



ANÁLISIS DEL SECTOR

SELECCIÓN ABREVIADA MEDIANTE SUBASTA INVERSA PRESENCIAL No. 002 DE 2014 FEBRERO DE 2014

“SUMINISTRO DE LLANTAS Y BATERIAS PARA LOS VEHICULOS UTILIZADOS EN EL PROYECTO DE PAVIMENTACIÓN DE LA VÍA JUNÍN – BARBACOAS, EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, EN EL MARCO DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO N° 2570/910 DE 2009”.

A. ANÁLISIS DE MERCADO:

INTRODUCCIÓN

Para el propósito del presente análisis su agrupación por actividades se basó en la cuarta y última revisión de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) de las Naciones Unidas, la cual fue complementada por cuanto es aún incompleta. Difiere de las varias versiones utilizadas por el DANE, la DIAN y las Cámaras de Comercio, ya que la modificación realizada por estas entidades alteró el sistema en su estructura básica, lo cual impide agrupaciones por subsectores y algunas actividades específicas.

Analizar sectores o subsectores bajo esta metodología dificulta la clasificación del sector específico. Sin embargo, las fuentes de información secundaria disponibles, posibilitan el análisis de este sector en concreto.

Capítulo I

1.1 CADENA DE VALOR DEL SECTOR AUTOMOTRIZ

La cadena productiva de autopartes-automotor en Colombia comprende la actividad de ensamble de vehículos automotores, y la fabricación de partes y piezas de vehículos utilizadas en el ensamble como repuestos. Además utiliza insumos producidos de otras cadenas productivas como las de metalmecánica, petroquímica (plástico y caucho) y textiles¹.

¹ DNP: Cadena productiva de automotor-autopartes



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia



@IDEA_Antioquia



En la producción de autopartes hay un mayor número de empresas dedicadas a la fabricación de partes de los vehículos para proveer a las ensambladoras o para abastecer el mercado de repuestos. Las empresas de autopartes han logrado reconocimiento importante por la calidad de sus productos, la incorporación de innovaciones y la presencia en mercados internacionales.

En este segmento también hay una importante presencia de pequeñas y medianas empresas.

Esta cadena no responde a una línea de transformación de materias primas; la actividad de ensamble de vehículos incluye operaciones de armada, montaje y pintura. El material desarmado para el ensamble -CKD2- es el principal insumo de la industria automotriz ya que representa cerca de 60% de los costos de producción de un vehículo y se importa de las casas matrices o filiales de las compañías.

En la construcción de un automotor, intervienen cerca de 60 materiales diferentes que varían desde el acero al aglomerado vegetal y desde el níquel hasta el nailon. La gráfica 1 describe los productos de la cadena agrupándolos por afinidad productiva bajo la denominación de eslabón, como se puede apreciar en la gráfica, los eslabones confluyen hacia la línea de ensamble donde se monta cada una de las partes del vehículo. En esta combinación de productos se destaca la producción nacional de los productos del eslabón dirección, frenos y suspensión, e instalaciones y equipo eléctrico, la operación de ensamble primario comprende el montaje de todas las piezas que componen el motor del vehículo, así como de la carrocería y las ruedas, las unidades de CKD de la cadena corresponden a tecnologías importadas, no desarrolladas en el país.

1.2. SECTOR AUTOMOTRIZ

Es reconocido a nivel mundial como sector “punta de lanza” del desarrollo económico y social, por sus múltiples efectos de arrastre sobre una amplia gama de campos de la actividad industrial. Sus altos aportes a la innovación y a la transferencia de tecnología lo constituyen en uno de los sectores líderes y una de las locomotoras para el desarrollo de Colombia, de acuerdo con los datos suministrados por la firma consultora ECONOMETRIA S.A en el año 2012 se vendieron en Colombia 312.968 vehículos, que representan el 4% del PIB industrial.



Certificado N° SC 1599 - 1

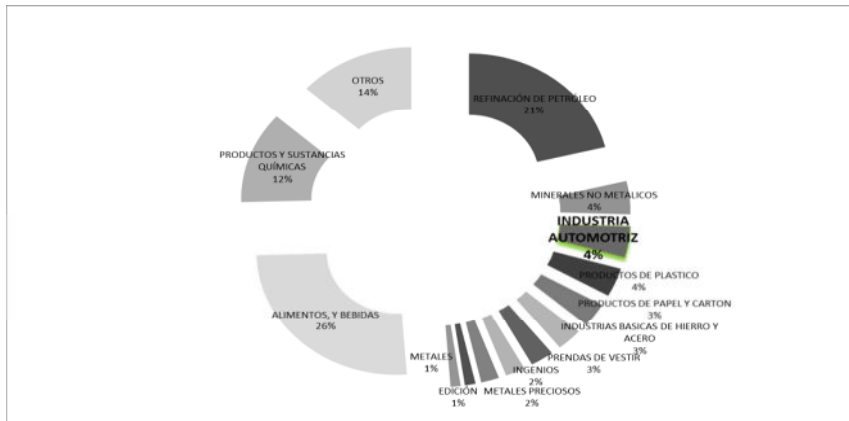
Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



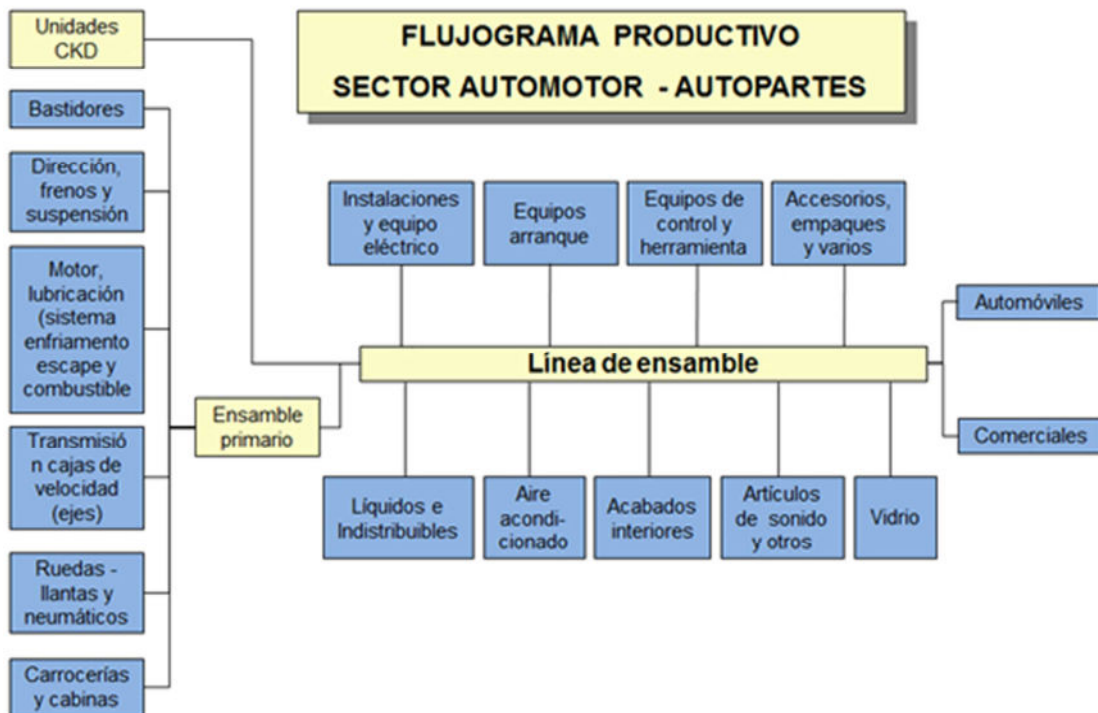
IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia

Grafica 1
PARTICIPACION EN EL PIB INDUSTRIAL



Fuente: Asociación Nacional de Empresarios, ANDI

Grafica 2



En Colombia operan de manera activa las siguientes ensambladoras de vehículos:

1. Compañía Colombiana Automotriz (marca Mazda)
2. General Motors Colmotores (marcas Isuzu, Volvo y Chevrolet)
3. SOFASA (marca Renault)
4. Hino Motors Manufacturing S.A. (marca Hino – grupo Toyota)
5. Carrocerías Non Plus Ultra (marca propia, CKD Volkswagen)
6. Compañía de Auto ensamble Nissan (marca Nissan)
7. Navistrans S.A: Agrale
8. Daimler

Las cuatro primeras empresas concentran el 99% de la producción, en términos de unidades.

