BOGOTÁ**

**R&M MOTORCYCLE PARTS**

**LEIDY CAROLINA PULIDO VANEGAS**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES EMPRESARIALES**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTÁ D.C**

**2018**

**PLAN DE NEGOCIO DEDICADO A VENTA DE REPUESTOS DE MOTO EN  
BOGOTA**

**R&IM MOTORCYCLE PARTS**

**LEIDY CAROLINA PULIDO VANEGAS**

**TRABAJO DE TESIS PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR  
DE EMPRESAS**

**ASESOR: FERNANDO OJEDA**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTA D.C**

**2018**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

**Presidente del jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Bogotá 30 de mayo de 2018**

## **DEDICATORIA**

A mi padre Roberto Pulido Jiménez, quien me acompaña desde la mitad de mi proceso universitario desde el cielo, para el que siempre confió en mí y aún sin su presencia siento su apoyo.

A mi madre María Isabel Vanegas, mi motivación más fuerte para continuar y salir adelante a pesar de las dificultades.

A mis hermanas y sobrinos, quienes me dan fortaleza y alegría en el día a día.

A mi novio, quien me acompaña en este proceso, y me da su apoyo incondicional para alcanzar mis metas.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero agradezco a Dios quien me dio la oportunidad de llegar hasta acá, que me proporcione la fortaleza, sabiduría y paciencia en los momentos más difíciles.

A mi familia que me apoya en este camino y que conoce bien el esfuerzo para cumplir cada uno de mis logros.

A la universidad piloto de Colombia por facilitar el espacio académico para el desarrollo de este proyecto.

Al profesor Fernando Alonso Ojeda, asesor de tesis quien me guio en el desarrollo del mismo, de igual manera el profesor Ricardo Ojeda quien me brindo asesorías en estadística y al profesor Julián Gutiérrez que fue con quien se dio inicio a este proyecto.

## CONTENIDO

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCCION .....</b>                          | <b>12</b> |
| <b>IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....</b>           | <b>13</b> |
| Nombre del proyecto .....                          | 13        |
| Nombre de los estudiantes .....                    | 13        |
| Asignatura con la cual trabaja el proyecto .....   | 13        |
| Palabras clave .....                               | 13        |
| Cédula .....                                       | 13        |
| Datos de Contacto .....                            | 13        |
| <b>OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO .....</b>         | <b>14</b> |
| Objetivo general: .....                            | 14        |
| Objetivos específicos:.....                        | 14        |
| <b>ESTADO DEL ARTE .....</b>                       | <b>15</b> |
| Antecedentes de la motocicleta en Bogotá.....      | 15        |
| Marco teórico .....                                | 28        |
| Aplicación .....                                   | 30        |
| <b>ENTORNO MACROECONOMICO- MICROECONOMICO.....</b> | <b>30</b> |
| Desarrollo macro-económico .....                   | 30        |
| Politica fiscal.....                               | 31        |
| Politica monetaria.....                            | 31        |
| Indicadores macro globales.....                    | 31        |
| <b>DESARROLLO MICROECONOMICO.....</b>              | <b>33</b> |
| Análisis del subsector:.....                       | 33        |
| Competidores .....                                 | 33        |
| <b>PARTICIPACION EN EL MERCADO .....</b>           | <b>35</b> |
| <b>CICLO DEL SECTOR.....</b>                       | <b>36</b> |
| <b>MODALIDAD DE NEGOCIOS .....</b>                 | <b>36</b> |
| Generalidades .....                                | 37        |
| Nombre del negocio .....                           | 37        |
| Estructura del negocio.....                        | 37        |
| Localización.....                                  | 37        |
| Fecha de establecimiento.....                      | 37        |
| Descripción de los productos y servicios.....      | 37        |
| Licencias y permisos .....                         | 38        |
| Infraestructura .....                              | 38        |
| Mision de la empresa.....                          | 39        |
| Visión de la empresa .....                         | 39        |
| Organigrama.....                                   | 39        |
| Recursos humanos.....                              | 39        |

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Empleados .....                                    | 39  |
| Análisis dofa .....                                | 45  |
| <b>MERCADOS</b> .....                              | 46  |
| Investigación de mercados .....                    | 46  |
| Determinación del problema.....                    | 46  |
| Objetivos generales y específicos .....            | 47  |
| Tipo investigación.....                            | 47  |
| Técnica de investigación .....                     | 47  |
| Muestra .....                                      | 47  |
| Diseño de instrumentos.....                        | 47  |
| Recursos .....                                     | 48  |
| Trabajo de campo .....                             | 49  |
| Análisis, conclusiones y recomendaciones .....     | 49  |
| <b>ESTRATEGIA DE MERCADEO</b> .....                | 82  |
| Objetivos.....                                     | 82  |
| De mercadeo.....                                   | 82  |
| De ventas .....                                    | 83  |
| De comunicación.....                               | 83  |
| Grupo objetivo-consumidor.....                     | 83  |
| Productos y servicios.....                         | 83  |
| Precios y condiciones .....                        | 84  |
| Comunicación.....                                  | 84  |
| Estrategia creativa.....                           | 84  |
| Plan de medios.....                                | 86  |
| Plan de acción .....                               | 89  |
| Controles, evaluaciones .....                      | 90  |
| <b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....                       | 90  |
| Localización del negocio.....                      | 90  |
| Ficha técnica de los productos .....               | 91  |
| Producción.....                                    | 92  |
| Inventario.....                                    | 94  |
| Capacitación del personal .....                    | 94  |
| <b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....                    | 95  |
| Balance inicial.....                               | 99  |
| Estado de resultados .....                         | 100 |
| Proyección flujo financiero .....                  | 100 |
| Proyección del flujo de caja .....                 | 102 |
| <b>ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES</b> ..... | 103 |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....                          | 105 |

## LISTA DE TABLAS

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1.Participación en el mercado.....                  | 35  |
| Tabla 2.Maquinaria y equipo.....                          | 38  |
| Tabla 3.Descripción y análisis de puesto 1.....           | 41  |
| Tabla 4.Descripción y análisis de puesto 2.....           | 43  |
| Tabla 5.Formato de entrevista.....                        | 48  |
| Tabla 6.Datos entrevistado 1.....                         | 49  |
| Tabla 7.Datos entrevistado 2.....                         | 50  |
| Tabla 8.Datos entrevistado 3.....                         | 52  |
| Tabla 9.Datos entrevistado 4.....                         | 53  |
| Tabla 10.Datos entrevistado 5.....                        | 55  |
| Tabla 11.Resultados de encuesta.....                      | 57  |
| Tabla 12.Distribución por zonas de comercio de motos..... | 64  |
| Tabla 13.Plan de acción, seguimiento a estrategia.....    | 89  |
| Tabla 14.Indicadores de medición.....                     | 90  |
| Tabla 15.Ficha técnica de los repuestos.....              | 91  |
| Tabla 16.Inversiones en activos fijos.....                | 95  |
| Tabla 17.Capital de trabajo.....                          | 96  |
| Tabla 18.Costos fijos de producción.....                  | 97  |
| Tabla 19.Costo variables de producción.....               | 97  |
| Tabla 20.Gastos de administración.....                    | 98  |
| Tabla 21.Ventas proyectadas.....                          | 98  |
| Tabla 22.Balance general.....                             | 99  |
| Tabla 23.Carga prestacional.....                          | 99  |
| Tabla 24. Estado de resultados.....                       | 100 |
| Tabla 25.Proyección flujo financiero.....                 | 101 |
| Tabla 26. Datos del flujo financiero.....                 | 101 |
| Tabla 27.Flujo de caja.....                               | 102 |
| Tabla 28.Punto de equilibrio.....                         | 103 |

## LISTA DE GRÁFICAS

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafico 1. Tendencia de ventas del mercado años (2012-2013) .....           | 16 |
| Grafico 2.Tendencias de ventas del mercado años (2014 a 2017) .....         | 17 |
| Grafico 3.Matriculadas por segmento .....                                   | 19 |
| Grafico 4.Matriculadas por cilindraje .....                                 | 20 |
| Grafico 5.Matriculadas por ciudad .....                                     | 21 |
| Grafico 6.Uso de la motocicleta .....                                       | 22 |
| Grafico 7.Antigüedad de la moto en comparación con su tipo de uso .....     | 23 |
| Grafico 8.Uso por días de la semana.....                                    | 24 |
| Grafico 9.Repuestos con mas rotación en el mercado .....                    | 25 |
| Grafico 10.Crecimiento del parque automotor de motocicletas 2012-2017 ..... | 36 |
| Grafico 11.Matriz de tamaños muestrales .....                               | 63 |
| Grafico 12.Formato de encuesta formularios de google. ....                  | 65 |
| Grafico 13Formulario google finalización de encuestas.....                  | 70 |
| Grafico 14. Ocupación de las personas encuestadas.....                      | 70 |
| Grafico 15.Experiencia en el mercado .....                                  | 71 |
| Grafico 16.Dirección de almacén .....                                       | 71 |
| Grafico 17.Respuesta 1 .....                                                | 72 |
| Grafico 18.Respuesta 2 .....                                                | 73 |
| Grafico 19.Respuesta 3 .....                                                | 73 |
| Grafico 20.Respuesta 4 .....                                                | 74 |
| Grafico 21.Respuesta 5 .....                                                | 74 |
| Grafico 22.Respuesta 6 .....                                                | 75 |
| Grafico 23.Respuesta 7 .....                                                | 76 |
| Grafico 24.Respuesta 8 .....                                                | 77 |
| Grafico 25.Respuesta 9 .....                                                | 77 |
| Grafico 26.Respuesta 10 .....                                               | 78 |
| Grafico 27.Respuesta 11 .....                                               | 78 |
| Grafico 28. Respuesta 12 .....                                              | 79 |
| Grafico 29.Respuesta 13 .....                                               | 79 |
| Grafico 30.Respuesta 14 .....                                               | 80 |
| Grafico 31.Respuesta 15 .....                                               | 80 |
| Grafico 32.Respuesta 16 .....                                               | 81 |
| Grafico 33.Respuesta 17 .....                                               | 81 |
| Grafico 34.Respuesta 18 .....                                               | 82 |
| Grafico 35.Mapa de Bogotá .....                                             | 85 |
| Grafico 36.Anuncio en Facebook.....                                         | 88 |
| Grafico 37.Logo .....                                                       | 87 |

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Grafico 38.Embudo de conversión para la estrategia ..... | 89  |
| Grafico 39.Ubicación punto de venta .....                | 90  |
| Grafico 40.Modelo canvas .....                           | 104 |

## **LISTA DE ANEXOS**

- 1-** ARCHIVO FISICO, entrevista a comerciantes de moto en Bogotá.
- 2-** ARCHIVO FISICO, Análisis de resultado de entrevista a comerciantes de moto en Bogotá.

## INTRODUCCION

A través de los años, se ha dado un proceso de evolución en las formas de organización, su estructura jerárquica y la constitución de sus componentes. De esta manera, la administración de empresas y sus elementos, ofrece una perspectiva en la que el entorno y la organización son elementos interdependientes y de tal trascendencia para el éxito o fracaso de las empresas.

Así las cosas, y con el objetivo de aplicar todos los conceptos y herramientas desarrollados a través de este proceso, mediante la elaboración de este proyecto, se desarrollara un plan de negocio dedicado a la creación de un punto de venta de repuestos de moto ubicado en la ciudad de Bogotá, ya que por la experiencia que se tiene de este mercado y por su crecimiento en los últimos años se ha observado la oportunidad que tiene este sector para los próximos años, puesto que por factores como la movilidad en el país, los costos en transportes y la moto como herramienta de trabajo, este medio de transporte ha presentado un auge considerable que se dará a conocer en el avance de este proyecto.

De tal manera, se realizará una descripción detallada del sector de motocicletas en el país, detallando el panorama de este mercado en una línea de tiempo de 2012 a 2017. Y con base en esta información se desarrollarán elementos propios para la conformación de la empresa, las características de sus elementos, el tipo de entorno en el cual se desenvolverá, su relación con este y por último se determinará una proyección financiera para estudiar la viabilidad del proyecto.

## **IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Nombre del proyecto

R&M MOTORCYCLE PARTS

Nombre de los estudiantes

Leidy Carolina Pulido Vanegas

Asignatura con la cual trabaja el proyecto

Taller de emprendimiento

Palabras clave

Repuestos-moto-transporte-movilidad-seguridad

Cédula

1018470461 de Bogotá

Datos de Contacto

3125177100

Profesor Tutor

Fernando Ojeda

## **OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Desarrollar una idea de negocio basada en la creación de un almacén, que permita la comercialización de repuestos para moto de alta calidad, innovación y a buenos costos.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Desarrollar un histórico del sector en una línea de tiempo de 2012 a 2017.
- Recopilar información relacionada a los aspectos macro y microeconómicos, analizando el entorno de la organización y su interdependencia con este.
- Estudiar el tipo de consumidores, preferencias y el estado actual del sector.
- Realizar el modelo de negocio y planeación estratégica.
- Definir el modelo financiero del proyecto determinando fuentes de financiación, proyecto de inversión y viabilidad de este.
- Desarrollar lean canvas del proyecto en base a la visión que se tenga del proyecto.

## **ESTADO DEL ARTE**

En el numeral 1 desarrollado a continuación, se describe los antecedentes y comportamientos que ha tenido en el mercado el sector de motocicletas en el país, se realiza primero una descripción a nivel de uso como tal de este medio de transporte en una línea de tiempo de 2012 a 2017, para tener una visión más completa del movimiento en el mercado.

Se muestra información relevante en cuanto a tipos de moto que han tenido gran preferencia por los usuarios durante los últimos años, así como su tipo de uso, características de la moto dadas específicamente en cilindraje y antigüedad de la moto, ya que esto nos presenta un panorama de las motos que consumen más repuestos según su marca, uso, cilindraje, antigüedad y un punto muy importante que es la ciudad del país donde se encuentra el mayor número de motos registradas, es decir motos circulando en la ciudad legalmente.

Además de analizar el comportamiento que han tenido las motocicletas en esta línea de tiempo, se considera en este estudio del arte las situaciones adversas que se han presentado con más frecuencia en los últimos 3 años, como lo son: robo de motocicletas, mercado de partes de “segunda”, el pico y placa para las motos y el porcentaje de accidentalidad causada en este medio de transporte.

Se detalla con graficas cada uno de los ítems desarrollados en la presentación de antecedentes de este mercado.

### **ANTECEDENTES DE LA MOTOCICLETA EN BOGOTÁ**

Para la realización del presente proyecto se considera pertinente analizar en primera medida cifras y estadísticas de las motos más vendidas en la ciudad de Bogotá, es decir las motos matriculadas para poder circular por la ciudad, para después analizar el mercado de las motos usadas o “segundazo” un mercado que viene creciendo en la ciudad y donde se concentra un nicho fuerte de adquisición de repuestos debido al estado de la moto después de un cierto número de kilómetros recorridos.

Así mismo se analizan algunos datos demográficos y sociales de los usuarios de motocicletas para determinar que marca de repuestos tiene más movimiento en el mercado de motos nuevas y de segunda ya que no se encuentra información específica sobre el comercio de repuestos y rotación en el mercado de partes para motocicleta.

Las motos son un medio de transporte que en los últimos años y en especial una marca ha tomado fuerza en el mercado de movilidad, ya que los ciudadanos lo reconocen como mejor herramienta de movilidad hacia sus distintos destinos, además de contar con la ventaja de no tener pico y placa ningún día de la semana, ventaja que la hace más atractiva a la hora de un bogotano escoger su medio de transporte.

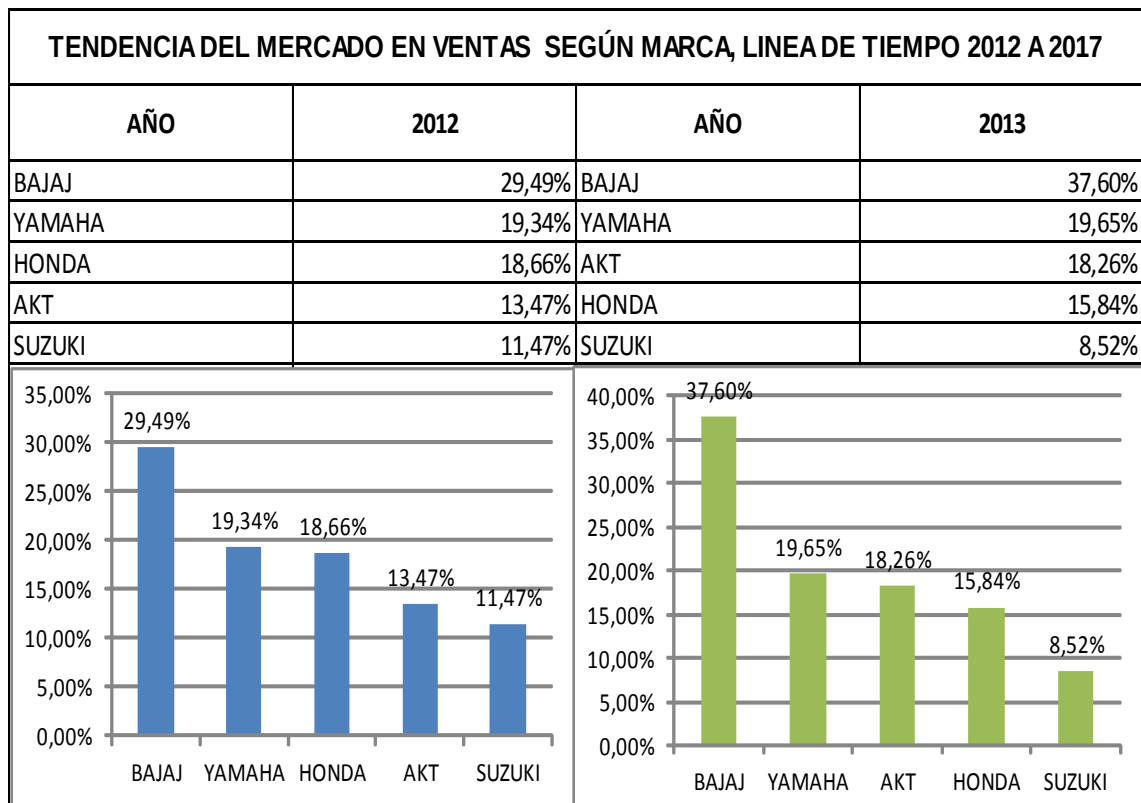
En la ciudad respecto al mercado de las motos se conocen los siguientes nichos de mercado:

- Motos vendidas nuevas
- Motos vendidas usadas con un tiempo considerable circulando por la ciudad y por el país.
- Mercado negro: venta de motos y partes robadas.

Lo anterior indica que el mercado de repuestos tendría buena posibilidad en el mercado dos, ya que son motos que, con un kilometraje recorrido de más de 1 año, empiezan a requerir cierto tipo de repuestos, que también dependiendo el uso que le dé el propietario de la moto a esta, va desgastando más en comparación de otras. Esta información se verificará a lo largo del contenido de trabajo según estadísticas e informes analizados para el estudio del mercado.

Según lo anterior, se analiza en primera instancia las bases de datos desde el año 2012, hasta el año 2016 de la venta de motos nuevas en Colombia.

Grafico 1. Tendencia de ventas del mercado años (2012-2013)



Fuente 1. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país y Publímotos revista de motos nacional, sobre ventas de años 2012, 2013, 2014 y 2015

Grafico 2.Tendencias de ventas del mercado años (2014 a 2017)



Fuente 2. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país y Publimotos revista de motos nacional, sobre ventas de años 2012, 2013, 2014 y 2015.

Según las gráficas anteriores la marca líder en el mercado desde el año 2012 hasta el 2017 es:

- BAJAJ, siendo el año 2013 el mejor de los años y el 2017 uno de los más bajos en ventas, sin embargo, ocupa el primer lugar por la popularidad de algunas de sus marcas y la facilidad para conseguir repuestos.
- seguida de Yamaha
- en tercer y cuarto lugar se ha encontrado AKT y Honda, donde es actualmente la marca Honda la que ocupa el tercer lugar.
- y en quinto lugar se encontró constante la marca Suzuki en todos los años estudiados.

En relaciona la información anterior ya se empieza a tener ideas del perfil del tipo de usuario al que va dirigido este proyecto, ya que en su mayoría es una persona que busca una moto cómoda, económica, que tenga buen acceso a cualquier tipo de repuestos de esta en la ciudad y que además está entre la más popular circulando por la ciudad, estas son características propias de las motos BAJAJ.

En segundo lugar, para iniciar los estudios más específicos en motos más vendidas, se dividieron en 5 segmentos:

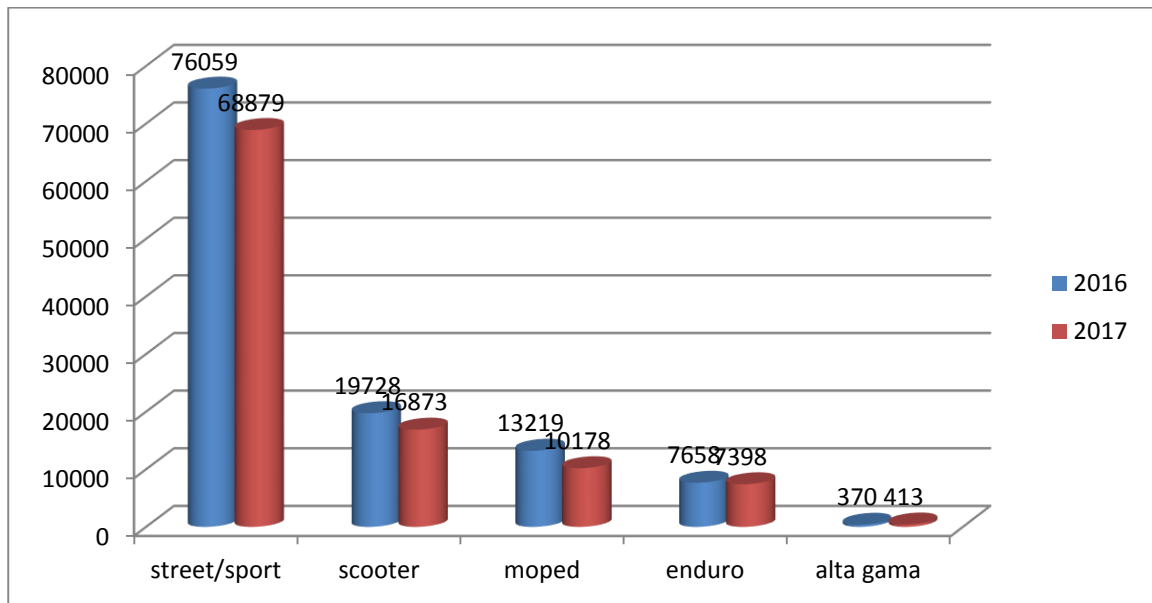
- Street/Sport
- Moped
- Scooter
- Deportivo Enduro
- Alta gama

Este análisis que divide las motos en estos cinco segmentos se basa en que no todas las motos las adquieren para el mismo uso, es decir la adquieren diferentes tipos de clientes que buscan algo en especial de la moto, que para el caso de cada uno seria lo siguiente:

- Street/calle: cómoda para manejar, costo económico y ahorro en combustible.
- Moped: liviana y fáciles de conducir
- Scooter: fácil de manejar, cómoda para ubicación de los pies y económica.
- Deportivo enduro: especiales para practicar enduro, robustas, capacidad de grandes recorridos con dificultades de terreno.
- Alta gama: motos de alta tecnología, bastante capacidad y potencia, calidad y seguridad.

Dada a descripción de cada segmento se analiza las gráficas discriminadas por tipo de moto:

Grafico 3.Matriculadas por segmento



Fuente 3.la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país.

En el grafico anterior se observa que las motos tipo Street o calle, la misma tipo sport, son las preferidas por los usuarios, ya que cuentan con características como: economía y comodidad, y que es su mayoría son motos BAJAJ.

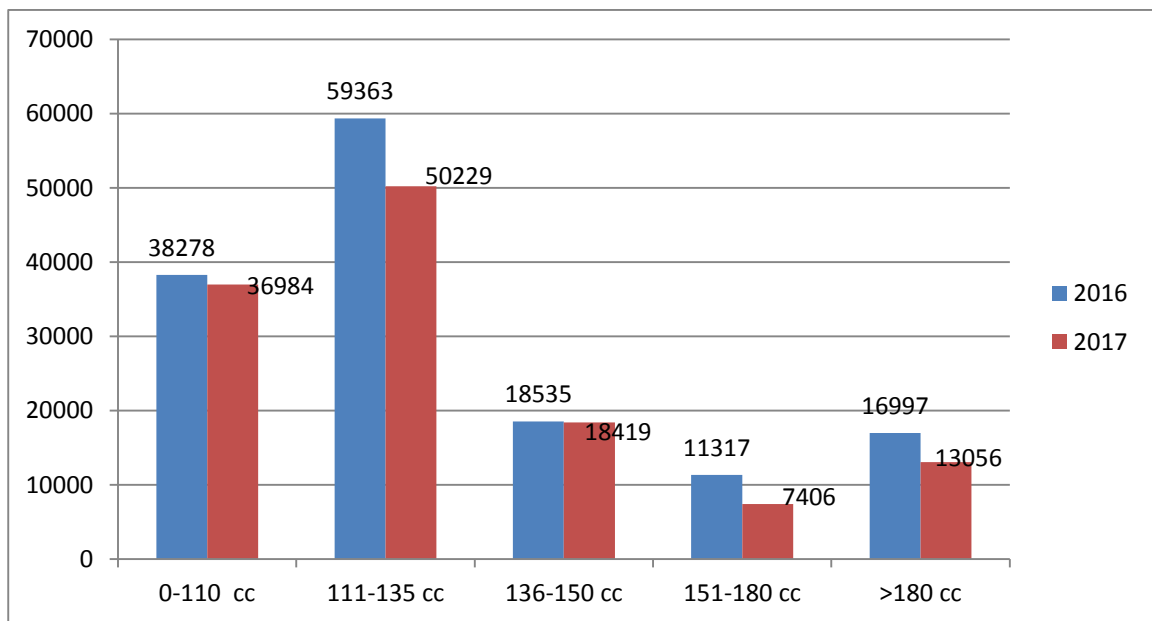
De las motos que se matricularon en el 2017 la participación en porcentaje según la ANDI <sup>1</sup> en estadísticas de motos matriculadas por segmento, fueron respectivamente:

- las tipas calle: 66.4%
- las Moped: 16,38%,
- las tipas Scooter: 16.26%
- las de uso deportivo Enduro: 9.85%
- alta gama: 0.3%.

