

1-1-2007

Creación de la empresa Escala Motorbike productora y comercializadora de trajes y accesorios de seguridad para motociclistas

Angelica Janeth Soler Arias
Universidad de La Salle, Bogotá

Cesar Augusto Rodriguez Lucas
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Soler Arias, A. J., & Rodriguez Lucas, C. A. (2007). Creación de la empresa Escala Motorbike productora y comercializadora de trajes y accesorios de seguridad para motociclistas. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/259

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

TRAJES Y ACCESORIOS DE SEGURIDAD PARA MOTOCICLISTAS



**CREACIÓN DE LA EMPRESA “ESCALA MOTORBIKE”
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRAJES Y ACCESORIOS DE
SEGURIDAD PARA MOTOCICLISTAS**

**ANGELICA JANETH SOLER ARIAS
CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ LUCAS**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.**

2007

**CREACIÓN DE LA EMPRESA “ESCALA MOTORBIKE”
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRAJES Y ACCESORIOS DE
SEGURIDAD PARA MOTOCICLISTAS**

**ANGELICA JANETH SOLER ARIAS
11001118
CESAR AUGUSTO RODRIGUEZ LUCAS
11011393**

Proyecto De Grado Para Optar Por El Título De Administrador De Empresas

**Director
JOSE RODRIGO MONDRAGÓN AVILA
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2007**

Nota de aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá D.C., Septiembre de 2007

A DIOS, por ser mi acompañante durante el día y la noche mi guía y mi luz.

A mis padres, José y Emilse, a mi abuelita, a mi hermano Santiago y a Cesar mis cinco grandes amores, por su amor, apoyo, comprensión y por sus sabios consejos en el momento preciso lo cual me ha permitido alcanzar todas mis metas.

ANGÉLICA SOLER

*A DIOS, por darme la sabiduría, la
constancia y la fortaleza de cumplir con
mis metas, a mis padres que han sido un
apoyo incondicional y a mí prometida por
su tolerancia y amor.*

CESAR RODRIGUEZ

AGRADECIMIENTOS

Le damos especial agradecimiento al doctor José Rodrigo Mondragón Ávila, director de trabajo de grado, por sus constantes y enriquecedores aportes en nuestra formación profesional; así como por su permanente entusiasmo y apoyo en la elaboración de este proyecto.

Por compartir sus conocimientos y guiarnos en forma exacta, acertada y oportuna brindándonos incondicionalmente su amistad, su colaboración constante y motivarnos para seguir adelante.

A todas las personas y amigos que nos brindaron su colaboración para la elaboración de este proyecto.

Art 95. “Ni la universidad, ni el asesor, ni el jurado calificador, son responsables de las ideas expuestas por el graduando”.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

TITULO

TEMA

3. LINEA DE INVESTIGACION.

3.1. SUBLINEA DE INVESTIGACION.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

4.1.FORMULACIÓN

5. JUSTIFICACIÓN

6. OBJETIVOS

6.1. OBJETIVO GENERAL

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

7. MARCO DE REFERENCIA

7.1. MARCO TEORICO

7.1.1. Empresa

7.1.2. PROCESO ADMINISTRATIVO

7.1.2.1. PLANEACIÓN

7.1.2.2. ORGANIZACIÓN

7.1.2.3. DIRECCIÓN

7.1.2.4. CONTROL

7.1.3. MODELOS GERENCIALES

7.1.3.1. EMPODERAMIENTO

7.2. MARCO JURIDICO Y LEGAL

Pasos Para La Constitución De La Empresa

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

8.1. OBJETIVO GENERAL

8.2. PROBLEMA DEL MERCADO

8.3. OPORTUNIDAD

- 8.4. FUENTES E INSTRUMENTOS
- 8.5. FUENTES PRIMARIAS
- 8.6. FUENTES SECUNDARIAS
- 8.7. INSTRUMENTOS
- 8.8. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
- 8.9. FICHA TÉCNICA
- 8.10. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN
- 8.11. MARCO MUESTRAL
- 8.12. DISEÑO METODOLOGICO
- 8.13. METODO EMPLEADO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- 8.14. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
- 8.15. TABULACIÓN RESULTADOS DE LA ENCUESTA.
- 8.16. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.
- 8.17. PRECIOS
- 8.18. PRODUCCIÓN
- 8.19. PUBLICIDAD
- 8.20. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN
- 8.21. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA
- 8.22. MERCADO DE INSUMOS

9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- 9.1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA
- 9.2. TIPO DE ORGANIZACIÓN
 - 9.2.1. Organización Plana
 - 9.2.2. Organigrama de la empresa
- 9.3. FILOSOFIA INSTITUCIONAL
 - 9.3.1. Misión
 - 9.3.2. Visión
 - 9.3.3. Objetivos Corporativos
 - 9.3.4. Principios Corporativos.
- 9.4. POLITICAS CORPORATIVAS
 - 9.4.1. Política Ambiental
 - 9.4.2. Políticas De Personal
 - 9.4.3. Políticas De Inventarios

9.4.4. Políticas De Compras

9.4.5. Políticas De Ventas

9.5. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

9.5.1. Diagnostico Interno

9.5.2. Diagnostico Externo

9.5.3. Etapa de Adecuación

9.6. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

9.6.1. MANUAL DE FUNCIONES

9.7. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

9.7.1. Condiciones de Admisión

9.7.2. Periodo de Prueba

9.7.3. Horario de Trabajo

9.7.4. Días de descanso legalmente obligatorios

9.7.5. Vacaciones Remuneradas

8.7.6. Permisos

9.7.7. Prescripciones de orden

9.7.8. Faltas y Sanciones disciplinarias

9.8. REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

10. ESTUDIO TECNICO.

10.1. OBJETIVOS

10.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

10.3. DISEÑO DE TRABAJO

10.3.1. Identificación y Selección de Procesos

10.4. LOCALIZACIÓN.

10.4.1. Macrolocalización

10.4.1.1. Atractivos de la Macro localización

10.4.2. Micro localización

10.4.2.1. Características del Sector

10.5. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS

10.6. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE PLANTA Y PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.

10.6.1. Distribución Del Espacio Físico De La Planta De Producción

10.6.2. MAQUINARIA REQUERIDA PARA EL PROCESO PRODUCTIVO

DE TRAJES DE SEGURIDAD Y ACCESORIOS PARA MOTOCICLISTAS	
11. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	117
11.1. PROYECCIONES FINANCIERAS	120
11.1.1. Balance Inicial	
11.1.2. Proyección De Ventas	
11.1.3. PLAN DE PRODUCCIÓN	
11.1.4. Presupuesto de Materiales	
11.1.5. Presupuesto de Materia Prima	
11.1.6. Costo de Materiales	
11.1.7. CIF	
11.1.8. Obligaciones Laborales	
11.1.9. Gastos Operacionales	
11.1.10. PUNTO DE EQUILIBRIO	
11.1.11. Estado de Resultados	
11.1.12. Balance General Proyectado	
11.1.12.1. ANÁLISIS BALANCE GENERAL	
11.1.13. RAZONES DE LIQUIDEZ	
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	135
BIBLIOGRAFIA	137
ANEXOS	

LISTA DE GRAFICAS

Pág.

- | | | |
|-------------|---|--|
| Gráfica 1. | Tasa de crecimiento del mercado en Bogotá | |
| Gráfica 2. | ¿A que actividad económica se dedica principalmente usted con la motocicleta? | |
| Gráfica 3. | ¿Ud. Compraría un traje para conducir su moto por?. | |
| Gráfica 4. | ¿Los materiales de confección que usted prefiere para su ropa son? | |
| Gráfica 5. | ¿Conoce usted los trajes de protección para motociclistas? | |
| Gráfica 6. | ¿Ud. compraría nuestros trajes? | |
| Gráfica 7. | ¿Con que característica le gustaría adquirir su traje de protección? | |
| Gráfica 8. | ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por uno de estos trajes? | |
| Gráfica 9. | ¿Al momento de adquirir algún traje de protección le gustaría que le ofrecieran algún sistema de crédito? | |
| Gráfica 10. | ¿Qué sistema de crédito es el preferido por usted? | |
| Gráfica 11. | Evolución del IPC en Bogotá | |
| Gráfica 12. | Mercado laboral en Bogotá por ramas de actividad / Diciembre 2004 | |
| Gráfica 13. | Punto de Equilibrio | |

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Procesos diferenciales de la empresa pública y privada

Imagen 2. Proceso Administrativo

Imagen 3.. Logotipo

Imagen 4. Modelo de Tarjeta de Presentación

Imagen 5. Modelo del volante

Imagen 6. Circuitos de Distribución

Imagen 7. Flujo grama De Comercialización

Imagen 8. Mapa de Localización

Imagen 9. Logo de la Empresa

Imagen 10. Organigrama

Imagen 11. Diagrama de Proceso

Imagen 12. MAPA DEL PROCESO PRODUCTIVO

Imagen 13. Mapa de Bogotá

Imagen 14. Evolución de IPC en Bogotá

Imagen 15. Mercado laboral en Bogotá por ramas de actividad / Diciembre 2004

Imagen 16. Mapa Localidad Teusaquillo

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Aportes de Socios.

Tabla 2. Principales Proveedores de Equipos de Seguridad para Motociclistas

Tabla 3 . Proveedores Internacionales.

Tabla 4. Identificación y ubicación geográfica de los posibles proveedores

Tabla 5. Matriz evaluación Factores Internos (EFI)

Tabla 6. Ponderación Matriz de Evaluación de Factores Internos

Tabla 7. Matriz evaluación de factores externos (EFE)

Tabla 8. Ponderación EFE

Tabla 9. Matriz de evaluación de competencia

Tabla 10. Ponderación Matriz de evaluación de competencia

Tabla 11. Matriz DOFA Escala Motorbike Ltda.

Tabla 12. Programación de Actividades

Tabla 13. Remuneración Empleados

Tabla 14. Selección Macro localización

Tabla 15. Vocación empresarial

Tabla 16. Selección Micro localización

Tabla 17. Descripción de Productos

Tabla 18. Fichas Técnicas Maquinaria

Tabla 19. Inversión en Gastos diferidos

Tabla 20. Amortización a Gastos Diferidos

Tabla 21. Inversión En Maquinaria Y Equipo

Tabla 22. Muebles y Enseres

Tabla 23. Depreciación Activos de Producción Muebles Y Enseres

Tabla 24. Depreciación Activos Muebles de Oficina

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. CATALOGO

ANEXO 2. ENCUESTA

INTRODUCCIÓN

La creación de empresa alivia la economía generando nuevas oportunidades de empleo, mejorando la calidad de vida de la población colombiana haciéndola participe del crecimiento y el bienestar social para la nación. La generación de nuevos empleos, no es nada nuevo en el propósito del hombre por sobrevivir, siendo un derecho legítimo que posee todo individuo por proveerse mejores condiciones de vida para él y los suyos, a través de las empresas se han afianzado sociedades enteras, en torno a ella se han articulado y fortalecido modelos políticos y económicos.

La empresa surge al analizar las necesidades que nacen del ser humano y que están en constante cambio, por tal razón hay que hacer de estas necesidades oportunidades de negocio; de esta forma se da una orientación del mercado al cual nos vamos a dirigir, para ello es necesario conocer el producto que se va a realizar, sus ventajas y aplicaciones para determinar la oferta y la demanda, proporcionándonos además un potencial específico para ampliar y diversificar el mercado, agregándole incentivos que ofrece el gobierno para las Pymes que son una herramienta que facilita el crecimiento de estas.

Una empresa dedicada a la producción y comercialización de trajes y accesorios para motociclistas nace a partir del enorme y constante crecimiento en la venta de motos que

se ha registrado en el último año en Bogotá, y por parte de la aceptación en la población ya que ven en la moto un medio de transporte económico y ágil para el desplazamiento dentro y fuera de la ciudad, proporcionándonos una gran oportunidad para entrar y penetrar el mercado de motociclismo, con nuevos y novedosos productos complementarios, que suplan las necesidades que surgen a partir de la utilización de este medio de transporte.

Escala Motorbike será una empresa joven y dinámica, conformada por un equipo de profesionales multidisciplinarios especializados en cada una de las áreas como diseñadores, ingenieros, administradores, entre otros, dedicados a la planeación y ejecución de estrategias encaminadas a ofrecer calidad, seguridad, diseño y comodidad al motociclista.

Con base en esto hay un mercado potencial en el cual vamos a entrar para suplir las necesidades que se encuentran insatisfechas, dentro de los objetivos realizaremos un estudio para analizar la oferta y demanda de este producto, conociendo el perfil y la conducta de compra actual de los motociclistas a través de encuestas para determinar el comportamiento de los mismos, partiendo del marco de referencia que nos indicaran estudios tanto administrativos, técnicos, como financieros y legales que serán la guía a seguir en el desarrollo del proyecto.

1. TITULO

CREACIÓN DE LA EMPRESA “ESCALA MOTORBIKE” PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TRAJES Y ACCESORIOS DE SEGURIDAD PARA MOTOCICLISTAS

2. TEMA

Creación de empresa; producción y comercialización de trajes de seguridad y accesorios para motociclistas en Bogotá.

3. LINEA DE INVESTIGACION.

- CREACION DE EMPRESA.

3.1. SUBLINEA DE INVESTIGACION.

AREA DE ADMINISTRACIÓN: Empresa, Economía y Sociedad, Creación de empresa con sentido de responsabilidad social, generando nuevos empleos fortaleciendo a la economía del país, ofreciendo a la sociedad condiciones de calidad de vida óptimas.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de trajes de seguridad y accesorios para motociclistas de la ciudad de Bogotá, surge a través de la preocupación por el crecimiento de compra de motos en los últimos años y los accidentes en donde se ven involucrados los conductores de las motos.

A medida que el tiempo ha pasado se han descubierto y estudiado una serie de necesidades que los motociclistas han venido generando, los antiguos cascos que eran solo la mitad se han reemplazado por cascos completos que cubren la cara en su totalidad pues las principales lesiones que se pueden presentar en los accidentes de moto son a nivel de cráneo y cerebro, desde contusiones leves hasta fracturas y hemorragias que ponen en riesgo la vida, lesiones músculo esqueléticas a distintos niveles (principalmente pelvis y piernas), quemaduras y abrasiones por la fricción contra el asfalto u otras superficies, entre otras.

En total, en Bogotá existen 75.859 motocicletas matriculadas, según la Alcaldía Mayor de Bogotá Secretaria Movilidad, tan solo en el último periodo del 2006 se ha matriculado 28.340 motos en solo Bogotá.

El Comité Nacional de Motos de FENALCO asegura que el 90 por ciento de las motos que circulan en Bogotá corresponden a usuarios de los estratos 1, 2, y 3 y son utilizadas como herramienta de trabajo principalmente en oficios de mensajería, domicilios, seguridad, electricistas, entre otros.

En Bogotá, más de 85.000 personas derivan su sustento de la motocicleta, contrario a otras ciudades del país, donde la moto es un vehículo familiar, pero esto trae consigo problema ya que según Medicina Legal, hoy las motocicletas son de mayor riesgo de accidentes que los carros. En el año 2005 por ejemplo, de las 5.418 personas que

murieron en accidentes de tránsito, 987 fueron motociclistas, 321 parrilleros. En el 2006 las cifras de accidentalidad son iguales de dramáticas: 439 motociclistas muertos en accidentes, más de 160 parrilleros. El índice de mortalidad de accidentes con motocicleta es 10 veces superior al registrado para vehículos ligeros y 40 veces superior al de vehículos pesados.

Los motociclistas así como todas las actividades que involucran velocidad imponen un riesgo de causar traumatismo craneoencefálico (lesión a la cabeza), pudiendo llevar a la muerte o a discapacidad permanente. El casco es el medio más efectivo para prevenir estas lesiones, estos están compuestos de 4 elementos: 1. una concha rígida externa, que le proporciona la capacidad de dispersión de cargas y le previene la penetración de objetos a través del casco, 2. una capa moldeable y compresible, generalmente hecha de poliestireno expandido (EPS) o materiales similares que absorben la energía del impacto al comprimirse, 3. barbiquejo o sistema de retención que permiten que el casco se mantenga ajustado y en su sitio durante un impacto, y 4 una cubierta acolchonada.

Tanto los cascos como los trajes de seguridad funcionan como un freno o un absorbente de impacto durante un choque, donde se genera cierta energía por la masa del cuerpo y porque éste viaja a la misma velocidad que el vehículo ($EC=mv^2$, la energía cinética es igual a la masa por la velocidad al cuadrado). Cuando el cuerpo del motociclista sufre una desaceleración brusca a 0km/h (se impacta contra objeto fijo), la energía generada se dispersa en gran medida a través de los elementos de seguridad, específicamente las capas de micro porosas y Jumbolom Absorber, que utiliza gran parte de la energía para moldearse e incluso romperse, evitando que esta energía llegue a la cabeza o cuerpo.

La siguiente pregunta obligada sería ¿Por qué debería existir una empresa dedicada a la producción y comercialización de trajes de seguridad para motociclistas? La capacidad protectora de un traje en particular es difícil de medir, la mayoría de la gente escoge una chaqueta por las condiciones del clima, en base a su estilo, al precio o a su comodidad, sin embargo, tiende a pasar por alto un factor tan importante como es, lo que puede llegar a hacer un traje especial de seguridad en el caso de un siniestro, en donde los trajes y por supuesto los cascos son lo único que prevalece entre el cuerpo, la cabeza y una violenta colisión.

Al analizar la mortalidad desde un punto de vista estandarizado (número de vehículos por kilómetro) y comparado con otro tipo de vehículos, la motocicleta se muestra como un vehículo potencialmente peligroso, por ello podemos decir que los accidentes en las motos resultan catastróficos por la falta de accesorios que brinden seguridad a la hora de un accidente, dentro de ellos estamos hablando de chaquetas, y pantalones proporcionados con coderas, hombreras, rodilleras, riñoneras, protección lumbar y cervical, ya que éstas son las zonas del cuerpo mas expuestas y de mayor riesgo de lesionarse en un choque o caída.

En Bogotá solo existen dos microempresarios independientes, sin una empresa organizada que fabriquen chaquetas de seguridad para motociclistas y los usuarios se quejan de los precios elevados, diseños y demora en la entrega ya que estos productos se hacen sobre medidas.

Con el proyecto se busca desarrollar una empresa altamente competitiva, basada en un estudio de mercados que permita determinar la viabilidad de la empresa, así como la localización y nicho del mercado al que estaría dirigido; con un direccionamiento estratégico y una estructura administrativa eficiente que le permita aprovechar las oportunidades del sector.

4.1. FORMULACIÓN

¿Cómo crear y desarrollar una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de trajes y accesorios de seguridad para motociclistas mensajeros en la Ciudad de Bogotá?

5. JUSTIFICACIÓN

La industria textil y de confecciones a sido históricamente muy importante para Colombia puesto que cuenta con una trayectoria de más de 100 años, este mercado textil y de confecciones es altamente concurrido, de manera que el reto para la industria es diferenciar sus productos otorgándolos de un valor agregado, encontrar nichos de alto potencial competitivo, adoptar estrategias de atención al cliente y de alianzas que los diferencien de los demás, encontrando una oportunidad en este sector para crear empresa y aportar al desarrollo del país.

La oportunidad de negocio está a la vista puesto que al ver el crecimiento del sector motociclistico en Bogotá y la aceptación que ha tenido, nuestros productos tendrán gran acogida puesto que la competencia es bastante limitada y de precios elevados.

Se pretende con el proyecto proponer las herramientas necesarias para la creación de una empresa productora y comercializadora de trajes y accesorios para motociclistas estructurando la organización, de tal manera que se ajuste a las condiciones y características particulares del mercado, para hacer de la empresa un excelente negocio con un buen nivel de competitividad basado en la calidad, buenos precios, excelente ubicación, servicio al cliente y demás factores concernientes a la creación de empresa.

En lo particular, se pretende aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, en áreas como administración, finanzas, mercadeo y recursos humanos, para finalmente crear una estructura administrativa que sea factible de llevarse a cabo en la empresa

6. OBJETIVOS

6.1. OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa dedicada a producir y comercializar trajes y accesorios de seguridad que protejan la integridad física de los motociclistas, en la ciudad de Bogotá en un término de 6 meses para su ejecución.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar y crear un modelo administrativo que permita establecer un ordenamiento organizado.
- Determinar bases y las directrices para gerenciar la empresa por medio de un estudio administrativo.
- Establecer un estudio de mercado para analizar la oferta y demanda de este producto que permita determinar la viabilidad de la industria de Escala Motorbike Ltda.
- Determinar los requerimientos de maquinaria, físicos y tecnológicos para garantizar la producción de Escala Motorbike Ltda.
- Establecer los requerimientos de Recurso Humano para la puesta en marcha de Escala Motorbike Ltda.
- Determinar un estudio financiero, que garantice la viabilidad del proyecto.

7. MARCO DE REFERENCIA

7.1. MARCO TEORICO

7.1.1. Empresa: Una empresa es un sistema social autónomo que cumple una finalidad específica dentro de una comunidad, de acuerdo con la razón de ser para la que fue creada.

Está compuesta por un conjunto de procesos organizados y sometidos a una norma de funcionamiento, que toman recursos, los procesan o transforman a través de un procedimiento predeterminado y le agregan un nuevo valor de uso, para producir un bien o servicio, con el que se satisface la necesidad de un cliente específico.

La razón de la existencia de una empresa puede ser social, económica, cultural, etc., dependiendo de la intención de sus fundadores, lo cual puede surgir de iniciativa pública o privada.

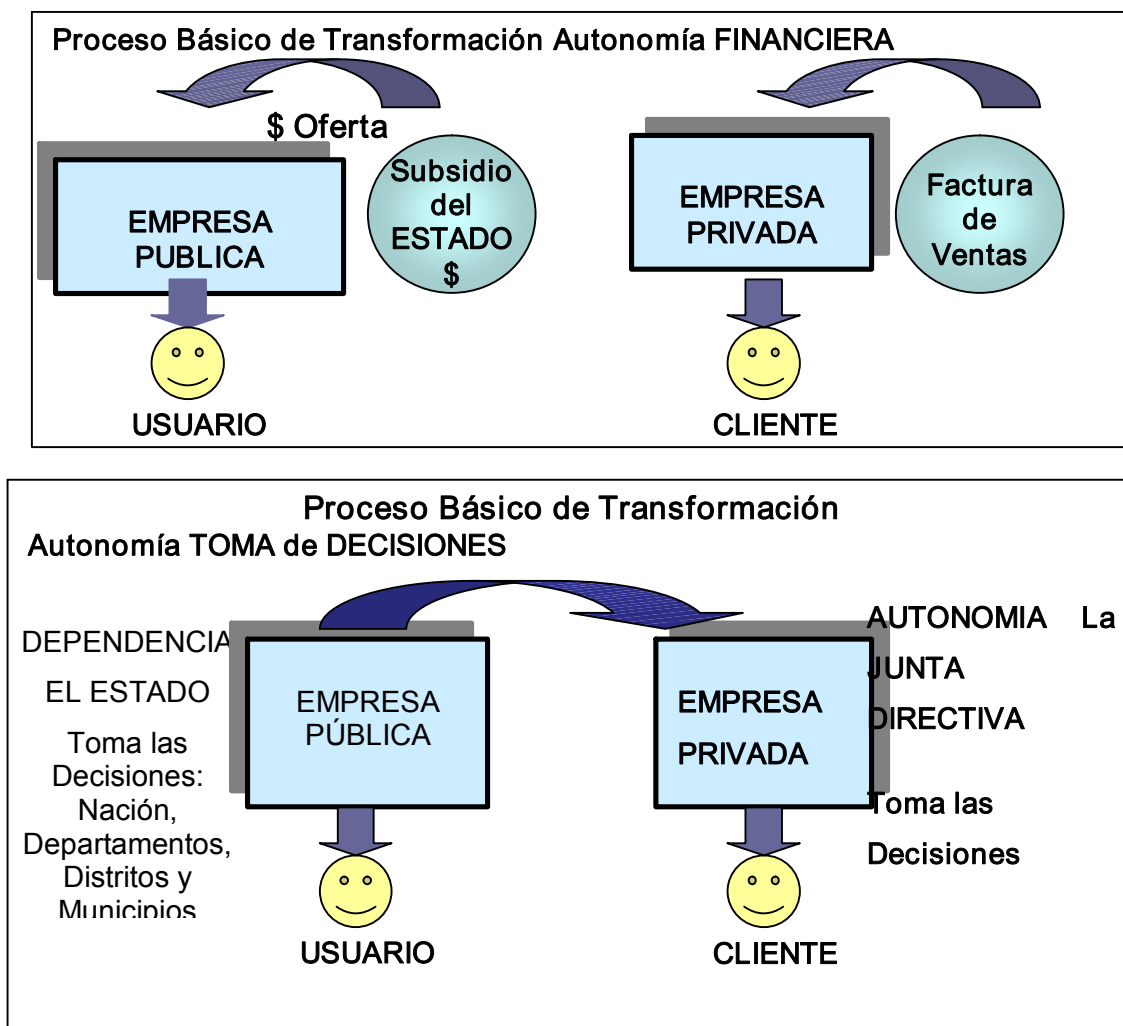
No obstante, podría decirse que todo tipo de Empresa cualquiera que fuese su origen y su misión cumple con dos finalidades específicas:

La de generar “BENEFICIO SOCIAL”, lo cual significa, que toda Empresa participa del desarrollo de las comunidades donde actúan, genera tanto los bienes y servicios que la población necesita, como una fuente de empleo y de consumo de recurso que la misma comunidad provee, por lo que finalmente toda empresa termina realizando una contribución al mejoramiento de las condiciones de bienestar y calidad de vida de las personas.