Cuadro 1

CONSUMO APARENTE DE VEHICULOS EN COLOMBIA ²					
Año	producción 1	Importaciones 2	Exportaciones 3	Balanza comercial 1 2	Consumo aparente
2000	50.716	27.045	15.927	(11.118)	61.834
2001	75.997	26.414	34.886	8.472	67.525
2002	81.000	40.709	23.007	(17.702)	98.702
2003	32.566	52.372	9.333	(43.039)	75.605
2004	93.363	41.017	29.757	(11.260)	104.623
2005	109.333	83.159	42.071	(41.088)	150.421
2006	138.690	135.188	48.739	(86.449)	225.139
2007	183.721	160.239	70.593	89.646	173.367
2008	110.766	129.898	26.996	(102.902)	213.668
2009	91.118	91.832	4.974	(86.858)	177.976
2010	128.265	151.226	12.019	(139.207)	267.472
2011	154.261	201.216	13.465	196.751	351.012

² Fuente: Mincomercio, DIAN. consumo aparente: (producción+importaciones) - Exportaciones



1.3 SECTOR AUTOPARTES

1.3.1 CARACTERIZACION DEL SECTOR

Empleando la metodología de cadenas productivas propuesta por el DNP (2004), se identifica que el proceso productivo del sector automotor comprende las actividades de ensamble de vehículos así como la producción de partes, piezas que se utilizan en el proceso de ensamble, además de sus repuestos.

Al describir el proceso productivo del sector por diferentes eslabones, se encuentra que para esta industria particular más que una relación de transformación de materias primas, este sector comprende la actividad de ensamble de vehículos, lo que consiste en las etapas de armado, montaje y pintura, tomando así productos provenientes de otros procesos productivos.

“La cadena productiva se concibe como un conjunto de eslabones vinculados entre sí por Relaciones de tipo proveedor-cliente-proveedor. Vista en su conjunto, una cadena productiva comprende desde los bienes primarios, su transformación en bienes intermedios, otros bienes intermedios originados en una cadena productiva diferente, hasta los bienes finales”. DNP 2004.

El Gráfico 2 flujograma productivo del sector automotor ilustra el proceso productivo del sector automotor visto desde la metodología de cadenas productivas, señalando que el proceso de ensamble se alimenta de los productos asociados a los eslabones de bastidores, dirección, frenos y suspensión, así como de los relacionados con motor y lubricación, transmisión y caja de velocidades, ruedas y carrocerías.

Esta descripción del sector utilizando la herramienta de cadenas productivas, permite identificar los productos o eslabones que más contribuyen al sector en términos de producción así como aquellas etapas en las cuales se genera más empleo³.

Con lo anterior, se observa que en el año 2009, el valor total de producción en fábrica del sector automotor reportado por el DNP (2011) superó los 3,7 billones de pesos registrando así, en términos nominales, una disminución con respecto al año anterior del 17%. No obstante, el sector registró una dinámica de crecimiento sostenido importante en el periodo 2003-2007, alcanzando una cifra récord en 2007 que superó los 6,7 billones de pesos. Sin embargo, tras la crisis financiera que se desató en EEUU a finales de 2007, se observa el fuerte impacto que ésta última tuvo sobre la producción del sector automotor pues no sólo se evidenció una caída en términos reales del 38% en 2008 en el valor de la producción, sino que se afectó la senda de crecimiento que se venía registrando.

En Colombia se producen diversos tipos de autopartes, entre las que se encuentran: sistemas de suspensión, sistemas de dirección, sistemas de escape, sistemas de transmisión, sistemas de refrigeración, material de fricción, partes eléctricas como baterías y cableados, productos

³ Fuente: Departamento Nacional de Planeación, DNP



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia





químicos, rines, llantas, filtros para aire, lubricantes y combustibles, tapicerías en tela y cuero, trim interior, vidrios templados, laminados y para blindaje, bastidores de chasis, aires acondicionados, partes de caucho y metal y accesorios, entre otros.

Las empresas proveedoras de equipo original tienen certificados sus procesos de gestión con normas internacionales como la TS-16949, los bienes se fabrican bajo normas de producto como ISO, ASTM, CE y JIS, además de las normas privadas de las casas matrices mundiales de vehículos para las cuales la industria autopartista es proveedor en Colombia, Venezuela y Ecuador, entre otros.

El origen de las inversiones en esta industria es muy variada pues se tiene de Estados Unidos, Japón, Francia, México, Brasil, Venezuela, lo que además incluye asistencia técnica de productores mundiales de partes eléctricas, llantas, vidrio, partes de transmisión.

El alto nivel tecnológico y de calidad, ha generado la confianza de consumidores externos localizados en más de 50 países, lo que ha permitido exportar autopartes por un valor promedio superior a los 485 millones de dólares en los últimos tres años.

Entre los principales productos de exportación se destacan acumuladores de plomo (baterías), vidrios, llantas neumáticas, material de fricción, empaquetaduras de motor y partes de suspensión, entre otros.

Cuadro 3

Nombre eslabón	Valor producción en fabrica (Miles de pesos)							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Acabados interiores	61.952.132	58.199.284	70.984.171	107.539.690	124.141.776	148.108.873	104.857.497	90.758.050
Accesorios, empaques	22.621.940	25.676.560	41.933.289	46.993.360	56.694.612	64.333.851	55.367.108	45.827.805
Aire acondicionado	16.383.774	24.094.469	38.684.627	48.639.172	67.162.630	93.715.140	55.634.388	38.088.751
Automóviles	1.437.864.073	1.355.326.903	2.144.923.007	2.490.600.335	3.349.509.615	4.302.228.885	2.490.662.720	1.866.440.429
Bastidores	93.587.931	116.070.750	149.749.122	191.745.767	228.219.598	282.388.159	145.887.811	140.711.969
Carrocerías Vehículos	3.530.805	4.569.768	7.841.398	7.037.154	3.639.167	14.638.158	5.635.489	1.733.029
Comerciales	51.600.621	68.052.080	59.738.424	84.834.576	113.331.690	151.266.191	104.508.155	196.451.103
Demás carrocerías	142.884.981	145.967.501	194.047.424	263.463.222	318.176.695	326.280.768	278.695.666	269.931.577
Dirección, frenos y suspensión	192.403.794	212.911.482	248.915.536	271.852.173	312.289.917	364.224.797	358.325.930	305.001.153
Equipo eléctrico e instalaciones	156.986.672	173.454.073	334.397.148	409.380.344	510.841.068	645.214.438	574.194.934	482.582.641
Equipos de control y herramientas	2.581.035	1.900.282	613.613	714.596	537.211	974.480	1.672.547	2.107.122
motor y Lubricación	93.566.724	93.608.489	120.533.439	152.277.280	154.638.796	178.563.068	250.527.599	217.406.046
Ruedas, llantas y neumáticos	48.779.109	51.952.483	81.316.667	97.885.315	111.238.659	113.848.343	89.628.204	75.877.174
Transmisión y caja de velocidades	55.398.479	24.084.427	27.380.008	26.336.141	27.933.378	35.598.323	74.273.732	65.468.280
Total cadena	2.380.142.070	2.355.868.551	3.521.057.873	4.199.299.125	5.378.354.812	6.721.383.474	4.589.871.780	3.798.385.129



