



CREACIÓN DE EMPRESA I

Karen Geraldine Hernández Arias & Javier Alonso García Guzmán

Docente Angela Maria Can

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN

Escuela de Ciencias Administrativas

Administración de Empresas

Bogotá D.C., Colombia

2020



ificada Nacional
ión Superior

COPYRIGHT © 2020 “VELOGROUP CLUB” Todos los derechos reservados

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karen G. Hernández'.

Por Karen Geraldine Hernández

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Javier Alonso García'.

Javier Alonso García

TABLA DE CONTENIDO

Introducción ¿Quiénes somos?	5
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Claves para el éxito	7
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	8
1.1.Objetivos de desarrollo sostenible	10
1.2.Teoría del valor compartido	11
1.3.Tecnologías Disruptivas	12
1.4.Análisis del Sector Económico	13
2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad	15
2.1. Árbol de problemas y objetivos	17
	18
3. Descripción de la idea de negocio	19
3.1. Idea de negocio estructurada	21
4. Innovación	22
5. Fuerzas de la Industria	25
5.1 Contextualización de la Empresa	25
5.2 Análisis de la Demanda	25
5.3 Análisis de la Oferta	29
5.4 Análisis de la Comercialización	31
5.5 Análisis de los Proveedores	32
6. Segmentación del Mercado	33
7. Propuesta de Valor	34
8. Diseño del Producto	39
9. Precio de Venta	40
10. Prototipo	41
11. Modelo Running Lean	43

12. Validación idea de Negocio	43
13. Objetivo de la Investigación	47
13.1 Objetivos específicos de la investigación	47
14. Tabulación y Análisis de la información	50
14. Lecciones aprendidas y recomendaciones	
15. Bibliografía y anexos	



ificada Nacional
n Superior

¿QUIENES SOMOS?



VELOGROUP CLUB, es una empresa creada en enero de 2019 dedicada al suministro de accesorios e indumentarias para personas practicantes de ciclismo, tanto para profesionales como para quienes realizan dicha actividad por esparcimiento y de manera esporádica y recreativa.

Este emprendimiento nace de nuestra propia necesidad, a raíz del uso de la bicicleta como medio de transporte y como deporte, comenzamos a analizar la importancia de encontrar un lugar que nos ofreciera no solo la indumentaria sino también una asesoría completa que nos permitiera dar un uso adecuado a nuestras bicicletas y tomar decisiones apropiadas con relación a la indumentaria idónea que prolongue la vida útil de estas. Luego de especializarnos en el tema, y al observar el crecimiento exponencial de practicantes de ciclismo vivido en nuestro país en el último tiempo, y teniendo en cuenta que este deporte es abierto a cualquier persona que esté interesada en él, decidimos ofrecer un servicio especializado a los ciclistas, siendo innovador y cercano a ellos. También enfocarnos en la creación de una escuela de formación para niños.

Teniendo en cuenta que el uso constante de la bicicleta va de la mano con el medio ambiente, trae contribuciones excepcionales para la buena salud y el bienestar de quienes lo practican, hemos pensado en acompañar el proceso de cada uno de ellos, con el fin de potencializar los beneficios, facilitar el proceso y dar acompañamiento constante.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una sólida estrategia de mercado enfocada no solo a la venta de indumentaria para bicicletas, sino también a la asesoría integral para que nuestros clientes adquieran la indumentaria que asegure el mejor funcionamiento de su bicicleta y de esta manera hacer que la vida útil de esta se prolongue al igual que se garantice la seguridad del ciclista, teniendo en cuenta el tipo de uso que se da a la bicicleta y también enfocados en lo que el cliente espera obtener como resultado de adquirir nuestros productos; además de ofrecer a los niños la posibilidad de formarse profesionalmente en el ciclismo, mediante una escuela que les capacite en el ámbito técnico y reglamentario.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar mediante encuestas aplicadas a diferentes estratos sociales y sectores económicos el porcentaje de población que hace uso de la bicicleta, el tipo de uso que se le da y el tiempo que se dedica al uso de esta
- Crear una base de datos con los posibles clientes identificados luego de aplicar las encuestas, e iniciar la comercialización de los productos y servicios, basados en las necesidades localizadas por medio de la encuesta, a través de redes sociales y publicidad enviada directamente a correos electrónicos y direcciones de los clientes
- Obtener convenios con equipos y distintas marcas que sobresalgan en el ciclismo colombiano, en un tiempo no mayor a 6 meses a partir de la generación de las encuestas, en los que se realicen campañas de concientización frente a los requerimientos mínimos para el uso de la bicicleta, y con estas generar también seguridad frente a la calidad y respaldo de los productos y servicios ofrecidos por nuestra empresa

- Contratar personal capacitado que asesore al cliente en el momento de comprar la indumentaria para su bicicleta, programar trimestralmente capacitaciones con los empleados del área comercial y con los diferentes proveedores, con el fin de conocer de forma completa los productos ofrecidos y de este modo poder brindar a nuestros clientes un acompañamiento eficaz
- Buscar el espacio en el que se desarrollará y el personal que hará parte de la escuela de formación, a los niños interesados en aprender todo lo relacionado con la parte técnica y reglamentaria del ciclismo a nivel profesional, y de este modo en un tiempo de 2 años dar inicio formal a este proyecto

CLAVES PARA EL ÉXITO

- **Diferenciación y perfilamiento del cliente:** Deseamos que cada uno de nuestros clientes reciba un trato personalizado en el que el asesor dé acompañamiento completo a los requerimientos y las inquietudes de cada cliente.
- **Capacitación y reciprocidad hacia el cliente:** Entendemos que no todas las personas manejan un lenguaje técnico sobre equipamiento en ciclismo y/o no conocen la variedad de equipos, elementos y accesorios que complementan una bicicleta, y que potencializa su uso, y por ende el beneficio que esta ofrece, por esto daremos una asesoría clara y completa, llevando a nuestros clientes a conocer su bicicleta y la utilidad de cada elemento y accesorio que la componen
- **Constante Actualización:** Estar a la vanguardia sobre las nuevas tecnologías ofrecidas en el mercado y así capacitar a nuestro personal.
- **Participación y cercanía con la comunidad:** Participar de los diferentes eventos de orden local, regional y nacional referentes al ciclismo que permitan darnos a conocer en este

segmento.

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

TIPO DE FACTOR EXTERNO	PROBLEMA	OPORTUNIDAD
SOCIAL	<p>AUMENTO SIGNIFICATIVO EN EL ROBO DE BICICLETAS EN BOGOTÁ, SOLO EN EL MES DE JULIO FUE DE UN 50% EL CRECIMIENTO DE ESTE DELITO CON RESPECTO AL MISMO MES DEL AÑO 2019, SE HAN PRESENTADO 5.927 ROBOS, DE LOS CUALES 4.587 VICTIMAS FUERON HOMBRES Y 1.150 MUJERES. EN EL 30% DE LOS CASOS LOS DELINCUENTES USARON ARMAS BLANCAS Y EN UN 46% FUE BAJO LA MODALIDAD DE ATRACO, ES DECIR, CON VIOLENCIA; SIN EMBARGO, ES IMPORTANTE RESALTAR QUE UN 34% DE LOS HURTOS SE DIO POR QUE EL USUARIO PARQUEA MAL Y EL DELINCUENTE SE APROVECHA DE LA SITUACION O MEDIANTE ENGAÑO</p>	<p>TENIENDO EN CUENTA EL ENFOQUE DE NUESTRO EMPRENDIMIENTO, PODEMOS USAR ESA CERCANÍA CON NUESTROS CLIENTES PARA CREAR UNA CONCIENCIA DE AUTOCUIDADO, EL PORCENTAJE DE HURTOS POR DESCUIDO ES ALTO, Y ES IMPORTANTE QUE LOS BICIUSUARIOS CONOZCAN DEL TEMA Y SEAN PARTE DE LA SOLUCIÓN Y DENTRO DE LA INDUMENTARIA QUE SE VENDE A LOS CICLISTAS INCLUIR HERRAMIENTAS QUE APORTEN PARA LA SEGURIDAD DE LAS BICICLETAS EN EL MOMENTO EN QUE EL USUARIO DEBE DEJARLAS PARQUEADAS EN LUGARES PÚBLICOS. LA POLICIA ESTÁ ADELANTANDO JORNADAS DE MARCACIÓN GRATUITA PARA PERMITIR AL DETECCIÓN DE BICICLETAS ROBADAS</p>
SOCIAL	<p>BOGOTA TRISTEMENTE ES LA CIUDAD DE COLOMBIA EN LA QUE MUEREN MÁS CICLISTAS POR ACCIDENTES DE TRANSITO, EN UN INFORME DE MEDICINA LEGAL REALIZADO EN EL AÑO 2019 EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS TENEMOS 193 CICLISTAS QUE HAN MUERTO Y 2.704 HAN RESULTADO HERIDOS A CAUSA DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO. Y ES UNO DE LOS GRANDES RETOS DE LA ADMINISTRACIÓN ACTUAL, YA QUE SE BUSCA POSICIONAR A BOGOTA COMO "LA CAPITAL DE LA BICI". LOS ESTUDIOS REALIZADOS POR ESTA ENTIDAD NOS MUESTRAN QUE SON MAS USUARIOS HOMBRES LOS QUE RESULTAN INVOLUCRADOS EN ESTE TIPO DE ACCIDENTES (CERCA DE UN 92% VS UN 8% DE MUJERES) Y LA EDAD PROMEDIO DE LAS VICTIMAS FATALES OSCILABA ENTRE LOS 29 Y LOS 59 AÑOS.</p>	<p>EL DISTRITO ESTÁ IMPLEMENTANDO VIAS EXCLUSIVAS PARA BICIUSUARIOS, CICLORUTAS Y OTRAS ALTERNATIVAS QUE LE BRINDAN A NUESTROS CICLISTAS MAYORES GARANTÍAS A NIVEL DE MOVILIDAD EN LA CIUDAD, Y TENIENDO EN CUENTA LOS ALTOS NIVELES DE CONTAMINACIÓN QUE PRESENTA LA CIUDAD, EN UN FUTURO NO LEJANO LA BICICLETA SERÁ UNO DE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE MAS USADOS, UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA PRESTAR UN ACOMPAÑAMIENTO CERCANO A NUESTROS CLIENTES, BRINDANDO ASESORÍA CON RELACIÓN A LA ADQUISICIÓN DE INDUMENTARIA APROPIADA QUE LES PERMITA TENER SEGURIDAD AL MOMENTO DE HACER USO DE SU BICICLETA</p>
TECNOLÓGICO	<p>LOS ALTOS COSTOS EN EL MOMENTO DE LA ADQUISICION DE DICHAS TECNOLOGÍAS E INDUMENTARIAS MODERNAS, LA CREACION DE ARANCELES A LA IMPORTACIÓN DE ESTOS ELEMENTOS, LO QUE IMPLICA CONTAR CON LOS CONOCIMIENTOS SUFICIENTES PARA REALIZAR UN PROCESO DE IMPORTACIÓN ADECUADO, QUE GENERE SEGURIDAD AL CLIENTE Y TRANQUILIDAD A NIVEL INTERNO PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA. INTERVALOS DE TIEMPOS MUY LARGOS ENTRE LA COMPRA DEL PRODUCTO AL PROVEEDOR Y EL PAGO DE LOS PRODUCTOS POR PARTE DE NUESTROS CLIENTES</p>	<p>LAS TECNOLOGÍAS HAN TRANSFORMADO RADICALMENTE AL CICLISMO, YA NO BASTA SOLAMENTE CON TENER UN FÍSICO FORMADO CON EL ENTRENAMIENTO, SINO QUE ES IMPRESCINDIBLE CONTAR CON ACCESORIOS MODERNOS, DESDE BICICLETAS AERODINÁMICAS Y LIVIANAS PARA CARRETERA Y MONTAÑA, HASTA GAFAS, LUCES, GUANTES, CASCOS Y DEMÁS INDUMENTARIA QUE ASEGURE UNA EXPERIENCIA FAVORABLE PARA EL CICLISTA. NOSOTROS PODEMOS OFRECER ESTA TECNOLOGÍA CONTANDO CON LOS PROVEEDORES ADECUADOS Y ACTUALIZÁNDONOS CONSTANTEMENTE EN LOS AVANCES DEL MERCADO, PARA ASÍ MISMO OFRECER LO MEJOR A NUESTROS CLIENTES Y CON PRECIOS COMPETITIVOS</p>

