

La apertura de una nueva línea de mercado en Discamargo SA

NOTA: 4.8 PTS

Isabel Cristina Yannuzzi Laverde cod. 1521025548

Alejandra Serrano Méndez Cód. 1611022496

Erika Andrea Orduña Orduña Cod. 1221340018

Juliana Quintero Madrid Cod. 1521021099

2019

Asesorado por: María Gabriela Ramos Barrera

Politécnico Grancolombiano
Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad
Opción de Grado.

Abstract

Discamargo SA es una empresa dedicada a la importación y comercialización de repuestos para el sector automotriz, dirigidos a vehículos livianos y semipesados en el mercado colombiano. Actualmente Discamargo comercializa repuestos para vehículos de marcas como Chevrolet, Ford, Mazda, Isuzu, Hino, Kia, entre otras, sin embargo, debido a la alta demanda y crecimiento en el mercado, Discamargo quiere evaluar la posibilidad de traer repuestos dirigidos a vehículos marca Renault, pues es actualmente la segunda marca más vendida en Colombia. Para esto, se realizará una investigación cualitativa y cuantitativa, de la empresa y del sector respectivamente, para evaluar la factibilidad de la apertura de la nueva línea de mercado para este distribuidor de autopartes.

/*/ Discamargo SA is a company dedicated to import and commercialization of spare parts for the automotive sector, aimed to light and light semi-heavy vehicles in the Colombian market. Currently Discamargo sells parts for vehicles of brands such as Chevrolet, Ford, Mazda, Isuzu, Hino, Kia, among others, however, due to high demand and growth in the market, Discamargo wants to evaluate the possibility of bringing spare parts aimed to Renault vehicles, as it is currently the second best-selling brand in Colombia. For this, a qualitative and quantitative investigation of the company, and the sector respectively, will be carried out to evaluate the feasibility of opening the new market line for this auto parts distributor. /*/

Palabras Clave:

DISCAMARGO
#NuevaLineadeMercado
Renault
#RepuestosParaVehículos
Importación

Tabla de Contenido

La apertura de una nueva línea de mercado en Discamargo SA	I
Tabla de Contenido	III
Introducción	1
Problema	2
¿Cómo expandir la nueva línea Renault en Discamargo manteniendo su calidad y aumentando su competitividad de precios?	2
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Base Teórica	3
Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter	3
Base Metodológica	5
Investigación Cualitativa: La empresa y la línea objeto de estudio	5
Análisis de la competencia	5
Línea Automovilística	6
Referencias de Vehículos	6
Línea De Repuestos	6
Investigación Cuantitativa del sector automotriz	7
Las Cifras del mercado Automotor en Colombia	7
Visión General de la marca Renault en el mercado y su relación con el enfoque del proyecto	7
Las Amenazas latentes de la comercialización de autopartes en Colombia	8
DOFA	8
Análisis del Negocio	9
Personal	9
Equipos e Insumos	9
Internacionalización	3
Diagnóstico	5
Análisis Económico y Financiero	6
Influencia de las variables económicas y financieras que pueden afectar el intercambio	6
Variables Externas	6
Variables Internas	7
Análisis financiero	8

Presupuesto	9
Estado General de la empresa	9
Plan de Negocios – El valor agregado del proceso de internacionalización	10
Inversión Extranjera Directa	11
Movilidad de Factores.....	11
Propuesta de Valor	12
Acuerdos Internacionales	13
Conclusión.....	15
Trabajos citados	16
Cita de entrevista	17
Anexos.....	17
- Anexo 1- Especificaciones de los vehículos más vendidos (Marca Renault)	17
- Anexo 2, Ventas por marca Acumuladas – Comparativo 2016-2017, 2017-2018, ejecutado por la Andemos	21
- Anexo 3. Variación Acumulada Vehículos Híbridos y Eléctricos 2017-2018, Andemos.....	22
- Anexo 4. Comportamiento general comparativo del sector automotriz en términos de unidades vendidas durante el año 2017 y 2018, Andemos.	22
- Anexo 5. Market Share por Ciudad 2017-2018, Andemos	22
- Anexo 6. Acumulado por tipo de vehículo 2017-2018, Andemos.	23
- Anexo 7, Gastos de Internacionalización Actuales de Discamargo	23
- Anexo 8: Resultados Encuesta Telefónica.....	24
- Anexo 9: Análisis Financiero	24
- Anexo 10: Programa de fomento para la industria automotriz – PROFIA.....	24
Programa de fomento para la industria automotriz – Profia	24
Procedimiento que aplica	24
Ilustración 1 Ventas En Suspensión Multimarcas Actualmente	2
Ilustración 2 Resultado Global Encuesta Telefónica (Ver Anexo 8: Encuesta Telefónica)	4
Ilustración 3 Matriz Dofa	8
Ilustración 4 Organigrama	9
Ilustración 5 Equipos e insumos.....	9
Ilustración 6 Posición arancelaria	4
Ilustración 7 Variables Internas (Zonas).....	7
Ilustración 8 Crecimiento por zonas	7
Ilustración 9 Proveedor China.....	8
Ilustración 10 Proveedor Corea Ver Anexo 9: Análisis Financiero: Cotización y Costos China / Corea	9

Introducción

La finalidad de este proyecto de grado es evaluar la posibilidad de una expansión de mercado para la empresa Discamargo S.A, cuyo actividad económica es la comercialización de repuestos dirigidos al sector automotriz, se pretende evaluar la posibilidad de realizar la activación de una nueva línea de repuestos para vehículos de marca Renault, realizando una investigación a detalle de los aspectos a tener en cuenta para lograrlo, así mismo, se revisarán los procesos necesarios para la internacionalización en manera de importación de la mercancía desde otro país, los procesos logísticos y aduaneros, entre otros. De manera interna se analizará la demanda dentro del mercado y el posicionamiento de Discamargo S.A como un distribuidor competitiv

Problema

¿Cómo expandir la nueva línea Renault en Discamargo manteniendo su calidad y aumentando su competitividad de precios?

Discamargo es una empresa que ha estado en el mercado de autopartes durante 29 años, donde ha logrado destacarse como uno de los distribuidores que ofrecen una excelente calidad en autopartes importadas para las líneas Chevrolet, Mazda, Nissan, Toyota y Ford, pero Además, también administra una de las listas de precios más caras dentro de su nicho, por lo que actualmente no es la primera opción de compra para los clientes de este tipo de mercado, sin embargo, una de las principales ventajas que ofrece Discamargo y lo que la diferencia de su competencia, es la capacidad de inmediatez en los despachos a sus clientes, ya que tienen stock permanente de las piezas que ofrecen y los clientes no deben esperar a que se obtengan las piezas de repuesto, lo que es común con otros distribuidores de autopartes, así mismo, Discamargo brinda soporte con personal capacitado de acuerdo a las necesidades del cliente.

La participación en el mercado de Discamargo SA lo ha posicionado como una de las listas con mayor presencia en ventas de autopartes, sin embargo, en los últimos años ha perdido presencia en el mercado por la competencia que se presenta actualmente con listas de mayor como Importaciones Redipar, D&D SAS, Obyco SA, Dispartes SA, entre otros, como se ve a continuación, por lo que el objetivo es conservar las cualidades mencionadas anteriormente (calidad, servicio y disponibilidad), pero evaluar la posibilidad de tener una importante mejora en precios para lograr ser competitivos.

IMPORTACIONES REYPAR	D&D SAS	OBYCO SA	DISPARTES SA	COMERCOMERCIALIZADORA GDS	DISCAMARGO SA
15%	10%	15%	15%	40%	5%

Ilustración 1 Ventas En Suspensión Multimarcas Actualmente

Para ampliar la línea de repuestos manejados por Discamargo y poder lograr posicionarse como uno de los principales distribuidores de autopartes importadas para vehículos de la marca Renault, que es el objetivo de este proyecto, debemos responder a la pregunta que enmarca el problema que es: **¿Cómo expandir la nueva línea Renault en Discamargo manteniendo su calidad y aumentando su competitividad de precios?** Ya que en la actualidad ésta marca se encuentra en crecimiento dentro del mercado y esto genera directamente un aumento en la demanda de repuestos, Discamargo debe hacer un replanteamiento de su estrategia comercial con base en la premisa de la competitividad en precios dentro del mercado, conservando sus cualidades de calidad, disponibilidad y servicio; además de esto es esencial que la investigación incluya aspectos importantes como la evaluación de la demanda del producto, los precios de venta de la competencia, los términos de negociación con los proveedores, los tiempos, los

costos de transporte y nacionalización, el factor de importación, el beneficio esperado, la comercialización, estrategias de mercadeo, etc.

Objetivo General

Analizar la posibilidad de expansión de mercado en Discamargo con la apertura de una nueva línea de repuestos dirigida a vehículos de la marca Renault.

Objetivos Específicos

- Llevar a cabo una investigación cualitativa y cuantitativa de los diferentes aspectos pertinentes (empresa, producto y mercado) con el fin de conocer los enfoques a tener en cuenta para el desarrollo del proyecto.
- Establecer una estrategia de competitividad en precios frente a los demás distribuidores del sector.
- Identificar los diferentes aspectos necesarios para el proceso de internacionalización del producto, (proveedores, proceso de importación, proceso logístico, etc) para obtener la base de referencia y determinar el costo del producto.
- Evaluar la viabilidad del proyecto a través del análisis de demanda y competencia dentro del mercado.

Base Teórica

Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter.

Tal y como se menciona en el objetivo general, con este proyecto se pretende analizar la posibilidad de expansión de mercado en Discamargo con la apertura de una nueva línea de repuestos dirigida a vehículos de la marca Renault a través del proceso de importación, distribución y comercialización en el sector de autopartes en Colombia, dado que naturalmente existe una alta demanda de vehículos, se tiene una relación directamente proporcional en el comportamiento del mercado de repuestos y como resultado una alta competencia dentro del sector, por lo tanto enfocaremos el trabajo en la teoría sobre la ventaja competitiva de Michael Porter como una herramienta que permite orientar a los empresarios para que éstos puedan llegar a ser más competitivos.

