

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE MECÁNICA DE
MOTOS ENFOCADA EN EL GÉNERO FEMENINO EN LA ZONA URBANA DEL
MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO

LUIS ENRIQUE VELASCO OSORIO

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE MECÁNICA DE
MOTOS ENFOCADA EN EL GÉNERO FEMENINO EN LA ZONA URBANA DEL
MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO

LUIS ENRIQUE VELASCO OSORIO

TRABAJO DE GRADO

Para optar por el grado de Administrador de Empresas

Directora

MARLENE RIASCOS CAMILA

Magíster en Administración

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

Contenido

Contenido	I
INTRODUCCIÓN	12
1. Problema de investigación	14
1.1. Planteamiento	14
1.2. Formulación	18
1.3. Sistematización	18
2. Objetivos	21
2.1. Objetivo Principal	21
2.2. Objetivos Específicos	21
3. Justificación.....	22
3.1. Justificación practica	22
4. Metodología de investigación	25
4.1. Tipo de Investigación	25
4.2. Método de Investigación	26
4.3. Fuentes y Técnicas de recolección de información.....	26
5. Marco de referencia.....	28
5.1. Marco Teórico	28

5.2. Marco Conceptual	33
6. Análisis entornos	36
6.1. Entorno económico	36
6.2. Entorno político.....	39
6.3. Entorno Ambiental	43
6.4. Entorno Social	45
6.5. Entorno Jurídico	48
7. Análisis del sector industrial	50
7.1. Amenaza de nuevos competidores	51
7.2. Amenaza de servicios sustitutos.....	53
7.3. Poder de negociación de los clientes.....	54
7.4. Poder de negociación de los proveedores	55
7.5. Rivalidad entre los competidores existentes.	55
8. Análisis del mercado	60
8.1. Diagnóstico de la estructura actual del sector	60
8.2. Identificación del mercado objetivo	62
8.2.1. Tamaño del mercado global	62
8.2.2. Tamaño del mercado objetivo	62
8.3. Investigación de mercado.....	62
8.4. Plan de mercadeo	81

8.4.1. Descripción del producto	81
8.4.2. Estrategia de precio	85
8.4.3. Estrategia de promoción.....	86
8.4.4. Estrategia de distribución.....	88
9. Análisis técnico	88
9.1 Ficha técnica del servicio	88
9.1.1. Diagrama de flujo del proceso	91
9.2. Planta física y quipos	92
9.2.1. Distribución de planta	93
9.2.2. Inversión en activos fijos	94
9.2.3. Costos de adecuación	94
9.3. Operación	94
9.3.1. Plan de producción.....	95
9.3.2. Plan de compras	96
9.3.3. Costo por mano de obra	98
10. Análisis administrativo.....	102
10.1. Direccionamiento estratégico.....	102
10.1.1. Misión, Visión, Valores	102
10.1.2. Modelo de negocio	103
10.1.3. Matriz DOFA	105

10.1.4. Estrategia de asociatividad	107
10.2. Estructura	108
10.2.1. Organigrama.....	108
10.2.2. Manual de funciones	109
10.3. Aspectos legales	116
10.3.1. Constitución legal de la empresa.....	116
10.4. Gastos administrativos	117
10.4.1. Gastos de personal.....	117
11. ANÁLISIS FINANCIERO	118
11.1. Costos.....	118
11.1.1. Costos de producción	118
11.1.2. Costos y gastos de administración	121
11.1.3. Costos de ventas.....	121
11.2. Capital de trabajo	123
11.2.1. Punto de equilibrio	123
11.3. Presupuestos	125
11.3.1. Presupuesto de Ingresos	125
11.3.2. Presupuesto de compras	125
11.3.3. Presupuesto de personal	126
11.4. Estados Financieros Proyectados	126

11.4.1. Flujo de Caja	127
11.5. Fuentes de Financiación	128
12. EVALUACION DEL PROYECTO	130
12.1. Análisis de riesgo	130
12.2. Evaluación económica	131
12.2.1. Razones financieras.....	131
12.2.2. Valor presente neto	135
12.2.3. Tasa interna de retorno	136
13. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	137
13.1. Equipo de trabajo	137
13.2. Cronograma y actividades.....	138
14. IMPACTO DEL PROYECTO	139
14.1. Impacto social	139
14.2. Impacto Ambiental.....	139
14.3. Impacto económico	139
CONCLUSIONES	140
Bibliografía	143

Índice de tablas

Contenido	pág.
Tabla 1 Aspectos del entorno económico	39
Tabla 2 Aspectos del entorno político.....	43
Tabla 3 Aspectos del entorno ambiental	45
Tabla 4 Aspectos del entorno social.....	47
Tabla 5. Aspectos del entorno jurídico	50
Tabla 6. Rivalidad de los competidores	58
Tabla 7 Servicio técnico de mantenimiento	85
Tabla 8 Servicio técnico de reparación	85
Tabla 9 Servicio técnico mantenimiento preventivo parcial.....	86
Tabla 10 Servicio técnico reparación parcial	86
Tabla 11 Promoción inicial	88
Tabla 12 Ficha técnica de mantenimiento.....	89
Tabla 13 Ficha técnica de reparación.....	90
Tabla 14 Activos fijos	94
Tabla 15 Capacidad de operación diaria	94
Tabla 16 Plan de compras repuestos básicos	97
Tabla 17 Valor mensual nomina gerente general.....	98
Tabla 18 Valor mensual nomina asistente administrativo	99
Tabla 19 Valor mensual nomina mecánico de motos líder	100
Tabla 20 Valor mensual nomina mecánico de motos	101

Tabla 21 Modelo de negocio.....	104
Tabla 22 Matriz DOFA	105
Tabla 23 Análisis DOFA.....	106
Tabla 24. Perfil de cargo gerente	109
Tabla 25. Perfil de cargo asistente administrativo.	111
Tabla 26. Perfil de cargo mecánico de motos líder.	113
Tabla 27. Perfil de cargo mecánico de motos.	115
Tabla 28 Gastos legales de constitución	117
Tabla 29 Gastos de personal	117
Tabla 30 Costos de producción reparación	118
Tabla 31 Costo unitario reparación	118
Tabla 32 Costo de producción mantenimiento.....	118
Tabla 33 Costo unitario mantenimiento	119
Tabla 34 Costo de producción reparaciones parciales	119
Tabla 35 Costo unitario reparaciones parciales.....	119
Tabla 36 Costos de producción mantenimientos parciales	120
Tabla 37 Costo unitario mantenimiento parcial	120
Tabla 38 Costos y gastos de administración	121
Tabla 39 Costos de ventas reparación	121
Tabla 40 Costos de ventas Mantenimiento	121
Tabla 41 Costos de ventas reparaciones parciales	122
Tabla 42 Costos de ventas mantenimientos parciales	122
Tabla 43 Capital de trabajo	123

Tabla 44 Cantidad equilibrio.....	124
Tabla 45 Presupuesto de ingresos	125
Tabla 46 Presupuesto de personal	126
Tabla 47 Flujo de caja	127
Tabla 48 Fuentes de financiación.....	128
Tabla 49 Flujo de caja con financiación	129
Tabla 50 Análisis de riesgo	130
Tabla 51 Liquidez	131
Tabla 52 Prueba acida	132
Tabla 53 Endeudamiento.....	133
Tabla 54 Deuda patrimonio.....	134
Tabla 55 Rentabilidad	135
Tabla 56 Cronograma y actividades.....	138

Índice de Figuras

Contenido	pág.
Figura.1. Resultados pregunta 1 de la encuesta en porcentaje	63
Figura 2. Resultados pregunta 2 de la encuesta en porcentaje.....	64
Figura 3. Resultados pregunta 3 de la encuesta en porcentaje.....	65
Figura 4. Resultados pregunta 4 de la encuesta en porcentaje.....	66
Figura 5. Resultados pregunta 5 de la encuesta en porcentaje.....	67
Figura 6. Resultados pregunta 6 de la encuesta en porcentaje.....	68
Figura 7. Resultados pregunta 7 de la encuesta en porcentaje.....	69

Figura 8. Resultados pregunta 8 de la encuesta en porcentaje..	70
Figura 9. Resultados pregunta 9 de la encuesta en porcentaje..	71
Figura 10. Resultados pregunta 10 de la encuesta en porcentaje.....	72
Figura 11. Resultados pregunta 11 de la encuesta en porcentaje.....	73
Figura 12. Resultados pregunta 12 de la encuesta en porcentaje.....	74
Figura 13. Resultados pregunta 13 de la encuesta en porcentaje.....	74
Figura 14. Resultados pregunta 14 de la encuesta en porcentaje.....	75
Figura 15. Resultados pregunta 15 de la encuesta en porcentaje.....	76
Figura 16. Resultados pregunta 16 de la encuesta en porcentaje.....	76
Figura 17. Resultados pregunta 17 de la encuesta en porcentaje.....	77
Figura 18. Resultados pregunta 18 de la encuesta en porcentaje.....	78
Figura 19. Resultados pregunta 19 de la encuesta en porcentaje.....	79
Figura 20. Resultados pregunta 20 de la encuesta en porcentaje.....	80
Figura 21. Resultados pregunta 21 de la encuesta en porcentaje.....	80
Figura 22. Logotipo.....	85
Figura 23. Diagrama de flujo del proceso.....	91
Figura 24. Planta física.....	93
Figura 25. Organigrama... ..	108

Índice de Anexos

Contenido	pág.
ANEXO A. Encuesta estructurada: Viabilidad de negocio	149

RESUMEN

El presente trabajo es un estudio acerca de la factibilidad del montaje de un taller de motos enfocado en el género femenino en la zona urbana de Santander de Quilichao, con base en una encuesta estructurada dirigida a 216 mujeres entre 27 y 42 años de edad, quienes constantemente se transportan en motocicletas ya sean propias o no, y han requerido de servicios mecánicos por diferentes circunstancias, como resultado se encontró que en este municipio no existe un taller de motos que se focalice en la atención del personal femenino, además el 40% de las encuestadas manifiestan sensación de acoso, burla e irrespeto cuando llevan sus motos al mecánico, además el 82% afirman que los talleres de mecánica actuales no son sitios cómodos para su integridad.

A partir de lo anterior se evidencia que hay un mercado con necesidad de un buen servicio, innovador, especializado con el cual se puede lograr que ir al taller de motos sea una experiencia amena, este trabajo tiene como objeto, demostrar la viabilidad del montaje de una empresa, de incluir al género femenino en proyectos, generar oportunidades económicas además de aportar en aspectos sociales, sumando al desarrollo del municipio.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación busca combinar el interés personal por las motocicletas y la posibilidad de brindar soluciones a una necesidad sentida por las mujeres, en el desarrollo de éste, se presenta el análisis de factibilidad de la creación de una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino, siendo una oportunidad para generar opciones de empleo, desarrollo económico, inclusión social y atención especializada.

Para tal fin este trabajo se compone de 14 capítulos, los 5 primeros tienen que ver con el diseño de la investigación como tal, en donde se presentan el planteamiento del problema, objetivos (general y específicos), justificación, metodología de investigación y marco de referencia dentro del cual están el marco teórico y el marco conceptual que sustentan este proyecto investigativo.

En los siguientes capítulos se da el desarrollo de la propuesta investigativa, encontrando así en el capítulo 6 el análisis de los entornos económico, político, ambiental y social. En el capítulo 7 se presenta el análisis del sector industrial, el cual, se compone del acercamiento a las amenazas de nuevos competidores, amenaza de servicios sustitutos, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores y el análisis de rivalidad entre los competidores existentes. El capítulo 8 es el análisis del mercado en donde se abordan temas como el diagnóstico de la estructura actual del sector, identificación del mercado objetivo dividido en el tamaño del mercado global y el tamaño del mercado objetivo, además se presenta la investigación de mercado, plan de mercadeo en donde se retoman conceptos de las cuatro P, como lo son el producto, precio, plaza y promoción.

Seguidamente en el capítulo 9 se desarrolla el análisis técnico compuesto por el diagrama de flujo del proceso, planta física/equipos, distribución de planta, inversión en activos fijos, costos y

adecuación, continuando con el proceso de operación conformado por el plan de producción, plan de compras y costo por mano de obra. El capítulo 10 contiene el análisis administrativo en donde se ejecuta el direccionamiento estratégico (misión, visión, valores, modelo de negocio), junto con la matriz DOFA, estrategia de asociatividad, estructura, organigrama, manual de funciones, aspectos legales, constitución legal de la empresa, gastos administrativos y gastos de personal.

El capítulo 11 está conformado por el análisis financiero, donde se encuentran costos de producción, costos y gastos de administración, costos de ventas, capital de trabajo, punto de equilibrio, presupuestos, de ingresos, compras y de personal, también se presentan los estados financieros proyectados (flujo de caja y fuentes de financiación). El capítulo 12 evidencia la evaluación del proyecto, análisis de riesgo, evaluación económica, razones financieras, valor presente neto y tasa interna de retorno.

Posteriormente el capítulo 13 aborda el plan de implementación junto con el equipo de trabajo y cronograma de actividades, finalmente en el capítulo 14 se presentan los impactos del proyecto a nivel social, ambiental y económico.

1. Problema de investigación

1.1. Planteamiento

En los últimos años la incursión de las mujeres a la vida laboral ha incrementado paulatinamente de manera positiva, contribuyendo al desarrollo social con un cambio optimista en las relaciones de los individuos, en lo económico con la capacidad de compra y adquisición de bienes y/o servicios, y humano con derecho de expresión y trato igualitario en el país y, aunque falta bastante para el tema de igualdad, cada vez hay más acercamiento a la meta, por lo tanto:

El principio de igualdad en un régimen democrático supone no solamente que las políticas gubernamentales atiendan a las personas por igual, sino que las opiniones de todas tengan el mismo peso, de ahí que el reconocimiento de los derechos de las mujeres esté íntimamente relacionado con la necesidad de desarticulación de relaciones y prácticas autoritarias, y con la generación de procesos de democratización al interior de todos los grupos sociales, empezando por la familia (Lara, sf).

Por lo anterior, existen garantías para las damas de participar en el aspecto democrático y buscar ser tratadas igual que los hombres, hablando de las mujeres en los distintos ámbitos se ubica un segmento de la población que hace notar la necesidad de movilizarse a diferentes destinos, que requiere transporte hacia la universidad, empleos, centros comerciales, centros asistenciales entre otros sitios. Este segmento se aventura en una carrera contra el tiempo, lo que exige medios de transportes adecuados a la situación de cada una de ellas para este caso la motocicleta, que es cómoda y práctica. Además de su facilidad para la movilidad en el municipio.

Cada una de las mujeres que han adquirido moto, por el beneficio que trae como se menciona anteriormente comodidad, practicidad, deben tener presente que su medio de transporte con el

paso de los días conlleva un desgaste al cual hay que prestarle atención a tiempo para evitar inconvenientes mayores a largo plazo por ende se presupone de la obligación de mantener en óptimas condiciones este medio para generar de igual manera seguridad para ella y quienes se benefician de este medio de transporte así se hace totalmente necesario un adecuado mantenimiento tanto preventivo como correctivo que minimice los riesgos que este transporte como otros conlleva, teniendo en cuenta la calidad en el servicio y garantías de seguridad que cada procedimiento que se ejecute en pro de una revisión óptima sea necesaria con profesionales expertos.

Indagando acerca del tema de las motos y mujeres conductoras de las mismas a nivel nacional encontramos que:

Las cifras reveladas por la Asociación de Empresarios y Motociclistas de Cali posicionan a la ciudad como la segunda urbe del país, después de Bogotá, donde circulan un mayor número de motos. Según el secretario de Tránsito, Alexander López, en la capital del Valle se matriculan cada año 30.000 de estos vehículos, cifra que evidencia el crecimiento de este medio de transporte. Un estudio sociodemográfico de los usuarios de moto en Colombia revela, por ejemplo, que en Cali existe la mayor cantidad de mujeres motociclistas del país. “Estimamos que pueden ser 80.000”, dijo Agustín Bernal, presidente de la Asociación de Empresarios y Motociclistas de Cali (El País, 2011).

Lo anterior genera grandes expectativas en Santander de Quilichao, municipio cercano a la ciudad de Cali, debido a que a mayor número de motos y mujeres motociclistas se requerirán más talleres de mecánica lo que brinda oportunidad para la creación de este servicio, de igual manera se denota crecimiento en la compra de motos por parte de la población Quilichagüense, debido a las facilidades que se ofrecen para su adquisición y lo cómodo que resulta la

manipulación de este medio de transporte. Gracias al aumento en la cantidad de motos a nivel municipal se hacen necesarias propuestas para la construcción de una nueva cultura vial en el municipio para concienciar a todos los conductores de este vehículo acerca de la importancia de utilizar los elementos de seguridad, de respetar las normas de tránsito, técnicas de conducción, de estar al día con la documentación requerida para movilizarse como lo son el seguro obligatorio de accidentes de tránsito y la revisión técnico mecánica.

En este sentido, la Secretaria de Movilidad de Santander de Quilichao trabaja en la campaña de seguridad vial "Yo Me Comprometo", vinculando una campaña organizada por Hero Moto Colombia en el parque central del municipio, los funcionarios de la dependencia lograron capacitar a 93 personas en seguridad vial, sobre la correcta utilización del caso y técnicas de conducción (Medina, 2017).

Por lo anterior, se hace necesario además de presentar suficientes propuestas para la construcción de cultura vial eficiente, talleres de revisión y reparación de motos enfocados en el género femenino donde se pueda brindar un servicio de calidad con asesorías especializadas y con responsabilidad social

Se hace pertinente enterarnos acerca de la economía del municipio, de donde se generan sus recursos, cuales son los beneficios por crear empresa en el sector además como ha sido el desarrollo en los últimos años.

Refiriéndonos a Santander de Quilichao la economía proviene en buena parte del sector primario de vocación agropecuaria donde se generan ingresos por el café, la caña de azúcar, la yuca entre otros. Adicional a esto Con los beneficios que trajeron la Ley Páez y la instalación de empresas manufactureras, el renglón secundario pasó a ocupar un buen lugar en la

economía local y regional, sin desconocer que el sector terciario, es fuente generadora de empleo y actividad económica dinámica (Alcaldía de Santander de Quilichao Cauca, 2016).

Santander de Quilichao en los últimos años ha tenido un desarrollo vertiginoso, exagerado y sorpresivo se nota la ausencia de planes para futuro y medidas preventivas para este crecimiento del municipio, las calles no se encuentran en el mejor estado y permanecen llenas de vehículos de toda clase, en especial de motos, se tienen 50.000 motos matriculadas sin contar con las que llegan de otras partes sin control, algo que motiva un mal aspecto de la población en desarrollo. (Proclama del Cauca, 2017).

Debido al aumento presentado en la movilidad y al alto número de motos halladas en el municipio se pueden ubicar una gran cantidad de sitios que ofrecen mantenimiento y reparación de motos, sitios que se han creado por la necesidad de dar soluciones inmediatas a la población, algunos de estos se han formalizado y han realizado una legalización ante cámara y comercio y demás requerimientos legales, pero la gran mayoría prestan el servicio sin las debidas autorizaciones.

La mayoría de las mujeres sienten algo de desagrado al tener que llevar su moto al taller cada vez que les surge un inconveniente, cuando esta falla o deben hacerle el mantenimiento, debido al ambiente que se vive, mucha grasa, mala asesoría por parte de los técnicos, afiches o almanaques con mujeres semidesnudas, el vocabulario que se maneja, todo esto les causa malestar lo cual las lleva a pensar en alternativas, esta situación nos impulsa a crear un lugar enfocado en este segmento de la población un sitio que les inspire confianza, lo anterior indica que es realmente importante la creación de espacios para el género femenino, donde obtengan sensación de seguridad además de sentirse a gusto, existe una necesidad manifiesta por las damas, quienes requieren un sitio para llevar su vehículo, en donde se les brinden soluciones

asertivas donde tengan la confianza de contar con el mejor servicio, con espacios tales como baños imolutos, trato digno, zonas de espera confortables wi fi además asesorías especializadas con técnicos expertos en todos los temas relacionados con su vehículo.

1.2. Formulación

¿Es factible la creación de una empresa dedicada al mantenimiento y reparación de motos, enfocada en el género femenino en el casco urbano de Santander de Quilichao?

1.3. Sistematización

¿Qué conceptos y que teorías deben guiar el desarrollo de este proyecto?

¿Cuáles son las principales características del entorno demográfico, económico, sociocultural, medio ambiental del país y como influiría en el desarrollo del proyecto?

¿Cuál es el estudio de mercados para analizar dentro de esta investigación?

¿Cómo identificar los aspectos técnicos necesarios para la puesta en marcha de la empresa en el casco urbano de Santander de Quilichao?

¿Cómo determinar el impacto ambiental que puede generar la puesta en marcha de la empresa en el casco urbano de Santander de Quilichao?

¿Cómo identificar mediante un estudio financiero los ingresos, costos, gastos y demás variables que se requieren definir para determinar la viabilidad de creación de empresa en el casco urbano de Santander de Quilichao?

Aspectos de Mercadeo

¿Cuáles son los antecedentes, la situación actual y las perspectivas del sector de actividad en que se va a desarrollar el proyecto?

¿Cuál es el tamaño y donde se encuentra ubicado mi mercado objetivo?

¿Cuáles son las necesidades del mercado y cuáles son sus hábitos de consumo?

¿Cuáles empresas ofrecen el mismo servicio o uno que lo pueda sustituir?

¿Cuáles son las principales debilidades y fortalezas del servicio?

¿Cuáles son los proveedores con los que se podría contar?

¿Cuáles son las estrategias de la mezcla de mercado (clientes, comunicación, canales de distribución y costos) que se van a seguir?

¿Cuál es el plan de venta y plan de consumo que se ejecutará en la empresa?

De acuerdo a las perspectivas del mercado objetivo y los servicios que se ofrecen

¿Qué ventas se puede proyectar para los próximos 3 años de funcionamiento?

Aspectos Técnicos

¿Cuáles son las especificaciones técnicas, para la prestación de dicho servicio?

¿Cuál es el diagrama de flujo de los procesos de la empresa?

¿Qué tipo de control se va a ejercer para medir la calidad del servicio que se va a ofrecer?

Aspectos Administrativos

¿Cuál será el direccionamiento estratégico de la empresa?, (Misión, Visión, Valores, Principios)

¿Cuál será el diagnostico DOFA del negocio?

¿Cuál será la estructura organizacional de la empresa, que tipo de contratos se van a manejar y qué tipo de funciones se van a desempeñar en cada uno de los cargos?

Aspectos Legales

¿Qué tipo de sociedad se va a constituir y por qué?

¿Qué trámites legales especiales se requieren para iniciar la empresa?

Aspectos Sociales y Ambientales

¿Qué impactos tiene este proyecto para la sociedad, y el medio ambiente y cómo se piensa contribuir con el mejoramiento de esos dos factores?

Aspectos Económicos

¿Qué monto de inversión se requiere para iniciar este proyecto? y ¿Cuáles serían los medios o las entidades que lo financien?

¿Cuáles son los costos fijos, variables, y mixtos a manejar?

¿Cuál es el capital que se necesita durante los 3 años iniciales del proyecto?

¿Cuál es el margen de contribución unitario y la cantidad de productos que una vez vendidos, permitirán llegar al punto de equilibrio?

Con base a lo anterior ¿cuál es el presupuesto de ingresos esperado?

Aspectos Financieros

¿Cuál es el flujo de caja de las operaciones correspondientes a los tres primeros años de funcionamiento proyectados?

¿Cuáles son las proyecciones de los balances, estados de resultados y flujos de caja en el proyecto?

Con base en la información recolectada en los estados financieros proyectados ¿Qué indicadores demuestran la viabilidad o no del proyecto?

¿Cuál es el valor presente neto de la operación y la tasa interna de retorno del inversionista?
Ya sabiendo esto ¿Es factible el negocio?

2. Objetivos

2.1. Objetivo Principal

Realizar un estudio de factibilidad o viabilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos dirigido al género femenino en el casco urbano de Santander de Quilichao.

2.2. Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado, aplicando técnicas de recolección de la información para analizar la aceptación de la empresa por parte del género femenino.

Identificar los aspectos técnicos necesarios para la puesta en marcha de la empresa en el casco urbano de Santander de Quilichao.

Determinar el impacto ambiental que puede generar la puesta en marcha de la empresa en el casco urbano de Santander de Quilichao.

Identificar mediante estudio financiero los ingresos, costos, gastos y demás variables que se requieran definir para determinar la viabilidad de crear la empresa en el casco urbano de Santander de Quilichao.

Aspectos de Mercadeo

Definir y analizar la situación actual del mercado, las necesidades latentes, las preferencias de los consumidores, debilidades y fortalezas para ser competitivo en el sector.

Aspectos Técnicos

Establecer las características de los servicios a ofrecer, producción, promoción y venta.

Aspectos Administrativos

Definir cronogramas, presupuestos y aspectos administrativos importantes para la creación de una empresa de servicio.

Aspectos Legales

Definir los aspectos legales para la creación de una empresa de servicios.

Aspectos Sociales y Ambientales

Investigar que impactos tiene este proyecto para la sociedad, y el medio ambiente.

Aspectos Económicos

Analizar los aspectos económicos internos y del entorno.

Aspectos Financieros

Diagnosticar la situación financiera y perspectivas para la creación de una empresa de servicios.

3. Justificación

3.1. Justificación practica

Este proyecto, es de gran importancia debido a que por medio de su definición y desarrollo se puede identificar la necesidad de un grupo de población específico y sustentar la viabilidad de una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino, generar opciones de empleo, desarrollo económico, inclusión del género femenino en ambientes diferentes a los acostumbrados, lo que se espera cause buena impresión a la sociedad por su toque innovador.

Se ha decidido trabajar sobre este tema debido a un interés personal por las motocicletas, por conocimientos adquiridos a lo largo de la vida y las habilidades para entender su funcionamiento, las partes de la misma, sus sonidos y como por medios de estos se puede llegar a ofrecer un diagnostico asertivo, el sentimiento hacia cada uno de los motores y la necesidad de conocer cada vez más sobre ellos.

Por otra parte se decide realizar un enfoque en el género femenino primero por innovar, al promover espacios que se especialicen en este segmento de la población además de trabajar con un mercado con el que se sentirá pasión por ofrecer el servicio debido a que lo aconsejable es trabajar con aspectos y elementos de la vida que nos gusten y nos hagan la investigación más amena, se toma la decisión de acercamiento hacia un grupo de personas por las que se siente un cariño especial y a las cuales se deben tener presente para todos los proyectos venideros.

Uno de los aspectos más importantes de este proyecto es permitir involucrar a la mujer en ámbitos diferentes a los acostumbrados por la sociedad, la Constitución Política de Colombia (1991) afirma:

ARTICULO 43. La mujer y el hombre tienen iguales derechos y oportunidades. La mujer no podrá ser sometida a ninguna clase de discriminación. Durante el embarazo y después del parto gozará de especial asistencia y protección del Estado, y recibirá de éste subsidio alimentario si entonces estuviere desempleada o desamparada (pág. 22).

Lo anterior con la intención de minimizar la discriminación hacia el género femenino apoyados en la ley, la cual establece igualdad de derechos y oportunidades por tal motivo la idea de iniciar con la creación de espacios poco explorados por las damas, innovando al hacerle modificaciones a un servicio ya existente y beneficiando a este segmento del mercado.

un aporte general: A las damas, genera seguridad al tener un sitio especializado para su bienestar, a los empleados ofrece estabilidad laboral, a la sociedad promueve curiosidad y gusto por ver nuevas alternativas de negocio y al proponente riqueza de conocimientos, descubrimiento de puntos de Con este proyecto se pretende demostrar la viabilidad del montaje de un taller de motos enfocado en el género femenino del casco urbano de Santander de Quilichao dar a conocer el porqué es posible, además de generación de nuevas oportunidades

económicas, aportar a los aspectos sociales y sumar al desarrollo del municipio, se espera diseñar el plan de negocio más idóneo posible combinar elementos como lo son: motos, mujer, atención al cliente, cultura, empleo, desarrollo económico, el hacer que esto funcione como un todo y genere un valor agregado, además de promover vista de las diferentes encuestadas y de quienes escuchan sobre la idea de negocio.

Para el desarrollo de este trabajo se pretende consultar libros acerca de equidad de género y como punto clave se tiene premeditado realizar una encuesta estructurada a las damas del casco urbano de Santander de Quilichao quienes nos puedan dar información única para la toma de decisiones.

Para la realización de este proyecto lo más complejo es el tiempo de dedicación para la recopilación de la información, debido a que las encuestas se realizaran personalmente y se requieren mujeres que tengan motos y que cumplan con algunos requisitos clave, se espera obtener resultados significativos que aporten a la elaboración del proyecto y al montaje de un sitio digno y especializado para las damas donde se sientan a gusto de visitar en repetidas ocasiones.