La de generar “BENEFICIO ECONÓMICO”, lo que quiere decir que su finalidad es la de obtener utilidades e ingresos suficientes para su mantenimiento y crecimiento. Todas las

Empresas, aún las que buscan objetivos sociales, requieren como mínimo que sus ingresos económicos sean igual a sus gastos.

Imagen 1. Procesos diferenciales de la empresa pública y privada



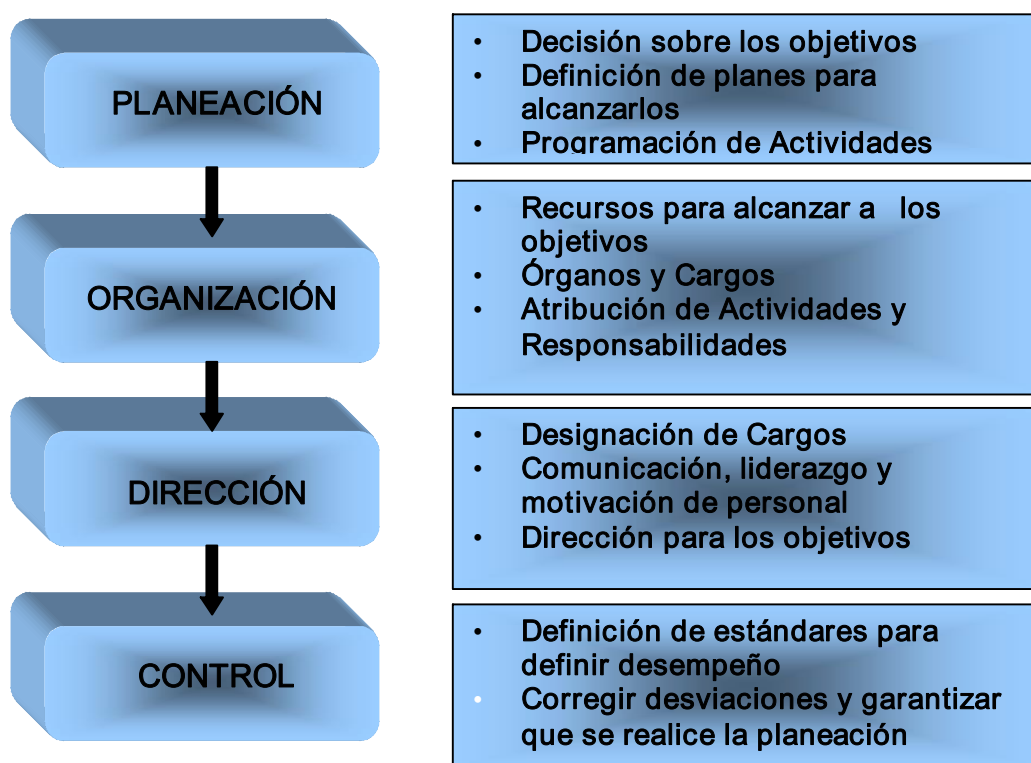
Elaborado por: Los Autores del Proyecto

Ninguna Empresa podrá crecer y desarrollarse, sin basarse en un proceso administrativo que indicará como planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades.

7.1.2. PROCESO ADMINISTRATIVO: El proceso administrativo son las actividades que se deben llevar a cabo para aprovechar los recursos humanos, técnicos, materiales, entre otros, con los que cuenta la empresa.

Desde finales del siglo XIX se ha definido la administración en términos de cuatro funciones específicas: la planificación, la organización, la dirección y el control, por tanto cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar metas establecidas por la organización.

Imagen 2. Proceso Administrativo



Fuente: Chiavenato-Proceso Administrativo de Chiavenato

A partir de la propuesta de Idalberto Chiavenato de sintetizar el desarrollo de la teoría administrativa bajo el nombre de Teoría General de la Administración, dividida en la teoría de la organización y la teoría de la administración, se empezó a distinguir estos dos grandes temas del conocimiento administrativo en diversas obras sobre esta materia. El modelo constituye una herramienta de gran utilidad para la administración al describir relaciones complejas en términos fáciles de entender.

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo.

Proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

Estas cuatro funciones prácticas (planeación, Organización, Ejecución y Control) constituyen el proceso de la administración y son los medios por los cuales se administra; Planeación, para determinar los objetivos y los cursos de acción que van a seguirse; la organización para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y conocer las relaciones necesarias; la Ejecución; por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo y el control de las actividades.

Ventajas Del Proceso Administrativo:

1. Se ofrece un marco de trabajo conceptual.
2. Son factibles de las contribuciones de otras escuelas administrativas ya que puede usarse lo mejor del pensamiento contemporáneo administrativo.
3. Se obtiene flexibilidad, si bien es aplicable a una variedad de situaciones, se da al usuario el margen necesario para adaptarlo a un conjunto particular de situaciones.
4. Los principios de la administración sirven como directrices necesarias para una útil investigación administrativa.

7.1.2.1. PLANEACIÓN

Consiste en establecer anticipadamente los objetivos, políticas, reglas, procedimientos, programas, presupuestos y estrategias, es decir, qué hacer, cómo y cuando hacerlo, y quién ha de hacerlo; la tarea de la planeación es exactamente la minimización del riesgo y el aprovechamiento de las oportunidades.

La planificación incluye elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización, después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros.

La planeación reduce el impacto del cambio, minimiza el desperdicio y la redundancia y fija los estándares para facilitar el control.

Los Beneficios obtenidos a través de la planeación según Sánchez Guzmán¹ son los siguientes:

- a) Un mejor orden y control, así como una mayor eficiencia en el desarrollo de las actividades, reduciendo la duplicidad de esfuerzos y los movimientos inútiles.
- b) Se consigue realizar los objetivos en forma íntegra, eficaz y oportuna.
- c) Se tendrá una buena coordinación interna, la cual nos llevará al mejor aprovechamiento de todos los recursos de la empresa y por lo tanto al más alto nivel de utilidades (mediante la reducción de los costos).
- d) Se eliminan en lo posible las decisiones arbitrarias, las basadas en el sentimiento o en la improvisación.
- e) Da una visión panorámica de toda la organización, en forma clara y completa, permitiendo captar las relaciones importantes, comprender mejor las actividades y fundamentar correctamente las acciones.

¹ Sánchez Guzmán José Ramón. Marketing Financiero (Principio y Estrategias), Editorial Civitas. Pág. 65

A los elementos de la planeación también se les llama tipos de planes dentro de los cuales encontramos:

Los propósitos: Las aspiraciones fundamentales o finalidades de tipo cualitativo que persigue en forma permanente o semi-permanente un grupo social.

La investigación: Aplicada a la planeación la investigación consiste en la determinación de todos los factores que influyen en el logro de los propósitos, así como de los medios óptimos para conseguirlos.

Los objetivos: lugar hacia donde se encaminan la organización, integración, dirección, liderazgo y control.

Las estrategias: Cursos de acción general o alternativas que muestran la dirección y el empleo de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las mejores condiciones.

Políticas: Son normas amplias, generales, flexibles y realistas; enunciados generales que guían la acción en la toma de decisiones.

Las políticas delimitan el área dentro de la cual deben tomarse las decisiones y deben estar de acuerdo con los objetivos; las políticas permiten que los administradores deleguen autoridad a la vez que mantienen el control.

Programas: “Los programas son los planes mismos; pero en los cuales no solo se fijan los objetivos y la secuencia de operaciones, sino principalmente se hace referencia al tiempo requerido para realizar cada una de sus partes.-Es la consecuencia cronológica que confiere vitalidad y sentido práctico a un plan”. Los programas pueden ser a corto plazo generalmente a un año y de largo plazo cuando excede ese período.

Los programas tienen como fundamento el capital necesario y los presupuestos operacionales; los programas están constituidos por metas, políticas, procedimientos, reglas, asignación de áreas, recursos a emplearse y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción.

Presupuestos: un presupuesto son los resultados esperados en términos numéricos, hacer un presupuesto es planear, el presupuesto es un instrumento de control que permite consolidar los planes de una empresa; además de su uso en la planeación, el presupuesto también se utiliza para el control y la coordinación.

Procedimientos: son aquellos planes formulados dentro de las políticas establecidas, cuya finalidad es la de señalar la secuencia cronológica más eficiente, destinada a obtener los mejores resultados en cada función concreta realizada dentro de una empresa o grupo social.

Reglas: son normas que se refieren a una acción específica, dice con exactitud que debe hacerse y que no debe hacerse.

7.1.2.2. ORGANIZACIÓN: La organización agrupa y ordena las actividades necesarias para lograr los objetivos, asignando funciones, responsabilidad y la comunicación para coordinar las diferentes funciones.

El propósito de la organización es contribuir a que los objetivos sean significativos y que favorezcan la eficiencia organizacional; en la organización se debe correlacionar -la gente, las tareas y los recursos para que puedan lograr los objetivos de la empresa.

La organización es fundamental para la planificación y el control de utilidades porque tanto la planificación como el control se relacionan directamente con la distribución de autoridad y responsabilidad dentro de toda la empresa. La distribución se formaliza comúnmente en la estructura de la organización.

Otras definiciones:

Terry: Organización es el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas.

Sheldon: El proceso de combinar el trabajo que los individuos o grupos deben efectuar, con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que así se ejecutan, sean los mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada del esfuerzo disponible.

Petersen y Plouman: es un método de distinción de la autoridad y de la responsabilidad, y sirve para establecer canales prácticos de comunicaciones entre los grupos.

Litterer: Es una unidad social, dentro de la cual existe una relación estable entre sus integrantes, con el fin de facilitar la obtención de sus objetivos o metas.

Dentro de los principios de la Organización encontramos:

Unidad de mando: Para evitar confusiones, conflictos entre las personas lo más conveniente es que los subordinados estén dirigidos por un solo jefe.

Especialización: Consiste en centrar las actividades de acuerdo a su especialidad, de forma que se puede fortalecer cada una de las tareas según sus características.

Paridad de autoridad y responsabilidad: Mantener un equilibrio entre la autoridad que se delega y la responsabilidad obtenida.

Equilibrio de Dirección–Control: diseñar una estructura que permita coordinar las acciones y al mismo tiempo valorar los resultados de la misma.

Definición de puestos: Se debe definir con claridad el contenido de los puestos en relación a los objetivos de los mismos.

División del trabajo: Se refiere a descomponer una tarea compleja en sus componentes, de tal manera que las personas sean responsables de una serie limitada de actividades, en lugar de tareas en general.

Jerarquía: es el plan que especifica quien controla a quien en una organización.

Departamentalización: integrar los departamentos que hacen parte de la organización, una vez que han sido divididas las tareas y se puedan relacionar en grupos similares

Coordinación: consiste en integrar las actividades de departamentos interdependientes a efecto de perseguir las metas de organización con eficiencia.

7.1.2.3. DIRECCIÓN: Es la acción e influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos.

Fayol define la dirección indirectamente al señalar: "una vez constituido el grupo social, se trata de hacerlo funcionar, tal es la misión de la dirección"

Consiste para cada jefe, en obtener los máximos resultados posibles de los elementos que componen su unidad, en interés de la empresa"

La dirección incluye incentivos, un enfoque de liderazgo, equipos y trabajo en equipo y comunicación, dentro sus principios encontramos;

Toma de decisiones: Significa la evaluación y el curso de una acción o alternativa a elegir que mejor se sugiera, para dar solución a un problema o aprovechar oportunidades.

Integración: proceso para la adecuada unificación en cuanto al personal se refiere, este proceso inicia con el reclutamiento de personal, para finalmente capacitarlos en el desarrollo de las funciones que habrán de realizar.

Motivación: es la labor mediante la cual se logra la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conducta esperados, generando compromiso en los empleados para alcanzar las metas de la organización.

Comunicación: es el medio que utilizan las personas para informarse, la comunicación en cualquier grupo que se trate, es de vital importancia ya que involucra a los individuos no solo en su papel de comunicadores, sino en el buen uso que a la información se le da.

Supervisión: Consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.

7.1.2.4. CONTROL: Establece sistemas para medir los resultados y corregir las desviaciones que se presenten, con el fin de asegurar que los objetivos planeados se logren; consiste en establecimiento de estándares, medición de ejecución, interpretación y acciones correctivas

Definición Terry:

Controlar es determinar que se está realizando, esto es, evaluar el desempeño y si es necesario, aplicar medidas correctivas.

El control puede considerarse como la detección o corrección de las variaciones. La importancia de los resultados obtenidos por las actividades premiadas, es probable que ocurran algunos errores, pérdida de esfuerzos y ser causa de desviaciones injustificadas del objetivo que se persigue. Es de importancia tener presente que el propósito del control es positivo, es hacer que sucedan las cosas por medio de las actividades planeadas.

El propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que los planes tengan éxito al detectar desviaciones de los mismos al ofrecer una base para adoptar acciones, a fin de corregir desviaciones indeseadas reales o potenciales; el control se ejerce a través de la evaluación personal, los informes periódicos de desempeño o de resultados reales, la comparación de los resultados con las metas planificadas constituye una medición de la efectividad del control durante un período pasado especificado, el cual constituye la base para una eficaz retroalimentación.

En los elementos del control encontramos por ejemplo el establecimiento de los estándares, la medición de los resultados, entre otros así:

Establecimiento de estándares: Es la aplicación de una unidad de medida, que servirá como modelo, guía o patrón en base en lo cual se efectuará el control.

Medición de resultados: La acción de medir la ejecución y los resultados, puede de algún modo modificar la misma unidad de medida.

Corrección: La utilidad concreta y tangible del control está en la acción correctiva para integrar las desviaciones en relación con los estándares.

Retroalimentación: El establecimiento de medidas correctivas da lugar a la retroalimentación; es aquí en donde se encuentra la relación más estrecha entre la planeación y el control.

7.1.3. MODELOS GERENCIALES: Los Modelos Gerenciales son estrategias de gestión operativa de la administración que se utilizan para direccionar el sistema estratégico de una empresa u organización; los modelos gerenciales hacen parte de las estrategias que las empresas adoptan con el propósito de promover, mantener o impulsar su efectividad de gestión.

7.1.3.1. Empoderamiento: el empoderamiento mas que un modelo, se refiere a un comportamiento gerencial cuya práctica y ejercicio implican un estilo de liderazgo que desarrolle en la gente una capacidad de autonomía en su desempeño y además demuestren su habilidad para asumir riesgos calculados y tomar decisiones sin necesidad de que medie la presencia de una autoridad o la presión de una supervisión. Se sabe que una persona está empoderada cuando sus acciones y comportamientos se caracterizan por capacidad de decisión, automotivación, creatividad, asunción de riesgos y orientación al logro.

El Empoderamiento tiene como propósito el desarrollo integral de las competencias de los seres humanos de manera tal que estén en capacidad para desempeñarse con autonomía, asumir riesgos de manera calculada y desempeñarse con motivación sin que medie necesariamente presencia de autoridad o supervisión.

El resultado más destacado del Empoderamiento es la percepción y convicción de que las personas “vuelan solitas”. Eso significa que los jefes pueden dedicar más tiempo al verdadero objetivo de sus cargos; gerenciar, planear, crecer el negocio, vender y todo

aquello que mejore el crecimiento del negocio. Las funciones de control disminuyen, generando en la empresa un clima laboral y una cultura de confianza y apertura. Se evoluciona de una administración basada en tareas, funciones, manuales y delegaciones, a una administración por procesos. La estructura orgánica cambia radicalmente de vertical a aplanada al no requerirse líneas de mando y autoridad que vigilen los procedimientos y las atribuciones que a la gente se le ha asignado en el cumplimiento de los objetivos de sus responsabilidades adscritas a los puestos de trabajo.

El empoderamiento es un proceso multidimensional de carácter social en donde el liderazgo, la comunicación y los grupos autodirigidos reemplazan la estructura piramidal mecanicista por una estructura más horizontal en donde la participación de todos y cada uno de los individuos dentro de un sistema forman parte activa del control del mismo con el fin de fomentar la riqueza y el potencial del capital humano que posteriormente se verá reflejado no solo en el individuo sino también en la comunidad en la cual se desempeña (Blanchard, Carlos & Randolph 1997).

7.2. MARCO JURIDICO Y LEGAL

La empresa se legalizará bajo el nombre de ESCALA MOTORBIKE LTDA., y se constituirá como sociedad comercial de responsabilidad limitada, cumpliendo con todos los requisitos de la ley existentes (Anexo N° 1).

ESCALA MOTORBIKE se regula bajo las leyes del Código de Comercio que normaliza la Sociedad Limitada así:

	SOCIEDAD LIMITADA
SOCIOS	Denominados Socios, se requiere un mínimo de dos socios y un máximo de 25
RESPONSABILIDAD	Los socios responden hasta el límite de sus aportes.
RAZÓN SOCIAL	Tendrá una denominación seguida de la expresión Limitada o Ltda.
CAPITAL	El capital de la sociedad se divide en cuotas de igual valor, el capital debe estar pagado en su totalidad al momento de constituirse la sociedad.
ORGANOS DE DIRECCIÓN Y CONTROL	Junta de Socios. Junta Directiva (Opcional). Representante Legal.
DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN	<ul style="list-style-type: none">- Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%, o cuando el número de socios exceda 25.- Por vencimiento del término previsto para su duración en el contrato, si no fuere prorrogado válidamente antes de la expiración.- Por imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto.- Por reducción del número de asociados a menos del requerido en la Ley para su formación o funcionamiento, o por aumento que exceda del Límite máximo fijado en la misma ley.- Por las causales que expresa y claramente se estipulen en el

	<p>contrato.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por decisión de los asociados, adoptada conforme a la leyes y al contrato social. - Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en las leyes. - Y por las demás causales establecidas en las leyes, en relación con todas o lagunas de las formas de sociedad que regula este Código.
--	---

De igual manera se acogerá y cumplirá la normatividad existente en materia de Seguridad Social, Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.

7.2.1. Pasos Para La Constitución De La Empresa

1. Verificación en la Cámara de Comercio el no registro del nombre ESCALA MOTORBIKE LTDA.
2. Verificación en la Superintendencia de Industria y Comercio, el no registro de la marca ESCALA MOTORBIKE
3. Constitución Legal de la Empresa ESCALA MOTORBIKE LTDA, mediante escritura Pública ante el Notario de Circulo de Bogotá.
4. Registrar marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
5. Inscripción y Registro Mercantil de la Sociedad ESCALA MOTORBIKE LTDA, ante la Cámara de Comercio de Bogotá y el pago del impuesto de registro para Bogotá y Cundinamarca, para obtener la matricula mercantil y tramites de asignación del NIT e inscripción del RIT y el RUT ante la Cámara (Ley de simplificación de trámites ante la Administración Pública).
6. Inscripción de Libros Contables en la Cámara de Comercio para ESCALA MOTORBIKE LTDA.
7. Solicitar ante la DIAN, autorización numeración para facturación.
8. Solicitud Cartilla Normas Legales Localidad 13 Alcaldía Local Teusaquillo (Decretos, prohibiciones y sanciones).
9. Comunicar la apertura del establecimiento de ESCALA MOTORBIKE LTDA
10. Adelantar tramites relacionados con Seguridad Social: EPS, Pensiones, Caja de Compensación, Ministerio de Trabajo (Dirección Técnica de Riesgos Profesionales).

11. Apertura de cuenta corriente ESCALA MOTORBIKE LTDA.
12. Iniciación del proceso contable.
13. Elaboración Reglamento Interno de Trabajo ESCALA MOTORBIKE LTDA.
14. Elaboración Reglamento Higiene y Seguridad Industrial ESCALA MOTORBIKE LTDA.

Tabla 1. Aportes de Socios

CONCEPTO	VALOR
Socio 1	\$15.000.000 ⁰⁰
Socio 2	\$15.000.000 ⁰⁰
TOTAL APORTES DE SOCIOS	\$30.000.000⁰⁰

Cada uno de los socios iniciales de la empresa realiza su respectivo aporte tal como se señala en la Tabla 1, por un valor de \$ 15.000.000⁰⁰ en dinero efectivo, para un monto de aportes de \$30.000.000⁰⁰ por lo cual cada uno de los socios tendrá un número igual, de una cuota por parte de participación en el capital de la empresa.

La sociedad será administrada por: una junta de socios capitalistas (los gestores del proyecto) y un Gerente General nombrado en la Junta. La Administración corresponde a los socios, pero se le delegarán funciones al Gerente previamente escogido, este llevará la representación legal de la empresa ESCALA MOTORBIKE LTDA.

Anualmente a treinta y uno (31) de Diciembre, se hará el corte respectivo de las cuentas y el Gerente General de la sociedad realizará un informe y balance que se presentará con detalle a la junta.

La junta se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los dos primeros meses del ejercicio y en la fecha que sea convocada por la Gerencia.

7.3. MARCO CONCEPTUAL

- **ALTO CILINDRAJE:** las motos que tienen más de 350cc en adelante y su motor es de gran fuerza y resistencia.
- **BAJO CILINDRAJE:** las motos que manejan una cilindrada menor, están entre 50cc hasta 200cc, generalmente son de dos tiempos.
- **BANDAS REFLEXIVAS:** Tiras de superficie bruñida para reflejar los rayos luminosos.
- **BOTAS:** Calzado, generalmente de cuero, que resguarda el pie y parte de la pierna, posee recubrimiento en la punta y el talón de material plástico que protege de la fricción.
- **CALIDAD:** Son aquellas características del producto que se ajustan a las necesidades del cliente y que por tanto le satisfacen, mejorando el producto con ausencia de errores que requieran rehacer el trabajo o que resulten en fallas en operación o insatisfacción del cliente.
- **CASCO:** Cobertura de fibras o de otra materia, que se usa para proteger la cabeza de heridas, contusiones, etc.
- **CODERA:** Pieza de refuerzo que se pone en el codo de una prenda de vestir.
- **CONFECCIÓN:** Fabricación de ropas, sus complementos y accesorios.
- **CHALECO:** Prenda suelta que cubre el pecho y lleva fijada las placas de la motocicleta.
- **CHASIS:** espina dorsal de la motocicleta y a partir del cual se colocan todos los demás elementos que la componen.
- **DEPÓSITO DE COMBUSTIBLE:** recipiente que aloja la gasolina.
- **DOFA:** Es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fuerza y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fuerzas y amenazas y estrategias de debilidades y amenazas.
- **DOS AGUJAS:** maquina que posee dos agujas , costura recta, se utiliza para pisar y dar un mejor terminado.

- **ESTRATEGIA:** Es pensar, reflexionar por anticipado sobre los recursos (humanos, financieros y tecnológicos) que dispone la empresa, para indicarles de manera racional sobre las acciones y la asignación de recursos, para así hacer frente a las demandas del medio ambiente en procura, en que en el mediano o largo plazo la empresa se convierta en líder en su escenario competitivo.
- **FILETEADORA:** maquina de cadeneta, costura en cadeneta, se utiliza para unir las prendas.
- **FRENOS:** delantero y trasero que son los encargados de detener la motocicleta, y que pueden ser de disco o de tambor, aunque estos últimos están casi en desuso.
- **GUANTES CON CARBONO:** Prenda para cubrir la mano, que se hace, por lo común, de piel, tela o tejido de punto, y tiene una funda para cada dedo, y posee un recubrimiento en la parte de los nudillos que protege la mano de la fricción y de impactos fuertes.
- **HOMBRERA:** esta sobrepuesta en los hombros, sirve de defensa para las caídas.
- **INDUSTRIA:** conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la transformación de algo
- **MATRIZ:** Es Una relación de variables cualitativas y cuantitativas ordenadas en filas y columnas.
- **MAQUINAS DE COSER:** encargadas en el proceso de la confección de prendas.
- **MISIÓN:** Representa la razón de la existencia de una organización, es la finalidad o el motivo que condujo a la creación de la organización; incluye los objetivos esenciales del negocio debe traducir la filosofía de la organización. La misión debe definirse en una declaración formal y escrita, denominada credo de la organización, que sirva derecordatorio que indique a los empleados hacia dónde llevar los negocios y como conducirlos.
- **MOTOCICLETA:** vehículo de dos ruedas, impulsado por un motor de gasolina.

- **MOTOCICLETAS DE CARRETERA:** destinadas a un uso exclusivo por carretera debido a la configuración de su construcción, y estas a su vez pueden ser:

- **Turismo:** que se utilizan para viajar, y que tienen una posición de conducción relajada, con el cuerpo más o menos derecho y por lo general vienen equipadas con maletas y parabrisas alto.
- **Custom:** (del inglés personalizar) que son motocicletas de no mucha potencia en donde lo que prima es el par motor y pocas revoluciones. Se caracterizan por el sonido característico de su motor (muy ronco) tanto que marcas como Harley Davidson tiene patentado el sonido de sus modelos

- **MOTOCICLETAS DE CAMPO:** También conocidas como "Off Road" que están conformadas para una utilización por terrenos irregulares y que se dividen en:

- **Motocicletas de "trial":** caracterizadas por un cambio de velocidades muy corto y un par motor muy elevado. Se utilizan circular por terrenos muy abruptos y para salvar grandes obstáculos.
- **Motocicletas de "cross":** caracterizadas por su capacidad para circular por terrenos irregulares a una velocidad relativamente grande. No es posible su matriculación (aunque en determinados modelos existen kits para ello) por lo que solo son utilizables en circuito, carecen de sistema de iluminación.
- **Motocicletas "enduro":** que teniendo una forma muy parecida a las motocicletas de cross se diferencia de estas en que son matriculables y están homologadas para su uso en carretera.
- **Motocicletas "Trail":** que son motocicletas que están adaptadas para rodar tanto en carretera como fuera de ella. Son una mezcla entre las motos de carretera y las motos de campo, su máxima virtud es su versatilidad.
- **MOTOR:** que anclado al basculante, y a la rueda trasera mediante una cadena, una correa o un cardan es el encargado de impulsar todo el conjunto. Dependiendo del ciclo de funcionamiento, los motores pueden ser de dos o cuatro tiempos.