<sup>1</sup> ANDI (Cámara de la industria automotriz). "las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país". Año 2016.

Luego de este análisis por segmento, se ilustra el análisis según el cilindraje de la motocicleta, ya que según esta característica depende su precio, el tipo de moto, facilidad de encontrar los repuestos y asimismo el precio de estos.

Grafico 4. Matriculadas por cilindraje



Fuente 4. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país.

Por cilindrada, del total de motocicletas se dividieron en los siguientes porcentajes de acuerdo al estudio realizado por la ANDI para los años 2016 y 2017:

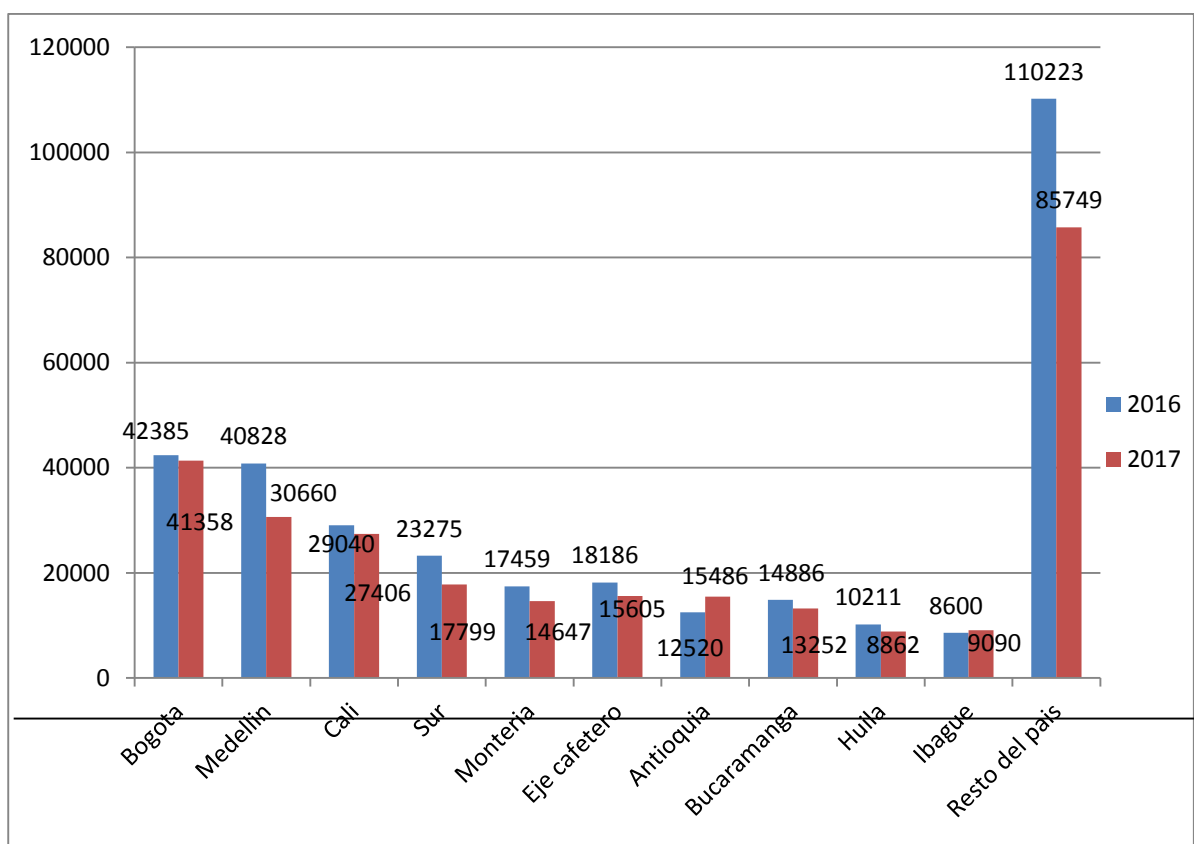
- 39,83% son de 111 a 135 cc.
- 29,33% son de 0 a 110 cc.
- 14,61% son de 136 a 150 cc.
- 10,35% son mayores a 180 cc.
- 5,87%, de 151 a 180 cc.

Según el grafico anterior el cilindraje que más adquieren los colombianos está entre 111 y 135, son las más económicas en el mercado y sus repuestos se adquieren fácilmente ya que son abundantes y de bajos costos, además con este cilindraje se encuentran motos de diferentes marcas, por otro lado se evidencia que cilindraje

150 cc y mayor a este tiene menos movimiento en el sector de partes, ya que tiene menos adquisición por parte de los usuarios, pues son motocicletas de costos elevados y asimismo los repuestos de alto costo.

Ahora, analizando más específicamente el comportamiento del mercado en la ciudad de Bogotá, donde quedara ubicada la empresa, se denota según las estadísticas que es la mayor ciudad con número de motocicletas registradas, es decir en movimiento por la ciudad, seguida de Medellín y Cali.

Grafico 5.Matriculadas por ciudad



Fuente 5.la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país.

- Bogotá y Medellín son las ciudades con mayor número de motocicletas nuevas registradas, con una contribución del 14,8% y 11% respectivamente.
- En tercer lugar se encuentra Cali con el 9,8% de participación en el mercado
- Seguido por el sur del país con el 6,4% (conformado por los departamentos del Cauca y Nariño)
- Montería con el 5,2%).

## ANALISIS DESCRIPTIVO DE LOS USUARIOS DE MOTOCICLETAS

Existen diversos análisis descriptivos de condiciones demográficas y socioeconómicas, que brindan datos interesantes para el análisis del mercado de los repuestos. Entre estos se encuentra el tipo de uso que le dan los usuarios a la moto, para así suponer el desgaste en repuestos de la moto. Estos usos según encuestas realizadas por Banco de Desarrollo de América Latina, se dividen en:

- uso privado
- herramienta de trabajo
- moto taxi.

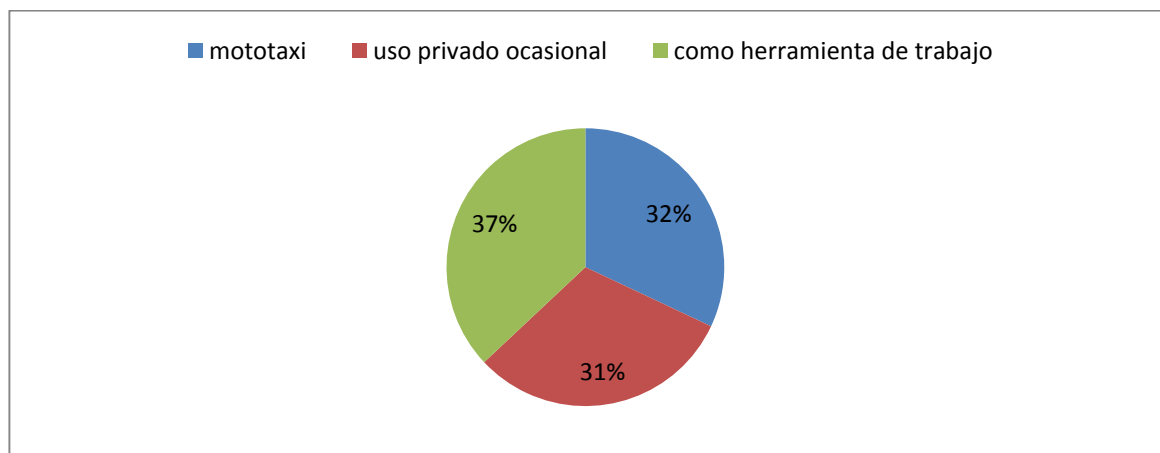
En la ciudad de Bogotá, el incremento del uso de la moto se ve reflejado en los últimos años, según el número de motos matriculadas, es decir las motos nuevas, sin contar aún con el mercado de las motos de segunda es decir los usuarios que venden la moto con un tiempo de estar circulando en la ciudad.

Muchos ciudadanos hoy en día, prefieren adquirir una moto como medio de transporte para dirigirse a sus trabajos, a sus hogares, como herramienta de trabajo para que les genere cierto tipo de ingresos y otros usuarios la utilizan ocasionalmente para viajar y tramos cortos en la ciudad y no todos los días de la semana.

Los usuarios la prefieren ya que entre una de sus ventajas está el no tener restricción de pico y placa en comparación con los vehículos particulares, además de ser un medio de transporte con buena movilidad.

Mediante el siguiente grafico se observa la participacion en porcentaje de los tres tipos de uso que le dan los propietarios a sus motocicletas.

Grafico 6. Uso de la motocicleta

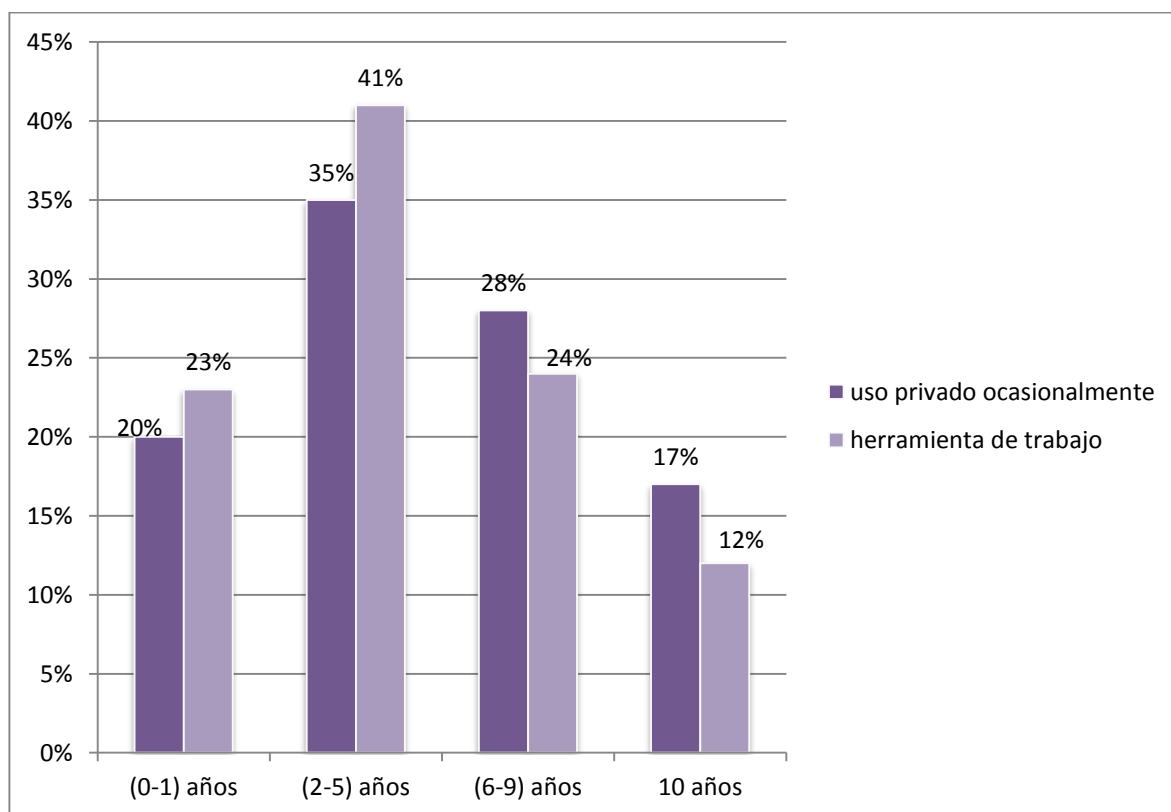


Fuente 6. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país.

Se observa que la moto como herramienta de trabajo toma fuerza en el año 2017 con un porcentaje del 37%, seguido de moto taxi con un 32% y uso privado 31%. Como herramienta de trabajo surge ya que en muchas empresas contratan para servicios como mensajería y traslados de maquinaria. Otro tipo de uso como herramienta de trabajo está dado en medio de transporte para usuarios con aplicaciones como PICAP, aplicación similar a Uber.

Del mismo modo, la antigüedad de la motocicleta es un factor que también puede indicar el tipo de repuestos que requiere con prioridad la moto, ya que no sufren el mismo desgaste los repuestos cuando la moto es nueva que cuando la moto ya lleva varios kilómetros recorridos. A medida que la moto esté en funcionamiento desgasta en primera medida los repuestos relacionados a sistema de freno tanto delantero como trasero, va necesitando cada vez más fuerza por parte de la moto para los recorridos y dependiendo el tipo de caminos que recorra (piso mojado, arena, tierra, liso, trochas) va requiriendo otro tipo de repuestos. Por ello se analiza el siguiente grafico donde se relaciona también la antigüedad de la moto frente al tipo de uso de la moto por parte del usuario.

Grafico 7. Antigüedad de la moto en comparación con su tipo de uso



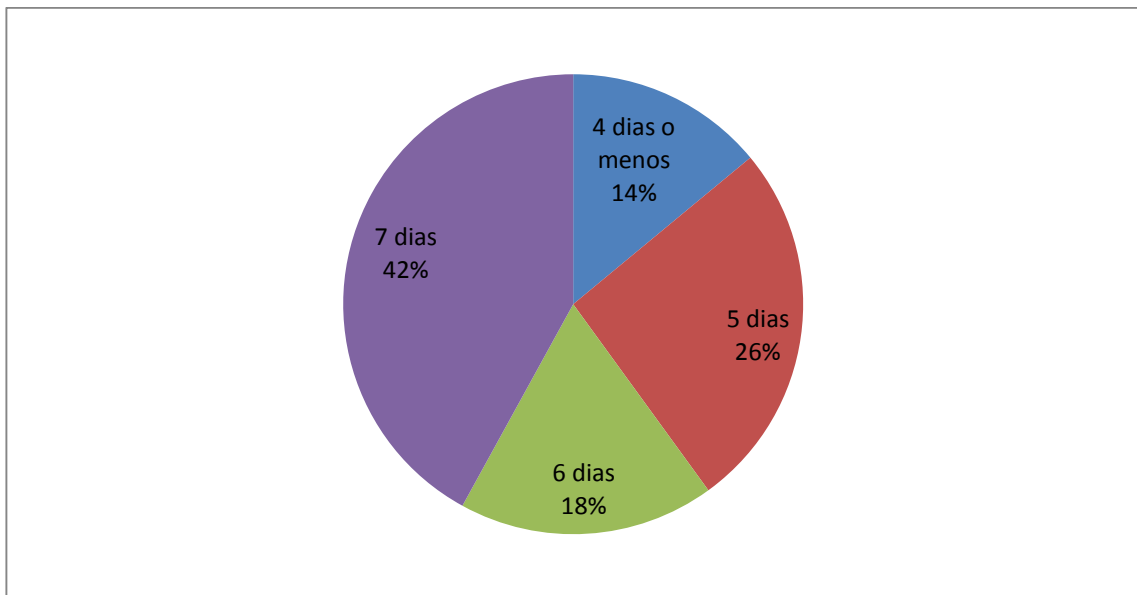
Fuente 7. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país.

- El parque automotor de motocicletas de la población estudiada es actual, para el caso de las motos que se les da un tipo de uso como vehículo individual, el 55% tiene menos de seis años.
- El 28% tiene entre seis y nueve años
- El 17% tiene diez años o más.

En el caso de las motocicletas que son utilizadas como herramienta de trabajo, el 64% tiene cinco años o menos, el 24% entre seis y nueve años, y el 12% tiene diez años o más.

Además de los anteriores indicadores, el uso de la motocicleta orientado más específicamente hacia los días que la utiliza por semana, resulta más importante pues determina el desgaste de los repuestos, ya que si se utiliza poco no va consumir los mismos repuestos de una moto que transite constantemente por la ciudad. El siguiente grafico indica el número de días promedio que los usuarios utilizan su moto a la semana:

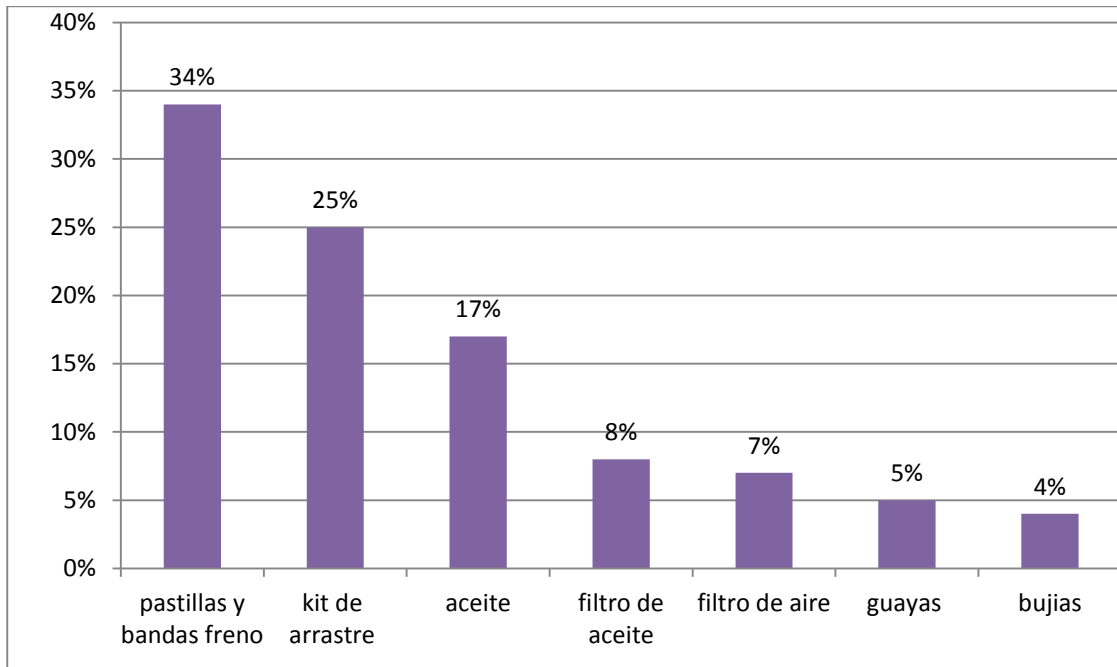
Grafico 8. Uso por días de la semana



Fuente 8. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país.

Con los anteriores datos se puede identificar qué tipo de repuestos requieren o compran con más frecuencia los usuarios de motocicletas en la ciudad de Bogotá, ya que no se tienen estadísticas específicas que hablen del mercado de los repuestos de motos en la ciudad, es decir que ilustre los que más rotan, pero con los datos anteriores se puede identificar que según el número de días que circula en la semana, el tipo de cilindraje, el segmento al que pertenece y de la marca más vendida es decir BAJAJ los repuestos que tienden a rotar más en el mercado son

Grafico 9. Repuestos con más rotación en el mercado



Fuente 9. la autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país y revista Publimotos.

Los repuestos que se mencionaron en el grafico anterior son para motos de marca: BAJAJ, Akt, Honda, Yamaha, Suzuki y Kymco. Ya que son las marcas que según el grafico numero 1 están presentes en la ciudad de Bogotá en un alto porcentaje en comparación con motos de marca KAWASAKI, DUCATU y BMW que manejan cilindraje superior a 200cc, y que según el grafico número 2, son las que menos porcentaje de matrículas tienen en la ciudad, es decir aunque tienen características muy atractivas para los usuarios en tecnología a la vanguardia, están fuera del poder adquisitivo de la mayoría de los bogotanos.

En el grafico anterior el porcentaje se realizó teniendo en cuenta los porcentajes más alto en el tipo de uso de le dan los propietarios a la motocicleta, la antigüedad de esta y el número de días por semana que la utilización. Es decir que se tomaron los siguientes porcentajes:

- 42%: uso siete días a la semana
- 24%: 6 a 9 años de antigua la motocicleta
- 37%: uso para trabajar.

Se realizó un promedio de estos porcentajes para determinar el porcentaje que tendría el repuesto más adquirido por los usuarios. Los demás porcentajes se ajustaron utilizando el know how que tengo frente al mercado de repuestos de moto.

## MERCADO DE MOTOS DE SEGUNDA

Según estudios realizados por la asociación de motociclistas, soy motero net<sup>2</sup>, en el artículo publicado sobre el mercado de motos de “segunda mano” en el año 2016, se indica que para este año se vendieron 284.259 operaciones, que equivale a un 5,7 por ciento más que en 2014, lo que supone una proporción de dos motos usadas por cada moto nueva vendida. Es decir que 300000 motos han pasado de un propietario a otro después de un tiempo de circular en la ciudad desde matriculada como nueva.

Las motos que más se venden en este mercado son las tipo Street o calle con 126000 unidades vendidas en comparación con las del segmento scooter con 110000 unidades vendidas.

Según el cilindraje las motos de 125 cc son las que más se venden en el mercado de segunda, siendo este uno de los más altos en las estadísticas de matriculadas por cilindraje, ya que tienen la más alta participación en el mercado de motos nuevas principalmente.

En cuanto a las motos de alto cilindraje se encuentran tres usadas por cada moto nueva. Esto se podría deber a un comportamiento de los usuarios que prefieren adquirir una moto de alta gama usada ya que es más económica en este mercado que adquirirla nueva.

En cuanto a la antigüedad que es una característica analizada en este proyecto y analizando desde el mercado de segunda, se observa que en un gran porcentaje los propietarios las venden después de tener 5 o más años de antigüedad. El porcentaje del mercado de este tipo de motos según el artículo esta en 45% por ciento del mercado de ocasión con más de 123.000 unidades.

## PICO Y PLACA PARA MOTOS

Este tema es uno que genera gran controversia para los usuarios de motos en la ciudad ya que no están de acuerdo con tener esta restricción pues no la ven necesaria, manifestando que los problemas de movilidad están dados principalmente por lo vehículos particulares, de transporte y de carga.

En el artículo del periódico el nuevo siglo publicado en octubre del 2015, se indica lo siguiente respecto al pico y placa para motocicletas:

“las dificultades de movilidad en la ciudad no encuentran su génesis en el aumento indiscriminado del uso de la motocicleta, por el contrario, el uso de esta se ha

---

<sup>2</sup> Soy motero net. “segunda mano”. En (línea). [www.soymotero.net](http://www.soymotero.net). Año 2016.

convertido en una consecuencia de la falta de infraestructura para garantizar que todos los modos a través de los cuales los ciudadanos van de un lugar a otro se vean reflejados en ella y de otra parte porque lamentablemente no se ha logrado garantizar un sistema público de movilidad que garantice la calidad y por supuesto la cobertura de las 20 localidades de Bogotá, una medida de Pico y Placa de carácter distrital no va a limitar el libre mercado”<sup>3</sup>.

Según lo anterior la medida de pico y placa para las motocicletas no sería la solución total al problema de movilidad ya que, la falta de un transporte de calidad y de buena cobertura es lo que lleva a los ciudadanos a buscar opciones propias de transporte como la moto.

### ACCIDENTES EN MOTO

Este es un tema que preocupa bastante a los usuarios al momento de adquirir moto ya que este tipo de transporte tiene altos niveles de accidentalidad, con lo cual está comprometida la Secretaría de Movilidad pues se encuentra adelantando diversas estrategias para prevenir accidentes viales que incluyan a los motociclistas.

Según el artículo del periódico nuevo siglo: “el Plan de Seguridad Vial del Motociclista, disminuye cada vez más estos indicadores, ya que incluye normatividad, infraestructura, control y vigilancia, campañas de comunicación y pedagogía, entre otras acciones que se están trabajando de la mano del Banco de Desarrollo de América Latina de la ciudad”.

Lo anterior se debe fortalecer a mejora en vías e infraestructura para garantizar una movilidad más segura y evitar cualquier tipo de accidente.

### ROBO DE MOTOS

Según artículo del espectador, publicado en junio de 2017, Los datos estadísticos de las denuncias interpuestas indican que el 83 % de los robos cometidos en Bogotá se realizan mediante la modalidad de jalado, mientras que en el 12 % de los casos las víctimas son intimidadas con armas blancas o de fuego.<sup>4</sup> Es decir que los usuarios pueden ir en circulación por las vías de la ciudad y llega el delincuente a hurtar su motocicleta, para posteriormente venderla por partes en el mercado negro de la ciudad o ganar dinero mediante la modalidad de “rescate”, que es uno de los más frecuentes después de robada la moto.

Es importante que, para evitar este tipo de comercio, los ciudadanos no adquieran repuestos en este mercado para que no tome fuerza y en consecuencia se aumente

---

<sup>3</sup> Redacción Nacional. PICO Y PLACA PARA MOTOS AUN NO RUEDA EN BOGOTA. En: El nuevo siglo. Bogotá, octubre 15 de 2017.