Después de haber realizado el trabajo se espera haber aprendido del proceso de investigación:

A nivel de aspectos técnicos, el tamaño del local a conseguir, cuantas personas se requieren como colaboradores, como estarán organizados además de sus perfiles; a nivel de búsqueda de recursos, como será la forma de la consecución del recurso financiero y a nivel de evolución personal y carácter, tener la capacidad de argumentar que se conoce el tema y que se pueden tomar decisiones asertivas.

Este proyecto es una manera eficiente de contribuir al cumplimiento de un requisito académico haciendo parte de un trabajo de grado para optar por el título de Administrador de

Empresas, se presenta al encontrar una problemática al no tener identificados sitios especializados en mantenimiento y reparación de motos enfocados en el género femenino donde se les pueda dar soluciones asertivas. La justificación debe ampliarse porque no evidencia cómo este trabajo permitirá la solución de la problemática abordada.

4. Metodología de investigación

4.1. Tipo de Investigación

Sera una investigación descriptiva, en la cual se escriba de modo sistemático las características de la población, su situación y áreas de interés orientándose a la satisfacción de una necesidad que se desea cubrir. “En la investigación descriptiva se recaba e interpreta información acerca de la forma en que los fenómenos están ocurriendo en sus circunstancias actuales, sin que el investigador haga intervenir o evite la intervención de algunas variables” (Fajardo, sf, pág. 52). Lo que generara bases para el entendimiento del mercado seleccionado a analizar.

Además se hará énfasis en “el método deductivo, que consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas” (Sánchez, 2012, pág. 82).

Con este método se recogen los datos sobre la base de una presunción, se expone y resume la información de manera cuidadosa y luego analizan los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento de nuestro mercado objetivo y ayuden en la creación de la empresa que se propone.

4.2. Método de Investigación

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará una perspectiva metodológica cuantitativa, debido a que permite dimensionar el fenómeno estudiado con variables numéricas también se trabajará con el método deductivo el cual va de lo general a lo específico y el cual inicia dando paso a datos válidos, llegando a una deducción a partir de un razonamiento lógico lo que permitirá obtener conclusiones finales partiendo de determinadas premisas.

4.3. Fuentes y Técnicas de recolección de información

Para abordar este tema es importante conocer acerca del municipio, su ubicación, su economía.

El municipio de Santander de Quilichao está ubicado al sur occidente de Colombia, en la zona norte del departamento del Cauca, limita al norte con los municipios de Villarrica y Jamundí, al occidente con Buenos Aires, al oriente con Caloto y Jámalo, y al sur con Caldono. Se encuentra dividido territorialmente en Cabecera Municipal (43 barrios), un (1) Corregimiento Mondomo, Ciento cuatro (104) veredas y cuatro (4) Resguardos indígenas: Canoas, Munchique los Tigres, La Concepción y Guadualito. La economía del Municipio se ve representada por la Agricultura, el Comercio y la Zona Industrial (Alcaldía de Santander de Quilichao Cauca, 2016, pág. 3).

Se tomara como fuente primaria, mujeres adultas jóvenes las cuales se encuentran entre 27 - 42 años, quienes asumen roles sociales y familiares además se hacen responsables de sus acciones y obligaciones; la mayoría de los nuevos motociclistas en el país tiene entre 27 y 42 años, Las mujeres han venido incrementando el uso de la motocicleta como medio de transporte. Mientras en 2011 ellas representaron solo el 16% de los nuevos compradores de motocicletas, en

2012 pasaron a representar el 25,6%, lo cual significa un aumento del 60%, y en el año 2016 continuaron su incremento llegando al 31,6%, casi un 100% de crecimiento con respecto a 2011

Según datos suministrados por el archivo de la oficina de movilidad municipio de Santander de Quilichao al 16 de febrero 2018 las motos matriculadas son 27.840 (Lopez, 2018) .

Lo que indica que existen 27.840 personas en el municipio que requieren servicio de mecánica para su vehículo, proyectando así 1770 mujeres entre los 27 y 42 años conductoras de moto y el 70% de esta población o sea 1239 mujeres en estrato 1 y 2 quienes son el equivalente a la población de estudio.

(Asociacion Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), 2017). Como técnica de recolección de información se utilizara la encuesta debido a que utiliza procedimientos estandarizados de interrogación con el objetivo de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de nuestro mercado objetivo.

Como fuente secundaria se utilizarán resúmenes de revistas, bibliografías, tesis, las cuales ayudarán a la veracidad y la argumentación de la investigación por ser insumos interesantes sobre los cuales se puede depurar la información.

Para la investigación de mercado se requiere un muestreo el cual se calcula a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

En donde:

Z= Nivel de Confianza (90%), Valor de Z: 1,65

N= Tamaño de la población: 1239

p= Es el porcentaje de veces que se supone que ocurre un fenómeno en la población: 50%

q= Es el porcentaje del fracaso o de la no ocurrencia del fenómeno (1-p): 50%

e= Error de estimación: 10%.

Para el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita con probabilidad de ocurrencia o la probabilidad de que el evento ocurra (p) tiene un valor de 0.5 y la probabilidad de que el evento no ocurra (q) también tendrá un valor de 0.5. Se determinará por otro lado, el error máximo que puede aceptarse en los resultados será del 10%. Con las explicaciones anteriormente expuestas se calcula ahora el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(1.65)^2 * 0.5 * 0.5 * 1239}{(0.1)^2(1239 - 1) + (1.65)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{843}{3.9}$$

n = 216 Lo que indica que para la investigación de mercados deben aplicarse 216 encuestas.

5. Marco de referencia

5.1. Marco Teórico

En la antigüedad, las mujeres se percibían como beneficiarias pasivas del desarrollo, la idea era que el hombre supliera las necesidades básicas del hogar para que ellas se dedicaran a las labores de la casa y se convirtieran en mejores madres, después con el transcurrir de los años se ve la necesidad de incorporar las mujeres al desarrollo para así utilizar la mitad del recurso humano productivo que hasta el momento se había desperdiciado. Se comienza a trabajar en acciones destinadas a mejorar la productividad y la generación de ingresos del género tratando de ubicarlas en lugares donde puedan desempeñar su rol tradicional, por ejemplo: en la salud, la alimentación, el cuidado de las familias; el inconveniente fue que se aumentó la carga de trabajo para las mujeres debido a que se crearon planes estratégicos para el desarrollo de la mujer en la vida laboral pero no se hace énfasis en las relaciones de poder de los hombres hacia ellas.

(Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas, 2004)

A finales de la ochenta se hace cada vez más evidente que la estrategia MED, (mujeres en el desarrollo) basada en incorporar componentes específicos “de mujer” en los proyectos de

desarrollo, era insuficiente para terminar con la desigualdad de las mujeres respecto a los hombres y se toman medidas radicales.

En los últimos años la inclusión de las mujeres a la vida laboral se incrementa paulatinamente de manera positiva, contribuyendo al desarrollo social, económico, y humano del país EL TIEMPO (20117) afirma:

En Colombia, según un estudio publicado en 2015 por la ONU Mujeres, se resalta que el acceso a la fuerza laboral de las mujeres colombianas creció un 24 por ciento en las últimas décadas, pero aun así, hace falta mucho por avanzar.

Con el desarrollo económico y social las mujeres comienzan a depender de sí mismas y a suplir sus propias necesidades, aprovechan la oportunidad de desempeñarse en otras labores en las cuales no era común verlas, por ejemplo: panaderías, construcciones, talleres, oficinas alcanzando logros; De aquí la idea de sitios especializados o enfocados en suplir carencias de cada grupo poblacional en este caso espacios que integren a la mujer en actividades en las que obtengan conocimientos y se sientan en igualdad de derechos.

El tiempo en el que las mamás en Colombia se dedicaban solo al hogar paso a la historia y los papás, con mayor frecuencia, están cada vez más comprometidos con las tareas domésticas.

Así lo demuestra una investigación que publica la Universidad de La Sabana en el marco de la celebración del Día de la Madre. Según el informe académico, las mamás trabajan igual o más que los papás, comparten los mismos gastos, tienen mejores cargos y en algunas ocasiones ganan más. En conclusión son las proveedoras de la casa y ya no solo se dedican a hacer oficio (Vida-Educacion, 2015).

Con el crecimiento económico se comienzan a denotar necesidades que aunque siempre han permanecido, con el transcurrir de las diferentes etapas se pueden empezar a suplir como lo

expresa Maslow en la teoría de las necesidades humanas citado en (Martínez, Alba, & Sanabria, 2010) dicha teoría sostiene que las personas no responden solamente a fuerzas mecánicas (estímulos y refuerzos del comportamiento) o impulsos instintivos inconscientes, sino a todo aquello que contribuye al desarrollo de su potencial humano. Bajo esa óptica, las personas se esfuerzan por lograr los niveles de conciencia y sabiduría más altos, por tener aspiraciones, por cumplir con expectativas personales, familiares, siempre con el propósito de suplir necesidades algunas personas se sienten tranquilas y felices supliendo las básicas aunque otro grupo de personas forja ideas de negocio, fija objetivos, asume responsabilidades lo que las convierte en empresarias.

El empresario es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción según Shumpeter y citado por Petit (2007).“El emprendimiento es un proceso que permite explotar oportunidades, movilizar o dinamizar recursos con la finalidad de crear valor, a través de instituciones acreditadas conformadas por emprendedores exitosos”. En lo referente a este proyecto, el ideal es innovar, involucrando a la mujer en las actividades a realizar, el Sicólogo Joseph A. Shumpeter apoya el interés del empresario innovador quien está en la capacidad de generar rentas extraordinarias, hasta volver a una situación de equilibrio, donde se vuelve al beneficio ordinario. Esta teoría de Shumpeter se define en tres fases: Invención, innovación e imitación, la cual servirá de base para este proyecto, descubriendo la necesidad de las mujeres adultas jóvenes de espacios diferentes, lo que en determinado momento puede colocar a la organización a la vanguardia con temáticas novedosas que inspiren al cliente para que esté en constante comunicación con la empresa.

Con las ideas de emprendimiento se pretende ofrecer cambios en el entorno, generar empleos, además de valor agregado mediante la creación de servicios novedosos, a nivel

general se motiva a las personas por medio de las redes sociales, libros, conferencias a emprender, también se dan consejos, fórmulas para tener éxito, se supone que ser emprendedor es un logro muy grande por su aporte a la sociedad y por la autorrealización que provoca, son muchas las personas que se lanzan a crear empresa aunque algunos sin los suficientes argumentos, por lo tanto, son muchos los fracasos hallados lo que genera frustraciones, aunque para muchos el reto de hacer emprendimiento es algo que de una u otra forma es agradable, para otros es una alternativa al desempleo, en Colombia se dice que falta vincular a la juventud en la cultura de emprendimiento, Morales (2018) afirma: “La falta de capacitación, de personas comprometidas y el modelo de sociedad tradicional son algunos de los desafíos para los próximos empresarios”.

Entonces, la postura de requerir fuerza de iniciativa para emprender y empeño por parte de quien pretenda crear empresa para soportar las contingencias que se presentan al iniciar un proyecto, la creación de un proyecto innovador abre paso a la curiosidad de la sociedad.

Un proyecto innovador, surge de un producto o servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado, tomando en cuenta ASCANIO (2016) acerca de la innovación en el tejido social:

Aunque una primera aproximación al término innovación parece concebirlo como la manifestación de la invención y de la creatividad en nuevas formas de mercados y valores económicos, su desarrollo e impacto en el tejido social implicará un amplio abanico de actividades económicas y productivas que ponen de manifiesto su propósito, que no es otro que la mejora continua del producto, del mercado, de la organización, de la sociedad, del entorno y, en definitiva, del bienestar de las personas y de la sociedad (pág. 173).

Lo anterior claramente indica que la innovación es una oportunidad para todos, es una excelente inversión tanto de tiempo como de factor económico, una generación de mejoras para

todos donde se necesita que la sociedad esté abierta a nuevas ideas y desarrollos porque se pretende un impacto de bienestar para hacer más fácil la vida de las personas.

La idea de crear una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino en el municipio de Santander de Quilichao tiene el propósito de cautivar a la sociedad con su toque innovador al incluir un segmento de la población al cual se le debe brindar igualdad de condiciones, en el municipio, existe una gran cantidad de talleres encargados de prestar el servicio de mecánica de motos, la mayoría de estos no se encuentran registrados en cámara y comercio, debido a desconocimiento o falta de interés por colocarse al día en las cuestiones legales, cabe aclarar que no en todos se presta la totalidad de los servicios lo que en muchas ocasiones genera inconformidad de los clientes, en otros de los sitios no hay espacio suficiente para revisar y tratar los vehículos lo cual causa traumatismo por qué se debe hacer en los andenes (espacio público), además teniendo en cuenta las opiniones de las damas no se maneja un lenguaje apto para sentirse bien, lo que da a conocer necesidades básicas a ser tratadas, tales como: servicios integrales, espacios aptos para los procedimientos, zonas de espera adecuadas además de personas encargadas con la suficiente capacitación para atender al público y formar excelentes relaciones humanas.

La teoría de Elton Mayo es un referente en el enfoque de las relaciones humanas, después de un experimento según este autor, citado por (Vasquez, 2002)

Tanto el experimento como los resultados de Hawthorne marcaron el surgimiento de una nueva concepción, basada en valores humanos, que se desligó totalmente de la preocupación anterior de la Escuela Clásica que estaba orientada hacia la tarea y la estructura para orientarse hacia las personas. Las conclusiones iniciales del experimento introducen nuevas variables a la nueva concepción administrativa: la integración social y el comportamiento

social de los trabajadores, las necesidades psicológicas y sociales, nuevas formas de recompensas y sanciones no materiales, el estudio de los grupos informales y la llamada organización informal, el despertar de las relaciones humanas dentro de las organizaciones, el énfasis en los aspectos emocionales e inconscientes del comportamiento de las personas, y la importancia del contenido de los cargos y tareas para las personas que los desempeñan y los ejecutan.

Tomando en cuenta lo descrito anteriormente y habiendo ya mencionado un poco de la historia de las mujeres, de cómo han venido evolucionando en las diferentes etapas a las circunstancias presentadas, además de cómo ha sido su inclusión a la vida laboral y su introducción en los aspectos económicos al tener la posibilidad de participar en decisiones de consumo con dinero suficiente para comprar e invertir, recordando las etapas de la teoría de la innovación que son, invención, innovación e imitación y teorías que nos enseñan acerca de integración y comportamiento social de los trabajadores, emprendimiento, se tienen suficientes argumentos para decir que se hace necesario explorar y analizar la idea de generar sitios especiales para las damas quienes reclaman espacios que por derecho se merecen y que han ganado con todas las actividades que han realizado para hacer valer sus derechos y para que sean tomadas en cuenta en una sociedad muy compleja, con el objetivo de generar suficientes bases reales que permitan tomar la decisión de crear un sitio apto y aprobado por las damas para su beneficio, comodidad y seguridad.

5.2. Marco Conceptual

La creación de una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino, presupone un análisis exhaustivo de los factores y aspectos del entorno que pueden llegar a afectarla además de estudio de mercado y aspectos técnicos, administrativos y

financieros que son importantes al momento de tomar decisiones, por lo tanto se hace necesario iniciar un camino de investigación para tener un punto de partida veras donde se pueda utilizar **estrategias**, las cuales potencializan las oportunidades del futuro, siendo un poco más claros un plan a seguir para implementar en la organización con el cual se puede mitigar problemas.

Un proyecto con estas características como lo son el enfoque hacia la mujer, tiene un toque de **innovación** (Real Academia Española, s.f.) Define: “Creación o modificación de un producto o servicio, y su introducción en un mercado” (pág. 923). Tomando la innovación como una idea para desarrollar y generar valor medible con ella, buscando que se transforme la realidad y se beneficien muchas personas, además de que se incorpore a la vida cotidiana.

Esta innovación trae consigo la implementación de una **actividad económica** Echeverría (1994) **afirma que:** “La actividad económica se realiza siempre en procesos en los que convergen tanto los diferentes recursos, vía funciones, como los diferentes medios que configuran la transformación o realización de una actividad” (pág. 119). Se intercambian productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular, estos procesos permiten generar riqueza dentro de la economía.

Lo anterior nos indica que al existir movimiento en el factor económico, hay mejoras en las condiciones de vida y **desarrollo**, según (Zunkel & Paz, s.f.) “El desarrollo significa lograr una creciente eficacia en la manipulación creadora de su medio ambiente, tecnológico, cultural y social así como sus relaciones con otras unidades políticas y geográficas(pág. 37). Lo que significa que pasamos de un estado atrasado, a un nivel avanzado lo cual representa mejoras en niveles de vida para la población en su conjunto donde la consecuencia es progreso continuo en los niveles de vida que se refleja en cambios cualitativos y cuantitativos.

Otro aspecto importante a tener en cuenta, es el **desarrollo sostenible** que hace referencia a satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, en otras palabras debe lograrse con el respeto por la naturaleza y los seres humanos, además es el punto donde se juntan los objetivos económicos, la responsabilidad social y la protección ambiental.

En el desarrollo de la investigación también se debe tener en cuenta la **competitividad** que según la (Real Academia Española, s.f.) Es la “Rivalidad para la consecución de un fin” (pág. 332). Es la capacidad de una persona u organización de generar rentabilidad con referencia a sus competidores, se debe medir en relación a algo es decir, una empresa es más competitiva con relación a la otra cuando puede generar más rentabilidad analizando variables como precio, calidad, tecnología entre otros.

En el marco de la investigación pueden presentarse interrogantes, los cuales se pueden resolver mediante una herramienta llamada encuesta, la cual se debe aplicar en este caso en mayor medida a **moteras**, haciendo referencia a damas que encuentran gusto en la conducción de motocicletas, en algunos casos las moteras se asocian o agrupan en moto clubes con el fin de compartir con otras aficionadas su pasión por estos vehículos, así como una filosofía distintiva que se acopla a valores de compañerismo, libertad y contacto con la naturaleza.

Algo importante a tener en cuenta, es que existe una necesidad latente en el municipio, como lo es un taller de servicio mecánico enfocado en el género femenino, además un segmento de la población amplio para ofrecerle un servicio especial y algo no menos importante, una oportunidad de negocio, de progreso y desarrollo económico que nos permita apostar a mejoras en los niveles de vida de la comunidad.

6. Análisis entornos

6.1. Entorno económico

Variables del entorno económico a tratar:

Tasa de empleo

Las empresas requieren de diferentes factores para producir bienes y servicios, uno de ellos es el trabajo. Los hogares ofrecen este factor a cambio de una remuneración llamada salario lo cual les permite obtener bienes y servicios en la economía. Diferentes aspectos de corto y largo plazo no permiten que en determinado momento las empresas encuentren la cantidad de trabajo que demandan o que las personas que ofrecen su mano de obra se encuentren ocupadas.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2005) afirma que en agosto de 2017, 22 millones 518 mil personas se encontraban ocupadas, 228 mil personas más que en agosto de 2016. La generación de empleo se concentró principalmente en las 13 ciudades y sus Áreas Metropolitanas.

Este aspecto beneficia a la empresa de mecánica de motos enfocada en el género femenino, debido a que las personas que obtienen un empleo y que deben transportarse diariamente en vías colapsadas por carros particulares y taxis encuentran una buena opción con una moto para optimizar tiempo y minimizar gastos, de acuerdo a esto en determinado momento requerirán mantenimiento y reparación para su vehículo lo que generara oportunidades al negocio.

Inflación

La inflación es el proceso económico estimulado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; lo que motiva una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos.

El Tiempo (2017) Afirma que “la inflación mensual en septiembre de 2017 fue 0,04 por ciento, mientras que la de año corrido fue 3,49 por ciento y la de doce meses fue 3,97 por ciento” Este aspecto desencadena un aumento en el costo de vida, lo que afecta directamente al cliente por la subida de los repuestos y los costos de mantenimiento preventivo por tal razón se podría pensar que en un principio se rebajarían las visitas a la empresa para los mantenimientos preventivos de los vehículos por tratar de ahorrar en los hogares, no obstante se debe dar un efecto rebote debido a que al no realizarse el respectivo mantenimiento preventivo a la motocicleta en el futuro se requerirán reparaciones las cuales tienen costos más altos.

Índice de precios al consumidor

El IPC es quien mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares expresado en relación con un periodo base. Según el (DANE, 2005), En la medición de los últimos doce meses, es decir de diciembre de 2016 a noviembre de 2017, la variación del IPC fue 4,12%, es decir 1,84 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,96%.

Este aspecto describe un panorama positivo al futuro de la empresa debido a que el índice de precios al consumidor está subiendo en un porcentaje menor en comparación con el incremento del porcentaje al salario mínimo, lo que indica que se ganara un poco en poder adquisitivo afectando en buena manera a la población permitiéndoles la adquisición en mayor cantidad de bienes y servicios.

Tasa de interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero El Espectador (2018) afirma que:

El Banco de la Republica reduce su tasa de interés hasta 4.5%, el Emisor inició el año con un descenso en sus tasas de interés de 25 puntos básicos, llevándola hasta el nivel en el que se encontraba en el 2015, cuando inició el ajuste de la política monetaria. Y señaló que por lo menos este semestre, con la información disponible, no habrá más reducciones de tasas.

Lo que es un punto a favor debido a que el costo del crédito reducirá, el consumo y a la vez la demanda incrementará, lo cual favorece directamente las empresas y en su conjunto la economía puede experimentar crecimiento.

Déficit Fiscal

El déficit fiscal es la diferencia negativa entre los ingresos y los egresos públicos en un cierto plazo determinado, El Colombiano (2017) afirma que:

El ministro de Hacienda, Mauricio Cárdenas, presentó el plan financiero de 2018 no sin antes mostrar un balance de cómo cerró el año el Gobierno. Sostuvo que se cumplió la meta de déficit (gastos superiores que ingresos) de 3,6 % del Producto Interno Bruto (PIB) y que se prevé que para el próximo año esta se reduzca a 3,1 %.

Lo anterior nos indica que hay posibilidades de mejoras, se está obteniendo crecimiento económico y se espera para finales del año 2018 tener noticias positivas en cuanto al déficit Fiscal del País, para utilizar los dineros en inversión y proyectos, mejores condiciones de empleos e ingresos para personas y empresas.

Balanza Comercial

La balanza comercial es un registro de importaciones y exportaciones de un País en un determinado periodo, EL DANE (2018) afirma: “En el primer semestre de 2018, se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de 2.850,0 millones de dólares FOB. Por su parte, el déficit en el mismo periodo de 2017 fue 3.946,2 millones de dólares FOB”. Lo que indica que

existe déficit, sin embargo al comparar el déficit del año 2017 con el del presente año, sugiere que se ha avanzado positivamente, ya sea por los beneficios que trae exportar, por el costo que de transportar bienes de un país a otro, o por los gustos de los consumidores, la economía va mejorando y se espera que cada periodo traiga consigo buenas nuevas.

Tabla 1 Aspectos del entorno económico

Entorno económico		
Aspecto	Situación actual	Oportunidad/amenaza
Tasa de empleo	22 millones 518 mil personas ocupadas	Oportunidad
Inflación	Al 0.04 por ciento	Amenaza/Oportunidad
Índice de precios al consumidor	Al 0.04 por ciento	Oportunidad
Tasa de interés	Bajo al 4.5%	Oportunidad
Déficit Fiscal	3.6%	Oportunidad
Balanza Comercial	Bajo el déficit con respecto al año anterior	Oportunidad

(Fuente: Elaboración propia)

6.2. Entorno político

La política es la forma ideológica que centra el poder a un grupo de personas que lideran y velan por las garantías de la población. La Constitución Política de Colombia (1991) afirma que:

Colombia, de acuerdo con la constitución de 1991, es un Estado Social de Derecho organizado en forma de república unitaria con centralización política y descentralización administrativa, en donde el poder público se encuentra separado en tres ramas, legislativa,

ejecutiva y judicial. Igualmente existen diversos órganos de control como la Fiscalía General de la Nación, la Procuraduría o Ministerio Público, la Contraloría y las Veedurías Ciudadanas (pág. 13).

Desde la perspectiva política se pueden analizar varios aspectos:

Estabilidad en riesgo político

En el norte del Cauca, municipio de Santander de Quilichao vemos que la estabilidad en riesgo político es media, teniendo en cuenta que este aspecto hace referencia a la posibilidad de no alcanzar los objetivos por determinadas acciones económicas, por ejemplo empleo o factores como el conflicto armado.

Con respecto a empleo, el municipio tiene diferentes opciones, en el sector primario se genera ingreso por medio de la producción y venta de caña de azúcar, café, yuca además de estar la opción de empresas manufactureras instaladas a partir de la ley Paez y el comercio que es una gran fuente generadora de empleo y actividad económica dinámica minimizando riesgos por existir diversidad de posibilidades.

En cuanto al conflicto armado y los actos delictivos a nivel general han disminuido, el ELN (ejército de liberación nacional) comete actos terroristas para llamar la atención del gobierno.

Actualmente, el gobierno y las FARC-EP (fuerzas armadas revolucionarias de Colombia ejército del pueblo) han firmado el tratado por la Paz lo que en general es bueno para el país por que deberán bajar los índices de violencia, actos delictivos, terrorismo.

Según datos del CERAC (centro de recursos para el análisis de conflictos) durante el proceso de paz y en lo que lleva su implementación, se ha evitado la muerte de no menos de 3000 colombianos, también “Consolidan el fin del conflicto con las FARC y lo hacen irreversible” lo que demarca que el inicio de posconflicto reduce el riesgo político. (EL TIEMPO, 2017)

Lo que sucede es que se están creando nuevos grupos insurgentes por los guerrilleros de bajo nivel que no están conformes con los acuerdos pactados y objetan que solo benefician a los altos mandos, los sujetos anteriormente mencionados se están dedicando a robar, extorsionar además de cometer actos terroristas a pequeña escala esto lo que indica es un alto nivel de inseguridad lo cual es factor negativo para la empresa por que algunas personas se abstienen de comprar su vehículo automotor por temor a ser robadas, otras personas víctimas del robo, extorsión pierden capacidad de dinero y dejan de obtener otros bienes y utilizar los servicios.

Estabilidad laboral y estabilidad laboral reforzada

Consiste en el derecho de los colaboradores a conservar su empleo al no cometer faltas determinadas anticipadamente o por caer en circunstancias extrañas. La estabilidad laboral garantiza los ingresos del trabajador en forma directa porque es un principio propio del derecho al trabajo, todo empleado debe gozar de una certeza mínima de que su contrato no será finalizado de una manera abrupta o sorpresiva, lo anterior afecta de manera positiva la empresa, debido a que los empleados están con una posición positiva frente a este tema confiando en la conservación de sus empleos y programando debidamente la fecha para hacer el mantenimiento a su vehículo, además la estabilidad laboral reforzada tiene como finalidad asegurar el derecho al trabajo de los colaboradores que por alguna causa se encuentren en estado de vulnerabilidad manifiesta, imponiendo al empleador asegurar su continuidad laboral lo que lleva al empleado a no ser despedido sin que haya justa causa, En Santander de Quilichao las empresas del sector (Colombina, Drypers, Patojito, Tubopack) aseguran el derecho al trabajo y son muy afines a cumplir con las normas debido a que esto se les retribuye con disminución de impuestos y demás beneficios tributarios.

Estos aspectos, son importantes porque las personas que laboran y generan un ingreso a cambio de su mano de obra tienen la seguridad de estar trabajando a futuro ocupando determinado cargo lo que le garantizara el pago de sus obligaciones, esta seguridad la ofrece las normas establecidas en el país y son oportunidad para la empresa por que sostienen la capacidad de adquisición y de solventar necesidades.

Política nacional de emprendimiento

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MINCIT (2017) afirma que:

Ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia.

La Política de Emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son:

Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.

Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.

Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.

Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.

Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

Por tales motivos se muestra que existen garantías nacionales para emprender proyectos de desarrollo social, existen ayudas financieras y de acompañamiento para la puesta en marcha de los proyectos lo que conlleva oportunidades para crear e inspirar a los demás con el ejemplo y el aprovechamiento de políticas que se construyen para el beneficio común.

Tabla 2 Aspectos del entorno político

Entorno político		
Aspecto	Situación actual	Oportunidad/amenaza
Estabilidad y riesgo político	Estabilidad política media	Amenaza
Estabilidad laboral y estabilidad laboral reforzada	Estable	Oportunidad
Política nacional de emprendimiento	Existen garantías	Oportunidad

(Fuente: Elaboración propia)

6.3. Entorno Ambiental

El concepto de medio ambiente está ligado al de crecimiento; esta relación nos permite entender los problemas ambientales y su vínculo con el desarrollo sostenible, el cual debe respaldar una calidad de vida apta para las generaciones presente y futura.

(Revista ambientum, 2003) Afirma que en los últimos años, la opinión pública ha mostrado un creciente interés en materia de Medio Ambiente. La demanda social en temas medioambientales está ahí y no existe partido político, organismo público o empresa que no lo tenga en cuenta.