Según Porter (1985) en términos generales, expone que:

“La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que

es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”.

Adicionalmente, Porter enmarca su teoría de la ventaja competitiva en 2 preguntas, las cuales responderemos con base a lo que Discamargo puede ofrecer en su entorno:

1 - ¿Cuál es el valor rentable a largo o mediano plazo para un dado tipo de empresa?

Preguntas encuesta telefónica	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE	N/A
¿Cómo califica la atención de Discamargo S.A.?	0%	1,3%	2,6%	32,9%	59,2%	3,9%
¿Cómo califica la atención de asesor?	1,3%	0%	1,3%	18,4%	77,6%	2,6%
¿Cómo califica nuestro portafolio de productos?	0%	2,6%	17,1%	59,2%	18,4%	2,6%
¿Cómo califica el conocimiento del asesor?	0%	1,3%	19,7%	38,2%	48,7%	5%

Ilustración 2 Resultado Global Encuesta Telefónica (Ver Anexo 8: Encuesta Telefónica)

Discamargo, tiene como valor agregado no solamente la prestación de un excelente servicio a sus clientes, sino también el diferenciador ante su competencia en la disponibilidad inmediata de productos, tal y como podemos concluirlo de la encuesta realizada. Éstas ventajas se reflejan como un valor rentable para Discamargo, ya que quien compra en Discamargo, puede estar seguro de la veracidad de lo que compra por la inmediatez en su entrega, así mismo, a medida de que va posicionándose en el mercado como un distribuidor que mantiene stock y puede entregar o despachar sus productos inmediatamente son comprados, más clientes podrán preferir a Discamargo por esta razón ante su competencia, lo que podrá aumentar su número de clientes.

2 - ¿Cómo puede cada género de empresa asegurarse de producir y perpetuar este valor?

Como ya Discamargo es conocido por lo anteriormente mencionado, debe tener como prioridad en este momento enfatizar sus procesos alrededor de la adquisición de producto de manera más efectiva, organizando sus procesos logísticos y sus negociaciones con sus proveedores, no sólo para conservar los factores positivos de la disponibilidad en la entrega, sino también para lograr una verdadera competitividad en factores relevantes para sus compradores como el precio. Discamargo puede realizar compras a sus proveedores de mayor cantidad, con la conciencia de que existe una demanda real, o bien, puede consolidar la mayor cantidad de mercancía posible que le permita tener una mejoría en factores de costo de producto con sus proveedores, transporte y comercialización.

Base Metodológica

Investigación Cualitativa: La empresa y la línea objeto de estudio

Análisis de la competencia.

D&D SAS: Es una empresa con reconocimiento en la industria nacional, cuenta con más de 18 años en el mercado. Con personal entrenado en el asesoramiento, especializado para vehículos RENAULT- MAZDA - CHEVROLET. TOYOTA – NISSAN, maneja variedad en sus productos en suspensión, carburación, refrigeración y parte eléctrica. innovando en la línea coreana, es una empresa que procura estar a la vanguardia en los productos que no se consiguen en el mercado

Importaciones Reypar: IMPORTACIONES REYPAR S.A.S, es una empresa líder en el sector autopartista, con una trayectoria de 30 años de experiencia en la importación y comercialización de repuestos automotores. Nuestro portafolio de productos cuenta con más de 6.000 referencias con una amplia gama de opciones que van desde el equipo original, hasta homologados de diferentes marcas y procedencias, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes de acuerdo a su gusto y condición económica. En las líneas de Renault, Chevrolet, Hyundai, Kia, Mazda, Fiat, Daewoo, Chinos, Peugeot, Volkswagen.

OBYCO SA: La empresa nació en la ciudad de Santiago de Cali el 9 de julio de 1969 como OCEAN BORRERO Y CIA. LTDA. y con un establecimiento de comercio llamado SERVIAUTOS, dedicado a la reparación y venta de partes eléctricas para vehículos en general. Con este nombre funcionó durante 17 años, Dada la creciente demanda en el mercado de repuestos para vehículos Renault, se empezó a incursionar en esta línea y en 1986, se cambió el nombre del establecimiento a CASA RENAULT y Con el ánimo de atemperarnos a la globalización, en el año 1998 cambiamos nuestra naturaleza jurídica pasando de limitada a sociedad anónima, acogiendo el nombre de OBYCO S. A.

DISPARTES SA: Dispartes S.A., es una empresa que comercializa autopartes hace 20 años en el mercado nacional, su fundador, el señor Oscar Arredondo inició su vida laboral en la industria autopartista, hace 35 años como vendedor de mostrador en un almacén de repuestos de la época.

Gracias a su gran desempeño, actitud y compromiso, llega a ocupar nuevos cargos, convirtiéndose en un vendedor de Canal Mayorista, para luego ser nombrado director comercial de Libcom de Colombia, empresa dedicada a la comercialización de autopartes durante esos años. Esta compañía gracias a su crecimiento, proyección y visión del futuro, toma la decisión de llevar a cabo las ventas directas al cliente final; es así que entonces nace “la Tienda del Repuesto”, en el año 2000 se dio apertura a la primera Tienda del Repuesto ubicada en el municipio de Itagüí, donde actualmente se ubica la oficina principal de la empresa; en ese mismo año se instaura La Tienda del Repuesto de Bello, para el año 2004 se da apertura a La Tienda del Repuesto de Belén y en el 2006 nace La Tienda del Repuesto de Barrio Triste; en total son 6 los almacenes con los que cuenta esta empresa para atender el mercado minorista, 5 de éstos están ubicados en Medellín y uno en la ciudad de Bogotá.

Línea Automovilística.

Nuestro proyecto se basa en la importación y distribución de autopartes de una de las marcas más reconocidas de automóviles en Colombia llamada Renault. Por lo que vamos a realizar una visualización de esta línea de autos a la cual va enfocada nuestro proyecto. Renault en Colombia es conocida como marca registrada Renault Sofasa la cual se establece en Colombia en el año 1969 como la Sociedad de Fabricación de Automotores S.A., SOFASA, con el objetivo de ensamblar vehículos de la marca y estimular el desarrollo de una industria automotriz y autopartista en el país.

Referencias de Vehículos.

En este proyecto vamos a manejar una línea de autos de marca RENAULT sobre la cual centraremos la importación de repuestos. A continuación, mostramos algunas de las referencias de vehículos más vendidas de ésta marca, junto con sus especificaciones. (Ver [Anexo 1](#))

Línea De Repuestos.

Embragues: El Embrague o Clutch es una pieza mecánica fundamental dentro de nuestro vehículo, que permite a través de una serie de procesos internos transmitir la potencia del motor a la caja de velocidades y mediante la fricción contra el motor, regulan la capacidad de marcha en potencia de la caja de cambios.

Rotulas: Una de las partes más importantes de la suspensión son las rótulas. Desde el punto de vista mecánico, permite el movimiento en toda dirección (arriba, abajo y el giro de las ruedas) y es la unión entre la porta mango y los brazos de control. Desde el punto de vista seguridad, por su función, no puede ser una parte muy grande, debe ser pequeña y por lo tanto muy resistente. También es la parte de mayor desgaste por ser la de mayor movimiento. De acuerdo a su función, hay dos tipos de rótulas: de carga y de seguidora. Así mismo, las rótulas de carga se pueden dividir en rótulas de compresión y rótulas de tensión de acuerdo a la forma en que reciben el peso del vehículo.

Bujes: Los bujes aportan flexibilidad entre las partes móviles manteniendo un grado de dureza y por lo tanto, de control. Previenen al vehículo contra la vibración del camino y el ruido, evitan el uso excesivo de las partes más caras del sistema de suspensión. Los bujes suelen ser fabricados de compuestos de materias sintéticas muy rígidas, como el poliuretano. El poliuretano es preferible porque no lo afecta las temperaturas o la corrosión.

Brazos Axiales De Suspensión: Ayuda a mantener el balance del sistema de dirección al permitir los cambios de posición de las ruedas. Son brazos articulados fabricados en fundición o en chapa de acero embutida que soportan al vehículo a través de la suspensión. Unen la mangueta y su buje mediante elementos elásticos (silentblocks) y elementos de guiado (rótulas) al vehículo soportando los esfuerzos generados por este en su funcionamiento.

Tijeras: Es el soporte sobre el cual se sostiene y bascula toda la suspensión. Se apoyan en dos puntos sobre el chasis por medio de bujes que eventualmente hay que reemplazarlos y soportan el portarodamientos y el amortiguador.

Terminales: Piezas ubicadas en la parte interna de las llantas y que forman parte fundamental en el sistema de la dirección. Su función es unir la caja de dirección con la mangueta.

La Bieleta Estabilizadora: Es un elemento metálico de una compresión rígida formado por dos rótulas, una en cada extremo, generalmente roscadas, permitiendo movimientos en todas direcciones. Este elemento contribuye activamente en todo el recorrido de la dirección

Investigación Cuantitativa del sector automotriz

Las Cifras del mercado Automotor en Colombia

Para el Desarrollo de nuestro proyecto, partimos de la necesidad generada por los consumidores de vehículos en Colombia, el mercado automotor en Colombia es un mercado que a pesar de las influencias negativas de la economía mundial que han afectado a nuestro país, se ha mantenido estable y en crecimiento durante los últimos dos años. En Colombia, al año se venden más de 250.000 unidades de vehículos nuevos de acuerdo a datos presentado por la revista Dinero en 2018, ese mismo año, este mercado creció un 7,7 % respecto al año anterior. Con base a los datos recolectados de las camionetas más vendidas en Colombia entre el 2016 y 2018, encontramos que la marca Renault ocupa el segundo puesto en el escalafón durante estos años. A continuación, se presenta un cuadro comparativo donde se puede observar y analizar la dinámica del mercado y su variación respecto al año anterior. (Ver [Anexo 2](#))

De la misma manera, sobresalen los incrementos de la mayoría de las firmas en el segmento de híbridos y eléctricos, donde se evidencia el creciente auge por este tipo de vehículos. (Ver [Anexo 3](#)) En cuanto al comportamiento general comparativo del sector, en términos de unidades vendidas durante el año 2017 y 2018, se logra evidenciar un crecimiento en el mercado en la mayoría de los meses del año. (Ver [Anexo 4](#)) Pudimos observar el mercado entre 2017 y 2018 por departamento y ciudad a nivel nacional, específicamente del “Market Share” dentro de Colombia, donde se evidencia que la ciudad donde más se venden vehículos es Bogotá. (Ver [Anexo 5](#)) En cuanto a los tipos de vehículos más vendidos, encontramos que los automóviles y los vehículos de tipo utilitario son los que ocupan la mayor parte del mercado en Colombia. (Ver [Anexo 6](#))

Visión General de la marca Renault en el mercado y su relación con el enfoque del proyecto

Dado que nuestro proyecto va dirigido a la importación de una nueva línea de repuestos para una marca específica que en este caso es Renault, es pertinente resaltar las cifras que ha tenido la marca dentro del mercado durante los últimos años. Renault se ha mantenido como segunda en el escalafón detrás de Chevrolet con la mayor cantidad de vehículos vendidos en Colombia, cabe resaltar que durante el último año, a pesar de que no ha logrado superar a Chevrolet en unidades vendidas, si ha logrado recortar parte de su mercado pues la líder ha tenido un descenso en sus cifras mientras que Renault se mantiene con un crecimiento del

8% aproximadamente, lo que quiere decir que la marca está tomando fuerza frente a su competencia dentro del mercado y cada vez acorta más la diferencia entre ambas.