<sup>4</sup> Juan David Moreno. El espectador: ESTAS SON LAS MOTOS QUE MAS SE ROBAN EN BOGOTA. Bogotá 1 de junio de 2017.

el delito de robo de motos. Se debe denunciar en caso de ser víctima de robo y conocer sobre este mercado

Los datos analizados anteriormente sobre mercado de segunda, pico y placa para motos, accidentes de motos y el robo de estas, se tienen en cuenta en el presente proyecto para analizar el mercado y la situación actual de la moto en la ciudad como medio de transporte con gran porcentaje de circulación, y que tiene inconvenientes como índices altos de accidentalidad y robo, y el crecimiento del mercado negro de repuestos debido a la delincuencia y a la adquisición por parte de los usuarios en estos mercados.

#### MARCO TEÓRICO

Durante la búsqueda de información y /o referencias teóricas para el fortalecimiento de la estructura de este plan de negocio se encontraron diversas fuentes que en general muestran una visión de Colombia sobre su participación en el mercado de las motocicletas, en un línea de tiempo desde el año 2002 hasta el año 2017, donde se observa el comportamiento que ha tenido esta industria en nuestro país, que para el caso es favorable ya que por muchos factores del mercado ha tenido un gran crecimiento beneficiando así a miles de habitantes de las diferentes ciudades del país y asimismo a la economía del país.

La motocicleta como lo describe Diego Pérez y Henry Caicedo<sup>5</sup> en su tesis llamada “la motocicleta como modo de transporte en Bogotá” se ha convertido en un medio de transporte favorito por los colombianos ya tiene ventajas como: fácil adquisición, bajo costo de operación, beneficios fiscales y agilidad, característica favorita por los usuarios debido a los problemas de movilidad que se presentan día a día en la ciudad con el transporte público. Los autores destacan además el uso que los usuarios le dan a las motocicletas, ya que se utiliza como medio de desplazamiento y medio de trabajo con gran auge en los últimos años.

Por su lado la ANDI Asociación nacional de industrias<sup>6</sup>, en el informe presentado en el 2017 afirma que “En varios países, incluyendo a Colombia, son el tipo más común de vehículos a motor y más ampliamente utilizados. En nuestro país representan más del 50% del parque en circulación de vehículos a motor. Por tanto, las motocicletas son cruciales para nuestra economía”. Por lo anterior se evidencia que la idea de negocio de repuestos de moto podría ser factible, puesto que al convertirse en los últimos años en el medio de transporte de gran preferencia por los colombianos, debido a los diversos problemas de movilidad en el país y demás factores, aumenta la demanda de repuestos, influyendo ya sea el tipo de moto, uso, modelo y datos demográficos de los usuarios.

---

<sup>5</sup> Caicedo Henry. “la motocicleta como modo de transporte en Bogotá”. Bogotá. Tesis universidad de la Salle. 2010.

<sup>6</sup> ANDI (Cámara de la industria automotriz). “las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país”. Año 2016.

Un aspecto muy importante que también resalta las ventajas del mercado de las motocicletas en nuestro país en la generación de empleo para los colombianos, ya que según estudio publicado por el comité en ensambladoras japonesas (Auteco Kawasaki, Fanalca Honda, Incolmos Yamaha, Suzuki Motor de Colombia) llamado “Séptimo Estudio Socio demográfico de los usuarios de motos en Colombia” se presenta la siguiente afirmación: “Alrededor de 1,5 millones de empleos, directos e indirectos, se estima genera el sector de motocicletas a nivel nacional. Distribuidos de la siguiente manera:

- Ensambladoras: 6 mil empleos
- Proveedores de partes locales: 3 mil empleos
- Distribuidores: 12 mil empleos.
- Talleres: 32 mil empleos
- Comercializadores de repuestos: 12 mil empleos
- Importadores: cerca de 2 mil empleos
- Moto taxismo: 450 mil empleos
- Mensajería, domicilios: 720 mil empleos

Según lo anterior el uso de la moto como medio de trabajo en moto taxismo y mensajería, es el sector donde más se genera empleo. Dado este uso a la moto como medio de trabajo, se demandan más repuestos ya que su nivel de circulación genera desgaste, lo que hace necesario el cambio o reparación de sus piezas.

Para analizar a detalle los repuestos más demandados, se analizó la información y bases de datos presentados en el informe de la ANDI<sup>7</sup>, sobre la participación de motocicletas por marca, donde se evidencia las marcas que hacen parte del mercado colombiano en cuanto a producción, matrículas y comercialización de repuestos, donde se observa que las marcas participantes actualmente son: BAJAJ, YAMAHA, AKT, HONDA, SUZUKI, KYMCO, HERO, TVS, KAWASAKI, SIGMA Y OTROS.

Ahora bien, además de las marcas, se presenta en este informe de la ANDI otras características importantes, el cilindraje, matrículas por ciudad y datos demográficos de los usuarios.

De acuerdo con el estudio “Contribución de la motocicleta y su evolución en la economía nacional” elaborado por la Universidad de los Andes: Los gobiernos locales de grandes ciudades europeas fomentan el uso de la motocicleta para descongestionar las vías, disminuir la contaminación y ahorrar espacio público de aparcaderos. La motocicleta se ha convertido en determinante de la calidad de vida de las familias con menores ingresos.

---

<sup>7</sup> ANDI (Cámara de la industria automotriz). “las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país”. Año 2016.

De las fuentes mencionadas anteriormente se tomó la mayoría de información, pero es importante aclarar que, en cuanto a información específica de los repuestos, los más demandados según moto, marca y lugar de venta no se encontró, por ello se decide a lo largo del trabajo realizar una investigación de mercados, la cual se especificará en el desarrollo del trabajo.

#### APLICACIÓN

Teniendo en cuenta los datos obtenidos en el marco teórico del presente proyecto, sobre los antecedentes del sector de motocicletas en Colombia, lo que se busca mediante el desarrollo de este trabajo, es recopilar en primera medida la información necesaria del mercado de motos en el país, así como la información de este mercado en la ciudad de Bogotá, para estudiar la factibilidad del plan de negocio dedicado a comercialización de repuestos de moto.

Se debe realizar la investigación de mercados pertinente para determinar factores claves para esta idea de negocio tales como:

- Ubicación del punto de venta
- Repuestos más demandados
- Marcas preferidas
- Precios de venta
- Planeación estratégica
- Costos y presupuestos
- Análisis de impacto

El mercado de motocicletas en la ciudad resulta interesante para estudiar ya que se determinó que este sector tiene gran participación y que, según la línea de tiempo estudiada en este proyecto, se podría deducir que su tendencia es a crecer, lo que favorece la creación de una empresa dedicada al comercio de partes de motos.

#### **ENTORNO MACROECONOMICO- MICROECONOMICO**

En el desarrollo macroeconómico se darán a conocer indicadores económicos que afectarían la empresa a crear, según nicho de mercado al que se va a dirigir, actividad económica y dimensión de la empresa. Se mostraran datos relacionados a política monetaria y fiscal, además de indicadores como PIB, balanza de pagos, IPP, y riesgo país.

#### DESARROLLO MACRO-ECONÓMICO

Este sector se ha convertido en un generador de empleo, especialmente para los estratos 1 y 2. Las ensambladoras, por ejemplo, según las estadísticas de la ANDI “contribuyen con 6.200 puestos de trabajo, mientras que los proveedores de partes locales lo hacen con 3.200. Los distribuidores aportan 12.100; los talleres de servicio

32.000; el sector de los repuestos 12.000; los importadores 1.800; el moto taxismo 450.000, y la mensajería, domicilios y otros 800.000”<sup>8</sup>.

Además en otros datos publicados en este estudio se evidencia que el mercado de motos (ensamblaje más importaciones) en el país pasó de 57.528 unidades, en el año 2000 a 678.894 unidades en 2015 con una leve baja en las ventas, en 2016 llegó a 567.395 unidades<sup>4</sup>. En el año 2010 se matricularon en Colombia 404.797 motos y en 2016 se matricularon 566.4615 para un crecimiento en el número de matrículas del 39,9% durante esos seis años, lo cual demuestra la preferencia de los colombianos por este medio de transporte.

#### POLÍTICA FISCAL

La estrategia de impuestos en este caso está dada por el 19% del IVA que se cobrara por los productos ya que al adquirirlos serán cobrados a la persona.

#### POLÍTICA MONETARIA

La política monetaria en Colombia se rige por un esquema de Inflación Objetivo, cuyo propósito es mantener una tasa de inflación baja y estable, y alcanzar un crecimiento del producto acorde con la capacidad potencial de la economía.

Dado lo anterior para este proyecto conviene que la inflación esta baja, así el sector de motocicletas puede tener un gran crecimiento, es decir mantenerse en el mercado, o fomentar en aspectos como el Pib para la economía del país.

Se espera que la tendencia de crecimiento que ha tenido el sector continúe en los próximos años beneficiando así no solo a las grandes empresas productores, además a los importadores y comerciantes de todo el país.

#### INDICADORES MACRO GLOBALES

La moto en Colombia ha permitido que el transporte esté al alcance de la mayoría de la población, en particular de aquellas personas que no tienen otra forma de acceder a bienes, servicios y actividades básicos. Una movilidad limitada supone un importante elemento de exclusión social que determina el nivel de pobreza. Por ello la motocicleta se ha convertido en una herramienta para mejorar redes de transporte y así aporta a combatir la exclusión social, puesto que permite superar los obstáculos vinculados a la accesibilidad, la disponibilidad, la aceptabilidad y la asequibilidad del sistema de movilidad.

Según informe y estadísticas presentadas por la ANDI <sup>9</sup>Hoy en día 1 de cada 7 colombianos usa la motocicleta para transportarse, realizando más de 50 millones de viajes diarios.

---

<sup>8</sup> ANDI (Cámara de la industria automotriz). “las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país”. Año 2016.

<sup>9</sup> ANDI (Cámara de la industria automotriz). “las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país”. Año 2016.

De esta cantidad según el reporte que realiza esta organización ANDI, El 98% de las motocicletas son empleadas por personas de bajos recursos como vehículos de trabajo y transporte, mientras que tan solo el 2% restante, es empleado para recreación o deporte. Un 53,8% de los usuarios de moto pertenecen a los estratos 1 y 2, y el 98,56% a los estratos 1, 2, 3 y 4.

La motocicleta se denota como es un instrumento de trabajo que toma usos como domicilios, mensajerías y otros con fines laborales, que generan ingresos con los cual estos motociclistas sostienen a sus familias en el día a día e intenta mejorar la calidad de vida.

Entre los años 2011 y 2016 según la ANDI<sup>10</sup>, el mayor crecimiento de motos se presentó en la zona rural, donde los hogares con motocicleta pasaron del 15,7% en 2011 a 31,5% en 2016; mientras que en la zona urbana la proporción fue un poco menor (18,7% en 2011 frente a 28,6% en 2016), un crecimiento de casi 50% en el número de hogares con motocicleta en 5 años.

“En la actualidad, los sectores de vehículos y de motos representan el 3% y el 1% de la producción bruta industrial, respectivamente, similar al valor que representan la elaboración de bebidas y de productos alimenticios, que ocupan el tercer y cuarto lugar en tamaño, respectivamente, entre los sectores industriales. Así en 2014, la producción bruta del sector automotor se ubicó en 6,4 billones representando un 0,8% del PIB. Ese mismo año, el sector aportó 18,3 mil empleos y el 2,7% del empleo de la industria”<sup>11</sup>.

Dado los datos anteriores, se observa que es un sector que aporta de manera considerable y positiva a la economía del país, y así mismo a los ciudadanos ya que se generan empleos, oportunidades de adquisición por parte de las familias y oportunidades de nuevos negocios en los diferentes sectores de comercio de repuestos en la ciudad.

## **BALANZA DE PAGOS**

Los productos se adquieren por medio de compra a empresas importadoras, la idea del negocio no es ser propios importadores de los repuestos. Se van adquirir a la empresa RMC INTERNACIONAL, empresa que, si es importadora, además de otras organizaciones dedicadas a la importación, de marcas originales y genéricas.

## **ÍNDICE DE PRECIOS IPC**

Índice de precios al consumidor (IPC) para el sector automotor según el banco de la república<sup>12</sup>: “En enero de 2017, la variación mensual del IPC fue 1,02% con una variación anual de 5,47%”. Los precios de las motos han variado a un ritmo estable

---

<sup>10</sup> Ibíd. Pág. 38

<sup>11</sup> Ibíd. Pág. 40

<sup>12</sup> IPC. Banco de la república. 2017. En (línea). [www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co).

frente a este indicador, es decir que se ha mantenido precios en producción de motocicletas por parte de las grandes fábricas y así mismo los precios de los repuestos cuando llegan a nuestro país.

### **DATOS DEMOGRAFICOS**

Entre las causas para el crecimiento del número de motocicletas en el país se encuentran: mejores niveles de ingreso en los hogares colombianos, el precio relativamente bajo de las motos, la facilidad de crédito, la economía del transporte y de los tiempos de viaje en las principales ciudades, el aumento del empleo no formal y el uso de la motocicleta como instrumento para aumentar los ingresos del hogar.

Se ha observado y se estudiara en el proyecto que los usuarios de moto se encuentran en edades de 18-35 años, de ingresos medios, y ubicados en el centro y sur de la ciudad. Son personas que sufren a diario los problemas ocasionados por el sistema de transporte en Bogotá y que además de este uso eligen tener ingresos extras para su diario vivir.

### **MACRO GENERALES**

En Colombia, según informe de la ANDI<sup>13</sup> los mayores recursos con los que cuenta la población se han traducido principalmente en la adquisición de bienes que hasta hace algunos años podrían considerarse de lujo y que hoy pertenecen a la canasta básica (como el teléfono celular y las motocicletas). Así mismo se observa que dentro de estos bienes, productos y servicios que adquieren entre sus preferencias hoy en día se encuentra la motocicleta. Siendo así un porcentaje de (28,6%) los consumidores de este medio de transporte

### **DESARROLLO MICROECONOMICO**

ANÁLISIS DEL SUBSECTOR:

CÓDIGO CIUU:

5040: Comercio, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios.

COMPETIDORES

Las marcas que actualmente compiten en este mercado en nuestro país son:

- Auteco
- Yamaha

---

<sup>13</sup> ANDI (Cámara de la industria automotriz). “las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país”. Año 2016.

- Akt
- Honda
- Suzuki
- Ktm
- Kawasaki
- Ducati
- Harley Davidson
- BMW Motorrad
- Triumph
- Victoria

Como se mencionó anteriormente las marcas Auteco, Akt, Yamaha, Honda y Suzuki son las que más se comercializan en nuestro país, por ello los repuestos de motocicleta que más se demandan en el mercado pertenecen a motos de estas marcas, motos de alto cilindraje como Kawasaki o Ducati, tienen menos demanda de repuestos en el mercado, ya que son repuestos son de alto costo al igual que las motocicletas y en muchas ocasiones no se encuentran en la ciudad de Bogotá sino en Medellín. Entonces la accesibilidad a ellos es un poco más compleja.

### **Competencia:**

Entre las empresas que más se destacan en la ciudad de Bogotá en comercialización de repuestos para moto se encuentran:

- Dimerca: esta empresa ubicada en el sector de chapinero, nacida en Medellín es una de las comercializadoras más grandes de la ciudad en venta de motos y así mismo de repuestos, distribuye repuestos originales para marcas especialmente Auteco, en este lugar se encuentran para las marcas como Ktm, Victory y Kawasaki incluyendo todo tipo de cilindraje, traen los repuestos por encargo de la ciudad de Medellín y tiene punto de instalación allí en el punto de comercialización.  
Los costos de los repuestos son altos, y la mano de obra es igualmente costosa, pero tiene un buen portafolio de productos, lo que llama la atención de los usuarios.
- Mundimotos: esta empresa igualmente nacida en Medellín, comercializa un gran portafolio de productos, cuenta con un sistema de asesoría (6 personas) y cotización en cada punto de venta, se destaca por la atención al usuario, y por la ubicación de puntos de venta amplios en la zona Centro, 1ra de Mayo, Tintal, Modelia, Patio Bonito, Cedritos, La Victoria.
- Triple x parts: comercializa gran variedad de repuestos y accesorios de lujo para moto de costo económico. Ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá, distribuye al por mayor y al detal, brindando llamativos costos a sus productos y formas de pago, además cuenta con dos asesores comerciales que visitan

con un portafolio de productos a comerciantes en distintos lugares de la ciudad.

- Centro comercial Moto Plaza: este centro comercial abierto en la ciudad de Bogotá hace menos de dos años, ubicado en el centro de la ciudad, cuenta con una gran variedad de artículos para moto, desde repuestos, accesorios de lujo y protección para motociclistas. Cuenta con variedad de almacenes de repuestos y ofrece para motos de cilindraje 100 cc a 250 cc. Los precios son económicos, lo que llama bastante la atención de los motociclistas, dan amplias garantías y ofrecen mercado mayorista a municipios aledaños a la ciudad, incluso de otras ciudades como Boyacá y Tolima. Es importante describir que muchos de los almacenes ubicados en este sector y en otros de la ciudad adquieren productos allí por costo y variedad.
- Concesionarios: AKT, YAMAHA, AUTEKO: distribuidos por toda la ciudad, ofrecen a sus usuarios repuestos originales, los cuales generan mucha confianza y seguridad a los usuarios. Los costos de estos repuestos son altos y manejan sistema de cotización y traslado de productos por encargo desde Medellín. Es en estos concesionarios donde los usuarios encuentran cualquier tipo de repuesto para la moto, incluso que no se distribuya en otros almacenes de la ciudad.

## PARTICIPACION EN EL MERCADO

La siguiente participación en el mercado, se realizó en base a los competidores mencionados anteriormente, dada en porcentaje de unidades.

Los porcentajes se asignaron dada la experiencia en el mercado, pues no se encontró información de estados financieros, ventas y unidades vendidas en el mercado.

Tabla 1.Participación en el mercado.

| EMPRESA                     | PARTICIPACION DE MERCADO EN UNIDADES |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| CONCESIONARIOS              | 40%                                  |
| MUNDIMOTOS                  | 20%                                  |
| DISMERCA                    | 18%                                  |
| CENTRO COMERCIAL MOTO PLAZA | 12%                                  |
| TRIPLE X PARTS              | 10%                                  |

Fuente 10. Elaboración propia.

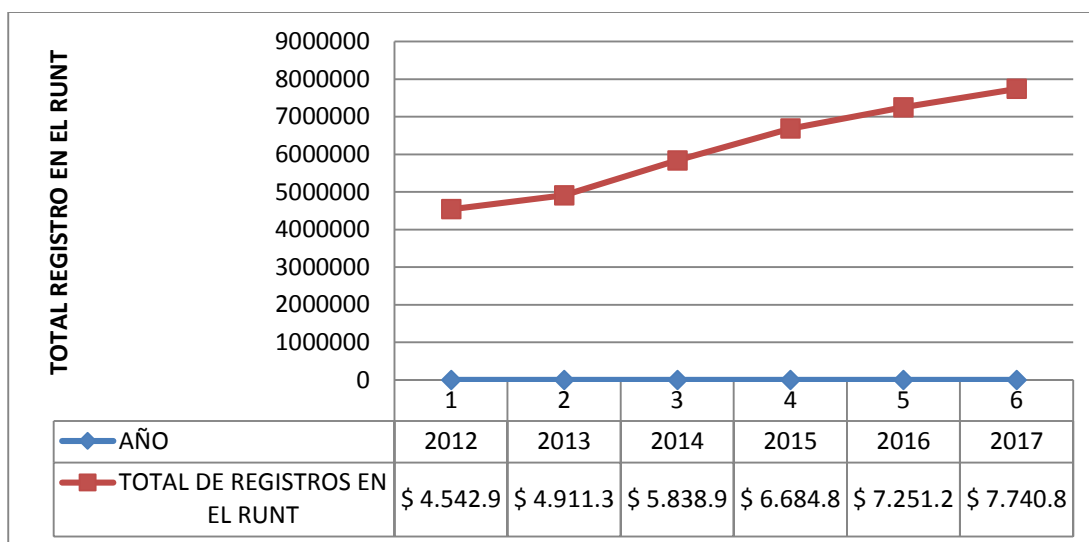
## CICLO DEL SECTOR

El sector de las motocicletas en Colombia según informe de la ANDI, entre los años 2010 y 2016 crecieron 42,8% al pasar de 373.620 unidades producidas a 533.508 unidades, con una tasa de crecimiento promedio del 6,11% anual.

En cuanto a registros en el RUNT, es decir las motos matriculadas, que circulan por la ciudad legalmente.

En el siguiente grafico se observa la tendencia de crecimiento que ha presentado el sector, según información proporcionada por diario la república:

Grafico 10.Crecimiento del parque automotor de motocicletas 2012-2017



Fuente 11.Elaboración propia con base en estudio de la ANDI sobre el crecimiento del parque automotor años 2012 a 2017

Dado el anterior gráfico se observa que en Colombia ha aumentado el número de motos que se producen y asimismo el número de motos que circulan por el país.

La adquisición de una motocicleta se da por la facilidad de compra, ya que se presentan grandes ofertas y promociones en créditos, rebajas y demás, que impulsa al colombiano a comprar este medio de transporte para utilizarla como tal y mejorar la calidad de acceso a transporte para movilizarse por la ciudad.

Se evidencia que año tras año este mercado toma fuerza en el país, facilitando así la movilización para muchos ciudadanos, empleo, herramienta de trabajo y poder adquisitivo de los colombianos.

## MODALIDAD DE NEGOCIOS

C2C

## Generalidades

### **Detalles del negocio:**

Este negocio se plantea para la comercialización de repuestos para moto en la ciudad de Bogotá, se desea una ubicación estratégica dentro de la ciudad, donde no se encuentren muchos comerciantes de este mercado, ya que por experiencia en este sector conozco las tendencias del mercado y el tipo de competencia que se genera en las diferentes plazas de comercio.

Se eligió este sector de la economía, por la experiencia que se tiene de este, ya que trabajo 2 años en una empresa distribuidora de repuestos y conocí del tema, lo que me impulso a plasmarlo en este proyecto.

Según estadísticas este mercado tiene tendencia de crecimiento, ya que día a día son más los colombianos que adquieren una moto como medio de transporte no solo de uso personal, además como medio de trabajo que es una tendencia con crecimiento en los últimos dos años.

Por lo anterior se desarrollará toda la idea del negocio para demostrar lo viable de este mercado en la ciudad.

### NOMBRE DEL NEGOCIO

**R&M MOTORCYCLE PARTS**

### ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

Empresario individual: la empresa se va crear individualmente, se tendrá el control total de la empresa, el capital se aporte de manera individual como mi pyme.

### LOCALIZACIÓN

Quedará ubicado en el 7 de agosto calle 63b carrera 24. Se ubicará en este sector puesto que es donde menos almacenes de repuestos hay, y los que hay ofrecen poca variedad de productos y de marcas, además no ofrecen tecnología en accesorios y bombillería.

### FECHA DE ESTABLECIMIENTO

El negocio se va a establecer en el mes de agosto, ya que es en este mes que adquiero un dinero de un ahorro con el banco Colpatria, además en esta fecha ya se terminan las prácticas y se puedo dar inicio al proyecto.

### DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

La idea de este plan de negocio es comercializar partes de moto, es decir lo relacionado a repuestos, ofreciendo variedad de marcas, repuestos originales y genéricos, ya que este tipo de repuestos han tenido gran acogida por los usuarios por su costo, calidad y accesibilidad en cualquier parte de la ciudad.

Se ofertarán inicialmente 10 tipos de repuestos según información sobre comportamientos de los consumidores resultantes de la investigación de mercados.

Ya se cuenta con los proveedores para manejar marcas originales y marcas genéricas, más adelante se describirá los tipos de repuestos con las respectivas marcas a manejar.

#### LICENCIAS Y PERMISOS

Pasos para creación de establecimiento de comercio:

- Documento de identidad
- RUT
- Matricula mercantil CAMARA DE COMERCIO
- Formulario de registro único empresarial y social RUES
- Caratula única empresarial y anexos

Se realizó la verificación de disponibilidad de razón social, y efectivamente no hay ninguna empresa registrada con este nombre.