El medio ambiente se refiere a todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y

componentes sociales que se refieren a los derivados de las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía. La relación que se establece entre estos elementos es lo que, desde una visión integral, conceptualiza el medio ambiente como un sistema.

El tema medio ambiental a nivel mundial ha tomado mayor importancia, se evidencia un creciente aumento de la legislación en la materia, obligando a las empresas a buscar maneras de disminuir el impacto sobre el medio ambiente, y logrando formas eficientes de utilización de los recursos renovables y no renovables.

Aspectos relevantes para esta perspectiva:

Planes de gestión integral de residuos solidos

Donde se reconoce la responsabilidad a nivel general de disponer los residuos sólidos de manera adecuada, para gestionar alternativas frente a su recolección, tratamiento, manejo, aprovechamiento o disposición final.

Respecto a este aspecto se puede afirmar que es una oportunidad, a causa de estar en épocas de cuidado medio ambiental intenso lo que conlleva a reutilizar, ahorrar y realizar acciones encaminadas al sostenimiento, de tal forma que una empresa que ayude a la preservación del medio, da ejemplo al público en general y crea una visión positiva.

La producción más limpia

La cual nos conlleva a una estrategia ambiental integrada que se adapta a los procesos, productos y servicios con el objetivo de aumentar la eficiencia y disminuir los peligros para el ser humano y el ambiente.

La producción más limpia sugiere cambiar posturas, desplegar una gestión ambiental sensata, generar políticas nacionales adecuadas y evaluar las opciones tecnológicas.

La producción más limpia infiere en nuestra empresa llevar al ahorro de costos y a mejorar la eficiencia en las operaciones lo que es un indicador positivo puesto que ayuda al crecimiento económico de la empresa mientras simultáneamente mejora el ambiente.

Tabla 3 *Aspectos del entorno ambiental*

Entorno ambiental		
Aspecto	Situación actual	Oportunidad/amenaza
Planes de gestión de residuos sólidos	Gestión ambiental positiva	Oportunidad
Producción más limpia	Indicador económico positivo y mejora ambiental	Oportunidad

(Fuente: Elaboración propia)

El entorno ambiental tiene varias instituciones que generan fuerzas capaces de transórmalo, la más importantes son las instituciones públicas, que buscan mejorar las condiciones de vida por ejemplo, Ministerio de minas y energía el cual fomenta la inversión en sectores, siempre y cuando no contaminen y usen los recursos naturales de forma responsable, Alcaldía Municipal , Secretaria de medio ambiente, Dagma, CVC, quienes controlan que las actividades comerciales o productivas no generen riesgo ambiental, ni para comunidad. Sus decisiones pueden modificar el esquema de comercialización o producción.

6.4. Entorno Social

Las condiciones de vida de la población están unidas al desempeño de los distintos sectores sociales. Por ejemplo, la educación y la salud fortalecen el capital humano indispensables para la generación de ingresos, causa que a su vez define el estado de necesidad de un hogar.

Empleo

A nivel nacional, en agosto de 2017, 22 millones 518 mil personas se encontraban ocupadas, 228 mil personas más que en agosto de 2016. La generación de empleo se concentró principalmente en las 13 ciudades y sus Áreas Metropolitanas. (DANE, 2005)

El aspecto del empleo es positivo para la empresa debido a que las personas tienen capacidad adquisitiva y pueden ocupar su dinero obteniendo los bienes y servicios necesarios para llevar una vida estable.

Educación

Para el año 2016, la proporción de personas de la población económicamente activa (PEA) que habían completado la educación media fue 32,9%. La distribución de los demás niveles educativos en la PEA fue la siguiente: el 23,3% había completado la educación básica primaria, el 6,0% la educación básica secundaria, 10,9% la educación técnica profesional o tecnológica, 7,7% la educación universitaria y el 3,3% postgrado. (DANE, 2005)

El aspecto educativo es de gran importancia, a la empresa le ayuda porque las personas que estudian tienen un nivel de conciencia, entendimiento más alto en comparación con quienes no se preocupan o no tienen la capacidad de instruirse en centros educativos, este nivel de conciencia lleva a tomar decisiones sabias al momento de tener su vehículo y llegado el momento de realizar sus debidas revisiones o mantenimientos.

Seguridad

El 11,3% de las personas de 15 años y más informaron haber sufrido hurto a personas al menos una vez durante 2015, para el total de 28 ciudades. Comparado con la medición del año anterior, esta tasa presentó un aumento de 0,8 puntos porcentuales. Del total de personas propietarias de

algún vehículo, el 12,6% reportó haber sufrido un hurto a la totalidad o una parte o accesorio de su vehículo. (DANE, 2005)

Este aspecto de la seguridad es una verdadera amenaza por que causa desconfianza a todas las personas al momento de conducir, de comprar sus bienes en este caso las motos, se ha aumentado en gran porcentaje los niveles de hurto por tal motivo las personas que conducen su moto sienten temor a ser vulneradas, golpeadas o en el peor de los casos asesinadas por querer despojarlas de sus pertenencias.

Población

La distribución total para Colombia es de 49.291.609 personas distribuidas así, 49.4% son hombres y el 50.6% restante mujeres .Esta distribución de la población por género es similar a la que se presenta para el consolidado de Santander de Quilichao (47.1% hombres y el 52.86% mujeres).

Este aspecto es positivo para la empresa porque al ser enfocada en el género femenino, se tendrá más posibilidades y clientes potenciales por haber muchas mujeres en el entorno en comparación a hombres.

Tabla 4 Aspectos del entorno social

Entorno social		
Aspecto	Situación actual	Oportunidad/amenaza
Empleo	Estable	Oportunidad
Educación	Estable	Oportunidad
Seguridad	Baja	Amenaza
Población	Mayor cantidad de mujeres	Oportunidad

(Fuente: Elaboración propia)

El entorno social tiene varias instituciones que generan fuerzas capaces de transformarlo, la más importantes son las instituciones públicas, que buscan mejorar las condiciones de vida por ejemplo Ministerio de la Protección Social, el cual genera políticas para mejorar la calidad de vida de los hogares menos favorecidos. Tales como subsidios, cobertura en salud, programas de incentivos al empleo y subempleo, oficina de la presidencia para la acción social, la cual genera beneficios económicos para estratos menos favorecidos 1 y 2 como familias en acción.

6.5. Entorno Jurídico

En Colombia existen gran cantidad de leyes y documentos que tienen validez para la debida realización de actividades y procesos en el territorio, entre las leyes se encuentra la creación de micros, pequeñas y medianas empresas, también existen leyes para el fortalecimiento de las empresas que se encuentran en funcionamiento y que incentivan a los empleados además de fomentar el progreso de las comunidades en donde se establecen.

De acuerdo con La Constitución Política de Colombia (1991)

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación (pág. 141).

Existen garantías por medio de leyes y normas, para la actividad emprendedora, tanto para quienes deseen crear empresa, como para quienes se sostengan en el tiempo con políticas para el fortalecimiento de las empresas, las normativas existentes ayudan a que los procesos permanezcan organizados. También las instituciones educativas, tienen una normativa legal relacionada con la cual se instruye a las personas y se entregan bases para hacer las ideas de negocio posibles.

Una de las leyes más importantes, es la 590 del 10 de julio de 2000, más conocida como de emprendimiento, ley marco que suscribe la política estatal para la promoción de creación de empresas, con el objeto de inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micros, pequeñas y medianas empresas, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial.

En Colombia existen instituciones tanto privadas como públicas que promueven el emprendimiento y las nuevas ideas de negocio, entre ellas esta:

Fondo emprender: Con el propósito de apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación, a través del desarrollo de nuevas empresas productivas, estas empresas deben ser generadoras de empleo y cumplir con las obligaciones legales en su constitución y aportar al bienestar económico del país.

Innpulsa: Creada para promover la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico con motores para la competitividad y el desarrollo regional, se centra en fortalecer a las Mipymes colombianas, apoya por medio de asignación de recursos de financiación no reembolsables, programas y proyectos dirigidos al crecimiento de estas.

Fundación Bavaria: Durante más de diez años, la Fundación ha enfocado sus programas en dos pilares estratégicos: “Emprendimiento” y “Mejoramiento de la calidad de vida en Comunidades Vulnerables y la Cadena de Valor de Bavaria” , que incluye la población ubicada alrededor de las plantas de producción de la Empresa y se alinea con la inclusión económica y de género.

Tabla 5. Aspectos del entorno jurídico

Entorno Jurídico		
Aspecto	Situación actual	Oportunidad/amenaza
Leyes Constitución Nacional	Respalda	Oportunidad
Ley 590 Julio 2000	Respalda	Oportunidad
Organizaciones que apoyan	Respaldan proyectos	Oportunidad

(Fuente: Elaboración propia)

7. Análisis del sector industrial

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas revisión 3.1 adaptada para Colombia la empresa de mecánica de motos enfocada en el género femenino, se encuentra clasificada dentro del sector servicios, sección G del comercio 4520- mantenimiento y reparación de vehículos de motor. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2012)

La motocicleta es un elemento importante, una herramienta significativa para la inclusión social FENALCO (2017) afirma:

A septiembre de 2017, se matricularon 367.929 motocicletas nuevas en el país, con una caída del sector en 2017 de 14,08% respecto de 2016. Además resalta que, el 53,8% de los motociclistas pertenecen a los estratos 1 y 2, y el 98,56% a los estratos 1, 2, 3 y 4. El 91,9% de los motociclistas son empleados, trabajadores independientes o estudiantes, por lo que la motocicleta es un pilar del desarrollo económico, que apoya la subsistencia de 7,8 millones de familias populares.

A continuación, se presenta la relación de la empresa con las 5 fuerzas competitivas presentes en el sector con el fin de ubicarla en una posición competitiva frente a estas, emprendiendo acciones que permitan tener un desempeño mayor al de los competidores Porter (2009) afirma:

El diagnostico de las 5 fuerzas competitivas formado por la amenaza de nuevos competidores, amenaza de sustitución, poder negociador de los clientes, poder negociador de los proveedores y la rivalidad entre los actuales competidores permite entender la rentabilidad a largo plazo de cualquier sector, así como de qué forma las compañías pueden incidir a su favor en la competencia industrial. (pág. 5).

7.1. Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de ingreso de nueva competencia en el sector de mecánica de motos enfocada en el género femenino, depende de las barreras de entrada presentes además del actuar de los competidores existentes en contra de quien desee ingresar.

El ingreso de nuevas empresas participantes al sector implica mayor competencia en precios y servicios lo cual afecta directamente las utilidades, por tal motivo se requiere tener medidas

alternativas para prevenir, medidas que fortalezcan las barreras de entrada con el objetivo de disminuir la amenaza de entrada de nuevos competidores.

Diferenciación del servicio

La diferenciación de las empresas en el sector representa una gran barrera de entrada para la nueva competencia, en el caso de la empresa dedicada a la mecánica de motos enfocada en el género femenino hay un toque innovador y diferenciador lo cual la coloca en un nivel muy alto y representa una barrera de entrada significativa para las nuevas empresas.

Este sitio tendrá un mini almacén para sus clientas donde se les ofrecerá la oportunidad de adquirir accesorios, botas y zapatillas, camisetas moteras, cámaras Go-Pro, cascos, correas de amarre, deslizaderas, guantes exclusivos y originales.

También se contará con servicio de levantamiento de moto hacia nuestras instalaciones, en caso de que se halle la moto varada o se requiera un servicio de mantenimiento o reparación, esto solo para clientes, dentro del casco urbano de Santander de Quilichao y desde las 6 de la mañana, hasta las 6 de la tarde.

Inversión de capital

La necesidad de invertir grandes recursos financieros para entrar a competir en este sector crea una alta barrera de ingreso para los nuevos competidores. Para ingresar a este sector se requiere invertir en la adecuación de un local grande que implica equipos especializados en rectificación, herramientas automáticas especializadas, herramientas básicas, equipos de computación, estanterías lo que representa una gran inversión para quien se interese en ingresar al sector.

Ubicación geográfica

Se pretende ubicar la empresa en Santander de Quilichao (Cauca), barrio Morales Duque, dirección calle 4ta pasaje entre 20-63 y 20-67 cercano a las vías principales y fácil de encontrar sitio que se considera ventaja competitiva por ser diseñado para ellas y sin presión de rivalidad a sus alrededores al momento en que el cliente toma su decisión de utilizar el servicio. Por tanto este sitio no se encuentra centralizado en el área comercial ni industrial de Santander de Quilichao esto lo convierte en un lugar estratégico porque genera menos presión social para las damas al no estar al lado de los demás talleres dándoles confianza y seguridad.

Curva de aprendizaje

En este negocio los costos de los servicios pueden disminuir de acuerdo al tiempo en que se tarde el mecánico en realizar el mantenimiento o la reparación, debido a la experiencia de los mecánicos se pueden mejorar métodos, se reduce equivocaciones y la labor cada día es más eficiente. Un nuevo competidor que entra al sector si no cuenta con mecánicos experimentados debe enfrentar costos más altos que los demás lo que genera una desventaja por pérdidas mientras su fuerza laboral adquiera la suficiente experiencia para lidiar con este factor.

Los programas de capacitación y entrenamiento del recurso humano traen crecimiento en la curva de aprendizaje, beneficios económicos y mayor competitividad y solidez en el sector industrial.

7.2. Amenaza de servicios sustitutos

Los servicios sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función que los demás del sector. Estos servicios acotan las ventas y rendimientos financieros en un sector industrial, mientras más bajos sean los precios ofrecidos por los servicios sustitutos, más bajas serán las utilidades en el sector industrial.

Para la empresa dedicada a la mecánica de motos enfocada en el género femenino, no existe una sustitución directa de servicios que signifiquen una gran amenaza, ya que se necesitan técnicas y herramientas especializadas las cuales al reemplazarse lo más probable es que no cumpla correctamente con lo requerido. Puede que intenten realizar mantenimientos en los patios de las casas o que lleven las motocicletas a otros lugares como por ejemplo talleres de carros, pero no son sitios aptos por tanto esta forma de sustitución no representa una amenaza para el sector. Tampoco se encuentra un sitio el cual brinde accesorios como lo son: botas y zapatillas, camisetas moteras, cámaras Go-Pro, cascos, correas de amarre, deslizaderas, guantes originales y exclusivos para este segmento de la población en el municipio de Santander de Quilichao lo que elimina la amenaza.

7.3. Poder de negociación de los clientes

Los clientes pactan con sus proveedores, por precios más bajos, mayor calidad, buen servicio, lo que genera competitividad entre las empresas del sector. El poder de negociación de los clientes en este sector se ve afectado por las siguientes situaciones:

La falta de diferenciación entre las empresas del sector genera en los clientes una ventaja de negociación frente a sus proveedores, por tal motivo con la estrategia de diferenciación que existe en una empresa dedicada al mantenimiento y reparación de motos enfocada en el género femenino, los clientes la verán como una empresa única en el sector y no acudirán a la competencia para satisfacer sus necesidades esto creara fidelidad en los clientes y crecimiento en las utilidades.

Competencia de precios en el sector

Las empresas del sector deben enfrentar precios bajos ofrecidos por la competencia, lo que genera disminución de clientes y obliga a los demás a bajar sus precios para poder competir.

La empresa dedicada al mantenimiento y reparación de motos enfocada en el género femenino tendrá la capacidad de sostener precios estándar llevando a cabo la estrategia de contratar mecánicos especialistas con la suficiente experiencia para hacer un trabajo exacto; con método y eficiente lo que significa aumento de utilidades y más posibilidades de competir.

7.4. Poder de negociación de los proveedores

Las empresas requieren materias primas para producir, lo que crea relación comprador vendedor entre mercado y proveedores, la distribución de poder dentro de esta relación varia, pero si se encuentra con un proveedor autoritario puede utilizar esta influencia para imponer precios y disponibilidad.

Para este sector hay un grupo grande de proveedores como lo son: YAMAHA, SUZUKI, HONDA, VESPA, PULSAR, SUKIDA, YUASA, Casarella, KOYO, JAPAN, MOBIL, TKRJ, PISTON KIT, DENSO, CHOHO, INDUPARTES, quienes ofrecen los repuestos necesarios utilizados en la prestación del servicio.

Una desventaja para los proveedores y a la vez ventaja para la empresa dedicada al mantenimiento y reparación de motos enfocada en el género femenino es la cantidad de proveedores existentes, lo que genera al cliente la posibilidad de elegir lo que mejor se adapte a sus circunstancias, si su presupuesto le alcanza puede comprar repuestos originales, pero si no es así puede elegir repuestos estándar los cuales se adquieren con precios más económicos.

7.5. Rivalidad entre los competidores existentes.

La rivalidad entre los competidores existentes tiene como objetivo aumentar la participación en el mercado, utilizando diferentes estrategias como, por ejemplo: competencia en precios, servicio al cliente, publicidad.

Competencia cercana a la empresa de mantenimiento y reparación de motos enfocada en el género femenino:

Donde Galindo, calle 5 # 25-121

Taller Bustos, calle 5 # 18-67

Taller el Águila, calle 5 # 16-118

Taller Chaca, calle 5 # 16-05

Taller moto plaza, calle 5 # 16-44

Moto Zambrano, calle 5 # 14-43

Moto repuestos el Paisa, carrera 13 # 8-39

Moto repuestos Velasco, carrera 13 # 8-59

Tecnimotos, calle 8 # 12-52

Willy motos, calle 9 #12-76

Crecimiento de la competencia

El crecimiento de la competencia de la empresa dedicada al mantenimiento y reparación de motocicletas se ha dado en los últimos 5 años en un orden acelerado debido al ritmo de vida de la población y su adquisición del vehículo moto como medio de transporte lo que ha dado a muchos emprendedores la visión de progreso.

Falta de diferenciación

Cuando los clientes perciben un servicio sin mayor diferenciación, su decisión de compra es influenciada principalmente por el precio esto promueve una intensa competencia de precios.

Para la empresa de mantenimiento y reparación de motos enfocada en el género femenino esto no genera amenaza mayor debido a que se nota la diferenciación y el cliente lo percibe con inmediatez.

Análisis de la competencia

Para conocer en qué posición puede quedar la empresa de mecánica de motos enfocada en el género femenino, es necesario realizar un análisis de sus competidores más importantes, analizando muy bien se puede determinar los puntos débiles y fuertes de cada uno y a partir de estos encontrar oportunidades que se pueden aprovechar y amenazas que se deben tener en cuenta para ser enfrentadas.

Dentro de los factores de éxito a analizar se encuentran:

- a- Recurso humano calificado,
- b- Calidad de servicio,
- c- Instalaciones e infraestructura,
- d- Cumplimiento en tiempo de entregas,
- e- Ubicación.

Se les dará una ponderación según la importancia siendo uno más bajo y 4 más alto respectivamente.

- 1- Debilidad grave
- 2- Debilidad menor
- 3- Fortaleza menor
- 4- Fortaleza mayor.

Tabla 6. Rivalidad de los competidores

Rivalidad de los competidores											
	PONDERADO	Honsuka	Ponderado	Motos y lujos	Ponderado	Moto Racing	Ponderado	El desvare	Ponderado	Moto Damas	Ponderado
Recurso Humano calificado	0,2	3	0,6	2	0,4	3	0,6	2	0,4	4	0,8
Calidad de servicio	0,225	3	0,675	2	0,45	2	0,45	2	0,45	4	0,9
Instalaciones e infraestructura	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45	2	0,3	4	0,6
cumplimiento tiempo de entrega	0,3	4	1,2	2	0,6	2	0,6	2	0,6	4	1,2
Ubicación	0,125	4	0,5	4	0,5	4	0,5	4	0,5	3	0,375
	1		3,275		2,4		2,6		2,25		3,875
			Competencia fuerte								Posicion alta

(Fuente: Elaboración propia)

Tomando en cuenta la tabla anterior nuestra empresa Moto Damas, obtiene el mayor acumulado en los ponderados debido a sus aspectos bien desarrollados en cuanto a personal, calidad, instalaciones y cumplimiento, por otra parte nos encontramos que la competencia más fuerte es Honsuka a la cual se debe manejar con mucho respeto y tratar a futuro de convertirla en empresa aliada, asociándonos para generar mayor rentabilidad. Las otras tres Moto lujos, Moto Racing y el Desvare, aunque son competencia se encuentran en un nivel inferior teniendo en cuenta los aspectos analizados.

Análisis comparativo de la competencia

El recurso humano calificado de los competidores en análisis se encuentra en un punto de debilidad menor, dato importante a tener presente para iniciar reforzando este aspecto debido a que en la administración del recurso humano se debe priorizar las capacidades humanas requeridas por la organización además de contribuir a desarrollar las potenciales del individuo

para que sea satisfactorio así mismo y al medio garantizando con esto un personal orientado, formado y capacitado apto para realizar una función saludable de calidad y de compromiso con la empresa y el cliente en este caso el género femenino que es el segmento de mercado al cual le vamos a ofrecer nuestros servicios.

La calidad de servicio de los competidores en análisis se encuentra en un nivel de debilidad menor, debido a la falta de maquinaria y equipo en algunos talleres y en otros casos falta de repuestos, lo que refleja incumplimientos o atrasos, lo anterior se convierte en amenaza para la competencia debido a que las damas buscan es rapidez y en la calidad de servicio se deben solucionar problemas o carencias en vez de generar demoras.

Las instalaciones e infraestructuras de los competidores en análisis se pueden encontrar en un nivel de debilidad menor, al no encontrar sitios lo suficientemente amplios para recibir el vehículo, dar un diagnóstico y realizar un respectivo mantenimiento o reparación efectiva además de no contar con baños impecables para el uso de los clientes, lo anterior da muestra del requerimiento de sitios con suficiente espacio para cada proceso donde se pueda brindar el servicio eficiente y para el caso de nuestra empresa, una mujer satisfecha.

El cumplimiento en los tiempos de entrega del servicio en los competidores en análisis se encuentran en un nivel de debilidad menor, debido a que no cuentan con el suficiente personal para suplir la demanda, la percepción del cliente con respecto a este aspecto se transforma en mucha o poca confiabilidad factor a tratar para generar ventajas competitivas debido a que contratando el suficiente personal para realizar los servicios y los repuestos al alcance, podemos cumplir al requerimiento de las mujeres y brindar un servicio en los tiempos establecidos.

La ubicación de los competidores en análisis se encuentra en un nivel de fortaleza importante porque están en plena área comercial en la vía principal ubicándolos en zona de fácil acceso lo

anterior da lugar a buscar un sitio específico, debido a que una apropiada localización determina en gran medida la clientela, su duración y en resumen su éxito.

Realizando el análisis comparativo de la competencia, (Honsuka, Moto lujos, Moto Racing y el Desvare) podemos detectar diferentes problemas en el aspecto del recurso humano, calidad del servicio, infraestructura e instalaciones lo que se requiere con este proyecto es instalar un taller amigable con las conductoras llamado Moto Damas, donde se puedan mitigar estos aspectos donde están fallando los rivales, el negocio está en la apertura de un mercado para un público que lo desea como lo es el cliente dama donde se le ofrezca un servicio especializado, confortable e innovador motivo importante para distinguirnos y cualidad que nos da un peso suficiente para entrar al mercado laboral, se espera que este proyecto tenga éxito debido a la cantidad de motos existentes en el sector y las mujeres que requieren un servicio como el que presentamos quienes con su demanda de servicio nos darán la suficiente liquidez y rentabilidad para un negocio sostenible además se contara con un equipo de trabajo especializado con la suficiente experiencia pero más importante con cultura de crecimiento y cumplimiento del objetivo cabe aclarar que este proyecto está abierto a mejoras, los entornos son cambiantes y los clientes y las economías nunca permanecen iguales por mucho tiempo por lo que se debe dar cavidad a la adaptación e innovación constante.

8. Análisis del mercado

8.1. Diagnóstico de la estructura actual del sector

A continuación, hacemos referencia al sector automotriz el cual cubre lo relacionado con el sector de reparaciones automotrices, repuestos para mantenimiento preventivo y correctivo, los

cuales van desde aceites, vidrios, piñones, pistones entre otros y servicios para automotores es de resaltar que este sector ha mejorado mucho a través de los años.

La apertura económica, ha permitido a las empresas nacionales tecnificar sus procesos de producción con mayor facilidad y disminuir costos de dichos procesos, la firma del TLC con Estados Unidos de América y la desgravación programada para los vehículos importados ha hecho que las empresas nacionales realicen inversiones en tecnología, ayudando a mejorar el parque automotor del país (Villamizar Quiroga, sf).

Para que los vehículos automotores cumplan su vida útil es necesario cuidar aspectos como el mantenimiento preventivo, el cual está destinado a la conservación del equipo mediante la realización de revisión y reparación que garanticen su funcionamiento y fiabilidad brindando mayor seguridad a sus propietarios o usuarios además de generar ventajas económicas, también el mantenimiento correctivo el cual localiza y corrige o repara una falla una vez que esta haya sucedido.

La actividad de servicio automotriz a nivel nacional, está comprendida por los subsectores de mecánica automotriz con el CIIU G502005 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores; lubricación el cual se identifica con el CIIU G505153 Establecimientos de servicio, lavado, engrase y cambio de aceite; latonería y pintura bajo el CIIU G502006 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores latonería y pintura; y por último el lavado de vehículos con el CIIU G502001 Actividades de lavado y lustrado de vehículos automotores (Departamento técnicoadministrativo del medio ambiente DAMA, sf).

Este sector es importante porque representa un gran aporte en la generación de puestos de empleo demandando gran cantidad de mano de obra además de que el parque automotor presenta crecimiento sostenido y la gran significancia ambiental de sus actividades.

8.2. Identificación del mercado objetivo

El enfoque estará en mujeres adultas jóvenes que se encuentran entre 27 - 42 años de edad, quienes asumen roles sociales y familiares además se hacen responsables de sus acciones y obligaciones; pertenecientes a los estratos socioeconómicos 1 y 2 del municipio de Santander de Quilichao.

8.2.1. Tamaño del mercado global

Según datos suministrados por el archivo de la oficina de movilidad municipio de Santander de Quilichao al 16 de febrero 2018 las motos matriculadas son 27.840 (Lopez, 2018) .

Lo que indica que existen 27.840 personas en el municipio que requieren servicio de mecánica para su vehículo, proyectando así 1770 mujeres entre los 27 y 42 años conductoras de moto y el 70% de esta población o sea 1239 mujeres en estrato 1 y 2 quienes son el equivalente al mercado global.

8.2.2. Tamaño del mercado objetivo

Se pretende tener la capacidad para ofrecer el servicio al 40% del mercado global que es un equivalente a 496 mujeres.

8.3. Investigación de mercado

Como técnica de recolección de la información se realiza una encuesta estructurada que se presenta en el (ANEXO A). Los resultados son los siguientes:

Luego de aplicarse la encuesta estructurada a la muestra 215 mujeres, se obtuvieron los siguientes datos:

1- ¿Edad en años?

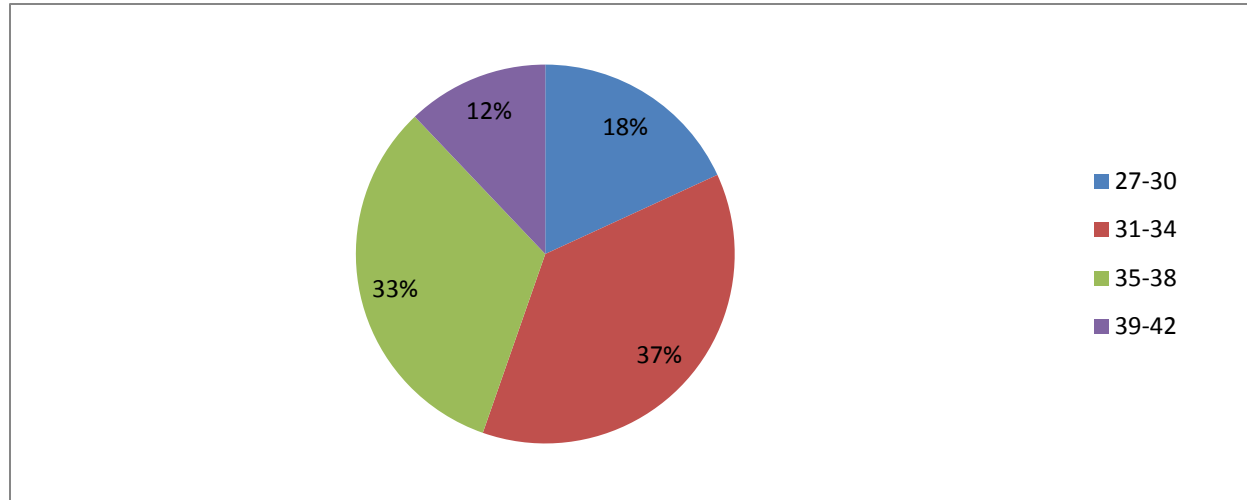


Figura.1. Resultados pregunta 1 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encontró que el 37% es del rango entre 31 y 34 años, seguidos por un 33% en el rango de 35 y 38 años, con el 18% entre 27 y 30 años y el 12% entre 39 y 42 años.