El principal interés de éste proyecto, como lo hemos mencionado anteriormente es la apertura del mercado de Discamargo dirigido a la marca Renault, el repuesto base para la apertura de éste mercado es el embrague que utilizan los vehículos de ésta marca. El embrague de los vehículos debe cambiarse por desgaste cada dos años ó cada 150.000 kilómetros aproximadamente (lo que primero suceda); los vehículos que más requieren el cambio de este tipo de pieza, normalmente son los vehículos de tipo utilitario, ya que tienen más movimiento que un vehículo común, pues al ser vehículos normalmente utilizados para trabajar, recorren más distancias en un periodo de tiempo más corto. Partiendo de esta base, hemos realizado investigaciones de cuál ha sido el movimiento de este tipo de mercado durante los últimos años en el país, encontrado según el informe anual presentado por andemos que éste tipo de vehículos, después de los automóviles comunes son los vehículos que más se venden en Colombia. Renault ha sido durante los últimos tres años líder en ventas en vehículos del segmento utilitario con una media aproximada del 17% del total del mercado. Éstas cifras nos ayudan a aterrizar la realidad y la viabilidad de lograr tener un caso de éxito en la apertura de la nueva línea para Renault en Discamargo, ya que en la actualidad existe una alta demanda de vehículos de esta marca que se mantiene en tendencia al crecimiento, lo que de manera directamente proporcional deberá aumentar la demanda de repuestos ya que, por la naturalidad de su uso, las piezas de los vehículos se desgastan y requieren se realicen cambios de las mismas.

Las Amenazas latentes de la comercialización de autopartes en Colombia

En Colombia el mercado ilegal de repuestos es una realidad. Las ventas de autopartes efectuadas en sectores como el 7 de agosto, la primara y la estanzuela donde se encuentra lugares que venden repuestos robados pasándolos como repuestos originales o nuevos llevan a una dificultad la venta de repuestos legales, por otra parte, también está la venta de repuestos chinos de baja calidad a precios muy bajos desplazando la venta de productos de buena calidad que provienen de estados unidos, Brasil, Japón y Taiwán.



Ilustración 3Matriz Dofa

Análisis del Negocio

Personal

Discamargo es una empresa de tamaño pequeño. La empresa maneja un total de 20 empleados, quienes trabajan por vinculación directa con la compañía a través de un contrato a término indefinido. A continuación, encontramos la distribución de los empleados, y el organigrama.

- 10 en el sector administrativo
- 8 asesores comerciales
- 2 en servicios generales



Ilustración 4 Organigrama

Equipos e Insumos

Para su funcionamiento, Discamargo S.A cuenta con instalaciones arrendadas ubicadas en el barrio Alcáceres en Bogotá, la planta cuenta 2 pisos y tiene espacios de oficina y Bodega. Además del capital humano, Discamargo cuenta con los implementos necesarios para su operación, brindándole a sus empleados la comodidad que necesitan para desempeñar sus funciones, y a sus clientes la facilidad de adquirir los productos de acuerdo a su necesidad.

Equipos e Insumos			
Equipo de Oficina	cantidad	Equipo de Bodega	Cantidad
Computadores	9	Estanteria	9
Impresoras	3	Mesain	1
Escritorios	12	Escaleras	12
Cafetera	1	Casco de seguridad	2
Estufa	1	Gafas	2
Horno Microondas	1	Botas punteras	2
Menaje	1	Overall	2
Dispensador de agua	1	Cinturon de seguridad	2
Sala de Juntas dotada	1	Guantes de seguridad	2
		Tapabocas	2
Insumos			
Cajas de Cartón, Relleno, Cinta, Zuncho, Etiquetas de marcación (Rótulos), bolsas, Software contable, papelería			

Ilustración 5 Equipos e insumos

Con la apertura de la nueva línea, no deberá verse afectado el capital humano de Discamargo (Personal), más si se habrá que tener en cuenta la existencia de espacio disponible en la bodega de Discamargo para la ubicación de la nueva mercancía, al ser los productos objeto de importación repuestos para vehículos cuyo tamaño no es realmente significativo, no habría afectación o modificación alguna en equipos e insumos. Ahora, si el caso llegase a ser exitoso, y Discamargo aumente su volumen de importaciones de estos repuestos, si podría llegar a generarse un cambio, y tendría que ser evaluada la posibilidad de contar con una bodega alterna.

Internacionalización

Actualmente Discamargo S.A es importador de repuestos para vehículos, lo que nos brinda una mayor facilidad para realizar éste análisis, pues ya se cuenta con la experiencia en el proceso. Ahora bien, ya que como sabemos que Discamargo tiene la debilidad de no ser competitivo en precios en el mercado, a continuación evaluaremos los aspectos a tener en cuenta y las opciones más rentables, que nos permitan lograr la apertura de una nueva línea de manera eficiente, y así mismo, que nos permita mejorar la competitividad para las líneas de se manejan en este momento.

Lo primero, es que se lleguen a acuerdos con los proveedores que sean lo más beneficiosos para Discamargo, ya que es un hecho que existe una alta demanda en repuestos para vehículos pues éste mercado crece constantemente, se debería evaluar la posibilidad de que se importe mercancía en contenedores de 20' o 40', consolidando la mayor cantidad de mercancía posible ya sea de uno o más proveedores en el mismo embarque para que el ejercicio sea eficiente, de esta manera, la negociación en términos FOB "Free on Board" es la más adecuada, ya nos permite ahorrar los gastos en origen, pues éstos estarían a cargo del proveedor, quien es responsable de entregar la mercancía libre de cualquier expensa a bordo del buque. En condiciones normales (exceptuando días festivos en origen y/o condiciones climáticas que puedan afectar las rutas normales de los contenedores) los fletes marítimos suelen ser muy económicos, lo que nos permitirá realizar un ajuste favorable en términos del factor de importación, dependiendo siempre del valor de la mercancía (Si la mercancía tiene un valor alto, y el flete es económico, el costo del flete se vuelve depreciable y no tiene mayor impacto en el costo del producto), de la misma manera, se pueden llegar a acuerdos comerciales con el agente transportador de carga que sean favorables, como por ejemplo, solicitudes de crédito de acuerdo a la necesidad del Importador, que tal vez le puedan permitir un flujo más efectivo. Ya que la mayoría de fabricantes de autopartes se encuentran en países del oriente, y que desde allí el costo de la mercancía es más económico en comparación de otros países con mano de obra más alta que en los países asiáticos, la ruta más favorable es por el pacífico, con destino a alguno de los diferentes puertos de Buenaventura (SPRB, AGUADULCE, TCBUEN), normalmente el tiempo de tránsito desde la mayoría de los puertos de Oriente como Ningbo, Shenzhen, Shanghai,

Guangzhou, entre otros, oscila entre los 26 y los 31 días de tránsito marítimo así mismo, los fletes terrestres desde Buenaventura hasta el origen final, que es la bodega de Discamargo en Bogotá, son más económicos que si la mercancía llegara a los puertos del norte del país.

De la misma manera es importante tener en cuenta para el proceso que en la actualidad Colombia no tiene un Tratado de Libre comercio o Acuerdo Internacional con China, quien es el principal fabricante de éste tipo de partes, por lo que es válido evaluar qué tan representativos son los gastos de aranceles, comparándolos con los demás generados de países con los que sí existen acuerdos como Estados Unidos. A continuación veremos de acuerdo a la posición arancelaria, cuál sería el porcentaje de impuestos a pagar por concepto de arancel e IVA.

Partida Arancelaria	Descripción	Arancel desde Asia	Arancel desde EEUU	IVA
8708931000	Embragues y sus partes	10%	0%	19%
8483500000	Volantes y poleas, incluidos los motones	0%	0%	19%
8708801010	Rótulas y sus partes	10%	6%	19%
8708809090	Pasadores // Sistemas de suspensión y sus partes (incluidos los amortiguadores)	5%	0%	19%
8708993900	Brazo Axial // Partes y accesorios de vehículos	5%	0%	19%

Ilustración 6 Posición arancelaria

Con estos datos, podemos evidenciar que actualmente nuestro país cuenta con beneficios en aranceles para productos traídos desde Estados Unidos, por lo que es válido decir que desde éste país, podríamos ver una opción rentable dependiendo de la necesidad y urgencia del consumidor, sobre todo en términos de tiempos de tránsito, ya que desde estados unidos los tiempos de tránsito hacia Colombia en modalidad marítima son de aproximadamente 10 a 15 días dependiendo del origen de la carga, reduciendo a la mitad los tiempos desde oriente, también existe la alternativa de las frecuencias aéreas y rutas directas por este medio de transporte hasta Bogotá, aclarando que ésta opción siempre será más costosa, y que sería viable utilizarla sólo para casos de emergencia donde pudiera evaluarse un sobrecosto. Es importante que en caso de que se obtenga mercancía de un fabricante americano, con las condiciones actuales de la guerra comercial entre EEUU y China, éste obtenga sus materiales y mano de obra en EEUU u otro país diferente al gigante asiático, pues en la actualidad las medidas arancelarias de EEUU a China, han afectado con sobretasas a fabricantes que traían sus insumos desde ese país, encareciendo los productos.