- **PROTECCIÓN LUMBAR:** Perteneciente o relativo a los lomos y caderas, esta protección va en la parte anterior de la chaqueta.
- **PROTECCIÓN CERVICAL:** Perteneciente o relativo a la cerviz, Parte dorsal del cuello, que en el hombre y en la mayoría de los mamíferos consta de siete vértebras, de varios músculos y de la piel, esta protección va interna en la chaqueta.
- **PLANA:** una aguja, costura recta, se utiliza para costuras externas.
- **PYME:** Son aquellas empresas que tienen entre 10 y 200 empleados o que tienen activos entre 501 y 15 mil salarios mínimos, en contraste con las grandes empresas (+ de 200 empleados o más de 15 mil salarios mínimos en activos) y con las microempresas (menos de 10 empleados o menos de 501 salarios mínimos en activos).
- **RODILLERA:** Cosa que se pone para comodidad, defensa o adorno de la rodilla.
- **RIÑONERA:** Cartera pequeña que se lleva sujeta a la cintura, evita los movimientos bruscos de la cintura, protege riñones y estomago.
- **VISIÓN:** es la imagen que tiene la organización de si misma y de su futuro; la visión está más orientada hacia lo que la organización pretende ser que hacia lo que realmente, es decir, tener una visión apropiada de si misma, de los recursos de que dispone, de lo que quiere hacer para satisfacer continuamente las necesidades de los clientes, las oportunidades y retos que debe enfrentar.

8. ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercados define claramente todas las funciones del negocio que tan viable o factible puede resultar el proyecto, como su palabra lo indica la investigación reside en indagar o descubrir información que se encuentra alrededor y que arroja datos o variables que hacen que esta se de.

La investigación de mercados es tan importante para ESCALA MOTORBIKE LTDA puesto que facilitará toda la información como: análisis del sector, tamaño del mercado, producción local, competidores, perspectivas, normatividad, análisis de la oferta y de la demanda, oportunidades y riesgos, necesidades insatisfechas en el mercado motociclístico; evaluar si existe oportunidad de hacer negocio, ofreciendo el producto adecuado al precio conveniente, en el lugar indicado, entre otros.

En el presente capítulo se pretende establecer el comportamiento de las variables de oferta y demanda de la competencia existente en el mercado, analizando el entorno externo, en donde se revisará la situación actual, a su vez se evaluarán las fortalezas y debilidades de ESCALA MOTORBIKE LTDA., para determinar los efectos que surgirán al entrar en el mercado con el objetivo de proyectar curvas de oferta y demanda donde se plantearán estrategias de penetración en el mercado.

8.1. OBJETIVO GENERAL

Efectuar un estudio de mercados para la micro-empresa “ESCALA MOTORBIKE” que proporcione información para determinar la producción y comercialización de trajes de seguridad para motociclistas mensajeros en la ciudad de Bogotá.

- Investigar sobre las necesidades no satisfechas en el mercado motociclístico.

- Identificar la oportunidad de negocio con cada uno de nuestros productos.
- Medir y analizar las expectativas del cliente.
- Ejecutar estrategias para nuevas entradas de mercado.
- Penetrar el mercado objetivo.
- Posicionar la marca.

8.2. PROBLEMA DEL MERCADO

Falta de información respecto de la demanda potencial del mercado que permita conocer la cantidad de trajes de seguridad y accesorios para motociclistas por unidad de tiempo, que sirva de base para la creación de la empresa ESCALA MOTORBIKE.

8.3. OPORTUNIDAD

Teniendo como base que en el mercado actual de la ciudad de Bogotá no se encontraron productos iguales a los que proyecta elaborar y comercializar la empresa ESCALA MOTORBIKE y que la única empresa que elabora y comercializa productos similares es RIKAL, razón por la que ESCALA MOTORBIKE quiere dar a conocer esta clase de productos (chaquetas, pantalones, yofas, balaclavas, entre otros), los cuales resultaran seguros y confiables para el motociclista que desea adquirirlos.

El mercado de prendas y accesorios para motociclistas es nuevo, permitiendo el ingreso de novedosos productos que son aceptados rápidamente por los usuarios.

De acuerdo con investigaciones realizadas en el área hemos podido confirmar el elevado número de motos que están adquiriendo los colombianos y cómo los elementos de protección cada vez se convierten en una necesidad no satisfecha en el mercado, puesto que las empresas nacionales existentes (Bogotá y Medellín) se rigen por los mismo estándares de las internacionales, en donde el cliente es aquel motociclistas de alto cilindraje de ingresos superiores a 3 SMLV, los cuales se pueden dar el lujo de adquirir un traje de protección entre \$1'500.000 hasta \$6'000.0000.

El nicho de mercado de motociclistas de bajo cilindraje (mensajeros, domicilios, etc.) representan nuestros clientes potenciales debido a la elevada tasa de adquisición de este tipo de motocicletas en los últimos años, el diseñar y elaborar productos que satisfagan

las necesidades que van surgiendo a través del tiempo a precios competitivos logran una participación en ventas importante.

El crecimiento del mercado motociclístico puede atribuirse a varias razones entre ellas estas:

- El auge por adquirir una motocicleta, con especial énfasis en el estrato medio, se ha convertido en una necesidad, ya que contribuye a reducir los costos comparados con el transporte público, reducir tiempo y distancias
- La moto se utiliza como elemento de trabajo (mensajeros, escoltas, domicilios, medio de transporte independientes)
- La penetración de motocicletas Chinas a costos bajos al mercado Colombiano hace rentable obtener una moto
- El mercado financiero hace posible la aprobación de créditos para adquirir estos vehículo, por ser de precios bajos.

Estas razones han hecho que el mercado de elementos de protección para motociclistas se haya convertido en una importante oportunidad de negocios para ESCALA MOTORBIKE LTDA.

8.4. FUENTES E INSTRUMENTOS

Para la realización de esta investigación de mercados, se tendrán cuenta las siguientes fuentes e instrumentos.

8.5. FUENTES PRIMARIAS

Están formadas por los clientes, consumidores, y ejecutivos de la empresa, que nos aportan la información correcta acerca del asunto que se esta tratando.

Empresa RIKAL	Danilo Rico
Empresa HELIÓN	Sr. Jaime Cubides

8.6. FUENTES SECUNDARIAS

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ - Secretaria Movilidad
SECRETARIA DE TRANSITO Y TRANSPORTE DE BOGOTA
FONDO DE PREVENSIÓN VIAL
SETT
COMPENDIO- TESIS Y OTROS TRABAJOS DE GRADO
NORMAS INCONTEC
INTERNET
www.google.com/creacióndeempresas
www.dane.gov.co
www.fenalco.com.co/estadisticasvehiculos.hpt
www.potencialimite.com
www.dainis.it
www.vstromclub.es
www.demotos.com
www.alcaldiamayordebogota.gov.co/mapas.bogota

8.7. INSTRUMENTOS

Encuestas
Investigación competencia por método de observación
Entrevista indirecta con funcionarios de la empresa RIKAL

8.8. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado se realizó enfocada a los motociclistas mensajeros de la ciudad de Bogotá D.C., con el último Boletín informativo de la Alcaldía Mayor de Bogotá-Secretaría de Movilidad emitido el 07 de Marzo de 2007, se obtuvo una población de 46.451 motociclistas matriculados a diciembre del año 2006.

Gráfica 1. Tasa de crecimiento del mercado en Bogotá:

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaria Movilidad / Marzo 07 de 2007

Los trajes de seguridad y accesorios estarán dirigidos a los motociclistas mensajeros, entre los estratos 2 y 3, en un rango de edades entre los 18 y 60 años.

Se escogió la ciudad de Bogotá ya que facilita la comercialización de los trajes por ser ciudad capital y mayor fuente de empleo.

8.9. FICHA TECNICA

FICHA TECNICA

N= 46.451 Motociclistas de la ciudad de Bogotá.

n=122 personas encuestadas con características similares a N

Fórmula para el tamaño de la muestra:

$$N = Z^2 * (P * Q) / e^2$$

$$Z = 0.95$$

$$e = 0.05$$

$$P = 0.80$$

$$Q = 0.20$$

8.10. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para calcular el tamaño de una muestra para realizar las encuestas hay que tomar en cuenta tres factores:

1. El porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total, en este caso es el 95%.
2. El porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización, es del 5%.
3. El nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis, es decir, el valor de P= 80%: variabilidad positiva y Q= el 20%: variabilidad negativa.

Al realizar la investigación de acuerdo a la grafica No 1, la población de motocicletas en Bogota es de 46.451.

Para efectos de determinar la muestra se utilizó el muestreo aleatorio simple, en donde todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

Formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde,

n= es el tamaño de la muestra.

N=Población.

Z=es el nivel de confianza (95%).

P=es la variabilidad positiva (80%).

Q= es la variabilidad negativa (20%).

E=es la precisión o error (5%)

Al desarrollar la formula se obtuvo como resultados 122 encuestas, las cuales se aplicaran a los motociclistas que frecuentan almacenes de repuestos, y talleres para las motos.

N= 46.451

n= 122 conductores

8.11. MARCO MUESTRAL

Para establecer las características de la población de motociclistas matriculadas en Bogotá; se decidió tomar los motociclistas mensajeros de la ciudad, en diferentes puntos dentro del perímetro urbano aleatoriamente, mediante el uso de la encuesta.

La muestra se obtuvo así:

En diferentes días de la semana	Lunes-Domingo
En diferentes horarios	6:30 a.m. -7:30 p.m.
En diferentes sitios de Bogotá	
Sur	Barrio Bosa, 22Sur Restrepo
Centro	Carrera 17 Calle 14-16
Norte	Calle 100-116-117-153
Occidente	Fontibon

La razón por la cual escogimos estas zonas es por que allí se encuentran ubicados varios almacenes para las motos, y por que son las zonas mas concurridas y preferidas por los motociclistas.

8.12. DISEÑO METODOLOGICO

EL diseño metodológico de esta investigación parte de:

- Recolección de datos escritos
- Propuesta de Trabajo
- Compilación de información preliminar
- Recolección información de otras
- Aplicación de instrumentos.

8.13. METODO EMPLEADO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Método específico: la entrevista personal, la encuesta por medio de un cuestionario debidamente preparados con las datos necesarios: alternativas y preguntas por responder

con claridad. Las preguntas fueron concretas, claras, breves, objetivas, lógicas y fáciles de tabular.

8.14. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR.

El consumidor es aquella persona que compra bienes y/o servicios de consumo que satisfacen alguna necesidad, caracterizado por diferentes factores entre ellos:

- Sus motivaciones de consumo.
- Sus necesidades.
- Sus hábitos de compra.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

Pese a sus modestas dimensiones el mercado motociclístico este es bastante complejo, debido sobre todo a la gran variedad de necesidades insatisfechas que poseen los usuarios de las motos y que no se les había prestado la importancia que merecen.

Los conductores de motocicletas se corresponden mayoritariamente con varones de entre 25 y 34 años de edad.

- Las motocicletas que circulan por nuestras vías son, en general, de cilindrada pequeña o media.
- Los desplazamientos que realizan son de corto recorrido (inferiores a 20 km) y están relacionados fundamentalmente con el desempeño de sus actividades laborales.
- Los repartidores de comida rápida y los mensajeros son algunas de las víctimas más frecuentes en los accidentes de tráfico urbanos. La especial situación laboral en este sector es uno de los factores que más influye en este alto índice de siniestralidad, ya que gran parte de los sueldos dependen del número de viajes o repartos diarios que se realicen.
- Por su parte, los repartidores de comida rápida devengan menos del salario mínimo legal vigente ya que dependen de un básico más propinas.

En la actualidad hay algunas empresas de escoltas que ya tienen protegidos a sus trabajadores con trajes de seguridad, debido al tipo de velocidad excesiva que manejan estos conductores.

Y por ultimo, aquellos que tienen una moto sea por gusto o por diversión, son los únicos concientes de la importancia de adquirir el equipo completo de seguridad, ya que en su mayoría se dedica a viajar en sus ratos libres, a altas velocidades.

En este mercado, la competencia es por consiguiente internacional, ya que países Europeos son los productores de estos tipos de elementos pero como dijimos con anterioridad a precios elevados.

Partiendo de la variable demográfica nuestros consumidores no son limitados ni por el sexo, edad, nivel educativo, profesión, ocupación, estado civil, clase social, y religión entre otros.

Nuestro objetivo es brindar seguridad vial, no tanto a evitar los accidentes, sino a disminuir sus consecuencias lesivas, ya que los resultados de los principales elementos de protección de seguridad pasiva del que disponen los usuarios de motocicletas, dependen en su efectividad, en la prevención de fallecimientos a los motoristas cifra que se torna a un 28%. De forma similar reduce a la mitad la probabilidad de sufrir lesiones graves entre sus como lo son lesiones en la base del cráneo, fracturas y luxaciones cervicales, lesiones espinales y encefálicas.

8.15. TABULACIÓN RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

Para analizar los datos recolectados, se cita la pregunta, se tabula, se grafican los resultados y se analizan.

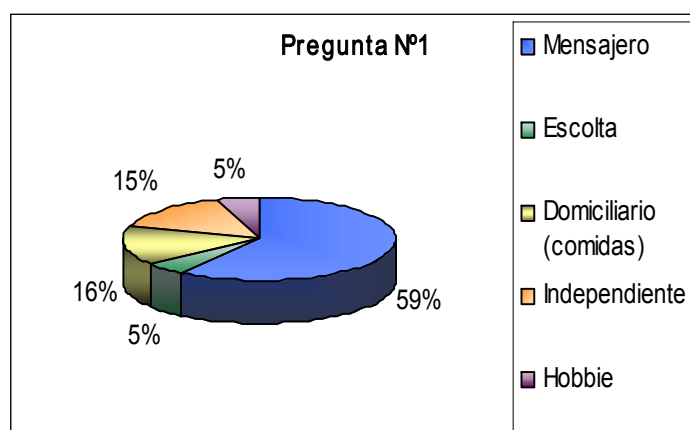
Pregunta N° 1. **¿A que actividad económica se dedica principalmente usted con la motocicleta?**

Objetivo: Conocer la participación de los motociclistas mensajeros en la ciudad de Bogotá.

Respuestas

Mensajero	73
Escolta	6
Domiciliario (comidas)	19
Independiente	18
Hobbie	6

Gráfica 2.



Realizada la encuesta podemos inferir de la población general que el sector motociclístico que más actividad tiene corresponde a los motociclistas mensajeros que son el 60% del total de la población (Ver Gráfica), siendo esta nuestra población objetivo.

Pregunta Nº 2. ¿Ud. Compraría un traje para conducir su moto por?

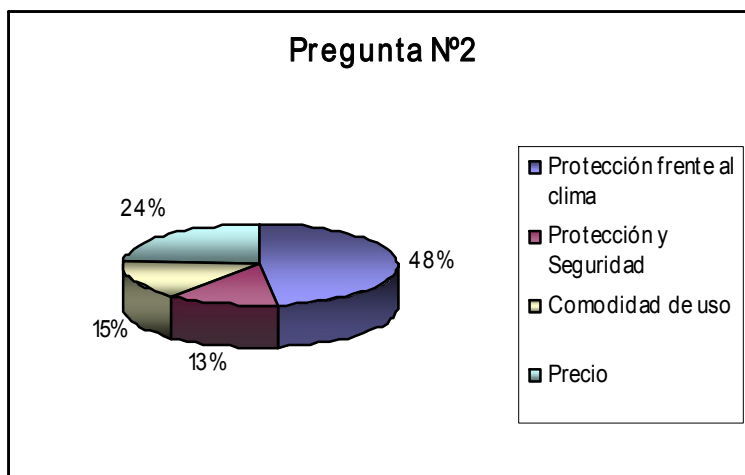
Objetivo: Conocer cual es la tendencia de mayor importancia por la cual el motociclista elige una prenda especial para conducir su moto.

Respuestas

Protección frente al clima	48
Protección y Seguridad	13

Comodidad de uso	15
Precio	24

Gráfica 3.



Según los motociclistas encuestados, al momento de adquirir un traje para conducir su moto, el 48% se basa en la variabilidad del clima de Bogotá, el 13% afirmó que le gustaría que tuviera protecciones para su seguridad, el 16% que sean cómodas debido a las labores que realizan y un 24% con referencia al precio justo por la prenda.

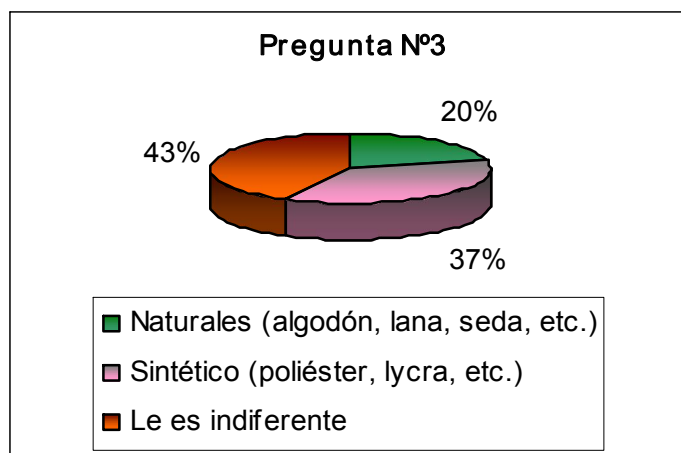
Pregunta Nº 3. ¿Los materiales de confección que usted prefiere para su ropa son?

Objetivo: Conocer cual es la característica del material preferido por lo motociclistas en la compra de una prenda.

Respuestas

Naturales (algodón, lana, seda, etc.)	25
Sintético (poliéster, lycra, etc.)	45
Le es indiferente	52

Gráfica 4.



Al momento de comprar una prenda los motociclistas en un 43% le es indiferente el material de su prenda solo les interesan que cumplan la función principal protegerse del frío y comodidad, el 37% se inclina por materiales sintéticos y 20% por materiales naturales.

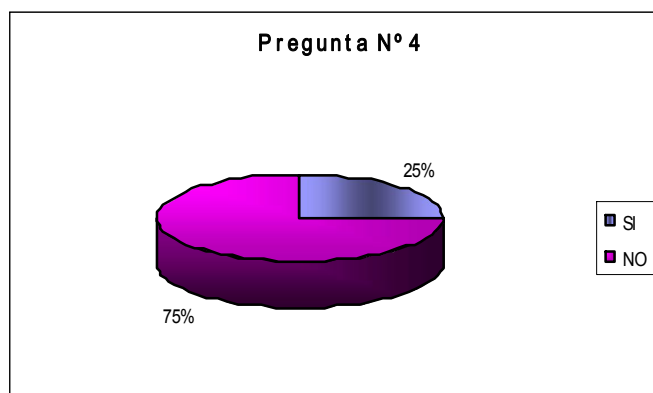
Pregunta 4. ¿Conoce usted los trajes de protección para motociclistas?

Objetivo: Conocer que tipo de información tienen los motociclistas de Bogotá sobre la existencia de este tipo de productos y sus funciones.

Respuestas

SI	30
NO	92

Gráfica 5.



En efecto el 75% de los motociclistas Bogotanos no saben de la existencia de estos productos, ni mucho menos su función, el 25% sabe de si existencia pero no los utiliza.

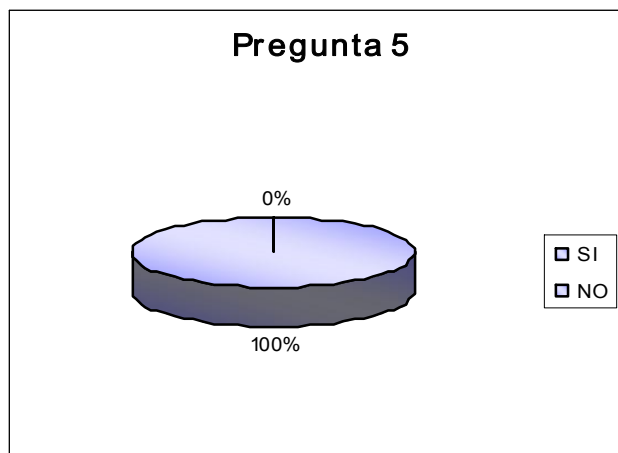
Pregunta N° 5. **¿Ud. compraría nuestros trajes?**

Objetivo: Determinar el grado de interés y aceptación que tienen los motociclistas por estos productos para mejorar su condición de seguridad y protección al conducir la moto.

Respuestas

SI	122
NO	0

Gráfica 6.



La respuesta de los encuestados es positiva en 100% esta interesado en adquirir algún tipo de producto que ofrezca protección y seguridad para el y su acompañante.

Pregunta N° 6. **¿Con que característica le gustaría adquirir su traje de protección?**

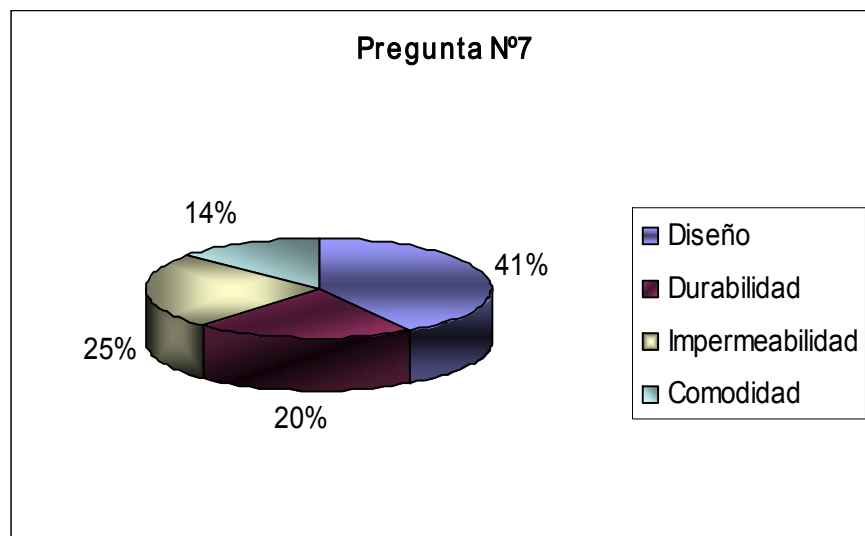
Objetivo: Conocer las características que los motociclistas consideran importantes para tener en sus trajes, adoptándolas a cada uno de los productos de Escala Motorbike Ltda.

Respuestas

Diseño	50
Durabilidad	25

Impermeabilidad	30
Comodidad	17

Gráfica 7.



Las características que son de agrado para este tipo de usuarios son el diseño con el 50% del cual nos enfocaremos al producir los trajes, en cuanto la impermeabilidad con el 30% esta relacionada con la clase de materiales que se utilizaran siendo esta una de las características para la elección, durabilidad con el 25% y comodidad con el 17%.

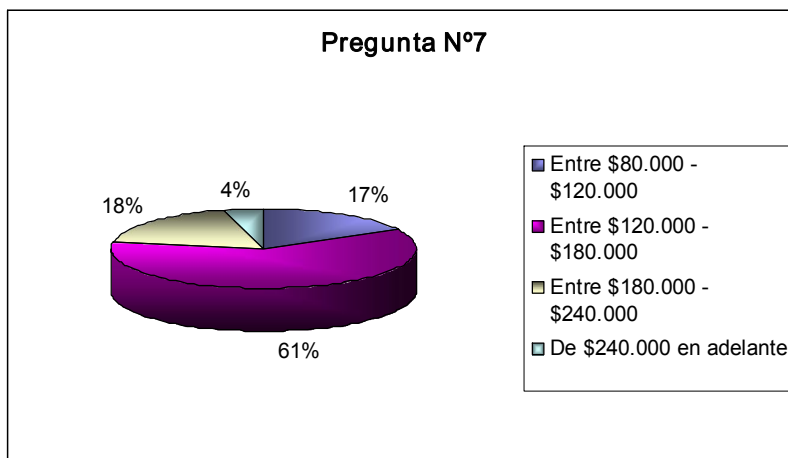
Pregunta N° 7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por uno de estos trajes?

Objetivo: Conocer cuanto el motociclista, esta dispuesto a pagar por su seguridad y protección.

Respuestas

Entre \$80.000 - \$120.000	21
Entre \$120.000 - \$180.000	74
Entre \$180.000 - \$240.000	22
De \$240.000 en adelante	5

Gráfica 8.



El 61% de los encuestados esta dispuesto a pagar entre \$120.000 y \$180.000 por un traje que le brinde protección, el 18% esta dispuesto a pagar entre \$180.000 y \$240.000 por uno de estos trajes, lo cual concluye que el motociclista es conciente de su exposición a algún tipo de siniestro y dispuesto a pagar un precio justo a cambio de seguridad.

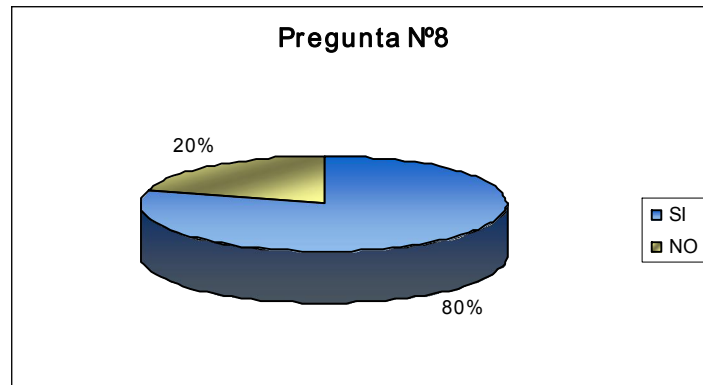
Pregunta N° 8. ¿Al momento de adquirir algún traje de protección le gustaría que le ofrecieran algún sistema de crédito?

Objetivo: Evaluar si les gustaría que la empresa prestara el servicio de crédito para poder adquirir un traje.