A partir de estos datos demográficos podemos asumir que el 37% de mujeres a las cuales tendremos la oportunidad de ofrecer el servicio se encuentran en un rango de 31 a 34 años, mujeres con seguridad en sí mismas o autoconfianza y responsables, que utilizan la tecnología y se acompañan de ella a todo momento, usándola como herramienta de comunicación, para sus obligaciones además de la diversión, se debe analizar profundamente el aspecto de gustos y preferencias de un mercado tan importante como lo es el género femenino quienes buscan productos y servicios con diseños altamente estilizados con toques personales e inimitables para dar inicio a un negocio que impacte y dar un enfoque especial a este rango de edad.

2- ¿Cuál es su estrato socioeconómico?

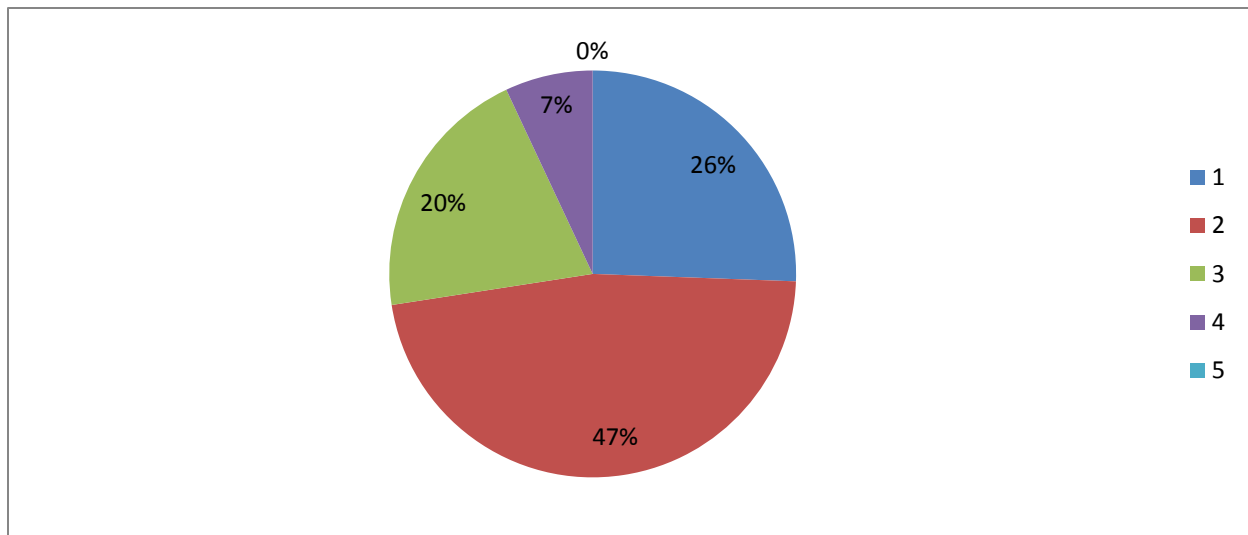


Figura 2. Resultados pregunta 2 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encontró que el 73% pertenecen al estrato 1 y 2, seguido del 20% que están en estrato 3 y finalizando con el 7% restante pertenecientes al estrato 4.

Con relación a las respuestas obtenidas acerca del estrato socioeconómico de las mujeres encuestadas podemos deducir que el 73% de la población se encuentra en estratos 1 y 2, focalizando mejor nuestro mercado objetivo y enfocando las campañas publicitarias y promociones a este segmento de la población, un 98% de las motocicletas en Colombia son empleadas por personas de bajos recursos como vehículos de trabajo y transporte de las familias, la motocicleta es un pilar de desarrollo económico debido a que apoya la subsistencia de las familias populares por tal motivo este aspecto socio demográfico es positivo para la empresa que se desea crear.

3- ¿Cuál es su nivel educativo?

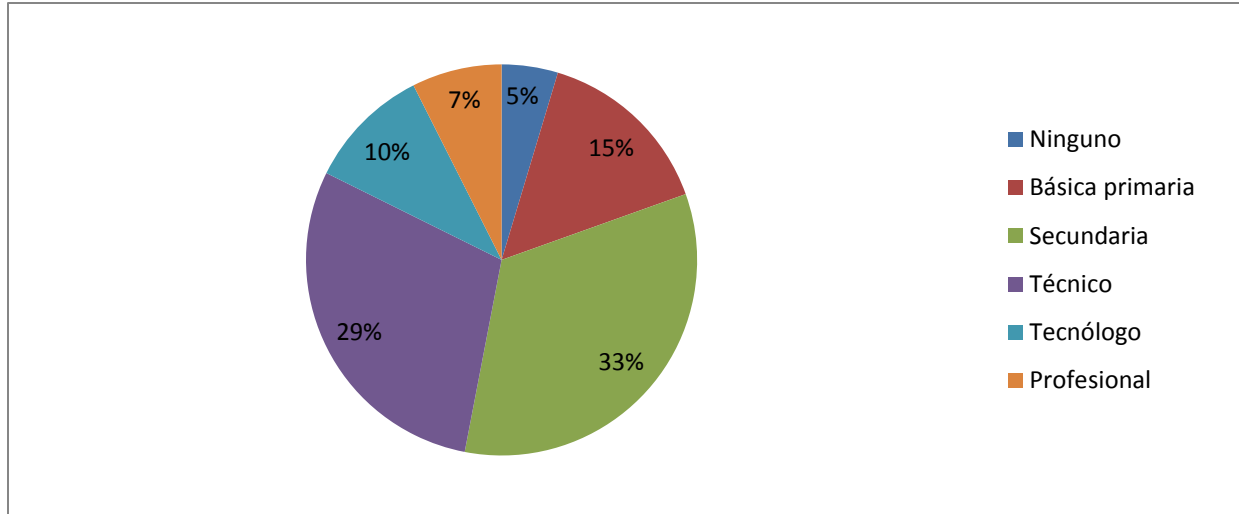


Figura 3. Resultados pregunta 3 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 33% culminó su secundaria, el 29% ha realizado un estudio técnico profesional, el 15% alcanzó a terminar su primaria, el 10% es tecnólogo, el 7% son profesionales y por último el 5% que asegura no haber realizado ningún estudio.

Los datos obtenidos acerca del nivel educativo indican que la mayor cantidad de damas encuestadas ha tenido la oportunidad de ingresar a un plantel educativo y son personas que tienen la competencia para tomar buenas decisiones, lo que señala que están en capacidad de entender más fácilmente que una motocicleta con un debido mantenimiento nos va a servir por más tiempo y se extenderá su vida útil, sin disminuir la capacidad de utilización antes de tiempo además que para una reparación debe existir un daño y también que si se le hacen mejoras a un motor se puede extender su vida e incrementar productividad.

4- ¿En cuál de estos rangos se encuentra el cilindraje de su moto?

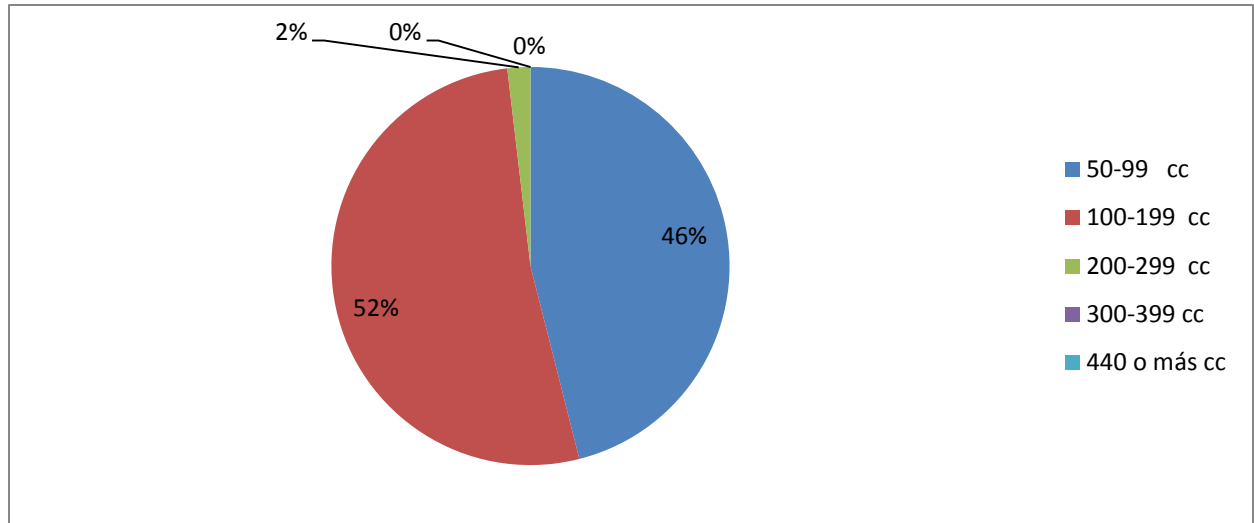


Figura 4. Resultados pregunta 4 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 52% cuenta con una moto de cilindraje entre los 100 y 199 centímetros cúbicos, el 46% entre los 50 y 99 centímetros cúbicos y el 2% tiene una moto de cilindraje entre 200 y 299 centímetros cúbicos.

Teniendo en cuenta las respuestas dadas por las mujeres encuestadas podemos deducir que por preferencia utilizan motocicletas de bajo cilindraje y que sienten mayor aceptación hacia estas por los beneficios económicos que trae movilizar a sus familias, hacer diferentes diligencias también debido a la fácil manipulación y una movilidad optima, son elegidas por precio, tamaño y características técnicas, costos que conlleva comprarle el seguro obligatorio de accidentes de tránsito o hacerle mantenimiento a una moto de estas en comparación con las de alta cilindrada.

5- ¿Labora actualmente?

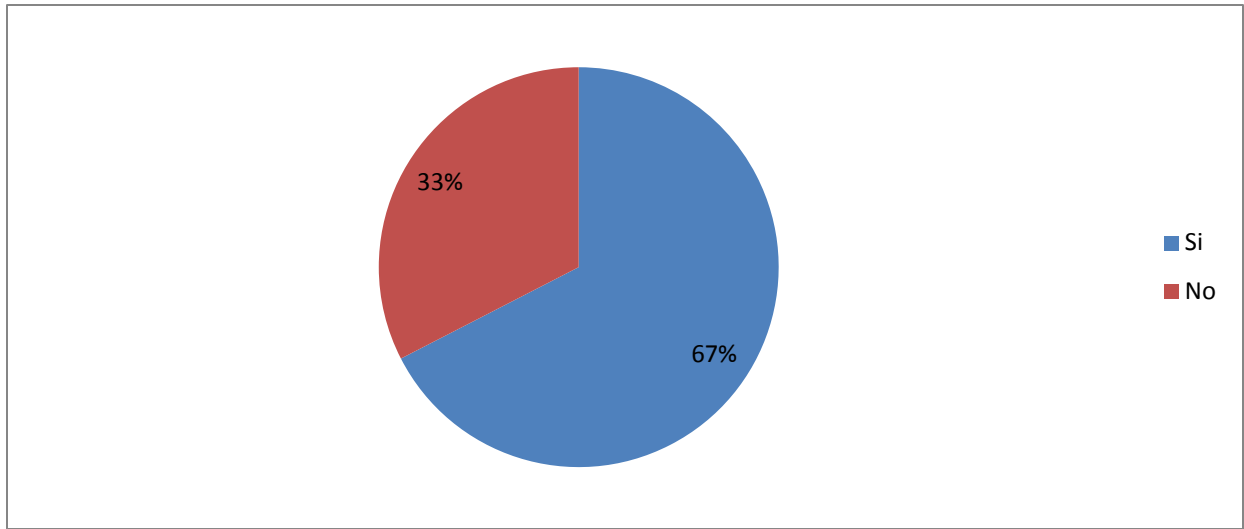


Figura 5. Resultados pregunta 5 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 67% actualmente está laborando y el 33% no desarrolla ninguna clase de trabajo.

El trabajo permite complejizar la vida, porque admite el surgimiento de nuevas necesidades a cubrir, el aprendizaje, historia, capacidades, riqueza lentamente nos convierten en seres más complejos, luego de satisfacer las necesidades básicas se requiere cubrir las necesidades secundarias bienes o servicios de aquí la importancia de contar con un segmento que se encuentre en etapa productiva, teniendo en cuenta los porcentajes resultantes a la pregunta si labora actualmente, podemos concluir que el 67% de las mujeres encuestadas da una respuesta positiva, además utilizan su medio de transporte la motocicleta para trasladarse hacia sus empleos, por lo que en algún momento van a requerir realizarle su respectiva revisión debido a los desgastes ocasionados por su uso aspecto que alienta a la creación de la nueva empresa.

6- ¿Lleva personalmente su moto al taller?

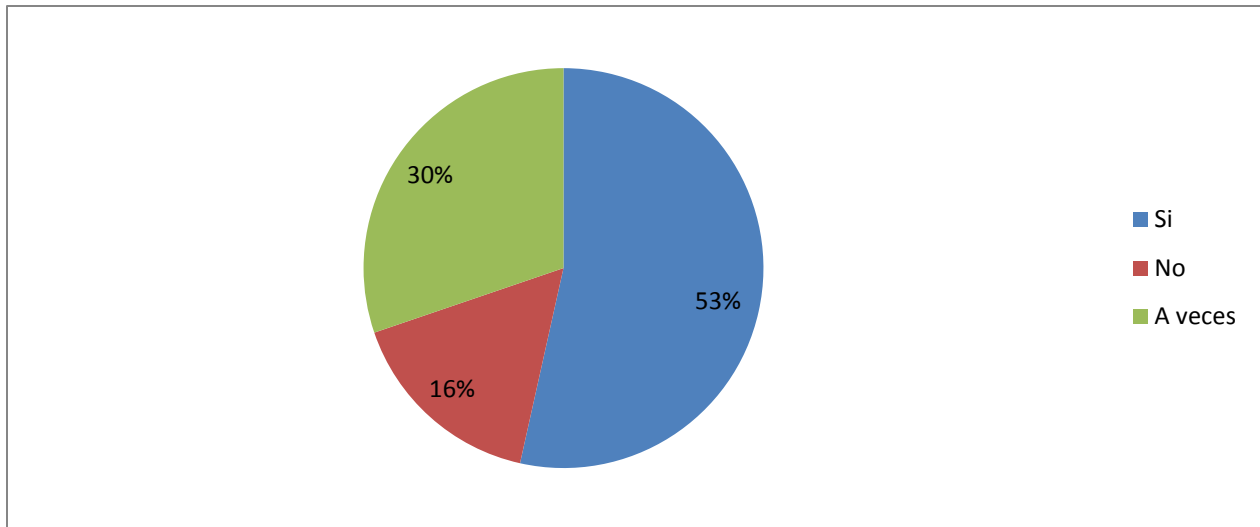


Figura 6. Resultados pregunta 6 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

De acuerdo a las respuestas que se dan acerca de si lleva personalmente su moto al taller podemos deducir que el 53% de las mujeres encuestadas lo hace con la intención de conocer la realidad de lo que sucede con su vehículo, además con la idea de recibirlo en el menor tiempo posible porque se hace necesario para sus actividades diarias, el 46% no lleva personalmente su moto al taller o lo hace solo algunas veces, aspecto a analizar para influir en quienes por algún motivo se abstienen y convertirlos en clientes potenciales.

7- ¿Por qué razón no lo hace?

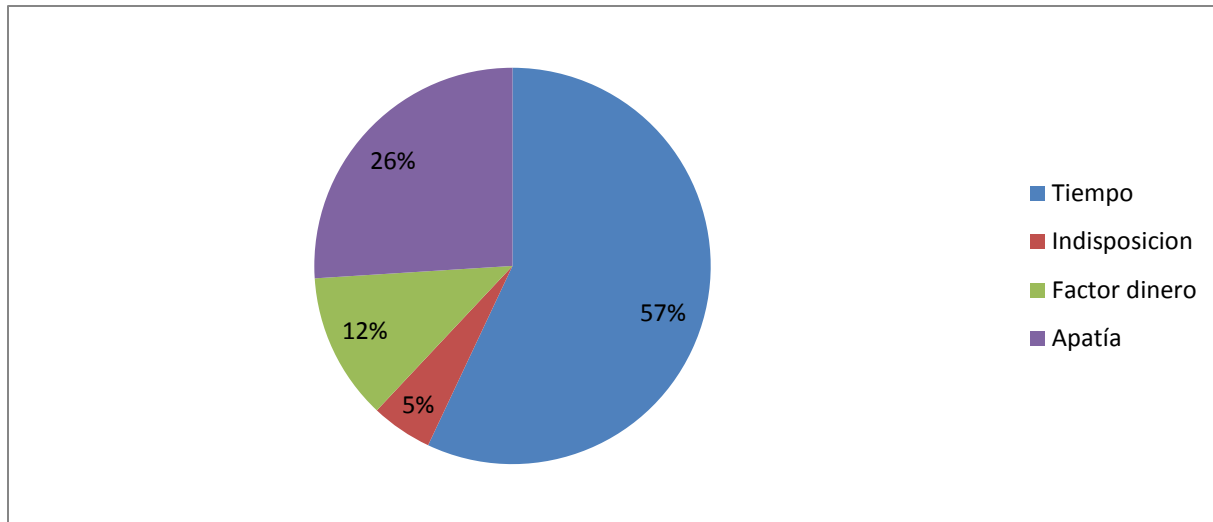


Figura 7. Resultados pregunta 7 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 57% que no lleva personalmente su moto al taller, no lo hace por falta de tiempo, el 26 % no lo hace por apatía, el 12% por falta de dinero y 5% restante no la lleva personalmente al taller por indisposición.

La mayor cantidad de mujeres encuestadas, el 57% que no llevan su moto al taller indican que su problema es de tiempo, por preferencia lo dedican a actividades diferentes las cuales consideran más relevantes y piensan que llevar su vehículo al taller es un proceso de mucha duración, aspecto importante a tener en cuenta para generar soluciones prácticas a este cliente potencial, el 26% del género femenino que responde a este interrogante no lo hace por apatía por ver en los talleres pequeños garajes sucios, desorganizados, que hacen sus trabajos sobre andenes y con pocas herramientas.

8- ¿Cada cuánto tiempo lleva o envía su moto al taller para realizarle su respectivo mantenimiento?

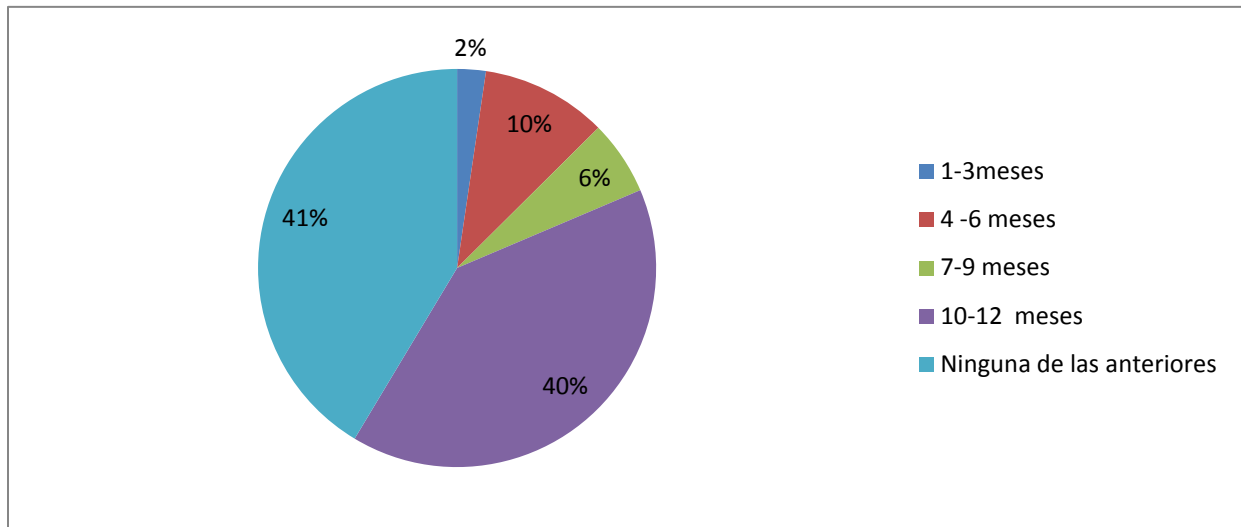


Figura 8. Resultados pregunta 8 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 81% no tiene un tiempo determinado para llevar su moto al taller o la lleva en el rango de 10 a 12 meses, el 10% afirma hacerlo en el rango de 4 a 6 meses, mientras que el 6% en el rango de 7 a 9 meses y por ultimo quienes lo hacen en el rango de 1 a 3 meses que equivale a un 2% de la población.

Con base a lo anterior podemos deducir que el 81% de las mujeres encuestadas no tienen el hábito de llevar constantemente su moto al taller para hacerle revisiones o mantenimientos, lo que indica que se debe concienciar a las damas por medio mensajes de whatsapp, correos, de capacitaciones acerca de la importancia de la prevención en los motores explicándoles que haciendo revisiones, mejoras y mantenimientos se pueden evitar gastos o inversiones muy altas en su motocicleta además de tiempos de espera porque entre más grave sea la situación así mismo será la demora en reparación.

9- ¿En qué situaciones busca un taller de mecánica de motos?

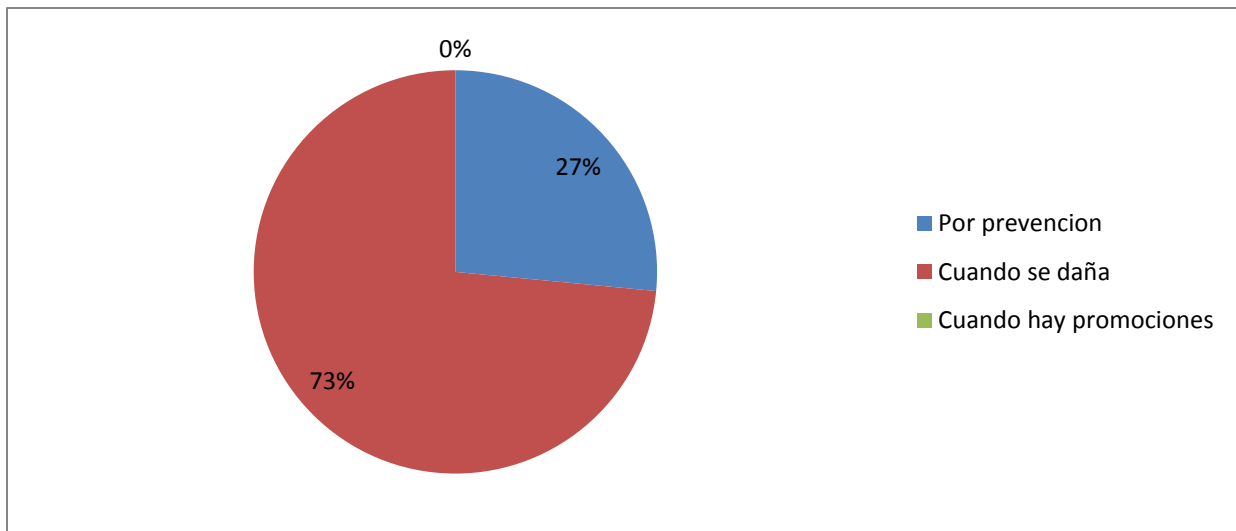


Figura 9. Resultados pregunta 9 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 73% busca un taller de mecánica de motos cuando esta se daña, lo que muestra falta de conocimiento de la importancia de hacer revisiones periódicas a su vehículo, lo grave es que cada vez que se acerquen a un taller porque se presenta una avería o su motor tenga algún síntoma, el valor a cancelar por reparación será muy alto lo contrario si se hace un mantenimiento preventivo.

10- ¿Cuál es el costo que usted cancela por mantenimiento en pesos?

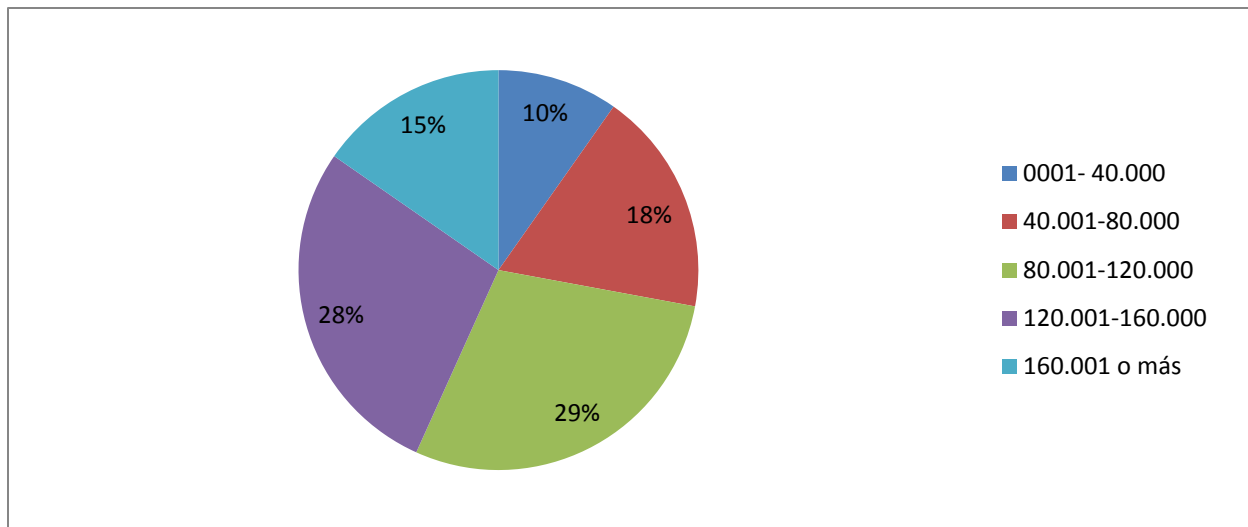


Figura 10. Resultados pregunta 10 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 29% cancela un costo por mantenimiento entre 80.001 a 120.000 pesos, el 28% cancela un costo entre 120.001 a 160.000 pesos, seguido del 18% quienes dicen cancelar entre 40.001 a 80.000 pesos, el 15% afirma pagar más de 160.000 pesos y el 10% cancela entre 0001 a 40.000 pesos.

De acuerdo a las respuestas obtenidas se entiende que el 57% de las mujeres encuestadas cancelan entre 80.000 y 160.000 pesos valor un poco alto, que se puede reducir enormemente induciendo en el cliente un buen hábito de visitas al taller para las respectivas revisiones del vehículo.

11- ¿Conoce un sitio en Santander de Quilichao donde brinden el servicio de mantenimiento y reparación de motos, enfocado en el género femenino?

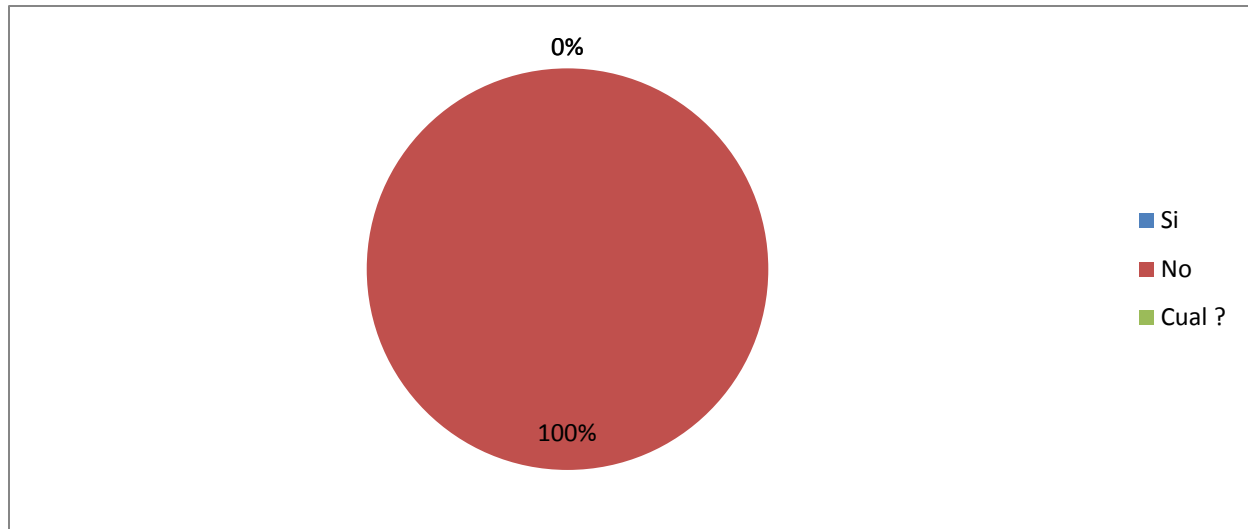


Figura 11. Resultados pregunta 11 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Ninguna de las encuestadas conoce un sitio en Santander de Quilichao donde brinden el servicio de mantenimiento y reparación de motos, enfocado en el género femenino, de lo anterior se define que cuando este segmento de la población encuentre un sitio especializado y un servicio amigable para las damas entonces sentirán que existe un lugar cercano e innovador, donde se puede dar solución a los requerimientos demandados, donde se entiende que es lo que realmente necesitan las damas y donde cada día, se tomaran en cuenta sus opiniones y se fortalecerá el vínculo entre las partes y se generara una necesidad de conocimiento y fidelidad con la empresa.