Actualmente, Discamargo maneja unos costos elevados en su proceso de importaciones de la mercancía (Ver [Anexo 7](#)), pues no cuenta con la contratación de una agencia de aduanas, sino con un intermediario que terceriza sus servicios a través de una SIA, es pertinente que Discamargo dentro de sus opciones analice la posibilidad de contratar una SIA directamente dentro del proceso de internacionalización, ya que es importante considerar los aspectos de tener un buen aliado en términos aduaneros (SIA), pues de la buena gestión y relación entre el importador y su agencia de aduanas, dependerá mucho que el proceso de nacionalización en

Colombia pueda llevarse de la mejor manera posible y se genere un ahorro significativo en términos de costos aduaneros y una mejora en tiempos. Para el caso de las mercancías que lleguen por vía marítima, los tiempos de nacionalización van ligados a los represamientos en los puertos, en condiciones normales, desde que la mercancía llega a puerto, hasta que se cuenta con levante, pueden transcurrir de 3 a 5 días si ésta obtiene levante automático, cuando la mercancía sale perfilada para inspección física, los tiempos pueden oscilar entre los 3 y los 8 días, por lo que se generan gastos por bodegajes. En cuanto a las importaciones aéreas, una buena estrategia para lograr tener la carga más rápidamente es traerla con el condicional de descargue directo, por lo que desde que la mercancía llega y el vuelo finaliza, se tienen 30 horas para su debida nacionalización, por lo que la SIA y el importador deben trabajar de manera ágil para lograr nacionalizar y liberar la mercancía antes de que se venzan los términos. Para la SIA además de los gastos generados por la nacionalización, deberá considerarse el fee de la agencia, que normalmente cuesta entre el 2 y 5 % del valor CIF de la mercancía.

Diagnóstico

Con base a la información que tenemos en la matriz DOFA y las amenazas y oportunidades externas del sector y posición en el mercado, podemos analizar la situación actual en relación con el objetivo planteado inicialmente. En las fortalezas podemos ver claramente las ventajas que tiene Discamargo frente a la competencia y situación en el sector de autopartes a nivel nacional, donde podemos apreciar que tienen una larga trayectoria y relaciones comerciales con marcas de fábrica de alta calidad y reconocimiento en el mercado y maneja un amplio portafolio de proveedores que representan grandes marcas en el sector, lo que permite brindar confiabilidad y credibilidad en sus clientes y socios comerciales y facilita a su vez poder generar nuevas opciones de negocio con excelentes respaldos y alianzas. Una de las debilidades que podemos observar y se convierte a su vez en una oportunidad de negocio, respecto a su portafolio no se encuentran proveedores con la línea de repuestos de Renault, lo que hace que el desconocimiento sobre esta nos lleve a una investigación y posterior análisis tanto de producto, sector como del mercado en general de la implementación de esta gama como nuevo producto en nuestro portafolio, el reto consiste en desarrollar a partir de dicha investigación un plan de negocio donde se pueda observar claramente si esta idea es viable o no, Ya que en el momento la empresa no cuenta con este plan.

En las oportunidades que podemos observar en la matriz DOFA se encuentra el crecimiento de la demanda de esta marca en el sector, ya que sus autos y camionetas se encuentran en los primeros lugares en ventas a nivel nacional por varios años consecutivos. A su vez la reputación de Discamargo en el sector es apreciada por los clientes y socios, por su trayectoria y altos estándares de calidad en sus productos y efectividad en tener disponibilidad en sus inventarios con las referencias rotativas del mercado. El conocimiento de cómo se manejan las listas de repuestos en las diferentes zonas juega un papel importante en la compañía, ya que se tiene la completa información de que se puede comercializar de acuerdo a cada zona, su rotación, y ventajas frente a su competencia directa e indirecta; en cuanto a estas listas la amenaza directa es

la existencia de una amplia competencia con otros proveedores en el mercado, y es ahí donde debemos prestar atención de cómo afrontar este reto y brindar un factor diferenciador a nuestros clientes, consideramos que la estrategia a implementar es realizar una lista únicamente de la línea Renault de las referencias de mayor rotación y adquisición por necesidad primaria en el sector.

Análisis Económico y Financiero

Influencia de las variables económicas y financieras que pueden afectar el intercambio

Variables Externas.

Una de las principales amenazas que enfrentan las operaciones de comercio exterior es el declive que ha tenido la economía mundial en los últimos tres años, lo que puede generar una desaceleración en el consumo de los diferentes mercados, incluido el mercado automotor, la difícil situación de la guerra económica entre estados unidos y China, afecta el mercado de importación por las diferentes medidas arancelarias que han adoptado estos países. Sin embargo, según las cifras que hemos encontrado durante nuestra investigación, hemos podido evidenciar que el mercado automotor en Colombia y específicamente la marca Renault ha tenido un crecimiento constante durante los últimos años. Colombia en términos generales se ha mantenido resiliente a pesar del gran desaceleramiento de la economía mundial, y en especial en América latina. En cuanto a los factores macroeconómicos que pueden afectar el objetivo de nuestro proyecto, encontramos que tal vez el factor que más afecta es el del contrabando y el robo de partes en el sector, pues los consumidores pueden encontrar piezas hasta el 50% por debajo del valor real en el mercado, lo que le cuesta cerca de US\$4.000 millones al país, pues éstos ingresos del contrabando no son aceptables dentro del PIB desacelerando las cotizaciones del país en éste sector, además, este fenómeno genera otros efectos adversos como desempleo, indicadores negativos en la balanza de pagos pues no ingresa al país el total de los valores que generan esta actividad. Otro factor macroeconómico que puede afectarnos directamente es la inflación del país, pues dependiendo de su efecto en la economía, generará cambios en el IPC que se verán reflejados directamente en el costo de los consumidores del producto, adicionalmente, la volatilidad en la tasa de cambio también afecta directamente en el costo del producto. En términos de política, el país se encuentra en una etapa de estabilidad desde mediados de 2018, pues la incertidumbre de quién ascendería a la presidencia tenía frenada la economía, desde que se solventó esta situación, y con el avance del plan de desarrollo que ha incentivado la formalidad empresarial, ha permitido que éste y muchos otros sectores hayan tenido un impulso positivo en sus actividades comerciales.

VARIABLES INTERNAS

El nicho de autopartes que atiende Discamargo se encuentra sectorizado por clientes que manejan multimarca o clientes especializados en una sola marca sean éstas Ford, Kia, Hyundai, Mazda y Chevrolet, siendo los distribuidores multimarca quienes ocupan el 70 % del mercado, la idea principal de este proyecto es que Discamargo pueda ampliarse al 20% del mercado que ocupan los clientes especializados Renault.

ZONAS	multimarca	Renault	especializados en otras marcas
Valle del Cauca	78%	16%	6%
Costa Atlántica	70%	20%	10%
Bogotá	80%	16%	4%
Santanderes	60%	25%	15%
Boyacá	82%	13%	5%
Eje Cafetero	50%	30%	20%
Tolima	68%	20%	12%
Antioquía	70%	18%	12%
Llano	69%	22%	9%
TOTAL	70%	20%	10%

Ilustración 7 Variables Internas (Zonas)

Dentro del mercado en general, Renault ha recortado cada vez más su diferencia con su competencia principal que es Chevrolet, siendo la segunda marca más vendida en Colombia, de la misma manera, se ha aumentado la demanda de repuestos para vehículos de esta marca, generando oportunidades de negocio dentro del nicho. DISCAMARGO SA tiene presencia a nivel nacional en las zonas Valle del Cauca, Costa Atlántica, Bogotá, Santanderes, Boyacá, Eje Cafetero, Tolima, Antioquía y Llano, donde el 50 % de ventas se encuentra en la zona de Bogotá, la idea con el ingreso de la nueva línea de Renault, es que tenga crecimiento sea de un 12% al 18% en sus ventas a nivel nacional, ya que en los últimos cinco años Renault ha tenido crecimiento del 8% en sus ventas.

Crecimiento por zonas, con los porcentajes correspondiente anual

ZONAS	12%	18%
Valle del Cauca	\$ 37	\$ 55
Costa Atlántica	\$ 32	\$ 48
Bogotá	\$ 230	\$ 345
Santanderes	\$ 46	\$ 69
Boyacá	\$ 28	\$ 41
Eje Cafetero	\$ 18	\$ 28
Tolima	\$ 14	\$ 21
Antioquía	\$ 37	\$ 55
Llano	\$ 18	\$ 28
TOTAL	\$ 460	\$ 689

Ilustración 8 Crecimiento por zonas

Análisis financiero

Para la incorporación de una nueva línea al portafolio de Discamargo SA, deben tenerse en cuenta los costos, el presupuesto disponible, y el estado general de la empresa, con el fin de verificar la viabilidad del proyecto. A continuación, veremos un análisis detallado conforme a la información obtenida durante la investigación.

- Costos relacionados para la apertura de la nueva línea

Discamargo SA actualmente cuenta con dos opciones de proveedores para la mercancía de desea adquirir, la información de los nombres de éstos es confidencial, por lo que los identificaremos con el país de origen. Hemos realizado un análisis de los costos referentes a la importación que se deberán tener en cuenta para determinar el costo del producto puesto en Bogotá, teniendo en cuenta el valor FOB y el peso de la mercancía de cada uno de los proveedores como base para realizar los cálculos relacionados a transporte, agenciamiento, seguros, entre otros. Los costos presentados a continuación, son realizados a partir de las cotizaciones adquiridas con agencias de aduanas, agentes de carga y compañías de seguros. El valor de la factura que se toma como base, se determina de acuerdo a la cotización obtenida y la cantidad de piezas que Discamargo desea traer en la primera importación.