Certificado N° SC 1599 - 1

Calle 42 N° 52 - 259
 PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
 contactenos@idea.gov.co
 Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia

1.4. TAMAÑO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DEL SECTOR

Tipo de empresas

El mercado colombiano cuenta aproximadamente con 68 marcas de automóviles, la más vendida es Chevrolet, la cual proviene principalmente del ensamblaje nacional (75%), México (14%) y China (6%), en orden, continúa Renault, donde las productoras nacionales son más significativas con un 88% de participación, en tercer lugar está Hyundai, donde toda la oferta es importada, luego están las marcas con mayor crecimiento en los últimos años: KIA y Nissan, ocho años atrás, estas dos marcas no sumaban más del 10% del mercado, al contrario, hoy en día, suman más del 16% en su participación local.

Por su parte, los carros provenientes de China ahora significan un 6,6% del total, sin embargo, entre estas importaciones se cuenta una marca tradicional, que tiene origen en otro país, pero tiene planta de ensamblaje en Asia, si descontáramos estas compras, la participación china sería de 4,9%, lo cual representaría en todo caso un aumento con respecto a la cuota casi nula que tenía al inicio del siglo.

1.5. Facturación

Cuadro 6 (Millones de \$)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	150.359	166.715	274.116	355.837	494.644	522.783	439.432	458.397
Importaciones	916.620	1.397.744	1.524.663	1.690.109	2.238.304	2.257.769	2.132.167	2.561.532

1.6 Empleados

El sector automotriz y de autopartes en Colombia genera aproximadamente 29.000 puestos de trabajo directo, con empleos altamente calificados y bien remunerados.

La generación de empleo por parte del eslabón de automóviles se ha visto fuertemente afectada, no así la del eslabón de vehículos comerciales que a pesar de la crisis ha mantenido una senda de creación de empleo positiva, el eslabón de automóviles estaba próximo a superar los 30.000 empleos en 2011, aunque en los años anteriores, ha tenido altibajos.

De otra parte, cabe señalar que los vehículos comerciales han mantenido una tasa de crecimiento sostenida en la generación de empleo promedio del 13%, lo que ha permitido que en los últimos 7 años, el número de personas empleadas en este eslabón se haya duplicado.

Siguiendo la metodología de cadenas productivas del DNP (2004b), la categoría autopartes se refiere a la reunión de los eslabones relacionados con acabados interiores, accesorios, empaques y varios, aire acondicionado, bastidores, carrocerías vehículos, dirección, frenos y



suspensión, equipo eléctrico e instalaciones, equipos de control y herramientas, motor y lubricación, así como ruedas, llantas y neumáticos, y finalmente transmisión y cajas de velocidades. En conjunto, en 2009 esta categoría generó el 46% del valor de la cadena con un valor superior a los 1,7 billones de pesos que a pesar de registrar una caída del 13% con respecto al año inmediatamente anterior, esta categoría de autopartes ha mostrado gran dinamismo, pues la producción registró tasas de crecimiento promedio del 21% en el periodo 2002-2007 y si bien su senda de crecimiento fue afectada por la crisis económica, la caída no fue tan fuerte como la registrada en el eslabón de automóvil.

1.7. INVERSIONES DEL SECTOR

Decisiones de inversión recientes

El dinamismo de la industria en Colombia ha permitido la reactivación del sector automotor en los últimos años, importantes movidas de inversión en el país han reflejado este comportamiento:

Las ensambladoras instaladas en el país, le siguen apostando al mercado colombiano realizando más inversiones⁴

General Motors – Colmotores:

Mejora en la Productividad, planea una inversión en los próximos 5 años de USD 250 millones para incrementar la productividad de la planta en Bogotá, por medio de la incorporación de operaciones de estampado, robotización de soldadura y de pintura, este proyecto permitirá exportar vehículos a los mercados de Brasil, Argentina, entre otros.

Fotón:

Proyecto de ensamble, la empresa China anuncio que ensamblará camiones ligeros (menos de 10 Ton) en el país, de la mano de su socio local el grupo Colombiana de Comercio Corbeta, la inversión en este proyecto asciende a los USD 4 millones para la primera etapa (5.000 unidades en cuatro modelos diferentes de camión) y se estima que generara cerca de 400 empleos directos.

Marcopolo – Superpolo:

Generación de Empleo: Los fabricantes de carrocerías para buses Superpolo de la multinacional brasilera Marcopolo, han generado alrededor de 800 nuevos empleos debido a su alta demanda, un nuevo contrato con Panamá para proveer 1.200 buses y exportaciones a mercados de la región (Ecuador, Perú, Costa rica, Surinam y Haití).

⁴ Fuente: proexport, Colombia



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia



@IDEA_Antioquia



Daimler Chrysler:

Proyecto de ensamble: El auge del segmento de buses de pasajeros en el país, ha motivado a Daimler anunciar inversiones para el ensamblaje de chasis para buses de la mano del autopartista DANA con planta en Colombia. Se estima que se producirán alrededor de 150 unidades mensuales de los modelos Mercedes Benz Atego 1016 y Thomas EF 1723, este proyecto creará 27 nuevos empleos además de generar cerca de USD 4 millones en compras de autopartes colombianas.

Piaggio:

Proyecto de ensamble: La empresa italiana Piaggio, líder en vehículos de tres ruedas para carga liviana, anunció la construcción de una planta ensambladora en las afueras de Bogotá para la producción de motocarros y moto cargueros, la inversión del proyecto será de USD 10 millones y la capacidad de producción en la primera etapa será de 50.000 unidades anuales para cubrir la demanda local y regional.

Michelin:

Ampliación de planta de producción: Se realizará inversiones por USD 430 millones, para aumentar su participación de mercado (actualmente 20%) e incrementar las exportaciones a Mercosur y Brasil.

Baterías MAC y Johnson Controls:

Alianzas Estratégicas: La empresa líder en la producción de baterías en la región del Valle del Cauca, realizó un Joint Venture con la empresa norteamericana Johnson Control principal productor de baterías en el mundo. Esta operación busca fortalecer la participación de mercado en el segmento de baterías de plomo ácido para carros y motocicletas, además de transferencia de tecnología para la planta en Colombia.