#### INFRAESTRUCTURA

Maquinaria y equipo: para el desarrollo de este plan de negocio, se invertirá inicialmente en los siguientes elementos:

Tabla 2. Maquinaria y equipo

| DETALLE           | CANTIDAD | DESCRIPCION                                                                                        | TIPO   |
|-------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Escritorio        | 1        | Se requiere de un escritorio para ubicar oficina de computo                                        | Compra |
| Vitrina           | 3        | Se requieren 3 vitrinas para la exhibición de los productos, tales como filtros de aire y baterías | Compra |
| silla de computo  | 1        | Complemento del escritorio                                                                         | Compra |
| Estantería        | 2        | 2 estantes para ubicación de kit de arrastre                                                       | Compra |
| caja registradora | 1        | Registro de entrada y salida de dinero diario                                                      | Compra |
| Teléfono          | 1        | Contacto de clientes con la empresa                                                                | Compra |

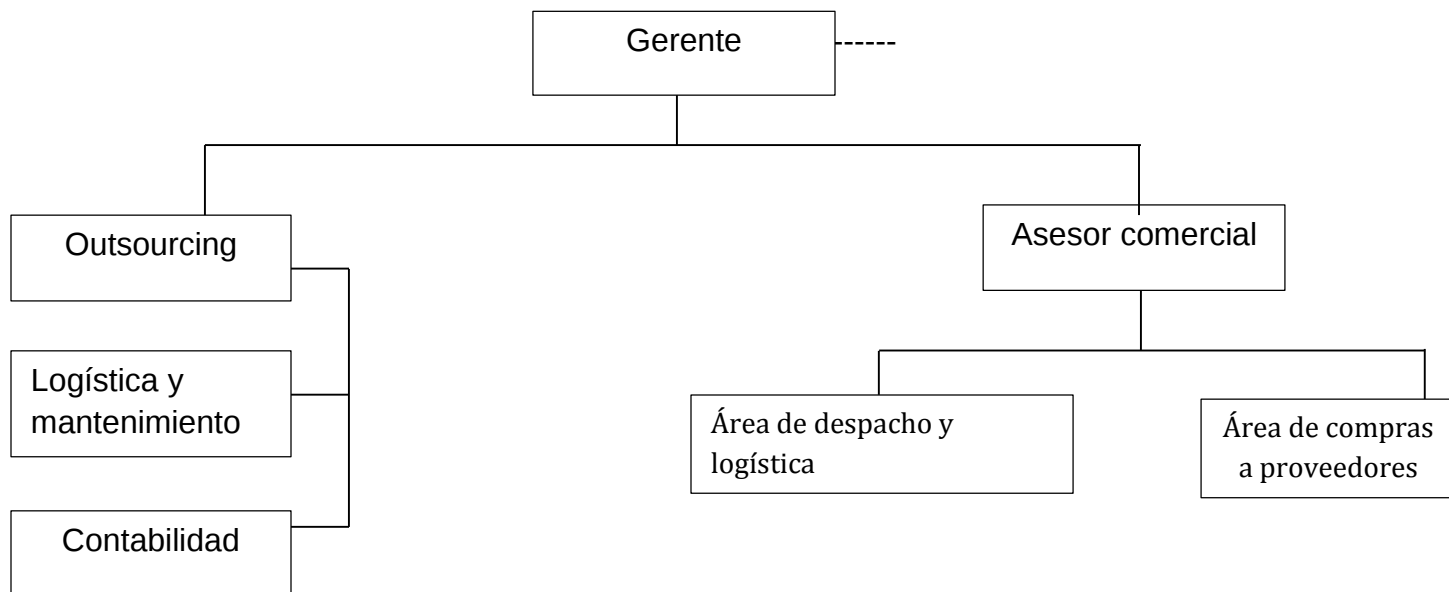
### MISIÓN DE LA EMPRESA

Brindar a nuestros clientes un completo portafolio de productos para su motocicleta, enfocados en calidad, diversidad y tecnología, atendiendo así oportunamente las necesidades de transporte, comodidad, experiencia y seguridad en cada camino.

### VISIÓN DE LA EMPRESA

Consolidarnos en el 2025 como una empresa reconocida en el parque de motocicletas en el país, por la calidad de sus productos, vanguardia en tecnología, excelente y completa atención al cliente, fortalecidos en el compromiso y entrega de cada uno de nuestros colaboradores.

### ORGANIGRAMA



### RECURSOS HUMANOS

Se iniciará el proyecto con la gerente general quien se encargará de la parte administrativa y financiera de la empresa y se contará con una persona que estará encargada del área de ventas y logística de compras de pedidos a proveedores.

### EMPLEADOS

#### **EMPLEADO 1**

**EMPRESA:** R&M MOTORCYCLE PARTS

**CARGO:** Gerente

## MANUAL DE FUNCIONES

- Contenido del puesto

**Función 1:** Tiene Responsabilidad sobre el funcionamiento del área administrativa de la empresa y sobre el cumplimiento de los objetivos y políticas establecidas por el equipo gerencial

**Tarea (1):** Analiza la evolución de los índices de ventas, las acciones realizadas en el período y el conjunto de recomendaciones deseables para la mejora del período siguiente.

**Función 2:** Organiza y da seguimiento a la ejecución de relaciones con proveedores garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de ventas.

**Tarea (2):** Da seguimiento especial a la planificación de pagos a proveedores y del cumplimiento de los plazos de este, procurando información periódica, puntual y fiable al departamento comercial y contable.

**Función 3:** Optimiza y planifica los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.

**Tarea (3):** Da seguimiento rotación de inventario a su cargo, proponiendo planes formativos para su crecimiento a nivel de ventas.

**Tarea (3.1):** Tiene a su cargo, supervisa y controla las actividades de almacenaje, de materias primas como, así como también su entrega a los clientes.

**Función 4:** Trata planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área comercial de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.

**Tarea (4):** Liderar y seguir los avances en las acciones correctoras y preventivas en áreas de productividad, calidad y medio ambiente.

**Función 5:** Crea una labor de equipo con sus colaboradores inmediatamente inferiores en el organigrama traduciendo las políticas y estrategias de la empresa en acciones concretas que puedan ser interpretadas claramente por los mandos intermedios.

**Tarea (6):** Asignar las funciones y responsabilidades a cada una de las personas de su área, así como las relaciones entre ellas, muy especialmente de los que tienen cargos jerárquicos.

Tabla 3.Descripción y análisis de puesto 1

| <u>Descripción y análisis del puesto</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Título:</b> Gerente de producción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>División:</b> administrativa |
| <b>Descripción genérica:</b> coordinar los procesos comerciales dentro de la organización velando por la eficiencia y eficacia de estos. Teniendo como apoyo otras áreas funcionales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 |
| <p><b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b></p> <p>Elegir personas idóneas necesarias para esta área, en relación con tareas y actividades específicas en función a las ventas esperadas por la organización.<br/> Realizar una adecuada asignación de funciones y responsabilidades que apoye el marco de calidad establecido por la organización.<br/> Planifica los recursos (físicos, áreas de trabajo, económicos) requeridos para las diferentes sub áreas productivas.<br/> Establecer indicadores pertinentes que muestren el resultado productivo<br/> Convertir en acciones lo establecido en el gobierno corporativo<br/> Promover las labores conjuntas (trabajo en equipo)<br/> Informar a áreas similares acerca de su desempeño ya que otras áreas dependen de su función.</p> |                                 |
| <p><b>ANÁLISIS DEL PUESTO</b></p> <p>■ <u>Requisitos intelectuales</u></p> <p><b>Escolaridad:</b> Profesional en administración de empresas con experiencia en ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Conocimientos especializados sobre la gestión de ventas.</li> <li>■ Conocimientos sobre nuevas tecnologías.</li> <li>■ Conocimientos sobre la elaboración de nuevos proyectos con los correspondientes análisis de rendimiento de las inversiones.</li> <li>■ Conocimientos sobre organización, gestión y conducción de equipos de personas.</li> </ul> <p><b>Experiencia:</b> por lo menos de 2 años en el área de ventas de una organización similar, dado que en este tiempo se adquieren habilidades necesarias para afrontar los desafíos del cargo.</p>   |                                 |

**Aptitudes:**

- Metódico y organizado en su propio trabajo.
  - Sólido en sus convicciones y decisiones, pero aceptando analizar otros puntos de vista.
  - Sabiendo aprovechar las experiencias diarias para establecer criterios de futuro en la forma de trabajar (iniciativa).
  - Analítico, crítico y reflexivo ante decisiones importantes.
  - Rápido en las decisiones cotidianas.
  - Con tacto suficiente para tratar con personal tradicional experimentado.
- 
- Requisitos Físicos

No es relevante para este cargo

- Responsabilidades adquiridas

Responsable ante retrasos en el proceso de pagos.

- Condiciones de trabajo

**Ambiente:** condiciones estables favorables para el pleno desarrollo de sus funciones

**Seguridad:** ante posibles situaciones dadas por condiciones naturales se puede generar perjuicios, además el ritmo de trabajo puede generar estrés.

Fuente 12. Elaboración propia

**EMPLEADO 2:**

**EMPRESA: R&M MOTORCYCLE PARTS**

**CARGO:** asesor de ventas

**MANUAL DE FUNCIONES**

- Contenido del puesto

**Función 1:** Tiene Responsabilidad sobre el funcionamiento del área comercial de la empresa.

**Tarea (1):** Prepara y liquida la mercancía adquirida por la empresa, para su debida comercialización en el punto de venta.

**Función 2:** Organizarlos productos de manera estratégica según marcas, costos, tipo de repuesto.

**Tarea (2):** Da seguimiento especial distribución de productos dentro de la empresa, es decir organización del área locativa y sus recursos físicos.

**Función 3:** Optimiza y planifica los productos de la empresa, para cumplir con órdenes de pedido a proveedores.

**Tarea (3):** Da seguimiento al rendimiento y efectividad de los productos adquiridos, proponiendo planes formativos para el crecimiento a nivel de ventas.

**Tarea (3.1):** supervisa y controla las actividades de almacenaje, de los pedidos.

**Función 5:** Trata con el Gerente administrativo sobre los planes a corto, medio y largo plazo, dando a saber las ventas del mes, y novedades de los productos.

**Tarea (5):** realiza un informe de gestión mensual sobre el movimiento de las ventas

**Función 6:** Crea el pedido siguiente para el proveedor, teniendo en cuenta inventario de productos y rotación de estos.

**Tarea (6):** Asignar valores a los productos si su rotación es lenta en el mercado.

Tabla 4.Descripción y análisis de puesto 2

| <u>Descripción y análisis del puesto</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <b>Título:</b> asesora de ventas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>División:</b> comercial |
| <b>Descripción genérica:</b> realizar el proceso de logística de los pedidos y encargarse de la comercialización de estos.                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                            |
| <b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b><br><br>Elegir personas idóneas necesarias para esta área, en relación con tareas y actividades específicas en función a la productividad esperada por la organización.<br>Planifica los recursos (materiales, locativos, físicos) requeridos para el área de ventas<br>Establecer indicadores pertinentes que muestren el resultado productivo de cada producto mensualmente |                            |

Informar a áreas similares acerca de su desempeño ya que otras áreas dependen de su función.

## ANÁLISIS DEL PUESTO

### ■ Requisitos intelectuales

**Escolaridad:** experiencia en ventas y conocimiento en motos y repuestos

- Conocimientos sobre moto
- Conocimientos sobre sistemas
- Conocimientos sobre información.
- Conocimientos sobre manejo de inventarios
- Conocimiento sobre atención al cliente

**Experiencia:** por lo menos de 1 año en ventas de repuestos y/o artículos relacionados con motocicletas.

### **Aptitudes:**

- Responsable con sus funciones
- Aprender
- aprovechar las experiencias diarias
- Analítico, crítico y reflexivo ante decisiones importantes.
- Rápido en las decisiones cotidianas.
- Con tacto suficiente para tratar con clientes de todo tipo
- Carisma y asertividad con el cliente

### ■ Requisitos Físicos

No es relevante para este cargo

### ■ Responsabilidades adquiridas

Responsable de dinero

### ■ Condiciones de trabajo

**Ambiente:** condiciones estables favorables para el pleno desarrollo de sus funciones

**Seguridad:** ante posibles situaciones dadas por condiciones naturales se puede generar perjuicios, además el ritmo de trabajo puede generar estrés.

Fuente 13.Elaboración propia

#### ANÁLISIS DOFA

El siguiente análisis se realiza en base a los antecedentes que se encontraron en bases de datos sobre el sector de motocicletas en el país, además con la experiencia que se tiene en el mercado.

Tabla 5.Análisis DOFA

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en ventas y motos que más se demandan en este mercado.</li> <li>• Variedad en marcas y precios que se va ofrecer en el mercado.</li> <li>• Conocimiento del mercado en el sector.</li> <li>• Capital disponible</li> <li>• Contacto con proveedores de marcas originales y genéricas.</li> <li>• Publicidad en redes sociales</li> <li>• Ventas por página web y redes sociales</li> </ul> | <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El sector de motocicletas tiene tendencia a crecimiento según estadísticas de la ANDI.</li> <li>• Hay gran cantidad de oferentes de repuestos en el mercado.</li> <li>• Pocos almacenes de repuestos. de moto en el 7 de agosto lugar de establecimiento de punto de venta.</li> <li>• Preferencia de los ciudadanos por la motocicleta como medio de transporte y de trabajo.</li> </ul> |
| <p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Punto de venta es de tamaño reducido</li> <li>• Asesor comercial con menos experiencia en el mercado.</li> <li>• Poca oferta de repuestos para moto de alto cilindraje.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobación de pico y placa para motos</li> <li>• Disponibilidad de los repuestos por parte de los proveedores</li> <li>• Ingreso de nuevos puntos de venta de repuestos de moto en el sector.</li> <li>• Mercado de repuestos robados.</li> </ul>                                                                                                                                              |

Fuente 14. Elaboración propia

## MERCADOS

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En la búsqueda de información inicial en bases de datos y fuentes primarias, no se encontró información detallada y concreta del movimiento de los repuestos en el mercado, se encontró información respecto a motocicletas, pero no de sus partes como tal.

Por ello después de constantes búsquedas de información ya que las fuentes primarias y secundarias son escasas, y debido a lo interesante del mercado y la experiencia que se tiene de este, se vio la necesidad de construir la siguiente investigación de mercados, que se iniciara con una entrevista realizada a comerciantes de repuestos de moto, y que brindara los puntos básicos de vista frente al mercado de personas con experiencia en repuestos, para posteriormente elaborar una encuesta a vendedores de estos productos teniendo en cuenta los resultados de la entrevista.

De los resultados de esta investigación de mercados se obtendrá información valiosa sobre el rumbo del negocio.

### DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años se ha observado la tendencia de crecimiento y la presencia fuerte del mercado de motocicletas en el país. Debido a problemas como la movilidad, servicio de transporte público y empleo, son muchos los colombianos que hoy en día adquieren una moto para utilizarla no solo como solución al medio de transporte y por su economía, además se utiliza como herramienta de trabajo lo que fortalece los ingresos de los ciudadanos.

Específicamente en la ciudad de Bogotá, es donde más circulan motos a diario, por ello es abundante la demanda de repuestos de moto en toda la capital. El sector del centro es la principal plaza de comercio de repuestos, pero debido a problemas de seguridad, son muchos los usuarios que prefieren desplazarse a otros puntos de venta. El siete de agosto es uno de estos, el sector es más agradable para los motociclistas, ya que cuenta con mejor seguridad, espacio público y medio ambiente. Pero se ha encontrado que en esta zona son pocos los almacenes de venta de repuestos de moto, y que además cuenten con amplia variedad en marcas y precios.

Dado lo anterior, surge la idea de plan de negocio de un almacén ubicado en este sector y que brinde a los usuarios de motocicletas calidad, variedad, accesibilidad y tecnología en repuestos, aprovechando las oportunidades de este sector.

## OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

**Objetivo general:** Investigar mediante un trabajo de campo sobre el estado actual del mercado de repuestos de moto en la ciudad de Bogotá debido a la falta de información de fuentes primarias y secundarias.

### **Objetivos específicos:**

- Estudiar la tendencia que tiene en el mercado los repuestos de moto en la ciudad de Bogotá, dada la información obtenida en la metodología de trabajo de campo aplicada.
- Analizar información obtenida en la encuesta sobre ventas de moto, marcas, marcas de repuestos, características de los clientes y zonas de comercio en la ciudad.
- Determinar la viabilidad del plan de negocio, según el panorama actual del mercado.

## **TRABAJO DE CAMPO REALIZACION DE ENTREVISTA:**

### TIPO INVESTIGACIÓN

Exploratoria

### TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

Cualitativa

### MUESTRA

Se realiza a 5 personas comerciantes de repuestos de moto, cuatro de ellas ubicadas en el centro de la ciudad y una persona ubicada en el siete de agosto.

### DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Cada pregunta de la entrevista arrojará información clave sobre marcas, cilindrajes, repuestos y zonas que tienen más demanda por parte de los usuarios en la ciudad de Bogotá. Se plantearon preguntas con respuesta abierta para observar la opinión de cada entrevistado y consolidar la información. Las personas entrevistadas como se mencionó anteriormente, pertenecen a diferentes zonas de comercio de repuestos y cuentan con una experiencia favorable para la obtención de información relevante, se indican los datos de cada entrevistado para verificar y ampliar información en caso de ser necesario.

## **NOMBRE DE LA ENTREVISTA: ENTREVISTA A COMERCIANTES DE REPUESTOS DE MOTO EN BÓGOTA**

### **ENTREVISTA NUMERO: 1**

### DATOS DEL ENTREVISTADO:

Tabla 6.Formato de entrevista

|                           |  |
|---------------------------|--|
| NOMBRE:                   |  |
| FECHA REALIZACIÓN :       |  |
| OCUPACIÓN:                |  |
| EXPERIENCIA EN EL MERCADO |  |
| DIRECCIÓN:                |  |
| TELÉFONO:                 |  |

Fuente 15.Elaboración propia

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país? (enumere 5 marcas).
2. De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?
3. ¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿algunas marcas o cilindraje en particular?
4. ¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?
5. ¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?
6. ¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?
7. ¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:
  - a) Entre 18 y 35 años
  - b) Entre 36 y 65 años
  - c) Mayores de 65 años
8. ¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?
9. ¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?

#### RECURSOS

Recursos financieros: \$1800 de impresiones de entrevista

Recursos humanos: 1 persona encargada de la realización de las entrevistas

Recursos tecnológicos: 1 computador para análisis de resultados.

#### TRABAJO DE CAMPO

Las entrevistas fueron realizadas el día 28 de marzo de 2018 en las horas de la tarde, se realizaron primero a las cuatro personas ubicadas en el sector del centro y en la noche se realizó la entrevista a la señora Gladys Arévalo ubicada en la zona del siete de agosto.

#### ANÁLISIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

##### ENTREVISTA NUMERO: 1

##### DATOS DEL ENTREVISTADO:

Tabla 7.Datos entrevistado 1

|                           |                                 |
|---------------------------|---------------------------------|
| NOMBRE:                   | CRISTIAN FERNANDO RIOS          |
| FECHA REALIZACIÓN :       | 2 DE ABRIL 2018                 |
| OCUPACIÓN:                | VENDEDOR-MECÁNICO               |
| EXPERIENCIA EN EL MERCADO | 8 AÑOS                          |
| DIRECCIÓN:                | CALLE 16 N°15-08 LOCAL 6-Centro |
| TELÉFONO:                 | 3104787038                      |

Fuente 16.Elaboración propia

##### CUESTIONARIO:

1. ¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país? (enumere 5 marcas).

RPT: Akt, Yamaha, Honda, Auteco, Suzuki en cilindrajes 125, 150, 180, 200.

2. De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?

RPT: las marcas que solicitan más repuestos son Auteco y Akt; y las que menos Suzuki.

3. ¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿algunas marcas o cilindraje en particular?

RPT: los repuestos que más se demandan son relacionados al sistema de freno de motos Akt 125, Agility 150 (Auteco) y Pulsar 180 (Auteco).

4. ¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?

RPT: el origen de los repuestos es internacional en su mayoría de países como China, Brasil e India. Colombia también distribuye repuestos.

5. ¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?

RPT: Centro es la zona principal en el barrio la favorita.

6. ¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?

RPT: efectivo 80% (por este medio de pago se obtienen buenos descuentos) y tarjeta 20%

7. ¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:

d) Entre 18 y 35 años ☒

e) Entre 36 y 65 años

f) Mayores de 65 años

8. ¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?

RPT: De mayoreo en la zona centro en los almacenes ESTELAR MOTOS, CASA MAYORISTA y CC TLC y retail en el centro, 1ra de mayo y 7 de agosto.

9. ¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?

RPT: tiene una tendencia a aumentar proporcionalmente con las ventas de motos ya que este es un medio de transporte rápido y preferido por los usuarios, además se están facilitando las importaciones.

## ENTREVISTA NÚMERO 2:

### DATOS DEL ENTREVISTADO:

Tabla 8.Datos entrevistado 2

|                           |                |
|---------------------------|----------------|
| NOMBRE:                   | GLADYS AREVALO |
| FECHA :                   | 28 MARZO 2018  |
| OCUPACIÓN:                | VENDEDORA      |
| EXPERIENCIA EN EL MERCADO | 23 AÑOS        |

|            |                                      |
|------------|--------------------------------------|
| DIRECCIÓN: | CALLE 63b N° 24-07 LOCAL 2 -7 Agosto |
| TELÉFONO:  | 3134988219                           |

Fuente 17.Elaboración propia

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país? (enumere 5 marcas).

RPT: Akt, Yamaha, Honda, Auteco, Suzuki cilindraje 125 hasta 200.

2. De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?

RPT: las marcas que solicitan más repuestos son Auteco, Akt y Suzuki; y las que menos Yamaha y Honda.

3. ¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿algunas marcas o cilindraje en particular?

RPT: los repuestos que más se demandan son kit arrastre, pastillas, bandas y rodamientos de las marcas Auteco y Akt.

4. ¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?

RPT: el origen de los repuestos es internacional de origen China.

5. ¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?

RPT: Centro, 1ra de mayo, 7 de agosto.

6. ¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?

RPT: efectivo y tarjeta

7. ¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:

a) Entre 18 y 35 años ☒

b) Entre 36 y 65 años

c) Mayores de 65 años

8. ¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?

RPT: De mayoreo en la zona centro y retail en el centro y 7 de agosto.

**9.** ¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?

RPT: aumento en el mercado de repuestos por el incremento en ventas de motocicleta.

### **ENTREVISTA NÚMERO 3:**

#### **DATOS DEL ENTREVISTADO:**

Tabla 9.Datos entrevistado 3

|                           |                                  |
|---------------------------|----------------------------------|
| NOMBRE:                   | FREDDY GÓMEZ                     |
| FECHA :                   | 28 MARZO 2018                    |
| OCUPACIÓN:                | VENDEDOR-MECÁNICO                |
| EXPERIENCIA EN EL MERCADO | 12 AÑOS                          |
| DIRECCIÓN:                | CALLE 16 N°15-02 LOCAL 9 -Centro |
| TELÉFONO:                 | 3134988219                       |

Fuente 18.Elaboración propia

#### **CUESTIONARIO:**

**1.** ¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país? (enumere 5 marcas).

RPT: Akt, Yamaha, Honda, Auteco cilindraje 100 en adelante.

**2.** De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?

RPT: todas las marcas solicitan por igual.

**3.** ¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿algunas marcas o cilindraje en particular?

RPT: los repuestos que más se demandan son kit arrastre, pastillas, guayas, válvulas, cadenilla, llantas y neumáticos.

4. ¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?

RPT: el origen de los repuestos es internacional de origen China e India.

5. ¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?

RPT: Centro, 1ra de mayo, 7 de agosto y el Tintal.

6. ¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?

RPT: efectivo y tarjeta

7. ¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:

- a) Entre 18 y 35 años ☒
- b) Entre 36 y 65 años
- c) Mayores de 65 años

8. ¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?

RPT: De retail y mayoreo en el centro y 7 de agosto.

9. ¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?

RPT: aumento en el mercado de repuestos ya que es un medio de transporte que está tomando fuerza de preferencia en los usuarios por el sistema actual de transporte y sus inconvenientes en costos y agilidad.

#### ENTREVISTA NÚMERO 4:

##### DATOS DEL ENTREVISTADO:

Tabla 10.Datos entrevistado 4

|                           |                                  |
|---------------------------|----------------------------------|
| NOMBRE:                   | JORGE ALEMÁN GÓMEZ               |
| FECHA :                   | 28 MARZO 2018                    |
| OCUPACIÓN:                | VENDEDOR                         |
| EXPERIENCIA EN EL MERCADO | 15 AÑOS                          |
| DIRECCIÓN:                | CALLE 16 N°15-02 LOCAL 1 –Centro |

|           |            |
|-----------|------------|
| TELÉFONO: | 3143062372 |
|-----------|------------|

Fuente 19.Elaboración propia

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país? (enumere 5 marcas).

RPT: Akt, Yamaha, Auteco (bóxer, pulsar y Discover), Honda y Suzuki.

2. De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?

RPT: las que más solicitan repuestos es Auteco para la moto pulsar y la que menos marca Suzuki.

3. ¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿algunas marcas o cilindraje en particular?

RPT: los repuestos que más se demandan son piezas de motor (culatín, culata, cilindro y válvulas) y sistema de freno (pastillas, bandas)

4. ¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?

RPT: el origen de los repuestos es internacional de origen China e India.

5. ¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?

RPT: Centro entre calles 15 y 18 y carreras 14 y 18.

6. ¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?

RPT: efectivo y tarjeta

7. ¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:

- a) Entre 18 y 35 años ☒
- b) Entre 36 y 65 años
- c) Mayores de 65 años

8. ¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?

RPT: mayoreo en el centro de allí salen para todos los sitios del país, retail en el centro, 1ra de mayo y 7 de agosto.

9. ¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?

RPT: El mercado está en alza porque hay facilidades para comprar moto, los usuarios prefieren la moto por el tráfico tan complicado hoy en día en la ciudad.

#### ENTREVISTA NÚMERO 5:

##### DATOS DEL ENTREVISTADO:

Tabla 11.Datos entrevistado 5

|                           |                                    |
|---------------------------|------------------------------------|
| NOMBRE:                   | RUBEN DARIO CORREDOR               |
| FECHA :                   | 5 DE MARZO 2018                    |
| OCUPACIÓN:                | VENDEDOR                           |
| EXPERIENCIA EN EL MERCADO | 4 AÑOS                             |
| DIRECCIÓN:                | CALLE 8 N° Cra 29b-11 Santa Isabel |
| TELÉFONO:                 | 3134988219                         |

Fuente 20.Elaboración propia

##### CUESTIONARIO:

1. ¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país? (enumere 5 marcas).

RPT: Akt, Yamaha, Honda, Auteco y Suzuki cilindraje 125a 250.

2. De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?

RPT: Las que más solicitan Auteco y Akt y las que menos Suzuki.

3. ¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿algunas marcas o cilindraje en particular?

RPT: los repuestos que más se demandan son kit arrastre, pastillas, y bombillería.

4. ¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?

RPT: el origen de los repuestos es internacional de origen China e India.

5. ¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?

RPT: Centro, 1ra de mayo, 7 de agosto y Bosa.

6. ¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?

RPT: efectivo y tarjeta

7. ¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:

- a) Entre 18 y 35 años ☒
- b) Entre 36 y 65 años
- c) Mayores de 65 años

8. ¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?