RETO

EN LA ACTUALIDAD MUCHAS DE LAS EMPRESAS Y MARCAS QUE COMERCIALIZAN INDUMENTARIA PARA BICICLETAS SE HAN REINVENTADO Y ESTÁN GENERANDO UNA COMERCIALIZACIÓN VIRUTAL, LO QUE PERMITE LLEGAR A MUCHOS LUGARES QUE EN LA PRESENCIALIDAD SE PENSABA COMO ALGO CASI IMPOSIBLE. NOSOTROS COMO EMPRESA TENEMOS EL RETO DE POSICIONAR A **VELOGROUP CLUB** COMO UNA MARCA RECONOCIDA A NIVEL NACIONAL Y EN EL EXTRANJERO, OFRECIENDO PRECIOS COMPETITIVOS, ACOMPAÑAMIENTO ONLINE EN EL QUE SE ASESORE AL CLIENTE PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO MÁS INDICADO CON BASE EN SU NECESIDAD, CONTANDO CON INDUMENTARIA DE PRIMERA Y CON UNA TECNOLOGÍA QUE ABRA LA MENTE DEL CLIENTE A CONTAR CON UNA BICICLETA DIFERENTE Y COMPLETA

En la actualidad las personas con una edad entre los 6 a 65 años de edad están en condiciones físicas de hacer uso de la bicicleta, solo en la ciudad de Bogotá y de acuerdo a la alcaldía, durante la pandemia el uso de la bicicleta creció un 39% en relación a otros medios de transporte y un 51% en relación a la bicicleta como opción para práctica de deportiva, lo que nos permite enfocarnos en las oportunidades antes mencionadas y poner en marcha el reto planteado a posicionar a VELOGROUP CLUB como el proveedor más confiable, completo y buscado por los ciclistas.

1.1 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

VELOGROUP CLUB, se involucra directamente en el desarrollo de los siguientes objetivos de desarrollo sostenible (ODS):

- **Acción por el clima:** Hacemos parte del apoyo al cambio climático, gestionando e impulsando el desplazamiento en bicicleta con nuestros accesorios necesarios para el adecuado uso de este medio de transporte y ofreciendo nuestros diseños en prendas adecuadas para dicha actividad, de acuerdo con un estudio publicado por la cámara de comercio de Bogotá Montar en bicicleta ahorra 1.5 Kg. de CO2 emitidos al día a la atmosfera por cada 5 Km, adicional a ello Cada vez

que se utiliza la bicicleta y se deja de utilizar el automóvil, se evita el consumo de combustibles no renovables. Se calcula que las bicicletas ahorran el consumo de 240 millones de galones de gasolina al año en el mundo.

- **Salud y bienestar:** el uso de bicicleta también ha subido exponencialmente debido a que muchas persona la han tomado como la mejor opción a la hora de practicar deporte y contribuir con una vida sana. De acuerdo con el estudio relacionado por cámara y comercio de Bogotá “movilidad en bicicleta en Bogotá” *Un viaje de ida y vuelta en bicicleta de 6.5 kilómetros, libera el aire que respiramos de 7 kg de contaminantes, según el World Watch Institute.*

“Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2020)

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>”

1.2 TEORÍA DEL VALOR COMPARTIDO

Promover el uso de la bicicleta en los ciudadanos capitalinos, empezando por los miembros de la empresa sin importar el cargo al que pertenezcan, contando con un stock de bicicletas propias de la empresa, que serán entregadas a cada funcionario como medio de transporte, para lo cual debemos realizar un análisis de la distancia que debe recorrer cada empleado desde su vivienda hasta las instalaciones de la empresa, procurando siempre que prime la seguridad y bienestar de cada uno.

Estas bicicletas contarán con la seguridad adecuada, se solicitará a una empresa especializada la asesoría para el cubrimiento de estas en caso de robo, accidente y otros factores que puedan afectar el uso normal de ellas, generando capacitación constante a nuestros funcionarios con relación al uso adecuado de la bicicleta, normas de tránsito y movilidad vigentes, entre otros, con lo cual lograremos una conciencia y un conocimiento necesario al momento de asesorar también a nuestro cliente final.

En el sector en el que se encuentra ubicada la empresa, se organizan jornadas con la comunidad para

promover el uso de la bicicleta, somos partícipes de las actividades propuestas por la Alcaldía Mayor de Bogotá, el IDRD y del Distrito en general, para promover el uso de la bicicleta tales como el día sin carro, ciclovías nocturnas, ciclovías fines de semana, en las que como empresa aportamos capacitación a ciclistas y publicidad que promueve el uso de indumentaria adecuada que alargue la vida útil de la bicicleta y dé seguridad al ciclista, así como también, el enorme beneficio que trae consigo al medio ambiente con la disminución de gases contaminantes y la contención del cambio climático, sin dejar de lado el fortalecimiento de la capacidad física, el esparcimiento y la realización de actividades motrices, que ayudan en gran manera a mejorar la calidad de vida de los bici usuarios.

1.3 TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

El aprovechamiento de la tecnología es uno de los pilares no solo en cuanto a la elaboración de accesorios y/o artículos para ciclistas con materiales innovadores como el uso de la fibra de carbono o la implementación de nano cerámica, sino también el aprovechamiento de dichos avances para llegar a posibles clientes durante las campañas de promoción de los elementos de seguridad para practicar el deporte, así como los espacios de formación y actualización de tecnologías en pro del desarrollo y potencialización del mismo.

1.4 ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

SECTOR	VARIABLES
Políticos	<ul style="list-style-type: none"> • En la actualidad el tratado de libre comercio con EEUU, Canadá, la Unión Europea y Corea del sur benefician nuestra empresa debido a que son algunos de los principales fabricantes tanto de Bicicletas como de accesorios para las mismas. • En la actualidad las bicicletas cuyo costo sea inferior a 50 UVT no pagan IVA, las bicicletas cuyo valor superen ese monto deberán cancelar un IVA del 5%, en cuanto a los accesorios y demás equipamientos rige el IVA del 19%. Nuestros productos tendrán IVA del 19% teniendo en cuenta que nos dedicamos a la venta de indumentaria y demás equipamientos para bicicletas. • En octubre de 2016 entró en vigor la ley 1811 que promueve el uso de bicicleta en el país y busca mejorar la movilidad urbana. Esta ley plantea incentivos como otorgar medio día libre por cada 30 veces que una persona certifique haber llegado a su trabajo en bicicleta, también en caso de usar la bicicleta para alimentar los Sistemas Integrados de Transporte Masivo y luego de 30 validaciones del uso de biciparqueaderos y/o puntos de encuentro recibirán un pasaje abonado en su tarjeta, entre otros. Esta legislación favorece totalmente a nuestro proyecto, ya que motivan a los ciudadanos a hacer un uso constante de la bicicleta y con ellos adquirir la indumentaria necesaria para el buen funcionamiento de esta.
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • VELOGROUP CLUB pertenece según la división clásica de la economía al sector terciario que corresponde al de prestación de servicios, sin embargo, según el tipo de actividad económica pertenece al sector del Comercio. • De acuerdo con el Ministerio de comercio para el año 2019 el sector creció cerca del 3.9%, para lo corrido del año 2020 pese a que se están viendo las afectaciones debido al Covid 19 el sector del ciclismo presentó un crecimiento cercano al 39% en cuanto a número de usuarios. Los grandes importadores y vendedores, que tuvieron muy buenas ventas en los últimos meses, temen que, para el último trimestre del año, no haya suficientes existencias para la demoledora demanda de ciclas; las razones son sencillas. Por una parte, los capitalinos, en medio de la pandemia se han dejado conquistar por la bicicleta, bien sea para recreación o para movilidad y han empezado a comprar, de una forma sin precedentes, más y más de estos vehículos. Pero, por otra parte, la industria mundial que provee marcos, accesorios y partes no da abasto. Es decir, hay mucha demanda y, por las circunstancias, no suficiente oferta, podría decirse que la demanda estaba ‘anunciada’. Una encuesta hecha por la Alcaldía de Bogotá en mayo reveló que 59 % de los encuestados estaban dispuestos

SECTOR	VARIABLES
	<p>a pasarse a la bicicleta como medio de transporte. Ahora, tener más ciclistas en Bogotá no es cosa menor: antes de la pandemia ya se hacían más de 880.000 viajes diarios en bicicleta y el Distrito espera que la cifra aumente a medida que se vaya ingresando a la ‘nueva normalidad’. Eso implicará compras de nuevas bicicletas y, algunos ciudadanos, elegirán las importadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las entidades que pueden financiar nuestro proyecto a nivel Gubernamental son los programas de emprendimiento como Fondo emprender. Y programas locales para fortalecimiento de proyectos productivos. Privados son las entidades bancarias.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Teniendo en cuenta la alta demanda que se está presentando en la comercialización de las bicicletas y la indumentaria de esta, nuestros productos están disponibles para que los clientes puedan acceder a través de la página Web, las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) y la sede física, se desarrolló la opción de pagos en línea lo que nos permite tener cobertura a nivel nacional. • Se estima que el uso de la bicicleta lo realizan personas entre los 6 y los 65 años, siendo mayor número de usuarios hombres que las mujeres y aunque todas las clases sociales hacen uso de la bicicleta, el porcentaje más alto de usuarios constantes se encuentra en las clases media y baja, ya que la usan como medio de transporte diario, mientras que la clase alta la usa en su mayoría como medio recreativo, de esparcimiento y deportivo. • Analizando los estilos de vida de nuestros clientes potenciales, se pueden identificar 3 sobresalientes: en primer lugar, quienes son considerados ciclistas profesionales llevan una vida saludable, con rutinas de ejercicio ya establecidas y dietas rigurosas. En segundo lugar, practicantes esporádicos con alimentación menos rigurosa quienes lo practican por deporte y esparcimiento. En tercer lugar, quienes hacen uso de la bicicleta como medio de transporte diario, generando así la necesidad de adquirir indumentaria de mejor calidad y constantemente revisión y asesoría, ya que, se exponen diariamente a que de no usar la indumentaria adecuada se presenten fallas en el funcionamiento de la bicicleta e incluso que se ocasionen accidentes.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • La utilización de nuevas materias primas como fibra de carbono, nano cerámica • Las plataformas digitales y/o tiendas virtuales para la comercialización de los productos • Las redes sociales para la promoción de campañas y estrategias de publicidad.