Capítulo 2

1. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD SECTOR AUTOMOTRIZ COLOMBIANO

2.1 ANÁLISIS INTERNO

2.1.1 Amenaza de nuevos competidores

Antecedentes: Por parte de las ensambladoras colombianas GM Colmotores ha sido durante la historia el de las mayores ventas, seguido por Sofasa, ya que para ellos aumentó gracias al crecimiento del mercado automotor en Colombia y en Venezuela, por su parte la Compañía Colombiana Automotriz, CCA, ensambladora en Colombia en los últimos tres años ha reportado



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia



que su operación industrial se ha fortalecido de manera importante gracias a su ejercicio exportador al mercado andino.

Las marcas Volkswagen, Mitsubishi, Hyundai, Kia, Peugeot, Ssangyong, etc, han perdurado gracias a la tecnología implantada, servicio al cliente y a la red de concesionarios, que permiten que cada día aumente sus ventas, registrándose un crecimiento importante para la industria.

Así, la dinámica del mercado de autos en Colombia ha permitido que este país se convierta en una plaza importante para los importadores, ya que se convierte en plataforma para que lleguen a posicionar sus marcas, de igual forma, esto representa una importante oportunidad para inversionistas que estén interesados en ubicar las plantas de ensamblaje en Colombia.

Para la inversión extranjera directa es atractivo el mercado colombiano porque es un mercado que está en crecimiento en el país y además porque los inversionistas extranjeros si cuentan con los recursos tecnológicos, capacidad de expansión, capacidad instalada y con el talento humano necesario para competir, además de la estratégica posición geográfica. El factor de inseguridad en todos los frentes que existen en el país (paramilitarismo, guerrilla, narcotráfico y delincuencia común), es lo que impide que no tengamos más inversión extranjera directa por el temor a sufrir estragos por algunos de los grupos mencionados.

Estrategias: El sector debe estar comprometido en todas las áreas involucradas, como son producción, comercialización, red de distribución, recurso humano y respaldo posventa, esto mediante una buena red de concesionarios que les permita brindarle al cliente un buen servicio y manejo al momento de adquirir un vehículo.

Otra estrategia importante es la de GM Colmotores y Sofasa para trabajar en el mejoramiento de sus proveedores nacionales de autopartes.

Para este efecto, General Motors en alianza con Sofasa, está trabajando en un Modelo de Gestión para la Competitividad (MGC), con apoyo de organismos como Colciencias, Fomipyme, CAF, Uniandes (BID) y otras entidades externas, para asegurar la continuidad de las empresas una vez se entre en una competencia abierta con cero aranceles, se espera que el proceso de implementación del MGC no tome más de 3 años y que una vez todos los proveedores hayan asegurado estas herramientas, se conviertan no solamente en proveedores para la Región Andina, sino para cualquier país del mundo.

Economías de escala: Las ensambladoras y el sector deben implementar procesos y economías de escala, ya que estas pueden presentarse como ventaja, al ser mucho más grande el volumen del mercado.

Diferenciación del producto: Para las ensambladoras y el sector es importante mantener su producto en el mercado, consolidarse y posicionarse con su marca gracias a que el desarrollo de esta es una de las mejores estrategias para proteger y potenciar el patrimonio de la empresa, a su vez busca identificar los productos y servicios y los diferencia de los competidores brindándole credibilidad y confianza al comprador.



Certificado N° SC 1599 - 1

Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia



Requisitos de capital: Las ensambladoras deben invertir diariamente para estar innovando ya que el mercado lo exige, a su vez renovar su tecnología, para sacar al mercado vehículos de alta calidad.

Acceso a los canales de distribución: Para las ensambladoras e importadoras es importante mantenerse a la vanguardia, apoyados de un buen canal de precios, promoción, publicidad, y un estilo de marketing innovador, deberán establecer un calendario de promociones acorde a la estacionalidad del producto, la publicidad se centrará en dar a conocer el estilo del vehículo, la presentación en el punto de venta jugará un importante papel ya que se intenta conseguir que el cliente realice la compra.

Capacitación de personal: Es importante que las ensambladoras implementen sistemas de capacitación, mediante programas de formación en ensamble, áreas de diagnóstico, conocimiento en electrónica, sistemas computarizados etc, ya que la tecnología implementada para estos vehículos la requiere. Un temor que se refleja en las ensambladoras es no darle al trabajador capacitación permanente por los altos costos que implican para ellos, o por que estos se dirijan a la competencia cuando se ha adquirido los conocimientos, por eso es de gran importancia mantener activo en toda organización el know-how o saber hacer ya que esto implica para la empresa buenos resultados.

2.1.2 DEBILIDADES

Reducido tamaño del mercado interno.
Temas relacionados con logística y transporte debido a que las plantas de ensamble de vehículos se hallan distantes de los puertos y se ubican en el centro del país.
Alta dependencia de insumos producidos en el exterior lo que tiene efectos sobre su competitividad.
Comercio de autopartes usadas.
Contrabando.
En lo relacionado con el desarrollo tecnológico el sector ha identificado la falta de sinergias de la industria con las universidades y los centros de investigación.
Inestabilidad normativa, particularmente en materia de transporte.
Fuerte competencia extranjera.
Capacidad instalada deficiente para producir a gran escala.
Cargas impositivas.
Producción con poco valor agregado.



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 **FAX:** (574) 354 77 08 **NIT:** 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
 Medellín / Colombia



IDEA Antioquia



@IDEA_Antioquia



2.1.3 FORTALEZAS

Marco de política industrial subregional.
(Convenio Automotor Andino), el cual ha permitido el crecimiento del sector en mercados externos y a su vez ha presionado el mejoramiento de los estándares industriales.
El desarrollo industrial del sector se ha beneficiado de la transferencia y asimilación de tecnologías duras y blandas realizada por las empresas multinacionales presentes en el sector.
El desarrollo del aseguramiento de la calidad ha permitido obtener reconocimiento en el mercado interno y externo, aunado a esto una importante red de distribución y comercialización.
Desarrollo de técnicas para la elaboración de vehículos pequeños con cajas y suspensiones adaptadas para terrenos montañosos y vehículos de carga.
La aparición del sistema Transmilenio generó oportunidades para las compañías de ensamble y carrocerías nacionales.
Alto nivel de competencia en el mercado, el consumidor tiene una amplia gama de opciones.

2.2 Productos sustitutos

Antecedentes: Los bienes sustitutos siempre serán una amenaza para el sector automotriz, un ejemplo de esto es el sector de motocicletas, y es que se trata de un sector que ha cobrado importante dinamismo en los últimos años, ya que una de las razones del crecimiento está relacionado con el auge del sistema de transporte conocido como mototaxi, aunque no ha sido reglamentado por el Ministerio de Transporte. De igual manera, la necesidad de contar con un medio de desplazamiento funcional, en medio del tráfico de las ciudades cada vez es más complejo, es un factor que contribuye al incremento en el interés del público por adquirir una moto, además, el bajo poder adquisitivo hace que muchas personas sólo puedan contemplar esta opción como medio de transporte personal.

Así mismo en las ciudades grandes y medianas existe un extenso servicio de autobuses, busetas y micro buses, que funcionan con tarifas planas convirtiéndose en un medio de transporte importante para aquellos que no tienen la posibilidad de adquirir un vehículo.

En cuanto a los Taxis se han convertido también en un medio importante de transporte, en la actualidad el número de este tipo de vehículo es muy alto, ya que es un medio utilizado por su ágil desplazamiento.

El mercado de bicicletas se ha convertido en un medio alternativo de transporte, ya que es utilizado por muchos como actividad diaria, y a su vez trae beneficios en materia de ambiente, ya que la contaminación en el país es bastante alta según sus cifras.