PROVEEDOR CHINA				
TOTAL, VOLUMEN (M3)	TOTAL, PESO (KG)	SUBTOTAL FACTURA USD	FACTURA COP	TRM
1,975	2182	\$ 4.730	\$ 16.563.059	\$ 3.502
COSTOS				
TRANSPORTE Y GASTOS DERIVADOS EN DESTINO*		\$		1.183.676
GASTOS DE ADUANA**		\$		469.557
IMPUESTOS***		\$		4.498.753
SEGURO DE TRANSPORTE		\$		16.563
* Incluye: Flete, desconsolidación, Radicación BL/LCL + Uso de las Instalaciones, Liberación, coordinación logística, Administración fee				
** Incluye: Bodegajes 1 día, servicio de intermediación aduanera, elaboración de formularios DIM, Elaboración valor AND, Inspección y gastos de trámites autorizados				
*** Incluye: IVA + Arancel				

Ilustración 9 Proveedor China

El proveedor coreano, ofrece repuestos de mayor calidad, por supuesto a un costo más alto, a continuación, encontraremos la tabla resumen de costos; luego de analizarlos, encontramos que las tarifas sólo cambian en el caso de los impuestos y seguros por el aumento en el valor de la mercancía; los demás rubros no se ven afectados, pues es la misma mercancía.

PROVEEDOR COREA				
TOTAL VOLUMEN	TOTAL PESO	SUBTOTAL FACTURA	FACTURA COP	TRM
1,975	2182	\$ 7.355	\$ 25.755.809	\$ 3.502
COSTOS				
TRANSPORTE Y GASTOS DERIVADOS EN DESTINO*		\$		1.183.676
GASTOS DE ADUANA**		\$		469.557
IMPUESTOS***		\$		5.868.294
SEGURO DE TRANSPORTE		\$		25.755
* Incluye: Flete, desconsolidación, Radicación BL/LCL + Uso de las Instalaciones, Liberación, coordinación logística, Administration fee.				
** Incluye: Bodegajes 1 día, servicio de intermediación aduanera, elaboración de formularios DIM, Elaboración valor AND, Inspección y gastos de trámites autorizados				
*** Incluye: IVA + Arancel				

Ilustración 10 Proveedor Corea [Ver Anexo 9: Análisis Financiero: Cotización y Costos China / Corea](#)

Presupuesto

Dentro de su plan de negocios actual, el presupuesto anual de Discamargo SA contempla los gastos fijos, los rublos variables, las provisiones de ley, y los costos de compras, destinando un incremento equivalente al IPC (3% para 2019) para su capital de trabajo durante el año. Esta variación permite que Discamargo mantenga un equilibrio en compras que sea coherente conforme al comportamiento del mercado colombiano. De acuerdo a lo informado por sus directivos, existe la posibilidad de que éste presupuesto cambie si el comportamiento de las ventas es positivo, por lo que pueden llegar a ser flexibles en la obtención de recursos para incrementar la inversión planeada, y de esta manera, poder llegar a ejecutar el proyecto de expansión planteado en este trabajo.

Estado General de la empresa

Para conocer el estado general de la empresa, tuvimos que conformarnos con información generalizada dada por sus directivos en diferentes entrevistas, pues al ser información sensible y por confidencialidad, no fue posible que nos facilitaran estados financieros. Nos fue informado que en este momento, Discamargo se encuentra en estado de pérdida a lo que va corrido del año, pues se ha generado una disminución en las ventas relacionada a los precios de la competencia, la volatilidad del dólar, y la caída de la economía. . Nos expresan que dentro de los factores de mayor impacto se encuentra el posicionamiento en ventas de mercancía China y de segunda mano a menor costo dentro del mercado, lo que ha generado un desplazamiento en mercancías de origen japonés y mercancía original como la que vende Discamargo, llevando a la empresa a la

necesidad de bajar sus precios para ser competitivo en la mercancía de mediana y lenta rotación, teniendo como consecuencia que la empresa se encuentre por debajo de su línea de ganancia y no pueda cumplir con lo proyectado en su presupuesto anual y de esta manera no consiga el crecimiento esperado.

Para determinar la viabilidad del proyecto, y teniendo en cuenta la información obtenida, realizamos una proyección de costos para las propuestas de ambos proveedores, con el fin de efectuar un análisis que nos permitiera ver el desarrollo del proyecto a futuro, y tener una idea de la rentabilidad que podría dar el mismo ([Ver Anexo 9: Análisis Financiero](#), Proyección de Costos China/Corea). Encontramos que, en el caso del proveedor de China, la Tasa Interna de Retorno (TIR) con base a los resultados del flujo de caja proyectado a un año, teniendo en cuenta la inflación y devaluación, y por supuesto, el total de la inversión, nos daría un porcentaje del 18,72%, y un periodo de recuperación de 4,7 meses. En el caso del proveedor Coreano, encontramos que la tasa interna de retorno se reduce a un 12,65% y el periodo de recuperación aumenta a 4,8 meses, por lo que sin duda alguna, la propuesta del proveedor de China es más atractiva, pues genera una mayor rentabilidad en un periodo de tiempo más corto.

Sin embargo, a pesar de que la rentabilidad del proyecto no es mala, Discamargo mantiene unas políticas de márgenes en sus productos demasiado altas, que ascienden al 70% de su valor, por lo que la propuesta no es viable para la empresa si se respetan dichas políticas, pues no obtendrían la ganancia esperada. Para que la propuesta sea viable, Discamargo debería cambiar sus políticas con el fin de poder abrirse a un mercado más amplio que le permita ser competitivo, pues los altos precios de los productos que vende son lo que más lo afecta frente a su competencia. Una de las recomendaciones que podríamos brindar a esta empresa es que, si desean aumentar los márgenes de ganancia de este proyecto en específico, la opción más viable es la consolidación de un mayor número de piezas a importar; si bien es cierto que esto significaría una mayor inversión cantidad de mercancía a corto plazo, podría generarse una reducción significativa en términos de costos de importación al tener un mayor valor FOB, con un buen tiempo de recuperación.

Plan de Negocios – El valor agregado del proceso de internacionalización

Una vez realizado el análisis financiero, procederemos a evaluar las diferentes variables que influyen en el proceso de internacionalización con el fin de verificar la veracidad del DOFA planteado anteriormente, y plantear estrategias que permitan definir el curso del proyecto, sea positivo o negativo, y de esta manera poder llegar a una conclusión definitiva.

Inversión Extranjera Directa

Para el desarrollo de nuestro proyecto, al ser Discamargo una empresa Colombiana, que no produce en el país, sino que su razón es comprar productos en el exterior, la inversión extranjera no influye de manera directa, pues Discamargo no depende económicamente de ninguna entidad extranjera para realizar sus operaciones de comercio internacional, las inversiones que Discamargo maneja para financiar su operación vienen de empresas nacionales y del capital social de los socios. Ahora bien, es importante tener en cuenta que a pesar de que Discamargo no tiene nexo alguno con inversionistas extranjeros, existen otros factores indirectos que sí influyen en el desarrollo de su operación, en términos de competitividad por ejemplo, existen otras empresas con perfil similar al de Discamargo que cuentan con inversión extranjera y financieramente podrían llegar a ser compañías más solventes. Así mismo, la llegada de multinacionales extranjeras, como por ejemplo el Grupo Reflax, multinacional chilena que cuenta con presencia en Chile, Perú y ahora Colombia, que gozan de un importante músculo financiero al tener un mayor poder adquisitivo, aumenta aún más la competencia para Discamargo. Otro de los factores a tener en cuenta es el crecimiento del mercado automotriz en Colombia, la proyección de la tasa de crecimiento promedio de 7,7%. se ve impulsada por el aumento del ingreso disponible al país y el amplio acceso al mercado financiero que genera crecimiento de la clase media dispuesta a comprar un vehículo para solventar su necesidad de transporte, aumentando el parque automotor colombiano. Para los inversionistas extranjeros, las ventajas de invertir en el sector de autopartes se encuentra en los 16 acuerdos comerciales que permiten llegar a un mercado de más de 1.500 millones de consumidores, la alta conectividad que tiene el país con el resto del mundo por su estratégica ubicación a menos de 6 horas en avión de las principales ciudades de América, a través de 24 aerolíneas con conexión directa y más de 1.000 frecuencias internacionales directas por semana, los inversionistas pueden acceder a los principales mercados en Latinoamérica con 0% de arancel en autopartes, a su vez cuenta con un personal apto y calificado para responder a las necesidades de las empresas automotrices, los salarios en el sector de repuestos en Colombia son un 35% más bajos que el promedio de América Latina, el país cuenta con 100 zonas francas para el desarrollo de procesos productivos con costos competitivos, a nivel tributario para facilitar el acceso al mercado local no hay derechos de importación y los bienes vendidos en las zonas francas en Colombia están exentos de IVA. Sin embargo, estas tendencias de inversión extranjera en el país pueden ser volátiles por condiciones como la que afrontamos actualmente en el país, pues, al verse afectado el orden público, se frena la economía y se reducen los índices de inversión extranjera.

Movilidad de Factores

En cuanto a la movilidad de factores, Discamargo cuenta con movilidad en el factor trabajo a nivel regional dentro de Colombia, pues sus ejecutivos se desplazan a lo largo del territorio nacional para atender a los clientes que se encuentran en las diferentes ciudades del país, esto sin duda alguna se convierte en una ventaja competitiva, pues asegura el acompañamiento de

Discamargo en el proceso de fidelización del cliente. En términos de movilidad de Capital, Discamargo tendrá un movimiento de capital nacional saliente, correspondiente a los pagos a proveedores de quienes adquiere la mercancía que comercializa en el territorio, Discamargo a través de cartas de intención de compra, negocia con sus proveedores los términos de la compra, una vez acordados los términos de pago procede a realizar las operaciones necesarias para la movilidad del capital, para esto, Discamargo cuenta con recursos propios del desarrollo de sus actividades comerciales y también con el respaldo tanto de los socios capitalistas en caso de que sea necesaria una inyección de capital por insolvencia en determinado momento, una vez se cuenta con los recursos, Discamargo procede a negociar las divisas con su entidad financiera para girarlas a una cuenta de compensación y a través de ésta, realizar el pago respectivo a sus proveedores.