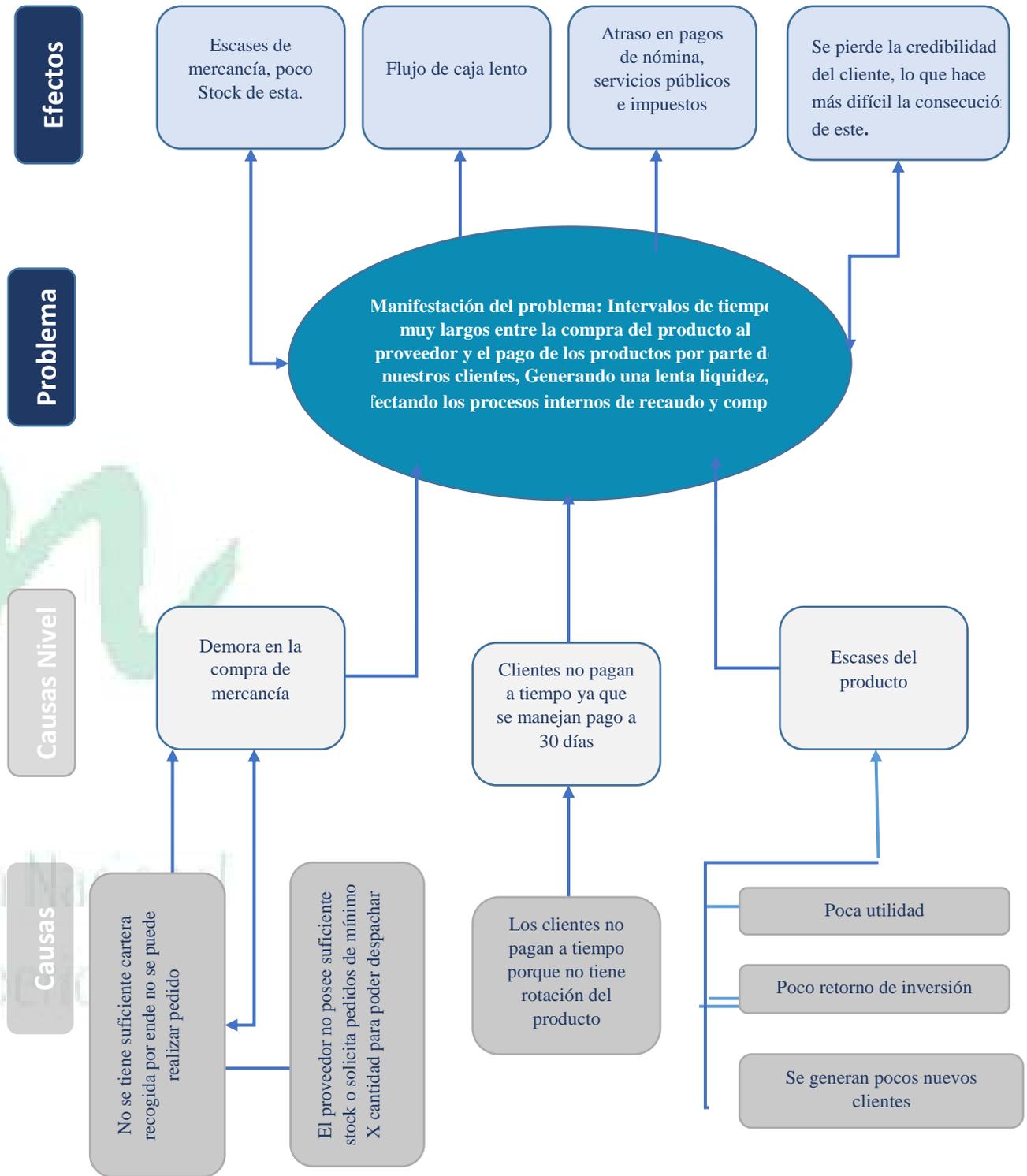
SECTOR	VARIABLES
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • La bicicleta como medio de transporte amigable con el medio ambiente • La utilización de productos reciclados como plásticos para la elaboración de chaquetas impermeables y otros artículos relacionados al ciclismo. • Actualmente la Legislación esta dada sobre el uso de bicicletas eléctricas.
Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Restricciones reglamentadas a medios de transportes contaminantes, favoreciendo el uso de la bicicleta, podemos ver un claro ejemplo en la Ley 1811 de octubre de 2016

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

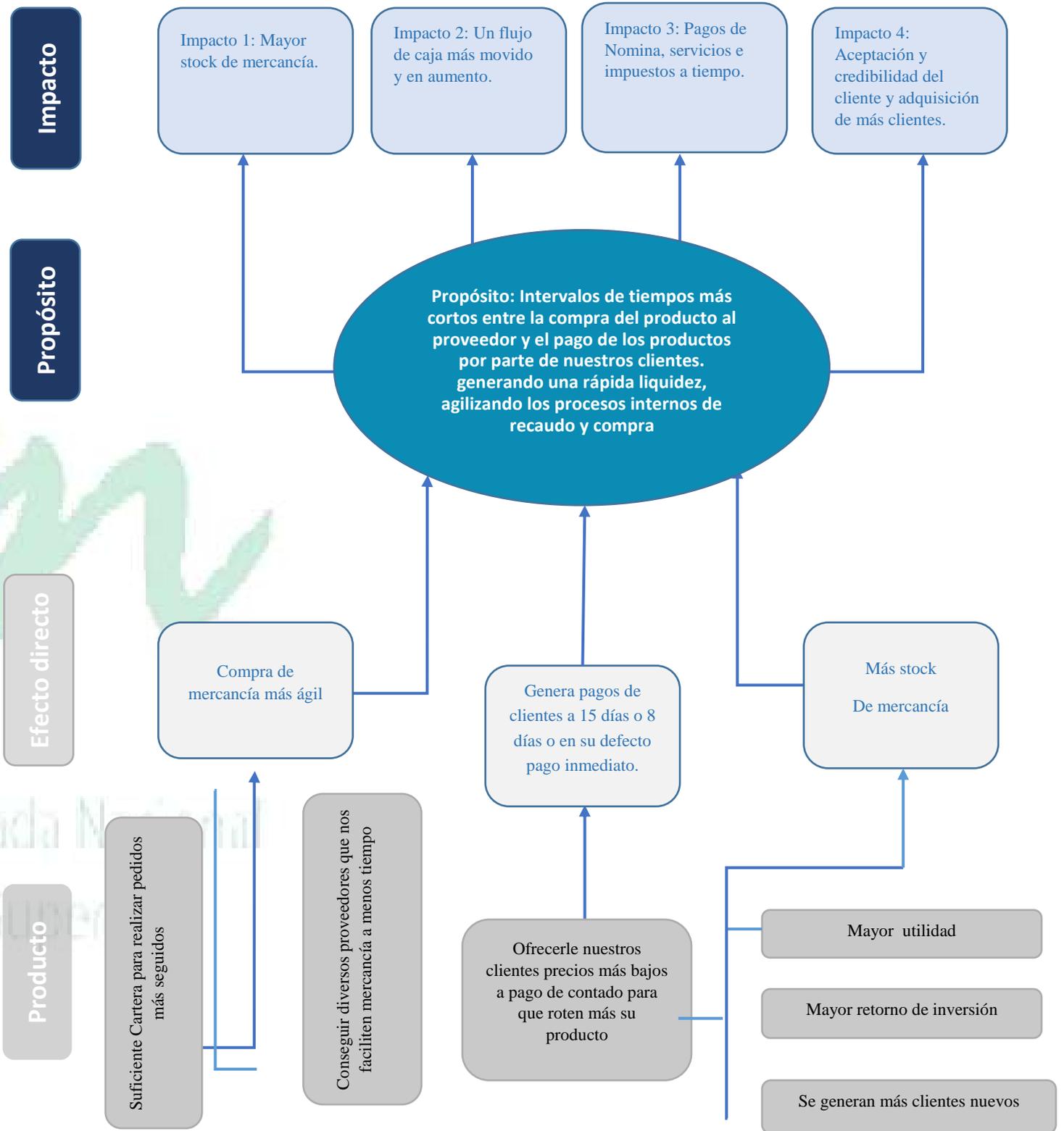
Intervalos de tiempos muy largos entre la compra del producto al proveedor y el pago de los productos por parte de nuestros clientes, Generando una lenta liquidez, afectando los procesos internos de recaudo y compra. Escogimos este problema teniendo en cuenta que nuestro principal objetivo es suministrar los equipamientos e indumentarias necesarias para los ciclistas; y los largos periodos sin obtención de liquidez generan un desabastecimiento por lo que nos queda imposible cumplir con la demanda generada por nuevos clientes.

CRITERIO	PROBLEMA
	Periodos largos de iliquidez debido a problemas de cartera.
Conocimiento sobre la posible solución del problema.	5
Se cuenta con la asesoría de un experto de no ser así es factible su contratación.	5
Se cuenta con la información sobre las causales del problema.	4
Es un problema con solución a Corto (6 meses (5), mediano (2 años (3)) o largo (más de 5 años (1)) plazo.	5
Costo para implementar la solución	5
Impacto, resulta trascendental la solución al problema.	5
Total	29

2.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS



ÁRBOL DE OBJETIVOS



3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Suministro de equipamiento, artículos e indumentaria para ciclistas, escuela de formación para futuros ciclistas y/o practicantes de ciclismo de todos los niveles socioeconómicos.</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Personas entre los 6 a los 65 años quienes practican ciclismo ya sea de manera profesional o recreativa.</p> <p>Personas entre los 6 a los 65 años quienes desean iniciar a practicar ciclismo y requieren una asesoría completa no solo para la compra de la bicicleta sino además para la adquisición del equipamiento, accesorios e indumentaria.</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Quienes incursionan en el mundo del ciclismo ya sea para ejercerlo profesionalmente o como práctica deportiva esporádica, no cuentan con el conocimiento requerido a la hora de elegir la indumentaria y los accesorios necesarios para optimizar su práctica de acuerdo con su perfil y condiciones físicas.</p>
<p>¿Cómo?</p>	<p>Realizaremos campañas a través de redes sociales sobre la importancia de los diferentes equipamientos y accesorios requeridos para practicar ciclismo.</p> <p>A través del mismo medio ofreceremos cada uno de los productos con los que se cuenta en el momento.</p> <p>Se participará en los eventos destacados que promocionan e incentivan el uso de la bicicleta como deporte, uso de medio de transporte y actividad de esparcimiento.</p> <p>Constantes campañas en los puntos de venta donde se exponga los beneficios de las prácticas de ciclismo y la importancia del uso de la indumentaria adecuada para la misma.</p>

¿Por qué lo preferirán?

Se realizará una atención personalizada donde se busca realizar un perfil individual de cada cliente en el que se cumplan con todas las expectativas de los clientes, además de ellos se pueda garantizar que los implementos adquiridos por cada uno de ellos sean los mas idóneos de acuerdo con sus requerimientos.

Se cuenta con personal capacitado para la escuela de formación de ciclistas, además que se ofrecen diversas alternativas de pago que permitan llegar a muchas más personas.



ificada Nacional
n Superior

3.1 IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA



INNOVACION

De Servicio, De proceso:

En el mercado colombiano y a nivel mundial existen varias tiendas que ofrecen este mismo servicio de suministro de accesorios e indumentarias para personas practicantes de ciclismo sin embargo, innovaremos nuestro servicio aplicando un tema que hoy en día es muy popular y son los grupos, nos caracterizaremos por ser la primera y más numerosa comunidad de ciclistas a nivel nacional, esta comunidad será VELOGROUP CLUB, la cual constara de una App con suscripción mensual, aparte de que puedas encontrar y comprar allí, todos los accesorios e indumentarias, contarás con asistencia técnica, asesorías, capacitación, acceso a nuestros talleres aliados con el fin de realizar mantenimientos preventivos y correctivos a tu bicicleta, contarás con un seguro todo riesgo, el cual cubre riesgo de fallecimiento y lesiones, al igual que hurto de la bicicleta. A mediano plazo también contaremos con escuela de manejo tanto para niños como adultos.