Estrategia: Para las ensambladoras es importante, mantener el mercado seguro y determinar no solo ventajas competitivas sino sostenerse en el tiempo mediante una buena participación en cuanto a producción, marketing, y concesionarios especializados en ventas de vehículos etc.





2.3 ANALISIS EXTERNO

2.3.1 Competencia

Con un liderazgo consolidado en el mercado, General Motors Colmotores se afianza en el primer lugar en ventas con 52.883 vehículos.

Por su parte Sofasa, quien ocupa el segundo lugar cerró sus ventas con una alta cifra en el mercado 32.065 y KIA Motors con un total de 16.071. La introducción de nuevos modelos está animando una demanda, cuyos pronósticos apuntan a superar una cifra alta en ventas en el año 2013⁵.

2.3.1. Nuevos competidores: La revaluación, la disminución en los impuestos para los importados, la llegada de los carros chinos y la estabilidad en las tasas de interés, han acercado a muchos al sueño de comprar un automóvil, una tendencia que se mantendría durante los próximos tres años (2011-2014). En efecto, la competencia en los precios de los vehículos que se vive en el mercado nacional es apenas un reflejo de lo que sucede en el mercado norteamericano, donde la tendencia es a vender más barato por las nuevas marcas y el 'boom' de los chinos.

Condiciones como el fortalecimiento del peso frente al dólar, la disminución en las tarifas del IVA para los carros importados (35% al 20%), los bajos intereses, la entrada de acuerdos comerciales como el G3 (entre Colombia, México y Venezuela) y el nerviosismo por la incursión de los carros chinos, han incidido para que esta industria haya bajado el precio de los vehículos en por lo menos un 7%, rebajas en los precios de los carros que no se veían, cuando por el contrario los incrementos en el valor de los autos crecieron un 8%, como consecuencia de la devaluación.

Este buen momento de precios, comparado con lo que fue el mercado hace diez años, cuando los ajustes en el valor de los vehículos oscilaban entre un 20% y 25%, contrasta con las ofertas y promociones de los nuevos autos que se publicitan en el comercio nacional.

2.3.2. Pequeños líderes: Aunque el dinamismo en esta rama económica se ha visto en todos los modelos, uno de los sectores que más ha movido esta actividad son las ventas de los carros de gama baja (Corsa, Twingo, Hyundai, Fiat, Clio, entre otros), es decir que por cada cien vehículos que se venden, el 55% pertenece a este rango y el otro 45% está en la gama alta y autos de servicio público.

Algunos expertos opinan que podrían ser las ensambladoras las que hayan empezado la competencia en los costos bajos de los autos, sin embargo, para otros actores del negocio, la revaluación fue el eje que empujó a la industria a mover sus precios hacia la baja, además, a diferencia de otros países, muchos colombianos aún no tienen carro, por lo que la demanda podrá seguir creciendo.

⁵ Fuente: Econometría S.A. Venta de vehículos por Marca.





De igual manera, admiten que con la globalización la tendencia en el mercado será la especialización en líneas de producto, por lo que a las ensambladoras nacionales no les quedará otro camino que concentrarse en nichos mucho más especializados para poder competir en el contexto internacional. Todo indica que por ahora la industria continuará con el motor encendido, pues sus balances seguirán marchando sobre ruedas.

Estrategias, la marca de los líderes: GM Colmotores, la ensambladora hará énfasis en ofrecer productos de calidad, con diseño y estilo fresco e innovador y alta tecnología, gracias a sus avanzadas opciones de comunicaciones y seguridad como el Chevy Star.

Apuesta su liderazgo a productos como el Optra y el Aveo en sus diferentes versiones, Spark como “el auto de ingreso” a su marca por parte de los compradores más jóvenes, taxis agenta y 7:24, Chevrolet Luv D Max, Grand Vitara y Chevrolet Vivant, y a la Serie N.

La ensambladora de Sofasa y su marca Renault, busca consolidar su presencia en los segmentos que ya cubre y buscar nuevas oportunidades en otros, de la misma manera le apuesta en producto, la idea es lanzar series especiales de sus modelos actuales e ir al ritmo de las tendencias, sistemas como el de encendido con tarjeta del Mégane III”, las válvulas inteligentes de tiempo variable (VVT-i) de el Common Rail de la Duster diesel, entre otros elementos, les dan valor agregado a los vehículos y cobran cada vez mayor importancia entre los clientes, quienes buscan tecnología, mayor seguridad y confort.

En cuanto a Toyota, los importadores exclusivos de la marca, la estrategia consiste en lanzar nuevos productos con mejoras radicales en tecnología, diseño, protección del ambiente, seguridad y consumo de combustible.

Compañía Colombiana automotriz: Una de las marcas que más claramente busca posicionar sus productos en mercados de nicho es Mazda, que ha logrado hacer historia en las gamas media y alta del país con sus Mazda 3 y 6, a estrategia pasa por productos de gran calidad, tecnología y diseño, con inigualables prestaciones y con equipamiento muy por encima de lo esperado en los segmentos en los cuales participa.

2.4 PLANTEAMIENTOS DE COMPETITIVIDAD

Michael Porter plantea un modelo para determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado a largo plazo, por medio de la evaluación de sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competitividad.

El poder colectivo de las cinco fuerzas determina la capacidad de beneficio de un sector, este puede ser intenso en algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existen rentabilidades elevadas, el fin de la estrategia de una empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor.



Certificado N° SC 1599 - 1

Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia



Amenaza de entrada de nuevos competidores: Cuando un competidor que accede por primera vez a un sector trae consigo nuevas capacidades, un deseo de adquirir una porción del mercado y en algunas ocasiones ciertos recursos sustanciales, las empresas nuevas que quieren entrar a un sector enfrentan ciertos obstáculos que pueden dificultar el desarrollo de este proceso, entre estos se tienen los siguientes:

Economías de escala: Estas economías obligan a que las empresas entren al sector con instalaciones a gran escala para poder estar al nivel de sus competidores en cuanto a costos.

Diferenciación del producto: La creación de una marca es un obstáculo, ya que obliga a quien pretenda entrar a un sector a gastar mucho dinero para poder vencer la lealtad de los clientes hacia una marca que ya se encuentra en el mercado.

Necesidades de capital: La necesidad de invertir un volumen elevado de recursos financieros es un gran obstáculo, ya que hay gastos no recuperables de publicidad inicial o de investigación y desarrollo.

Curva de aprendizaje o experiencia: El know-how o saber hacer de toda empresa marca una importante limitación a los posibles competidores que tienen que acudir como nuevos a un mercado concreto.

Acceso a los canales de distribución: En cuanto más limitados sean los canales minoristas o mayoristas es mucho más difícil que una empresa nueva pueda participar en diferentes canales de un sector.

Política del gobierno: El gobierno puede llegar a limitar o incluso prohibir la entrada de nuevas empresas a determinados sectores, usando para ello diversos controles como lo son permisos, acceso a materias primas, impuestos, entre otros.

Rivalidad entre competidores: Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos, donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Poder de negociación de los proveedores: Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido, la situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo, la situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

Poder de negociación de los compradores: Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tenga varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios



Certificado N° SC 1599 - 1

Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia



y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad, la situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales, la situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

El sector automotor se encuentra actualmente en una fase de estabilización desde los máximos niveles registrados en 2011, tanto por la menor demanda interna como por el bajo crecimiento de las exportaciones del sector, esa desaceleración coincidió con la menor dinámica que presentaron todos los rubros del consumo de los hogares, lo cual fue más profundo en el caso de los bienes durables.