Respuestas

SI	97
NO	25

Gráfica 9.



El 80% esta interesado en adquirir algún tipo de crédito para poder adquirir un traje, determinado el caso de no tener una capacidad de pago instantánea.

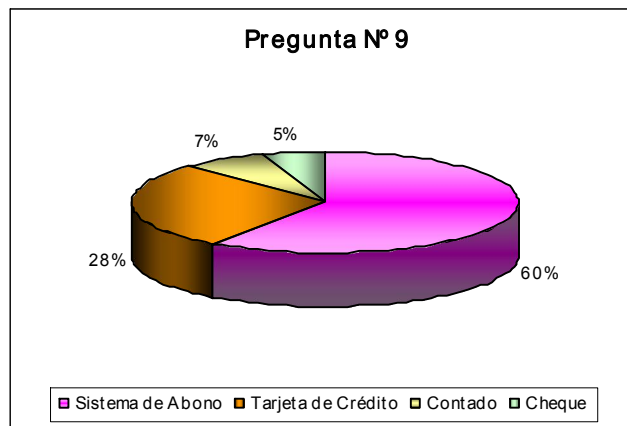
Pregunta N° 9. ¿Qué sistema de crédito es el preferido por usted?

Objetivo: Conocer cual es el sistema de crédito preferido, para así evaluar y poder ofrecerlo.

Respuesta

Sistema de Abono	58
Tarjeta de Crédito	27
Cheque	12

Gráfica 10.



El 60% quisiera que le ofrecieran el sistema de crédito por sistema de abono, tarjeta de crédito el 28%, y cheque el 12%, lo cual indica la posibilidad de ofrecer un sistema de

abono para aquellos motociclistas que no cuentan con el dinero en su totalidad o de contado para la compra del traje.

En conclusión los motociclistas encuestados al momento de elegir una prenda para conducir su moto, la preferencia son aquellas que protejan del frío de Bogotá y que sean cómodas, sin importar el material y como no les interesa ningún estilo en especial el precio es lo de menos, ya que en el mercado hay muchos productos que cumplen con estas características, un 13% muestra su interés en adquirir trajes que ofrezcan protección y seguridad para su labor diaria, En cuanto a la información que tienen sobre la existencia de los trajes de seguridad y su función no es clara, pero están interesados en informarse y adquirir los productos a un precio justo.

Por medio de la encuesta se observa la necesidad que tienen los motociclistas de poder adquirir trajes y accesorios en un lugar especializado que posea el conocimiento en donde sean atendidos por gente que los oriente y entienda.

8.16. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Se entiende por demanda los bienes y servicios que los consumidores desean adquirir para suplir alguna necesidad a un precio determinado en un tiempo estimado.

La importancia de analizar la demanda es examinar la conducta de los compradores, en donde influyen factores como el precio, los gustos, las expectativas, entre otros, para poder aprovechar las necesidades que surgen en el análisis de la demanda es necesario ubicarnos en los nichos donde posiblemente tendrá éxito el producto, lo que se consigue mediante la investigación que nos permitirá visualizar esta posibilidad.

Actualmente, existen pocas empresas dedicadas a la producción y comercialización de trajes y accesorios para motociclistas en Colombia. Las existentes se dirigen a mercados puntuales o locales sin tener en cuenta la totalidad del mercado.

Por eso consideramos que, el mercado potencial de ESCALA MOTORBIKE LTDA son los motociclistas mensajeros que corresponden al 60% del total de población (Gráfica 2), y con base en la información que arroja la encuesta del 13% que adquiriría trajes con protecciones (Gráfica 3) , la empresa pretende cubrir inicialmente el 10% del sector seleccionado como mercado objetivo, debido a que contamos con un margen de error del 3% . De igual forma la producción se irá incrementando en un 10% anual por cada uno de los productos, para ir posicionando la marca en el mercado; implementando estrategias que incluya publicidad y diferenciación de los productos, de esta manera existe una buena posibilidad de llegar a ser una marca líder, logrando gran aceptación.

Comportamiento.- La adquisición de motocicleta se ha convertido en los últimos tres (3) años en una necesidad en la ciudad de Bogotá y en todo el país, independientemente de las características culturales, sociales, económicas y/o sociales de sus habitantes, algunos las adquieren por gusto, herramienta de trabajo y otros por la congestión de tráfico en la que habitualmente tiene Bogotá.

De acuerdo a un estudio realizado por la Alcaldía Mayor de Bogotá- Secretaria de Movilidad, en los últimos tres años se han disparado la matricula de motos en un 303% (Ver Gráfica 1).

Se proyecta que de la demanda inicial (primer año de labores de ESCALA MOTORBIKE) para los trajes de seguridad y accesorios (Chaqueta, pantalón, yofas, balaclavas, entre otros), presentara un incremento considerable en los meses de Junio- Julio y Noviembre-Diciembre 2007 con el 10 y el 20% respectivamente, por ser los meses en que reciben la prima, Enero- Febrero 2008 presenta un incremento del 8% por ingreso a actividades laborales.

En el comportamiento de la demanda para ESCALA MOTORBIKE se tendrá en cuenta un inventario de 15 días esto con el fin de satisfacer siempre la demanda en el punto de venta.

8.17. PRECIOS

El precio “es la cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto”²; el precio variará de acuerdo a la oferta y la demanda, teniendo en cuenta los precios de venta de la competencia, los ingresos de los consumidores, la promoción, comercialización, estrategias y servicios post venta.

El precio de los productos se fijaron teniendo en cuenta los costos directos e indirectos, gastos de administración, gastos de venta y una rentabilidad del 16% sobre las ventas totales para el primer año.

La política de precios para los productos ESCALA MOTORBIKE, es la de precios bajos, de acuerdo a la pregunta 6 de la encuesta realizada en la ciudad de Bogotá, con el objeto de penetrar y absorber participación de la competencia, la cual representa principalmente las empresas RIKAL, y HELION, quienes comercializan productos similares a los que elaborará y comercializará ESCALA MOTORBIKE

8.18. PRODUCCIÓN

La producción se realizara de acuerdo el volumen de venta que tenga el punto de venta, también se realizara por orden de pedido que hagan los clientes, es decir pedidos para cada una de las ordenes especiales y con las indicaciones que se deseen.

Producción verificara siempre un inventario de artículos líderes así:

Trajes

Ref. Talla	1	2	3	4
M	4	4	4	4
L	4	4	4	4
XL	4	4	4	4
TOTAL				48

Accesorios

Yofas	Balacavas
48	48

² Michael J. Etzel_ Fundamentos de Marketing, Ed.11. 2003 Pp120_ Editorial: Mc. Graw Hill,

Este será el inventario de producto terminado con el fin de satisfacer la demanda.

8.19. PUBLICIDAD

Objetivo publicitario: dar a conocer los productos de la empresa haciendo énfasis en la importancia de cuidar y proteger el cuerpo ante algún siniestro en la motocicleta, realizando campañas que cultiven al conductor y crear conciencia de la importancia que tiene la vida humana; señalando la calidad de las materias primas utilizadas en la elaboración y especialización de la mano de obra, sin olvidar novedad de diseños.

Grupo Objetivo: Los conductores de motocicletas de bajo y alto cilindraje de estratos entre 2 y 3, residente en Bogotá, que tiene preferencia por trajes que protejan la integridad de su cuerpo, dada la calidad, versatilidad, durabilidad y diseños.

Se espera colocar en el mercado, para el primer año de operación del proyecto, un total de 2.787 unidades entre los 19 productos a saber: chaquetas, pantalones, yofas, balaclavas, cuellos polares, guantes, cuellos térmicos, camisetas, busos, gorras, pasamontañas, forros y tulas para los cascos, chalecos, pijamas para las motos, impermeables, etc.

Promesa básica: El producto observa los más altos estándares de calidad que respaldarán la inversión del consumidor contribuyendo al mejoramiento de su calidad de vida.

Promesa Secundaria: el producto se elabora sobre pasando las necesidades de nuestros cliente en lo relacionado con: seguridad, protección, diseño y precio (relación costo-beneficio).

Promoción y Publicidad. La promoción que vamos a utilizar se puede realizar mediante la presentación de los productos en encuentros moteros, lugares de mayor afluencia motociclista y mediante publicidad de prensa.

Teniendo en cuenta la investigación de mercados de nuestro producto, ya que con esto conocemos el mercado y la forma de como se puede influir en él, mostrando una publicidad impecable, recurriremos a expertos en publicidad.

Estrategias Publicitarias.

- Posicionamiento Psicológico "trajes de seguridad perfectos para proteger tu cuerpo" (Funciones imaginarias del producto)
- Posicionamiento Objetivo: son trajes elaborados bajo las más estrictas normas de calidad que brinda seguridad donde prima la vida humana (se descubre en el texto de apoyo)
- Posicionamiento Simbólico: " por ser trajes de seguridad protege mi vida y la de mi acompañante" (Función Social)

Los medios publicitarios a utilizar son los siguientes: ganchos de atención

- Promesa Básica: Trajes de Seguridad para proteger la integridad física de los motociclistas"
- Razón de Respaldo:
POR QUE NO HAY NADA MÁS IMPORTANTE QUE LA VIDA HUMANA
- Promesas Secundarias: ES SEGURO.
NO ES COSTOSO.
ES COMODO.
ES NOVEDOSO.

Prensa: En Colombia existen tres periódicos y/o revistas dirigidas a motociclistas, como lo son publimotos, el bacán, demotos.

Publicidad Directa: Es otro medio de publicidad que utilizaremos y además es uno de los más económicos ya que es la promoción directa a través de la utilización del teléfono, el fax, Internet, carteles, asistencia a eventos programados, encuentros, ferias, fiestas, etc.

Logotipo y Slogan. Escala Motorbike Ltda., utilizará un logotipo que permite una fácil recordación a los clientes. Para ello se utilizo el color negro que hacen referencia a la exclusividad y distinción de las prendas que comercializara Escala Motorbike Ltda., Ver

Imagen 3. Logotipo



Así mismo la empresa utilizará como slogan “¡Escala con seguridad, protegido con Diseño y Estilos de Hoy!” el cual facilitará el nivel de recordación de la empresa, haciendo énfasis en las características de los productos ofrecidos.

Imagen 4. Modelo de Tarjeta de Presentación



Imagen 5. Modelo del volante



ESCALA
MoToRBIKE.

escala_motorbike_ltda.@colombia.com

Protege Tu Cuerpo y Disfruta la Moto al Máximo

- **Chaquetas de Protección.**
- ***Balaclavas , Yofas.**
- ***Pijamas para Moto.**
- ***Pantalones de Seguridad.**
- **Guantes con Protecciones**
- **Pregunta Por Nuestras Promociones**

Cll 33 No 14-25 (Diagonal a Suzuki)
Trajes y Accesorios para Motociclismo. 3133889502



8.19. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

Entre los sistemas de comercialización que vamos a utilizar podemos denotar que nuestros canales de distribución son los siguientes: productor, puntos de venta de venta directos, minoristas y consumidor final.

Para efectos de facilitar el proceso de comercialización se utilizará un vehículo que permita la entrega de las prendas de manera eficaz y eficiente al cliente en el momento en que éste así lo requiera.

La comercialización se realizará en el Barrio Teusaquillo donde se encuentra el cliente objetivo de la empresa.

Servicio Post Venta: La empresa ESCALA MOTORBIKE Ltda. Tendrá habilitada una línea de servicio al cliente, en la cual serán atendidas las sugerencias, quejas ó reclamos de los compradores, con el fin de conocer las inquietudes y dar solución eficaz a las mismas.

Comercio al por Mayor: el comercio al por mayor desempeña funciones muy importantes, entre las cuales cabe citar las de cantidad (reservas disponibles), surtido y calidad, transporte, almacenamiento, crédito y financiación. El mayorista elige de conjuntos diferenciados y especializados, un surtido óptimo para su clientela.

Comercio al por Menor: Una de las características del comercio es que las empresas de distribución están muy concentradas es su objetivo.

Imagen 6. Circuitos de Distribución

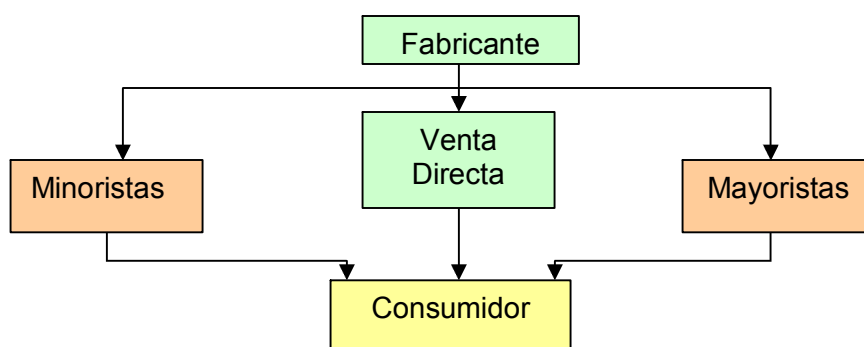
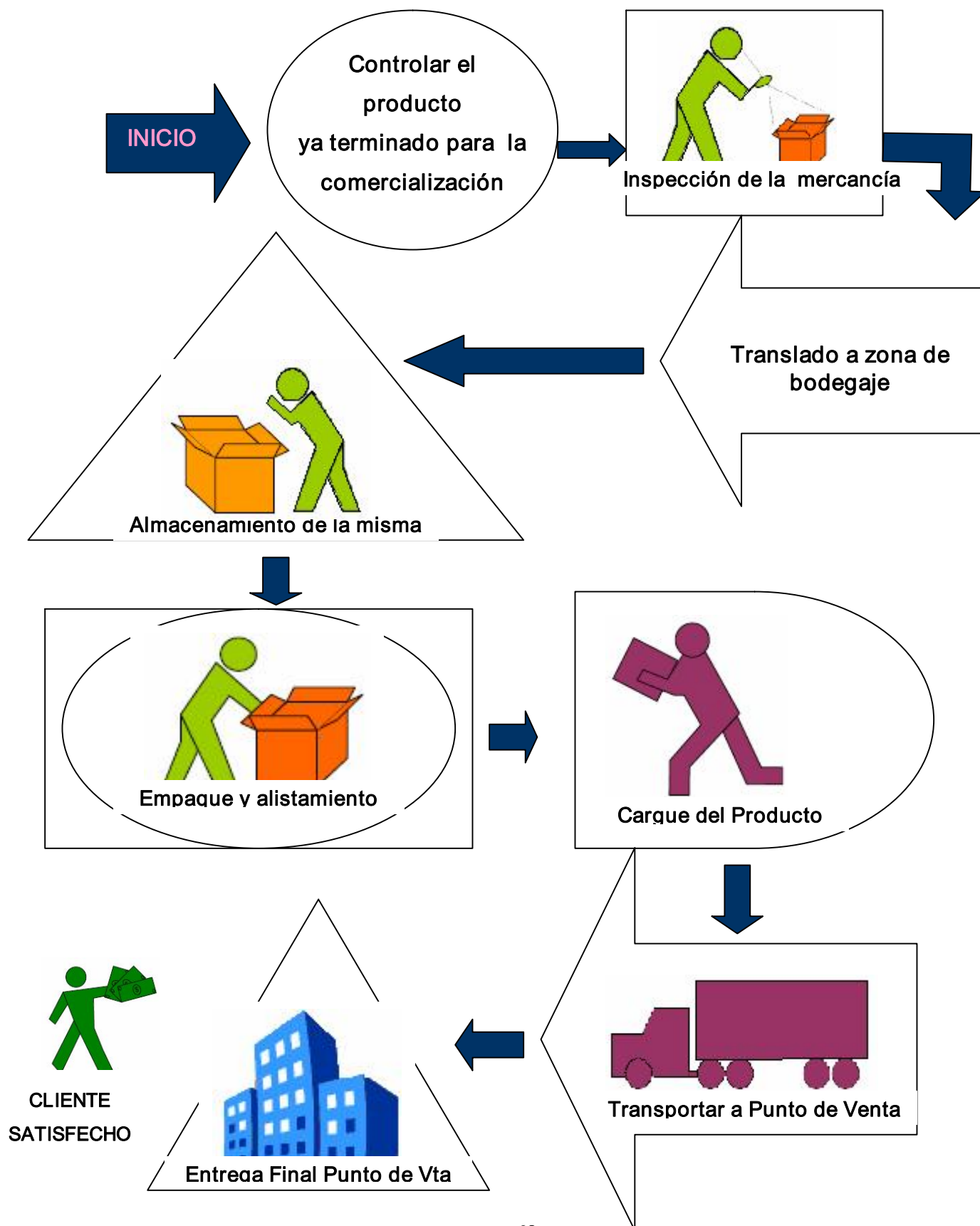


Imagen 7. Flujo grama De Comercialización



8.21. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

Es importante señalar que existe poca información secundaria en sector motociclistico con respecto a la producción y comercialización de trajes de seguridad, que una vez realizada la búsqueda (seis meses aproximadamente), en la ciudad de Bogotá y consultas vía Internet), en el mercado actual de trajes de seguridad no se encuentran productos iguales a los que ofrecerá ESCALA MOTORBIKE, que dará al mercado chaquetas y pantalones de seguridad con protecciones en hombros, codos, espalda, rodillas y cadera, en lonas impermeables, rígidas y livianas compuestas por nylon resistentes a la abrasión. Productos que no se encuentran en el mercado, la investigación de mercados también arroja como resultado la existencia de competencia directa que ofrece productos de características similares dirigidos al segmento de motociclistas de estratos 5 y 6. A continuación se relacionan las empresas que se destacan con estos productos:

ALMACEN RIKAL	
El almacén RIKAL es propiedad de un microempresario quien tiene un taller ubicado en la zona nortes de Bogotá Av 116 N°15-50 teléfono 2 13 23 28, los productos que vende son chaquetas, rodilleras y el fuerte son las botas para los motociclistas y el arreglo de las prendas importadas, RIKAL esta dirigido a los estratos 5 y 6.	
BOTAS	\$300.000
TRAJE	\$600.000
RODILLERAS	\$ 80.000
Estas prendas llevan el logotipo estampado en sus productos, la calidad de sus artículos es buena, la garantía de los productos es de dos meses.	

FUENTE: Almacenes RIKAL, HELION

ELABORADO POR: CESAR RODRIGUEZ, ANGÉLICA SOLER

HELION	
Brinda un espacio confortable en sus instalaciones ubicado en la NQS con 72 celular: 3 11 2259922, sus productos son limitados ofrece chaqueta y pantalón de seguridad, se dirige a los estratos 5 y 6, no posee gran variedad de diseños y sus colecciones perduran por más de 8 meses, con base a una línea muy clásica.	
TRAJE	\$900.000
Estas prendas llevan el logotipo bordado en sus productos, la calidad de sus artículos es buena, la garantía de los productos es de dos meses. Esta marca esta perdiendo credibilidad a causa de sus frecuentes cambios de dirección de los puntos de venta.	

FUENTE: Almacenes RIKAL, HELION

ELABORADO POR: CESAR RODRIGUEZ, ANGÉLICA SOLER

**TABLA 2. PRINCIPALES PROVEEDORES DE EQUIPOS DE SEGURIDAD
PARA MOTOCICLISTAS**

PRINCIPALES PRODUCTORES DE TRAJES DE SEGURIDAD A NIVEL MUNDIAL.	
EUROPA <ul style="list-style-type: none"> • ITALIA • FRANCIA • ESPAÑA • GRAN BRETAÑA • ALEMANIA ASIA <ul style="list-style-type: none"> • INDIA • TAIWAN • PAKISTAN • CHINA 	NORTE Y CENTRO AMERICA <ul style="list-style-type: none"> • ESTADOS UNIDOS CANADA SUR AMERICA <ul style="list-style-type: none"> • BRASIL • ARGENTINA

Fuente: Los Autores del proyecto

ELABORO: CESAR RODRIGUEZ, ANGÉLICA SOLER

TABLA 3 . PROVEEDORES INTERNACIONALES.

PROVEEDORES INTERNACIONALES	PROCEDENCIA	DIRECCIÓN ELECTRONICA	PRECIOS USD/TRAJE
ACERBIS	Italia	www.acerbis.it	US \$630
ALPINESTARS	Europa	www.alpinestars.com	US \$ 690
AXO	Italia	www.axo.it	US \$ 680
BERING	Francia	www.bering.fr	US \$ 500
CLOVER	Italia	www.clover.it	US \$ 480
EXOCET	España	www.exocet.es	US \$ 500
FOX	USA	www.foxracing.com	US \$ 730
HEBO	España	www.hebo.com	US \$ 820
IXS	España	www.ixis.de	US \$ 680
MOTOROAD	España	www.motoroad.com	US \$ 490
O'NEAL	USA	www.oneal.com	US \$ 710
PROGRIP	USA	www.progrip.com	US \$ 730
RICHA	Inglaterra	www.richa.be	US \$ 650
RUKKA	Alemania	www.rukka.com	US \$ 745
RUTA AL OESTE	USA	www.rutalaoeste.com	US \$ 420
SIDI	Italia	www.sidi.it	US \$ 830
SPIDI	Italia	www.spidi.it	US \$ 790
SPYKE	Italia	www.spyke.it	US \$ 650
THOR MX	USA	www.thormx.com	US \$ 710
JOE ROCKE	USA	www.joerocke.com	US \$720

ELABORADO POR: CESAR RODRIGUEZ, ANGÉLICA SOLER

8.22. MERCADO DE INSUMOS

Tabla 4. Identificación Y ubicación geográfica de los posibles proveedores

Insumo	Proveedor	Localización
Telas	Lafayet	Diag. 12C N°71-98 Bogotá
	Fabricato	Cra. 50 N°38-320 Antioquia
Hilos	Ennka	Barrio Alqueria
	Hilanaler	Carrera 37A 8-43 Antioquia
Cremalleras	Mundial de Cremalleras	San Victorino
	Solo Herrajes la 14	Centro _ Bogotá
Insumo	Proveedor	Localización
Telas	Lafayet	Diag. 12C N°71-98 Bogotá
	Fabricato	Cra. 50 N°38-320 Antioquia
Hilos	Ennka	Barrio Alqueria
	Hilanaler	Carrera 37A 8-43 Antioquia
Cremalleras	Mundial de Cremalleras	San Victorino
	Solo Herrajes la 14	Centro _ Bogotá

Fuente: Cotización Lafayet, Fabricato, Ennka, Hilaner, Mundial de Cremalleras, Solo Herrajes

Elaborado por: Cesar Rodríguez, Angélica Soler

Insumos: conjunto de productos que se emplearan para la elaboración de otros productos. Los trajes serán elaborados en Iona Huracán. Para su fabricación se emplearán además: hilos, cremalleras, nylon, broches, marquillas, microporosas, Jumbolom Absorber.

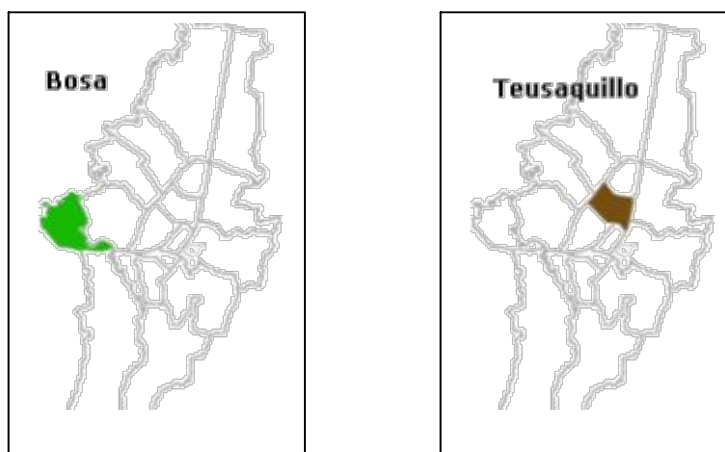
9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

9.1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

El nombre de la empresa será ESCALA MOTORBIKE LTDA., y se dedicara a la producción y comercialización de trajes de seguridad y accesorios para motociclistas, elaborados en materiales de alta calidad y con precios accequibles. La fabrica se localizara en el barrio la Estanzuela en Bosa, y el punto de venta estará ubicado en el barrio Teusaquillo, en la ciudad de Bogotá. Utilizará un logo formado por el primer nombre, el segundo tiene en las dos vocales O lo que hace referencia a las llantas de la moto y un personaje animado que representa los motociclistas (Grafica 2).

La empresa está clasificada dentro de la actividad económica de Industrias Manufactureras, Fabricación de prendas de vestir, Fabricación de ropa exterior para deporte (CIU D 181009)³, respectivamente.

Imagen 8. Mapa de Localización



Fuente: www.redbogota.com _ Universidad Nacional de Colombia

³ www.camaradirecta.com/webccb/temas/newsie/CIU/d.htm

Imagen 9. Logo de la Empresa



9.2. TIPO DE ORGANIZACIÓN

9.2.1. Organización Plana: Para ESCALA MOTORBIKE el empoderamiento es una política, ya que se basa en capacitar para delegar poder y autoridad, de esta forma buscamos que cada una de las personas que laboran allí lo hagan con incentivos que nos conlleve a tener una mejor producción y ofrecer una mejor calidad, siendo esto una de nuestras mejores estrategias utilizadas frente a nuestros competidores.

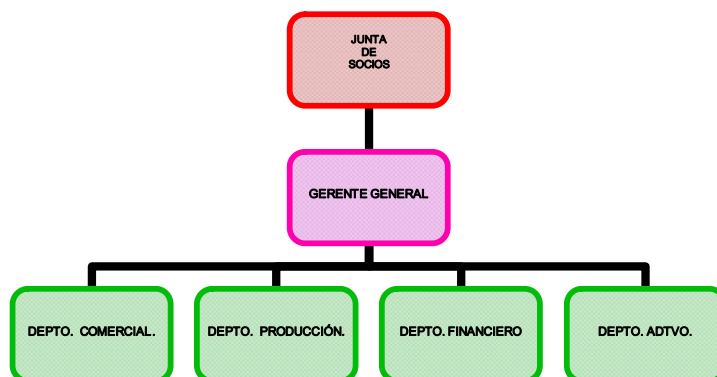
De esta manera la compañía será líder en el sector, junto con la responsabilidad y el cumplimiento, lo que se traduce en una cultura participativa, creativa y sensible. Todo esto va apareado con una estructura flexible constituida por equipos de liderazgo interactuantes ligados por el conocimiento y la comunicación.