Alianzas:

Como mencionamos en el punto anterior, contaremos con grandes alianzas con talleres certificados, en los cuales podrás realizar mantenimiento preventivo y correctivo a tu bicicleta, convenios empresariales con fondos de inversión estatales

De Producto:

La innovación del producto como tal no depende de VELOGROUP CLUB, ya que no somos fabricantes de accesorios e indumentarias, sin embargo, enfocaremos nuestro esfuerzo en estar siempre a la vanguardia de nuevos e innovadores productos tales como accesorios en fibra de carbono, bicicletas en titanio o aleaciones de aluminio entre otras.

Canal Y Experiencia:

VELOGROUP CLUB, se caracterizará porque su tienda será 100% virtual, es decir que no tendremos tiendas físicas, por ende, sus afiliados, y clientes no tendrán complicaciones de desplazamiento ya que podrán comprar a través de nuestra página web o medios electrónicos, realizando pagos PSE, y obteniendo el producto en la puerta de su casa el mismo día de la compra o máximo al día siguiente. Contaremos con un catálogo dinámico donde el cliente podrá ver a través de fotos 3D, videos en alta definición y realidad aumentada todos nuestros accesorios e indumentaria

Competencia:

Principales grupos aficionados de ciclismo en el país, los cuales no brindan ningún servicio extra, al de salir a disfrutar del deporte aficionado

- Ciclomontañismo. Bogotá, Colombia.
- Extreme Bardenas.
- Peña Escuela Ciclista Cedena.
- Club Ciclista Caracol. ...
- Grup BTT Moncada. ...
- Equipo ciclista Roquetas de Mar.
- Peña BTT
- Ciclo Club Santiago.

Principal competidor distribuidor de accesorios y bicicletas, GW, tienda Bici, Especialized, Bike House, entre otros, ninguno de estos sitios ofrece servicios extras a la venta de accesorios y bicicletas.

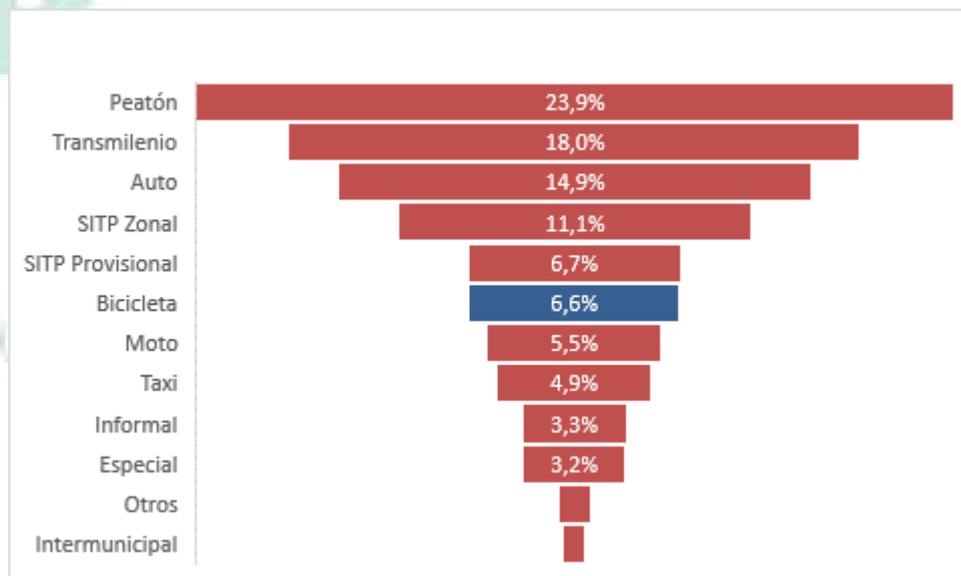
5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

5.1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

VELOGROUP CLUB es una empresa pequeña dedicada al suministro de equipamiento, artículos e indumentaria para bicicletas, la actividad económica principal es Comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados (CIU 4762)

5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el fin de conocer el tamaño del mercado, analizamos los resultados del segundo semestre del año 2019 que arrojó la Encuesta de Movilidad, en la cual se ratifica el incremento en el total de viajes realizados en bicicleta en Bogotá, se realizan diariamente 881.742 viajes que representan 6.6% del total de los viajes comparado con los diferentes medios de transporte usados por los capitalinos.



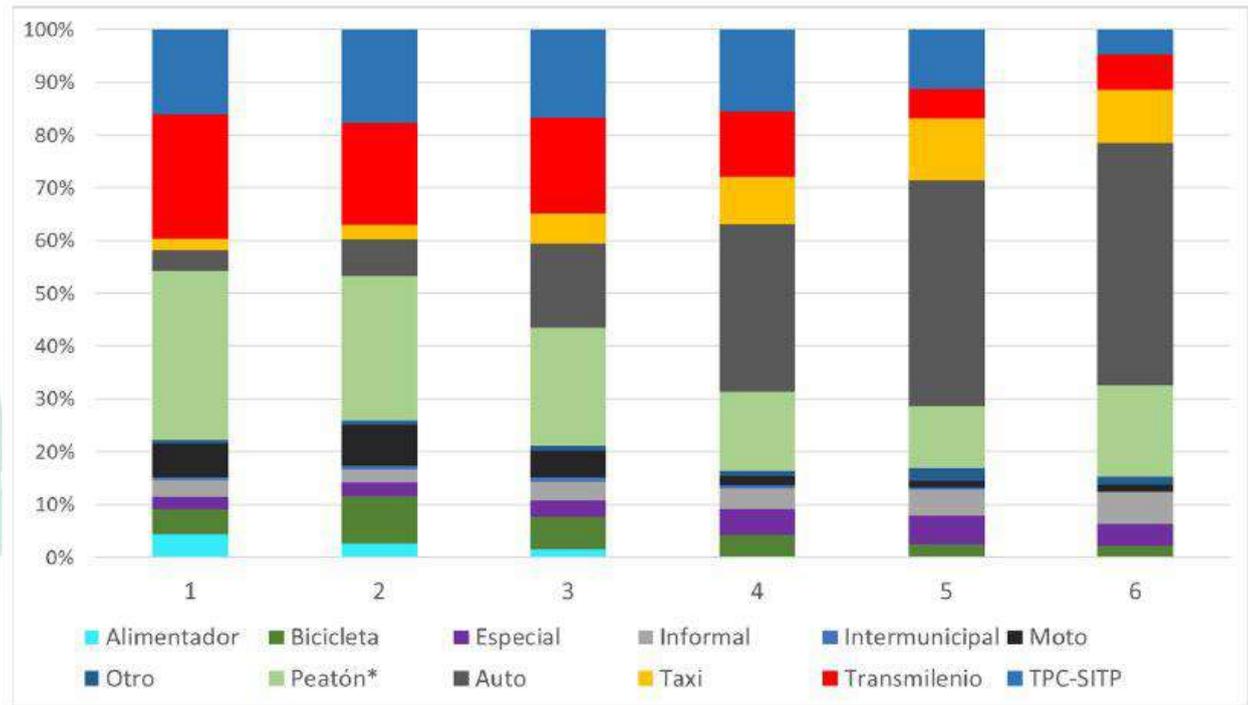
Si comparamos las cifras en relación al año 2015, se evidencia un incremento de 242.099 viajes, que representan un aumento del 37.85% en el número de viajes en bicicleta, muy superior al del vehículo particular que aumentó un 19.50%, de Transmilenio que aumentó un 16.42% y de motos que aumentó un 4.04%, Diversos factores pueden explicar este aumento; en primer lugar, la bicicleta

como alternativa de mejora para la congestión vehicular, el cual es un factor crítico en la ciudad de Bogotá de acuerdo con el estudio realizado por INRIX Global Traffic Scorecard que por medio del uso de Big Data estableció que en la capital se pierden 272 horas al año en tráfico, posicionándola como la peor ciudad en términos de congestión. En segundo lugar, el beneficio en relación con tiempos de espera y las caminatas para acceder al medio de transporte lo cual los hace más flexible y por último factores como el ahorro que el usuario puede hacer al contar con la bicicleta como medio de transporte.

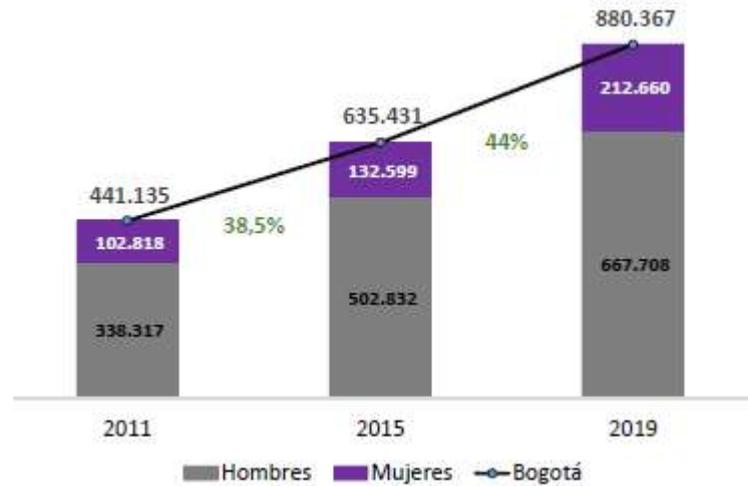
La personalidad de nuestros clientes, sus comportamientos, necesidades, frustraciones, entre otros, también podemos analizarlas por sectores, por ejemplo, la Universidad Libre en el año 2018 realizó unas proyecciones muy interesantes del número de viajes en bicicleta que coinciden totalmente con los resultados de la Encuesta de Movilidad 2019, en la cual podemos observar que por localidades **Suba** con más de **73.000** viajes en el año, es la zona de la capital con mayor presencia de biciusuarios (mercado al que nuestra empresa debe llegar para satisfacer las necesidades del cliente y ofrecer un servicio con valor agregado sobre el mercado que ya conocen); seguida de **Engativá** con **64.500** recorridos, y **Bosa** con **62.000**. Si lo analizamos por trayectos diarios en bicicleta, la ciudad reporta un total de **850.000** viajes al día, **Kennedy** con **92.570** recorridos, **Suba** con **73.397**, **Bosa** con **67.077**, **Engativá** con **64.500**, **Fontibón** con **31.269** y **Ciudad Bolívar** con **25.593** son los principales destinos de los ciclistas en la ciudad de Bogotá.

Dentro de este estudio podemos analizar a nuestros clientes por la necesidad que los lleva a hacer uso de la bicicleta, encontrando que un **68%** hacen uso de esta por motivos de trabajo, un **20%** por estudio, un **12%** para encontrarse con otra persona o por esparcimiento. También encontramos que con base en la ocupación de los biciusuarios el **36.6%** son trabajadores dependientes, el **29.5%** son contratistas o independientes, el **17.9%** son estudiantes de colegio y el **16%** son universitarios, de allí que nuestro mercado objetivo estaría enfocado en la Zona Occidente de la Capital (Engativá, Suba), haciendo énfasis en los trabajadores dependientes que deben luchar contra el terrible tráfico

de la capital, para cumplir con sus horarios de ingreso, y que requieren de una buena bicicleta para poder tener éxito en sus trayectos, y en los estratos 2 y 3 que según los estudios de la Encuesta de Movilidad 2019 son quienes hacen mayor uso de la bicicleta como lo podemos apreciar en el siguiente gráfico.