En ésta variable, podríamos agregar a la efectiva gestión de Discamargo en cuanto a movilidad de su capital humano, que efectúa cercanía con sus clientes a nivel nacional, hoy en día el mundo digital está en furor, por lo que la implementación de una estrategia de mercadeo a través de redes sociales, no solo le permitiría a Discamargo el llegar a más público, sino que también, estos canales le podrían facilitar la atención y servicio posventa a sus clientes actuales a través de la comunicación por estos medios, generando respuesta a las diferentes inquietudes que presente su público, y convirtiéndose en un espacio de interacción proveedor-cliente, esto además podría reflejarse en una disminución de los gastos de movilidad que representa desplazar a los ejecutivos constantemente dentro del territorio nacional. En cuanto a la movilidad de capital, Discamargo podría considerar coberturas cambiarias que le permitan contar con una tasa fija al momento de realizar los pagos a su proveedor, disminuyendo los riesgos de pérdidas por diferencia en cambio. En consultas con diferentes entidades bancarias, una de las opciones más usadas en el mercado cambiario son las coberturas forward, negociadas con el fin de pactar una tasa para compra de divisas en una fecha futura, en ésta opción de cobertura el banco brinda un soporte para que en caso de que a la fecha del día del giro (vencimiento) la tasa de cambio se encuentre por encima del spot negociado, el banco cubra la diferencia en cambio y compense al importador este valor para que no se generen pérdidas. Ahora bien, esta opción debe realizarse de forma cuidadosa y estudiando a fondo las proyecciones del comportamiento del mercado, pues, en caso de que al día del vencimiento la tasa se encuentre por debajo de lo negociado, será el importador quien deba pagar dicha diferencia.

Propuesta de Valor

Actualmente existen factores que han afectado la posición de Discamargo en el mercado, siendo el principal de ellos el alto valor de su lista de precios como lo hemos mencionado antes. Sin embargo, basándonos en la teoría de la ventaja competitiva según Porter sobre la cual desarrollamos este proyecto, Discamargo tiene amplios componentes que dan a sus clientes un valor agregado para generar preferencia ante su competencia. Tal y como lo vimos en la encuesta

realizada telefónicamente a diferentes clientes de Discamargo que citamos anteriormente (Ver [Anexo 8: Encuesta Telefónica](#)) su factor diferenciador radica en los altos estándares de calidad, el inventario rotativo disponible y agilidad en tiempo de entrega a sus clientes, cosa que no se da con regularidad en el mercado de autopartes, así mismo, se reconoce dentro de ésta su capital humano altamente calificado y capacitado para resolver las diferentes situaciones comerciales que se presentan antes, durante y después de los procesos de negociación y comercialización.

En términos de valor agregado, Discamargo podría fortalecer su buena imagen y relación con sus clientes, quienes en su mayoría también son distribuidores de autopartes, a través de capacitaciones que le permitan enriquecer sus conocimientos en los productos que Discamargo les ofrece, para que de la misma manera ellos puedan ofrecer una mejor atención al usuario final y generar fidelización por parte de éstos. Existen herramientas virtuales como webinars que permiten realizar capacitaciones virtuales de la alta calidad, sin necesidad de generar una movilización a un lugar predeterminando, por lo que no es necesario incurrir en gastos de alquiler de lugares, mobiliario, aperitivos, entre otros.

Acuerdos Internacionales

En el actual Panorama, Colombia goza de unas buenas relaciones internacionales que le han permitido fijar acuerdos con distintos países para incentivar el comercio internacional. En el sector de Autopartes, China es la primera opción comercial para Colombia por los buenos precios que ofrecen los fabricantes de ese país. Al ser el segundo aliado comercial de Colombia, la relación comercial con este gigante asiático permite equilibrar la balanza comercial en el país, ya que los productos colombianos podrían ingresar fácilmente a China a precios competitivos con exportaciones similares.

Colombia y China han suscrito más de veinte instrumentos bilaterales que fortalecen temas de seguridad que facilitan y brindan garantías de inversión extranjera a través de los cuales se ve materializado el fortalecimiento de las relaciones entre los dos países en diversos ámbitos, permitiendo desarrollar amplios intercambios comerciales algunos de los acuerdos que nos competen con el plan de negocio trazado son:

- Comunicado Conjunto del Establecimiento de Relaciones Diplomáticas (1980)
- Convenio de Cooperación Científica y Técnica (1981)
- Convenio Cultural (1981)
- Convenio Comercial (1981)
- Convenio de Cooperación Económica (1985)
- Memorando de Entendimiento para el Desarrollo de las Relaciones entre ambos países (1987)
- Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China y el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Colombia.

- Acuerdo para el establecimiento de un mecanismo de consulta política y cooperación entre la República Popular China y la Comunidad Andina de Naciones (2000) Convenios sobre Cooperación Fitosanitaria y Sanidad Animal (2005)
- Memorando de Entendimiento relativo a la Cooperación en Materia de las Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones (2005)
- Acuerdo para la Promoción y Protección de Inversión (2008)
- Convenio de Cooperación Económica y técnica
- Memorando de Entendimiento para la realización del Estudio Conjunto sobre la factibilidad de un tratado de Libre Comercio. (2012)

Adicionalmente, en Colombia existen programas que incentivan el sector automotriz, como el llamado PROFIA del Ministerio de Industria y Comercio, que fomenta a través de beneficios arancelarios de acuerdo a determinadas subpartidas, el incremento del comercio para los fabricantes de autopartes y ensambladores del sector. (Ver [Anexo 10: Programa de fomento para la industria automotriz – PROFIA.](#)) lo que genera un mayor interés de inversión en el sector para los grandes fabricantes como por ejemplo, Renault Sofasa, quien ya cuenta con los mencionados amparos dados a través de las resoluciones emitidas durante este año, publicadas en la página del MINCIT, que procedemos a mencionar a continuación:

- Resolución 035 del 13 de noviembre de 2019, “por medio de la cual se resuelve un recurso de reposición a Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S. - RENAULT SOFASA S.A.S.”
- Resolución 034 del 30 de octubre de 2019, “por la cual se autorizan unos subprogramas al amparo del Programa de Fomento para la Industria Automotriz PV-0003, otorgado a Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S. - RENAULT SOFASA S.A.S.”
- Resolución 033 del 12 de septiembre de 2019, “por la cual se autoriza a Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S. RENAULT SOFASA S.A.S. una nueva ubicación al amparo del Programa de Fomento para la Industria Automotriz PV-0003”.

*Tomado textualmente de Autorizaciones Profia 2019, MINCIT

Este tipo de incentivos significan un comportamiento positivo en el sector, y especialmente a nuestro proyecto, pues el hecho de que la marca objeto de interés que es Renault se acoja a este tipo de incentivos, permiten que tengan una ventaja competitiva como marca, y esto hemos podido evidenciar que se ha reflejado en el aumento de su participación en el mercado colombiano.

Conclusión

Luego de revisar a detalle todos los aspectos tenidos en cuenta dentro de la investigación, podemos concluir que Discamargo SA requiere replantear sus políticas comerciales y su plan de negocios con el fin de llegar a ser más competitivo dentro del mercado, pues, de lo contrario, nunca podrá lograr un reconocimiento importante en su nicho, a pesar de las ventajas competitivas que posee. La apertura de la nueva línea de repuestos dirigida a los vehículos de marca Renault, es viable en la medida de que la empresa esté dispuesta a reducir sus márgenes de ganancia con la garantía de que tendrá una recuperación de la inversión a corto plazo tal y como se evidenció durante el análisis financiero realizado, también podrá tener en cuenta e implementar las propuestas de ambos proveedores con el fin de tener una línea prime (proveedor coreano) y otra de bajo costo (proveedor chino) y de ésta manera atender a más público, sin embargo, la empresa deberá esperar a que se encuentre recuperada de la situación de pérdida que tiene actualmente. Así mismo, Discamargo podría tomar la decisión de incursionar en este nuevo mercado en un futuro basándose en el buen comportamiento que ha tenido la marca Renault durante los últimos años con el incremento sostenido de sus ventas, lo que significa que el mercado de repuestos dirigidos específicamente a esta marca aumenta de manera proporcional.

Trabajos citados

- Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. (30 de 01 de 2017). *informe vehiculosdiciembre colombia , 2016*. Recuperado el 25 de 10 de 2019, de andemos: <http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2017/01/Informe-Vehiculos-2016-12.pdf>
- Asociación Colombiana de Vehículos Automotores. (30 de 01 de 2018). *informe vehiculos diciembre colombia ,2017*. Recuperado el 25 de 10 de 2019, de andemos: <http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2018/01/Informe-Vehiculos-2017-12.pdf>
- asociacion colombiana de vehiculos automotores. (30 de 01 de 2019). *informe vehiculos diciembre colombia,2018*. Recuperado el 25 de 10 de 2019, de ademos: <http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2019/01/Informe-Vehiculos-2018-12.pdf>
- asociacion nacional de movilidad sostenible. (02 de 11 de 2017). *informe sector automotriz*. Recuperado el 03 de 12 de 2019, de andemos: <https://www.andemos.org/index.php/2017/11/02/octubre-5/>
- Camargo, F. (25 de 11 de 2019). informacion de la empresa . (I. Yannuzzi, Entrevistador)
- Estas fueron las marcas de carros más vendidas en el próspero 2018 para el sector*. (01 de 02 de 2019). Recuperado el 22 de 10 de 2019, de dinero: <https://www.dinero.com/pais/articulo/venta-de-carros-y-motos-en-el-2018-en-colombia/265823>
- gaviria , o., & castellanos, g. (s,f). *movilidad de los factores wal- mast*. Recuperado el 28 de 11 de 2019, de prezi: https://prezi.com/-vsw_utcgfz3/movilidad-de-los-factores-productivos/#:~:targetText=Capacidad%20de%20los%20Factores%20Productivos,situaci%C3%B3n%20predominante%20hace%20unas%20d%C3%A9cadas
- Guerrero, L. (25 de 11 de 2019). estado financiero . (I. Yannuzzi, Entrevistador)
- mauricio , s. s. (08 de 12 de 2019). *Los números positivos de la industria aumotoriz en Colombia*. Recuperado el 28 de 11 de 2019, de semana: <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/sobre-ruedas/articulo/industria-automotriz-en-colombia-en-2018/615749>
- portal oficial de inverciones de colombia. (s.f.). *Inversión en el sector Automotriz en Colombia*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de procolombia: nviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/automotriz.html
- Portal oficial de inversiones en colombia. (01 de 02 de 2019). *Perfil de la industria automotriz en Colombia*. Recuperado el 12 de 11 de 2019, de Procolombia: <https://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/1219-radiografia-de-la-industria-automotriz-en.html>
- tellez, j., & sicilla, j. s. (s,f). *Situación Automotriz 2018 colombia*. Recuperado el 03 de 12 de 2019, de BBVA: <https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2018/03/SituacionAutomotriz2018.pdf>