RPT: De mayoreo 30% y Retail 70%. Existe en el centro y 1ra de mayo

9. ¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?

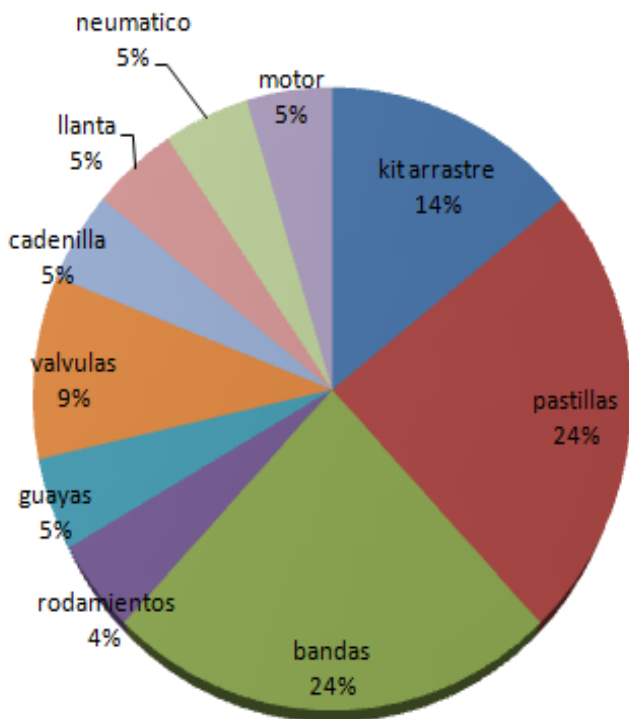
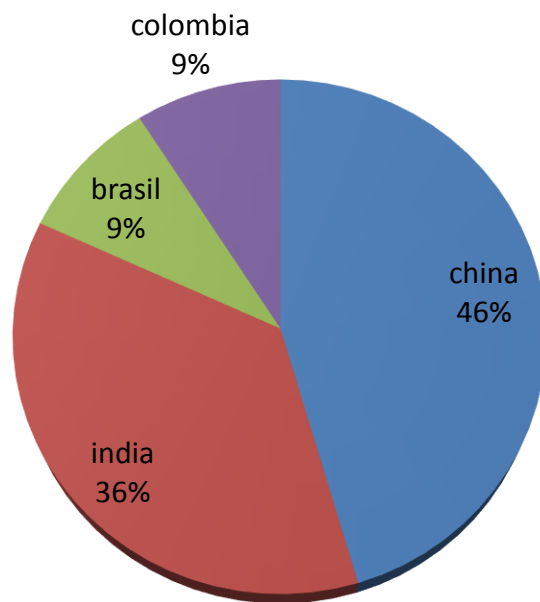
RPT: va aumentar el mercado porque se venden más motos que carros, además por economía, agilidad y costo. Además de facilidad de créditos en la compra de moto.

A continuación, se presenta un consolidado con las respuestas obtenidas al realizar las 5 entrevistas a los diferentes comerciantes de repuestos de moto, ubicados en diferentes zonas de la ciudad.

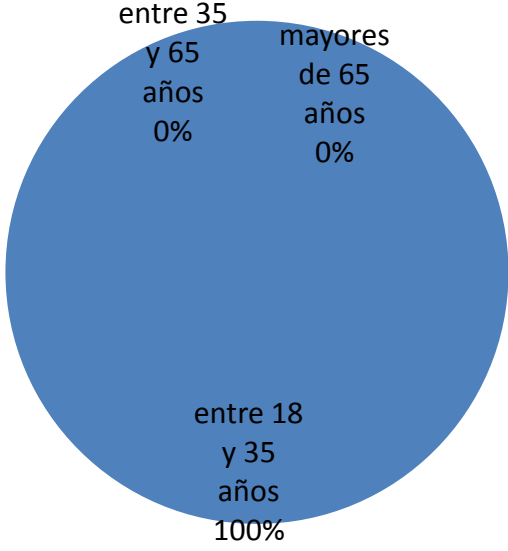
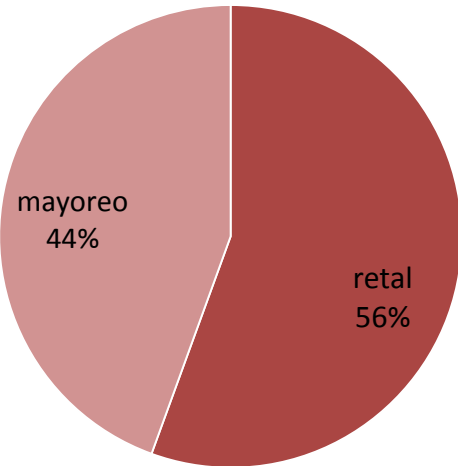
## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

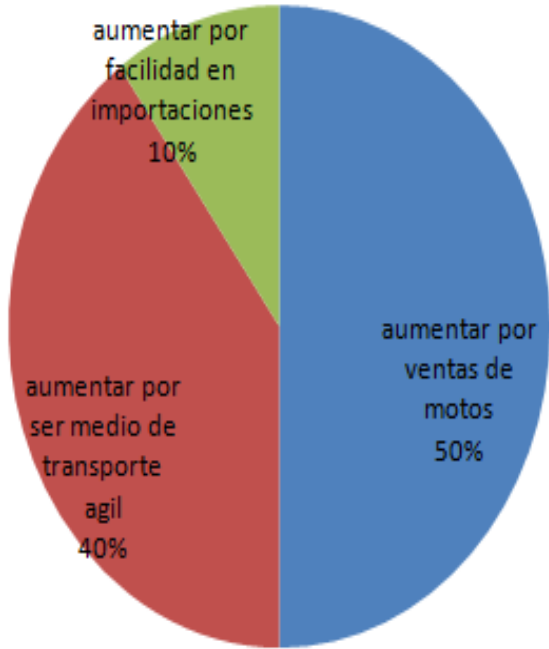
Tabla 12.Resultados de encuesta

| N°     | PREGUNTA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | RESULTADOS                                                                                                                                                                                                                                                                         |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|--------|-----|-----|-----|--------|-----|-------|-----|--------|-----|
| 1      | <p>¿Cuáles son las marcas de moto y número de cilindraje que en los dos últimos años más se han comprado en el país?</p> <p><b>ÁNALISIS:</b> Se observa que según los entrevistados las marcas de moto que más se han vendido en el país son Auteco, Yamaha, Akt, y honda. En quinto lugar se encuentra la marca Suzuki con el menor índice de ventas.</p> | <table border="1"><thead><tr><th>Marca</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Auteco</td><td>21%</td></tr><tr><td>Akt</td><td>21%</td></tr><tr><td>Yamaha</td><td>21%</td></tr><tr><td>Honda</td><td>21%</td></tr><tr><td>Suzuki</td><td>16%</td></tr></tbody></table> | Marca | Porcentaje | Auteco | 21% | Akt | 21% | Yamaha | 21% | Honda | 21% | Suzuki | 16% |
| Marca  | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Auteco | 21%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Akt    | 21%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Yamaha | 21%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Honda  | 21%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Suzuki | 16%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| 2      | <p>De las marcas anteriormente mencionadas ¿Cuáles de ellas solicitan más repuestos y cuáles menos?</p> <p><b>ÁNALISIS:</b> de estas marcas mencionadas en la respuesta anterior Auteco con un 38% es la que más solicita repuestos, seguido de la marca Akt con el 31%, en tercer lugar Yamaha con 15%, Honda y Suzuki 8%.</p>                            | <table border="1"><thead><tr><th>Marca</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Auteco</td><td>38%</td></tr><tr><td>Akt</td><td>31%</td></tr><tr><td>Yamaha</td><td>15%</td></tr><tr><td>Honda</td><td>8%</td></tr><tr><td>Suzuki</td><td>8%</td></tr></tbody></table>   | Marca | Porcentaje | Auteco | 38% | Akt | 31% | Yamaha | 15% | Honda | 8%  | Suzuki | 8%  |
| Marca  | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Auteco | 38%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Akt    | 31%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Yamaha | 15%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Honda  | 8%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |
| Suzuki | 8%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |            |        |     |     |     |        |     |       |     |        |     |

| 3           | <p>¿Cuáles son los repuestos que en general más se demandan durante los últimos dos años? ¿Algunas marcas o cilindraje en particular?</p> <p><b>ANÁLISIS:</b> los repuestos que más se han demandado en los últimos dos años mencionados por los entrevistados, han sido los relacionados al sistema de freno: pastillas de freno, kit de arrastre, bandas. Seguido de válvulas, guayas, cadenilla, llanta, moto, neumático y rodamientos.</p> |  <table><thead><tr><th>Repuesto</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>pastillas</td><td>24%</td></tr><tr><td>bandas</td><td>24%</td></tr><tr><td>kitarrastre</td><td>14%</td></tr><tr><td>motor</td><td>5%</td></tr><tr><td>neumatico</td><td>5%</td></tr><tr><td>llanta</td><td>5%</td></tr><tr><td>cadenilla</td><td>5%</td></tr><tr><td>valvulas</td><td>9%</td></tr><tr><td>guayas</td><td>5%</td></tr><tr><td>rodamientos</td><td>4%</td></tr></tbody></table> | Repuesto | Porcentaje | pastillas | 24% | bandas | 24% | kitarrastre | 14% | motor    | 5% | neumatico | 5% | llanta | 5% | cadenilla | 5% | valvulas | 9% | guayas | 5% | rodamientos | 4% |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|-----------|-----|--------|-----|-------------|-----|----------|----|-----------|----|--------|----|-----------|----|----------|----|--------|----|-------------|----|
| Repuesto    | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| pastillas   | 24%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| bandas      | 24%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| kitarrastre | 14%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| motor       | 5%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| neumatico   | 5%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| llanta      | 5%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| cadenilla   | 5%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| valvulas    | 9%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| guayas      | 5%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| rodamientos | 4%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| 4           | <p>¿Cuál es el origen de los repuestos más demandados, nacionales o internacionales? Si la respuesta es por la segunda ¿de qué países vienen particularmente?</p> <p><b>ÁNÁLISIS:</b> el origen de los repuestos proviene en su mayoría de China con un 46%, seguido de India 36%, Brasil y Colombia 9%. Es decir que más del 70% de los repuestos son internacionales.</p>                                                                    |  <table><thead><tr><th>País</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>china</td><td>46%</td></tr><tr><td>india</td><td>36%</td></tr><tr><td>brasil</td><td>9%</td></tr><tr><td>colombia</td><td>9%</td></tr></tbody></table>                                                                                                                                                                                                                                           | País     | Porcentaje | china     | 46% | india  | 36% | brasil      | 9%  | colombia | 9% |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| País        | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| china       | 46%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| india       | 36%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| brasil      | 9%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |
| colombia    | 9%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |            |           |     |        |     |             |     |          |    |           |    |        |    |           |    |          |    |        |    |             |    |

| 5                         | <p>¿Cuáles son las zonas en Bogotá donde más se venden repuestos?</p> <p><b>ÁNÁLISIS:</b> Las zonas de Bogotá donde mencionaron los comerciantes que más se venden repuestos son en su orden Centro con 38% 7 agosto y 1ra de mayo 23% y dos zonas que llevan poco participando en este mercado el Tintal y Bosa con 8%.</p>                                                                   | <table><thead><tr><th>Zona</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>centro</td><td>38%</td></tr><tr><td>7 agosto</td><td>23%</td></tr><tr><td>1ra mayo</td><td>23%</td></tr><tr><td>bosa</td><td>8%</td></tr><tr><td>tintal</td><td>8%</td></tr></tbody></table> | Zona              | Porcentaje | centro                    | 38% | 7 agosto | 23% | 1ra mayo | 23% | bosa | 8% | tintal | 8% |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------|---------------------------|-----|----------|-----|----------|-----|------|----|--------|----|
| Zona                      | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| centro                    | 38%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| 7 agosto                  | 23%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| 1ra mayo                  | 23%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| bosa                      | 8%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| tintal                    | 8%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| 6                         | <p>¿Qué modalidades de pago son las preferidas por los consumidores?</p> <p><b>ÁNÁLISIS:</b> las modalidades de pago que prefieren los usuarios son: en un 50% tarjeta crédito y débito y en un 50% efectivo. Solo un entrevistado menciona el tipo de tarjeta que utilizaban los clientes los demás respondieron tarjeta. Y la modalidad de efectivo se mencionó en todas las respuestas.</p> | <table><thead><tr><th>Modalidad de pago</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>tarjetas débito y crédito</td><td>50%</td></tr><tr><td>efectivo</td><td>50%</td></tr></tbody></table>                                                                           | Modalidad de pago | Porcentaje | tarjetas débito y crédito | 50% | efectivo | 50% |          |     |      |    |        |    |
| Modalidad de pago         | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| tarjetas débito y crédito | 50%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |
| efectivo                  | 50%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |            |                           |     |          |     |          |     |      |    |        |    |

| 7                  | <p>¿Por edades, cuales son los clientes que usualmente requieren más de estos productos?:</p> <p>d) Entre 18 y 35 años</p> <p>e) Entre 36 y 65 años</p> <p>f) Mayores de 65 años</p> <p><b>ÁNÁLISIS:</b> los clientes que usualmente requieren repuestos se encuentran según los entrevistados entre 18 y 35 años, con un 100%. Para la encuesta se tendrán en cuenta las demás opciones ya que son clientes que aunque requieren en menor cantidad repuestos, igual hacen uso de estos productos.</p> |  <table><tr><th>Edad</th><th>Porcentaje</th></tr><tr><td>entre 18 y 35 años</td><td>100%</td></tr><tr><td>entre 36 y 65 años</td><td>0%</td></tr><tr><td>mayores de 65 años</td><td>0%</td></tr></table> | Edad            | Porcentaje | entre 18 y 35 años | 100% | entre 36 y 65 años | 0%  | mayores de 65 años | 0% |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------|--------------------|------|--------------------|-----|--------------------|----|
| Edad               | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |
| entre 18 y 35 años | 100%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |
| entre 36 y 65 años | 0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |
| mayores de 65 años | 0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |
| 8                  | <p>¿Existe un mercado de mayoreo o retail, donde funciona? ¿y qué preferencias tiene?</p> <p><b>ÁNÁLISIS:</b> en la actualidad funcionan los siguientes tipos de mercado: retail con un 56 y mayoreo con un 44%.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  <table><tr><th>Tipo de Mercado</th><th>Porcentaje</th></tr><tr><td>retal</td><td>56%</td></tr><tr><td>mayoreo</td><td>44%</td></tr></table>                                                          | Tipo de Mercado | Porcentaje | retal              | 56%  | mayoreo            | 44% |                    |    |
| Tipo de Mercado    | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |
| retal              | 56%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |
| mayoreo            | 44%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |            |                    |      |                    |     |                    |    |

| 9                                         | <p>¿Cuál es su diagnóstico del mercado de piezas en Bogotá para los próximos dos años?</p> <p><b>ÁNÁLISIS:</b> para los entrevistados según el diagnóstico presentado sobre el sector de repuestos de moto en Bogotá, definen que el mercado tiene una tendencia a aumentar por tres razones principales: ventas de moto con un 50%, por ser un medio de transporte ágil y de gran preferencia por los ciudadanos con 40% y por la facilidad en importaciones de repuestos para los interesados en este tipo de negocio.</p> |  <table><thead><tr><th>Razón</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>aumentar por ventas de motos</td><td>50%</td></tr><tr><td>aumentar por ser medio de transporte ágil</td><td>40%</td></tr><tr><td>aumentar por facilidad en importaciones</td><td>10%</td></tr></tbody></table> | Razón | Porcentaje | aumentar por ventas de motos | 50% | aumentar por ser medio de transporte ágil | 40% | aumentar por facilidad en importaciones | 10% |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|------------------------------|-----|-------------------------------------------|-----|-----------------------------------------|-----|
| Razón                                     | Porcentaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       |            |                              |     |                                           |     |                                         |     |
| aumentar por ventas de motos              | 50%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       |            |                              |     |                                           |     |                                         |     |
| aumentar por ser medio de transporte ágil | 40%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       |            |                              |     |                                           |     |                                         |     |
| aumentar por facilidad en importaciones   | 10%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       |            |                              |     |                                           |     |                                         |     |

Fuente 21.Elaboración propia con base a entrevista llamada "entrevista a comerciantes de repuestos de moto en Bogotá" realizada entre los días 25-04-2018 a 05-04-2018 en las localidades de Mártires y Barrios unidos

## ÁNALISIS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

1. En el anterior consolidado de resultados se evidencia que las marcas con mayor participación en el mercado, es decir demandan mas repuestos en la ciudad de Bogotá son: AKT, AUTEKO y YAMAHA, siendo el centro el lugar donde se concentran la mayor cantidad de consumidores de estos productos con la modalidad de retail y mayoreo.
2. Estos consumidores adquieren en su mayoría piezas relacionadas al sistema de freno ya que sufren mayor desgaste en comparacion con las demás partes de la moto.
3. Es un mercado que tiene óptimas oportunidades en el mercado en la ciudad y en el país, ya que ha medida que crece la venta de motocicletas simultáneamente la venta de repuestos.

Con la realizacion de la anterior entrevista a los comerciantes de repuestos de motos en Bogotá y con los respectivos resultados consolidados, se ha tomado la informacion necesaria para la formalización de la encuesta, para asi perfilar de manera mas especifica el consumidor o posible cliente de la idea de negocio de comercializacion de repuestos de moto en la ciudad de Bogotá. Gracias al uso de esta instrumento se pudo confirmar que si hay oportunidades de negocio en el mercado de repuestos de moto en la ciudad de Bogotá.

En las encuestas a realizar se van a requerir los mismos datos de los encuestados para ampliar o verificar la información obtenida en caso de ser necesario.

### TRABAJO DE CAMPO REALIZACION DE ENCUESTA:

**Tipo investigación:** descriptiva

**Técnica de investigación:** cuantitativa

**Muestra:**

Para determinar el número de personas a las cuales se les debía aplicar las encuestas, se indago sobre el tamaño del universo, para este caso el número de almacenes legales registrados en la ciudad de Bogotá como comerciantes autorizados de repuestos de moto.

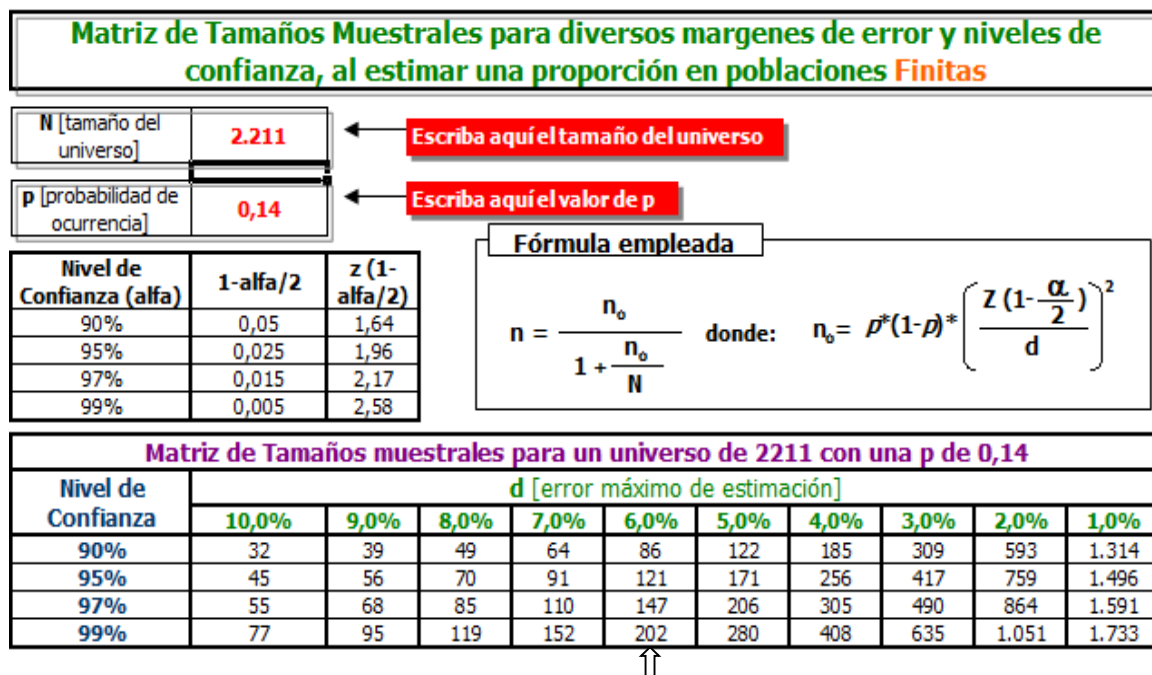
La información fue compleja de obtener, pero finalmente se encontró en la página web de la revista anuario del motociclista quien es partner oficial de la revista Publímotos una de las más importantes a nivel de motocicletas. Se encontró un tamaño del universo de **2211** almacenes de motos en la ciudad de Bogotá.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>Directorio especializado de almacenes de repuestos en Bogotá. Anuario del Motociclista 2018 | Editores & Estrategias S.A.S

Con el número del tamaño de la muestra se realizó la siguiente matriz para determinar la muestra, aplicando la formula correspondiente:

Grafico 11.Matriz de tamaños muestrales



Fuente 22.Elaborado por profesor de estadísticas colegio Rómulo Gallegos. "matriz de tamaños muestrales" febrero de 2015

De acuerdo a la matriz de tamaños muestrales se determinó para la aplicación de la encuesta la siguiente información:

Nivel de confianza: 94%

Error de estimación: 6%

Tamaño de la muestra: 202

Tipo de muestreo: no probabilístico de tipo intencional o discrecional, ya que se selecciona en base al conocimiento propio.

La encuesta se realizará en cinco zonas de Bogotá de acuerdo a información brindada de la entrevista, como principales plazas de comercio. Se distribuyó el muestreo de la siguiente manera:

Tabla 13.Distribución por zonas de comercio de motos

| ZONA                | PORCENTAJE | NÚMERO DE ENTREVISTAS A REALIZAR |
|---------------------|------------|----------------------------------|
| ZONA 1: CENTRO      | 0.50%      | 101                              |
| ZONA 2: 1RA DE MAYO | 0.18%      | 36                               |
| ZONA 3: 7 DE AGOSTO | 0.15%      | 31                               |
| ZONA 4:TINTAL       | 0.10%      | 20                               |
| ZONA 5: BOSA        | 0.07%      | 14                               |
| <b>TOTAL</b>        |            | <b>202</b>                       |

Fuente 23.Elaboración propia

### Diseño de instrumentos

La siguiente encuesta se construyó en base a los resultados obtenidos en la investigación exploratoria de la entrevista, cada pregunta arrojará información puntual clave sobre marcas, cilindrajes, repuestos y zonas que tienen más demanda por parte de los usuarios en la ciudad de Bogotá. Las preguntas son de tipo selección múltiple, lo cual facilitará la cuantificación de los resultados. Con esta encuesta se busca la obtención de información a fondo que como ya se relató al inicio no se encontró de fuentes primarias y secundarias.

Las personas encuestadas como se mencionó anteriormente, pertenecen a diferentes zonas de comercio de repuestos y cuentan con una experiencia favorable para la obtención de información relevante, se indican los datos de cada entrevistado para verificar y ampliar información en caso de ser necesario.

La encuesta se realizó por medio de la plataforma de formularios de Google, fue la siguiente:

Gráfico 12. Formato de encuesta formularios de google.

24/5/2018

PANORAMA ACTUAL DEL MERCADO DE REPUESTOS DE MOTO EN BOGOTÁ

## PANORAMA ACTUAL DEL MERCADO DE REPUESTOS DE MOTO EN BOGOTÁ

Mediante la siguiente encuesta se busca obtener información específica sobre el mercado de repuestos de moto en la ciudad, conociendo marcas, tendencias, clientes, zonas de comercialización y partes más demandadas.