En relación con la proporción de viajes por género para 2015 la distribución era de 79% de viajes realizados por hombres y tan solo 21% por mujeres. La encuesta de 2019 muestra un aumento en la participación de las mujeres que ha alcanzando el 24.2%, con 212.660 viajes diarios, cifra bastante significativa, y si hablamos de edades promedio, el estudio realizado por la Universidad Libre nos arroja que el **9,1%** de usuarios tiene entre **55 y 64** años y que, el **19.7%** aproximadamente tiene entre **45 y 54** años, el **37%** se encuentran en un rango de edad entre los **25 y los 30** años, seguidos por los menores de **25**, con aproximadamente el **25%**. El grupo entre **30 y 40** años equivalen al **22%** mientras que los mayores de **40 años** representan el **15,6%**, lo que nos enfoca en usuarios que son clientes potenciales de los 6 a los 40 años de edad, enfocándonos de manera especial en los usuarios de 25 a 40 años que son quienes están en mayor proporción activos laboralmente.



Localidad	Cantidad de Bicicletas	Personas con Bicicleta	Relación Personas/Bicicletas
Antonio Nariño	84.680	45.532	1,86
Barrios unidos	223.005	117.500	1,90
Bosa	382.350	242.832	1,57
Candelaria	11.423	6.921	1,65
Chapinero	108.585	55.362	1,96
Ciudad Bolívar	262.315	167.901	1,56
Engativá	840.129	449.653	1,87
Fontibón	306.776	181.991	1,69
Kennedy	758.616	459.335	1,65
Los Mártires	60.701	34.448	1,76
Otra localidad rural	406	224	1,81
Puente Aranda	172.809	99.199	1,74
Rafael Uribe Uribe	132.382	82.766	1,60
San Cristóbal	112.457	66.999	1,68
Santa fe	31.563	19.669	1,60
Suba	1.139.007	625.250	1,82
Sumapaz	156	125	1,25
Teusaquillo	151.809	72.484	2,09
Tunjuelito	113.072	66.423	1,70
Usaquén	444.862	228.561	1,95
Usme	59.294	38.641	1,53
Total	5.396.398	3.061.815	1,76

5.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En Bogotá existen más de 15 lugares temáticos que han transformado la forma de ver la bicicleta en la ciudad. Entre estos se encuentran los bici cafés, restaurantes, tiendas de accesorios, casas

culturales, entre otros, que han permitido impulsar el uso de la bicicleta y la generación de nuevas experiencias alrededor de este medio de transporte. Gracias al auge de estas iniciativas en la capital del país, las entidades públicas se han encargado de realizar una serie de acciones conjuntas para fomentar y promover el emprendimiento asociado a la bicicleta en Bogotá. Por esta razón, entidades como el Instituto Distrital de Turismo, el Instituto Distrital de Recreación y Deporte y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, han establecido un conjunto de estrategias orientadas a fortalecer las iniciativas asociadas a la competitividad de la bicicleta.

En una encuesta realizada a propietarios de locales comerciales, al indagar por la procedencia de los productos comercializados en los negocios, que alrededor del 55,6% comercializan productos fabricados por otra empresa del extranjero, (en su gran mayoría se comercian bienes hechos en China), mientras que el 43,3% dijo que son fabricados por otra empresa colombiana y tan solo el 5,4% fabrica la mercancía.

VELOGROUP CLUB comercializa accesorios e indumentaria para bicicletas, la gran mayoría de nuestros competidores se enfocan en el mercado OnLine, en donde ayudados por las plataformas en línea y diferentes redes sociales comercializan sus productos y servicios, logrando así llegar a más clientes de los que se puede acceder con un punto de venta presencial, algunos de nuestros competidores más fuertes son: MPC STORE Tienda de Bicicletas, WG Distribuidor de

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
MPC STORE TIENDA DE BICICLETAS	Mascara Anti-polución	\$ 79.800	Cuenta con un catálogo virtual y aviso de ofertas importantes en los diferentes productos	Tienda OnLine
WG DISTRIBUIDOR DE REPUESTOS	Mangos de bicicleta ergonómicos	\$ 13.800	Brinda al cliente varias opciones de pago y métodos de entrega, realizando envío a casi todo el país	Tienda OnLine

PROPARTES	Sillín	No informan	Son representantes directos de varias de las mas famosas firmas en el mundo, cuentan con un portafolio amplio, cuentan con puntos de venta presenciales y OnLine. En la página cuentan con una descripción del producto y especifican calidad y valor agregado de cada uno	Calle 97A N° 51-55 Bogotá D.C.
CP CICLOPISTA Repuestos y Accesorios para Bicicletas	Casco Importado de Lujó	\$ 55.000	Amplio portafolio de productos, se enfocan en el bienestar del talento humano de su empresa, con lo cual logran reflejar en mayor manera la calidad de sus productos y servicios	Calle 40 #8f 42 Leon XIII, Soacha

Repuestos, CP CICLOPISTA Repuestos y Accesorios para bicicletas, Propartes.

De nuestros competidores podemos aprender la versatilidad en la comercialización de los productos y el acceso a nivel nacional, nosotros tenemos una fuerte ventaja y es la asesoría que prestamos, no solo vendemos un producto, sino que también damos un acompañamiento cercano a nuestros clientes, y también nos apoyamos de forma importante en la comercialización mediante redes sociales, logrando así llegar a muchos más lugares a nivel nacional.

Bike House es uno de los competidores más fuertes en el mercado de las bicicletas, desde este año crearon su marca propia, el nombre Cliff. Hasta el año pasado tenían en mente poner una planta de ensamble pero con la nueva regulación en IVA de 5%, cuando se vende un marco a un distribuidor tiene que facturarle a 19%, entonces con esa política ellos traen la bicicleta ensamblada y se factura un IVA de 5% y así es mucho más competitivo, se proyectan a importar 5.000 bicicletas de niño y 8.000 bicicletas de adulto, lo que los hace fuertes pues sus ventas son altas y sus proyecciones muy ambiciosas

5.4. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Los productos que encontramos en el mercado y que son competidores nuestros ya sea de forma directa o indirecta, son indumentaria de buena calidad, encontramos una gran variedad de comercio de ropa para ciclistas que ofrece comodidad, frescura y seguridad para quien la usa, también encontramos que el mercado se ha preocupado bastante por ofrecer productos que le brinden seguridad a los ciclistas a la hora de hacer uso de sus bicicletas, entonces la venta de luces, cascos y demás elementos fundamentales para minimizar los riesgos que corren los ciclistas se hace muy importante y más al conocer el aumento de accidentes que sufren los ciclistas en la Capital del país.

Encontramos que nuestros competidores ofrecen variedad, las páginas web permiten dar a conocer el producto totalmente, encontramos competidores como PROPARTES que cuando se navega en su página Web no solo se encuentran las fotos y precios de los productos que ofrece, sino que también hace una reseña histórica de la marca, de la importancia de elegir un buen producto, hace comparación en cuanto a materiales y por decirlo de algún modo, genera una capacitación escrita a sus clientes en el momento de consultar su producto, hay otros que no dan a conocer precios en un primer momento, sino que captan los datos de contacto del cliente y envían información directa acerca de la necesidad específica que se les solicita.

Los precios que se encuentran en el mercado son de fácil acceso para los clientes, muchas empresas dan variedad de opciones, entonces encontramos por ejemplo, sillines de diferentes marcas, diferentes características y que brindan diferentes comodidades al cliente y así mismo es asignado el precio, al igual que sucede con los rines, los cascos que por ejemplo podemos encontrar importados de lujo desde \$55.000 hasta los \$105.000 y nacionales que perfectamente podemos encontrar en el mercado en \$35.000, las máscaras antipolución que oscilan entre los \$50.000 y los \$90.000 dependiendo del material y de los filtros con los que esta cuenta.

Los valores añadidos son importantes, pero no desconocidos para nosotros, ya que nuestro enfoque de servicio y asesoría eficiente, nuestros precios, la comercialización OnLine, entre otros, nos hace unos fuertes e importantes competidores.

5.5. ANALISIS DE LOS PROVEEDORES

La mayoría de los proveedores que manejamos son empresas chinas como por ejemplo Yiwu Rock Sporting Goods Co, en la actualidad la bicicleta se proyecta como una solución simple a un problema grande como la movilidad, esta es su oportunidad. Desafortunadamente la industria nacional funcionó hasta el año 2.000 porque con la producción en China bajaron los precios y las fábricas nacionales desaparecieron. Los repuestos son Shimano, una marca japonesa que maneja 97% del negocio de las partes de bicicletas de gama media en el mundo, y la otra es Sram, una compañía americana.

6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Con base en las características de nuestros clientes nos enfocamos en usuarios potenciales de los 6 a los 40 años y de manera especial en los usuarios de 25 a 40 años que son quienes están en mayor proporción activos laboralmente y buscan nuestros productos con mayor demanda.

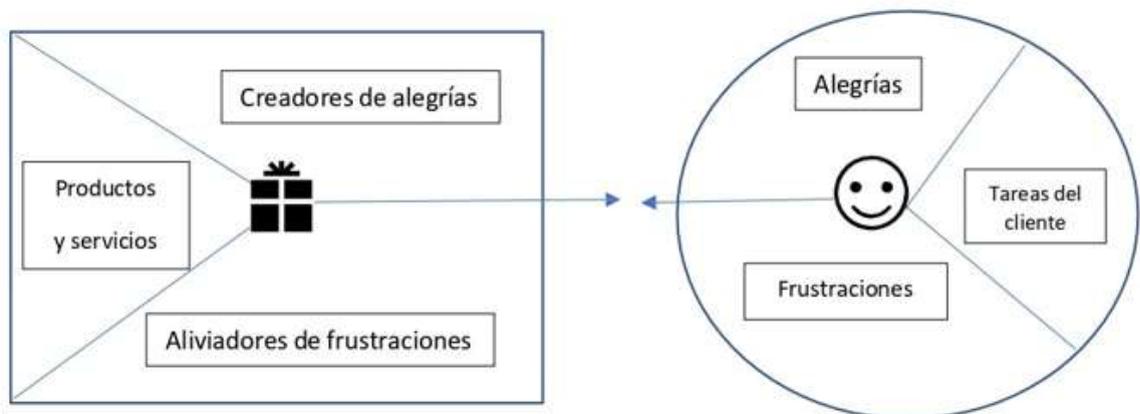
NUESTRO CLIENTE	MIEDOS, FRUSTRACIONES Y ANSIEDADES	DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA
	Materiales de mala calidad	Una bicicleta liviana
	Un mal servicio por parte del vendedor	Una indumentaria de buena calidad
	Una falsa expectativa	Asesoría después de la compra
	FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS	
	Compré algo que si me sirvió	
Me gustó mucho la asesoría y el conocimiento del asesor		

Pude ver que lo que me ofrecieron fue en realidad lo que me vendieron

Las bondades de nuestro producto son:

- ✓ Productos de alta calidad
- ✓ Brindamos seguridad con nuestros productos
- ✓ Bondad
- ✓ Confianza
- ✓ Respaldo y garantía
- ✓ Excelente Servicio y Asesoría personalizada
- ✓ Cubrimos varias necesidades del cliente, como el tener los uniformes apropiados para desplazamientos de larga distancia
- ✓ Hacemos de la travesía y trayectos una experiencia más agradable

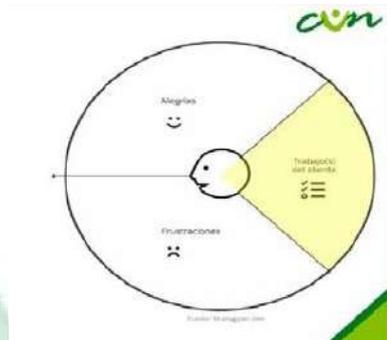
7. PROPUESTA DE VALOR



Perfil del Cliente.