Cita de entrevista

(Camargo, 2019)

(Guerrero, 2019)

Anexos

- Anexo 1- Especificaciones de los vehículos más vendidos (Marca Renault)

RENAULT LOGAN	
MOTOR	
Cilindrada (cm ³)	1598 cc
No Cilindros	4 cilindros
No de Valvulas	8 válvulas
Potencia máxima (HP@RPM)	85 HP @ 5.250 RPM
Torque (kg-m@RPM)	13,4 kg-m @ 2.750 RPM
Tipo de alimentación	Inyección multipunto
Relación de compresión	9,5:1
Tipo de combustible	
Motor	1,6 L 8V 85HP
Arquitectura	Berlina 4 puertas con tracción delantera
Estructura	Chasis autoportante en acero con cuatro ruedas independientes
Grupo motopropulsor	Motor de 4 tiempos implantado transversalmente con 4 cilindros en línea enfriado por agua a presión con vaso de expansión
SUSPENSION	
Delantera	Tipo McPherson, con triángulo inferior y efecto antipercusión, amortiguadores hidráulicos telescópicos con resortes helicoidales
Trasera	Eje flexible semi-independiente, resortes helicoidales de flexibilidad variable, amortiguadores telescópicos hidráulicos y barra antirrolido.
CAJA DE VELOCIDADES	
Tipo	Mecánica de 5 velocidades más marcha atrás
Relación	1ra, 3,73 / 2da, 2,05 / 3ra, 1,39 / 4ta, 1,03 / 5ta, 0,76 / Reversa 4,50
FRENOS	
Delanteros	Discos ventilados de 258mm de diámetro y 22mm de espesor
Traseros	Campanas de 8 pulgadas de diámetro

RENAULT KANGOO	
MOTOR	
Tipo de combustible	Gasolina
Cilindraje	1598 cc
No Cilindros	4 cilindros
Torque (kg-m@RPM)	14,8 kg-m @ 3.750 RPM
Disposición	Transversal
Potencia máxima (HP@RPM)	105 HP @ 5.750 RPM
No de Valvulas	16 válvulas
SUSPENSION	
Delantera	Tipo McPherson, con triángulo inferior y efecto antipercusión, amortiguadores hidráulicos telescópicos con resortes helicoidales y barra estabilizadora
Trasera	Eje flexible semi-independiente, resortes helicoidales, amortiguadores telescópicos hidráulicos y barra estabilizadora
CAJA DE VELOCIDADES	
Tipo	Mecánica 5 velocidades más marcha atrás
FRENOS	
Delanteros	Discos ventilados de 258 mm de diámetro y 22 mm de espesor
Traseros	Campanas de 8 pulgadas de diámetro

RENAULT DUSTER	
MOTOR	
Cilindrada (cm3)	1598 c.c.
No Cilindros	4 cilindros
No de Valvulas	16 DOHC
Potencia máxima (HP@RPM)	105 HP@ 5.750 rpm
Torque (kg-m@RPM)	15,1 @ 3.750 rpm
Tipo de alimentación	Inyección electrónica multipunto secuencial
Relación de compresión	9,8:1
Tipo de combustible	Gasolina
Motor	1.6 L, Mecánica 4x2

Trasmision	Mecánica 4X2
SUSPENSION	
Delantera	Tipo Pseudo Mac-Pherson, con triángulo inferior y barra estabilizadora. Resortes helicoidales. Amortiguadores hidráulicos y telescópicos.
Trasera	Eje flexible en H, ruedas semi-independientes, barra estabilizadora resortes helicoidales, amortiguadores hidráulicos y telescópicos.
CAJA DE VELOCIDADES	
Tipo	Mecánica 5 velocidades más reversa
FRENOS	
Delanteros	Discos ventilados de 269 mm de diámetro
Traseros	Campanas de 9" de diámetro

RENAULT TRAFIC	
MOTOR	
Cilindrada (cm3)	2299 cm3
No Cilindros	4 cilindros
No de Valvulas	16
Potencia máxima (HP@RPM)	31,7 @ 1.500
Torque (kg-m@RPM)	130 @ 3.500
Tipo de alimentación	Inyección directa + Trubo + Common Rail
Tipo de combustible	Diesel
Motor	2.3 Lts, 16 V, Euro 4
SUSPENSION	
Delantera	Tipo Pseudo Mac-Pherson, con triángulo inferior y barra estabilizadora. Resortes helicoidales. Amortiguadores hidráulicos y telescópicos.
Trasera	Eje flexible en H, ruedas semi-independientes, barra estabilizadora resortes helicoidales, amortiguadores hidráulicos y telescópicos.
CAJA DE VELOCIDADES	
Tipo	MECÁNICA 6 velocidades más reversa
FRENOS	
Delanteros	ABS, de disco en las 4 ruedas
Traseros	ABS, de disco en las 4 ruedas

RENAULT MASTER	
MOTOR	
Cilindrada (cm3)	2299 cm3
No Cilindros	4 cilindros
No de Valvulas	16
Potencia máxima (HP@RPM)	31,7 @ 1.500
Torque (kg-m@RPM)	130 @ 3.500
Tipo de alimentación	Inyección directa + Turbo + Common Rail
Tipo de combustible	Diesel
Motor	2.3 Lts, 16 V, Euro 4
Disposicion	Transversal
SUSPENSION	
Delantera	Tipo McPherson, con triángulos sobrepuestos con barra estabilizadora y resortes helicoidales sobre amortiguadores hidráulicos telescópicos.
Trasera	Eje rígido con elásticos longitudinales semielípticos de acero, barra estabilizadora y amortiguadores hidráulicos telescópicos.
CAJA DE VELOCIDADES	
Tipo	MECÁNICA 6 velocidades más reversa
FRENOS	
Delanteros	ABS, de disco en las 4 ruedas
Traseros	ABS, de disco en las 4 ruedas

RENAULT CLIO	
MOTOR	
Cilindrada (cm3)	1598 cc
No Cilindros	4 cilindros
No de Valvulas	8
Potencia máxima (HP@RPM)	13,4 kg-m @ 2.750 RPM
Torque (kg-m@RPM)	85 HP @ 5.250 RPM
Relacion de compresion	9,5:1
Tipo de combustible	Gasolina
Motor	1,6 L 8V 85HP
Tipo de Inyeccion	Inyección multipunto
SUSPENSION	
Delantera	Tipo McPherson, con triángulo inferior y efecto antipercusión, amortiguadores hidráulicos telescópicos con resortes helicoidales

Trasera	Eje flexible semi-independiente, resortes helicoidales de flexibilidad variable, amortiguadores telescópicos hidráulicos y barra antirrolido.
CAJA DE VELOCIDADES	
Tipo	Mecánica de 5 velocidades más marcha atrás
Relacion	1ra, 3,73 / 2da, 2,05 / 3ra, 1,39 / 4ta, 1,03 / 5ta, 0,76 / Reversa 4,50
FRENOS	
Delanteros	Discos ventilados de 258mm de diámetro y 22mm de espesor
Traseros	Campanas de 8 pulgadas de diámetro

- Anexo 2, Ventas por marca Acumuladas – Comparativo 2016-2017, 2017-2018, ejecutado por la Andemos

2016-2017

VENTAS POR MARCA ACUMULADO				
Ranking 2016	MARCA	2016	2017	Variacion
-	CHEVROLET	60.089	51.253	-14,7%
-	RENAULT	50.944	46.863	-8,0%
+2	NISSAN	18.253	21.076	15,5%
-1	KIA	26.297	19.810	-24,7%
-1	MAZDA	18.146	18.700	3,1%
-	FORD	15.977	15.166	-5,1%
+2	TOYOTA	8.537	9.596	12,4%
-	VOLKSWAGEN	8.603	9.265	7,7%
-2	HYUNDAI	5.977	8.596	43,8%
-	SUZUKI	6.916	7.260	5,0%
	OTRAS	33.959	30.653	-9,7%
Total general		253.698	238.238	-6,1%