9.2.2. Organigrama de la empresa: El organigrama es el esquema de la organización de una empresa, la estructura de la compañía para lograr eficiencia en la toma de decisiones y cumplir con la misión y la visión (Gráfica 3). Habrá un Gerente General nombrado por la Junta de Socios quien tendrá a su cargo la dirección Administrativa de la empresa, el supervisor de planta y el contador (quien trabajara por honorarios).

El gerente será el responsable de la dirección de la empresa, y los demás tendrán que llevar acabo cada una de las labores establecidas en el manual de funciones según sea el cargo.

Imagen 10. Organigrama


ORGANIGRAMA
ESCALA MOTORBIKE LTDA



9.3. FILOSOFIA INSTITUCIONAL

9.3.1. Misión: ESCALA MOTORBIKE diseña y produce trajes y accesorios, que protegen la integridad física de los motociclistas y sus acompañantes, bajo las más estrictas normas de calidad donde prima la integridad física del motociclista, ofreciendo a nuestros clientes seguridad, comodidad y bienestar.

Para nuestra organización “lo mas importante es el hombre”, ESCALA MOTORBIKE investiga frecuentemente sobre sus necesidades, gustos, y pone en marcha una serie de estrategias necesarias para el logro de las expectativas, logrando la satisfacción de las aspiraciones económicas de sus accionistas y colaboradores.

Consideramos como deber, innovar con diseños y productos que beneficien a la comunidad motera, a precios competitivos.

9.3.2. Visión: Ser en el año 2015 la marca más reconocida por los motociclistas, y la empresa más consolidada del mercado de trajes y accesorios de seguridad.

El crecimiento de ESCALA MOTORBIKE será tal, que no solo estaremos a nivel nacional, si no que también nuestra marca será preferida en el resto de América.

Superar las expectativas de nuestros clientes, contar con una infraestructura física, tecnológica y recurso humano excelente que le den imagen y prestigio a nuestra empresa, que nos distinguirá de la competencia.

9.3.3. Objetivos Corporativos

- Ofrecer permanentemente prendas de excelente calidad con diseños innovadores para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Estar siempre a la vanguardia de la moda, y la tecnología llegando así a ser los líderes en el mercado.
- Crecer, en un plazo de cinco años como la empresa líder en el mercado motociclístico.
- Mantener operaciones productivas que le permita adaptarse a los cambios rápidos del mercado, logrando permanecer vigente.
- Proporcionar bienestar y desarrollo a los empleados constantemente, para generar empoderamiento y mayor compromiso con la empresa.

9.3.4. Principios Corporativos.

Los principios corporativos de la Empresa Escala Motorbike Ltda., son considerados como los valores, normas y creencias esenciales en que se fundamenta la organización empresarial, por lo tanto, se rige bajo los siguientes principios:

- Lealtad.
- Calidad en la prestación del servicio.
- Respeto.
- Trabajo en equipo.
- Continuo crecimiento personal.
- Eficiencia.
- Equidad.
- Credibilidad y buena imagen.
- Honestidad

- Orgullo
- Calidad

9.4. POLITICAS CORPORATIVAS

9.4.1. Política Ambiental:

- Racionar el consumo de recursos naturales, energéticos o no, utilizados en los procesos y hacer reciclaje de los materiales
- Seguimos una filosofía de consumo limitado en todos los aspectos, utilizando bombillas de bajo consumo en las zonas de uso continuado, limitando en lo posible el consumo de agua, buscando alternativas al uso de papel, etc.

9.4.2. Políticas De Personal

- Evaluar de forma objetiva el rendimiento de los empleados.
- Permitir a los empleados crecer personalmente a través de su trabajo, para así responder de forma flexible y eficaz ante los cambios.
- Los salarios son asignados acatando las normas legales establecidas por el gobierno Nacional y serán cancelados mensualmente.
- Todos los procedimientos y políticas referentes al personal, deben ceñirse al régimen laboral Colombiano.
- Todo puesto de trabajo debe estar dotado de las herramientas necesarias para llevar a cabo las funciones del cargo.

9.4.3. Políticas De Inventarios

- Se hará la entrega de pedidos por ordenes de remisión
- Se factura únicamente mercancía que se encuentre en las instalaciones de la empresa.
- Prendas que se facturen deben ser entregada inmediatamente a los clientes.
- Se tendrá en constate control los Kardex de Inventarios
- Mantener un stock de inventarios de cada línea y referencia.

- Las prendas serán entregadas puntualmente y en el lugar acordado con los clientes.

9.4.4. Políticas De Compras

- Los pagos a proveedores serán realizados a (30) treinta y (60) sesenta días.
- Las compras deben ser sustentadas con factura y la orden de pedido.
- Las facturas de compra deben contener los siguientes datos: la orden de pedido, la firma de quien recibe, nombre del titular de la factura así como plazo y forma de pago.
- La factura debe contener los datos impresos del proveedor y en su defecto sello que contenga el nombre y NIT del proveedor.

9.4.5. Políticas De Ventas

- Se podrán realizar ventas con cheques posfechados y al día.
- Existirá la forma de pago por medio de abono, una vez abonado la primera parte el cliente tiene 30 días para ir abonando o en su efecto hacer la cancelación total.
- Los pagos de las prendas facturadas, serán de contado correspondientes al 50% del total de la compra y el valor restante a (30) treinta días. Con un descuento de pronto pago del 5%.
- Al momento de la entrega de las prendas, deben soportarse con factura legal y efectivo o cheque.
- Los recibos de caja deben elaborarse antes de efectuar las consignaciones.
- Las facturas deben tener sus respectivas firmas, efectivo o cheque a más tardar el día siguiente de la entrega de la mercancía.
- La orden de pedido debe ser diligenciada completamente con los siguientes datos:
 - ☞ Nombre completo del almacén o comprador
 - ☞ Número de cédula o Nit.
 - ☞ Dirección completa
 - ☞ Número telefónico
 - ☞ Nombre del vendedor.
- Las facturas deben contener la información de la orden de pedido, la firma de quien recibe, nombre del titular de la factura así como plazo y forma de pago.

- Toda devolución, anulación, nota de ajustes y descuentos debe estar firmada por la gerencia general.

9.5. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

9.5.1. Diagnostico Interno: Dentro de esta parte analizaremos las variables de Fortalezas y Debilidades por medio de matrices de evaluación de factores internos ya que estas son las que nos definen el entorno interno que maneja nuestra empresa, para efectos de tomar decisiones y aplicar estrategias que la beneficien.

Tabla 5. Matriz evaluación Factores Internos (EFI)

CAPACIDAD ADTVA.	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Se cuenta con misión, visión, objetivos	✓							✓	
Conocimiento de las funciones y responsabilidad	✓						✓		
Se han definido indicadores de gestión y control		✓						✓	
Programas de motivación hacia el personal		✓					✓		
Existe Cultura Corporativa		✓					✓		
Existe Departamento de Recursos Humanos					✓			✓	
Se realizan capacitaciones		✓					✓		
Existen manuales de Funciones y procesos		✓						✓	
Existen flujo gramas de procesos		✓						✓	

CAPACIDAD DE MERCADEO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Conocimiento del mercado potencial	✓						✓		
Participación del mercado		✓					✓		
Existe servicio postventa		✓					✓		
Se implementan estrategias de mercadeo		✓						✓	
Capacidad de fabricación, Sistemas de comercialización,		✓					✓		

CAPACIDAD FINANCIERA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Nivel adecuado de recursos financieros	✓							✓	
Rentabilidad		✓					✓		
Liquidez		✓					✓		
Endeudamiento					✓		✓		

Tabla 6. Ponderación Matriz de Evaluación de Factores Internos

FACTORES CLAVES	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	RESULTADOS
Se cuenta con misión, visión, objetivos	0,07	4	0,28
Conocimiento de las funciones y responsabilidad	0,07	4	0,28
Compromiso con la organización	0,06	3	0,18
Programas de motivación hacia el personal	0,03	3	0,09
Existe Cultura Corporativa	0,05	3	0,15
Existe Departamento de Recursos Humanos	0,03	2	0,06

Se realizan capacitaciones	0,06	3	0,18
Existen manuales de Funciones y procesos	0,06	3	0,18
Existen flujo gramas de procesos	0,06	3	0,18
Conocimiento del mercado potencial	0,07	4	0,28
Participación del mercado	0,05	3	0,15
Existe servicio postventa	0,06	3	0,18
Se implementan estrategias de mercadeo	0,06	3	0,18
Sistemas de comercialización	0,06	3	0,18
Cuenta con proyección de ventas	0,06	4	0,24
Rentabilidad	0,05	3	0,15
Liquidez	0,06	3	0,18
Endeudamiento	0,04	2	0,08
TOTAL	1		3,2

1= Debilidad Grave 2= Debilidad Media 3= Fortaleza Media 4= Fortaleza Mayor

Según la evaluación anterior ESCALA MOTORBIKE cuenta con una fortaleza media, por aproximación matemática, lo cual es favorable pues cuenta con una estructura administrativa funcional, lo cual es clave para un óptimo manejo ya que una empresa competitiva debe contar con los recursos humanos, financieros, de capacidad técnica y productiva para poder hacer frente a la competencia.

9.5.2. Diagnostico Externo: Dentro de esta parte analizaremos las variables de Amenazas y Oportunidades que son las que nos definen el entorno externo de donde nuestra empresa se esta desarrollando.

Tabla 7. Matriz evaluación de factores externos (EFE)

ASPECTOS A EVALUAR	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Importaciones				✓				✓	

Crecimiento de Mercado	✓						✓		
Costo Materiales	✓						✓		
Cultura					✓		✓		
Tecnología	✓						✓		
Presencia de productos sustitutos					✓			✓	
Clima	✓								✓
Cambios demográficos		✓							✓
Economía				✓			✓		
Incentivos Gubernamentales		✓						✓	
Contrabando				✓			✓		

Tabla 8. Ponderación EFE

FACTORES CLAVES	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	RESULTADOS
Importaciones	0,13	1	0,13
Crecimiento de Mercado	0,09	4	0,36
Costo Materiales	0,12	4	0,48
Cultura	0,06	2	0,12
Tecnología	0,10	4	0,4
Presencia de productos sustitutos	0,07	2	0,14
Clima	0,08	4	0,32
Cambios demográficos	0,08	3	0,24
Economía	0,09	1	0,09
Incentivos Gubernamentales	0,05	3	0,15
Contrabando	0,13	1	0,13
	1		2,56

1= Amenaza Grave 2= Amenaza Media 3= Oportunidad Media 4= Súper Oportunidad

Como resultado se obtuvo una calificación que evalúa a ESCALA MOTORBIKE LTDA, en oportunidad media, lo cual es favorable para la empresa, según **Ross Perot** “El alcanzar el éxito o no alcanzarlo no depende de la calidad de los planes, el éxito depende de la reacción ante las oportunidades inesperadas”.

Toda empresa necesita aprovechar una oportunidad para abrirse paso en su camino hacia el éxito.

Tabla 9. Matriz de evaluación de competencia

	ESCALA MOTORBIKE LTDA									RIKAL									HELION								
	DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO			DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO			DEBILIDAD			FORTALEZA			IMPACTO		
Conoce los principales competidores				X									X						X					X			
Conoce las principales debilidades de la competencia				X									X								X						
Conoce las estrategias de la competencia					X						X									X							
Realiza investigaciones de mercados				X					X										X								
Aplica Benchmarking					X							X									X						
Ventaja Comparativa		X							X										X								
Ventaja Competitiva		X											X									X					

Tabla 10. Ponderación Matriz de evaluación de competencia

	ESCALA MOTORBIKE LTDA			RIKAL		HELION	
	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADOS	PONDERACIÓN	RESULTADOS	PONDERACIÓN	RESULTADOS
Conoce los principales competidores	4	0,16	0,64	0,14	0,56	0,13	0,52
Conoce las principales debilidades de la competencia	4	0,13	0,52	0,13	0,52	0,12	0,48
Conoce las estrategias de la competencia	3	0,13	0,39	0,12	0,36	0,12	0,36
Realiza investigaciones de mercados	4	0,19	0,76	0,10	0,4	0,13	0,52
Aplica Benchmarking	3	0,11	0,33	0,25	0,75	0,23	0,69
Ventaja Comparativa	3	0,12	0,36	0,10	0,3	0,09	0,27
Ventaja Competitiva	3	0,16	0,48	0,16	0,48	0,18	0,54
		1	3,48	1	3,37	1	3,38
1=Debilidad Grave / 2=Debilidad Media / 3= Fortaleza Media / 4= Fortaleza Mayor							

Escala Motorbike Ltda., es una empresa que competitivamente se ubica en fortaleza media por aproximación matemática, siendo la de puntaje más altos en cada uno de los Ítems en comparación con los resultados de Rikal y Helión lo cual es favorable, puesto que la empresa es nueva y los productos se encuentran en la etapa de introducción.

Existen ciertas actividades que ya son tradicionales en la empresa pero que pueden ser mejoradas en algún aspecto, y de esta manera podemos capturar una porción interesante del mercado que ya están abasteciendo.

9.5.3. Etapa de Adecuación

Tabla 11. Matriz DOFA Escala Motorbike Ltda.

Factores Externos Factores Internos	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Crecimiento de Mercado. 2. Costo MO. 3. Tecnología. 4. Incentivos del Gobierno. 5. Costo MO 6. Costo Materiales	1. Importaciones 2. Economía 3. Contrabando 4. Cultura 5. Presencia de Productos Sustitutos
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. Se cuenta con misión, visión, objetivos. 2. Conocimiento de las funciones y responsabilidad 3. Existen manuales de Funciones y procesos 4. Existen flujo gramas de procesos 5. Se realizan capacitaciones 6. Existe Cultura Corporativa 7. Programas de motivación hacia el personal 8. Se han definido indicadores de gestión y control 9. Cuenta con proyección de ventas 12. Clima 13. Proyección de Ventas 14. Conocimiento del Mercado 15. Implementación de Estrategias 16. Sistemas de Comercialización	F14-O1 Abrir una gran tienda propia, en la que se puedan tener todas las líneas que suplan las necesidades de los motociclistas F13-O4: Aprovechar los Incentivos del Gobierno para invertir en nuevos proyectos ya que la proyección de ventas es alta F15-O3: Aprovechar al máximo la tecnología, e implementación de estrategias para hacer frente a la competencia y maximizar la ventaja competitiva.	F14-A1: Ofrecer productos que se distingan por la relación precio-beneficio, calidad y diseño que contraresten los productos importados F15-A4: Implementar estrategias que permita cambiar el pensamiento del motociclistas generando conciencia en el cuidado y elementos necesarios para conducir sus motocicletas F13-A2: Ser una empresa líder en el mercado, fomentando empleo para contribuir al mejoramiento económico del país.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Existe Departamento de Recursos Humanos 2. Reconocimiento de Marca en el Mercado 3. Nivel de Endeudamiento	D1-O1: A medida que la empresa se consolide, se deben ir creando nuevos departamentos que consoliden mejor la función de la empresa, apoyando en todas las áreas sobre todo en el área de talento humano. D2-O1: La marca será reconocida por sus productos de calidad, lo cual permitirá que se posicione rápidamente en el mercado siendo la marca más reconocida en la producción y comercialización de trajes y accesorios para motociclistas	➤ Atacar mediante estrategias la industria contratando. ➤ Establecer a Escala Motorbike Ltda como una marca que sirve también a las mujeres, pues ellas también pertenecen a nuestro mercado, antes de que otra marca se le adelante.

Tabla 12. Programación de Actividades:

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO												PRECIO
				En.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Posicionar la marca, dirigiéndose al cliente directamente sin intermediarios	F14-O1	Abrir una tienda especializada en elementos para motociclistas	Director Comercial													\$ 7.000.000
Investigar y desarrollar nuevos productos, para satisfacer nuevas necesidades	F13-O4	Aprovechar los Incentivos del Gobierno para invertir en nuevos proyectos	Director Adtvo.													\$ 2.500.000
Generar ventajas competitivas	F15-O3	Aprovechar la tecnología y las estrategias para hacer frente a la competencia con productos de excelentes características	Director de Producción													\$ 2.000.000
Hacer que los productos de Escala sean los preferidos por los motociclistas	F14-A1	Ofrecer productos que se distingan por la relación precio- beneficio, calidad y diseño.	Director de Producción													\$ 2.900.000
Crear cultura cívica vial, en donde prime el cuidado del cuerpo y la vida propia del motociclista y su acompañante	F15-A4	Implementar estrategias que permita cambiar el pensamiento del motociclista generando conciencia en el cuidado y elementos necesarios para conducir su motocicleta	Director Comercial													\$ 2.500.000
Generar empleo	F13-A2		Director Adtvo.													SIN DEFINIR
Crear nuevos departamentos que apoyen la función administrativa de la empresa	D1-O1	A medida que la empresa se consolide, se deben ir creando nuevos departamentos que consoliden mejor la función de la empresa, apoyando en todas las áreas sobre todo en el área de talento humano.	Gerente General													2000000
Captar nuevos clientes, con productos de excelente calidad	D2-O1		Director Comercial													1000000
Contrarrestar el contrabando existente	➤ Atacar mediante estrategias la industria contratando.		Director Comercial													
Investigar las necesidades de otros posibles clientes y desarrollar productos que los beneficien	➤ Establecer a Escala Motorbike Ltda. como una marca que sirve también a las mujeres, pues ellas también pertenecen a nuestro mercado, antes de que otra marca se le adelante.		Gerente General													


9.6. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Un manual de funciones es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las labores de cada uno de los cargos dentro de la organización, el manual incluye además los puestos, la responsabilidad y participación de cada miembro, suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipos a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa.

9.6.1. MANUAL DE FUNCIONES:

	ESCALA MOTORBIKE LTDA	FECHA Agosto 2007
	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA I
CARGO: GERENTE GENERAL		
FECHA . Agosto 2007		
DEPENDENCIA: JUNTA DE SOCIOS		
OBJETIVO GENERAL Representar a la sociedad ante los socios y ante toda clase de autoridades del orden administrativo y jurisdiccional.		
FUNCIONES ESPECÍFICAS <ol style="list-style-type: none">1. Planear, dirigir, organizar, controlar y evaluar todas las actividades administrativas, comerciales, jurídicas, contables y financieras de la empresa.2. Analizar el ambiente tanto interno como el externo, descubriendo cada día nuevas oportunidades de negocio.3. Establecer estrategias para alcanzar los objetivos diferentes en cada una de las áreas de la empresa4. Recibir, revisar, tramitar y remitir todos los documentos a su cargo como representante de la empresa de acuerdo a los procedimientos y políticas de las entidades que controlan y supervisan este tipo de empresas.5. Comparar los resultados reales de un periodo determinado de tiempo con respecto a los objetivos propuestos, analizarlos y tomar las acciones correspondientes para obtener máximo beneficio.6. Autorizar pagos por cualquier concepto a proveedores, bancos y demás entidades con quien tenga este tipo de obligaciones.		

7. .Cumplir o hacer que se cumplan oportunamente todos los requisitos o exigencias legales que se relacione con el funcionamiento y actividades de la sociedad.
8. Velar por la buena imagen de la empresa
9. Realizar programas de capacitación y motivación de personal
10. Llevar adecuadamente los recursos destinados para la compra de insumos e inversiones.

	ESCALA MOTORBIKE LTDA	FECHA Agosto 2007
	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA I

CARGO: DIRECTOR FINANCIERO

FECHA . Agosto DE 2007

DEPENDENCIA: GERENTE


OBJETIVO GENERAL

Llevar la contabilidad de la empresa, vigilar todos los procedimientos de la parte administrativa y operativa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Emitir los informes acerca de la situación económica de la empresa.
2. Procesar toda la información contable, y archivarla en medios magnéticos para su fácil visualización.
3. Informar de las fechas en las cuales la empresa deberá hacer el pago oportuno de sus obligaciones.
4. Elaborar estados financieros.
5. Asesorar al gerente en las mejores alternativas para optimizar los recursos de la empresa

REQUISITOS DEL CARGO			
CONOCIMIENTOS	PROFESIONALES	TECNICOS	TECNOLOGOS
	Contador Público con tarjeta profesional	Auditoria	
EXPERIENCIA	Conocimientos en sistemas, 2 años de experiencia en cargos similares		
TIPO DE CONTRATO	Por Servicios		
HABILIDADES Y DESTREZAS	Agilidad, eficientes, autónomos, poder de decisión.		

	ESCALA MOTORBIKE LTDA	FECHA Agosto 2007
	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA I

CARGO: DIRECTOR ADMINISTRATIVO **FECHA.** Agosto DE 2007

DEPENDENCIA: DEPTO. ADMINISTRATIVO **REPORTA :** GERENTE GENERAL

OBJETIVO GENERAL

Supervisar los recursos económicos y financieros de la compañía para poder trabajar con las mejores condiciones de coste, liquidez, rentabilidad y seguridad. Desarrollar y supervisar los procedimientos administrativos.


FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Diseñar, instaurar y controlar las estrategias en la empresa.
- Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.
- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.
- Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.

REQUISITOS DEL CARGO

CONOCIMIENTOS	PROFESIONALES	TECNICOS	TECNOLOGOS
	Administrador de Empresas, Economista, contador, entre otros similares.		
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años.		

HABILIDADES Y DESTREZAS	<ul style="list-style-type: none"> * Destrezas para la negociación * Flexibilidad mental de criterios * Habilidades para la obtención y análisis de información * Capacidad de Síntesis * Perspectiva estratégica * Tolerancia a la presión
--------------------------------	---

	ESCALA MOTORBIKE LTDA	FECHA Agosto 2007
	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA I

CARGO: DIRECTOR COMERCIAL

FECHA. Agosto DE 2007

DEPENDENCIA: DEPTO. COMERCIAL

REPORTA : GERENTE GENERAL

OBJETIVO GENERAL

Garantizar la rentabilidad de la compañía a través de estrategias comerciales que permitan mantener un alto posicionamiento de los productos en el mercado, generando negociaciones exitosas.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Investigar los mercados
- La planificación comercial
- Las previsiones de ventas
- El análisis de los precios
- La formación de vendedores y comerciales
- Las políticas y técnicas de promoción de ventas
- La distribución
- Publicidad
- Gestión de la comercialización
- Estudio y conocimiento de la competencia

REQUISITOS DEL CARGO

	PROFESIONALES	TECNICOS	TECNOLOGOS
CONOCIMIENTOS	Administrador de Empresas, Economista, entre otros similares.		
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años, Buen conocimiento del mercado y de las necesidades de los clientes.		

HABILIDADES Y DESTREZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Buen comunicador • Orientado a la consecución de resultados, su misión es alcanzar y superar los objetivos de ventas. • Capacidades para la gestión y motivación de equipos • Innovador.
--------------------------------	---

	ESCALA MOTORBIKE LTDA MANUAL DE FUNCIONES	FECHA Agosto 2007
---	--	------------------------------------

OBJETIVO GENERAL

Planificar, dirigir y coordinar las actividades de producción de la empresa, diseñando planes a corto, medio y largo plazo.

Gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos y los niveles de calidad para garantizar un producto competitivo.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Elaborar y dirigir los planes de producción, la política de compras y logística de materias primas.
2. Cooperar con el Departamento Comercial para adaptar la producción a las necesidades del cliente.
3. Planificar la fabricación según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones etc.
4. Controlar el cumplimiento de cada una de las actividades.
5. Escoger el personal idóneo para realizar las labores y supervisar el normal desarrollo de las actividades realizadas
6. Realizar inspecciones periódicas que le permitan determinar el estado real de los equipos de la empresa.
7. Llevar en control el inventario de productos terminados
8. Verificar la calidad en la etapa del proceso productivo
9. Participar en los programas de capacitación de personal y coordinarlos juntos con el gerente.

REQUISITOS DEL CARGO			
CONOCIMIENTOS	PROFESIONALES	TECNICOS	TECNOLOGOS
	Administrador de Empresas.		
EXPERIENCIA	Conocimientos en sistemas, 2 años de experiencia en cargos similares		
HABILIDADES Y DESTREZAS	Ágil, creativa, responsable, eficiente, puntual.		

	ESCALA MOTORBIKE LTDA	FECHA Agosto 2007
	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA I

CARGO: OPERARIOS **FECHA .** FEBRERO DE 2007

DEPENDENCIA: DEPTO. DE PRODUCCIÓN

REPORTA : DIRECTOR DE PRODUCCIÓN

OBJETIVO GENERAL

Manejo de la parte operativa de la empresa, cumplimiento de los diferentes servicios que presta la empresa, velando por la adecuada prestación de este.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Cumplir con sus horarios de trabajo de una manera responsable al igual que con las labores que le han sido asignadas.
2. Manejar los equipos correctamente, cumpliendo con el procedimiento de utilización de este.
3. Entregar a tiempo las metas de producción establecidas.
4. Utilizar los equipos de protección estipulados para cada área de trabajo con el fin de evitar accidentes o lesiones que afecten las capacidades físicas de este y sobre todo prestar el servicio con calidad.

REQUISITOS DEL CARGO			
CONOCIMIENTOS	PROFESIONALES	TECNICOS	TECNOLOGOS
		Manejo de equipos SENA	

EXPERIENCIA	Manejo de equipos e instrumentos relacionados con el objeto de la empresa, Mínimo 2 años.
HABILIDADES Y DESTREZAS	Agilidad, recursivos.