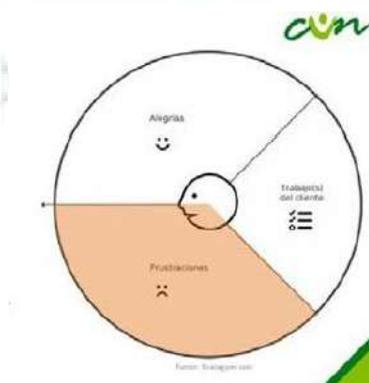
- a. Trabajos del cliente
- b. Frustraciones del Cliente
- c. Alegrías del Cliente

Trabajos del Cliente:



Nuestros clientes son personas que desean además de utilizar la bici como medio ecológico de transporte, también desean divertirse, hacer deporte, y ampliar su círculo social mientras realiza estas actividades, adicional que adquirir tanto la bicicleta, como los elementos de seguridad y accesorios no sea costoso y mucho menos una tarea engorrosa.

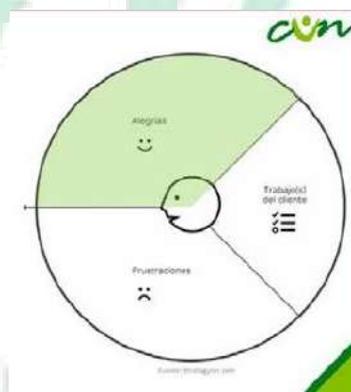
Frustraciones del Cliente:



Nuestros clientes se sienten desanimados, frustrados y sacados de onda si para ir de paseo en bici, deben hacerlo solos, nada más aburrido que pasear sin al menos alguien que lo acompañe. Pero se sienten de la misma forma si cuentan con la compañía, pero no saben a dónde ir, ya sea porque no conocen la zona o cuando la conocen, es demasiado lejos para viajar todo el camino en bicicleta y no cuentan con medio de transporte para llegar a la montaña.

Igualmente existe frustración cuando no sabe qué elementos de protección debe comprar o cuales son los accesorios indicados y más aún cuando no sabe cuál es el sitio idóneo para comprar los mismos, adicional que después de los ciclo-paseos o paseos de ruta o montaña debe hacerle mantenimiento a la bici y eso es algo costoso.

Alegrías del Cliente:



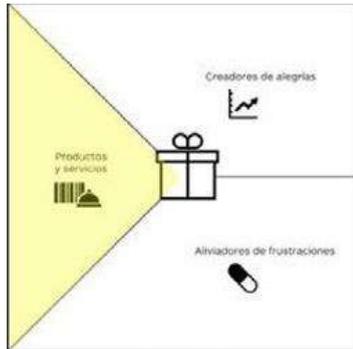
Nuestros clientes desean una buena bici, que además de medio de transporte le sirva para hacer deporte, esperan incentivos por pertenecer a Velogroup Club, esperan ampliar su red social, hacer buenos amigos, desean tener una excelente atención en caso de accidente y contar con varios talleres aliados donde se les facilite realizar el mantenimiento de su bici.

Mapa de Valor.

- a. Productos y Servicios.
- b. Aliviadores de frustraciones

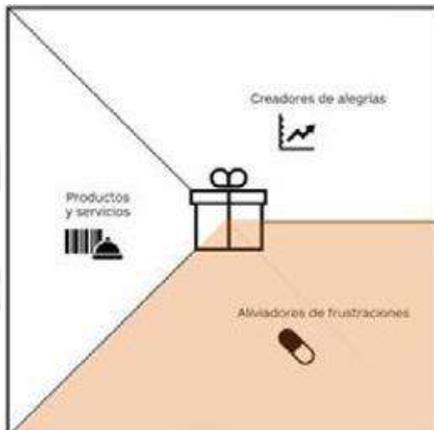
c. Creador de Alegría

Productos y Servicios:



Velogroup Club ofrece la mejor experiencia de pertenecer al club de bici usuarios más cool a nivel nacional, ofrecemos bicicletas según tu necesidad y estilo, indumentaria y accesorios, y contamos con un gran número de beneficios por ser parte de nuestro club.

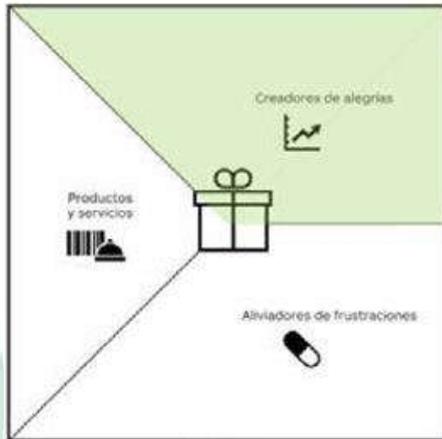
Aliviadores de Frustraciones.



Somos un club de bici usuarios, que nuestro objetivo es sacarle el mayor provecho a la bicicleta, realizamos planes de ciclo rutas, bici paseos y excursiones en la montaña, contamos con una flota de vehículos adecuados para que nuestro bici usuario pueda transportarse junto con su bicicleta con el fin de disfrutar de dichas excursiones, contamos con un plan de seguro todo riesgo que cubre

cualquier accidentalidad de nuestro bici usuario, talleres autorizados para el respectivo mantenimiento de su bicicleta, adicional una cláusula que permite el cambio de la misma cada dos años por una totalmente nueva.

Generador de Alegrías.



Mantenemos a nuestra bici usuario cubierto con una póliza todo riesgo, incentivamos el uso de la bicicleta, hacer deporte y estamos comprometidos a generar amistad, generamos asesoría constantemente.

Declaración de la Propuesta de Valor.

Hacemos del deporte, la seguridad y la amistad un solo equipo

8. DISEÑO DEL PRODUCTO

Ficha Técnica.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO	
A.	Nombre del producto ó servicio <u>Velogroup Club Tienda de Accesorios para Ciclistas</u>
B.	Composición del producto (materias primas)/ líneas de servicio o portafolio.
C.	Normas de calidad. <u>Bicicletas, accesorios e indumentaria/ servicios de seguridad y actividades recreacionales</u>
D.	Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales. <u>Unidad de producto</u>
E.	Tipo de empaque o embalaje (Diseño, tamaño, material) /canal de información. <u>Materiales sintéticos/pagina web</u>
F.	Material de empaque/ publicidad, brochure. <u>Bolsas/voz a voz, grupos de ciclismo</u>
G.	Condiciones de conservación. <u>Almacenaje en bodega al ambiente, no humedad, no temperaturas altas</u>
H.	Vida útil estimada / garantía. <u>Se deteriora por desgaste o uso/por defectos de fabricación, costuras</u>
I.	Porción recomendada, servicios adicionales /recomendaciones por tipo de cliente. <u>Unidad o combos, promociones</u>
ELABORÓ	
REVISÓ	
APROBÓ	

Definición estratégica

Velogroup está regido por el código nacional de tránsito, tanto la empresa y nuestros Bici usuarios en especial deben regirse por Capítulo V, Artículo 94°

Norma técnica colombiana NTC 4533, DOT o ECE R22-05 para cascos

Certificación de AIMPB (Asociación internacional de mecánicos profesionales de bicicletas)

Sentencia C-269/99 Actividad aseguradora

Instituto de Recreación y Deporte avalan escuela deportiva.

Estrategia de comunicación: Nuestros productos y servicio son dados a conocer a través de nuestra red social o en la voz a voz, en eventos deportivos o en actividades realizadas por velogroup.

Diseño del concepto

Velogroup es una tienda virtual que promociona y realiza las ventas a través de plataforma web o red social



ROCKBROS



ROCKBROS



ROCKBROS

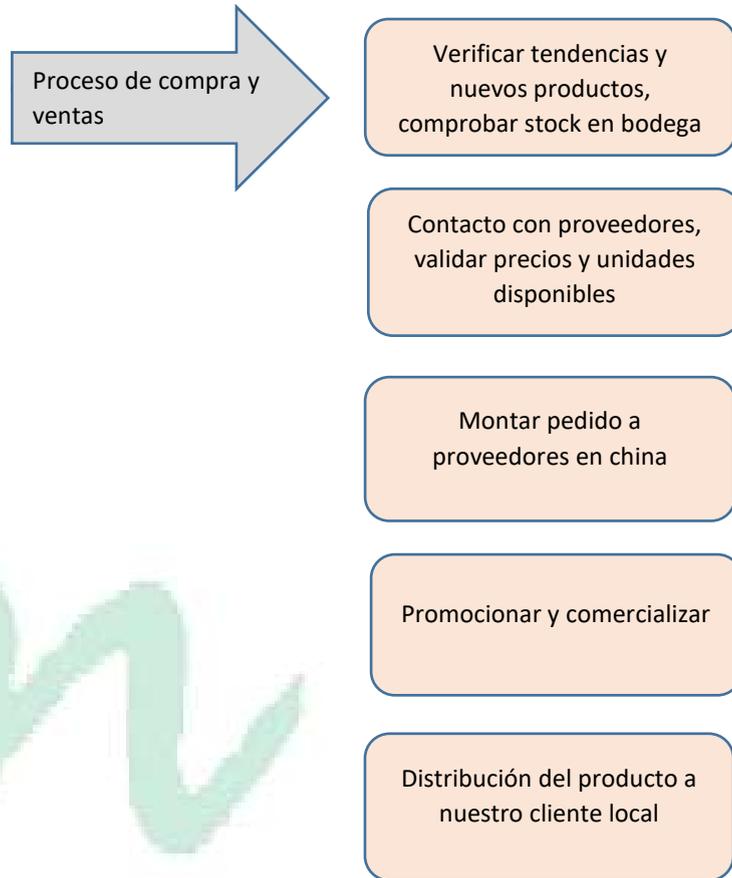


TECNOLOGIA	DESCRIPCION
COMPUTADOR	Computador con acceso a internet
TELEFONO	Teléfono para comunicación local y nacional
REDES SOCIALES	Acceso a las redes para contacto con nuestros clientes



ificada Nacional
n Superior

Diseño de detalle.



Detalle de la cadena de Distribución



Recursos propios y recursos terceros

PROPIOS	TERCEROS
Equipos de Computo	Producción
Medios de Distribución local	Bodega
Cámaras fotográficas y de seguridad	Oficina
Muebles, escritorios, estanterías	

Costos y tiempo:

Ejemplo Casco Unidad

Costo de compra por unidad de producto:	\$40.000
Costos de fletes e impuestos:	\$20.000
Costos Operacionales:	\$12.000
Subtotal:	\$72.000
Costo de venta unidad:	\$168.000
Costo de venta al por mayor x6:	\$120.000

Proveedores.

PROVEEDORES	PRODUCTO
Rockbros.co	Cascos, guantes, infladores, chaquetas, pantalones, gafas, agarres. Entre otros
Yiwu Rock Sporting Goods Co. Ltd	Cascos, guantes, infladores, chaquetas, pantalones, gafas, agarres. Entre otros
Packing List	Cajas.
Bicycles Manufacturer	Bicicletas

9. PRECIO DE VENTA**COSTOS DE PRODUCCION**

+	Costo Unitario de Materiales	\$ 60.000
+	Costo Unitario de Mano de obra	\$ 4.200
+	Costos unitario de CIF	\$ 12.000
=	Costo Total Unitario	\$ 76.200

PV: <u>Costo total unitario</u>	<u>76.200</u>
1 - % de Utilidad	1.40%

PROTOTIPO

Sigue el siguiente enlace para que puedas ver el history en video.