### DATOS DEL ENTREVISTADO

---

1. NOMBRE Y APELLIDOS

---

2. OCUPACIÓN

---

3. EXPERIENCIA EN EL MERCADO  
(MESES/AÑOS)

---

4. NOMBRE DE LA EMPRESA

---

5. DIRECCIÓN

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ ZONA 1: CENTRO  
☐ ZONA 2: 1RA DE MAYO  
☐ ZONA 3: 7 AGOSTO  
☐ ZONA 4: TINTAL  
☐ ZONA 5: BOSA

6. TELÉFONO FIJO Y/O CELULAR

---

### CUESTIONARIO

---

**7. 1-En los últimos dos años, ¿cuáles han sido las marcas de moto más vendidas?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Auteco  
☐ Akt  
☐ Yamaha  
☐ Otros: \_\_\_\_\_

**8. 2-De las marcas anteriormente mencionadas, ¿cuáles solicitan mas repuestos?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Auteco  
☐ Akt  
☐ Yamaha

**9. 3-De las anteriores, ¿cuáles de las marcas ha demandado menos repuestos en los últimos dos años?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Auteco  
☐ Akt  
☐ Yamaha  
☐ Otros: \_\_\_\_\_

**10. 4-De los siguientes repuestos durante los dos últimos años, ¿cuáles se han demandado más?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Sistemas de freno: kit de arrastre, pastillas y bandas  
☐ Guayas  
☐ Válvulas  
☐ Cadenillas  
☐ Rodamientos  
☐ Bombillería  
☐ Otros: \_\_\_\_\_

**11. 5-Con respecto a la pregunta anterior, de los siguientes cilindrajes, ¿de cuales proviene mas la demanda de repuestos?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ 110 cc  
☐ 125 cc  
☐ 150 cc  
☐ 180 cc  
☐ 200 cc  
☐ Otros: \_\_\_\_\_

**12. 6-¿Cuál es el origen por país de los repuestos demandados?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ República Popular China
- ☐ India
- ☐ Japón
- ☐ Brasil
- ☐ Colombia
- ☐ Taiwán
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

**13. 7-De las siguientes zonas, ¿cuáles con las preferidas para establecer puntos de venta de repuestos de moto?***Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- ☐ Centro : entre calles 15 y 18 a cra 14 a 18
- ☐ 1ra de mayo
- ☐ 7 de agosto
- ☐ Tintal
- ☐ Bosa
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

**14. 8-¿La escogencia del sector obedece al entorno de seguridad?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Si
- ☐ No

**15. 9-¿Qué modalidades de pago son las preferidas por la compra de repuestos?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Efectivo
- ☐ Tarjeta débito
- ☐ Tarjeta Crédito

**16. 10-¿En que rangos de edad se encuentran sus clientes que usualmente requieren de sus productos?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Entre 18 y 35 años
- ☐ Entre 35 y 65 años
- ☐ Mayores de 65 años

**17. 11-¿ Sus clientes normalmente pertenecen a que género ?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

**18. 12-¿En que otra localidad le gustaría contar con otro punto de venta ?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Centro
- ☐ 1ra de mayo
- ☐ 7 de agosto
- ☐ Tintal
- ☐ Bosa
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

**19. 13-¿Utiliza herramientas tecnológicas para la venta de repuestos?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Si
- ☐ No

**20. 14-Si la respuesta es que sí, ¿Qué modalidad?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Página corporativa
- ☐ Portal de internet
- ☐ Redes sociales
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

**21. 15-¿ Qué debería tener primordialmente un punto de venta de repuestos de moto, para atraer a un cliente?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Mostradores
- ☐ Iluminación
- ☐ Seguridad
- ☐ Espacios para parquear
- ☐ Visualización de las marcas
- ☐ Punto de instalación
- ☐ Experiencia del vendedor
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

22. 16-¿Cuál considera que es el área adecuada para un punto de venta de repuestos de moto?

Marca solo un óvalo.

- ☐ 5 mts 2
- ☐ 12 mts 2
- ☐ 20 mts 2
- ☐ 100 mts 2
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

23. 17-¿Sus productos traen garantía?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No

24. 18-Si su respuesta fue si, ¿cuánto tiempo de garantía?

Marca solo un óvalo.

- ☐ 1 mes
- ☐ 3 meses
- ☐ 6 meses
- ☐ Otros: \_\_\_\_\_

---

Con la tecnología de  
 Google Forms

Fuente 24.Elaboración propia

### Recursos:

Recursos financieros: \$20.000 transportes para traslados entre las diferentes zonas

Recursos humanos: 2 persona encargadas de la realización de las entrevistas

Recursos tecnológicos: 1 celular para diligenciar encuestas y 1 computador análisis de resultados.

### Trabajo de campo:

Las encuestas fueron realizadas los días 19-20-21 de mayo de 2018 en las horas de la mañana a tarde.

- El día 19 de mayo 2018: Se realizaron primero las encuestas a personas ubicadas en el sector del centro en la mañana y en la tarde se realizaron las encuestas a comerciantes ubicados en zona de 1ra de mayo.
- El día 20 de mayo 2018: Se realizaron encuestas en zona de Tintal y Bosa de 9 am a 3 pm, pues cierran los almacenes temprano por ser dominical.
- El día 21 de mayo 2018: Se realizaron encuestas el día lunes desde las 10 am en el 7 de agosto, hasta las horas de la tarde.

### Análisis, conclusiones y recomendaciones

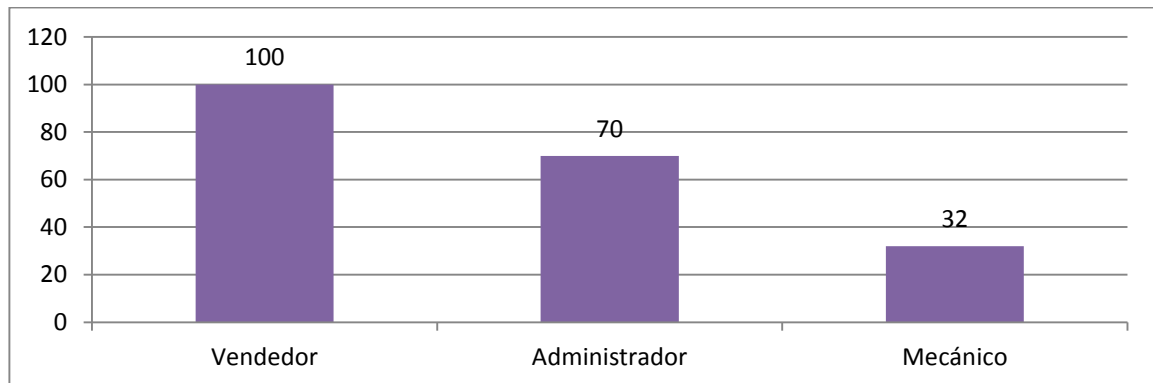
Grafico 13 Formulario google finalización de encuestas.



Fuente 25. Formularios de google

Ocupación personas encuestadas:

Grafico 14. Ocupación de las personas encuestadas

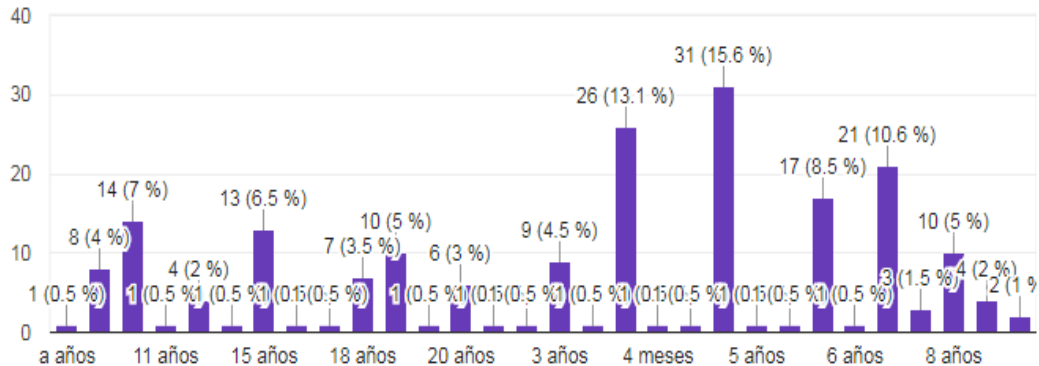


Fuente 26. Elaboración propia

Grafico 15.Experiencia en el mercado

EXPERIENCIA EN EL MERCADO (MESES/AÑOS)

199 respuestas

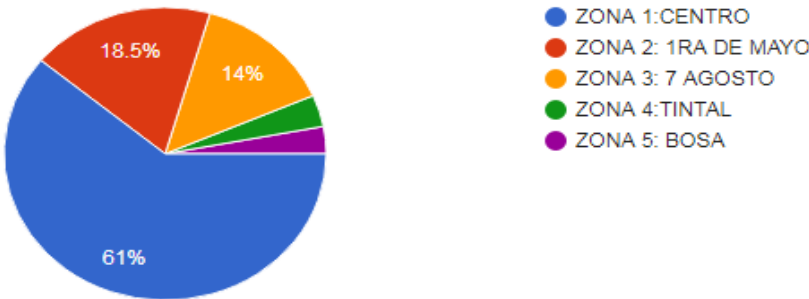


Fuente 27 Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

Grafico 16.Direccion de almacén

DIRECCIÓN

200 respuestas

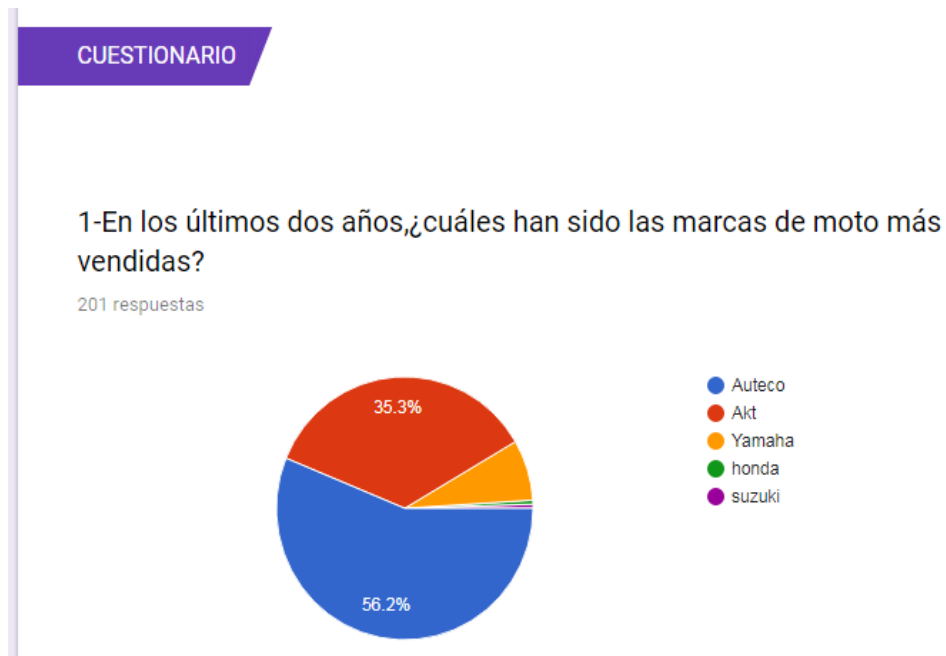


Fuente 28.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

## TABULACIÓN DE RESPUESTAS A CUESTIONARIO:

Las siguientes gráficas se obtuvieron automáticamente desde la plataforma de formularios de google, se plasman los pantallazos del resultado de cada pregunta:

Grafico 17.Respuesta 1



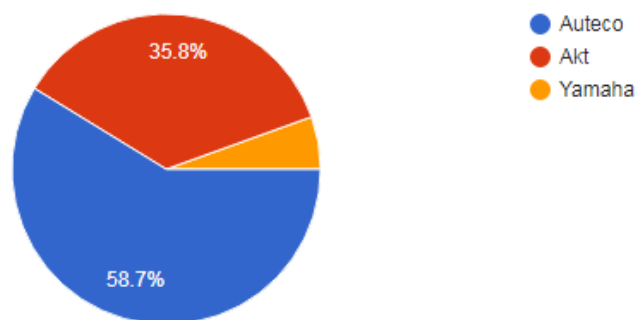
Fuente 29.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** según los comerciantes encuestados y teniendo en cuenta su experiencia en el mercado de motocicletas, la marca de motos más vendida es Auteco (56.02%), seguido de Akt (35.36%), Yamaha (7.5%), Honda y Suzuki (0.5%)

Grafico 18.Respuesta 2

2-De las marcas anteriormente mencionadas, ¿cuáles solicitan mas repuestos?

201 respuestas



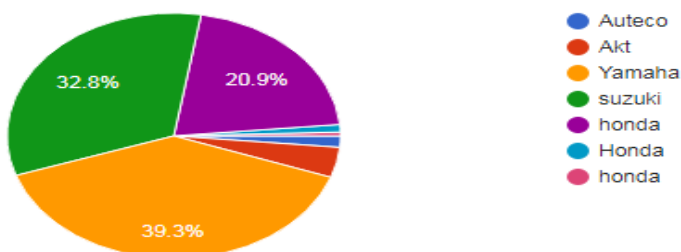
Fuente 30.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** de estas tres marcas mencionadas, las que más solicitan repuestos son en su orden: Auteco (58.7%), Akt (35.8%) y Yamaha (5.5%)

Grafico 19.Respuesta 3

3-De las anteriores, ¿cuáles de las marcas ha demandado menos repuestos en los últimos dos años?

201 respuestas



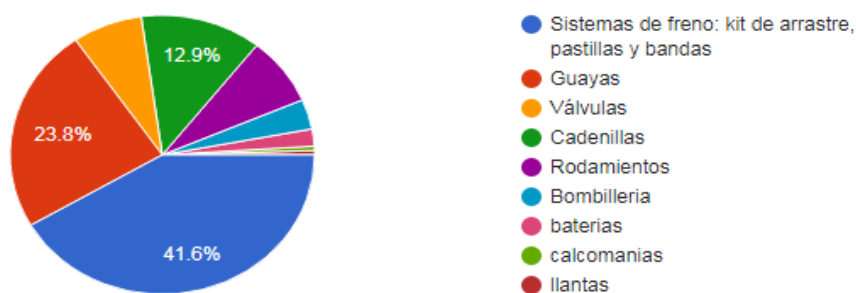
Fuente 31.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** en caso opuesto a la anterior pregunta, las motos que menos han demandado repuestos según los comerciantes son: Yamaha (39.3%), Suzuki (32.8%), Honda (30.5%)

Grafico 20.Respuesta 4

4-De los siguientes repuestos durante los dos últimos años, ¿cuáles se han demandado más?

202 respuestas



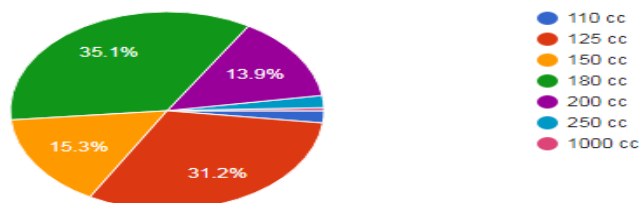
Fuente 32.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** según los resultados los repuestos más demandados en la capital del país son en su orden: sistema de freno (41.6%), guayas (23.8%), cadenillas (12.9%), rodamiento (7.9%), válvulas (7.4%), bombillería (3.5%), baterías (2%), calcomanías y llantas (2%).

Grafico 21.Respuesta 5

5-Con respecto a la pregunta anterior, de los siguientes cilindrajes, ¿de cuales proviene mas la demanda de repuestos?

202 respuestas



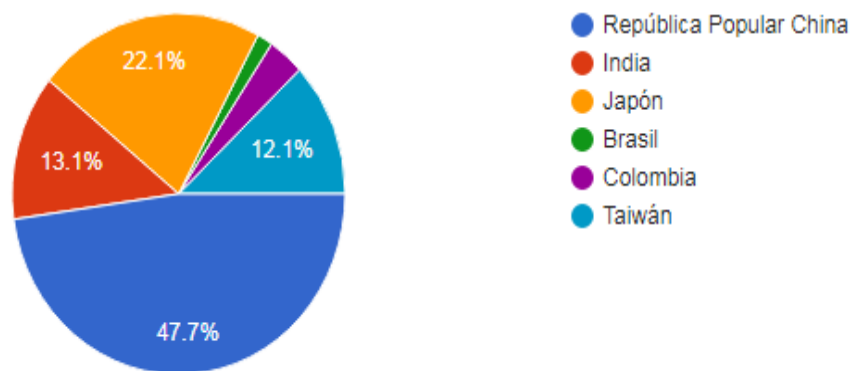
Fuente 33.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** las motos y repuestos más vendidos en la ciudad pertenecen a cilindraje en su mayoría 180cc (35.1%). 125cc (31.2%), 150cc (15.3%), 200cc (13.9%), 110cc y 250cc (2%) y 1000cc un (0.5%).

Grafico 22.Respuesta 6

### 6-¿Cuál es el origen por país de los repuestos demandados?

199 respuestas



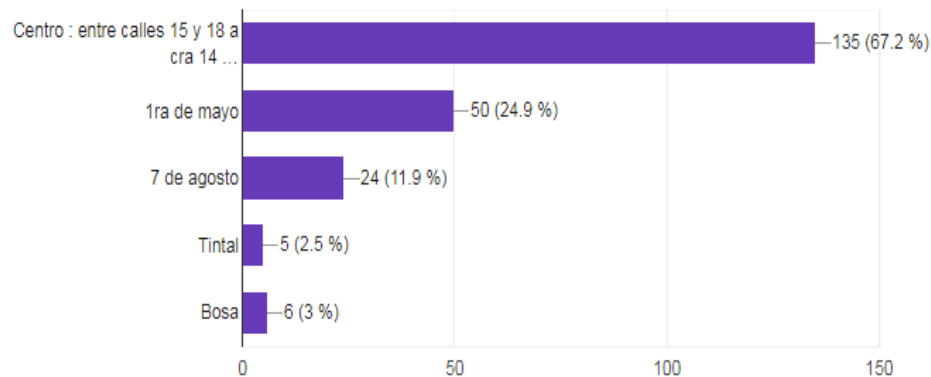
Fuente 34.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** el país de donde provienen la mayoría de los repuestos que son comerciados en las diferentes zonas de la capital es República Popular China (47.7%), en segundo lugar de Japón (22.1%), India (13.1%), Taiwán (12.1%), Colombia (3.5%) y Brasil (1.5%).

### Grafico 23.Respuesta 7

7-De las siguientes zonas, ¿cuáles con las preferidas para establecer puntos de venta de repuestos de moto?

201 respuestas



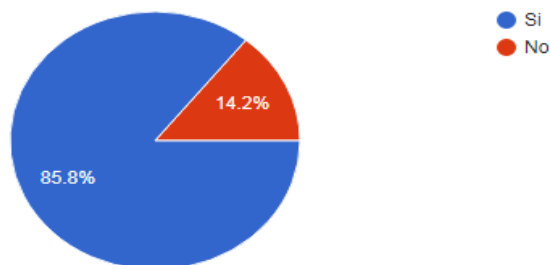
Fuente 35.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** la zona preferida por los comerciantes de repuestos de moto para establecer puntos de venta en la ciudad es el centro con más de la mitad de la población de acuerdo (67.2%), seguido de la 1ra de mayo (24.9%), 7 de agosto (11.9%), Tintal (2.5%) y Bosa (3%).

Grafico 24.Respuesta 8

8-¿La escogencia del sector obedece al entorno de seguridad?

197 respuestas



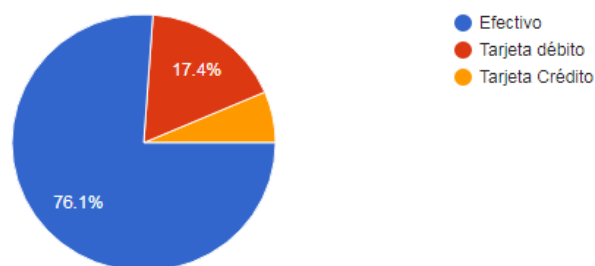
Fuente 36.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** en un 85% los comerciantes escogen el sector de acuerdo a entorno de seguridad, resulta paradójico ya que la mayoría de almacenes se establecen en esta zona de la ciudad. Este porcentaje según indicaron los encuestados pertenece más a los usuarios.

Grafico 25.Respuesta 9

9-¿Qué modalidades de pago son las preferidas por la compra de repuestos?

201 respuestas



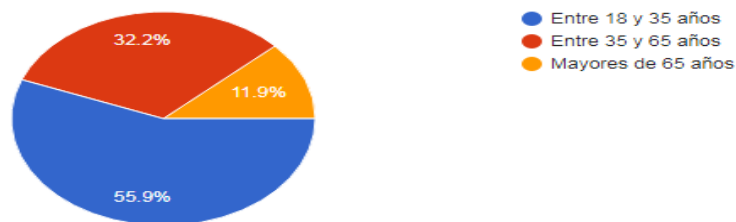
Fuente 37.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** la modalidad de pago que comúnmente utilizan los usuarios al momento de cancelar el costo de su compra es efectivo (76.1%) en 17.4% cancelan con tarjeta débito y el 6.5% restante con tarjea de crédito.

Grafico 26.Respuesta 10

10-¿En que rangos de edad se encuentran sus clientes que usualmente requieren de sus productos?

202 respuestas



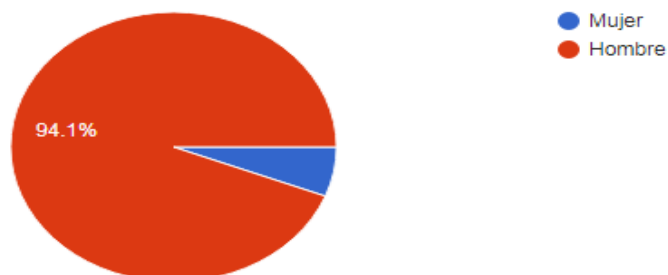
Fuente 38.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** el 55.9% de usuarios que adquieren repuestos de motocicletas están entre 18 y 35 años, seguido de un 32.2% usuarios entre 35 y 65 años y usuarios mayores de 65 años lo hacen con menos frecuencia 11.9%.

Grafico 27.Respuesta 11

11-¿ Sus clientes normalmente pertenecen a que género ?

202 respuestas



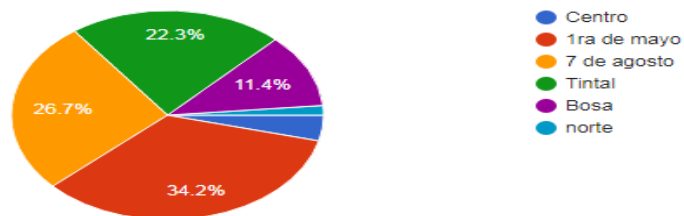
Fuente 39.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** 94.1% de los usuarios que adquieren repuestos de moto en las diferentes zonas de la ciudad pertenecen al género masculino, lo que indica que el 5.9% restante son mujeres.

Grafico 28. Respuesta 12

12-¿En que otra localidad le gustaría contar con otro punto de venta ?

202 respuestas



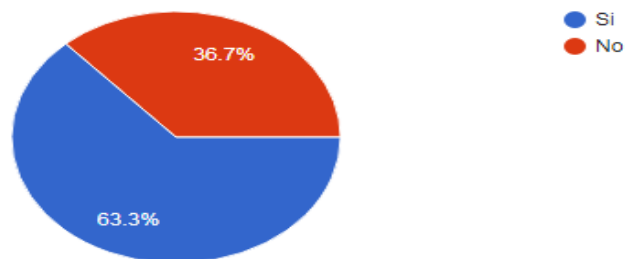
Fuente 40.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** los comerciantes encuestados si tuvieran la oportunidad de establecer otro punto de venta en la ciudad en el mismo mercado de repuestos, les gustaría establecerlo en la zona de 1ra de mayo (34.2%), seguido de 7 agosto (26.7%), en el Tintal un (22.3%), en Bosa (11.4%) en el centro (4%) y en el norte un (1.5%).

Grafico 29.Respuesta 13

13-¿Utiliza herramientas tecnológicas para la venta de repuestos?

199 respuestas



Fuente 41.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** según los resultados de los comerciantes entrevistados un 63.3% hoy en día utiliza herramientas tecnológicas para apoyo de sus ventas y solo un 36.7% no hace uso de estas herramientas.

Grafico 30.Respuesta 14

**14-Si la repuesta es que sí, ¿Qué modalidad?**

127 respuestas



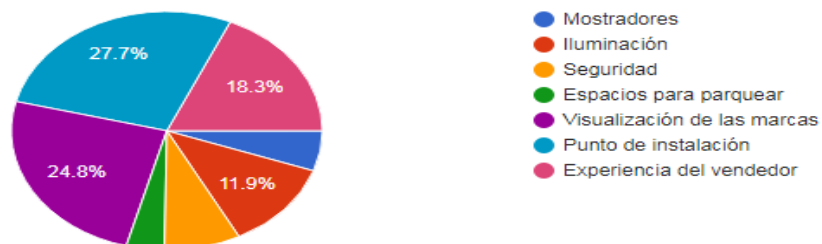
Fuente 42.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** de los comerciantes que, si utilizan herramientas tecnológicas para sus ventas, el 44.1% lo hace por medio de su página corporativa. El 31.5% hace uso de sus redes sociales y el 24.4% utiliza portales de internet tales como OLX y Mercado Libre.

Grafico 31.Respuesta 15

**15-¿ Qué debería tener primordialmente un punto de venta de repuestos de moto, para atraer a un cliente?**

202 respuestas



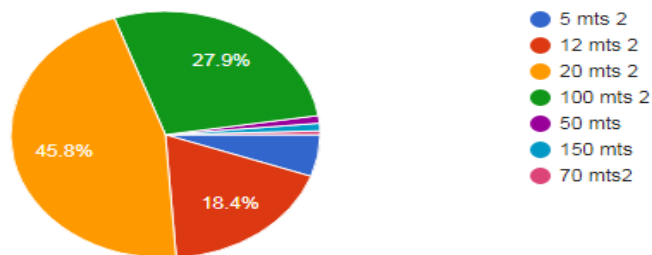
Fuente 43.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANÁLISIS:** los elementos que según los encuestados debe tener primordialmente un punto de venta de repuestos son en su orden: punto de instalación (27.7%), visualización de las marcas (24.8%), experiencia del vendedor (18.3%), iluminación (11.9%), seguridad (7.4%) y espacios para parquear (4%).

Grafico 32.Respuesta 16

16-¿Cuál considera que es el área adecuada para un punto de venta de repuestos de moto?

201 respuestas



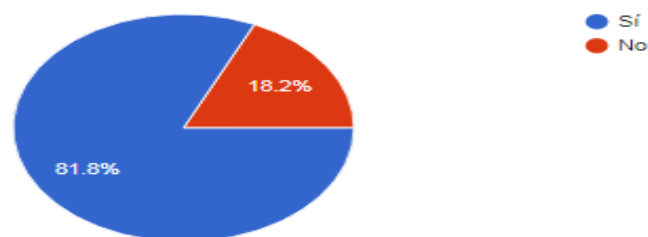
Fuente 44.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANÁLISIS:** el área que tienen la mayoría de almacenes encuestados y que considera adecuada para un punto de venta el comerciante es 20 mts² 45.8% seguido de 100mts² (27.9%), 12 mts² opino el 18.4%, 5mts² el 5.5%, 50mts² y 70 mts² el 1%.