	ESCALA MOTORBIKE LTDA	FECHA Agosto 2007
	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA I
CARGO: VENDEDOR		
FECHA . FEBRERO DE 2007		
DEPENDENCIA: AREA COMERCIAL		
OBJETIVO GENERAL Atender a clientes asesorándolos adecuadamente sobre los productos que ofrece la empresa y obtener el cumplimiento de las cuotas de ventas asignadas por el Depto. Comercial		
FUNCIONES ESPECÍFICAS 1. Velar por el excelente servicio al cliente 2. Colaborar en el diseño de estrategias de ventas necesarias para lograr los objetivos 3. Evaluar los resultados de ventas reales junto con el Depto. Comercial analizando las causas de las mismas, para determinar las acciones a seguir.		
REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS	PROFESIONALES	TECNICOS
		TECNOLOGOS En Admón. Empresas o mercadeo
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años como vendedor	
HABILIDADES Y DESTREZAS	Agilidad, responsabilidad, liderazgo, autonomía.	

9.7. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO⁴

9.7.1. Condiciones de Admisión:

- Hoja de Vida
- Fotocopia de la Cedula de Ciudadanía
- Certificados laborales
- Certificaciones de estudio
- Certificado Examen Salud Ocupacional

9.7.2. Periodo de Prueba: Una vez sea admitida la persona, su periodo de prueba no puede exceder de dos (2) meses.

- Durante el periodo de prueba el contrato de trabajo puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento, pasado este periodo los servicios prestados serán regulados por las normas del contrato de trabajo.

9.7.3. Horario de Trabajo:

El horario de trabajo es de Lunes a Viernes de 7:00 de la mañana a 5:00 de la tarde, con un intervalo de descanso a la hora del almuerzo comprendido entre las 12:30 p.m. y las 1:30 p.m., cumpliéndolo tanto para personal administrativo como operativo.

9.7.4. Días de descanso legalmente obligatorios:

- Los días Domingos y festivos.

9.7.5. Vacaciones Remuneradas:

- Pasado un año de servicio se tiene derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones (artículo 186, numeral primero CST).
- La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año siguiente.
- Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero.
- Durante este periodo recibirá salario ordinario devengado en el caso de Gerente General, Secretaria, Operarios.

⁴ MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL. **Resolución N°3805/94** "Por medio de la cual se Aprueba un Reglamento Interno de Trabajo"

- Durante este periodo recibirá el promedio del salario devengado en el primer año y se lleva más de dos años, con base en el año inmediatamente anterior; en el caso del Gerente de Mercadeo y vendedor.

8.7.6. Permisos:

- En caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, derecho a sufragio.

9.7.7. Prescripciones de orden:

Los trabajadores tienen los siguientes deberes:

- Respeto y subordinación a superiores
- Respeto a compañeros de trabajo
- Procurar armonía con superiores y compañeros de trabajo en relaciones personales y en ejecución de labores.
- Guardar buena conducta y obrar con espíritu de lealtad en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- Ejecutar los trabajos asignados con honradez, buena voluntad de la mejor manera posible.
- Ser verídico en todo caso.
- Recibir y aceptar órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, intentando encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa.
- Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo Jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
- Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar sus labores.

9.7.8. Faltas y Sanciones disciplinarias:

La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, estableciendo como faltas graves, las siguientes:

- Retardo por quince (15) minutos a la hora de entrada sin excusa suficiente.
- Falta en la mañana o tarde en el turno correspondiente sin excusa suficiente.
- Falta total a la jornada laboral sin excusa suficiente.

Tabla 13. Remuneración Empleados

Cargo	Sueldo	Observaciones
Gerente Gral.	\$800.000	+ Prestaciones Legales
Gerente Comercial	\$800.000	+ Prestaciones Legales
Gerente Producción	\$800.000	+ Prestaciones Legales
Contador	\$600.000	Honorarios por prestación de Servicios
Supervisor de Planta	\$700.000	+ Prestaciones Legales
Vendedor	\$500.000	+ Prestaciones Legales + 2% comisión sobre ventas
Secretaria	\$434.000	+ Prestaciones Legales
Operario 1	\$434.000	+ Prestaciones Legales
Operario 2	\$434.000	+ Prestaciones Legales
Operario 3	\$434.000	+ Prestaciones Legales
Operario 4	\$434.000	+ Prestaciones Legales
Operario 4	\$434.000	+ Prestaciones Legales

Fuente: Autores del Proyecto

9.8. REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL⁵

ARTICULO 1: La empresa se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una adecuada y oportuna prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

ARTICULO 2: La empresa se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Comité Paritario de Salud Ocupacional, de conformidad con lo establecido por el decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Resolución 1016 de 1989 y Decreto 1295 de 1994.

ARTICULO 3: La empresa se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes, de conformidad con el programa de Salud Ocupacional, el cual completa como mínimo, los siguientes aspectos:

- a) Sub-Programa de Medicina Preventiva y del Trabajo, orientado a promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, en todos los oficios, prevenir cualquier daño a su salud, ocasionado por las condiciones de trabajo, protegerlos en su empleo de los riesgos generados por la presencia de agentes y procedimientos nocivos, colocar y mantener al trabajador en una actividad acorde con sus actitudes fisiológicas y psicosociales.

⁵ MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto 614/84, Resolución 2013/86

- b) Sub-Programa de Higiene y Seguridad Industrial, dirigido a establecer las mejores condiciones de saneamiento básico industrial y crear los procedimientos que conlleven a eliminar o controlar los factores de riesgo que se originan en los lugares de trabajo y que pueda ser causa de enfermedades, discomfort o accidente.

ARTICULO 4: Los riesgos existentes en la empresa están constituidos principalmente por: Ergonómicos, Físicos, entre otros.

PARAGRAFO: A efecto de que los riesgos contemplados en el presente Artículo, no se traduzcan en accidente de trabajo o enfermedad profesional, la empresa ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor o en el trabajador, de conformidad con lo estipulado en programa de Salud Ocupacional de la empresa, el cual se da a conocer a todos los trabajadores al servicio de ella.

ARTICULO 5: La empresa y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como a las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implementación de las actividades de Medicina Preventiva y del Trabajo, Higiene y Seguridad Industrial, que sean concordante con el presente Reglamento y con el Programa de Salud Ocupacional de la empresa.

ARTICULO 6: La empresa ha implementado un proceso de inducción del trabajador a las actividades que debe desempeñar, capacitándolo respecto a las medidas de prevención y seguridad que exijan el medio ambiente laboral y el trabajo específico que vaya a realizar.

ARTICULO 7: Este Reglamento permanecerá exhibido en, por lo menos dos lugares visibles de los sitios de trabajo, cuyos contenidos se dan a conocer a todos los trabajadores en el momento de su ingreso.

ARTICULO 8: El presente Reglamento entra en vigencia y durante el tiempo que la empresa la conserve, sin cambios sustanciales las condiciones existentes en el momento de su aprobación tales como la actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del Reglamento o que limiten su vigencia.

10. ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción de cada uno de los productos que ofrecerá al mercado ESCALA MOTORBIKE.

Dentro del estudio técnico tendremos en cuenta elementos como la descripción del producto, del proceso de manufactura, determinación del tamaño de planta y programa de producción, selección de maquinaria y equipo, localización de la planta (macro localización y micro localización), distribución de la planta, disponibilidad de materiales e instalaciones, requerimientos de mano de obra, entre otros.

10.1. OBJETIVOS

- Diseñar y desarrollar técnicas de fabricación de trajes de seguridad para motociclistas
- Establecer la capacidad de producción, de equipos e instalaciones fabriles de ESCALA MOTORBIKE LTDA.
- Garantizar la operación de equipos y maquinaria mediante un mantenimiento preventivo.

10.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Capacidad de Producción: el tamaño del proyecto requerido para cubrir la participación prevista en el mercado se estima en el primer año una capacidad de producción de 4.180 unidades de trajes, 10.450 entre yofas y balaclavas, y entre los demás productos cubrir el 10% de la población objetivo. La producción se ira incrementando en el mismo 10% para cada año con cada uno de los productos.

10.3. DISEÑO DE TRABAJO

10.3.1. Identificación y Selección de Procesos: para la elaboración de las prendas se seguirán las siguientes etapas: Adquisición de Materia prima, trazado de moldes

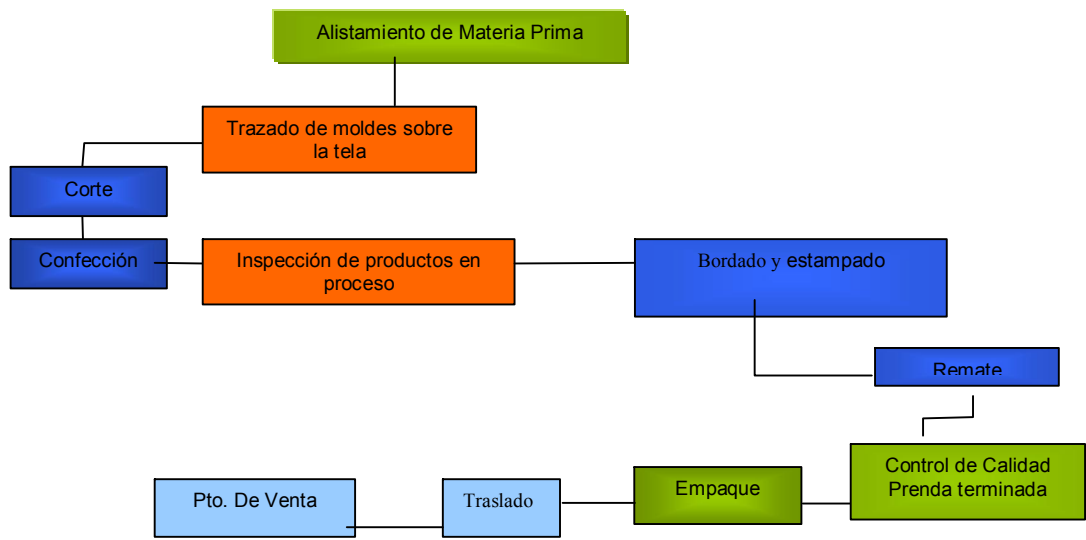
sobre la tela, corte, confección, inspección de productos en proceso, bordado y estampado, remate, control de calidad prenda terminada, empaque y almacenamiento (Grafica 22).

Imagen 11. Diagrama de Proceso

DEPTO. DE PRODUCCIÓN					SECCIÓN: Producto Terminado			
PROCESO: Fabricación Trajes de Seguridad								
Comienzo Nº1 Diseño Traje de Seguridad					Termina Nº12 Pto. De Venta			
Orden	Descripción de Actividades	○	□	⊗	D	⇒	▽	Tiempo
1	Alistamiento de Materias Primas	•						20"
2	Trazado de Moldes			•				45"
3	Corte de Material	•						35"
4	Confección de Acuerdo a Especificaciones			•				18"
5	Inspección de Productos en Proceso			•				10"
6	Bordado y estampado	•						25"
7	Remate	•						16"
8	Control de Calidad			•				15"
9	Empaque	•						10"
10	Traslado					•		30"
11	Puntos de Venta						•	15"
TOTAL POR TRAJE								239"

Fuente: Los Autores

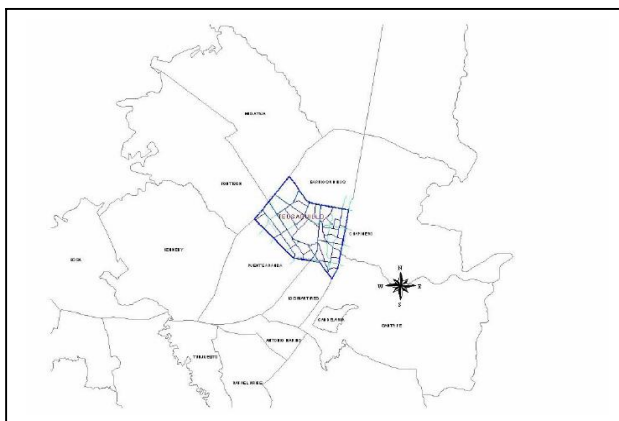
Imagen 12. MAPA DEL PROCESO PRODUCTIVO



10.4. LOCALIZACIÓN.

10.4.1. Macrolocalización: El proyecto se desarrollará en la ciudad de Bogotá Distrito Capital, dentro del sector comprendido por las localidades de: Santafe, Chapinero y Teusaquillo; atendiendo, a la cercanía del mercado, disponibilidad y costo de los servicios públicos, medios de transporte, existencia de políticas gubernamentales por parte de la administración Distrital, Departamental y Nacional, que buscan fomentar la producción y comercialización bienes y/o servicios.

Imagen 13. Mapa de Bogotá



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá

La ciudad de Bogotá es la capital de Colombia, tiene cerca de siete millones de habitantes. Es la sede de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial del país, así como el principal centro comercial, industrial y cultural de Colombia.

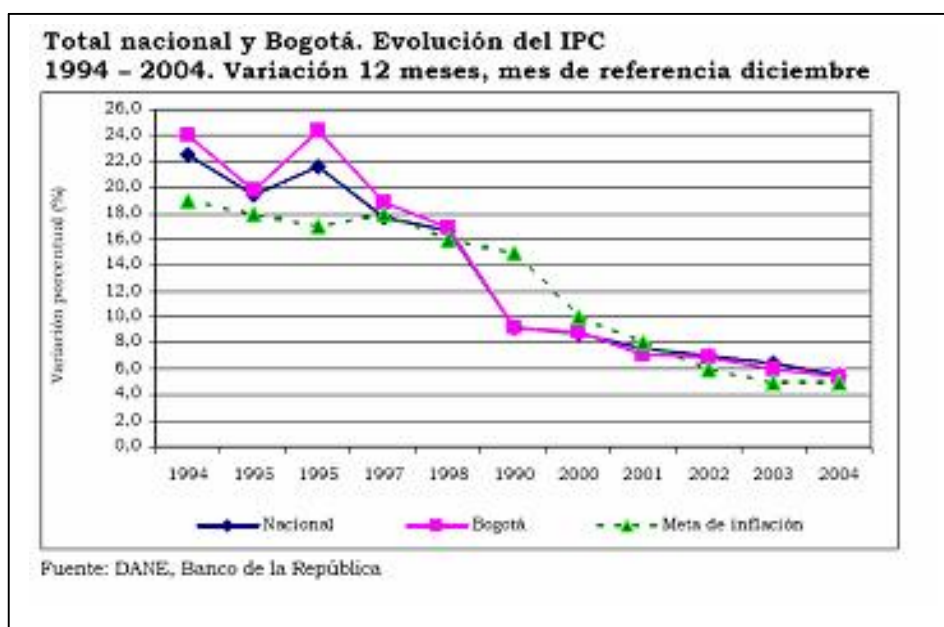
“Económicamente Bogotá en el 2002 contribuyó con el 22,08% del PIB nacional, nueve veces por encima de la media departamental (2,43%).

En Bogotá el sector de mayor relevancia fue el terciario al aportar el 77,49% del PIB, donde las ramas de actividad económica más representativas fueron las de servicios inmobiliarios y alquiler de vivienda, servicios de intermediación financiera, servicios de la administración pública y comercio. El sector secundario, aportó el 22,01% del PIB de Bogotá y el primario el 0,44%.

El IPC en la ciudad de Bogotá, en la década 1994 - 2004, presentó un comportamiento semejante al nacional, en el cual ambos mostraron una tendencia decreciente. Sin

embargo, entre los años 1994 y 1998, el IPC de la ciudad se ubicó 1,2 puntos promedio por encima del nacional, y a partir del año 1999, se situó por debajo del nacional, hasta alcanzar una diferencia de 0,12 puntos en el 2004.

Imagen 14. Evolución de IPC en Bogotá



De acuerdo con la Encuesta Continua de Hogares (ECH), a diciembre de 2004 la región de Bogotá y Cundinamarca contaban con una población de 9,38 millones de habitantes, cifra que corresponde a la quinta parte de la población total nacional. Para entonces, la región tenía una fuerza de trabajo de 4,8 millones de personas, de las cuales un 85% se encontraba ocupada.

En la región se registró un total de un millón y medio de subempleados. Al comparar el segundo semestre de 2003 con igual semestre de 2004, se encontró un descenso generalizado de los indicadores del mercado laboral. La tasa de desempleo disminuyó 1,8 puntos porcentuales al pasar de 15,4% a 13,6%. De igual forma, la relación o presión de la población en edad de trabajar sobre el mercado laboral (TGP), y la tasa de ocupación mostró un descenso de 3,0 puntos porcentuales y 1,5 puntos porcentuales, respectivamente.

Imagen 15. Mercado laboral en Bogotá por ramas de actividad / Diciembre 2004

El mercado laboral de la ciudad de Bogotá, en el segundo semestre de 2004, se distribuyó de la siguiente manera: de las 3.129.000 personas ocupadas, el 28% se empleó en el sector de servicios, comunales, sociales y personales; el 26%, en el sector de comercio restaurantes y hoteles; el 20%, en la industria; el 9%, en actividades inmobiliarias; el 8%, en el sector del transporte; el 4%, en la construcción; el 3%, en servicios financieros, y un 2%, en otras ramas de actividad.”⁶

10.4.1.1. Atractivos de la Macro localización:

- ☞ La mayor venta de motocicletas fue en Bogotá en los últimos 2 años
- ☞ La venta de motocicletas sigue en crecimiento.
- ☞ La facilidad de adquisición de una motocicleta.
- ☞ Por la disponibilidad de los servicios públicos
- ☞ Por la Proximidad y Disponibilidad del Mercado Objetivo
- ☞ Por la mano de obra
- ☞ Por el clima
- ☞ Por las vías de acceso
- ☞ Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas

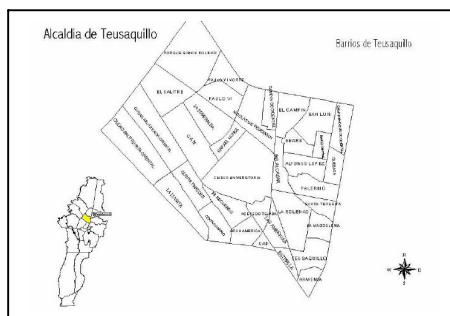
⁶ DANE, Informe de Coyuntura Económica Regional Bogotá 2004

Tabla 14. Selección Macro localización

Factores Relevantes	Vlr. Asignado escala 0 a 1	Alternativas de Localización					
		Medellín		Cali		Bogotá	
		Calif. Esc. 1-10	Calif. Pond.	Calif. Esc. 1-10	Calif. Pond.	Calif. Esc. 1-10	Calif. Pond.
Proximidad y Disponibilidad del Mercado Objetivo	0,18	2	0,18	4	0,14	10	0,19
Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas	0,17	10	0,18	5	0,16	8	0,14
Venta de Motos	0,14	7	0,16	5	0,12	10	0,23
Disponibilidad de Servicios Públicos	0,13	7	0,1	6	0,22	7	0,16
Vías de Acceso	0,11	9	0,12	7	0,15	7	0,05
Mano de Obra	0,17	8	0,12	7	0,12	8	0,15
Clima	0,10	5	0,14	5	0,09	9	0,08
Σ	1	48	1	39	1	59	1

10.4.2. Micro localización: Las instalaciones de la empresa Escala Motorbike Ltda., estará ubicada en la Localidad de Teusaquillo en la Carrera 16 N° 33 - 13 barrio Teusaquillo, debido a que fue el sector que mayor puntuación obtuvo utilizando el método cualitativo por puntos, (Ver Tabla -) perteneciendo al estrato tres, donde los costos de los servicios públicos no son altos; así mismo presenta una ubicación privilegiada debido a la cercanía tanto de los proveedores como de los clientes objetivos, con vías de acceso que permite un fácil desplazamiento a toda la ciudad.

Imagen 16. Mapa Localidad Teusaquillo.



Fuente: Alcaldía Local Trece Teusaquillo 2002

10.4.2.1. Características del Sector: La localidad de Teusaquillo está ubicada en un sector céntrico de la ciudad. Su área se extiende en sentido Occidente-Oriente, desde la avenida 68 hasta la avenida Caracas, en sentido Sur- Norte, desde la avenida 26, incluyendo la diagonal 22 A o línea del ferrocarril, hasta la calle 63.

Abarca una extensión de 1.419,3 hectáreas (1.7% del total del Distrito Capital), y limita al norte con la localidad de Barrios Unidos, al oriente con Chapinero y Santa Fe, al sur con los Mártires y Puente Aranda, al occidente con Engativá y Fontibón.

La localidad de Teusaquillo esta conformada por 32 barrios catastrales pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5 con predominio del 4 en un 80% aproximadamente; además posee una área institucional bastante representativa, ubicándose dentro de esta el CAN, el CAD, la Gobernación de Cundinamarca, CORFERIAS, Estadio el Campín, Coliseo Cubierto y Parque Simón Bolívar.

El sector Comercial y Bancario presentan un gran desarrollo, ubicándose principalmente en el Centro Comercial Galerías, los ejes viales de las Calles 53, 57, 63, Park Way, Calle 45, y Diagonal 40.

Vocación Empresarial De Teusaquillo: Es una localidad intermedia entre la dinámica generada por Chapinero y Santa Fe con la actividad industrial de Puente Aranda, que tiene su principal vocación empresarial por activos en el sector energético.

Tabla 15. Vocación empresarial

Tabla N° 2. DESCRIPCION DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL		
RAMA DE ACTIVIDAD CIU 1 Dígito	TEUSAQUILLO	
0-No Clasificado	\$54.896.893.006	0,49%
1- Sector Agropecuario	\$170.120.055.222	1,52%
2- Sector Minero	\$482.498.595	0,00%
3-Sector Industrial	\$308.720.026.320	2,76%
4- Electricidad Gas y Agua	\$8.532.941.545.933	76,39%
5- Sector de la Construcción	\$192.591.648.210	1,72%
6- Comercio Restaurantes y Hoteles	\$610.612.010.459	5,47%
7-Transporte, Almacenamiento Comunicaciones	\$59.084.558.564	0,53%
8 – Servicios Financieros Inmobiliarios y Empresa	\$746.931.151.974	6,69%
9- Servicios Comunitarios Social y Pers.	\$493.762.805.043	4,42%
TOTAL	\$11.170.143.193.327	100,00%

Fuente: Alcaldía Local Trece Teusaquillo 2002

La plataforma productiva de la localidad esta principalmente concentrada productiva

de la localidad esta principalmente concentrada por el sector de electricidad, gas y agua con una participación del 76.3%, básicamente por las sedes de Empresas de Energía de Bogotá y Codensa S.A., seguido por los servicios financieros, inmobiliarios y empresariales 6.6%, comercio, restaurantes y hoteles 5.4%, servicios comunitarios, sociales y personales 4.4% y otras actividades con un 7.2%.

La principal función de ésta localidad para el desarrollo empresarial de la Capital se encuentra a través de la sede de la Universidad Nacional de Colombia, y de la concentración de algunos laboratorios y centros de desarrollo tecnológico que hacen parte de lo que se ha denominado anillo de innovación, pieza que aglomera diferentes vocaciones de las localidades de Fontibón, Puente Aranda y Teusaquillo. Sobre esta pieza se concentran y ya se presenta una propuesta en el Plan de Ordenamiento Territorial para el desarrollo de nuevas actividades empresariales de alta jerarquía.

Servicio de Energía: Será de tipo residencial, utilizando una carga de 110 Kw., con un valor de Kwh. \$227.29

Servicio de Agua: El servicio de acueducto y alcantarillado será de tipo residencial, con un valor de \$11.115.²⁸ el metro cúbico, y un valor de \$5664 m³ y el servicio de aseo por \$29.550.

Servicio Telefónico: se adquirirá un plan ilimitado de \$40.000, según estrato 3.

Facilidad de Transporte: Su posición geográfica dentro de la ciudad, la vincula estrechamente a varias de las vías principales del centro de la ciudad comunicándola con todos los sectores, dentro de estas vías están: la Caracas, Carrera 13, Carrera 7, Calle 32 y Calle 34.

Condiciones de clima: Los datos climáticos promedios anuales corresponden a una temperatura media mensual de 14.6° C y a una precipitación media mensual de 968.5 mm, con una humedad relativa del 78% y una velocidad del viento de 1.1 m/seg.

Según la Agenda Local Ambiental elaborada por el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente DAMA (1993) no existen variaciones significativas entre estos datos locales y los datos de Bogotá.

Variables consideradas para la determinación de la Micro localización: la Micro localización de producción y comercialización de trajes de seguridad para motociclistas, fue determinada por variables como: servicios públicos, comunicaciones, condiciones climáticas y facilidad de transporte.

Proximidad y Disponibilidad del Mercado Objetivo: Por ser Teusaquillo un sector central de la ciudad con vías principales, es de fácil acceso y recordación por parte de los motociclistas que pasan a diario por esta zona, permitiendo realizar paradas a los conductores para observar los productos sin interferir en el recorrido que están realizando.

Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas: Por su ubicación en el centro de la ciudad, Teusaquillo facilita la adquisición de materias primas y demás insumos reduciendo el tiempo y y costos de transporte, de esta forma reduce la transformación y proceso productivo permitiendo una entrega oportuna al cliente final.

Tabla 16. Selección Micro localización

Factores Relevantes	Vlr. Asignado escala 0 a 1	Alternativas de Localización					
		Santafe		7 de Agosto		Teusaquillo	
		Calif. Esc. 1-10	Calif. Pond.	Calif. Esc. 1-10	Calif. Pond.	Calif. Esc. 1-10	Calif. Pond.
Proximidad y Disponibilidad del Mercado Objetivo	0,25	3	0,20	8	0,14	10	0,25
Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas	0,21	6	0,16	7	0,16	8	0,21
Disponibilidad de Servicios Públicos	0,15	7	0,16	5	0,25	7	0,16
Vías de Acceso	0,20	7	0,24	5	0,25	6	0,19
Mano de Obra	0,19	5	0,24	8	0,2	9	0,19
Σ	1	28	1	33	1	40	1

10.5. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS

Los trajes de seguridad se crearon exclusivamente para proteger a los motociclistas en las competencias, realizando diseños que estudian la ergonomía del cuerpo humano en relación con la máquina.