<https://youtu.be/mmdxyapztQA>



SEATC

SEGURO ESPECIAL CONTRA ACCIDENTES DE TRANSITO PARA CICLISTAS



FECHA DE EXPEDICIÓN			VIGENCIA DESDE			VIGENCIA HASTA		
AÑO	MES	DIA	AÑO	MES	DIA	AÑO	MES	DIA
N° POLIZA		CLASE DE VEHICULO		NUMERO DE CLIENTE		MARCA		TIPO
N° DE RSGISTRO VEHICULO								
APELLIDOS Y NOMBRES DEL TOMADOR			TIPO DE DOCUMENTO DEL TOMADOR		NUMERO DE DOCUMENTO DEL TOMADOR		TELEFONO DEL TOMADOR	CIUDAD RESIDENCIA DEL TOMADOR
CODIGO DE ASEGURADORA		COD SUCURSAL EXPEDIDORA		CLAVE PRODUCTOR		N° FORMULARIO		CIUDAD DE EXPEDICION
TARIFA		TOTAL A PAGAR		AMPAROS POR VICTIMA		HASTA		
				A. GASTOS MEDICOS, QUIRURGICOS, FARMACEUTICOS Y HOSPITALARIOS		800		SALARIOS MÍNIMOS
FIRMA				B. INCAPACIDAD PERMANENTE		180		LEGALES
				C. MUERTE Y GASTOS FUNERARIOS		750		DIARIOS
				D. GASTOS DE TRANSPORTE Y MOVILIZACION DE VICTIMAS		10		VIGENTES

Velogroup Club te ofrece la mejor manera de estar protegido siempre, no solo con los accesorios e implementos de seguridad, sino también con nuestra póliza especial contra accidentes de tránsito para ciclistas y un plus maravilloso es que cada dos años puedes cambiar tu bici por una nueva.

MODELO RUNNING LEAN

<p>PROBLEMA</p> <p>Nuestros clientes a través de velogroup club no solo podrán comprar accesorios para ciclismo, si no que tendrá todo un amigo experto en asesoría en la compra, podrá acceder a un mundo de aventura y socializar con otros bici usuarios, adicional que estar protegido de cualquier riesgo que pueda tener a bordo de su bicicleta.</p>	<p>SOLUCIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No somos una tienda de accesorios, somos una familia somos un club 2. Nuestras tiendas son totalmente virtuales, por lo cual puedes comprar desde cualquier parte del país 3. Tenemos varios convenios o aliados lo cual te permitirá disfrutar mas tu bici 	<p>PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA</p> <p>Tienda virtual con asesoría personalizada en la compra de accesorios e implementos, convenios con talleres para el mantenimiento de su bicicleta, y seguro todo riesgo.</p> <p>Cambio de su bicicleta por una totalmente nueva cada 2 años</p> <p>Acceso a nuestro club, bici paseos, excursiones, días de sol, competencias entre otros.</p>	<p>VENTAJA ESPECIAL</p> <p>Velogroup Club quiere romper esquemas en el deporte del ciclismo, convirtiéndose en el mas grande club de deporte aficionado del país.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Velogroup Club quiere abarcar deportistas aficionados al ciclismo, hombres y mujeres en edades de 18 a 40 años, que utilicen la bicicleta para deporte, ocio, o medio de transporte, principalmente en la ciudad de Bogotá, abarcando luego ciudades capitales.</p> <p>Para nuestra escuela deportiva nuestro segmento son familias, con niños entre 5 a 17 años.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>Nuestros costos fijos corresponden a: Arriendo oficina principal y bodega, servicios públicos (luz, agua, internet y telefonía), impuestos, transporte aliados, material de oficina y publicidad.</p> <p>Nuestros costes variables: comisiones, nomina, proveedores.</p>		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <p>Velogroup Club, genera sus mayores ingresos económicos a través de la venta de accesorios e implementos para ciclistas, sin embargo queremos ampliar el portafolio con escuela deportiva y nuestro seguro todo riesgo. Los ingresos de accesorios son variables ya que estos son importados dependemos mucho del valor actual del dólar, adicional contamos con clientes que compran al por mayor o al por menor lo que hace que los costos varien.</p>		

VALIDACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO.

Para Velogroup es fundamental, en la validación de negocio la proposición de valor única, ya que indiscutiblemente, es incierto lo que pase en los mercados de ahora en adelante, teniendo en cuenta el revolcón que ocasiono la pandemia y es que la misma hizo que tanto el individual, como las empresas cambiaran su visión frente a los negocios, atención al cliente, ventas, entre otros, haciéndonos innovar, ser resilientes, reinventarnos. Es por ello por lo que, la compañía velogroup invertirá todo el tiempo y recurso correspondiente para saber si nuestros clientes están dispuestos a cambiar la perspectiva de compra en una tienda física a compra on-line de implementos y accesorios deportivos, generando

transacciones electrónicas y dejando de lado el dinero físico, al igual que recibir su producto en la puerta de su casa o trabajo el mismo día o al día siguiente de su compra.

Para nosotros también es importante saber que tan dispuestos están nuestros clientes en tener a Velogroup no solo como una tienda de implementos para ciclismo, si no como su asesor número uno para la compra de los mismos, afianzando nuestra relación comercial más allá de vendedor - comprador, es por ello que velogroup quiere ser parte de la familia convirtiéndose en el club deportivo de aficionados más grande del país, trayendo consigo un sinnúmero de beneficios para el cliente entre estos: Nuestras alianzas de talleres para mantenimiento correctivo y preventivo. Y por último queremos conocer si nuestros clientes invirtiesen en la seguridad personal y de sus familiares a la hora de usar su bicicleta ya sea por recreación, deporte o medio de transporte en la compra de la póliza todo riesgo, que además de ofrecerle garantía por su seguridad promete un beneficio extra al tomarla y es que puede cambiar su bicicleta por una nueva cada dos años.

En velogroup estamos convencidos que nuestros servicios, adicionales nos llevarán a ser la mejor tienda de implementos y accesorios para bici usuarios.

Nuestro objetivo es realizar la investigación correspondiente, a través de grupos focales y entrevistas en eventos deportivos, ciclo paseos o “rodadas” que es donde encontramos al público objetivo. Tomando una muestra de alrededor de 100 personas en tres sesiones en distintos eventos.

Fecha	
Nombre del Entrevistado	
Empresa o Comunidad	

Objetivo:	Conocer la opinión acerca de los servicios que ofrece Velogroup como tienda deportiva.
-----------	--

1. Estaría dispuesto a comprar a través de nuestras tiendas on-line, observando los productos en imágenes en vista 360°, realidad virtual o fotos planas y no en físico.

SI **NO**

--	--

¿Por qué?

2. Realiza comúnmente transacciones electrónicas como pagos PSE, pagos con tarjetas de crédito, pagos a través de "link de pagos", cupones o monedas virtuales

SI **NO**

--	--

¿Por qué?

2. Estaría dispuesto a comprar una póliza de seguro contra accidentes de tránsito, con valor mensual o anual, esta puede ser personal o grupo familiar, la cual lo cubriría ante accidentes de tránsito, robo

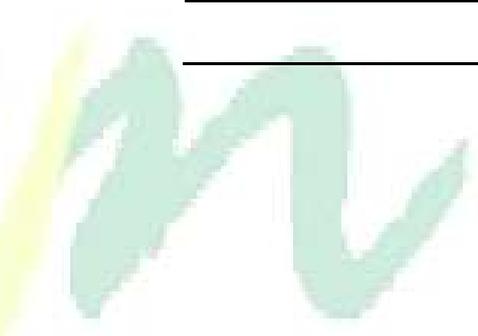
de la bicicleta y adicional incluye una prima de retribución la cual puede hacer efectiva cambiando su bicicleta por una nueva cada dos años

SI

NO

--	--

¿Por qué?



ficada Nacional
n Superior

OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN

Validar la preferencia o gustos de compra y pago virtual de nuestros clientes, así mismo conocer que tan dispuestos están en realizar una inversión de la póliza todo riesgo, cuáles son los implementos y accesorios que más compran.

Objetivos específicos de investigación

1. Conocer si nuestros clientes prefieren las tiendas físicas o las tiendas virtuales y si se ajustaran a la compra on-line
2. Verificar si nuestra póliza puede llegar a ser un servicio deseado, si el cliente esta dispuesto a pagar su valor, o un valor menos
3. Garantizar que el cliente conozca el portafolio completo de Velogroup y que nos busque como su aliado para la compra de indumentaria y accesorios

Formulario de entrevista.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScsH4JR7NpyJA4eD-SUAGI948OuWINxcDD82Cn8A9c7Nds6jA/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0&gxids=7628>

Velogroup Club

Somos una tienda de indumentaria y accesorios para ciclistas, tanto profesionales como aficionados.

***Obligatorio**

Cuando compra indumentaria y accesorios para ciclismo. ¿prefiere comprarlos por la página web o en una tienda física? *

Tienda Física

Tienda virtual

Si al comprar indumentaria y accesorios para ciclismo, en una tienda virtual, pudiera ver estos mismos en imágenes en 360°, fotos en 3D, videos interactivos, o realidad aumentada *

Compraría en tienda virtual

Sigo prefiriendo comprar en una tienda física

De la siguiente lista de accesorios e indumentaria, cuáles son los que más compra o compraría. Escoja varios si es su preferencia. *

Uniformes Dama o Caballero

Chaquetas rompevientos

Buzos Unisex

Cascos

Gafas

Guantes

Velocímetro

Soporte para Caramañola

Soporte de bicicleta para carro

Luces y Pito

Guarda barro

Chaleco

Si tuviera la opción de adquirir una póliza todo riesgo que lo cubra en caso de accidente de tránsito en su bicicleta, robo de su bicicleta, mantenimiento preventivo y correctivo, asistencia,

y cambio de la bicicleta por una totalmente nueva y del mismo valor cada 2 años. por un valor de \$75.000 mensuales o \$650.000 anuales *

Adquiriría la póliza Anual

Adquiriría la póliza Mensual

Adquiriría la póliza si tuviera un costo menor al ofertado

No adquiriría la póliza

Se siente cómodo(a) realizando pagos en línea a través de PSE, Tarjeta crédito, moneda virtual, bonos o link de pagos. *

Prefiero pagar en línea

Desconfió pagar en línea

No tengo experiencia pagando en línea, pero lo podría hacer

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se realizó a través de calculadora de muestra QuestionPro.com

Sin embargo, solo se encuestaron a 60 bici usuarios

Población 835.000 bici usuarios “<https://bogota.gov.co/> “

Nivel de confianza 90%

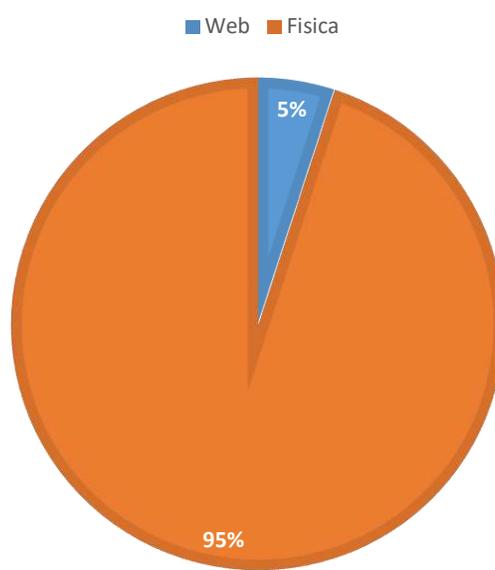
Nivel de error 10%

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Muestra: 384

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

1. **Cuando compra indumentaria y accesorios para ciclismo. ¿prefiere comprarlos por la página web o en una tienda física?**