Grafico 33.Respuesta 17

17-¿Sus productos traen garantía?

198 respuestas



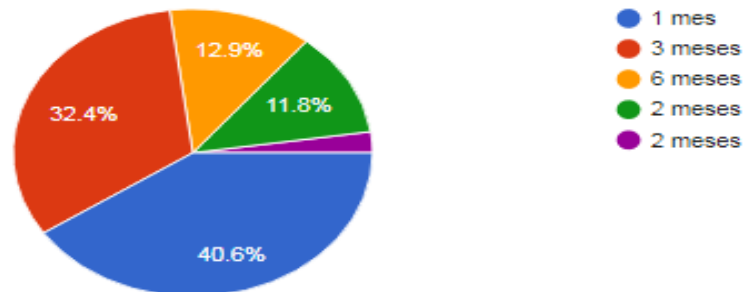
Fuente 45.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** un 81.8% de los comerciantes encuestados brindan garantía de sus productos y un 18.2% no dan garantía.

Grafico 34.Respuesta 18

### 18-Si su respuesta fue si, ¿cuánto tiempo de garantía?

170 respuestas



Fuente 46.Resultados de encuesta llamada "panorama actual del mercado de repuestos de Bogotá". Aplicada en 5 zonas. Formularios de google. Tabulación automática.

**ANALISIS:** de los comerciantes que, si dan garantía de sus productos, el 40.6% ofrece 1 mes de garantía, el 32.4% 3 meses, el 12.9% 6 meses, el 11.8% 2 meses y el 2.4% da 2 meses de garantía.

## ESTRATEGIA DE MERCADEO

### OBJETIVOS

#### DE MERCADEO

- Ganar participación en el mercado de repuestos de moto nivel nacional.
- Incursionar en el segmento de mercado de grupos de motociclistas.
- Lograr convertirnos en uno de los mejores comercializadores de repuestos para moto en nuestra industria nombrados por la variedad de productos ofrecidos al mercado.
- Realizar ajustes al portafolio de productos que se ofrece para que satisfagan plenamente las necesidades y/o deseos de los clientes.
- Entregar al nuevo segmento del mercado en el que se va a incursionar, valor agregado es decir brindar al cliente mayor cantidad de beneficios, en relación con el costo que implica la adquisición de los productos.

## DE VENTAS

- Aumentar en el año 2020 el nivel de ventas en un 10% y en los años siguientes un porcentaje mayor, manteniendo un crecimiento sostenido.
- Aumentar el número de ventas de productos brindados a clientes existentes.
- Enfocar la venta de productos al segmento del mercado que mayor participación tienen es decir usuarios en edades entre 18 y 35 años.
- Aumentar los volúmenes de venta en fechas como mitad de año y diciembre en un 5%.

## DE COMUNICACIÓN

- Incrementar el nivel de notoriedad del punto de venta, no solo en el sector, ni en la ciudad sino a nivel nacional.
- Lograr que el público objetivo conozca la existencia de los productos ofrecidos por el almacén, sus características, ventajas y beneficios.
- Dar mayor visibilidad al mercado sobre las promociones, descuentos y/o eventos por fechas especiales que realizara el almacén para aumentar el nivel de ventas.
- Impulsar el uso de fuentes para la obtención de información sobre los repuestos ofrecidos como lo son: página web, redes sociales, participación en sitios web de ofertas (Mercado libre) y convenios con otras empresas.

## GRUPO OBJETIVO-CONSUMIDOR

Según los resultados obtenidos en la realización de la entrevista y posteriormente la encuesta, que brindaron una información más amplia sobre el mercado y sus consumidores, en este plan de negocio se propone como grupo objetivo al cual se va a dirigir las estrategias y se enfocara a cubrir sus necesidades es el segmento de usuarios de motocicletas en edades entre 18 y 35 años.

Este mercado como se analiza en la investigación de mercados, es actualmente I potencial, es decir tiene, mayor participación en este sector de motocicletas, puesto que es en este rango de edad donde los usuarios adquieren frecuentemente una motocicleta ya sea para uso personal, medio de transporte o medio de trabajo.

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

Este segmento del mercado, requieren repuestos relacionados principalmente al sistema de freno, puesto que utilizan con alta frecuencia en la semana la motocicleta y son muchos de ellos los que utilizan la moto para realizar viajes a municipios aledaños a la ciudad y a otras ciudades. Por ello esta pieza sufre un continuo desgaste; además de estas partes de freno, se interesan en accesorios de lujo para

la moto, realizan diseños personalizados según gustos y preferencias, y adquieren repuestos originales para mayor seguridad y confianza.

#### PRECIOS Y CONDICIONES

La estrategia principal para los precios de los repuestos es la siguiente:

- A todos los repuestos se les obtendrá una ganancia del doble del precio al que llegan, ya que estos precios son los que me manejan en la mayoría de las plazas de comercio de repuestos de moto.
- Por experiencia en el mercado los usuarios de motocicletas son conocedores de los precios en las distintas zonas de la ciudad.

#### COMUNICACIÓN

#### ESTRATEGIA CREATIVA

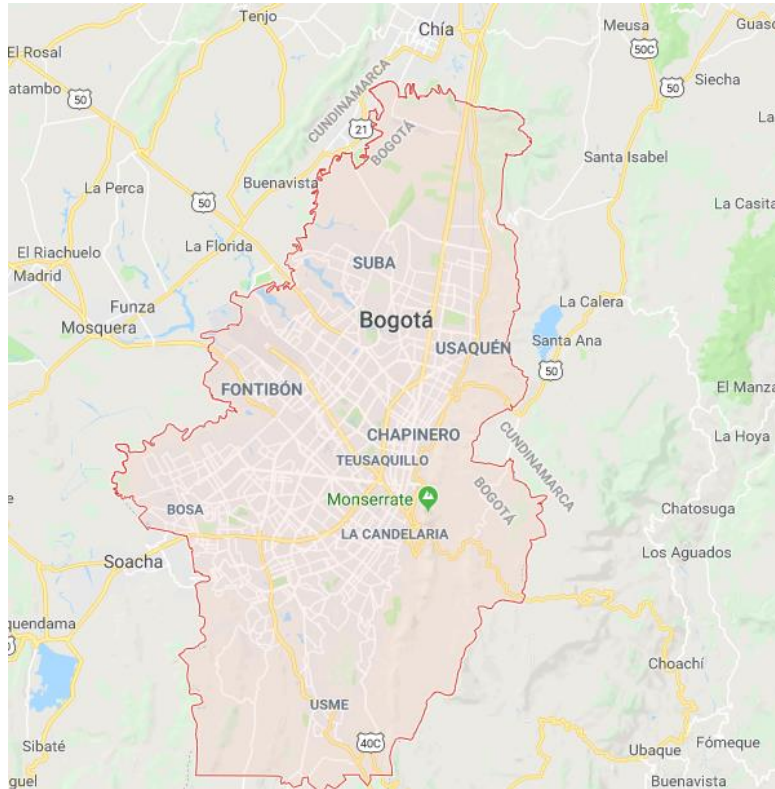
##### **Posicionamiento:**

- **Atributo:** se manejarán marcas con antigüedad en el mercado, tales como Auteco, Akt y Yamaha, variedad de marcas, tecnología en accesorios, precios asequibles y en un punto de venta seguro en la ciudad. Estas marcas brindan confianza y seguridad a los usuarios ya que brindan cuentan con características como calidad, originalidad y accesibilidad.
- **Beneficios:** los beneficios que ofrecerá este punto de venta a sus clientes es la calidad de los productos que se ofrece al mercado, la confianza al conducir por la ciudad y sus alrededores.

##### **Target group**

- 1- **Perfil demográfico del cliente:** motociclistas habitantes de la ciudad de Bogotá, en edades entre 18 y 35 años de edad, de género en su mayoría masculino.

Grafico 35.Mapa de Bogotá



Fuente 47.Mapa Bogotá. En(línea):<http://mapas.bogota.gov.co/>

## **2- Perfil sociocultural:**

Nivel económico: estrato 2 en adelante

Nivel educativo: básico primaria y bachillerato

Costumbres: usuarios que utilicen su moto con una frecuencia de 5 días a la semana, que la utilicen como medio de transporte para dirigirse hacia su trabajo, hogar o institución educativa. Que utilice además la moto como recurso de trabajo, que realiza largos desplazamientos en la ciudad, municipios aledaños y otras partes del país.

Otra característica que tiene este segmento de la población es que se une o pertenece a grupos dedicados a “rodar”, es decir un grupo de motociclistas que viven experiencias viajando a bordo de sus motos y en algunos casos realizan obras sociales.

### 3- Perfil digital:

- Los usuarios de repuestos entre este rango de edad, se encuentran en la generación millennial (20 y 35 años).
- Captar su atención es un reto, lo que no le proporciona información de los que buscan, lo descartan del todo.
- Su principal buscador es google
- Sus principales redes sociales son: Instagram en primer lugar, Facebook y Twitter.
- WhatsApp es su medio de comunicación favorito.
- Cuentan con al menos un dispositivo que les permite conectarse a internet constantemente.
- Realizan compras por internet.
- Visita paginas relacionadas a venta de repuestos, eventos para motocicletas y revistas deportivas como Publimotos.
- Captar la atención de este público resulta fácil por medios digitales, pero se debe captar su atención con precios, promociones, eventos, calidad, marcas y accesibilidad.

#### PLAN DE MEDIOS

Se realizó un perfil digital de los motociclistas que ingresan a páginas relacionadas con repuestos de moto, para este caso la revista Publimotos que es una de las más conocidas a nivel nacional, y donde se resaltan actualidad en repuestos, en motos, ingresos de nuevas marcas, proveedores, puntos de venta, eventos relacionados con motos e informe sobre resultados de carreras en el autódromo. Esto con el fin de analizar el comportamiento de los usuarios cuando navegan por portales web relacionados con moto. Se realizó utilizando la plataforma de Similar Web para la obtención de estadísticas, que se presentan a continuación:

- Rango global: 743.502
- Rango del país: Colombia 9.211
- Categoría rango: autos y vehículos 14.983
- Fuentes de trafico: por buscador (78.25%); directo (12.08%); redes sociales (6.96%); correo electrónico (1.63%).
- Referencias del trafico: el 1.8% es de referencias de los siguientes sitios web:
  - ✓ Motos.honda.com: página corporativa de Honda
  - ✓ Motocicletas. Motociclismo: Blog de motos y motociclismo
- Porcentaje de trafico orgánico: 100%
- Redes sociales: Facebook (91.36%); YouTube (8.64%)
- Páginas web que visitan:

- ✓ Auteco
- ✓ Mercado libre
- ✓ Tvs motos
- ✓ De motos
- ✓ Moteros Colombia

De las anteriores estadísticas se puede deducir, que la estrategia de mercadeo para la comunicación a los usuarios de motocicletas sobre el punto de venta a crear, se puede desarrollar iniciando mediante redes sociales, ya que tiene el perfil de la era digital y frecuentemente navegan por la web ya sea por buscadores o redes sociales, consultan temas puntuales de interés y el tráfico proviene principalmente de la red social Facebook.

De esta manera se creará un anuncio publicitario en Facebook que contará con las siguientes características

Gráfico 36. Logo



Grafico 37. Anuncio en Facebook



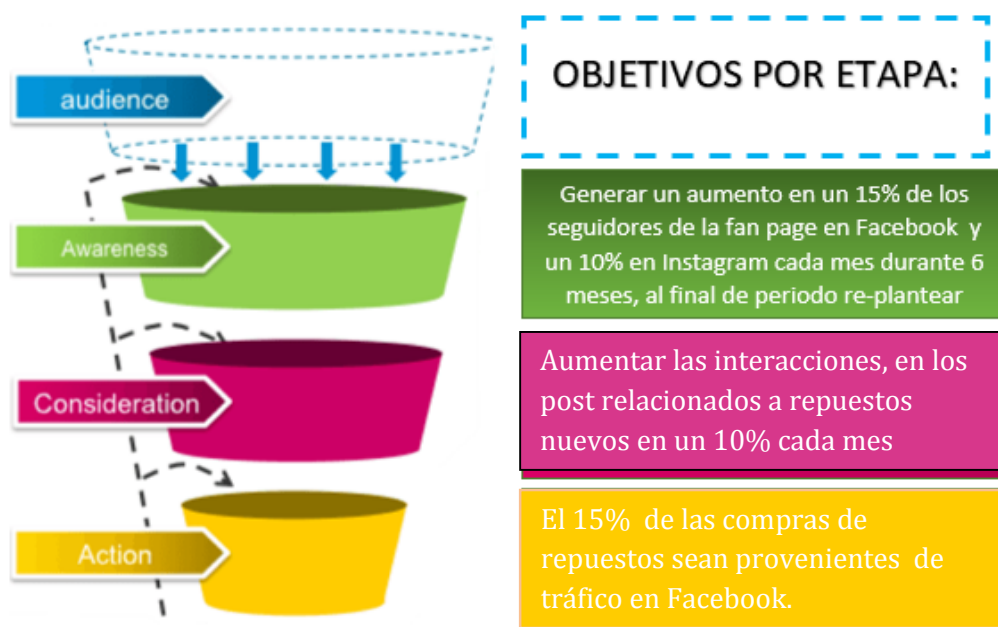
Fuente 48.Elaboracion propia. Anuncio en Facebook. Empresa R&M MOTORCYCLE PARTS. En (Línea): <https://es-la.facebook.com>

- **Estrategia creativa utilizando medios digitales, en este caso Facebook**

El siguiente es un embudo de conversión que se utiliza para definir los momentos importantes en la decisión de compra de un consumidor, ya que está en manos de la empresa, la manera en que en las diferente fases de la compra se motiva al consumidor a continuar en un mismo proceso enfocado a la adquisición final de un bien o servicio. Las fases que conforman este embudo de conversión son las siguientes.

- Audiencia
- Conciencia
- Consideración
- Acción

Grafico 36.Embudo de conversión para la estrategia



Fuente 49.Grafico 38.Elaboracion propia con base a temas tratados en clase de E-marketing. Profesor Santiago Núñez.

#### PLAN DE ACCIÓN

Tabla 14.Plan de acción, seguimiento a estrategia

| RESPONSABLE                                                   | ACCION                 | FECHA           |
|---------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| Ejecución del anuncio publicado en Facebook.                  | Gerente administrativo | Julio           |
| Publicación de imágenes de repuestos nuevos, marcas y precios | Gerente administrativo | Todos los meses |
| Seguimiento a indicadores de cumplimiento                     | Gerente administrativo | Enero           |
| Creación de nuevas promociones                                | Asesor comercial       | Febrero         |

Fuente 50.Elaboración propia

CONTROLES, EVALUACIONES  
 Tabla 15. Indicadores de medición

| RESULTADO A MEDIR                          | INDICADOR                                                 |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Personas que dan click a la página         | #Clicks en 30 días / #total impresiones en el mes         |
| Aumento de seguidores                      | #seguidores últimos 30 días/ #total seguidores            |
| Interacciones en anuncios                  | # Total de Comentarios x anuncio / # Total de comentarios |
|                                            | (#Likes+#compartidos+#comentarios)/usuarios alcanzados    |
| Ventas provenientes de tráfico en Facebook | #Leads anuncio Facebook/ # Total de Leads                 |

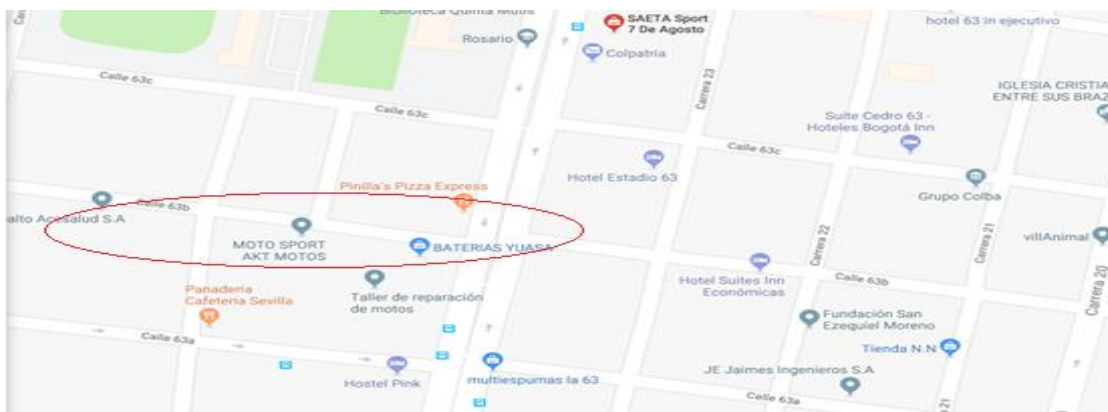
Fuente 51.Elaboración propia

## ESTUDIO TÉCNICO

### LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Para la localización del negocio se requiere de un establecimiento en arriendo ubicado en la zona de 7 de agosto en Bogotá, específicamente en la calle 63b con cra 24.

*Grafico 37.Ubicación punto de venta*



Fuente 52.Mapa Bogotá. En(línea):<http://mapas.bogota.gov.co/>

Valor del arriendo: \$1.800.000

#### FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS

El siguiente recuadro contiene información básica, en cuanto a: Tipo de repuesto, marca y descripción. Estos son los repuestos que se venderán al inicio del plan de negocio.

Según el repuesto se manejarán marcas genuinas y genéricas que también según análisis a los consumidores tiene gran acogida por su precio y calidad.

Tabla 16.Ficha técnica de los repuestos

| REPUESTO                             | MARCAS             | DESCRIPCION                                                           |
|--------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Sistema de freno: bandas y pastillas | KROSS, ORIGINALES  | Fabricados en Colombia, 100% cerámicas, no son abrasivas con el disco |
| Kit arrastre                         | NPC                | Resistente al desgaste, piñonería japonesa                            |
| Disco de freno                       | HIBARI             | Japonés, resistente a cerámica y asbesto.                             |
| Guayas                               | HIBARI, ORIGINALES | Alta resistencia, asegura buen frenado.                               |
| Baterías                             | AKITA              | Japonés, en gel, mantiene la carga                                    |
| Direccionales                        | SKYLUX             | Económicas, resistentes                                               |
| Espejos                              | RUNNING PARTS      | Buena visibilidad, aumento                                            |
| Bombillería                          | MAXIM              | Económica, profundidad en metros, no se recalienta                    |
| Filtro de aire                       | HIBARI, ORIGINALES | Económico, de encaje perfecto, cuida el motor                         |
| maniguetas                           | RUNNINK PARTS      | Color negro, económicas, resistente a caídas.                         |

Fuente 53.Elaboración propia

## PRODUCCIÓN

### DESCRIPCION LINGÜÍSTICA DEL PROCESO

El proveedor es el encargado de visitar al cliente en el almacén, para esta visita debe llevar una tablet, que le permite el acceso a la información sobre cuales productos están disponibles y además las listas de productos ofrecidos, luego de enseñar al cliente la lista de productos realiza la toma de pedido por medio de un formato de compra, llena el formato con las referencias solicitadas (es decir los productos), las cantidades requeridas y la fecha del pedido.

Tan pronto el asesor termina de registrar el pedido, procede a enviarlo a la empresa, para su autorización, en esta se revisa por medio del sistema de base de datos si el cliente tiene la cartera al día o tiene facturas en mora, si la información de cartera es que el cliente está al día en pagos se procede a enviar la autorización por medio de la asistente de gerencia, de presentarse información de cartera en mora se define según la deuda que cantidad de pedido se puede despachar, o si la deuda es muy alta o con bastantes días de mora el pedido es rechazado en su totalidad. Y se le es notificado al cliente los motivos del rechazo de su pedido.

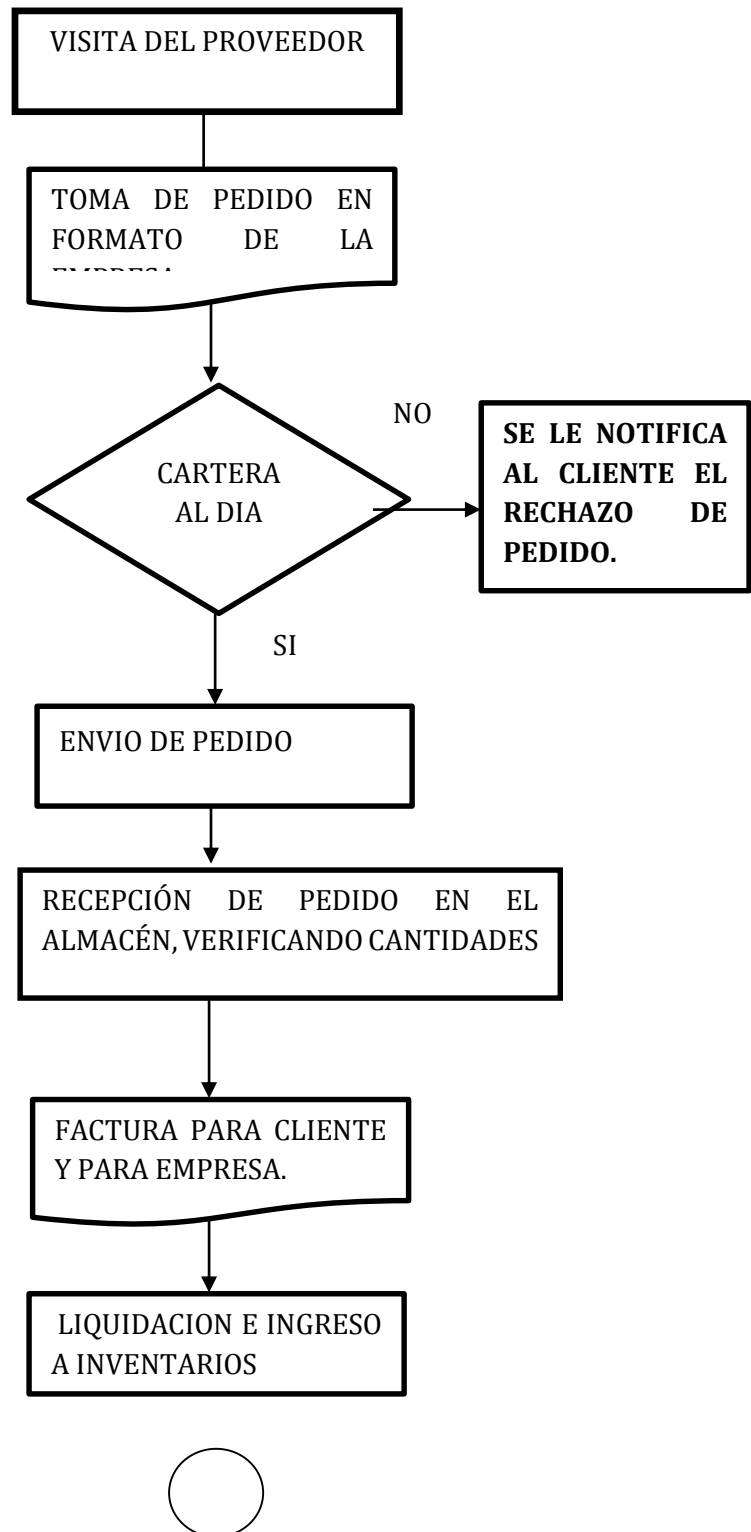
Luego de ser enviadas a bodega las autorizaciones de pedidos, se realiza el despacho del pedido. En el punto de venta se realiza la recepción de la mercancía por parte del asesor de comercial, este procede a verificar la mercancía, luego de esto la liquida según costo y precio de venta, ingresando al sistema de inventarios según información de factura, dado el ingreso de los productos a la base de datos de inventarios, se organizan de manera estratégica en los estantes y vitrinas para la visualización por parte del cliente al momento de ingresar al almacén.

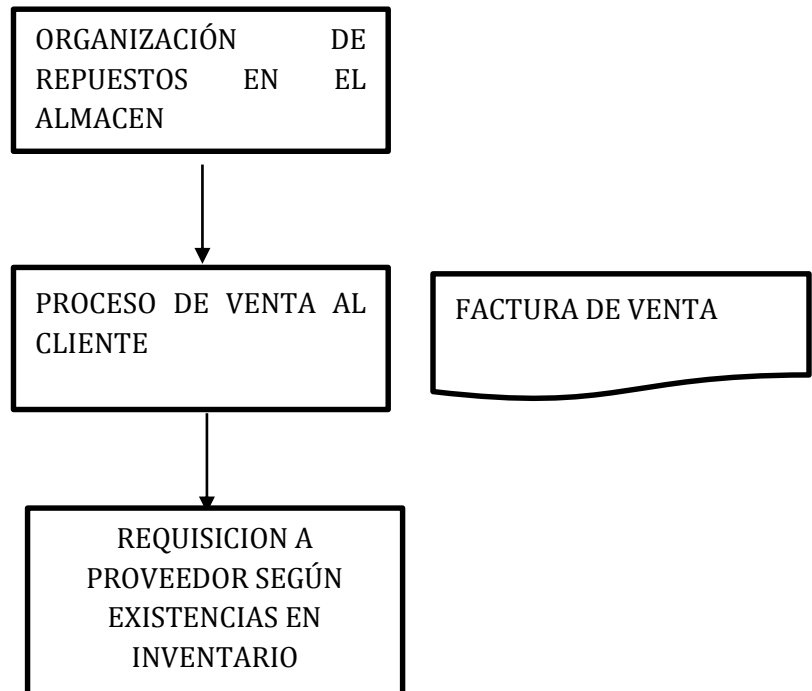
Están listos los productos para el proceso de venta al cliente, cuando esta se realice se entrega factura de venta al cliente con especificaciones de este y garantía si es necesario.