Actualmente hay una amplia gama en trajes de seguridad independientemente de la moto que se este utilizando, en su gran mayoría estos trajes son fabricados con materiales antifricción y protecciones que están diseñadas para las partes mas vulnerables en el momento de una caída; Europa y Asia son los pioneros en la fabricación de motocicletas y elementos de protección.

Marquilla: Las prendas llevarán una marquilla en la parte posterior del cuello, en el caso de chaquetas, y en la pretina parte posterior interna en el caso de los pantalones, en la que estará impreso el logo símbolo de la empresa, la naturaleza y composición del material de fabricación y la talla.

Presentación: La prenda se entregará al consumidor en una bolsa de papel reciclado con el logo símbolo de la empresa impreso.

Tabla 17. Descripción de Productos

NOMBRE	IMAGEN	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	TALL A	COLOR
Trajes		<p>Las chaquetas y pantalones están clasificados en trajes de invierno y trajes de verano, cada uno con características diferentes pero sin dejar de lado el objetivo primordial cuidar del motociclista por medio de las protecciones.</p> <p>Los trajes llevan ajustes en mangas, piernas y cintura para adaptarlas mejor al cuerpo y evitar los molestos flameos que se hacen por la corriente de aire; además tiene dos bolsillos externos y uno interno para documentación con cremalleras y el interior llevan un tejido en malla totalmente calado para dejar pasar el aire.</p>	<p>Los trajes están confeccionados con materiales como la lona Huracán que es un material antideslizante en nylon de alta resistencia, protecciones en Jumbolon absorber que retiene la fuerza del impacto, los pantalones están diseñados y confeccionados con los mismos materiales, lo cual permite una completa seguridad al usuario.</p>	XS S M L XL XXL	Varios
Yofa		<p>Careta que cubre media cara desde la nariz hasta el cuello,</p>	<p>Hecha 100% en neopreno y con velcro para su cierre.</p>	Única	Doble Flaz Negro – Azul Negro - Morado

Balaclava	 	<p>Careta que cubre la cabeza por completo, la parte de la nariz y boca, , protegiendo el casco por el sudor normal de la cabeza permitiéndole una mayor vida útil al tapizado de el casco, y a su vez protege todo el cuello permitiendo que el cuello de las camisas no se ensucie; en el caso de las mujeres para proteger el cabello</p>	<p>Hecha En Neopreno y Lycra Algodón</p>	<p>S L</p>	<p>Negro Fucsia Azul Naranja Blanco Verde Gris</p>
Fundas para cascos		<p>Forros diseñados para la protección del casco y la visera después de su uso.</p>		<p>Unica</p>	<p>Negro Gris Azul</p>
Tulas para el Casco		<p>Bolsas diseñadas para guardar el casco después de su uso y permitir llevarlo con el usuario.</p>			
Cuello Polar	 	<p>Cuello que protege del frío, Se utiliza tanto en el cuello como en la cabeza .</p>	<p>Elaborado en F lizz,</p>	<p>S L</p>	<p>Varios</p>
Cuello Térmico		<p>Cuello que conserva la temperatura, especial para la lluvia ya que es impermeable</p>		<p>S M L XL XXL</p>	<p>Negro Gris Azul</p>

Pantalón Interior		Ropa interior técnica		S M L XL	VARIOS
Camisetas		Prenda interior o deportiva que cubre el tronco, generalmente sin cuello		S M L XL	VARIOS Con estampados bordados y personalizadas
Pijamas para la moto		Prenda para cubrir la moto, protegiéndola de las inclemencias del medio ambiente.		Según Modelo	VARIOS
Tang Bab		Maleta que es diseñada exclusivamente para poner encima del tanque de combustible de la Motocicleta, este es sujetado por unos imanes que están forrados con una tela suave y resistente.		Según Modelo	Negro
Alforjas		Maletas laterales que son utilizadas en la parte trasera de la motocicleta permitiéndole al motociclista llevar la carga de los dos pasajeros, son sujetadas por unas correas graduables.		Según Modelo	Negro

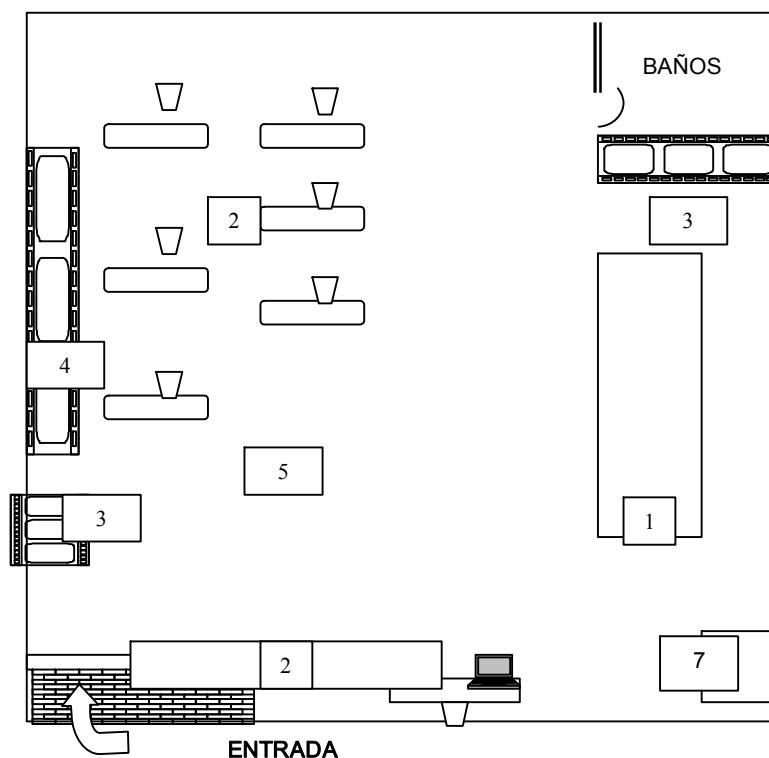
10.6. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE PLANTA Y PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.

Al hablar del tamaño de la planta de producción es inevitable no relacionar la demanda, con la disponibilidad de materias primas, la maquinaria, los equipos y el financiamiento.

10.6.1. Distribución Del Espacio Físico De La Planta De Producción.

ESCALA MOTORBIKE cuenta con tres (3) áreas para el proceso de producción final de los productos, los cuales están debidamente diseñados, como vemos en los planos.

Figura 14. Plano de Fabrica La Estancuela



- 1) Mesa de corte.
- 2) Estante Insumos.
- 3) Estante confecciones.
- 4) Maquinas de coser
- 5) Plancha Fusionadora
- 6) Mesa control de Calidad y Empaque.
- 7) Estante Empacado.

Figura 15. Distribución Del Área Administrativa

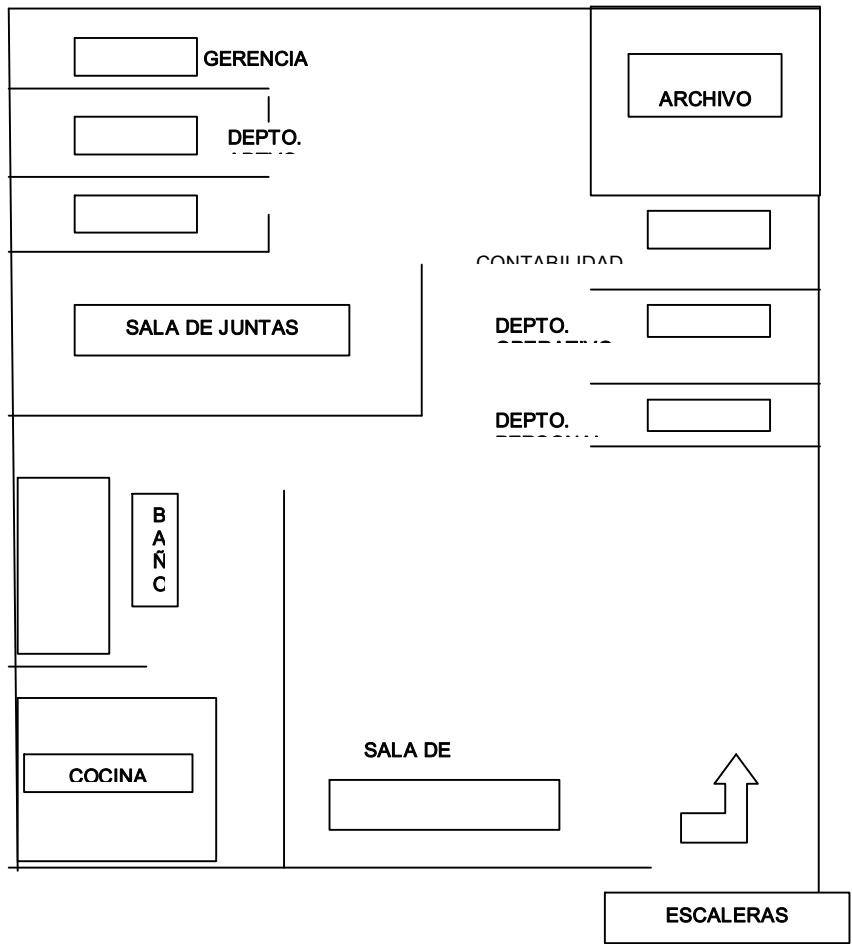
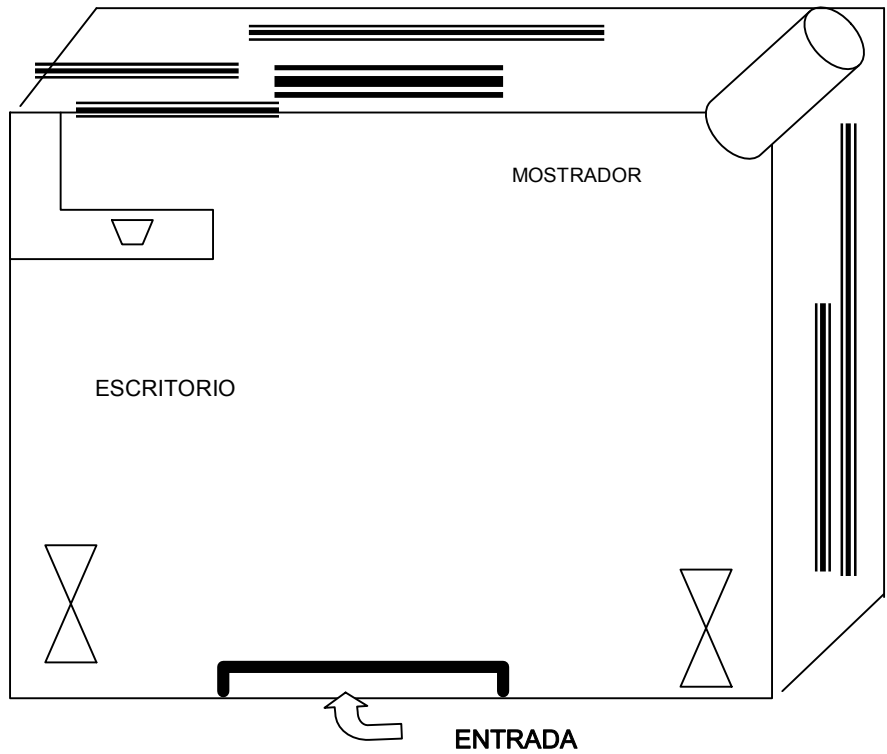


Figura 16. Distribución Punto De Venta



10.6.2. MAQUINARIA REQUERIDA PARA EL PROCESO PRODUCTIVO DE TRAJES DE SEGURIDAD Y ACCESORIOS PARA MOTOCICLISTAS

Tabla 18. Fichas Técnicas Maquinaria

<p>MAQUINA PLANA</p> 	<p>DESCRIPCIÓN Maquina de costura, en donde su puntada es recta, su fabricación es China, Taiwanesa, Japonesa, Alemana e Italiana.</p> <p>MARCAS: Paff, Singer, Siruba y Gemsy. REFERENCIA: SM501</p> <p>MOTOR: 3450 RPM VOLTAJE: 110-220 USOS: Unir, pisar y pespuntuntar</p>
<p>MAQUINA FILETEADORA</p> 	<p>DESCRIPCIÓN Maquina de costura, en donde su puntada es entrelazada por tres hilos y forman una cadeneta, su fabricación es China, Taiwanesa, Japonesa, Alemana e Italiana.</p> <p>MARCAS: Paff, Singer, Siruba y Gemsy. REFERENCIA: 757</p> <p>MOTOR: 3450 RPM VOLTAJE: 110-220 USOS: Unir, cerrar y rebordear prendas</p>
<p>MAQUINA COLLARIN</p> 	<p>DESCRIPCIÓN Maquina de costura, en donde su puntada es recta, su fabricación es China, Taiwanesa, Japonesa, Alemana e Italiana.</p> <p>MARCAS: Paff, Singer, Siruba y Gemsy. REFERENCIA: SM501 MOTOR: 3450 RPM VOLTAJE: 110-220 USOS: Recubrir, dobladillar, y pisar las prendas</p>

MAQUINA ZIGZAGDORA



DESCRIPCIÓN

Maquina de costura, en donde su puntada es en forma de Zig Zag, su fabricación es China, Taiwanesa, Japonesa, Alemana e Italiana.

MARCAS: Paff, Singer, Siruba y Gemsy.

REFERENCIA: 20U33

MOTOR: 1725 RPM

VOLTAJE: 110-220

USOS: Elaboración de Ojales, pegar botones y unir prendas con puntada en Zigzag

MAQUINA BORDADORA.



DESCRIPCIÓN

Maquina que elabora bordados, su fabricación es Taiwanesa, Japonesa, Alemana.

MARCAS: Brother, Baruda, Tarima.

REFERENCIA: PE170

MOTOR: 1600RPM

VOLTAJE: 110-220

USOS: Bordar

MAQUINA CORTADORA VERTICAL



DESCRIPCIÓN

Maquina que se utiliza para cortar varias capas de tela, su cuchilla es vertical. Su Fabricación es Americana, Japonesa y China.

MARCAS: Paff, Singer, Siruba y Gemsy.

REFERENCIA: BLUE STREAD II

MOTOR: 3450RPM

VOLTAJE: 110-220

USOS: Cortar

MAQUINA CORTADORA VERTICAL 	DESCRIPCIÓN Maquina que se utiliza para cortar máximo cinco capas de tela, su cuchilla es circular. Su Fabricación es Americana, Japonesa y China.
	MARCAS: Jontex, Eastman .
	REFERENCIA: J4
	MOTOR: 3450RPM
	VOLTAJE: 110-220
	USOS: Cortar

MESA PARA CORTE.

Medidas: 1.50mts x2.20 mts x 18 mm

Valor \$400.000

MESA DE CONTROL DE CALIDAD.

Medidas: 1.00mts x1.20 mts x 10 mm

Precio \$150.000

MESAS AUXILIARES (6).

Precio \$30.000

EN TOTAL DE LA MAQUINARIA QUE SE NECESITA PARA EL MONTAJE DE LA PLANTA PRODUCTORA DE LOS TRAJES DE SEGURIDAD ES DE

TOTAL \$13'980.000

11. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

A través de este estudio económico y financiero determinaremos la inversión necesaria para iniciar el proyecto, en donde estableceremos toda la información económica, evaluando el proyecto y determinando el monto total de dicha inversión.

Tabla 19. Inversión en Gastos diferidos

Gastos de Constitución	\$563.000
Matricula de Industria y Comercio	\$ 0
Registro de Notaria	\$370.000
Registro de Cámara de comercio	\$193.000

Detalle Inversión	Costo
Gastos Legales de Constitución	\$563.000
Gastos de Organización (Adec. Y Org.)	\$300.000
Software Adtvo. y Diseño	\$1.000.000
Total Gastos Operativos	\$1.863.000

Tabla 20. Amortización a Gastos Diferidos

ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años)	COSTO DEL ACTIVO	VALOR AMORTIZACIÓN ANUAL				
	AMORT,		1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos	5	\$1.863.000	\$372.600	\$372.6000	\$372.6000	\$372.6000	\$372.6000

Tabla 21. Inversión En Maquinaria Y Equipo

Detalle de la Inversión	Cant .	Costo Unit,	Costo Total	Vida Útil (Años)
Maquina Plana	3	\$ 1'100.000	\$3.300.000	10
Maquina Fileteadora	1	\$2.800.000	\$2.800.000	10
Maquina Collarín	1	\$3.400.000	\$3.400.000	10
Maquina Zigzagadora	1	\$1.800.000	\$1.800.000	10

Maquina Bordadora	1	\$3.000.00 0	\$3.000.0 00	10
Maquina Cortadora Vertical	1	\$1.000.00 0	\$1.000.0 00	10
Maquina Cortadora Circular	1	\$350.000	\$350.00 0	10
TOTAL DE INVERSIÓN			\$15.650.000	

Tabla 22. Muebles y Enseres

Detalle de inversión	Cant.	Costo Unit.	Costo Total	Vida Útil (Años)
Mesa de Corte	1	\$400.000	\$400.000	10
Mesa Control de Calidad	1	\$250.000	\$250.000	10
Mesas Auxiliares	6	\$30.000	\$180.000	10
Asientos Operarias	8	\$15.000	\$120.000	10
Estantería	2	\$50.000	\$100.000	10
Fax	1	\$250.000	\$250.000	5
Teléfono	1	\$50.000	\$50.000	5
Computador	1	\$1.500.000	\$1.500.000	3
Escritorio L	1	\$400.000	\$400.000	10
Silla	2	\$80.000	\$160.000	10
TOTAL INVERSIÓN			\$3.360.000	

Depreciación de los Activos de Producción Maquinaria y Equipo (Depreciación Método de Línea Recta = 10 años para activos fijos, Maquinaria y Equipo)

Detalle de la Inversión	Cant .	Costo Unit,	Costo Total	Vida Útil (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquina Plana	3	\$ 1'100.000	\$3.300.00 0	10	\$330.000
Maquina Fileteadora	1	\$2.800.00 0	\$2.800.00 0	10	\$280.000
Maquina Collarín	1	\$3.400.00 0	\$3.400.00 0	10	\$340.000
Maquina Zigzag dora	1	\$1.800.00 0	\$1.800.00 0	10	\$180.000
Maquina Bordadora	1	\$3.000.00 0	\$3.000.00 0	10	\$300.000
Maquina Cortadora Vertical	1	\$1.000.00 0	\$1.000.00 0	10	\$100.000

Maquina Cortadora Circular	1	\$350.000	\$350.000	10	\$35.000
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$15.650.000		\$ 1.565.000

Tabla 23. Depreciación Activos de Producción Muebles Y Enseres

Detalle de inversión	Cant.	Costo Unit.	Costo Total	Vida Útil (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Mesa de Corte	1	\$400.000	\$400.000	10	\$40.000
Mesa Control de Calidad	1	\$250.000	\$250.000	10	\$25.000
Mesas Auxiliares	6	\$30.000	\$180.000	10	\$18.000
Asientos Operarias	8	\$15.000	\$120.000	10	\$12.000
Estantería	2	\$50.000	\$100.000	10	\$10.000
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$1.050.000		\$105.000

Total Depreciación en Activos de Producción

\$1.726.000

Tabla 24. Depreciación Activos Muebles de Oficina

Detalle de inversión	Cant.	Costo Unit.	Costo Total	Vida Útil (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Fax	1	\$250.000	\$250.000	5	\$50.000
Teléfono	1	\$50.000	\$50.000	5	\$10.000
Computador	1	\$1.500.000	\$1.500.000	3	\$500.000
Escritorio L	1	\$400.000	\$400.000	10	\$40.000
Sillas	2	\$80.000	\$160.000	10	\$16.000
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$2.360.000		\$616.000

11.1. PROYECCIONES FINANCIERAS

En esta época de cambios, la toma de decisiones exige precisión y rapidez, y por tanto los estudios, presupuestos y proyecciones son una herramienta administrativa de planeación y formulación de estrategias, para hacer que un negocio sea más competitivo.

A través de este estudio se ordena toda la información económica que proporcionaron las etapas anteriores, se elaboran los cuadros analíticos para evaluar el proyecto y determinar su monto total de inversión.

11.1.1. Balance Inicial



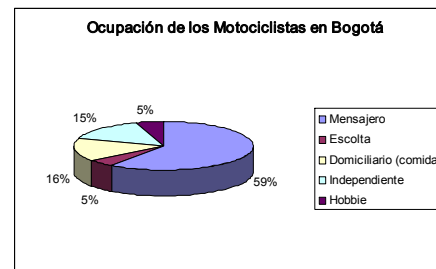
ESCALA MOTORBIKE LTDA Balance Inicial 2007

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activo Disponible	30.000.000	PASIVO	0
		PATRIMONIO	
		Capital Social	30.000.000
		Total Patrimonio	
TOTAL ACTIVOS	30.000.000	TOT. PASIVO + PATRIMONIO	30.000.000

11.1.2. Proyección de Ventas

Año	Motos Matriculadas en Bogotá	Población Obj. 60%
2000	351	211
2001	282	169
2002	758	455
2003	758	455
2004	2.176	1306
2005	13.785	8271
2006	28.340	17004
Σ=	46.450	27.870

En Bogotá existen "46.450 motos matriculadas" a diciembre de 2006, en donde según el estudio de mercados objetivo es el 60% del total de la población, nuestro mercado que corresponden a los motociclistas mensajeros en el primer año pretendemos que tan solo el 10% de este mercado potencial utilicen nuestros productos.



$$27870 * 10\% = 2.787 \text{ Unds. 1er Año}$$

Ventas trimestrales 2007

Trimestre	Trajes
1ro	800
2do	100
3ro	1.087
4to	800
Total	2.787

D

Año	Compra de Motos	Variación	Población Objetivo
2006	46.450	0%	27.870
2007	49.237	6%	29.542
2008	52.191	6%	31.315

Plan de ventas año presupuestado 2008

Trimestre	Trajes
1ro	848
2do	106
3ro	1.152
4to	848
Total	2.954

11.1.3. PLAN DE PRODUCCIÓN

El planteamiento de la producción comprende un conjunto de reglas básicas que ordenan las tareas del sistema productivo, señalar la ubicación de la gestión productiva en el proceso del planteamiento empresarial, indicara las fuentes de información y los caminos mediante los cuales las políticas de producción influye en las decisiones sobre financiamiento y abastecimiento.



ESCALA MOTORBIKE LTDA

PLAN DE PRODUCCION

	TRAJES
Inventario Inicial	48
Inventario Final presupuestado	48

Inventario final de cada trimestre: 15% necesidades de cada trimestre siguiente

PRODUCCION ANUAL PARA EL AÑO PRESUPUESTADO 2007

Unidades	TRAJES
Inv. final esperado	48
Ventas presupuestadas	2.787
Necesidades totales	2.835
- Inventario inicial	48
Produccion requerida	2.787

PRESUPUESTO TRIMESTRAL 2008

Trajes	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Inv. final esperado	48	48	48	48	48
Ventas presupuestadas	848	106	1.152	848	2.954
Necesidades totales	896	154	1.200	896	3.002
- Inventario inicial	48	48	48	48	48
Produccion requerida	848	106	1.152	848	2.954

11.1.4. Presupuesto de Materiales

“La decisión sobre la adquisición y la tenencia de materias primas y los componentes empleados en la fabricación de los artículos terminados, dependen de los requerimientos de insumos estimados para la producción ya planeada.