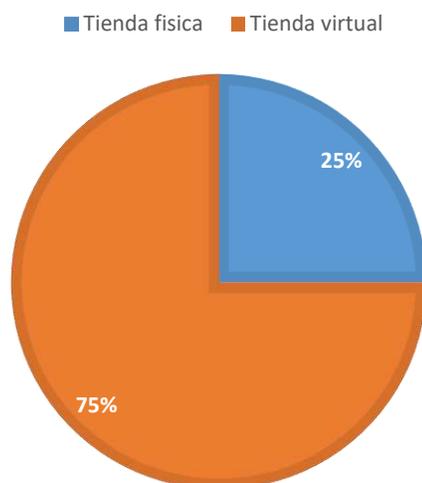


Evidenciamos que de los 60 bici usuarios, 57 prefieren comprar en tiendas físicas solo 3 comprarían este tipo de productos a través de la Web, es decir que tenemos una gran diferencia en la preferencia de los bici usuarios y la alternativa de venta que ofrece Velogroup, lo que en primer momento puede hacernos plantear el tema de las tiendas virtuales

2. **Si al comprar indumentaria y accesorios para ciclismo, en una tienda virtual, pudiera ver estos mismos en imágenes en 360°, fotos en 3D, videos interactivos, o realidad aumentada.**

Compraría en tienda virtual

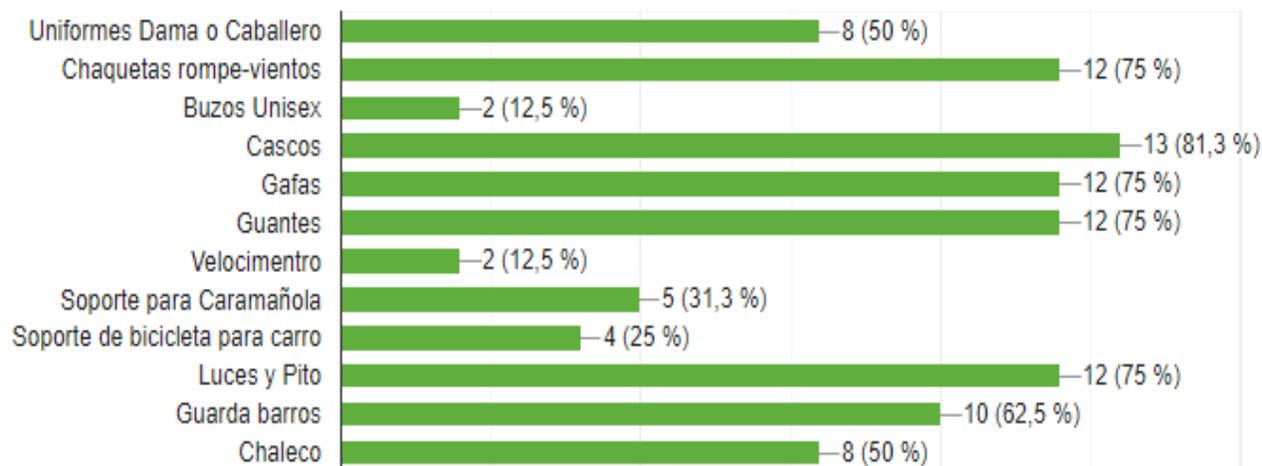
Sigo prefiriendo comprar en una tienda física



En el anterior gráfico evidenciamos que un número total de 42 bici usuarios cambiaron su parecer, frente a la alternativa de tienda virtual, al indicarles que la compra se realizara de una manera más interactiva, lo que traduce en que al público le gusta detallar o curiosear de cierta manera lo que va a comprar. En este punto nos alienta a mantener nuestra alternativa de tienda virtual, generando una buena inversión e innovación en la misma, sin dejar de lado la opción de la tienda física.

3. De la siguiente lista de accesorios e indumentaria, cuáles son los que más compra o compraría. Escoja varios si es su preferéncia.

Uniformes Dama o Caballero
Chaquetas rompevientos
Buzos Unisex
Cascos
Gafas
Guantes
Velocímetro
Soporte para Caramañola
Soporte de bicicleta para carro
Luces y Pito
Guarda barro
Chaleco



Para Velogroup la anterior grafica nos muestra que nuestra bici usuarios en lo que más invierten dinero al momento de comprar indumentaria y accesorios es en: cascos, seguido de guantes, gafas, chaquetas rompevientos, luces y pito. Lo que expresa que el bici usuario en lo que primero piensa es en su seguridad, luego en la comodidad. lo que nos puede llevar a realizar una nueva encuesta para saber que tanto están dispuestos a invertir en cascos, también nos muestra un panorama de los accesorios e indumentaria en la que más énfasis tenemos que hacer.

- 4. Si tuviera la opción de adquirir una póliza todo riesgo que lo cubra en caso de accidente de tránsito en su bicicleta, robo de su bicicleta, mantenimiento preventivo y correctivo, asistencia, y cambio de la bicicleta por una totalmente nueva y del mismo valor cada 2 años. por un valor de \$75.000 mensuales o \$650.000 anuales**

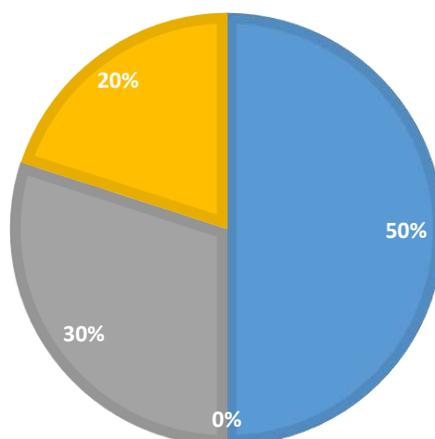
Adquiriría la póliza Anual

Adquiriría la póliza Mensual

Adquiriría la póliza si tuviera un costo menor al ofertado

No adquiriría la póliza

■ Poliza Anual ■ Poliza Mensual ■ Costo menor al ofertado ■ No Poliza



La grafica anterior nos muestra un plano positivo ya que el 80% de nuestros bici usuarios estarían dispuestos a adquirir nuestra póliza todo riesgo, sin embargo, Velogroup tendría que entrar a evaluar el precio, para que el mismo se ajuste al beneficio de nuestros clientes sin que sea una pérdida para la empresa.

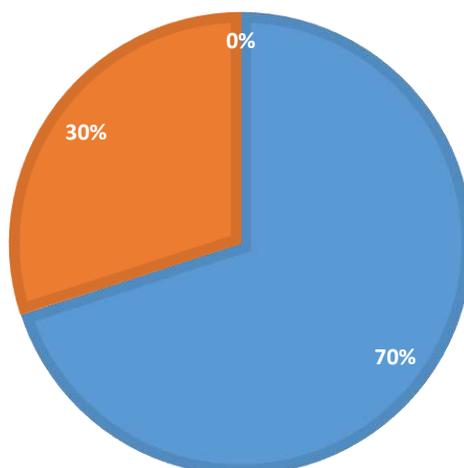
5. **Se siente cómodo(a) realizando pagos en línea a través de PSE, Tarjeta crédito, moneda virtual, bonos o link de pagos.**

Prefiero pagar en línea

Desconfió pagar en línea

No tengo experiencia pagando en línea, pero lo podría hacer

■ Pagar en línea ■ Desconfío pagar en línea ■ Sin Experiencia



El panorama de la gráfica nos muestra que en su mayoría los usuarios se sienten en confianza al realizar pagos en línea, del otro lado de la moneda nos muestra que debemos reforzar el tema ofreciendo ciertas alternativas, puede ser por convenio como baloto, Efecty entre otros, para que de esta manera las personas reacias a realizar pago en línea tengan otras opciones de pago.

LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

Colombia es un país de muchos emprendedores e innovadores, y esto ha quedado demostrado con lo que estamos viviendo actualmente en la pandemia, muchos microempresarios se reinventaron, innovaron, se adaptaron a la nueva realidad y volvieron nuevamente a sacar esa casta que caracteriza a los colombianos, sin embargo también es cierto, que así mismo muchos no logran llegar a la cima, y para nuestra opinión es porque muchos no tienen esa formación académica, como si la tienen en otros países en L.A, es por ello que para nosotros, este proyecto es fundamental para nuestra formación como profesionales en administración de empresas ya que al estructurar, al conocer el paso a paso, al sedimentar bien una idea de negocio, es mucho más probable que esta prospere, se mantenga en el mercado, crezca y genere muchos ingresos y empleos, y lo más

importante genere esa propuesta de valor necesaria para que haya armonía entre la sociedad y la empresa, crear desarrollo sostenible en el país, que es tan necesario, la herencia de las nuevas generaciones.

Adquirimos conocimientos basado en la identificación de problemas y necesidades de la sociedad, poniendo en practica cada una de la estructura de la investigación, como aprendizaje y discernimiento, es de aclarar que, con la investigación realizada, de nuestro producto logramos obtener un desarrollo de pensamiento innovador para así llevar acabo la implementación de cada conocimiento y poder brindar una satisfacción en la necesidad de la sociedad.

Para nosotros la única recomendación directa que queremos hacer, es que se valide la opción de que la materia sea un poco más teórico práctica, y no solo en papel.

Queremos de igual manera agradecer a los docentes implicados en el programa, por la paciencia y dedicación para con nosotros, y exaltar la excelente labor que día a día realizan.

LISTA DE REFERENCIAS

- ✓ Periódico El Tiempo (agosto 2020) por Redacción Bogotá
- ✓ Periódico El Espectador (agosto 2019) por Redacción Bogotá
- ✓ Periódico El Tiempo (agosto 2020) por periodista Ana Puentes
- ✓ Ley 1811 del 21 de octubre de 2016 por el Congreso de la República
- ✓ “RCN Radio (febrero 2018) Edición Central
- ✓ <https://www.rcnradio.com/bogota/ha-servido-la-ley-la-bicicleta-colombia#:~:text=En%20octubre%20de%202016%20entr%C3%B3,llegado%20al%20tra bajo%20en%20bicicleta>”
- ✓ “Bogotá te escucha por Javier Cortés
- ✓ <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/movilidad/uso-de-la-bicicleta-sigue-creciendo-en-la-ciudad>”
- ✓ <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-estados-unidos/contenido/resumen-del-acuerdo>
- ✓ <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/movilidad/cuantas-personas-se-mueven-en-bicicleta-en-bogota#:~:text=M%C3%A1s%20de%20835.000%20personas%20se%20mueven%20en%20bicicleta%20en%20Bogot%C3%A1,-CicloRuta%20de%20la&text=Estos%20datos%20sobre%20cu%C3%A1ntas%20personas,sobre%20los%20biciusuarios%20en%20Bogot%C3%A1>.
- ✓ Diario La República
<https://www.larepublica.co/empresas/se-venden-440000-bicicletas-al-ano-en-el-mercado-2531118>
- ✓ “Bogotá te escucha por Javier Cortés
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/movilidad/uso-de-la-bicicleta-sigue-creciendo-en-la-ciudad>”
- ✓ Referencias para análisis de los competidores
<https://mpcstore.co/indumentaria-para-ciclismo>

- ✓ <https://www.wgdistribucionderepuestos.com/search>
- ✓ <https://www.propartes.com/quienesSomos.php>
- ✓ <https://www.ciclopista.com.co/productos/>