Se debe ir verificando de manera continua las existencias de los repuestos en inventario, para realizar requisición al proveedor según necesidad.

El siguiente flujograma describe el proceso que se realizara para llevar a cabo el abastecimiento de materias primas para la comercialización, en este caso de repuestos de moto.

## PROCESO DE RECEPCION DE MERCANCIA Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS





#### INVENTARIO

La forma como se manejará el inventario en el punto de venta será por just time, es decir no se incurrirá en grandes costos al momento de realizar los pedidos a los proveedores de repuestos, se pedirá una cantidad básica, es decir que pueda rotar de manera continua en el mes, mientras se realiza el siguiente pedido.

Como se mencionó anteriormente la persona encargada de las ventas, es decir el asesor comercial que se encuentra en el punto de venta debe revisar diariamente las existencias de repuestos, para que no falte mercancía, pero tampoco que se incurra en gastos por repuestos con baja rotación en el mercado.

#### CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Se realizará una capacitación inicial al asesor comercial, es decir la persona que estará encargada directamente de las ventas, es decir el contacto directo con el cliente. Esta capacitación se basa en marcas, repuestos y aplicación de estos para las diferentes motocicletas que circulan en el mercado. Para poder ofrecer al cliente seguridad y confianza desde la experiencia del vendedor, que como se observó en los resultados del análisis del consumidor tras realización de encuestas y entrevistas, la experiencia en el mercado, la dominación del tema en el momento de la venta, influye de manera importante, para la decisión del cliente. Esta capacitación se realizará durante la primera semana, y no tiene ningún costo ya que la realizara el gerente administrativo, quien tiene conocimiento sobre el tema de repuestos y aplicación de estos.

## ESTUDIO FINANCIERO

El siguiente estudio financiero se proyecta para los próximos 5 años siguientes, empieza a funcionar en el mes de agosto de 2018, a partir de ahí se proyecta las ventas, las utilidades y el flujo de caja, con un escenario en ventas mínimas y unidades mínimas. El proyecto empieza con la inversión de 20 millones para materia prima es decir repuestos para la comercialización y otros aportes para inversión en muebles y enseres necesarios para el montaje del punto de venta.

El almacén estará situado como se mencionó anteriormente en el sector del 7 de agosto, en una local en arriendo, el cual se especifica su valor junto con servicios públicos y demás costos fijos de producción.

En esta inversión inicial no se solicitó ningún tipo de crédito o financiación por parte de entidades financieras, el capital es propio, producto de un ahorro en la cooperativa Colpatria.

### INVERSIONES DEL PROYECTO

Se invirtió en muebles y enseres para adecuación de oficina de gerente administrativo:

Tabla 17. Inversiones en activos fijos

| INVERSION EN ACTIVOS FIJOS |          |                |              |
|----------------------------|----------|----------------|--------------|
| DETALLE                    | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL  |
| Escritorio                 | 1        | \$ 300.000     | \$ 300.000   |
| vitrina                    | 3        | \$ 400.000     | \$ 1.200.000 |
| silla de computo           | 1        | \$ 100.000     | \$ 100.000   |
| estantería                 | 2        | \$ 200.000     | \$ 400.000   |
| caja registradora          | 1        | \$ 338.000     | \$ 338.000   |
| Teléfono                   | 1        | \$ 30.000      | \$ 30.000    |
| TOTAL                      |          |                | \$2.368.000  |

Fuente 54 .Elaboración propia

#### CAPITAL DE TRABAJO:

Como se mencionó anteriormente se hará una inversión en 20 millones de pesos para compra de repuestos a comercializar en punto de venta, se realizará una adecuación al local arrendado para llamar la atención de los clientes, con la visualización de marcas y una estratégica ubicación de los repuestos, asimismo del letrero exterior que será el siguiente:

Tabla 18.Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO |                      |               |
|--------------------|----------------------|---------------|
| TIPO               | DETALLE              | VALOR         |
| INVENTARIO         | repuestos            | \$ 20.000.000 |
| EFECTIVO           | Adecuación del local | \$ 1.500.000  |
|                    | Letrero exterior     | \$ 300.000    |
| TOTAL              |                      | \$21.800.000  |

Fuente 55.Elaboración propia

#### COSTOS FIJOS DE PRODUCCION

Los siguientes valores serán fijos cada mes, ya que se pauto la nómina del asesor comercial con el salario mínimo más prestaciones sociales, asimismo el contrato de arrendamiento por este valor fijo y los servicios públicos se llegó al acuerdo de este valor mensual ya que se comparten servicios con dos establecimientos más.

Tabla 19.Costos fijos de producción

| <b>COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN</b> |              |
|-----------------------------------|--------------|
| arriendo de local                 | \$ 1.500.000 |
| nómina asesor de ventas           | \$ 1.262.652 |
| servicios                         | \$ 270.000   |

Fuente 56.Elaboración propia

#### COSTOS VARIABLES DE PRODUCCION:

Los costos variables de la producción se determinaron en papelería específicamente los rollos utilizados por la caja registradora, estos se compran en Panamericana y tienen el costo especificado en el recuadro.

Como costo variable se tiene además un incentivo al asesor comercial de comisiones por ventas del 0.5%.

Tabla 20.Costo variables de producción

| <b>COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN</b> |           |
|---------------------------------------|-----------|
| Papelería: Rollo caja registradora    | \$ 22.200 |
| Comisiones del asesor comercial       | 0.5%      |

Fuente 57.Elaboración propia

#### GASTOS DE ADMINISTRACION

Se consideraron los siguientes gastos de administración, dados implementos de aseo, servicio de internet y teléfono para contacto con clientes y otros gastos.

Tabla 21.Gastos de administración

| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b> |           | <b>VENTAS</b> |
|---------------------------------|-----------|---------------|
| Implementos de aseo             | \$ 30.000 |               |
| Otros gastos                    | \$ 20.000 |               |
| Internet y teléfono             | \$ 60.000 |               |

PROYECTADAS:

Fuente 58.Elaboración propia

Las siguientes ventas se proyectaron por los siguientes cinco años, teniendo en cuenta los resultados de la experiencia de mercados, la inversión inicial en inventarios y la experiencia que se tiene sobre este mercado.

Tabla 22.Ventas proyectadas

| <b>VENTAS PROYECTADA</b> |               |
|--------------------------|---------------|
| AÑO 2018                 | \$100.000.000 |
| AÑO 2019                 | \$104.200.000 |
| AÑO 2020                 | \$108.576.400 |
| AÑO 2021                 | \$113.136.609 |
| AÑO 2022                 | \$117.888.348 |

Fuente 59. Elaboración propia

BALANCE INICIAL

Tabla 23. Balance general

| BALANCE GENERAL<br>EMPRESA R&M MOTORCYCLE PARTS |           |                                 |
|-------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|
|                                                 |           | Saldo Inicial<br>Agosto de 2018 |
| <b>ACTIVOS</b>                                  |           |                                 |
| Efectivo                                        | \$        | 1.800.000                       |
| Inventarios                                     | \$        | 20.000.000                      |
| Propiedad, planta y equipo                      | \$        | 2.368.000                       |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                            | <b>\$</b> | <b>24.168.000</b>               |
| <b>PASIVOS</b>                                  |           |                                 |
| Préstamos                                       | \$        | -                               |
| <b>Total Pasivos</b>                            |           |                                 |
| <b>PATRIMONIO</b>                               |           |                                 |
| Capital Social                                  | \$        | 24.168.000                      |
| <b>Total Patrimonio</b>                         | <b>\$</b> | <b>24.168.000</b>               |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>                | <b>\$</b> | <b>24.168.000</b>               |

Fuente 60. Elaboración propia

#### CARGA PRESTACIONAL

Tabla 24. Carga prestacional

Promedio Inflación **4,2%**

|                              |           |                  |                                                        |
|------------------------------|-----------|------------------|--------------------------------------------------------|
| SMLV                         | \$        | 781.242          |                                                        |
| Auxilio de transporte        | \$        | 88.211           |                                                        |
| Aportes parafiscales         | \$        | 222.654          | 28,50% Salud, pension, ICBF, caja de compensación, etc |
| Seguridad Social             | \$        | 170.545          | \$ 21,83 Prima cesantías, interese, vacaciones         |
| <b>Total Empleado al mes</b> | <b>\$</b> | <b>1.262.652</b> |                                                        |

Fuente 61. Elaboración propia

ESTADO DE RESULTADOS  
Tabla 25. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL  
EMPRESA R&M MOTORCYCLE PARTS  
Proyetado a 5 años

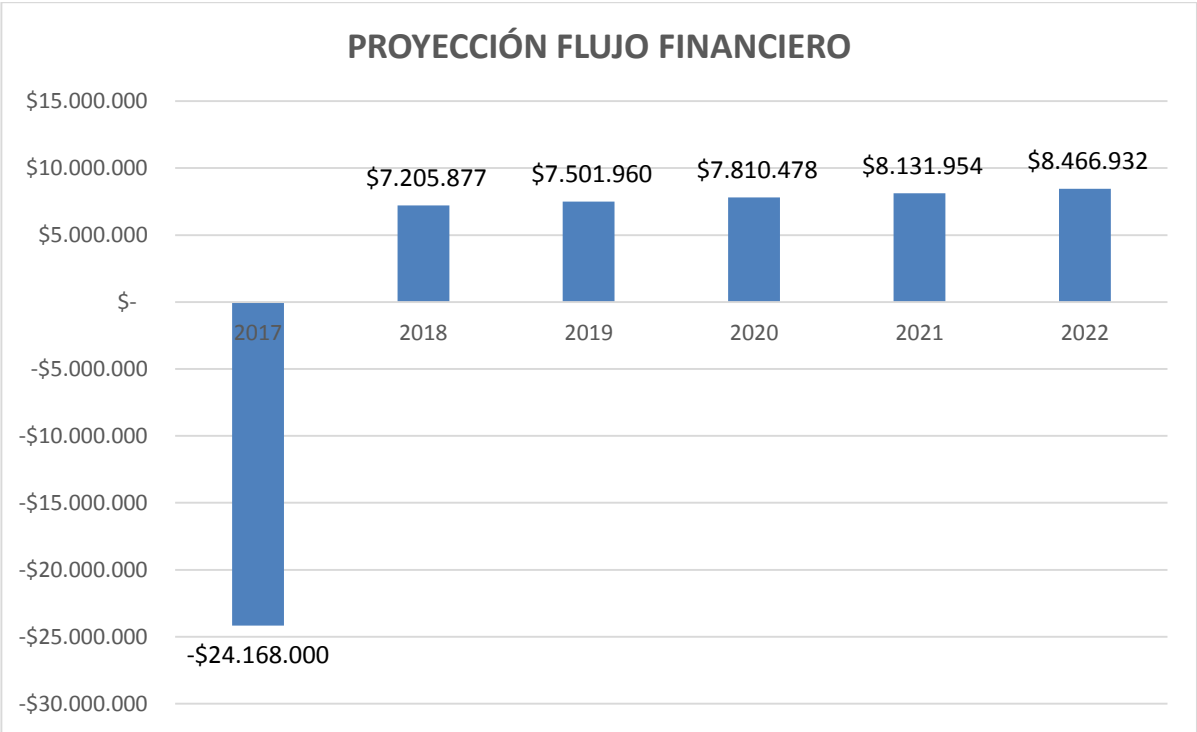
|                                  |              | 2018              | 2019                 | 2020                 | 2021                 | 2022                 |                      |
|----------------------------------|--------------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingresos por venta de repuestos  | \$           | 100.000.000       | \$ 104.200.000       | \$ 108.576.400       | \$ 113.136.609       | \$ 117.888.346       |                      |
| costo de ventas                  | \$           | 51.000.000        | \$ 53.142.000        | \$ 55.373.964        | \$ 57.699.670        | \$ 60.123.057        |                      |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>            | <b>\$</b>    | <b>49.000.000</b> | <b>\$ 51.058.000</b> | <b>\$ 53.202.436</b> | <b>\$ 55.436.938</b> | <b>\$ 57.765.290</b> |                      |
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>  | <b>\$</b>    | <b>110.000</b>    | <b>\$ 1.320.000</b>  | <b>\$ 1.375.440</b>  | <b>\$ 1.433.208</b>  | <b>\$ 1.493.403</b>  | <b>\$ 1.556.126</b>  |
| Implementos de aseo              | \$30.000     | 360.000           | \$ 375.120           | \$ 390.875           | \$ 407.292           | \$ 424.398           |                      |
| Otros gastos                     | \$20.000     | 240.000           | \$ 250.080           | \$ 260.583           | \$ 271.528           | \$ 282.932           |                      |
| Internet y teléfono              | \$60.000     | 720.000           | \$ 750.240           | \$ 781.750           | \$ 814.584           | \$ 848.796           |                      |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>          | <b>\$</b>    | <b>37.158.225</b> | <b>\$ 38.718.871</b> | <b>\$ 40.345.063</b> | <b>\$ 42.039.556</b> | <b>\$ 43.805.217</b> |                      |
| <b>Fijos</b>                     | <b>\$</b>    | <b>3.032.652</b>  | <b>\$ 36.391.825</b> | <b>\$ 37.920.282</b> | <b>\$ 39.512.934</b> | <b>\$ 41.172.477</b> | <b>\$ 42.901.721</b> |
| arriendo de local                | \$1.500.000  | 18.000.000        | \$ 18.756.000        | \$ 19.543.752        | \$ 20.364.590        | \$ 21.219.902        | 36,4%                |
| nómina + prestaciones sociales   | \$ 1.262.652 | 15.151.825        | \$ 15.788.202        | \$ 16.451.306        | \$ 17.142.261        | \$ 17.862.236        |                      |
| servicios                        | \$270.000    | 3.240.000         | \$ 3.376.080         | \$ 3.517.875         | \$ 3.665.626         | \$ 3.819.582         |                      |
| <b>Variables</b>                 | <b>\$</b>    | <b>22.200</b>     | <b>\$ 766.400</b>    | <b>\$ 798.589</b>    | <b>\$ 832.130</b>    | <b>\$ 867.079</b>    | <b>\$ 903.496</b>    |
| Papelería                        | \$ 22.200    | 266.400           | \$ 277.589           | \$ 289.248           | \$ 301.396           | \$ 314.055           | 0,8%                 |
| Comisiones por ventas            | 0,5%         | 500.000           | 521.000              | 542.882              | 565.683              | 589.442              |                      |
| <b>TOTAL GASTOS</b>              | <b>\$</b>    | <b>38.478.225</b> | <b>\$ 40.094.311</b> | <b>\$ 41.778.272</b> | <b>\$ 43.532.959</b> | <b>\$ 45.361.343</b> |                      |
| <b>EBITDA</b>                    | <b>\$</b>    | <b>10.521.775</b> | <b>\$ 10.963.689</b> | <b>\$ 11.424.164</b> | <b>\$ 11.903.979</b> | <b>\$ 12.403.946</b> |                      |
| Depreciaciones muebles y enseres |              | 473.600           | 473.600              | 473.600              | 473.600              | 473.600              |                      |
| <b>EBIT</b>                      |              | <b>10.048.175</b> | <b>10.490.089</b>    | <b>10.950.564</b>    | <b>11.430.379</b>    | <b>11.930.346</b>    |                      |
|                                  |              | 10%               | 10%                  | 10%                  | 10%                  | 10%                  |                      |

Fuente 62.Elaboración propia

PROYECCIÓN FLUJO FINANCIERO

Se realizó con un estimado de 5 años:

Tabla 26. Proyección flujo financiero



Fuente 63. Elaboración propia

Tabla 27. Datos del flujo financiero

| Datos                          |            |
|--------------------------------|------------|
| Inversión                      | 24.168.000 |
| Activos fijos                  | 2.368.000  |
| Capital de Trabajo             | 21.800.000 |
| cantidad                       | 5.000      |
| precio                         | 20.000     |
| vida util                      | 5          |
| Tasa de Impuestos              | 33%        |
| Tasa de descuento (Rentabilida | 15%        |

|      |           |
|------|-----------|
| VPN  | 1.765.088 |
| TIR  | 18%       |
| TIRM | 17%       |

Fuente 64.Elaboración propia

**VPN: 1.765.088**

**TIR: 18%**

**TIRM: 17%**

PROYECCION DEL FLUJO DE CAJA

Tabla 28.Flujo de caja

|                                  | FLUJOS DE CAJA       |                      |                      |                      |                      |                     |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
|                                  | 2017                 | 2018                 | 2019                 | 2020                 | 2021                 | 2022                |
| <b>FLUJO DE INVERSION</b>        | <b>-\$24.168.000</b> |                      |                      |                      |                      |                     |
| Ventas                           | \$ 100.000.000       | \$ 104.200.000       | \$ 108.576.400       | \$ 113.136.609       | \$ 117.888.346       |                     |
| Costo de ventas                  | \$ 51.000.000        | \$ 53.142.000        | \$ 55.373.964        | \$ 57.699.670        | \$ 60.123.057        |                     |
| Costos fijos                     | \$ 37.711.825        | \$ 39.295.722        | \$ 40.946.142        | \$ 42.665.880        | \$ 44.457.847        |                     |
| Costos Variables                 | \$ 766.400           | \$ 798.589           | \$ 832.130           | \$ 867.079           | \$ 903.496           |                     |
| <b>EBITDA</b>                    | <b>\$ 10.521.775</b> | <b>\$ 10.963.689</b> | <b>\$ 11.424.164</b> | <b>\$ 11.903.979</b> | <b>\$ 12.403.946</b> |                     |
| Depreciación                     | \$ 473.600           | \$ 473.600           | \$ 473.600           | \$ 473.600           | \$ 473.600           |                     |
| <b>EBIT</b>                      | <b>\$ 10.048.175</b> | <b>\$ 10.490.089</b> | <b>\$ 10.950.564</b> | <b>\$ 11.430.379</b> | <b>\$ 11.930.346</b> |                     |
| Impuestos                        | \$ 3.315.898         | \$ 3.461.729         | \$ 3.613.686         | \$ 3.772.025         | \$ 3.937.014         |                     |
| NOPAT                            | \$ 6.732.277         | \$ 7.028.360         | \$ 7.336.878         | \$ 7.658.354         | \$ 7.993.332         |                     |
| Depreciación                     | \$ 473.600           | \$ 473.600           | \$ 473.600           | \$ 473.600           | \$ 473.600           |                     |
| <b>FCL (Flujo de Caja Libre)</b> | <b>\$ 7.205.877</b>  | <b>\$ 7.501.960</b>  | <b>\$ 7.810.478</b>  | <b>\$ 8.131.954</b>  | <b>\$ 8.466.932</b>  |                     |
| <b>Flujo neto</b>                | <b>-\$24.168.000</b> | <b>\$ 7.205.877</b>  | <b>\$ 7.501.960</b>  | <b>\$ 7.810.478</b>  | <b>\$ 8.131.954</b>  | <b>\$ 8.466.932</b> |

Fuente 65.Elaboración propia

Tabla 29.Punto de equilibrio

| Resumen del escenario |      |                      |             |         |
|-----------------------|------|----------------------|-------------|---------|
| Punto de Equilibrio   |      |                      |             |         |
| Celdas cambiantes:    |      |                      |             |         |
| vpn                   |      | 0                    |             |         |
| tir                   |      | 15% unidades mínimas |             |         |
| inv                   |      | \$                   | 24.168.000  |         |
| Ventas                | 2018 | \$                   | 96.970.371  | 4848,52 |
|                       | 2019 | \$                   | 104.200.000 | 5210,00 |
|                       | 2020 | \$                   | 108.576.400 | 5428,82 |
|                       | 2021 | \$                   | 113.136.609 | 5656,83 |
|                       | 2022 | \$                   | 117.888.346 | 5894,42 |
| Celdas de resultado:  |      |                      |             |         |
| vpn                   |      | -                    |             |         |
| tir                   |      | 15%                  |             |         |

Fuente 66.Elaboración propia

## ANALISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Realizada la proyeccion anterior en cuanto al aspecto financiero del proyecto, se puede deducir que es un proyecto viable, dado los resultado del VPN y TIR de valor positivo mayor a cero, esto indica que se puede continuar con la iniciativa, ya que la proyeccion realizada es acertada.

Con el paso de esta linea de tiempo se proyecta que aumente la capacidad instalada de la empresa, para la contratacion de mas personal y mayor numero de inventarios, existencias de repuestos en variedad de marcas, precio, tecnologia.

## CANVAS MODEL

Grafico 38.Modelo canvas

|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                         |                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| R&M MOTORCYCLE PARTS                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Estudiante                                                                                                                                                                                                                                                                                                | LEIDY CAROLINA PULIDO VANEGAS                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                         |  |
|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Fecha                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 30 DE MAYO DE 2018                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                         |                                                                                     |
|  ¿Quién es mi guía/quien me va ayudar?                                                                               |  ¿Qué voy hacer?                                                                                                                                                                                     |  ¿Ayudaría?/ ¿Cuál sería mi servicio?                                                                                                                                                                                    |  ¿Cómo voy a interactuar?                                                                                                            |  ¿A quíe voy ayudar/ a quien voy a servir?                                           |                                                                                     |
| MI GUIA: Alejandro Talero, jefe de la empresa importadora de repuestos donde trabaje anteriormente.<br>PERSONA QUE ME VA AYUDAR: Gladys Arevalo, persona quien me contacta con todos los proveedores. | crear un negocio destinado a la comercializacion de repuestos de moto de alta calidad y tecnologia, en la ciudad de Bogotá<br><br> ¿Cuáles son mis competencias/cuales competencias voy a necesitar? | mi servicio se da ofreciendo calidad, seguridad y accesibilidad en costos a los usuario de moto que requieren repuestos para el buen funcionamiento de su moto. Ayudaría a los usuarios a la obtencion de repuestos de marcas conocidas en el mercado yq ue garanticen el buen funcionamiento de la moto. | de manera presencial con los clientes y por medio de las redes sociales, especialmente Facebook.<br><br> ¿Cómo me voy hacer conocer? | voy ayudar a los usuarios de moto que buscan día a día repuestos para su moto. Voy a servir a mi propio beneficio, el de mi grupo de trabajo y a mi empresa en general. |                                                                                     |
|  ¿Qué voy a sacrificar?                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  ¿Qué voy a ganar?                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                         |                                                                                     |
| tiempo con familia y novio, tiempo de descanso y de ocio.                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                       | experiencia en el sector automotor , dinero, satisfaccion y felicidad                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                         |                                                                                     |

Fuente 67.Elaboración propia

## CONCLUSIONES

- Se Desarrolló un histórico del sector en una línea de tiempo de 2012 a 2017 para análisis del comportamiento del sector.
- Se Recopilo información relacionada a los aspectos macro y microeconómicos, analizando el entorno de la organización y su interdependencia con este.
- Se realizó la investigación del mercado para analizar el tipo de consumidores, preferencias y el estado actual del sector
- Se planteó elementos de planeación estratégica para el buen funcionamiento del proyecto.
- Se evidencia que el sector del 7 de agosto es uno de los sectores favoritos, no solo por los usuarios, además por los motociclistas que ven allí un lugar más seguro, que fue uno de los factores que según la encuesta influye en el momento de compra.
- Mediante el desarrollo del estudio financiero se demostró que este es un proyecto viable, por sus inversiones y proyecciones iniciales
- El sector de las motocicletas en Colombia hoy en día genera oportunidades de empleo para productores, para comerciantes de repuestos, importadores o en puntos de venta en las diferentes plazas del parque automotor de la ciudad. Por ello en el desarrollo de este plan de negocio se concluye que es viable, ya que debido a las tendencias de crecimiento de mercado se encuentran oportunidades de negocio. La idea es empezar con inventario just time, pero se espera con el tiempo, tener una bodega para mantener en existencias repuestos de varias marcas y costos, para poder abastecer el mercado del sector del 7 de agosto y aprovechar las ventajas y la visión que tienen los consumidores de esta zona.

## BIBLIOGRAFIA

- La autora con base a informe presentado por la ANDI (Asociación Nacional de Industriales) sobre ventas de motos año 2016 y 2017 en el país y Publimotos revista de motos nacional, sobre ventas de años 2012, 2013, 2014 y 2015.
- Elaboración propia con base a entrevista llamada "entrevista a comerciantes de repuestos de moto en Bogotá" realizada entre los días 25-04-2018 a 05-04-2018 en las localidades de Mártires y Barrios unidos.
- Panorama actual del mercado de repuestos de moto en Bogotá. Formularios de google. Mayo de 2018.
- Mapa Bogotá. En (línea). <http://mapas.bogota.gov.co/>
- Anuncio en FACEBOOK. Empresa R&M MOTORCYCLE PARTS. (Línea): <https://es-la.facebook.com>
- ANDI, Cámara de industria automotriz. "las motocicletas en Colombia aliadas en el desarrollo del país". Publicado por ANDI. Feb. 2016
- Redacción Nacional. PICO Y PLACA PARA MOTOS AUN NO RUEDA EN BOGOTA. En: El nuevo siglo. Bogotá, octubre 15 de 2017.
- Juan David Moreno. El espectador: ESTAS SON LAS MOTOS QUE MAS SE ROBAN EN BOGOTA. Bogotá 1 junio de 2017.
- Las motos más vendidas en año 2012 a 2016. En (línea) <https://publimotos.com/>
- Fuente: autora con base a entrevista llamada "entrevista a comerciantes de repuestos de moto en Bogotá". Realizada entre los días 25/04/2018 a 05/04/2014, en las localidades de Mártires y Barrios Unidos.
- Caicedo Henry. "la motocicleta como modo de transporte en Bogotá". Bogotá. Tesis universidad de la Salle. 2010.
- ANDI Y FENALCO INFORMAN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE MOTOCICLETAS EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2016". Fenalco. Diciembre 2016.