En todo proceso de producción intervienen dos clases de materiales o insumos (directos e indirectos), los directos corresponde a las materias primas, o componentes que conforman el producto terminado y cuya identificación con el costo unitario de bienes finales es fácilmente comprobable; y los indirectos son los que se emplean en los procesos manufactureros y cuyos costos no se ubican directamente en cada artículo.”⁷

⁷ JORGE E. BURBANO_Presupuestos Segunda Edición Pp 236-237

11.1.5. Presupuesto de Materia Prima



ESCALA MOTORBIKE LTDA PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA 2008

MATERIALES UTILIZADOS POR PRODUCTO (Metros)

	Lona	Forro	Velcro	Cremallera	Reflectivo
Traje	3	3	1	2	2
Total	3	3	1	2	2

PRESUPUESTOS TRIMESTRALES DE MATERIALES

Descripcion	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Trajes	848	106	1.152	848	2.954

MATERIALES UTILIZADOS EN LA PRODUCCION (Metros) TRIMESTRES

Lona	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Trajes	2.544	318	3.456	2.544	8.862
Total	2.544	318	3.456	2.544	8.862
Forro	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Trajes	2.544	318	3.456	2.544	8.862
Total	2.544	318	3.456	2.544	8.862
Velcro	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Trajes	0	106	1.152	848	2.106
Total	0	106	1.152	848	2.106
Cremallera	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Trajes	1.696	212	2.304	1.696	5.908
Total	1.696	212	2.304	1.696	5.908
Reflectivo	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Trajes	1.696	212	2.304	1.696	5.908
Total	1.696	212	2.304	1.696	5.908

11.1.6. Costo de Materiales




PRESUPUESTO DE COSTO DE MATERIALES

PRECIO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				
LONA	FORRO	VELCRO	CREMALLERA	REFLECTIVO
15.000	4.500	2.500	5.000	5.000

PRECIOS	1r trim	2do trim	3r tri	4to trim	Total
Lona (Cantidad)	2.544	318	3.456	2.544	8.862
*Precio unitario \$15000	38.160.000	4.770.000	51.840.000	38.160.000	132.930.000
Forro (Cantidad)	2.544	318	3.456	2.544	8.862
*Precio Unitario \$4500	11.448.000	1.431.000	15.552.000	11.448.000	39.879.000
Velcro (Cantidad)	0	106	1.152	848	2.106
*Precio unitario \$2500	0	265.000	2.880.000	2.120.000	5.265.000
cremallera (Cantidad)	1.696	212	2.304	1.696	5.908
*Precio unitario \$5000	8.480.000	1.060.000	11.520.000	8.480.000	29.540.000
Reflectivo (Cantidad)	1.696	212	2.304	1.696	5.908
*Precio unitario \$5000	8.480.000	1.060.000	11.520.000	8.480.000	29.540.000
Total	66.568.000	8.586.000	93.312.000	68.688.000	237.154.000

11.1.7. CIF

<div>  PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN </div>					
Concepto		1er Trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Unidades		848	106	1.152	848
Material Indirecto					
Mas.Costos vrs \$ 150					
* unidades de cada trim		\$ 127.200	\$ 15.900	\$ 172.800	\$ 127.200
MOI					
Costos fijos \$ 2.250.000					
UND presupuestadas \$ 4.180					
*UND de cada trim 342,5		\$ 456.459	\$ 57.057	\$ 620.096	\$ 456.459
TOTAL MOI		\$ 583.659	\$ 72.957	\$ 792.896	\$ 583.659
ENERGÍA					
Costos fijos \$ 600.000					
UND presupuestadas 4.000					
* unidades de cada trim 114,15		\$ 127.200	\$ 15.900	\$ 172.800	\$ 127.200
Mas.Costos vrs \$ 98,2		\$ 83.274	\$ 10.409	\$ 113.126	\$ 83.274
* unidades de cada trim					
TOTAL ENERGÍA		\$ 210.474	\$ 26.309	\$ 285.926	\$ 210.474
MANTENIMIENTO \$ 3.600.000		\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
IMPUESTOS \$ 370.000		\$ 92.500	\$ 92.500	\$ 92.500	\$ 92.500
SEGUROS \$ 1.534.000		\$ 383.500	\$ 383.500	\$ 383.500	\$ 383.500
DEPRECIACIÓN \$ 2.342.000		\$ 585.500	\$ 585.500	\$ 585.500	\$ 585.500
# de trimestres 4					
TOTAL		\$ 1.961.500	\$ 1.961.500	\$ 1.961.500	\$ 1.961.500
GRAN TOTAL		\$ 2.882.833	\$ 2.076.667	\$ 3.213.122	\$ 2.882.833

11.1.8. Obligaciones Laborales

NOMINA PROYECTADA
AÑO 1

DEPENDENCIA Y CARGO	SUELDO MES PROYECTADO	SUELDO AÑO PROYECTADO	HRAS. EXT.	AUXILIO DE TRANSPORTE	C	TOTAL SALARIO	PRIMA LEGAL	VACACIONES	CESANTIAS	INTERESES /CESANT.	Fdo Salud 8,52%	Fondo Pens. 10,13%	Parafiscales 9,00%	GRANTOTAL
AREA OPERATIVA														
Supervisor de Planta	700.000	8.400.000				8.400.000	700.000	350.000	700.000	84.000	715.848	850.500	756.000	12.556.348
Operaria 1	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
Operaria 2	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
Operaria 3	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
Operaria 5	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
Operaria 4	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
Operario de corte	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
Operario calidad	433.000	5.196.000		609.600		5.805.600	483.800	241.900	483.800	58.056	494.753	587.817	522.504	8.678.230
GRAN TOTAL	3.031.000	15.588.000	0	4.267.200	0	40.639.200	3.386.600	1.693.300	3.386.600	406.392	3.463.273	4.114.719	3.657.528	60.747.612

Fuente:Cálculo de los Autores

Elaboro: Cesar Rodriguez, Angélica Soler

NOMINA PROYECTADA
AÑO 2

DEPENDENCIA Y CARGO	SUELDO MES PROYECTADO	SUELDO AÑO PROYECTADO	HRAS. EXT.	AUXILIO DE TRANSPORTE	C	TOTAL SALARIO	PRIMA LEGAL	VACACIONES	CESANTIAS	INTERESES S/CESANT.	Fdo Salud 8,52%	Fondo Pens. 10,13%	Parafiscales 9,00%	GRANTOTAL
AREA OPERATIVA														
Gerente Operativo	770.000	9.240.000				9.240.000	770.000	385.000	770.000	92.400	787.433	935.550	831.600	13.811.983
Operaria 1	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
Operaria 2	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
Operaria 3	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
Operaria 5	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
Operaria 4	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
Operario de corte	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
Operario calidad	476.300	5.715.600		609.600		6.325.200	527.100	263.550	527.100	63.252	539.034	640.427	569.268	9.454.930
GRAN TOTAL	3.334.100	17.146.800	0	4.267.200	0	44.276.400	3.689.700	1.844.850	3.689.700	442.764	3.773.235	4.482.986	3.984.876	66.184.510

Fuente:Cálculo de los Autores

Elaboro: Cesar Rodriguez, Angélica Soler

AÑO 1

DEPENDENCIA Y CARGO	SUELDO MES PROJ.	SUELDO AÑO PROJ.	HRAS. EXT.	AUXILIO DE TRANSPORTE	C 2,00%	TOTAL SALARIO	PRIMA LEGAL	VACACIONES	CESANTIAS	INTERESES S/CESANT.	Fdo Salud 8,52%	Fondo Pens. 10,13%	Parafiscales 9,00%	GRANTOTAL
AREA ADTVA.														
G. Gral	800.000	9.600.000				9.600.000	800.000	400.000	800.000	96.000	818.112	972.000	864.000	14.350.112
Contador	500.000	6.000.000				6.000.000	500.000	250.000	500.000	60.000	511.320	607.500	540.000	8.968.820
Secretaria	434.000	5.208.000		609.600		5.817.600	484.800	242.400	484.800	58.176	495.776	589.032	523.584	8.696.168
Subtotal	1.734.000	20.808.000	0	609.600	0	21.417.600	1.784.800	892.400	1.784.800	214.176	1.825.208	2.168.532	1.927.584	32.015.100
AREA DEVTAS														
Gerente Cmcial	800.000	9.600.000				9.600.000	800.000	400.000	800.000	96.000	818.112	972.000	864.000	14.350.112
Vendedor1	434.000	5.208.000		609.600		5.817.600	484.800	242.400	484.800	58.176	495.776	589.032	523.584	8.696.168
Vendedor2	434.000	5.208.000		609.600		5.817.600	484.800	242.400	484.800	58.176	495.776	589.032	523.584	8.696.168
Subtotal	1.668.000	20.016.000	0	1.219.200	0	21.235.200	1.769.600	884.800	1.769.600	212.352	1.809.664	2.150.064	1.911.168	31.742.448
GRAN TOTAL	3.402.000	40.824.000	0	1.828.800	0	42.652.800	3.554.400	1.777.200	3.554.400	426.528	3.634.872	4.318.596	3.838.752	63.757.548

Fuente: Cálculo de los Autores

Elaboro: Cesar Rodriguez, Angélica Soler

**NOMINA PROYECTADA
AÑO 2**

DEPENDENCIA Y CARGO	SUELDO MES PROYECTAD	SUELDO AÑO PROYECTAD	HRAS. EXT.	AUXILIO DE TRANSPORTE	C	TOTAL SALARIO	PRIMA LEGAL	VACACIONES	CESANTIAS	INTERESES S/CESANT.	Fdo Salud 8,52%	Fondo Pens. 10,13%	Parafiscales 9,00%	GRANTOTAL
AREA ADTVA.														
G. Gral	880.000	10.560.000				10.560.000	880.000	440.000	880.000	105.600	899.923	1.069.200	950.400	15.785.123
Contador	550.000	6.600.000				6.600.000	550.000	275.000	550.000	66.000	562.452	668.250	594.000	9.865.702
Secretaria	477.400	5.728.800		670.560		6.399.360	533.280	266.640	533.280	63.994	545.353	647.935	575.942	9.565.785
Subtotal	1.907.400	22.888.800	0	670.560	0	23.559.360	1.963.280	981.640	1.963.280	235.594	2.007.729	2.385.385	2.120.342	35.216.610
AREA ADTVA.														
Gerente Cmcial	880.000	10.560.000				10.560.000	880.000	440.000	880.000	105.600	899.923	1.069.200	950.400	15.785.123
Secretaria	477.400	5.728.800		670.560		6.399.360	533.280	266.640	533.280	63.994	545.353	647.935	575.942	9.565.785
Subtotal	1.357.400	16.288.800	0	670.560	0	16.959.360	1.413.280	706.640	1.413.280	169.594	1.445.277	1.717.135	1.526.342	25.350.908
GRAN TOTAL	3.264.800	39.177.600	0	1.341.120	0	40.518.720	3.376.560	1.688.280	3.376.560	405.187	3.453.005	4.102.520	3.646.685	60.567.518

Fuente: Cálculo de los Autores, Cuadro No. 9.15

Elaboro: Cesar Rodriguez, Angélica Soler

11.1.9. Gastos Operacionales



PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES

Gastos de Ventas Año

Gastos de Ventas	
Salarios vendedores	10.416.000
Publicidad	2.900.000
TOTAL GASTOS VENTAS	13.316.000

Gastos de Administración Año

Gastos de Administración	
Sueldos Administrativos	28.800.000
Servicios Públicos	2.640.000
Papelería y otros	2.000.000
TOTAL GASTOS ADMITIVOS	33.440.000

CONFORMACIÓN DEL PRECIO CON BASE A LOS COSTOS UNITARIOS

Unidades a producir 2.787

Presupuesto de gastos de ventas \$13.316.000 / 2787uns =4777

Presupuesto de gastos de administración:\$33.440.000/2787uns=11.998 por unidad

TOTAL GASTOS OPERACIONALES \$ 16.775 por unidad.

COSTOS Y GASTOS UNITARIOS

	Traje
Materia prima	81.000
MOD	5.424
CIF	3.584
Gastos Operacionales	16.775
Costo Total	106.783
Utilidad deseada 20%	21.357
Posible Precio de Venta	128.140
Ajuste de Mercado	3.169
PRECIO DEFINITIVO	124.971

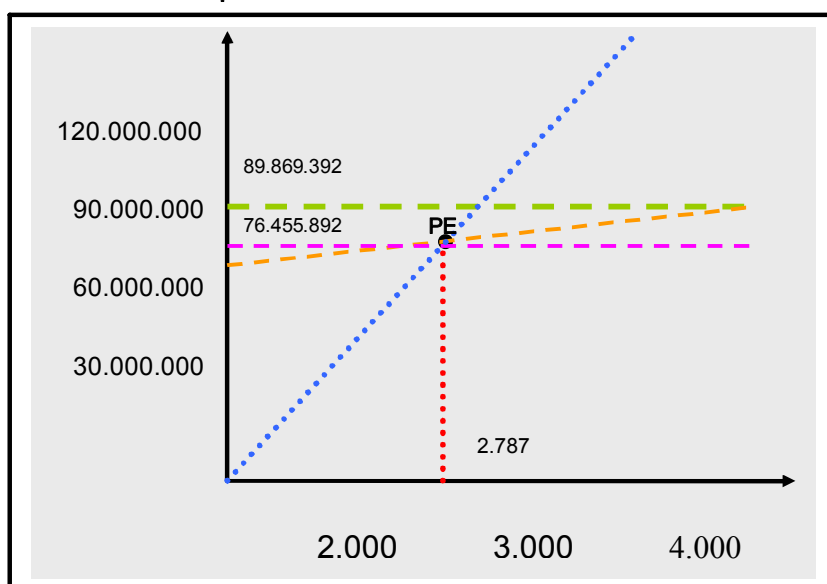
TOTAL VENTAS PROMEDIO MES	\$ 49.988.240
TOTAL VENTAS PROMEDIO AÑO	\$ 348.293.062

11.1.10. PUNTO DE EQUILIBRIO⁸

A través de éste procedimiento la empresa ESCALA MOTORBIKE. Determinará el volumen mínimo de ventas que la empresa deberá realizar para no perder, ni ganar. A continuación se presenta el cálculo del punto de equilibrio en donde, las ventas son iguales a los costos y los gastos; al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad; y al bajar, se produce pérdida.

COSTOS Y GASTOS PRESUPUESTADOS	CIF FIJOS	CIF VARIABLES	TOTALES
CIF	\$ 1.200.000	\$ 200.000	\$ 1.400.000
Impuestos	\$ 370.000		
Seguros	\$ 1.534.000		
Depreciación	\$ 2.342.000		
Material Indirecto		\$ 217.500	
MOI	\$ 998.002	\$ 100.000	
Mantenimiento	\$ 3.600.000	\$ 4.400.000	
Energía	\$ 459.890	\$ 180.000	
Gastos Operacionales	\$ 17.196.000	\$ 1.000.000	
Sueldos y Salarios	\$ 39.216.000		
Comisiones		\$ 7.316.000	
Publicidad	\$ 2.900.000		
Papelería	\$ 4.000.000		
Servicios Públicos	\$ 2.640.000		
TOTAL	\$ 76.455.892	\$ 13.413.500	\$ 89.869.392

Gráfica 18. Punto de Equilibrio



⁸ BURBANO, Jorge E., Presupuestos Segunda Edición.

11.1.11. Estado de Resultados



ESCALA MOTORBIKE LTDA

Estado de Resultados Proyectado

	Año 2007	Año2008 (Δ5%)	Año 2009 (Δ5%)	Año2010 (Δ6%)	Año2011 (Δ6%)
VENTAS	348.293.062	369.190.646	391.342.084	414.822.610	439.711.966
COSTO DE VENTAS	250.852.296	263.394.911	276.564.656	290.392.889	307.816.463
UTILIDAD BRUTA	97.440.766	105.795.735	114.777.428	124.429.720	131.895.504
GASTOS OPERACIONALES	46.751.925	49.557.041	52.530.463	55.682.291	59.023.228
UTILIDAD ANTES DE IMP.	50.688.841	56.238.694	62.246.965	68.747.430	72.872.275
IMPUESTOS 35%	17.741.094	19.683.543	21.786.438	24.061.600	25.505.296
UTILIDAD NETA	32.947.747	36.555.151	40.460.527	44.685.829	47.366.979

ANALISIS ESTADO DE RESULTADOS

El dato de ventas es obtenido multiplicando el número de unidades estimadas a vender por el precio al publico por cada uno de los productos

El costo de ventas se obtiene de sumar costos directos y costos indirectos

La utilidad bruta se obtiene de deducir las ventas netas menos el costo de ventas

Gastos de ventas y gastos administrativos se relacionan en los cuadros respectivos a estos items

El incremento anual, se toma con base al incremento del PIB del país, que corresponde entre el 5% y el 6% anualmente.

11.1.12. Balance General Proyectado



ESCALA MOTORBIKE LTDA

	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año
	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011
ACTIVOS					
Caja Y Bancos	23.943.442	18.150.600	14.586.987	13.365.487	11.654.321
Cuentas por cobrar	8.000.000	4.350.231	7.575.196	11.365.470	18.698.210
Inventarios	8.635.297	8.635.297	12.854.736	10.654.220	10.521.036
Total Activo Corriente	40.578.739	31.136.128	35.016.919	35.385.177	40.873.567
Inversiones	10.000.000	20.000.000	34.000.000	43.000.000	66.000.500
Activos Fijos	15.650.000	23.352.698	23.352.698	42.508.960	42.508.960
Depreciación	1.565.000	2.535.269	3.489.658	5.123.321	9.213.954
Activos Fijos Netos	24.085.000	20.817.429	19.863.040	37.385.639	33.295.006
TOTAL ACTIVOS	64.663.739	71.953.557	88.879.959	115.770.816	140.169.073
PASIVOS					
Cuentas por Pagar	5.169.481	6.452.369	8.635.924	11.369.812	10.954.210
Impuestos de Renta por pagar	9.581.953	10.525.431	13.528.598	17.658.921	26.496.520
IVA por Pagar	7.502.117	4.919.083	5.436.987	6.791.589	8.523.641
Total Pasivo Corriente	22.253.551	21.896.883	27.601.509	35.820.322	
TOTAL PASIVO	22.253.551	21.096.883	27.601.509	35.820.322	45.974.371
PATRIMONIO					
Capital	9.462.441	10.369.874	13.541.302	18.000.000	20.000.000
Utilidades del Ejercicio	32.947.747	36.515.151	40.460.527	44.685.829	47.366.979
Reserva Legal			2.365.898	6.746.817	8.089.215
Reserva Compra de Vehículo		2.545.236	2.545.236	5.258.924	9.369.254
Reserva compra Inmueble		1.426.413	2.365.487	5.258.924	9.369.254
TOTAL PATRIMONIO	42.410.188	50.856.674	61.278.450	79.950.494	94.194.702
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	64.663.739	71.953.557	88.879.959	115.770.816	140.169.073

11.1.12.1. ANÁLISIS BALANCE GENERAL

- Se realizarán inversiones (CDT a seis meses) que permitan a la empresa ESCALA MOTORBIKE a recibir nuevos ingresos por rendimientos.
- Las cuentas por cobrar se originan en el momento que se concede el crédito a 15 días.
- Se tendrá un inventario de 48 artículos por cada uno, de los cuales corresponden a chaquetas, pantalones, yofas y balaclavas con el fin de suplir posibles demandas en el punto de venta.
- Activos fijos: Se comprara maquinaria y equipo para iniciar actividades de la empresa. En el segundo año con el fin de cubrir la demanda se adquirirá nueva maquinaria para tal fin.
- Las cuentas por pagar se originan en el momento en que se decide tener inventario y sacar materia prima a crédito y que éste no genere intereses.
- Se puede observar que año a año se generará una utilidad que para el quinto año de actividades de la empresa asciende a \$ 47.000.000
- Para el quinto año de actividades, la empresa tendría \$ 9.369.254 para abono de un vehículo (tipo furgón) que permita ser más eficientes en la entrega de la mercancía.
- Para el quinto año igualmente la empresa contaría con \$ 9.369.254 para la adquisición de un lote, cerca de la planta de producción.

Valor presente Neto

VALOR PRESENTE NETO	INVERSION	UTILIDAD PRIMER AÑO	UTILIDAD SEGUNDO AÑO	UTILIDAD TERCER AÑO	UTILIDAD CUARTO AÑO	UTILIDAD QUINTO AÑO
	-10.000.000	32.947.747	36.515.151	40.460.527	44.685.829	47.366.979

VPN	39.234.805
-----	------------

Se tomo la inversión y se deducen las utilidades, una tasa del 20%.

Una vez desarrollado el método de Valor Presente Neto, se determino que el proyecto de creación de la empresa ESCALA MOTORBIKE es viable, ya que el VPN, resultó mayor que cero, con un valor de \$39.234.805.

Tasa Interna De Retorno

Al igual que el método de Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno, TIR, es uno de los índices que más aceptación tiene financieramente, porque está midiendo la rentabilidad de la inversión, que es una característica propia del proyecto. Matemáticamente es la tasa a la cual el VPN se hace igual a cero.

$$\text{TIR} = \text{VPN} = 0$$

$$\text{TIR} = 59.78\%$$

La rentabilidad que generaría la inversión para el proyecto de la creación de la empresa ESCALA MOTOR BIKE., es del 59.78% E.A.

11.1.13. RAZONES DE LIQUIDEZ

Capital De Trabajo Neto:

Activo corriente – Pasivo corriente

\$50.578.739 - \$22.253.551

\$28325188

Después de pagados el total de los pasivos corrientes, la empresa ESCALA MOTOR BIKE contaría con \$28325188=, en caso que tuvieran que liquidarla inmediatamente.

Razón Corriente

Activo Corriente / Pasivo Corriente.

\$50.578.739 / \$22.253.551

2.272

2.272 veces. Por cada peso que la empresa debe pagar en el corto plazo, esta cuenta con \$2.272 del activo corriente para respaldar las obligaciones.

Razón del Activo Corriente al Activo Total.

Activo Cte/Activo total * 100

\$50.578.739 / \$64.663.739 * 100

78,21

78,21 es el activo corriente del activo total.

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

Razón de la Deuda Total

Pasivo total / Activo Total * 100

\$22.253.551 / \$64.663.739 * 100

34,41

34,41: La empresa debe el 34,41% del total de los activos, este índice es aceptable ya que indica que no ha utilizado financiamiento externo.

Apalancamiento Financiero

Activo total / Patrimonio

\$64.663.739 / \$42.410.188

1,52 veces, Por cada peso del patrimonio se cuenta con \$1.52 del activo total.

RAZONES DE EFICIENCIA

ROTACION DEL ACTIVO TOTAL

Ventas Netas / Activo Total * 100

\$ 348.293.062 / \$64.663.739 * 100

538,62%

Por cada peso invertido en la empresa se genera 538.62 de ingresos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Evaluated each one of the factors related to the business project of creation of a company for the production and commercialization of safety gear and accessories for motorcyclists in Bogotá, it has resulted viable from the commercial, technical and economic point of view. On the other hand, there are few companies dedicated to the production of these items, and the products as they are found in the introduction stage allow for greater possibilities of penetration and positioning in the market as a company that is characterized by offering quality products and an integral service to clients.

Once the market study has been carried out, it has been possible to demonstrate and conclude that the launch and implementation of the production and commercialization project of safety gear and accessories for motorcyclists in Bogotá, is attractive given the existence of a powerful market without penetration.

Through the implementation of the administrative study, it was determined that the company would function through a flat structure, where empowerment is a policy, as it is based on training to delegate power and authority, in this way we seek that each one of the people who work there do so with incentives that will lead us to have a better production and offer a better quality, being this one of our best strategies used against our competitors.

Once the requirements for machinery, physical and technological have been determined, the company ESCALA MOTORBIKE will be launched, which will allow offering safety gear and accessories for motorcyclists that will meet the expectations of clients.

As a result of the Economic and Financial Study, it is concluded that the project is viable under the premises set out and profitable from the interest of any investor.

En el aspecto personal la elaboración del proyecto, fue una experiencia enriquecedora ya que sirvió como instrumento que aportó en gran medida al crecimiento profesional pues el desarrollo del proyecto permitió tener una visión más amplia de la realidad económica y social del país y la importancia crear empresa para generar empleo, contribuyendo el desarrollo económico del país.

Escala Motorbike debe aprovechar las investigaciones que realizó en este proyecto, abastecerse de tecnología y así mismo poder ofrecer mejores productos y con una mejor calidad que puedan ser competitivos a nivel internacional, para en un futuro no muy lejano lanzarse a exportar.

BIBLIOGRAFIA

ALVAREZ, Garcia Jose Emilio. El Proceso de Investigación para un Anteproyecto.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 4ª ed. Mc Graw Hill. 2001.

BELTRÁN, Jesús. Indicadores de gestión. 3R. 2002.

BURBANO, Jorge E., Presupuestos Segunda Edición.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría administrativa. 5ª edición. 2000.

DANE, Informe de Coyuntura Económica Regional Bogotá 2004

GUDIÑO Emma Lucia; CORAL Lucy Contabilidad 2000. Mc Graw Hill 1991.

Encuesta Anual Manufacturera. DANE 2002-2003.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERTIFICACION

ICONTEC. Tesis y otros Trabajos de Grado. Quinta actualización. Bogotá:

Encuesta Anual Manufacturera. DANE 2002-2003.

KOONTZ, Harold; WEIHRICH, Heinz Administración una perspectiva global. 11ª ed. Mc Graw Hill. 1998.

MENDEZ, Hector. Metodología de la investigación.

MICHAEL, J. Etzel. Fundamentos de Marketing, Ed.11. 2003. Editorial Mc. Graw Hill

www.redbogota.com

www.alcaldiabogota.gov.co

www.dane.gov.co

www.transitobogota.gov.co

www.fenalco.com.co

www.mintransporte.gov.co

www.sett.com.co

www.ccb.org.co

www.camaradirecta.com/webccb/temas/newsie/CIU/d.htm

www.minproteccionsocial.gov.co

ANEXOS

ANEXO 1. CATALOGO

ANEXO 2. ENCUESTA



Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad que permita determinar la viabilidad de crear una empresa productora y comercializadora de trajes y accesorios de seguridad para motociclistas de la ciudad de Bogotá D.C.; Por favor marque con una X la respuesta con la cual se identifique.

Pregunta N° 1. **¿A que actividad económica se dedica principalmente usted con la motocicleta?**

Mensajero	
Escolta	
Domiciliario (comidas)	
Independiente	
Hobbie	

Pregunta N° 2. **Ud. Compraría un traje para conducir su moto por:**

Protección frente al clima	
Protección y Seguridad	
Comodidad de uso	
Precio	

Pregunta N° 3. **¿Los materiales de confección que usted prefiere para su ropa son?**

Naturales (algodón, lana, seda, etc)	
Sintetico (poliéster, lycra, etc.)	
Le es indiferente	

Pregunta N° 4. **¿Conoce Ud. Los trajes de protección para motociclistas?**

SI	
NO	

Pregunta N° 5. **¿Ud. compraría trajes seguridad?**

SI	
NO	

Pregunta N° 6. **¿Con qué características le gustaría adquirir su traje de protección?**

Diseño	
Durabilidad	
Impermeabilidad	
Comodidad	

Pregunta N° 7. **¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por uno de estos trajes?**

Entre \$80.000 - \$120.000	
Entre \$120.000- \$180.000	
Entre \$180.000 - \$240.000	
De \$240.000 en adelante	

Pregunta N° 8. **¿Al momento de adquirir algún traje de protección le gustaría que le ofrecieran algún sistema de crédito?**

SI	
NO	

Pregunta N° 9. **¿Qué sistema de crédito es el preferido por usted?**

Sistema de Abono	
Tarjeta de Crédito	
Contado	
Cheque	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!