12- ¿Ha sentido alguna de estas sensaciones durante su visita a un taller de mecánica de

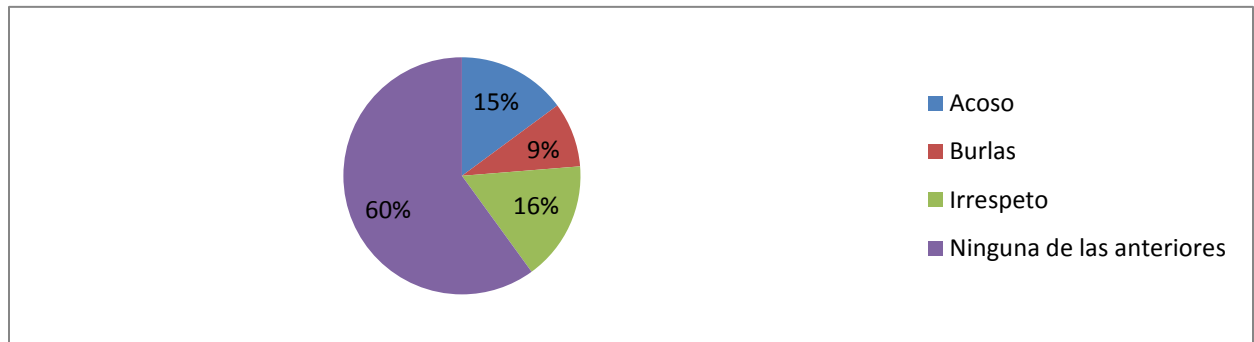


Figura 12. Resultados pregunta 12 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

13- ¿Considera usted que los talleres de mecánica de motos son sitios cómodos y seguros para la integridad de la mujer?

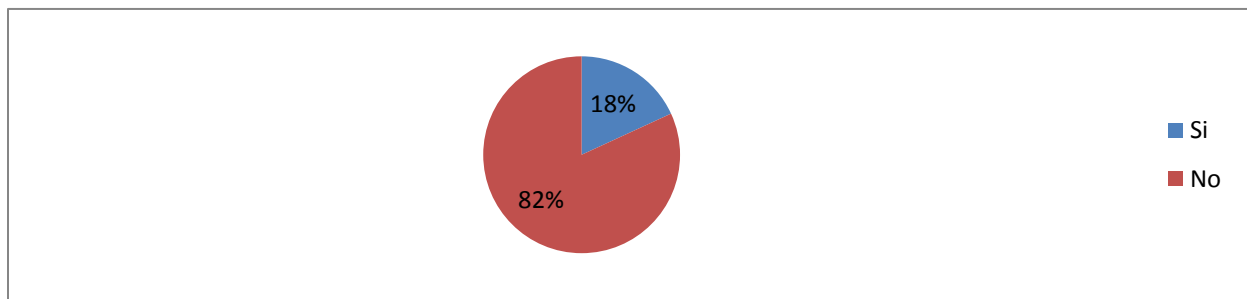


Figura 13. Resultados pregunta 13 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

De la pregunta número 12, se deduce que el 60% de las mujeres encuestadas no siente sensación de burla, acoso e irrespeto, mientras existe un 40% que siente sensación de acoso burla e irrespeto además tomando en cuenta las respuestas al interrogante número 13, el 82% de las damas asegura los talleres no son sitios cómodos ni seguros para su integridad, motivo por el que se debe trabajar estos aspectos creando una empresa con gente integra que desee hacer sus labores con los más altos estándares y motivada a ser cada día mejor para tratar de reducir a cero las sensaciones de desagrado en el momento que el género femenino nuestro mercado objeto visiten el taller para realizar mantenimiento a su vehículo, también se debe tener en cuenta la adecuación de ambientes agradables donde sea amena la permanencia y haya sensación de seguridad.

14- De los siguientes factores ¿Cuál considera más importante al momento de llevar su moto al taller?

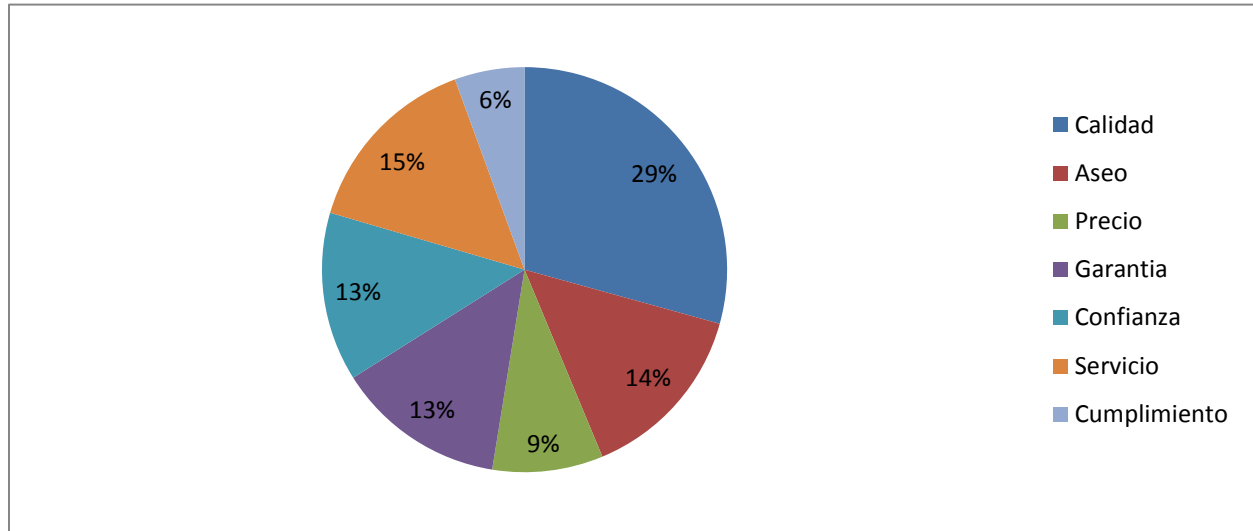


Figura 14. Resultados pregunta 14 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 29% considera más importante al momento de llevar su moto al taller el aspecto calidad, mientras que el 15% dice que es más importante el servicio, el 14% le dan más valor al aseo, entre garantía y confianza suman un 26%, el 9% le da importancia al precio y finalmente el 6% quienes prefieren el cumplimiento.

De lo anterior se puede deducir, que las preferencias de las damas encuestadas están en la calidad del servicio, pero se debe aclarar que todos los demás aspectos están pactados dentro de las promesas de valor, brindando un servicio integral donde cada uno de estos elementos sea tan importante que tenga el mismo peso para la empresa buscando como objetivo principal satisfacción del cliente y cero reclamos.

15- ¿Cuál considera es su conocimiento en marcas y cilindrajes de motos?

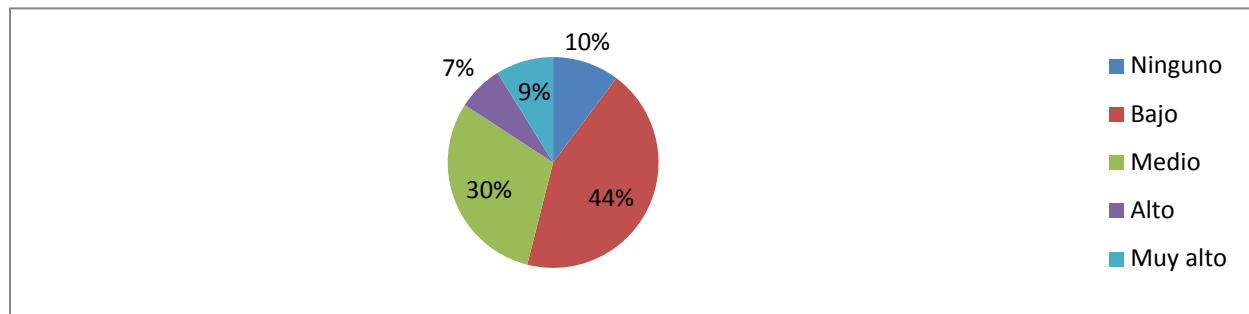


Figura 15. Resultados pregunta 15 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

16- ¿Cuál considera es su conocimiento en partes y repuestos de las motos?

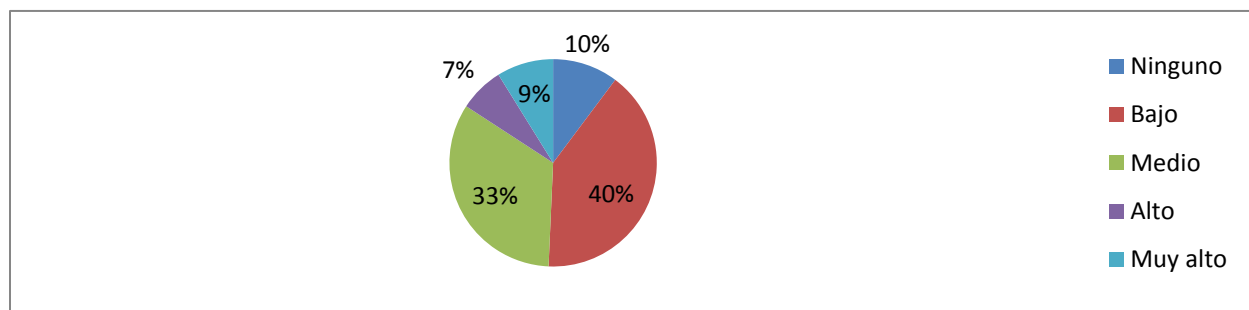


Figura 16. Resultados pregunta 16 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

De las preguntas 15 y 16 a cual considera es su conocimiento en partes, repuestos, marcas y cilindrajes, más del 50% de las mujeres encuestadas responde que bajo o ninguno, aspecto importante a considerar debido a que tendremos la oportunidad de brindar las mejores asesorías en cuanto a temas referentes al vehículo que utilizan diariamente (motocicleta), por lo anterior la necesidad de contratar personal experto en asesorías y que tenga la capacidad de ofrecer las diferentes alternativas en el momento en que las damas se presenten a solicitar nuestros servicios.

17- ¿En qué escala indicarías la confianza que le tienes al mecánico con respecto a sus recomendaciones?

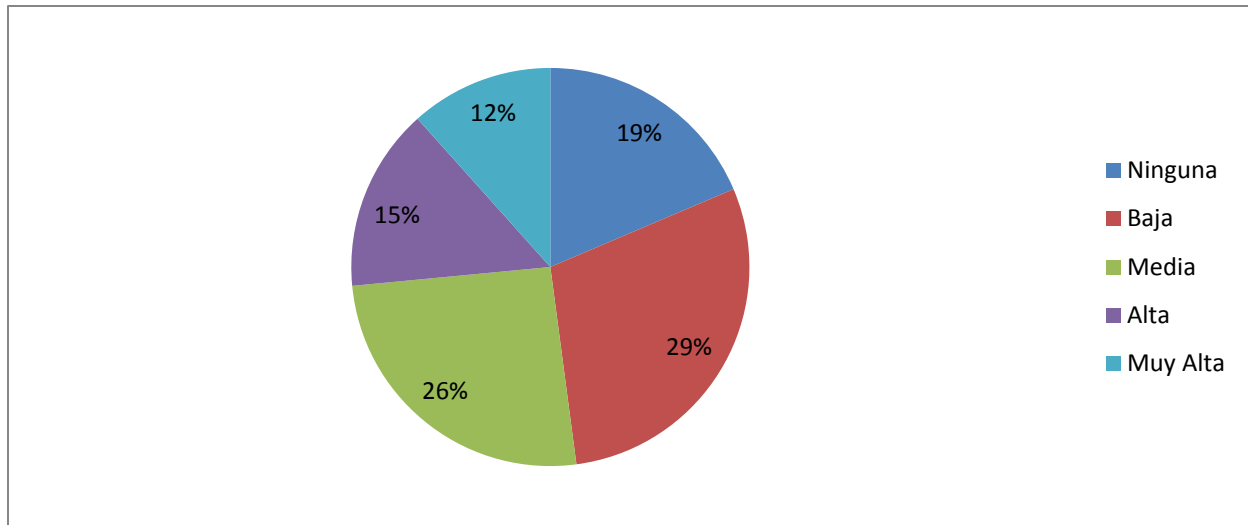


Figura 17. Resultados pregunta 1 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 48% tiene un nivel de confianza baja o no confía en las recomendaciones que ofrece el mecánico, mientras que el 26% dice sentir un nivel de confianza medio, el 27% afirma tener una confianza alta y muy alta por las recomendaciones que el ofrece.

De lo anterior se deduce que el 48% de las mujeres encuestadas sienten una emoción negativa e inseguridad sobre las acciones de los mecánicos, tienen una presunción negativa en cuanto al comportamiento de ellos y en las recomendaciones que les ofrecen, lo anterior es entendible debido a que por el comportamiento de algunos mecánicos sean señalados los demás, pero es un punto específico para trabajar e influir en las damas, ubicándolo como un aspecto positivo para hacer un gran enfoque en la empresa a crear.

18- ¿Cuál ha sido la mayor dificultad que se le ha presentado en el momento en que ha visitado un taller de motos?

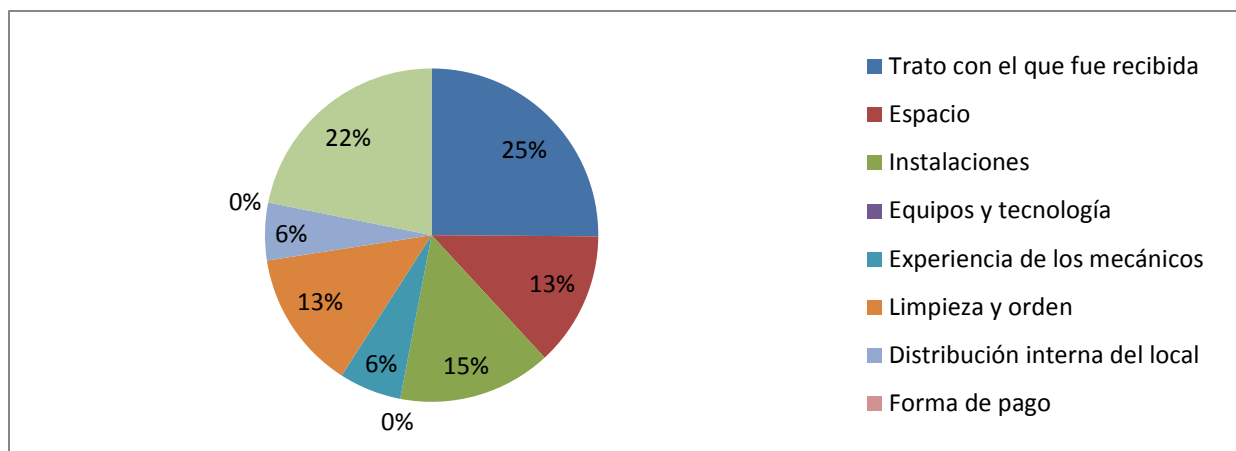


Figura 18. Resultados pregunta 18 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 25% dice su mayor dificultad presentada en la visita a un taller de mecánica de motos ha sido trato con el que se ha recibido, debido a la forma en que se les habla cuando llegan las hacen sentir incomodas además un 28% se le ha dificultado por el tema de instalaciones y espacio, los espacios son muy reducidos y no dan lugar para esperar su vehículo y no tienen baños disponibles al público, el 13% de las mujeres encuestadas ven dificultad en el orden y aseo, muchas herramientas y elementos de la moto revueltas lo que puede causar confusiones y perdidas en tiempo, el 6% de las mujeres no está conforme con la experiencia de los mecánicos afirmando que falta experticia y que esto genera demoras. Por lo anterior se deduce que se requiere mayor servicio al cliente, además de lugares con adecuaciones para que las damas se sientan cómodas y puedan esperar tranquilas, con respecto a orden y aseo un almacenamiento correcto de las herramientas, una disposición correcta de los residuos aparte de una remoción rápida de derrames, evitando riesgos de accidentalidad logrando mayor provecho del espacio pero sobre todo generando confianza en los clientes.

19- ¿Qué es lo que mejor le ha parecido en el momento en que ha visitado un taller de motos?

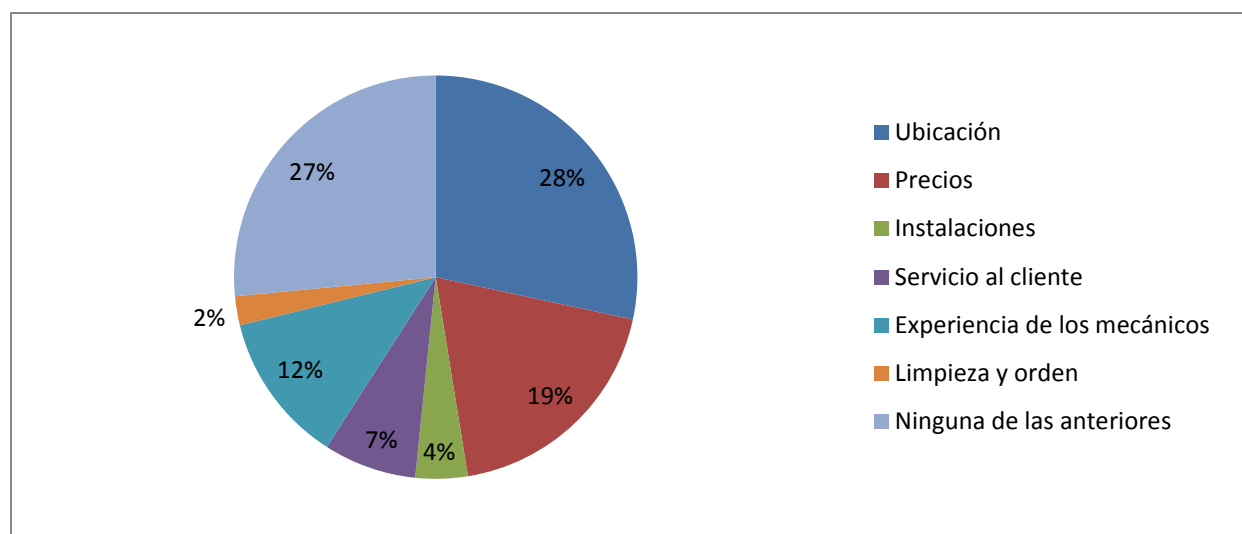


Figura 19. Resultados pregunta 19 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Entre las mujeres encuestadas se encuentra que el 28% le parece bien la ubicación del taller, debido a la accesibilidad, a que están en zonas concurridas por ser vías principales y como no se pueden quedar en los talleres por falta de espacio aprovechan el tiempo en los centros comerciales cercanos, la galería y otros lugares donde hacen diligencias, un 19% se siente bien con los precios lo que indica que los precios están regulados por la misma oferta del servicio, un 12% afirma estar bien con la experiencia de los mecánicos, indicando que sienten confianza con respecto a las indicaciones que ellos brindan.

Lo anterior nos indica que realmente existe diversidad amplia entre gustos y preferencias y que se debe tener un gran plan para cubrir todos los aspectos y generar una política integrada que permita garantizar permanencia de la empresa y fidelidad de las mujeres hacia la misma.

20- ¿Le gustaría encontrar un sitio donde realicen el mantenimiento preventivo y correctivo de su moto especializado para las mujeres de Santander de Quilichao?

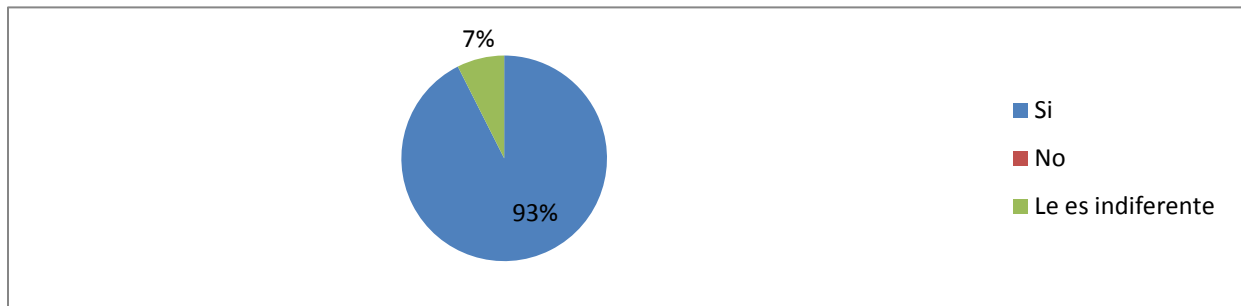


Figura 20. Resultados pregunta 20 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

21- ¿Qué es lo más importante que le gustaría encontrar en este sitio?

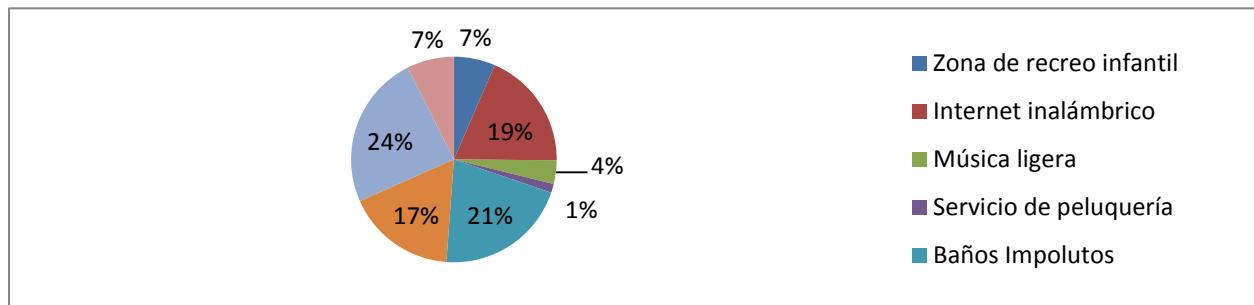


Figura 21. Resultados pregunta 21 de la encuesta en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la investigación de mercado.

Analizando las respuestas al interrogante número 20 y 21, se deduce: entre las mujeres encuestadas al 93% le gustaría encontrar un sitio donde realicen el mantenimiento preventivo y correctivo de su moto especializado para mujeres, también que hablando de aspectos importantes que le gustaría hallar a las damas en un taller, al 24% le gustaría encontrar confianza en que los procesos funcionen de acuerdo a lo establecido y todo sea transparente, al 24% le gustaría hallar baños impolutos algo básico que crea valor y comodidad, el 19% dice que es importante internet inalámbrico lo que les permite seguir en sus actividades virtuales mientras revisan su vehículo , para el 17% es importante un vocabulario comprensible para no sentirse timadas, para el 7% es

importante zona de recreo infantil con el ánimo de no parar sus actividades diarias y compartir con sus hijos.

Los anteriores aspectos son importantes a tener en cuenta en el momento de instalar este taller, debido a que han sido sugeridos por el género femenino para quienes se desea crear.

En conclusión, los resultados de la investigación muestran un mercado con necesidad de un buen servicio, innovador y especializado un segmento de población con una gran diversidad de requerimientos que van desde capacitación hasta servicios como internet inalámbrico que les pueden hacer la vida más fácil, aspectos a tener en cuenta y que se pueden llevar a cabo por medio de la creación de una cultura empresarial dedicada, además de unas políticas integradas que se comprometan y estén enfocadas en la completa satisfacción del cliente en este caso del género femenino.

8.4. Plan de mercadeo

8.4.1. Descripción del producto

Identificación y caracterización del producto

Esta empresa estará dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino satisfaciendo sus necesidades y generando alternativas para llevar su vehículo a talleres amigables con ellas, el servicio ofertado se focalizara hacia la oportunidad de la prestación de un servicio innovador de manera que el cliente perciba la diferencia y así originar fidelización.

La función de la empresa objeto de estudio es brindar a las damas el servicio de mecánica de motos, dentro de lo que está mantenimiento general, que es engrase de balineras, engrase de la tijera, lubricación de guayas, lubricación de sistemas de evasión, ajuste de tapas, sincronización, mantenimiento de frenos, calibrada de valvulas, sistema eléctrico, cambio de aceite además de reparación de motor general que es cambio de bielas, balineras de cigüeñal, piñones de

transmisión, balineras de transmisión, rectificar cilindro, asentar valvulas, cambio de cadencia, cambio de discos de clutch, sincronización que incluye limpieza exhaustiva ofreciéndole a los clientes soluciones inmediatas.

Esta empresa deberá especializarse en diferentes áreas del marketing, utilizando herramientas para satisfacer las necesidades del género femenino, optimizando recursos y ofreciendo soluciones asertivas debido a que estamos en un entorno cambiante y se requiere posicionamiento del servicio.

Características del servicio

La principal característica del servicio a ofertar es integralidad del mismo, haciendo referencia a calidad de servicio, asesorías adecuadas, experiencia de los mecánicos y vocabulario comprensible, generando así espacios agradables y amenos donde se sienta una experiencia enriquecedora.

Factor diferenciador

El factor diferenciador se centra en un servicio integral ofertado hacia el género femenino, un proyecto amigable para ellas.

Propuesta de valor

La empresa Moto Damas, tendrá la oportunidad de ofrecer un servicio de mecánica amigable a las mujeres conductoras de motos en el la zona urbana de Santander de Quilichao, mediante la estrategia de asesoría especializada en temas de su vehículo comunicando asertivamente los inconvenientes presentados o que posiblemente le pueden llegar a suceder por falta de revisión a tiempo, lo anterior con ayuda de personas especialistas en el medio y con alto sentido de la atención al cliente quienes den seguridad de lo que realizan y suficientes garantías, además habrá espacio de espera con zona Wifi y baños impecables lo que generara bienestar a las damas lo que

se ha decidido implementarse en este centro de servicios por petición de mujeres quienes tuvieron la oportunidad de participar en la encuesta estructurada realizada para indagar sobre la factibilidad del montaje de la empresa y la certeza de entregar trabajos en tiempo real porque entre más breve el tiempo de espera será mejor para las damas que soliciten el servicio.

De acuerdo a la estrategia de diferenciación de la empresa, se establece una propuesta de valor para los clientes de tipo experiencial, porque hay intervención y contacto entre personas construyendo experiencias memorables para las usuarias a través de conexión, de asesorías personalizadas y calidad de servicio.

Portafolio de servicios

Se establece un portafolio de servicios para garantizar una cobertura integral de las necesidades de los clientes potenciales.

- 1- Mantenimiento general
- 2- Calibrada de válvulas
- 3- Sincronización
- 4- Mantenimiento de frenos
- 5- Engrase de balineras
- 6- Cambio de cadénilla
- 7- Mantenimiento de sistema eléctrico
- 8- Cambio de guayas
- 9- Cambio de bandas frenos
- 10- Cambio de balineras ruedas
- 11- Reparación motor general
- 12- Reparación de cilindro más asentada de válvulas

13- Reparación de cilindro más cambio de cadenilla

14- Reparación de cilindro más asentada de válvulas más cambio de cadenilla

15- Reparación de cilindro más asentada de válvulas más cambio de cadenilla más cambio de discos de clutch.

16- Reparación de cilindro más asentada de valvulas más cambio de cadenilla más cambio de discos de clutch más sincronización.

17- Reparación de cilindro más asentada de valvulas más cambio de cadenilla más cambio de discos de clutch más sincronización más cambio de biela.

Producto

Nombre, slogan e imagen corporativa de la nueva empresa.

Nombre de la empresa. Moto damas

Slogan. Cómodo para ti.

Moto damas es un nombre corto y fácil de recordar, define el segmento al cual está dirigida la empresa y el nombre del vehículo el cual se le va a revisar siendo muy precisos y claros con el cliente.

El eslogan Cómodo para ti indica que proporciona bienestar, descanso que se puede obtener con agrado y sobre todo con facilidad dando sensación de alivio.

Logotipo



Figura 22. Logotipo Fuente: Elaboración propia

8.4.2. Estrategia de precio

El precio por servicio se fija teniendo en cuenta los precios ofertados por la competencia, la calidad de servicio además de la cilindrada del motor que se va a revisar.