2017-2018

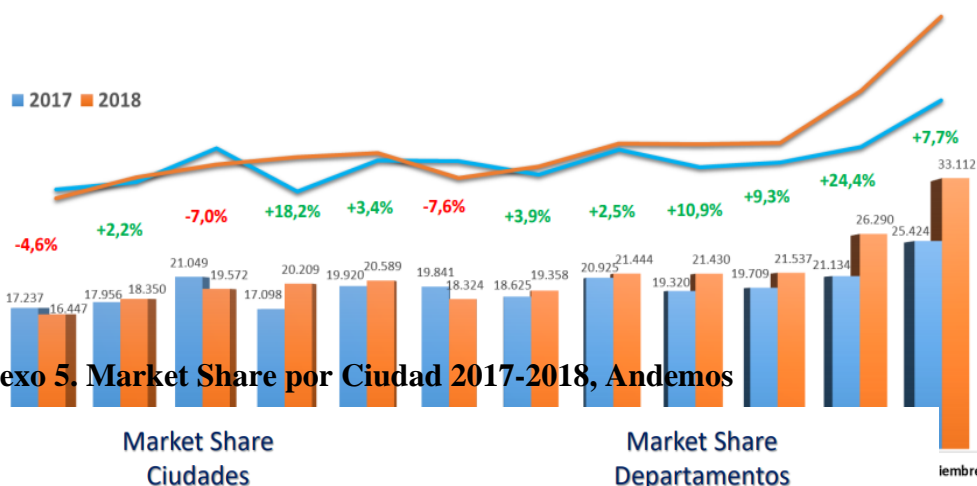
POR MARCA ACUMULADO				
Ranking 2018	MARCA	2017	2018	Variacion
	CHEVROLET	41.972	39.551	-5,8%
	RENAULT	38.452	38.217	-0,6%
	NISSAN	17.079	17.635	3,3%
+1	MAZDA	14.741	16.620	12,7%
-1	KIA	16.166	16.487	2,0%
+2	TOYOTA	7.186	10.680	48,6%
-1	FORD	12.539	9.903	-21,0%
-1	VOLKSWAGEN	7.433	9.833	32,3%
+2	SUZUKI	5.672	6.238	10,0%
-1	HYUNDAI	6.508	3.746	-42,4%
	OTRAS	23.932	28.350	18,5%
Total general		191.680	197.260	2,9%

- **Anexo 3. Variación Acumulada Vehículos Híbridos y Eléctricos 2017-2018, Andemos.**

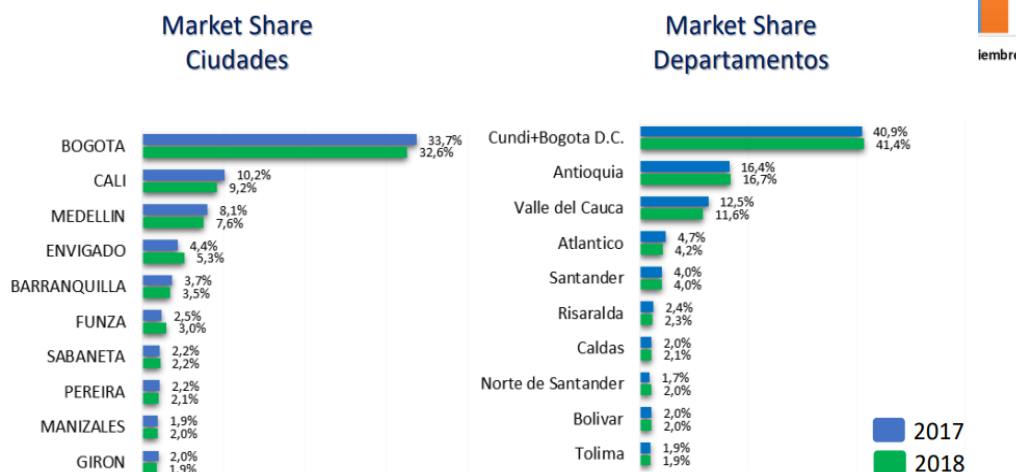
VEHICULOS HIBRIDOS Y ELECTRICOS

ACUMULADO			
MARCA	2017	2018	Variacion
BMW	82	285	247,6%
RENAULT	57	220	286,0%
KIA	10	183	1730,0%
AUDI		55	100,0%
MINI	1	52	5100,0%
VOLVO	3	27	800,0%
HYUNDAI	2	25	1150,0%
NISSAN		21	100,0%
MITSUBISHI	11	11	0,0%
MERCEDES BENZ		11	100,0%
PORSCHE	2	10	400,0%
SITOM		9	100,0%
OTRAS	30	23	-23,3%
Total general	198	932	370,7%

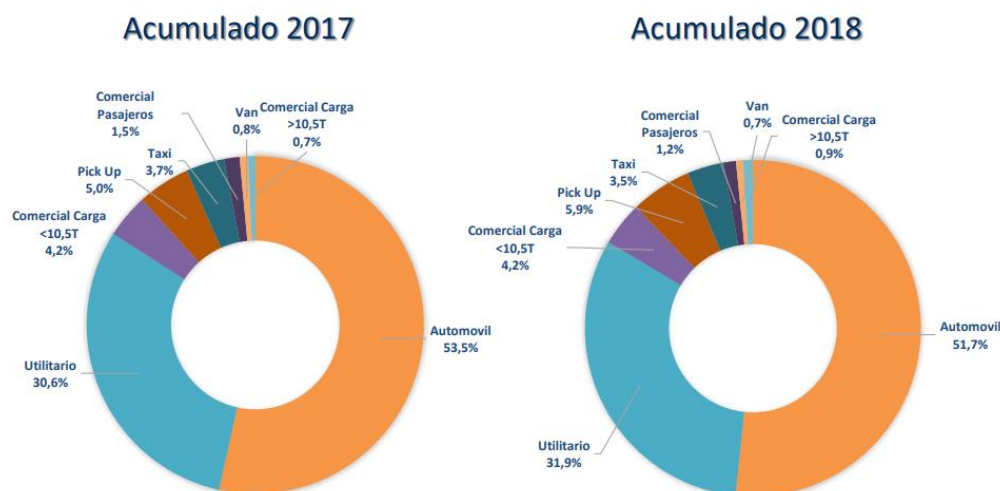
- **Anexo 4. Comportamiento general comparativo del sector automotriz en términos de unidades vendidas durante el año 2017 y 2018, Andemos.**



- **Anexo 5. Market Share por Ciudad 2017-2018, Andemos**



- **Anexo 6. Acumulado por tipo de vehículo 2017-2018, Andemos.**



SEGMENTO	MES			ACUMULADO			MARKET SHARE (MS)		
	2017-12	2018-12	Variacion Porcentual	2017	2018	Variacion Porcentual	2017	2018	Var. MS Puntos
Automovil	12.168	15.916	30,8%	125.940	131.406	4,3%	52,9%	51,2%	-1,7
Utilitario	8.428	11.862	40,7%	73.568	83.129	13,0%	30,9%	32,4%	1,5
Pick Up	1.555	2.273	46,2%	12.240	15.457	26,3%	5,1%	6,0%	0,9
Comercial Carga <10,5T	1.355	1.143	-15,6%	10.399	10.593	1,9%	4,4%	4,1%	-0,2
Taxi	865	975	12,7%	8.734	8.865	1,5%	3,7%	3,5%	-0,2
Comercial Pasajeros	600	436	-27,3%	3.729	3.086	-17,2%	1,6%	1,2%	-0,4
Comercial Carga >10,5T	227	272	19,8%	1.643	2.322	41,3%	0,7%	0,9%	0,2
Van	226	235	4,0%	1.985	1.804	-9,1%	0,8%	0,7%	-0,1
Total	25.424	33.112	30,2%	238.238	256.662	7,7%	100%	100%	

- **Anexo 7, Gastos de Internacionalización Actuales de Discamargo**

GASTOS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN QUE MANEJA DISCAMARGO ACTUALMENTE	
TIPO DE GASTO	DESCRIPCIÓN
FLETES	ORIGEN Y DESTINO (EXW + TRASLADO ORIGEN + FLETES LOCALES)
BODEGAJES	EN PUERTO POR DEMORAS O INSPECCIONES
INTERMEDIARIO ADUANERO	TERCERIZACIÓN DE SERVICIO DEL INTERMEDIARIO A UNA SIA
	REALIZACIÓN DE FORMULARIOS
	INSPECCIÓN FÍSICA
	ACLARACIÓN DE VALO
	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA
MONTA CARGA	PRE-DESCRIPCIÓN
	PARA DESCARGUE EN DESTINO - Sólo si es necesario
	ARRIENDO BODEGA - DISCAMARGO

- **Anexo 8: Resultados Encuesta Telefónica**



Encuesta
Telefónica.docx

- **Anexo 9: Análisis Financiero**



analisis
financiero.xlsx

- **Anexo 10: Programa de fomento para la industria automotriz – PROFIA.**

Tomado de: Ministerio de Industria y Comercio (2019)

Programa de fomento para la industria automotriz – Profia

Instrumento dirigido a las personas jurídicas que fabrican los bienes contenidos en las subpartidas arancelarias indicadas en el artículo 7 del Decreto 1567 de 2015, mediante el cual se autoriza al beneficiario del Programa, a importar con franquicia o exoneración del gravamen arancelario, las mercancías o bienes contenidos en las subpartidas arancelarias señaladas en el artículo 3 ibidem, con el compromiso de incorporarlos en la producción de vehículos o autopartes para la venta en el mercado nacional o externo.

El trámite de las solicitudes del Programa de Fomento para la Industria Automotriz - PROFIA son presentadas ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT por los fabricantes de autopartes y ensamble de vehículos del sector automotriz, evaluadas por la Dirección de Productividad y Competitividad y conceptuadas por el Grupo Registro de Productores de Bienes Nacionales para determinar la inexistencia de producción nacional y la propuesta de asignación del código numérico único de los bienes que se encuentran bajo el amparo del PROFIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo autorizará o no el PROFIA y establecerá la terminación del PROFIA según se presenten las condiciones definidas en la norma.

Procedimiento que aplica

I. Recepción de las solicitudes de autorización del profia – (formato 1)

Comunicación con solicitud PROFIA dirigida a:

Dirección de Productividad y Competitividad

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Edificio CCI - Calle 28 No. 13 A – 15 - Piso 1°

Grupo de Gestión Documental – Correspondencia

2. Evaluación de las solicitudes de autorización del profia

La evaluación se adelanta en el MinCIT de acuerdo con lo establecido en el Decreto 1567 de 2015 (Anexo 1) y la resolución 3429 de 2015. (Anexo 2)

3. Autorización o terminación del profia, comunicación y publicación

El MinCIT emite resolución de autorización o terminación del PROFIA según sea el caso, comunica al interesado el acto administrativo y publica en su sitio web las autorizaciones PROFIA.

URL Video: <https://youtu.be/gonUoASckoU>

Autorización de Uso de Contenidos



Autorizacion de
uso de contenidos-

Descripción de Documentos en el repositorio



Descripcion de
documentos en el re