La moderación en el crecimiento es cíclica, es decir, estructuralmente la economía colombiana tiene un espacio amplio para la penetración vehicular. Indicadores bajos de tasa de motorización y ventas como proporción de los habitantes y el aumento sostenido de la capacidad de compra, tanto de particulares como de comerciales, dan muestra de este potencial del sector. Así mismo, comparaciones internacionales anticipan que en Colombia el parque automotor se duplicaría en los próximos diez años, con base en la baja tasa de tenencia de automóviles vigente en la actualidad.

Las perspectivas positivas se apoyarían en la permanencia de tasas de interés bajas en los próximos años, en donde la neutralidad monetaria ahora se logrará con una tasa más baja, igualmente, en la recuperación sostenida de la economía, a partir de 2014, hasta llegar a la tasa de crecimiento potencial de la economía, la cual para ese entonces se ubicaría por encima del 5%.

Este panorama positivo de la demanda se transmitirá al sector productivo, el cual aumentará la escala de ensamblaje en los próximos años, sin embargo, las empresas de la industria automotriz deberán lograr avances importantes en su nivel de productividad si pretenden posicionarse en la región.

Cabe destacar que para las ensambladoras y para el sector en general, el mercado sigue siendo importante gracias al auge que han mantenido en sus ventas tanto nacional como internacional, destacándose entre estos el Convenio Automotor Andino, pues su crecimiento ha favorecido a todo el sector automotriz, fortaleciéndose en participación, innovación, producción, servicio y desarrollo de estrategias día a día para seguir siendo competitivos en el mercado.

Perspectivas favorables en las ventas de vehículos

Colombia cuenta con un espacio amplio para la penetración del sector automotor, el parque automotor en Colombia se ubica en 3,7 millones de unidades (o en 6,8 m. si incluimos motocicletas), lo cual implica un ratio de 80 unidades por cada mil habitantes (148 si se incluyen las motos). Este nivel es inferior al observado en otros países emergentes, tales como Chile (131 sin motos) y Argentina (201), y en el promedio de Latino América 7 (168). Además, es muy



Certificado N° SC 1599 - 1

Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia



bajo respecto a los países del G7, dónde se alcanzan en promedio 500 unidades por cada mil habitantes⁶.

La antigüedad de los autos en Colombia al año 2011, aún era alta, 15.2 años (15,6 años en 2010), creando un incentivo para la renovación del parque automotor. Este proceso de renovación es más urgente en los vehículos de carga (edad promedio de 17,6 años) y pasajeros (17,5 años), los automóviles tienen la menor edad promedio, con 14,4 años, y significan el 62% de los vehículos, superando ampliamente a los camperos y camionetas, los cuales suman cada uno un 13% del total, estos últimos tienen perspectivas positivas en el mediano plazo en la medida que son los más beneficiados con las reducciones de los aranceles en el tratado de libre comercio con Estados Unidos⁷.

Sin embargo, la expansión estará limitada por los rezagos en infraestructura que mantiene el país, tanto a nivel urbano como inter-departamental, en el primer caso, la reducción de la velocidad desincentiva el uso de vehículos privados y promueve la utilización de sistemas públicos de transporte, los cuales se encuentran en la etapa de consolidación, en el segundo, los altos costos bajan la rentabilidad del transporte de carga y, por lo tanto, su inversión.

3. PARQUE AUTOMOTOR Y CONSUMO DE LLANTAS

Según datos del RUNT en Colombia había al inicio de 2013 un parque automotor de 4.464.000 vehículos, excluyendo las motos, lo que lleva a calcular que el mercado interno de llantas es de alrededor de 6.700.000 unidades anuales y su período de reposición varía entre 18 y 24 meses aunque puede ser mayor o menor dependiendo de las características antes mencionadas.

En los últimos años, el crecimiento del parque automotor ha sido importante, gracias al dinamismo mostrado por las ventas minoristas de vehículos y en los consiguientes registros del RUNT y aunque durante 2012 y 2013 el comportamiento de vehículos nuevos no ha sido tan favorable, aún las cifras son positivas y permiten prever que hay espacio para crecer.

De acuerdo con la encuesta de Calidad de Vida del Dane, solo el 13.7% de los hogares colombianos tenían un vehículo en 2012 y el 20.6% poseía moto, lo cual en términos absolutos representa 1.792.000 hogares y 2.685.000 respectivamente de los 13.1 millones de hogares que se registran en este estudio.

⁶ Fuente: Universitaria de Investigación y Desarrollo. Esperanza Suárez y Diego Fernando Santiesteban, Análisis competitivo del mercado automotriz, 69 páginas

⁷ fuente: BBVA Research, Colombia, situación automotriz 2012





Todos estos factores y el crecimiento por debajo de lo esperado en los dos últimos años indican una baja reposición, que hace pensar que desde inicios de 2014 se recuperará la demanda de estos bienes y se regresará a la venta de nuevos, cercana a las 330.000 unidades.

Las cifras indican que las importaciones en todo lo que se relaciona con el sector Automotor están ganando espacio en el mercado nacional y en el sector de llantas la evidencia es mayor, la producción nacional es baja y la mayor parte del mercado se abastece con importaciones, las cuales provienen principalmente de los países asiáticos.

En 2012, en valores en dólares CIF, las importaciones de China en llantas de autobuses, carga y automóviles alcanzaban el 35.9%, de Brasil el 12%, Corea participaba con el 9.8%, Ecuador con el 4.7%, Estados Unidos con el 2.1%, Japón con el 4.6%, Perú con el 3.4%, Tailandia con 2.1%, Taiwán 1.4%, y México 1.2%.

El dinamismo que tienen las importaciones sumados a los Tratados de Libre Comercio y los acuerdos comerciales que se han firmado aumentarán la presencia de marcas en el mercado nacional, las cuales superan las 130, razón por la cual, el consumidor deberá informarse más y las empresas tendrán la responsabilidad de asesorar y dar mayor información a sus clientes para que la compra sea efectiva y positiva para todos los actores de la cadena.

Según cifras de Legiscomex el año pasado entraron 1.61 millones de llantas radiales para camión, mientras que la producción nacional fue de 1.25 millones de unidades, entre Michelin y Goodyear.

Las importaciones de llantas para automóviles ascendieron a 4.47 millones de unidades. En total, si se excluyen las llantas de aeronaves, bicicletas y motos, el total de llantas importadas fue de 6.763.274 unidades y solo en autobuses, camiones y automóviles, la suma asciende a 6.272.691 unidades.

B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

- Una vez analizada la información con la que cuenta el Instituto para el Desarrollo de Antioquia-IDEA, se encuentra que no se han adquirido en el pasado bienes o servicios para el “SUMINISTRO DE LLANTAS Y BATERIAS PARA LOS VEHICULOS UTILIZADOS EN EL PROYECTO DE PAVIMENTACIÓN DE LA VÍA JUNÍN – BARBACOAS, EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO, EN EL MARCO DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO N° 2570/910 DE 2009”.



Certificado N° SC 1599 - 1

Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia @IDEA_Antioquia



- Adicional al análisis realizado a las adquisiciones previas que se han adelantado en el Instituto, la Entidad identifico y analizó los procesos realizados por otra Entidades Públicas, como se evidencia a continuación.