Tabla 7 Servicio técnico de mantenimiento

Servicio técnico mantenimiento			
Cilindrada	80 a 125	126 a 200	201 a 300
Mantenimiento general	\$ 90.000	\$ 100.000	\$ 150.000

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 8 Servicio técnico de reparación

Servicio técnico reparación			
Cilindrada	80 a 125	126 a 200	201 a 300
Reparación motor general	\$ 100.000	\$ 150.000	\$ 200.000

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 9 Servicio técnico mantenimiento preventivo parcial

Servicio técnico mantenimiento preventivo parcial			
Cilindrada	80 a 125	126 a 200	201 a 300
Cambio de guayas/bandas/balineras	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Mantenimiento frenos/engrase de balineras	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000
Sincronización/Calibrada de valvulas	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 45.000
mantenimiento sistema eléctrico/Cambio de cadencia	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 65.000

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 10 Servicio técnico reparación parcial

Servicio técnico reparación parcial			
Cilindrada	80 a 125	126 a 200	201 a 300
Reparación cilindro más asentada de valvulas/Reparación de cilindro más cambio de cadencia	\$ 70.000	\$ 100.000	\$ 120.000
Reparación cilindro, asentada de valvulas, cambio de cadencia	\$ 75.000	\$ 125.000	\$ 140.000
Reparación cilindro, asentada de valvulas, cambio de cadencia, cambio discos del clutch	\$ 80.000	\$ 135.000	\$ 150.000
Reparación cilindro, asentada de valvulas, cambio de cadencia, cambio discos del clutch, sincronización	\$ 90.000	\$ 140.000	\$ 160.000
Reparación cilindro, asentada de valvulas, cambio de cadencia, cambio discos del clutch, sincronización, cambio de biela	\$ 100.000	\$ 160.000	\$ 200.000

(Fuente: Elaboración propia)

8.4.3. Estrategia de promoción

Publicidad

Para el lanzamiento de la empresa se pretende contar con el acompañamiento del señor James Stiven Cardona “CANDELA” máximo representante en carreras de motos en Santander de Quilichao un personaje muy reconocido en el municipio alguien que siente gran aprecio por la

comunidad, quien tiene la visión de un municipio de progreso y con el cual se puede contar para este evento además de la modelo Katherine Ortega Ledesma también reconocida en el sector ambos ayudaran a impulsar esta inauguración.

Se realizara en página web y difusión por medio de grupos en redes sociales.

Correos electrónicos a la base de datos de los clientes

Pautas por perifoneo en el municipio

Promoción de ventas

Incentivos económicos, descuentos del 5 % para clientes que recomienden a otros visitar la empresa.

Cambios de aceite gratis para personas que lo soliciten en el taller.

Capacitaciones de prevención y seguridad en temas mecánicos.

Incentivos en precios, descuentos para clientes que lleven la moto al taller en rangos menores o iguales a tres meses para realizar sus mantenimientos preventivos.

Relaciones públicas

Generación de la suficiente fluidez de información con el recurso humano del taller para que conozcan las políticas y el objetivo de la entidad y así mismo ellos lo puedan dar a conocer al público en general.

Gestión de comunicación con los clientes brindándoles la oportunidad de interacción para obtener conocimientos de ambas partes.

Fortalecimiento de la confianza con el público la cual permite crecimiento de la entidad siempre enfocados en la veracidad de la información.

Tabla 11 Promoción inicial

Promoción Inicial	
Página WEB con dominio	\$ 150.000
Speaker con equipo para presentar	\$ 240.000
Invitados especiales (2)	\$ 400.000
Perifoneo (mes)	\$ 150.000
panfletos en el municipio	\$ 100.000
Invitaciones personalizadas	\$ 206.000
Valla publicitaria	\$ 200.000
Lubricantes para ofrecer al público (20)	\$ 240.000
Servicios para rifar (4)	\$ 314.000
Total inversión inicial	\$ 2.000.000

(Fuente: Elaboración propia)

8.4.4. Estrategia de distribución

La distribución del servicio se maneja en un punto fijo donde se garantice que el cliente llegara de una forma fácil y segura además de precios razonables y eficiencia del servicio.

9. Análisis técnico

9.1 Ficha técnica del servicio

Tabla 12 Ficha técnica de mantenimiento

Ficha técnica del servicio	
Mantenimiento preventivo	
Este servicio consiste en un conjunto de procedimientos de limpieza, lubricación, ajuste y reemplazo de partes, efectuados en un equipo o instalación a fin de minimizar el riesgo de fallo y asegurar la continua operación de los mismos, logrando de esta manera extender su vida útil. Se clasifica según la CIIU (Clasificación industrial internacional uniforme) con el código G502005 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	
Usuario	
Realizar la solicitud del servicio, entregar físicamente la moto lavada, aprobar el costo del servicio de mantenimiento, recibir a satisfacción el servicio.	
Responsables y horarios de atención	
Asistente encargada de recibir el vehículo, mecánico encargado del mantenimiento Lunes a sábado 08:00 a 18:00 horas, domingos y festivos no hay servicio	
Insumos e implementos	
Herramientas para realizar mantenimiento de motos: alicate, pinzas, atornilladores, rached con sus respectivas copas y un reductor, extractor de bujías, llaves bocafrica de todas las dimensiones, llaves Allen, espátulas o palancas, lámparas, cinta aislante, fusibles, navaja multiusos. Lubricante penetrante, silicona en spray, vaselina.	
Resultado del servicio	
La moto en buenas condiciones de funcionamiento con un sticker que indica la fecha del mantenimiento preventivo, la fecha del próximo mantenimiento y la firma de la persona que realizó el mantenimiento, adicionalmente se entrega un informe del servicio realizado y recomendaciones.	

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 13 Ficha técnica de reparación

Ficha técnica del servicio	
Reparación	
Este servicio se realiza cuando el motor comienza a perder fuerza o cuando en el mantenimiento preventivo se detecta que el motor comienza a consumir aceite, consiste en un conjunto de procedimientos en los cuales se llevan las diferentes piezas que conducen el motor a sus medidas estándar, las que tenía cuando salió de fábrica, para garantizar que siga operando de forma eficiente por más kilometraje. Se clasifica según la CIIU (Clasificación industrial internacional uniforme) con el código G502005 Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	
Usuario	
Realizar la solicitud del servicio, entregar físicamente la moto lavada, aprobar el costo del servicio de mantenimiento, recibir a satisfacción el servicio.	
Responsables y horarios de atención	
Asistente encargada de recibir el vehículo, mecánico encargado del mantenimiento Lunes a sábado 08:00 a 18:00 horas, domingos y festivos no hay servicio	
Insumos e implementos	
Herramientas para realizar reparación de una moto: alicates, pinzas, atornilladores, rached con sus respectivas copas y un reductor, extractor de bujías, llaves bocafica de todas las dimensiones, llaves Allen de todas las dimensiones, espátulas o palancas, lámparas, cinta aislante, fusibles, navaja multiusos, extractor de bujías, sujetador de volante, extractor de volante, bloqueador de piñones, copa torre, pie de rey. Lubricante penetrante, silicona en spray, vaselina.	
Resultado del servicio	
La moto en buenas condiciones de funcionamiento con un sticker que indica la fecha de reparación la firma de quien la realizó, la fecha de la próxima revisión, adicionalmente se entrega un informe del servicio realizado y recomendaciones.	

(Fuente: Elaboración propia)

9.1.1. Diagrama de flujo del proceso

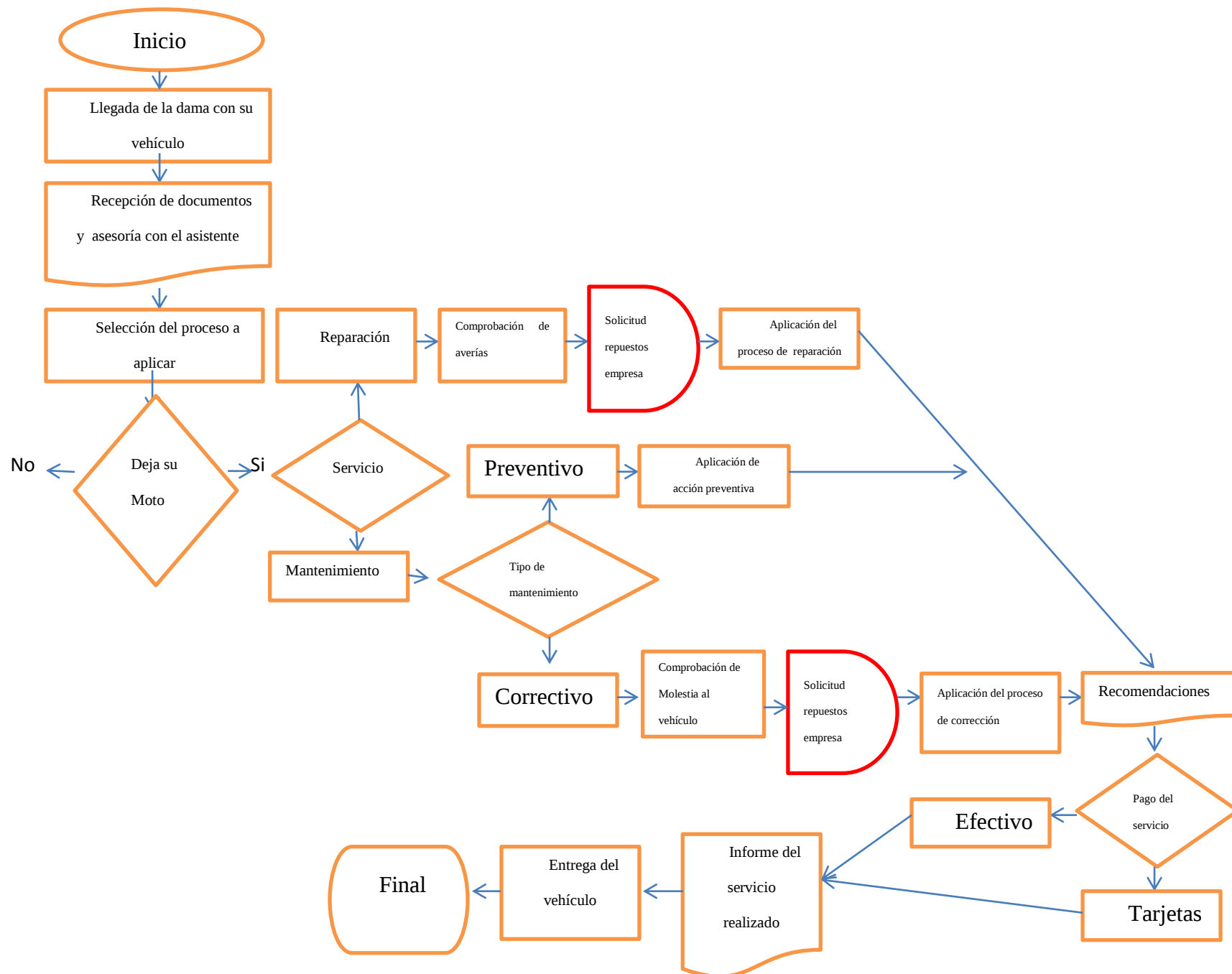


Figura 23. Diagrama de flujo del proceso revisión de la motocicleta. Fuente: Elaboración propia.

9.2. Planta física y quipos

Moto Damas Santander de Quilichao, contara con instalaciones ubicadas en el barrio Morales Duque en la calle 4 carrera 20 pasaje Villa Tulia.

Moto Damas contara con un inmueble apto para la atención y espera de las mujeres que soliciten sus servicios, su ubicación y acceso permitirán ingreso y salida de las motocicletas del inmueble, sin inferir con el tránsito vehicular normal, además se contara con planes para mitigar el impacto de situaciones de riesgo y no afectar la continuidad de los procesos. Según la norma colombiana NTC 1461 Higiene y Seguridad, establece los colores de seguridad, colores de contraste, diseño de símbolos gráficos y clasificación de señales. A partir de esto se ubicara la señalización dentro de la zona de mantenimiento para conservar la seguridad del personal que transite estas zonas. Además se señalizarán las salidas de emergencia, zonas de trabajo, almacenaje y extintores como lo indica la norma.

Rejillas y sifones 6 pulgadas, grandes para evacuar el agua en caso de inundación.

Planta eléctrica en caso de fallas en la energía.

Canales de ventilación en caso de inconvenientes con gases.

Extintores.

Rutas de evacuación demarcadas respectivamente.

Servidor con autoguardado.

Todas las áreas debidamente pavimentadas y las alturas en las paredes superior a tres metros.

Todo estará debidamente demarcado y con accesos restringidos a personal no autorizado.

Se contará con área de parqueadero, recepción, baños, zona de diagnóstico y pronóstico, facturación, oficina de administración, zona de mantenimiento total, reparación total, mantenimiento parcial, reparación parcial, cafetería.

Se utilizarán un equipo computacional para el registro y la transmisión de datos, impresora para la emisión de resultados.

9.2.1. Distribución de planta

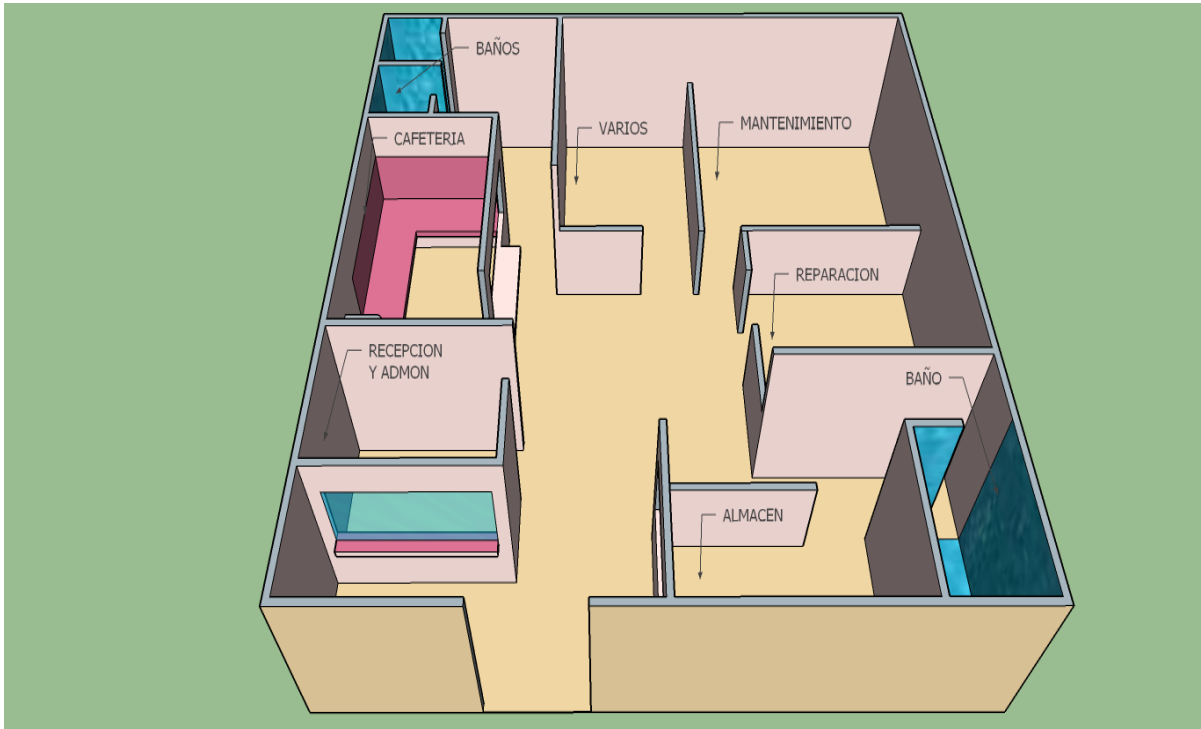


Figura 24. Planta física. Fuente: Elaboración propia.

9.2.2. Inversión en activos fijos

Tabla 14 Activos fijos

Activos Fijos				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	Unidad	2	\$ 336.800	\$ 673.600
Planta eléctrica	unidad	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Sillas ergonómicas	Unidad	4	\$ 170.000	\$ 680.000
Teléfonos	Unidad	4	\$ 50.000	\$ 200.000
Impresora multiusos	Unidad	1	\$ 128.900	\$ 128.900
Caja registradora	Unidad	1	\$ 134.600	\$ 134.600
Caja fuerte	Unidad	1	\$ 185.000	\$ 185.000
Computador	Unidad	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Mueble sala de espera	Unidad	1	\$ 480.000	\$ 480.000
Televisor	Unidad	1	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000
Voucher	Unidad	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Gato hidráulica en tijera para moto	Unidad	3	\$ 500.000	\$ 1.500.000
Kit herramientas	Unidad	4	\$ 800.000	\$ 3.200.000
Mesa herramientas	Unidad	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Cafetera	Unidad	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Horno	Unidad	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Comedor	Unidad	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Archivador	Unidad	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Extintor	Unidad	3	\$ 80.000	\$ 240.000
Alarma	Unidad	1	\$ 300.000	\$ 300.000
			TOTAL	\$ 12.442.100

(Fuente: Elaboración propia)

9.2.3. Costos de adecuación

Se pretende realizar adecuaciones con panel yeso para algunas divisiones del local y en otras se trabajara con ladrillos macizos para dar seguridad al lugar donde se manejara el dinero, además de los baños, en lo que se tiene determinado utilizar 600.000 pesos en materiales y 600.000 pesos en mano de obra.

9.3. Operación

Tabla 15 Capacidad de operación diaria

Capacidad operación diaria			
Servicio	Costo promedio	Servicios/día	Total diario
Reparación	\$ 150.000	2	\$ 300.000
Mantenimiento	\$ 120.000	4	\$ 480.000
Reparación parcial	\$ 130.000	3	\$ 390.000
Mantenimiento parcial	\$ 27.000	9	\$ 243.000
			\$1.413.000

(Fuente: Elaboración propia)

9.3.1. Plan de producción

Prestación del servicio

Control en la prestación del servicio

La prestación del servicio estará planificada, se realizarán registros en donde se ordenen responsabilidades y los plazos para cada una de las tareas de producción.

Las tareas se realizarán bajo condiciones controladas las cuales se consiguen atendiendo a los siguientes aspectos:

Se harán fichas del servicio, en donde se determinen peculiaridades del mismo.

Se contará con un tablero de instrucciones de trabajo, donde se describan las tareas precisas para la prestación del servicio.

Uso de equipo e infraestructura adecuada, la prestación del servicio se realizará con los equipos adecuados y la infraestructura debe encontrarse en perfectas condiciones.

Disponibilidad de equipos de seguimiento y medición e implementación del seguimiento y de la medición.

La empresa establecerá actividades de prestación del servicio, entrega y posteriores.

Validación del proceso de prestación del servicio

Se dará el visto bueno a la prestación del servicio, la validación del proceso sustituye la inspección final del servicio realizado.

Se validará mediante el establecimiento de criterios para la revisión y aprobación de los procesos determinando las características necesarias de los equipos a emplear y estableciendo la calificación necesaria del personal que participa en el proceso.

Identificación y trazabilidad

La trazabilidad es la capacidad de reconstruir el historial de la producción, utilización, o localización de un producto o servicio mediante una identificación registrada.

Se tendrán identificados los productos y sus partes constituyentes a lo largo de todo el proceso de prestación del servicio, incluido el mantenimiento/repelación y la entrega.

Los materiales estarán asociados a documentos que los identifiquen por ejemplo ordenes de pedido, facturas.

Se identificará el estado de inspección de cada servicio, y se debe conocer el resultado de la misma.

Propiedad del cliente

Se prestará especial atención y cuidado a los bienes del cliente.

Cualquier pérdida, daño o deterioro se comunicará al cliente a la mayor brevedad posible.

Los datos personales del cliente serán preservados.

Preservación del producto utilizado para el servicio

Las materias primas, productos constituyentes durante los procesos de fabricación y entrega estarán sometidos a condiciones de identificación, manipulación, almacenamiento, protección en su correcto estado estas pautas son tanto para productos y servicios finales como para partes constitutivas del mismo.

9.3.2. Plan de compras

Se pretende contar con un stock mínimo de repuestos para atender rápidamente servicios básicos que no requieran mucho tiempo, debido a que el enfoque es prestar un servicio a las damas del municipio y no convertirnos en venta de repuestos, este inventario lo custodiara el asistente administrativo y permanecerá en su oficina.

Tabla 16 Plan de compras repuestos básicos

Plan de compras repuestos básicos			
Descripción	Costo	Ventas mes	Costo mensual
Manubrios	\$ 75.000	3	\$ 225.000
par llantas	\$ 100.000	3	\$ 300.000
Kit de arrastre	\$ 120.000	3	\$ 360.000
Tacómetro	\$ 220.000	2	\$ 440.000
Guayas	\$ 8.000	6	\$ 48.000
Luces y direccionales	\$ 40.000	4	\$ 160.000
Suspensión	\$ 400.000	2	\$ 800.000
Batería	\$ 60.000	3	\$ 180.000
		Total	\$ 2.513.000

(Fuente: Elaboración propia)

9.3.3. Costo por mano de obra

Tabla 17 Valor mensual nomina gerente general

Valor mensual nomina gerente general			
CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	ACUMULADO
Valor mensual Jornada ordinaria diurna		\$ 2.000.000	
Auxilio de transporte		N/A	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 2.000.000
PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS			
Cesantias (mensual)	8,33%	\$ 166.600	
Prima de servicios (mensual)	8,33%	\$ 166.600	
Interés a la cesantía (mensual)	1,00%	\$ 20.000	
Dotación (mensual)	N/A	N/A	
Vacaciones (Mensual)	3,79%	\$ 75.800	
TOTAL PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS	21,45%		\$ 429.000
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	2,00%	\$ 40.000	
ICBF	3,00%	\$ 60.000	
Caja de compensación familiar	4,00%	\$ 80.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	9,00%	\$ 180.000	\$ 360.000
TRANSFERENCIAS			
Fondo de Pensiones	16,00%	\$ 320.000	
Salud EPS	12,50%	\$ 250.000	
ARP	0,52%	\$ 10.440	
TOTAL TRANSFERENCIAS	29,02%		\$ 580.440
COSTO TOTAL M.O JORNADA DIURNA			\$ 3.369.440
FACTOR PRESTACIONAL			59,47%
DESCUENTOS AL TRABAJADOR	PORCENTAJE	VALOR	TOTAL
Pensión de vejez	4,00%	\$ 80.000	
Salud	4,00%	\$ 80.000	
TOTAL DESCUENTOS	8,00%	\$ 160.000	
SALARIO BASE			\$ 2.000.000
SALARIO PAGADO			\$ 1.840.000

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 18 Valor mensual nomina asistente administrativo

Valor mensual nomina asistente administrativo			
CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	ACUMULADO
Valor mensual Jornada ordinaria diurna		\$ 1.250.000	
Auxilio de transporte		\$ 88.211	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 1.338.211
PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS			
Cesantias (mensual)	8,33%	\$ 111.473	
Prima de servicios (mensual)	8,33%	\$ 111.473	
Interés a la cesantía (mensual)	1,00%	\$ 13.382	
Dotación (mensual)	4,75%	\$ 63.565	
Vacaciones (Mensual)	3,79%	\$ 50.718	
TOTAL PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS	26,20%		\$ 350.611
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	2,00%	\$ 25.000	
ICBF	3,00%	\$ 37.500	
Caja de compensación familiar	4,00%	\$ 50.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	9,00%	\$ 112.500	\$ 225.000
TRANSFERENCIAS			
Fondo de Pensiones	16,00%	\$ 200.000	
Salud EPS	12,50%	\$ 156.250	
ARP	2,44%	\$ 30.450	
TOTAL TRANSFERENCIAS	30,94%		\$ 386.700
COSTO TOTAL M.O JORNADA DIURNA			\$ 2.300.522
FACTOR PRESTACIONAL			66,14%
DESCUENTOS AL TRABAJADOR	PORCENTAJE	VALOR	TOTAL
Pensión de vejez	4,00%	\$ 50.000	
Salud	4,00%	\$ 50.000	
TOTAL DESCUENTOS	8,00%	\$ 100.000	
SALARIO BASE			\$ 1.338.211
SALARIO PAGADO			\$ 1.238.211

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 19 Valor mensual nomina mecánico de motos líder

Valor mensual nomina mecánico de motos líder			
CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	ACUMULADO
Valor mensual Jornada ordinaria diurna		\$ 1.400.000	
Auxilio de transporte		\$ 88.211	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 1.488.211
PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS			
Cesantias (mensual)	8,33%	\$ 123.968	
Prima de servicios (mensual)	8,33%	\$ 123.968	
Interés a la cesantía (mensual)	1,00%	\$ 14.882	
Dotación (mensual)	N/A	N/A	
Vacaciones (Mensual)	3,79%	\$ 56.403	
TOTAL PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS	21,45%		\$ 319.221
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	2,00%	\$ 28.000	
ICBF	3,00%	\$ 42.000	
Caja de compensación familiar	4,00%	\$ 56.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	9,00%	\$ 126.000	\$ 252.000
TRANSFERENCIAS			
Fondo de Pensiones	16,00%	\$ 224.000	
Salud EPS	12,50%	\$ 175.000	
ARP	0,52%	\$ 7.308	
TOTAL TRANSFERENCIAS	29,02%		\$ 406.308
COSTO TOTAL M.O JORNADA DIURNA			\$ 2.465.740
FACTOR PRESTACIONAL			59,47%
DESCUENTOS AL TRABAJADOR	PORCENTAJE	VALOR	TOTAL
Pensión de vejez	4,00%	\$ 56.000	
Salud	4,00%	\$ 56.000	
TOTAL DESCUENTOS	8,00%	\$ 112.000	
SALARIO BASE			\$ 1.488.211
SALARIO PAGADO			\$ 1.376.211

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 20 Valor mensual nomina mecánico de motos

Valor mensual nomina mecánico de motos			
CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	ACUMULADO
Valor mensual Jornada ordinaria diurna		\$ 1.100.000	
Auxilio de transporte		\$ 88.211	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 1.188.211
PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS			
Cesantías (mensual)	8,33%	\$ 98.978	
Prima de servicios (mensual)	8,33%	\$ 98.978	
Interés a la cesantía (mensual)	1,00%	\$ 11.882	
Dotación (mensual)	4,75%	\$ 56.440	
Vacaciones (Mensual)	3,79%	\$ 45.033	
TOTAL PRESTACIONES SOCIALES LEGALES DIRECTAS	26,20%		\$ 311.311
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	2,00%	\$ 22.000	
ICBF	3,00%	\$ 33.000	
Caja de compensación familiar	4,00%	\$ 44.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	9,00%	\$ 99.000	\$ 198.000
TRANSFERENCIAS			
Fondo de Pensiones	16,00%	\$ 176.000	
Salud EPS	12,50%	\$ 137.500	
ARP	2,44%	\$ 26.796	
TOTAL TRANSFERENCIAS	30,94%		\$ 340.296
COSTO TOTAL M.O JORNADA DIURNA			\$ 2.037.818
FACTOR PRESTACIONAL			66,14%
DESCUENTOS AL TRABAJADOR	PORCENTAJE	VALOR	TOTAL
Pensión de vejez	4,00%	\$ 44.000	
Salud	4,00%	\$ 44.000	
TOTAL DESCUENTOS	8,00%	\$ 88.000	
SALARIO BASE			\$ 1.188.211
SALARIO PAGADO			\$ 1.100.211

(Fuente: Elaboración propia)

10. Análisis administrativo

10.1. Direccionamiento estratégico

Moto Damas busca cautivar al género femenino a través de la innovación y la calidad de sus servicios, se sustenta en servicios y en personal integro con alto valor percibido, con las suficientes garantías para dar seguridad a todos, comprometida con un esquema de sostenibilidad que involucra a todos sus grupos de interés.

10.1.1. Misión, Visión, Valores

Misión

Moto Damas es un taller amigable con las mujeres, dedicado a ofrecer servicios integrados a las usuarias de motocicleta (mantenimiento, reparación) reconociéndose por asegurar la más alta calidad y el mejor respaldo a precios justos, con un equipo humano ético, integral, comprometido y competente que brinda un servicio transparente.

Visión

En 2023, ser reconocidos como el mejor taller integral e innovador para motocicletas de bajo cilindraje, especializado en el género femenino a nivel departamental.

Valores

Trabajo en equipo

Contribuimos con pasión en todos los procesos, además buscamos con nuestro trabajo individual y colectivo la unión del equipo para lograr los mejores resultados.

Respeto

Respetamos y consideramos las iniciativas de cada uno, ofrecemos un trato digno, sincero y comprensivo donde aceptamos la crítica para seguir creciendo y desempeñando un rol importante en el logro de nuestras metas.

Transparencia

Valoramos las posibilidades y el alcance que puede tener la Responsabilidad social corporativa en la empresa, generamos confianza entre todos los que de alguna manera tienen relación con la entidad, colaboradores, clientes, proveedores, accionistas o la sociedad.

Mejora continua

Ofrecemos mejoramiento constante en los servicios y en todos los procesos de la empresa, buscamos ofrecer servicios oportunos y más rápidos, utilizando los computadores, la tecnología.

Orientación al cliente

Nos orientamos decididamente a conocer las necesidades y deseos del género femenino y del cliente interno para llenar todas las expectativas, proporcionando los mejores servicios.

10.1.2. Modelo de negocio

Para nuestro modelo de negocio se propone la metodología CANVAS que consiste en completar 9 módulos que interactúan entre sí para reflejar la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos así:

Tabla 21 Modelo de negocio

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
Taller de motos HONSUCA Venta de accesorios para dama Moto Racing	Prestación de un servicio amigable con las damas, trabajo en equipo, respeto, transparencia, mejora continua y orientación al cliente.	Asegurar las más alta calidad a precios justos, equipo humano ético, integral comprometido y competente que brinda un servicio transparente y confiable.	Fluidez de comunicación con el Cliente, asesorías por expertos, tips para el cuidado de su moto, recordatorios, servicio pre y post- venta	Mujeres adultas entre 27 y 42 años pertenecientes a los estratos 1 y 2 de Santander de Quilichao.
	Recursos claves Personal profesional, publicidad, redes inalámbricas, infraestructura.		Canales Perifoneo en el municipio, redes sociales, pagina web, correos electrónicos.	
Estructura de coste Adquisición de todos sus activos, pago de personal, pago de servicios públicos, costos de adecuación, adquisición de repuestos y pago de impuestos.		Fuentes de Ingreso Nuestro servicio se monetizara en efectivo y por medio de una terminal de pagos para tarjetas débito o crédito.		

(Fuente: Elaboración propia)

10.1.3. Matriz DOFA

Tabla 22 Matriz DOFA

MATRIZ	DOFA
FORTALEZAS • Buena imagen interna y externa • Tiempo de calidad en asesoría • Personal Capacitado	OPORTUNIDADES • Instituciones educativas • Suficiente segmento de mercado • Industria del entorno • Estabilidad laboral • Suficiente población laborando • Producción más limpia(medio ambiente)
DEBILIDADES • Ubicación • Precios altos • Capital de trabajo	AMENAZAS • Competidores • Contingencias • Seguridad • Riesgos por problemas de orden publico • Inflación

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 23 Análisis DOFA

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
• Aprovechar el crecimiento de mercado basándonos en la buena imagen de la empresa. • Contactar personal capacitado haciendo convenios con las instituciones de capacitación del entorno. • Fortalecer tiempos de calidad en asesoría para fidelizar el segmento de mercado.	• Aumentar capacidad de trabajo debido al constante flujo de efectivo y la capacidad de pago que se obtiene de la industria en el entorno. • Aprovechar la ubicación un poco alejada para evitar el entorno hostil de la competencia. • Mejorar precios de venta para aprovechar al máximo el segmento de mercado.
ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
• Disminución de riesgo por ubicación al contratar personal muy capacitado y expertos que asesoren efectivamente. • Generación de alternativas para cuando se presenten contingencias. • Obtener mayor seguridad al tener comunicación efectiva con el cuadrante (policía del sector).	• Aumentar campañas publicitarias para reducir riesgos por ubicación. • Permanecer a la vanguardia en cuanto a tecnología, equipos y procedimientos para evitar demoras y deficiencia en servicio. • Sostener un buen sistema de precios con la ayuda de un gran proveedor para que la afectación por la inflación no sea tan fuerte.

(Fuente: Elaboración propia)

10.1.4. Estrategia de asociatividad

El ideal será unir las fortalezas entre 3 organizaciones como lo son: Moto Damas, HONSUCA y Moto Racing logrando eficiencia y beneficios para todos.

Lo que se desea con esta asociatividad es utilizar la fortaleza de la empresa HONSUCA la cual está en vender repuestos de excelente calidad a excelente precio proveyéndonos a diario para el cumplimiento de reparaciones efectivas evitándonos el costo de almacenaje y la logística de custodiar una gran cantidad de repuestos también se utilizara la fortaleza de la empresa Moto Damas servicio integral y amigable con el género femenino la cual está en solucionar de forma inmediata los requerimientos de las mujeres que sean re direccionadas por la empresa asociada y las cuales no puedan ser atendidas por la misma se atenderán con trato integral brindando una solución práctica al problema de HONSUCA, falta de espacio y equipo de trabajo. Para que esta asociación sea exitosa se requiere que haya una participación voluntaria, acuerdo formal, objetivo común, recursos complementarios. Por otra parte apoyarnos en la empresa Moto Racing la cual ofrece indumentaria para las Damas como lo son chaquetas, cascos de moda, guantes especiales, blusas de moteras, a la cual le tendremos un espacio (vitricas), en nuestra empresa para que ofrezcan sus productos y así Moto Damas poder dedicarse expresamente a la prestación del servicio en mención.

10.2. Estructura

10.2.1. Organigrama

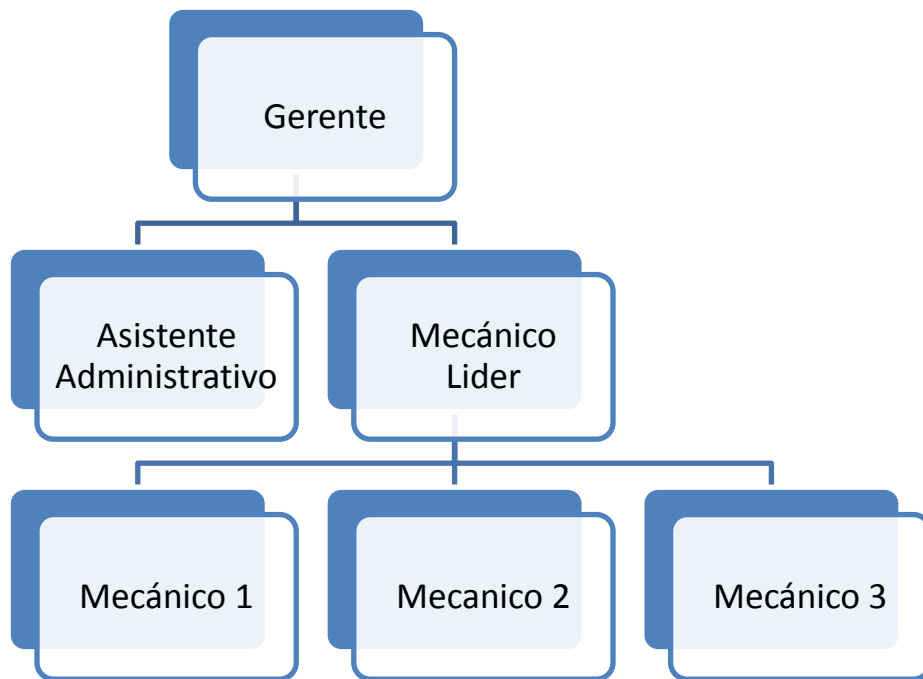


Figura 25. Organigrama Fuente: Elaboración propia

10.2.2. Manual de funciones

Tabla 24. Perfil de cargo gerente

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: Gerente	DEPENDENCIA: Gerencia
NIVEL FUNCIONAL: Estratégico	NUMERO DE CARGOS: Uno
OBJETIVOS DEL CARGO	
Actuar como representante legal de la empresa, fijando políticas operativas, administrativas y de calidad de acuerdo a parámetros establecidos, garantizando la eficiente operación de la organización en el marco de los lineamientos legales y reglamentarios vigentes relacionados con las actividades que realiza la empresa, planificar y realizar el marketing, ser negociador de medios, diseñar investigaciones publicitarias y conducir la transformación de las propuestas de campañas en piezas finales para su divulgación.	
FUNCIONES	
Dirigir la empresa de acuerdo a la misión, visión y valores corporativos. Conocer el estado de las finanzas y liquidez de la organización fijando prioridades para el uso de los recursos. Velar por la utilización eficiente de los recursos humanos, técnicos y financieros. Determinar políticas de contratación de personal competente. Desarrollar estrategias y actividades conducentes a sostener el clima organizacional y condiciones laborales. Articular el trabajo que realizan los diferentes niveles de la organización. Elaborar la publicidad de la empresa, regido por los estándares de la misma. Ser el estratega, creativo gráfico y visual de la empresa. Implementar estrategias que permitan conocer lo que las damas desean. Disponer de las herramientas necesarias para garantizar en cualquier instancia, que los procesos se efectuaran de forma segura y eficaz. Construir una identidad única para la organización dentro de los consumidores. Realizar un informe semanal de las actividades realizadas.	

Mantener su área de trabajo en perfecto orden y aseo.

COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Orientación al resultado

Orientación y servicio al cliente

Compromiso con la organización

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES

Aprendizaje continuo

Experticia profesional

Trabajo en equipo y colaboración

Creatividad e innovación

Toma de decisiones

PERFIL REQUERIDO

Título universitario en administración de empresas con formación o énfasis en publicidad la cual se puede homologar con experiencia certificada en áreas similares

EXPERIENCIA LABORAL

1 año de experiencia profesional en cargo gerencial.

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 25. Perfil de cargo asistente administrativo.

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: Asistente administrativo	DEPENDENCIA: Administración y finanzas
NIVEL FUNCIONAL: Estratégico	NUMERO DE CARGOS: Uno
OBJETIVOS DEL CARGO	
Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social, asesorías acertadas en temas de mantenimientos y reparación.	
MANUAL DE FUNCIONES	
Realizar pedidos de repuestos a la empresa asociada.	
Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas.	
Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa.	
Atender todas aquellas personas que requieran asesoría.	
Mantener actualizados los documentos legales de la organización y entregar al personal que lo requiera.	
Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social.	
Revisión de la contabilización de los documentos.	
Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora para su prevención.	
Recibir los pagos de los servicios realizados.	
Consignar los pagos de los colaboradores.	
Colaboración continúa en otras labores asignadas por su jefe inmediato.	
Mantener su área de trabajo en perfecto orden y aseo.	
Controlar un pequeño stock de inventarios en repuestos básicos, seguimiento de sus ventas y sus nuevas compras para una solución rápida y efectiva a las damas.	
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	
Orientación y servicio al cliente.	
Compromiso con la organización.	
Comunicación asertiva.	

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES

Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.

Aprendizaje continuo.

Trabajo en equipo y colaboración.

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

Manejo de los programas de Office (Word, Excel).

Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria.

Manejo de herramientas de oficina.

Conocimiento como mínimo de un programa contable.

Conocimiento de los sistemas de gestión medio ambiental.

Conocimiento en mecánica básica.

PERFIL REQUERIDO

Estudiante de nivel técnico, tecnológico o en formación profesional de primeros semestres, certificados en el área de Contaduría Pública, curso básico de mecánica y reparación de motos.

EXPERIENCIA LABORAL

1 año de experiencia en asesorías.

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 26. Perfil de cargo mecánico de motos líder.

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: Mecánico de motos líder	DEPENDENCIA: Planta
NIVEL FUNCIONAL: Operativo	NUMERO DE CARGOS: Uno
OBJETIVOS DEL CARGO	
Gestionar el servicio de reparación o mantenimiento de motocicletas, organizando y ejecutando el proceso de diagnóstico, reparación y mantenimiento, operando instrumentos y equipamiento de medición, asesorar a las damas realizando el diagnóstico explicando el servicio a realizar y entregando tips para el mejor cuidado de sus motos.	
FUNCIONES	
Gestionar el servicio y atender al cliente. Diagnosticar, reparar y mantener sistemas de encendido y alimentación de combustible, el motor y sus componentes, sistemas de frenos, sistemas de dirección, sistemas de suspensión y amortiguación, sistemas de transmisiones finales, sistemas arranque y carga, sistemas eléctricos y electrónicos, organizar y gestionar el taller para la prestación de los servicios de mantenimiento y/o reparaciones de todos los sistemas de la motocicleta en general. Asesorar a las damas realizando el diagnóstico explicando el servicio a realizar y entregando tips para el mejor cuidado de sus motos. Supervisar el trabajo realizado por los demás mecánicos. Mantener su área de trabajo en perfecto orden y aseo.	
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	
Orientación y servicio al cliente. Compromiso con la organización. Comunicación asertiva.	
COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad. Aprendizaje continuo. Trabajo en equipo y colaboración.	

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

Mecánica de motos profesional.

Manejo de herramientas de oficina.

Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece.

Manejo de personal.

Asesorías al cliente.

PERFIL REQUERIDO

Profesional en mecánica de motos, especialista en atención al cliente.

EXPERIENCIA LABORAL

3 años de experiencia en mecánica de motos con personal a su cargo.

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 27. Perfil de cargo mecánico de motos.

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: Mecánico de motos	DEPENDENCIA: Planta
NIVEL FUNCIONAL: Operativo	NUMERO DE CARGOS: Tres
OBJETIVOS DEL CARGO	
Gestionar el servicio de reparación o mantenimiento de motocicletas, organizando y ejecutando el proceso de diagnóstico, reparación y mantenimiento, operando instrumentos y equipamiento de medición, asesorar a las damas realizando el diagnóstico explicando el servicio a realizar y entregando tips para el mejor cuidado de sus motos.	
FUNCIONES	
Gestionar el servicio y atender al cliente. Diagnosticar, reparar y mantener sistemas de encendido y alimentación de combustible, el motor y sus componentes, sistemas de frenos, sistemas de dirección, sistemas de suspensión y amortiguación, sistemas de transmisiones finales, sistemas arranque y carga, sistemas eléctricos y electrónicos, organizar y gestionar el taller para la prestación de los servicios de mantenimiento y/o reparaciones de todos los sistemas de la motocicleta en general. Mantener su área de trabajo en perfecto orden y aseo.	
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	
Compromiso con la organización. Comunicación asertiva.	
COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad. Aprendizaje continuo. Trabajo en equipo y colaboración.	
CONOCIMIENTOS ESENCIALES	
Técnico en mecánica de motos. Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece.	
PERFIL REQUERIDO	
Técnico en mecánica de motos.	

EXPERIENCIA LABORAL

1año de experiencia en mecánica de motos.

(Fuente: Elaboración propia)

10.3. Aspectos legales

10.3.1. Constitución legal de la empresa

Esta empresa Moto Damas, se creara bajo la figura comercial de S.A.S, Sociedad por Acciones Simplificada considerando sus múltiples ventajas:

Ventajas de la S.A.S.

Se puede crear la reglamentación para el funcionamiento de la sociedad.

La responsabilidad de un accionista se limita al monto de sus aportes.

No existe un límite en cuanto al número mínimo o máximo de accionistas.

El proceso de constitución es fácil.

No se requiere establecer una duración determinada.

Se permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito.

No se requiere revisor fiscal.

El trámite de liquidación es muy fácil.

Ahorro de tiempo y dinero por parte de los propietarios.

Tramites de legalización empresa S.A.S.

Consultar nombre de la empresa en las cámaras y comercio a nivel nacional, consultar acerca de usos del suelo, consulta antecedentes de marca, minuta de documentos privados.

Registro mercantil, registro RUT, solicitud de facturación, matrícula.

Se debe llevar registro de libros contables, libros de accionistas y actas, registros de proponentes.

Se concluye que el proyecto de empresa se constituirá legalmente como una S.A.S. debe contar con una estructura organizacional sencilla, de tipo lineal y funcional a las necesidades y requerimientos del mapa de procesos y flujograma de actividades.

Tabla 28 Gastos legales de constitución

Gastos legales de constitución		
Descripción	Entidad	Valor
Constitución de sociedad	Cámara de comercio	\$ 34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$ 70.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$ 131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$ 4.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$ 12.000
	TOTAL	\$ 251.500

(Fuente: Elaboración propia)

10.4. Gastos administrativos

10.4.1. Gastos de personal

Tabla 29 Gastos de personal

Gastos de personal		
Cargo	Salario base	Salario básico + prestaciones de ley
Gerente	\$ 2.000.000	\$ 3.369.440
Asistente administrativo	\$ 1.250.000	\$ 2.300.522
	TOTAL MENSUAL	\$ 5.669.962

(Fuente: Elaboración propia)

11. ANÁLISIS FINANCIERO

11.1. Costos

11.1.1. Costos de producción

Se realizan mensualmente 48 reparaciones

Tabla 30 Costos de producción reparación

Costos de producción Reparación					
Cantidad	unidad de medida	Elementos del costo	Precio	Costo fijo	Costo variable
192	Horas	Mano de obra promedio	\$2.465.740		\$ 2.465.740
1	Mes	Gasto teléfono	\$ 17.500	\$ 17.500	
1	Mes	Energía eléctrica	\$ 17.500	\$ 17.500	
		Totales	\$2.500.740	\$ 35.000	\$ 2.465.740

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 31 Costo unitario reparación

costo por unidad	Costo
Costo fijo unitario	\$ 729
Costo variable unitario	\$ 51.370
Costo total unitario Reparación	\$ 52.099

(Fuente: Elaboración propia)

96 mantenimientos,

Tabla 32 Costo de producción mantenimiento

Costos de producción Mantenimiento					
Cantidad	unidad de medida	Elementos del costo	Precio	Costo fijo	Costo variable
192	Horas	Mano de obra promedio	\$2.037.818		\$ 2.037.818
1	Mes	Gasto teléfono	\$ 17.500	\$ 17.500	
1	Mes	Energía eléctrica	\$ 17.500	\$ 17.500	
		Totales	\$2.072.818	\$ 35.000	\$ 2.037.818

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 33 Costo unitario mantenimiento

costo por unidad	Costo
Costo fijo unitario	\$ 365
Costo variable unitario	\$ 21.227
Costo total unitario Mantenimiento	\$ 21.592

(Fuente: Elaboración propia)

72 reparaciones parciales mensuales

Tabla 34 Costo de producción reparaciones parciales

Costos de producción Reparaciones parciales					
Cantidad	unidad de medida	Elementos del costo	Precio	Costo fijo	Costo variable
192	Horas	Mano de obra promedio	\$2.037.818		\$ 2.037.818
1	Mes	Gasto teléfono	\$ 17.500	\$ 17.500	
1	Mes	Energía eléctrica	\$ 17.500	\$ 17.500	
		Totales	\$2.072.818	\$ 35.000	\$ 2.037.818

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 35 Costo unitario reparaciones parciales

costo por unidad	Costo
Costo fijo unitario	\$ 486
Costo variable unitario	\$ 28.303
Costo total unitario reparación parcial	\$ 28.789

(Fuente: Elaboración propia)

216 mantenimientos parciales mensuales

Tabla 36 Costos de producción mantenimientos parciales

Costos de producción mantenimientos parciales					
Cantidad	unidad de medida	Elementos del costo	Precio	Costo fijo	Costo variable
192	Horas	Mano de obra promedio	\$2.037.818		\$ 2.037.818
1	Mes	Gasto teléfono	\$ 17.500	\$ 17.500	
1	Mes	Energía eléctrica	\$ 17.500	\$ 17.500	
		Totales	\$2.072.818	\$ 35.000	\$ 2.037.818

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 37 Costo unitario mantenimiento parcial

costo por unidad	Costo
Costo fijo unitario	\$ 162
Costo variable unitario	\$ 9.434
Costo total unitario reparación parcial	\$ 9.596

(Fuente: Elaboración propia)

Con la información de las tablas anteriores se determinan los costos de producción así:

Reparación: \$ 52.099

Mantenimiento: \$ 21.592

Reparación parcial: \$ 28.789

Mantenimiento parcial: \$ 9.596

11.1.2. Costos y gastos de administración

Tabla 38 Costos y gastos de administración

Costos y gastos de administración	
Mano de obra indirecta	\$ 5.669.962
Materiales de oficina	\$ 50.000
Cuentas de teléfono	\$ 30.000
Alquiler del local	\$ 500.000
Servicios públicos	\$ 130.000
Publicidad	\$ 300.000
Total	\$ 6.679.962

(Fuente: Elaboración propia)

11.1.3. Costos de ventas

Tabla 39 Costos de ventas reparación

Costos de ventas reparación	
costo de producción reparación mensual	\$ 2.500.740
Costos y gastos de administración	\$ 1.669.990
Costos de ventas totales	\$ 4.170.730
Total reparaciones mensuales	48
Costo de venta unitario de reparación	\$ 86.890

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 40 Costos de ventas Mantenimiento

Costos de ventas mantenimiento	
costo de producción reparación mensual	\$ 2.037.818
Costos y gastos de administración	\$ 1.669.990
Costos de ventas totales	\$ 3.707.808
Total mantenimientos mensuales	96
Costo de venta unitario de mantenimiento	\$ 38.623

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 41 Costos de ventas reparaciones parciales

Costos de ventas reparaciones parciales	
costo de producción reparación mensual	\$ 2.037.818
Costos y gastos de administración	\$ 1.669.990
Costos de ventas totales	\$ 3.707.808
Total reparaciones parciales mensuales	72
Costo de venta unitario Rep. Parcial	\$ 51.497

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 42 Costos de ventas mantenimientos parciales

Costos de ventas mantenimientos parciales	
costo de producción reparación mensual	\$ 2.037.818
Costos y gastos de administración	\$ 1.669.990
Costos de ventas totales	\$ 3.707.808
Total mantenimientos parciales mensuales	216
Costo de venta unitario Mtto. Parcial	\$ 17.166

(Fuente: Elaboración propia)

Con la información de las tablas anteriores se determinan los costos de ventas así:

Reparación: \$ 86.890

Mantenimiento: \$ 38.623

Reparación parcial: \$ 51.497

Mantenimiento parcial: \$ 17.166

11.2. Capital de trabajo

Tabla 43 Capital de trabajo

Capital de trabajo				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Arrendamiento Local/ 2 meses	M2	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
Adecuación	M2	100	\$ 12.000	\$ 1.200.000
Publicidad inicial	unidad	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Promedio Mano de obra directa e indirecta(6 personas) 2 meses	unidad	2	\$ 7.950.000	\$ 15.900.000
Activos fijos	unidad	1	\$ 12.442.100	\$ 12.442.100
Cámara de comercio	unidad	1	\$ 251.500	\$ 251.500
Repuestos básicos	unidad	1	\$ 2.513.000	\$ 2.513.000
Gastos de emergencia	unidad	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
			TOTAL	\$ 38.306.600

(Fuente: Elaboración propia)

Para este cálculo consideramos los requerimientos necesarios en cuanto a sueldos, gastos iniciales, inventario inicial, repuestos básicos entre otros para un total de \$ 38.306.600.

11.2.1. Punto de equilibrio

Haciendo referencia al total de unidades que debemos producir para estar en equilibrio, haciendo uso de la siguiente formula: $QE = CF / (VV - CVU)$

Donde

QE= Cantidad d equilibrio

CF= Costos fijos

VV= Valor de venta unitario

CVU= Costo variable unitario

Reemplazando para reparaciones

$$QE = 1.680.000/150.000 - 51.370$$

$$QE = 1.680.000/98.630$$

$$QE = 17$$

O sea que para llegar al punto de equilibrio se deben realizar 17 reparaciones.

Reemplazando para mantenimientos

$$QE = 1.680.000/120.000 - 21.227$$

$$QE = 1.680.000/98.773$$

$$QE = 17$$

O sea que para llegar al punto de equilibrio se deben realizar 17 mantenimientos

Reemplazando para reparaciones parciales

$$QE = 1.680.000/130.000 - 28.303$$

$$QE = 1.680.000/101.697$$

$$QE = 16$$

O sea que para llegar al punto de equilibrio se deben realizar 16 reparaciones parciales.

Reemplazando para mantenimientos parciales

$$QE = 1.680.000/27.000 - 9.434$$

$$QE = 1.680.000/17.566$$

$$QE = 95$$

O sea que para llegar al punto de equilibrio se deben realizar 95 mantenimientos parciales.

Tabla 44 Cantidad equilibrio

Descripción	Cantidad equilibrio
Reparación	17
Mtto	17
Reparación parcial	16
Mtto parcial	95

(Fuente: Elaboración propia)

A partir de esta cantidad de servicios mi empresa es rentable, lo que indica que Moto Damas está en la capacidad de producir una cantidad de servicios superior a la señalada en el punto de equilibrio generando utilidades.

11.3. Presupuestos

11.3.1. Presupuesto de Ingresos

Teniendo en cuenta servicios que en promedio tienen un costo a las damas de 78,500 pesos se genera un presupuesto de ingresos así:

Tabla 45 Presupuesto de ingresos

Presupuesto ingresos						
Crecimiento de ventas 5% anual	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	Año 5
Ventas pronosticadas (servicios año)	0	3474	3648	3830	4022	4223
Ventas en efectivo	\$ -	\$ 272.709.000	\$ 286.368.000	\$ 300.655.000	\$ 315.727.000	\$ 331.505.500
ventas repuestos almacén (anuales)	\$ -	\$ 30.156.000	\$ 31.663.800	\$ 33.246.990	\$ 34.909.339	\$ 36.654.805
Ingresos totales	\$ -	\$ 302.865.000	\$ 318.031.800	\$ 333.901.990	\$ 350.636.339	\$ 368.160.305

(Fuente: Elaboración propia)

La tabla anterior muestra las proyecciones de ventas que se espera obtener por los servicios ofrecidos.

11.3.2. Presupuesto de compras

Como presupuesto de compras se tiene programada una inversión inicial de 2.513.000 pesos que será invertida en repuestos básicos como son: manubrios, llantas, kits de arrastre, tacómetros, guayas, luces, suspensiones, baterías como se muestra en la tabla del capítulo 9.3.2 plan de compras.