ADQUISICIONES DE OTRAS ENTIDADES				
ITEM	ANÁLISIS 1: DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA - MUNICIPIO DE NIMAIMA.	ANÁLISIS 2: POLICIA NACIONAL - BOGOTA	ANÁLISIS 3: DEPARTAMENTO DE BOYACA - MUNICIPIO DE SATIVASUR	ANÁLISIS 4:
Modalidad de Selección del Contratista	Mínima Cuantía	Contratación Directa	Mínima Cuantía	Mínima Cuantía
Objeto del contrato	LA ADQUISICIÓN DE LLANTAS CON DESTINO A LA MAQUINARIA PESADA Y VOLQUETAS DE PROPIEDAD DEL MUNICIPIO DE NIMAIMA	SUMINISTRO DE LLANTAS, NEUMÁTICOS Y PROTECTORES PARA EL PARQUE AUTOMOTOR ASIGNADO AL NIVEL CENTRAL Y DESCENTRALIZADO Y LA UNIDAD NACIONAL DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS Y ANTITERRORISMO DE LA DIRECCIÓN DE CARABINEROS Y SEGURIDAD RURAL.	SUMINISTRO DE LLANTAS CON DESTINO A LOS VEHICULOS DE PROPIEDAD DEL MUNICIPIO DE SATIVASUR - BOYACA	COMPRA DE DIEZ (10) LLANTAS 1100 X 20 CONVENCIONALES CON NEUMÁTICOS Y PROTECTORES PARA VOLQUETA Y UN (1) JUEGO DE DIENTES PARA EL CARGADOR KOMATSU WA 200 DE PROPIEDAD DEL MUNICIPIO DE CONCEPCION-SANTANDER.
Cantidad del servicio	<p>Llanta 12-22.5 G 162 16 lonas Banda de rodamiento ancha plana. Surcos mas profundos con extremos redondeados. Barras de tracción hasta los hombros Carcasa Goodyear 23.0 mm: Se requieren siete (7) unidades.</p> <p>Llanta 12-22.5 CT 150 16 lonas Compuesto especial de alta duración. Hombros continuos con canales laterales de refuerzo. Surcos amplios con contorno de alta inclinación. Terminaciones altas de las lonas de sus costados. Carcasa goodyear con dos cintas de protección (breakers) en el área de la banda de rodamiento. Diseño de cinco barras longitudinales. 17.5 mm. Resistencia a desgarre de hombros; a agrietamiento de surcos, durabilidad de carcasa, se requieren dos (2) unidades.</p> <p>Llanta 21L-24 16 lonas para Retroexcavadora, se requieren dos (2) unidades.</p>	No relacionan las cantidades, solo las especificaciones técnicas del bien requerido.	<p>LLANTAS 12 X 22.5 TRACCION RADIAL TROCHA UND 4.</p> <p>LLANTAS 12 X 22.5 DIRECCIONAL CONVENCIONAL UND 2.</p> <p>LLANTAS 750 X 16 CT 162 TRACCION 12 L UND 4.</p> <p>LLANTAS 750 X 16 CT 172 DIRECCIONAL 12 L UND 2.</p> <p>LLANTAS 1000X20 TRACCION UND 4.</p> <p>LLANTAS 255/70R16 UND 2.</p>	<p>LLANTAS 1100 x20 CONVENCIONALES PARA VOLQUETA CON NEUMÁTICOS Y PROTECTOR. Unidades 10.</p> <p>JUEGO DE DIENTES PARA CARGADOR KOMATSU WA200. Unidades 1.</p>
Autorizaciones, permisos y licencias requeridos.	Ninguno.	Ninguno.	Ninguno.	Ninguno.
Presupuesto Oficial	\$ 17.248.000	\$188.028.224	\$ 17.211.590.	\$ 17.100.000
Forma de pago	Contra entrega una vez verificado el cumplimiento del objeto contractual.	Contra entrega.	El Municipio de Sativasur, cancelará al contratista el valor del contrato mediante pagos parciales.	El valor total del contrato a la entrega total de los bienes, previa suscripción del acta de cumplimiento y recibo a satisfacción por parte de la persona designada por el Alcalde del Municipio de Concepción.
Vigencia del contrato	Tres (03) días, contados a partir de la suscripción del Acta de inicio del Contrato, previo el cumplimiento de los requisitos de legalización del contrato.	El plazo de ejecución del contrato será a partir de la suscripción del acta de inicio y hasta el 31 de diciembre de 2014 y/o hasta agotar el presupuesto disponible, lo que ocurra primero.	El plazo de ejecución para la futura contratación será de Un (01) día calendario contado a partir de la fecha de comunicación de la carta de aceptación, la firma del correspondiente contrato de suministro y del acta de iniciación.	VEINTE (20) días, contados a partir del acta de inicio del contrato.
Oferentes que han participado en el proceso de selección y contratistas	IMPORTADORA DE LLANTAS ESPECIALES SA. LLANTAS E IMPORTACIONES SAGU S.A.S.	Uno, por ser contratación directa.	CUMPLIMIENTO DEL OBJETO.	ERIBERTO CAICEDO. EDGAR A. SEPULVEDA. JUAN JOSE BASTO P. CRISTOBAL SUAREZ.
Comportamiento de los contratistas (imposición de multas)	No reportan.	No reportan.	No reportan.	No reportan.
Garantías exigidas en el proceso.	Conforme a lo estipulado en el artículo 118 del Decreto 1510 de 2013, las garantías no serán obligatorias en los contratos cuyo valor sea inferior al 10% de la menor cuantía.	CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO. BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSIÓN DEL ANTICIPO. CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES SUMINISTRADOS. PAGO DE SALARIOS PRESTACIONES SOCIALES LEGALES E INDEMNIZACIONES LABORALES.	AUTO RACE SERVITECA AV NORTE	Según el Artículo 87. De la ley 1510 de 2013 La entidad estatal es libre de exigir o no garantías en el proceso de selección de mínima cuantía y en la adquisición en grandes superficies. Por lo cual dentro del presente proceso no se exigirá ningún tipo de pólizas como garantía.

ANÁLISIS:

Como se evidencia en el cuadro comparativo adjunto, las variables que se tienen establecidas no son la mismas que se tienen definidas para el presente proceso de selección, esto de conformidad a la necesidad de cada una de las entidades contratantes, en lo relativo a las especificaciones técnicas, cantidades, valor y plazo del contrato; Cabe anotar que la modalidad de contratación para el presente proceso, está conforme a lo establecido en el Decreto 1510 de 2014 por ser un bien de características técnicas uniformes y con respecto a las garantías exigidas, se solicitaran las que amparen el cumplimiento del objeto contractual, sus actividades y obligaciones.



INDICADORES FINANCIEROS:

- INDICE DE LIQUIDEZ:**

ANALISIS DE INDICADOR DE LIQUIDEZ		
ITEM	ENTIDAD 1	ENTIDAD 2
Indicador de liquidez	4,34	1,22

Analizada la información financiera del sector, se tiene que de las dos empresas verificadas, cuentan con un indicador de liquidez que oscila entre 1.22 y 4.34 veces. Sin embargo la experiencia con la que cuenta el Instituto en sus procesos y la periodicidad y forma de pago definida para el contrato que se suscriba, permiten evidenciar que con un índice de liquidez mínimo de 1.20 veces, se garantiza que los proponentes que se presente al proceso de selección cuentan con los recursos necesarios para apalancar las operaciones implícitas al objeto social, incluyendo el endeudamiento en el corto plazo, sin poner en riesgo la ejecución del contrato.