11.3.3. Presupuesto de personal

Tabla 46 Presupuesto de personal

Presupuesto de personal						
MOI	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3 (+ 6%)	año 4 (+ 6%)	Año 5 (+ 6%)
Gerente	1	\$ 40.433.280	\$ 42.859.277	\$ 45.430.833	\$ 48.156.683	\$ 51.046.084
Asistente administrativo	1	\$ 27.606.264	\$ 29.262.640	\$ 31.018.398	\$ 32.879.502	\$ 34.852.272
MOD						
Mecánico líder	1	\$ 29.588.880	\$ 31.364.213	\$ 33.246.066	\$ 35.240.830	\$ 37.355.279
Mecánico	3	\$ 73.361.448	\$ 77.763.135	\$ 82.428.923	\$ 87.374.658	\$ 92.617.138
Total anual		\$ 170.989.872	\$ 181.249.264	\$ 192.124.220	\$ 203.651.673	\$ 215.870.774

(Fuente: Elaboración propia)

11.4. Estados Financieros Proyectados

11.4.1. Flujo de Caja

Tabla 47 Flujo de caja

Flujo de caja												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso de caja	15858000	16250500	17585000	18998000	20960500	22059500	24414500	27319000	31636500	35090500	35718500	36974500
Total servicios	13345000	13737500	15072000	16485000	18447500	19546500	21901500	24806000	29123500	32577500	33205500	34461500
Cantidad (Servicios)	170	175	192	210	235	249	279	316	371	415	423	439
Precio (promedio)	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500
Ventas	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000
Aportes capital												
Egresos de caja	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000	9474000
Nomina	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000
Cantidad (personal)	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Transporte	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000
Costos fijos	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000
Arriendo	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000
Servicios	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000
Internet	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000
Teléfono	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000
Publicidad	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000
Flujo del mes	6384000	6776500	8111000	9524000	11486500	12585500	14940500	17845000	22162500	25616500	26244500	27500500
Flujo acumulado	6384000	13160500	21271500	30795500	42282000	54867500	69808000	87653000	109815500	135432000	161676500	189177000

(Fuente: Elaboración propia)

11.5. Fuentes de Financiación

Con capital financiado por préstamo en banco Itaú

Tabla 48 Fuentes de financiación

Financiación banco Itaú						
	Entidad financiera	Banco Itaú				
	Préstamo	\$ 19.000.000				
	Interés mes vencido	1,40%				
	# de pagos anuales	12				
	Inicio del préstamo	04/06/2018				
	Pago programado	\$ 1.743.330				
	# real de pagos	12				
	Interés total	\$ 1.919.960				
Pago #	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Capital	Intereses	Saldo final
1	04/07/2018	\$ 19.000.000	\$ 1.743.330	\$ 1.455.861	\$ 287.469	\$ 17.544.139
2	04/08/2018	\$ 17.544.139	\$ 1.743.330	\$ 1.477.888	\$ 265.442	\$ 16.066.251
3	04/09/2018	\$ 16.066.250	\$ 1.743.330	\$ 1.500.249	\$ 243.081	\$ 14.566.001
4	04/10/2018	\$ 14.566.061	\$ 1.743.330	\$ 1.522.947	\$ 220.383	\$ 13.043.114
5	04/11/2018	\$ 13.043.054	\$ 1.743.330	\$ 1.545.990	\$ 197.340	\$ 11.497.064
6	04/12/2018	\$ 11.497.064	\$ 1.743.330	\$ 1.569.380	\$ 173.950	\$ 9.927.684
7	04/01/2019	\$ 9.927.684	\$ 1.743.330	\$ 1.593.125	\$ 150.205	\$ 8.334.559
8	04/02/2019	\$ 8.334.559	\$ 1.743.330	\$ 1.617.229	\$ 126.101	\$ 6.717.330
9	04/03/2019	\$ 6.717.331	\$ 1.743.330	\$ 1.641.697	\$ 101.633	\$ 5.075.634
10	04/04/2019	\$ 5.075.633	\$ 1.743.330	\$ 1.666.536	\$ 76.794	\$ 3.409.097
11	04/05/2019	\$ 3.409.097	\$ 1.743.330	\$ 1.691.751	\$ 51.579	\$ 1.717.346
12	04/06/2019	\$ 1.717.347	\$ 1.743.330	\$ 1.691.363	\$ 25.983	\$ -

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 49 Flujo de caja con financiación

Flujo de caja con financiación												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso de caja	15858000	16250500	17585000	18998000	20960500	22059500	24414500	27319000	31636500	35090500	35718500	36974500
Total servicios	13345000	13737500	15072000	16485000	18447500	19546500	21901500	24806000	29123500	32577500	33205500	34461500
Cantidad (Servicios)	170	175	192	210	235	249	279	316	371	415	423	439
Precio (promedio)	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500	78500
Ventas	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000	2513000
Aportes capital												
Egresos de caja	9474000	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960	11393960
Nomina	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000	7950000
Cantidad (personal)	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Financiación	0	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960	1919960
Transporte	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000	324000
Costos fijos	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000	1200000
Arriendo	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000	500000
Servicios	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000
Internet	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000
Teléfono	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000
Publicidad	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000
Flujo del mes	6384000	4856540	6191040	7604040	9566540	10665540	13020540	15925040	20242540	23696540	24324540	25580540
Flujo acumulado	6384000	11240540	17431580	25035620	34602160	45267700	58288240	74213280	94455820	118152360	142476900	168057440

(Fuente: Elaboración propia)

12. EVALUACION DEL PROYECTO

12.1. Análisis de riesgo

Tabla 50 Análisis de riesgo

PLAN DE RIESGOS				
Equipo	Tipo de riesgo	Riesgo	Contramedida	Responsable
Moto Damas	Medio	Ubicación	Reforzar campañas publicitarias para reducir riesgos por ubicación	Gerente
Moto Damas	Medio	Precios altos	Estrategias de asociatividad con las mejores empresas en el sector, obteniendo repuestos económicos y de alta calidad.	Gerente
Moto Damas	Medio	Capital de trabajo	Obtener financiación de la entidad que más baja tenga su tasa de interés	Gerente
Moto Damas	Medio	Competidores	Influir en los clientes con asesorías de calidad para generar confianza y constancia aislándolos de los competidores	Asistente administrativa
Moto Damas	Alto	Contingencias	Empoderar al equipo para la toma de decisiones en caso de cualquier eventualidad	Gerente
Moto Damas	Alto	Seguridad	Obtener mayor seguridad al tener comunicación efectiva con el cuadrante (policía del sector).	Todo el equipo

(Fuente: Elaboración propia)

12.2. Evaluación económica

12.2.1. Razones financieras

Tabla 51 Liquidez

Liquidez			
Activos corrientes/ Pasivos corrientes			
	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Activos corrientes			
Ingresos servicios	\$13.345.000	13737500	15072000
Inventarios	\$ 2.513.000	2513000	2513000
Total activos corrientes	\$15.858.000	\$ 16.250.500	\$ 17.585.000
Pasivos corrientes			
Financiación	\$ 1.919.960	\$ 1.919.960	\$ 1.919.960
Arriendo	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Servicios	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Internet	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Teléfono	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Publicidad	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Transporte	\$ 324.000	\$ 324.000	\$ 324.000
Nomina	\$ 7.950.000	\$ 7.950.000	\$ 7.950.000
Total pasivos corrientes	\$11.393.960	\$ 11.393.960	\$ 11.393.960
Liquidez	1,39	1,43	1,54

(Fuente: Elaboración propia)

La liquidez financiera de una empresa es la capacidad que tiene de obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo por lo tanto, tenemos para el primer mes liquidez del 1.39%, para el segundo 1.43%, y un 1.49% para el tercero lo que muestra un buen aumento con lo transcurrido de los meses.

Tabla 52 Prueba acida

Prueba acida			
Activos corrientes-inventario/ Pasivos corrientes			
	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Activos corrientes			
Ingresos servicios	\$ 13.345.000	13737500	15072000
Total activos	\$ 13.345.000	\$ 13.737.500	\$ 15.072.000
Pasivos corrientes			
Financiación	\$ 1.919.960	\$ 1.919.960	\$ 1.919.960
Arriendo	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Servicios	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Internet	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Teléfono	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Publicidad	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Transporte	\$ 324.000	\$ 324.000	\$ 324.000
Nomina	\$ 7.950.000	\$ 7.950.000	\$ 7.950.000
Total pasivos corrientes	\$ 11.393.960	\$ 11.393.960	\$ 11.393.960
Liquidez	1,17	1,21	1,32

(Fuente: Elaboración propia)

La prueba acida es un indicador de la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, sin contar con la venta de sus existencias por lo tanto nuestra liquidez para el primer mes equivale al 1.17 %, al segundo mes 1.21 % y el tercer mes 1.32 %.

Tabla 53 Endeudamiento

Endeudamiento			
Pasivos totales/ Activos totales			
	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Activos totales			
Ingresos servicios	\$ 13.345.000	13737500	15072000
Inventarios	\$ 2.513.000	2513000	2513000
Activos fijos	\$ 12.442.100	\$ 12.442.100	\$ 12.442.100
Total activos	\$ 28.300.100	\$ 28.692.600	\$ 30.027.100
Pasivos totales			
Financiación	\$ 1.919.960	\$ 1.919.960	\$ 1.919.960
Arriendo	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Servicios	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Internet	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Teléfono	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Publicidad	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Transporte	\$ 324.000	\$ 324.000	\$ 324.000
Nomina	\$ 7.950.000	\$ 7.950.000	\$ 7.950.000
Pasivos totales	\$ 11.393.960	\$ 11.393.960	\$ 11.393.960
Endeudamiento	0,40	0,40	0,38

(Fuente: Elaboración propia)

Con lo anterior, se deduce que tenemos un nivel de endeudamiento del 40% para el primer y segundo mes que va disminuyendo en el tercer mes a un 38%.

Tabla 54 Deuda patrimonio

Deuda-Patrimonio	
Pasivos totales/ Patrimonio	
Año 1	
Patrimonio	
Aporte capital (socios)	\$ 19.306.600
Beneficios generados y no distribuidos	\$ 166.137.480
Patrimonio	\$ 185.444.080
Pasivos totales	
Financiación	\$ 23.039.520
Arriendo	\$ 6.000.000
Servicios	\$ 2.400.000
Internet	\$ 1.200.000
Teléfono	\$ 1.200.000
Publicidad	\$ 3.600.000
Transporte	\$ 3.888.000
Nomina	\$ 95.400.000
Total pasivos	\$ 136.727.520
Pasivo-capital	0,74

(Fuente: Elaboración propia)

La tabla anterior nos indica que los beneficios o utilidades brutas son el 26% ó \$48.716.560 hablando en pesos.

Tabla 55 Rentabilidad

Rentabilidad		
Margen de utilidad bruta		
Margen de utilidad bruta= Precio-costo/Precio		
Reparación	150000-86890/150000	42%
Mantenimiento	120000-38623/120000	67%
Reparación parcial	130000-51497/130000	60%
Mantenimiento parcial	27000-17166/27000	36%

(Fuente: Elaboración propia)

El beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios equivale a:

Reparación: 42%

Mantenimiento: 67%

Reparación parcial: 60%

Mantenimiento parcial: 36%

12.2.2. Valor presente neto

Con una inversión inicial de \$38.306.600 que genera un flujo neto de caja para el primer año de \$166.137.480 y de \$174.444.354 el segundo, calculamos el VPN sabiendo que $i = 5\%$

Así:

$$VPN = FE_1 / (1+i)^t$$

VPN= Valor presente neto

FE= Flujo efectivo periodo t

I= Tasa de interés

t= Periodo

$$VPN = -38.306.600 + 166.137.480/(1+0.05) + 174.444.354/(1+0.05)^2$$

$$VPN = -38.306.600 + 158.226.171 + 158.226.171$$

$$VPN = 278.145.742.$$

Los datos anteriores muestran que el VPN del proyecto presenta un valor de \$ 278.145.742 lo que resulta positivo y significa que el proyecto es completamente viable.

12.2.3. Tasa interna de retorno

La TIR es el tipo de interés que hace que mi VPN sea cero

Con una inversión inicial de \$38.306.600 que genera un flujo neto de caja para el primer año de \$166.137.480 y de \$174.444.354 el segundo, calculamos la TIR

Para que **no** se den unos números tan grandes se hará una conversión con los datos brindados

Así:

$$\text{\$ } 38.306.600 = 100$$

$$\text{\$ } 166.137.480 = 433$$

$$\text{\$ } 174.444.354 = 455$$

$$VPN = -100 + 433/(1+0.05) + 455/(1+0.05)^2$$

$$0 = -100 + 433/(1+TIR) + 455/(1+TIR)^2$$

$$0 = -100(1+TIR)^2 + 433(1+TIR) + 455$$

$$1+TIR = \frac{-433 \pm \sqrt{(433)^2 - 4 \cdot (-100) \cdot 455}}{2 \cdot (-100)}$$

$$1+TIR = \frac{433 \pm \sqrt{187.489 - 182000}}{200}$$

$$1+TIR = \frac{433 \pm \sqrt{5489}}{200}$$

$$1+TIR = \frac{433 + 74}{200}$$

$$1+TIR = \frac{507}{200}$$

$$1+TIR= 2.6$$

$$TIR= 1.6$$

$$TIR=16\%$$

La tasa de rentabilidad que ofrece esta inversión equivale al 16 %, lo que significa que el proyecto es viable.

13. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

13.1. Equipo de trabajo

Este equipo de trabajo llamado Moto Damas, estará conformado por seis integrantes que son: Gerente, asistente administrativa, mecánico líder y tres mecánicos más quienes tienen la responsabilidad de laborar en un ambiente armónico, siendo productivos al tiempo que cumplen con los objetivos comunes propuestos.

13.2. Cronograma y actividades

Tabla 56 Cronograma y actividades

Cronograma y actividades																								
Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Administrativos																								
Reclutamiento del equipo de gestión																								
Análisis y mejoras de procesos deficientes																								
Recursos humanos																								
Reclutamiento de personal operativo																								
Diseñar el plan anual de capacitaciones																								
Contables																								
Constitución de la empresa																								
Legalización de los libros																								
Logísticos																								
Alquiler del local																								
Compra de inmuebles																								
Ambientación del local																								
Contactar los aliados																								
Diseño de almacenamiento																								
Búsqueda de alternativas de aliados																								
Inventarios																								
Reporte de compras																								
Marketing																								
Diseño de flyers e impresión																								
Diseño marketing online																								
Implementación de marketing online																								
Coordinar campañas publicitarias																								
Implementación de campañas mensuales																								
Diseñar estrategias de fidelización de clientes																								

(Fuente: Elaboración propia)

14. IMPACTO DEL PROYECTO

14.1. Impacto social

Será un impacto positivo y una gran alternativa para las damas del municipio que posean motocicletas, quienes podrán acceder a servicios innovadores, como un salón de espera con internet inalámbrico, asesorías especializadas, calidad de servicio de modo que socialmente se percibirán los avances en la prestación de servicios técnicos para motocicletas que se fundamenta en calidad, experticia y responsabilidad de quienes conforman el equipo de trabajo MotoDamas por lo tanto en el ámbito social se mostrara una imagen de servicio diferente, lo que le dará importancia y credibilidad al modelo de negocio además de un grado de desarrollo implícito con mejoramiento de la calidad y asesorías especializadas que es lo que se espera del negocio.

14.2. Impacto Ambiental

Este tipo de negocio no tiene una gran incidencia en el aspecto del impacto ambiental, pero se deben tomar medidas con el manejo adecuado de residuos líquidos y sólidos que resulten de las operaciones evitando su vertimiento a los ríos y procurando ahorrar agua y energía eléctrica.

14.3. Impacto económico

Será un impacto positivo al rescatar el aspecto del empleo debido a que se generan 6 empleos directos lo que significa que seis familias mejoraran su nivel de vida y la calidad de la misma además habrá seis aportantes al sistema de cesantías, pensiones y salud, cajas de compensación familiar fondos de riesgos profesionales con lo que se mejora el ingreso de personas a los sistemas de seguridad social establecidos por la norma y que son tan importantes. Por otra parte las compras que hará el negocio dinamizara el negocio de partes y repuestos para motos, se hará uso de servicio de moto taxi en el municipio, se pagara arriendo del local, se utilizara el sistema financiero generando movimientos de capital lo que se convierte en dinamismo económico.

CONCLUSIONES

Durante el proceso de investigación acerca de la factibilidad de la creación de una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino, se colocaron en práctica conocimientos y se emplearon herramientas de análisis que se alcanzaron en el avance del tiempo con el pregrado en Administración de Empresas.

Por lo anterior se llega a las siguientes conclusiones:

El mercado al que se dirigió el estudio (las damas), es un nicho inexplorado en el ámbito de la mecánica de motos en el municipio de Santander de Quilichao, este segmento de la población da a relucir la necesidad de innovación, de un buen servicio técnico, con elementos que van desde capacitación y asesorías, hasta servicio de internet inalámbrico en la sala de espera y baños impolutos que les puede hacer momentos más agradables.

Se pudo determinar que hay incursión de las mujeres en la vida laboral y que las políticas gubernamentales atienden a las personas por igual, generando procesos de democratización al interior de todos los grupos sociales, lo que afianza el pensamiento de que este segmento de la población es maduro y se encuentra en un periodo de crecimiento importante debido a que tienen participación en las actividades económicas de la región lo que equivale a desarrollo social y económico.

A partir del análisis técnico, se deja preestablecido el tipo de control a ejercer para medir la calidad del servicio a ofrecer, se establece la descripción técnica de los servicios a prestar, se define diagrama de flujo además del tamaño de las locaciones y su distribución.

Teniendo en cuenta el tema administrativo, se dejan claras políticas y direccionamiento estratégico como pilar fundamental de la empresa resaltando la importancia de la innovación y la calidad de los servicios sustentado en personal capacitado e íntegro con una serie de valores

corporativos, además se indican alternativas y estrategias con la ayuda de la matriz DOFA, para mitigar inconvenientes o contingencias futuras.

Se determina la posibilidad de constituir una S.A.S por las ventajas que trae para la organización y sus trámites legales para iniciar la empresa.

Por medio del análisis podemos precisar que este proyecto tiene un impacto social positivo debido a la percepción de la población al notar un servicio diferente, con altos estándares de calidad, asesorías especializadas, suficiente espacio además de un impacto ambiental positivo al tomar medidas respecto a la clasificación de los residuos líquidos, sólidos y minimización en cuanto a la utilización de los recursos agua, energía eléctrica todo en búsqueda de mitigar el daño ambiental.

En el aspecto económico determinamos el monto de inversión inicial, capital de trabajo el cual se requiere para iniciar la empresa sin contratiempos, se establecen los costos fijos y variables de cada servicio teniendo una visión e ideas claras de lo que va a ser la empresa, se hallan margen de contribución y puntos de equilibrio.

En cuanto al análisis financiero del proyecto, se logra establecer que el proyecto es factible debido a que ofrece una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 16%, y un Valor Presente Neto (VPN) superior a cero.

En este orden de ideas, podemos finalizar concluyendo que sí es viable la creación de una empresa dedicada al servicio de mecánica de motos enfocada en el género femenino en el municipio de Santander de Quilichao debido a que existe un mercado que requiere el servicio y que está preparado para aceptarlo. Por medio del estudio realizado en este proyecto comprendemos que hay oportunidad económica y financiera además de aporte en los aspectos sociales y ambientales sumando al desarrollo del municipio y generando nuevas alternativas

incluyentes dejando puertas abiertas para ver con una perspectiva de cambios y generación de nuevos ambientes de trabajo.

Bibliografía

- Revista ambientum. (Marzo de 2003). Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de http://www.ambientum.com/revista/2003_03/MEDIOS.htm
- Alcaldia de Santander de Quilichao Cauca. (Diciembre de 2016). Recuperado el Noviembre de 2017, de www.quilichao.gov.co
- Alcaldia de Santander de Quilichao Cauca. (Diciembre de 2016). *Santander de quilichao-cauca.gov.co*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>
- ASCANIO, H. (2016). *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165-199. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 88, *revista de economía pública, social y cooperativa* ISSN. Recuperado el 10 de Agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/174/17449696006/>
- Asociacion Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). (2017). (www.cara-a-cara.info). Recuperado el 1 de Diciembre de 2017, de . (www.cara-a-cara.info): <http://www.andi.com.co/Documents/LasMotocicletasEnColombia.pdf>
- Constitución Política de Colombia. (1991). *Declaración Universal de los Derechos Humanos Reforma Política Constitucional*. Bogota: CENTAUROS S.A.S.
- DANE. (2005). *DANE*. Recuperado el 21 de Febrero de 2018, de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/component/search/?searchword=Poblaci%C3%B3n%20total,%20cabecera%20y%20resto%20santander%20de%20quilichao&ordering=newest&searchphrase=all>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2012). *DANE*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de DANE:

https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf

Departamento técnico-administrativo del medio ambiente DAMA. (sf). *Oportunidades de producción más limpia en el sector de servicio automotriz*. Recuperado el 22 de Febrero de 2018, de Oportunidades de producción más limpia en el sector de servicio automotriz: <http://www.ambientebogota.gov.co/documents/24732/3988003/Oportunidades+de+producci%C3%B3n+mas+limpia+en+el+sector+de+servicio+automotriz.pdf>

Diario El País. (11 de Mayo de 2011). Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://www.elpais.com.co/cal/es-la-segunda-ciudad-de-colombia-con-mayor-numero-de-motos.html>

Dinero. (10 de Octubre de 2017). *Dinero*. Recuperado el 21 de Febrero de 2018, de Dinero: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/registro-de-motocicletas-a-septiembre-de-2017/250980>

Echeverría, S. G. (1994). *Introducción a la Economía de la Empresa*. Recuperado el 11 de Agosto de 2018, de <https://books.google.com.co/books?id=Lo10xtQ3D0kC&pg=PA119&dq=ACTIVIDAD+ECONOMICA+SIGNIFICADO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilhIWopv3cAhXGzFMKHRC5BfQQ6AEILjAB#v=onepage&q=ACTIVIDAD%20ECONOMICA%20SIGNIFICADO&f=false>

Economipedia. (2017). Recuperado el 1 de Diciembre de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

El Colombiano. (22 de Diciembre de 2017). *Meta de déficit fiscal a 2018 es de 3,1 %*.

Recuperado el 10 de Agosto de 2018, de Meta de déficit fiscal a 2018 es de 3,1 %:

<http://www.elcolombiano.com/negocios/colombia-cumplio-presupuesto-fiscal-MG7899691>

El País. (11 de Mayo de 2011). *www.elpais.com.co*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2017, de

www.elpais.com.co: <http://www.elpais.com.co/calif/es-la-segunda-ciudad-de-colombia-con-mayor-numero-de-motos.html>

El Tiempo. (5 de Octubre de 2017). *Economía y negocios*. Recuperado el 1 de Diciembre de

2017, de Economía y negocios: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/inflacion-de-colombia-en-septiembre-de-2017-138244>

EL TIEMPO. (18 de Noviembre de 2017). *EL TIEMPO*. Recuperado el 14 de Marzo de 2018, de

<http://www.eltiempo.com/justicia/conflicto-y-narcotrafico/el-cerac-dice-que-las-muertes-por-el-conflicto-bajaron-en-el-2017-152744>

Espectador, E. (29 de Enero de 2018). *Banco de la República reduce su tasa de interés hasta*

4,5%. Recuperado el 11 de Agosto de 2018, de

<https://www.dinero.com/economia/articulo/banco-de-la-republica-baja-tasas-de-interes-para-enero-2018/254686>

Fajardo, M. G. (sf). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Mexico:

Progreso Editorial.

FENALCO. (Septiembre de 2017). *fenalco.com.co*. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de

<http://www.fenalco.com.co/content/informe-de-motocicletas-septiembre-de-2017>

La Constitución Política de Colombia. (1991). *La Constitución Política de Colombia*. Bogotá:

CENTAUIROS S.A.S.

- La Revista ambientum. (Marzo de 2003). Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de http://www.ambientum.com/revista/2003_03/MEDIOS.htm
- Lara, R. M. (sf). *Equidad de genero*. Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2975/4.pdf>
- Lopez, J. J. (2018). *Referencia oficio 1460CR481*. Santander de Quilichao: Oficina de movilidad.
- Martínez Pérez, M., Alba Pérez, L., & Sanabria Ramos, G. (Marzo de 2010). *Scielo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252010000100016
- Martínez, M., Alba, L. d., & Sanabria, G. (Marzo de 2010). *Scielo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252010000100016
- Medina, O. H. (2017). *La HERO Moto y la secretaria de movilidad trabajan de la mano en la construccion de una nueva cultura vial en Santander de Quilichao*. Santander de Quilichao: Alcaldia Municipal Santander de Quilichao.
- Morales, I. G. (12 de Junio de 2018). *EL ESPECTADOR*. Recuperado el 10 de Agosto de 2018, de <https://www.elespectador.com/economia/cuales-son-los-retos-de-los-futuros-empresarios-en-colombia-articulo-793245>
- Petit, E. E. (Diciembre de 2007). *Scielo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Scielo: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. DEUSTO S.S EDICIONES.
- Proclama del Cauca. (Marzo de 2017). Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.proclamadelcauca.com/2017/03/senor-alcalde-y-la-movilidad.html>

Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas. (Diciembre de 2004). Recuperado el
 Noviembre de 2017, de http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2004_es.pdf

Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 5 de Febrero
 de 2018, de <https://books.google.com.co/books?id=OanYapiW-OIC&printsec=frontcover&dq=rae+diccionario&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiR4pvdgvrAhVPnFkKHTM4D7wQ6AEILzAB>

Real Academia Española. (sf). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 5 de Diciembre
 de 2017, de Diccionario de la lengua española: <http://dle.rae.es/?id=Q5uxtDT>

Ruiz, A. M. (Diciembre de 2010). *Mujeres y trabajo ¿Derecho u ocupacion? Reflexiones sobre
 las implicaciones economicas y juridicas del trabajo femenino en colombia*. Recuperado
 el 2 de Noviembre de 2017, de
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/1037/935>

Ruiz, A. M. (Diciembre de 2010). *Mujeres y trabajo ¿Derecho u ocupacion? Reflexiones sobre
 las implicaciones economicas y juridicas del trabajo femenino en colombia*. Recuperado
 el Noviembre de 2017, de [file:///C:/Users/Carlos/Downloads/1037-2042-1-SM%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Carlos/Downloads/1037-2042-1-SM%20(4).pdf)

Sánchez, J. C. (2012). *Los metodos de investigación* . Madrid: Díaz de Santos.

TIEMPO, E. (29 de Noviembre de 2011). *El desarrollo económico es movido por la fuerza
 laboral de las mujeres*. Recuperado el 2018 de 08 de 10, de
<https://www.eltiempo.com/economia/participacion-laboral-de-las-mujeres-ha-reducido-la-pobreza-156886>

- Torres, P., & Elsa Emilia. (Diciembre de 2007). *Scielo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Scielo: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010
- Vasquez, F. V. (Junio de 2002). *Scielo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200002
- Velasquez Vasquez, F. (Junio de 2002). *Scielo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200002
- Vida-Educacion. (08 de Mayo de 2015). *Menos del 30% de las madres se dedican actualmente al hogar*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15715739>
- Villamizar Quiroga, Y. P. (sf). *Unidad Nacional de Proteccion*. Recuperado el 22 de Febrero de 2018, de Unidad Nacional de Proteccion: https://www.unp.gov.co/la-unp/Documents/DA_PROCESO_15-18-3811500_211001041_14628549.pdf
- Zunkel, & Paz. (s.f.). *El subdesarrollo latinoamericano y la teoria del desarrollo*. Recuperado el 6 de Febrero de 2018, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1604/S33098I59S1_es.pdf?sequence=8

ANEXOS

ANEXO A. Encuesta estructurada: Viabilidad de negocio

Factibilidad de colocar un taller de mantenimiento y reparación de motos, enfocado en el género femenino en el municipio de Santander de Quilichao.

Encuesta elaborada para revisar la viabilidad de colocar un sitio donde se practique la mecánica de motos, especializado para las damas del municipio de Santander de Quilichao (Cauca), cabe aclarar que se le realizara a mujeres que tengan moto, que estén entre los 27- 42 años de edad. A continuación se presentaran una serie de preguntas con única respuesta, por favor marcar con una X.

1. Edad en años a-___ 27-30 b- ___ 31-34 c-___35-38 d- ___39-42

2. Estrato socioeconómico a-___1 b-___2 c-___3 d-___4 e-___5

3. Nivel educativo a-___ Ninguno b-___Básica primaria c- ___ Secundaria
d- ___Técnico e-___Tecnólogo f-___Profesional

4. ¿En cuál de estos rangos se encuentra el cilindraje de su moto?

a- ___50-99 b-___100-199 c-___200-299 d-___300-399 e- ___440 o más

5. Labora actualmente a-___Si b- ___No

6. ¿Lleva personalmente su moto al taller?

a- ___Si b-___No c-___A veces

Si su respuesta anterior fue no o a veces:

7. ¿Por qué razón no lo hace?

a- ___ Tiempo b-___Indisposición c- ___Factor dinero d-___ Apatía

8. ¿Cada cuánto tiempo lleva o envía su moto al taller para realizarle su respectivo mantenimiento?

a- ___1-3meses b-___4 -6 meses c-___7-9 meses d-___10-12 meses

e- ___Ninguna de las anteriores

9. ¿En qué situaciones busca un taller de mecánica de motos?

a- ___Por prevención b-___cuando se daña c-___cuando hay promociones

10. ¿Cuál es el costo que usted cancela por mantenimiento en pesos?

a- ___0001- 40.000 b- ___40.001-80.000 c-___80.001-120.000

d- ___120.001-160.000 e- ___160.001 o más

11. ¿Conoce un sitio en Santander de Quilichao donde brinden el servicio de mantenimiento y reparación de motos, enfocado en el género femenino?

a- ___Si b-___No c-¿Cuál?_____

12. ¿Ha sentido alguna de estas sensaciones durante su visita a un taller de mecánica de motos?

a- ___Acoso b-___Burlas c-___Irrespeto d-___Ninguna de las anteriores

13. ¿Considera usted que los talleres de mecánica de motos son sitios cómodos y seguros para la integridad de la mujer?

a- ___Si b- ___No

14. De los siguientes factores cual considera más importante al momento de llevar su moto al taller

a- ___Calidad b-___Aseo c-___Precio d-___Garantía e-___Confianza f-___Servicio
g- ___Cumplimiento

15. ¿Cuál considera es su conocimiento en marcas y cilindrajes?

a- ___Ninguno b-___Bajo c-___Medio d-___Alto e-___Muy Alto

16. ¿Cuál considera es su conocimiento en partes y repuestos de las motos?

a- ___Ninguno b-___Bajo c-___Medio d-___Alto e-___Muy Alto

17. ¿En qué escala indicaría la confianza que le tienes al mecánico con respecto a sus recomendaciones?

a- ___Ninguna b-___Baja c-___Media d-___Alta e-___Muy Alta

18. ¿Cuál ha sido la mayor dificultad que se le ha presentado en el momento en que ha visitado un taller de motos?

a- ___Trato con el que fue recibida b-___Espacio c-___Instalaciones
d-___Equipos y tecnología e- ___Experiencia de los mecánicos f-___Limpieza y orden
g-___Distribución interna del local h-___Forma de pago i-___Ninguna de las anteriores

19. ¿Qué es lo que mejor le ha parecido en el momento en que ha visitado un taller de motos?

a- ___Ubicación b-___Precios c-___Instalaciones d-___Servicio al cliente
e- ___Experiencia de los mecánicos f-___Limpieza y orden g-___Ninguna de las anteriores

20. ¿Le gustaría encontrar un sitio donde realicen el mantenimiento preventivo y correctivo de su moto especializado para las mujeres de Santander de Quilichao?

a- ___Sí b-___No c-___Le es indiferente

21. ¿Qué es lo más importante que le gustaría encontrar en este sitio?

a- ___Zona de recreo infantil b-___Internet inalámbrico c-___Música ligera
d- ___Servicio de peluquería e-___Baños Impolutos f- ___Vocabulario comprensible
g- ___Sitio de confianza h- ___Le es indiferente