- INDICE DE ENDEUDAMIENTO:**

ANALISIS DE INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO		
ITEM	ENTIDAD 1	ENTIDAD 2
Indicador de Endeudamiento	52,47%	64,71%

Analizada la información financiera del sector, se tiene que de las dos empresas verificadas, cuentan con un indicador de endeudamiento que oscila entre 52.47% y 64.71%, lo que representa que las mismas poseen un nivel de endeudamiento alto con sus acreedores. Sin embargo la experiencia con la que cuenta el Instituto en sus procesos, permite establecer un índice de endeudamiento máximo del 70%, garantizando así la pluralidad de oferentes, sin poner en riesgo la ejecución del contrato.

- RAZÓN COBERTURA DE INTERESES:**

ANALISIS DE INDICADOR DE RAZON DE COBERTURA DE INTERESES		
ITEM	ENTIDAD 1	ENTIDAD 2
Indicador de Cobertura de Intereses	1,42	2,85

Analizada la información financiera del sector, se tiene que dos empresas verificadas, cuentan con una razón de cobertura de intereses que oscila entre 1.42 y 2.85, lo que nos lleva a concluir que las mismas cuentan con la capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras. Por tal motivo se establece como mínimo con un indicador de cobertura del 1.42, lo que garantizara así la pluralidad de oferentes sin poner en riesgo la ejecución del contrato.



CAPACIDAD ORGANIZACIONAL.

• RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO - RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS

Una vez obtenidos los datos del mercado con empresas dedicadas a el suministro de llantas y baterías para los vehículos, se puede evidenciar que los datos arrojados no son directamente proporcionales y no presentan una tendencia del comportamiento del sector, pues la estructura de cada empresa es totalmente diferente en cuanto a los activos, pasivos, patrimonio y utilidades operacionales.

Por los argumentos expuestos anteriormente y de acuerdo a la información al alcance del Instituto, se define que los proponentes deben acreditar como mínimo los siguientes valores en los indicadores de rentabilidad, así:

- Rentabilidad del patrimonio: Mínimo 5 %.
- Rentabilidad sobre el activo total: Mínimo 4 %.

Los valores descritos anteriormente, garantizaran la ejecución del contrato sin poner en riesgo el mismo y permitirán la pluralidad de oferentes.

C. ANÁLISIS DE LA OFERTA:

▪ VENDEDORES:

Consultadas las bases de datos e información del (RUE) Registro Único Empresarial y social Cámaras de Comercio, se identificó los siguientes posibles proveedores que se describen a continuación:

1. LLANTAS BATERIAS Y REPUESTOS R & M LTDA U.
2. LLANTAS BATERIAS Y LUBRICANTES DE LA COSTA.
3. A.B. LLANTAS Y BATERIAS
4. ALMACEN LLANTAS Y BATERIAS
5. AUTOBOX LLANTAS BATERIAS & ACCESORIOS
6. AUTOBOX LLANTAS BATERIAS & ACCESORIOS CARRERA
7. AUTOBOX LLANTAS BATERIAS & ACCESORIOS PEPE SIERRA
8. AUTOBOX LLANTAS BATERIAS & ACCESORIOS SAN ANDRESITO
9. AUTOBOX LLANTAS BATERIAS & ACCESORIOS SAN JOSE
10. BATERIAS Y LLANTAS
11. BATERIAS Y LLANTAS 2
12. BATERIAS Y LLANTAS CHIPICHAPE
13. BATERIAS Y LLANTAS LA 27
14. BATERIAS Y LLANTAS MONTERIA
15. BATERIAS Y LLANTAS MONTERIA
16. BATERIAS Y LLANTAS MONTERIA LTDA
17. BATERIAS Y LLANTAS SANTANDER





18. CREDI - LLANTAS Y BATERIAS
19. FULL AUTOS LLANTAS Y BATERIAS
20. HY LLANTAS Y BATERIAS
21. LLANTAS BATERIAS Y LUBRICANTES DE LA COSTA
22. LLANTAS BATERIAS Y REPUESTOS R & M LTDA U
23. LLANTAS Y BATERIAS TAXIEXPRESS
24. LLANTAS Y BATERIAS ZR
25. S & V LLANTAS Y BATERIAS
26. SERVI LLANTAS Y BATERIAS
27. TODO LLANTAS Y BATERIAS
28. UNIVERSAL DE LLANTAS Y BATERIAS
29. CENTRO LLANTAS CUBILLOS ROJAS
30. CENTRO LLANTAS LA AVENIDA LIMITADA
31. CENTRO MUNDIAL DE LLANTAS LTDA
32. CUATRO LLANTAS LTDA
33. DISTRIBUIDORA DE LLANTAS
34. DISTRIBUIDORA DE LLANTAS - ICOLLANTAS
35. DISTRIBUIDORA DE LLANTAS -GRAN PRIX-
36. DISTRIBUIDORA DE LLANTAS AUTO LLANTAS ZIPA
37. ELECTRO LLANTAS LIMITADA
38. IMPORTACIONES Y LLANTAS LTDA. - IMPORLLANTAS LT
39. JUANBE CENTRO MUNDIAL DE LLANTAS LTDA - JUANBE LTDA
40. LLANTAS ABURRA LIMITADA
41. LLANTAS GIGANTES S.A.
42. SERVIAUTOS Y LLANTAS DEL SUR
43. SERVICAR LLANTAS TEUSAQUILLO
44. SERVICENTRO DE LUBRICANTES Y LLANTAS GONZALO LOPEZ
45. SERVITECA CORO LLANTAS
46. SOMOS LLANTAS S.A.
47. TECNICENTRO LLANTAS OCCIDENTE

▪ **PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ENTREGA DE BIENES O SERVICIOS:**

Básicamente las empresas del sector de llantas y baterías, se dedican a la comercialización y a la distribución de dichos productos, normalmente esta se realizan de una manera ágil y eficiente satisfaciendo así las necesidades de abastecimiento de mercancía de los clientes tanto internos como externos. Los mismos cuentan con cobertura a nivel nacional, muchos incluyen el servicio de transporte en el producto ofertado y otros lo dejan en un rubro por separado, por concepto de Transporte, el cual incluye cargue, descargue y seguro de mercancía hasta la ciudad de destino.



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia



@IDEA_Antioquia



D. PRECIO ARTIFICIALMENTE BAJO:

PRESUPUESTO OFICIAL TOTAL: Para el presente proceso de selección se tiene un presupuesto oficial estimado en la suma de SETENTA Y CUATRO MILLONES CIENTO OCHENTA Y DOS MIL QUINIENTOS QUINCE PESOS (\$ 74.182.515) incluido IVA.

De conformidad al presupuesto oficial realizado y al alcance del proceso, se procedió a realizar un descuento sobre el presupuesto oficial, correspondiente al valor en el que el proponente queda en punto de equilibrio, en donde no obtiene utilidad ni se ve afectada la misma.



Certificado N° SC 1599 - 1



Calle 42 N° 52 - 259
PBX: (574) 354 77 00 FAX: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co
contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia



IDEA Antioquia



@IDEA_Antioquia