

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA
AQUABIKE

Jairo Antonio Guzmán Neira

Roxana Angarita Hernández

Universidad Santo Tomas, Facultad de Administración de Empresas

Bogotá, Colombia

2023

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA
AQUABIKE**

Trabajo de grado para optar al título profesional en Administración de Empresas

Jairo Antonio Guzmán Neira

Roxana Angarita Hernández

Director de Proyecto:

Johanna Carolina Suárez Guzmán

Universidad San Tomas, Facultad de Administración de Empresas

Bogotá, Colombia

2023

Tabla de Contenido

1.2. Justificación	7
El presente plan de negocio está enfocado en la presentación de la Comercializadora Aquabike, como una compañía dedicada a la importación y distribución de bicicletas acuáticas, requeridas para practicar "aquabike".	7
1.6. Metodología	11
La metodología seleccionada para realizar este plan de negocios con efectividad es la Descriptiva. Esta metodología se va a dar a través del desarrollo de un análisis del mercado nacional y del sector económico, buscando entender sus características y propiedades.	11
A través de entrevistas a los representantes de complejos acuáticos y clubes se busca obtener información cuantitativa llegando así a determinar cuáles serían nuestros posibles clientes, cuáles son sus motivaciones, cuáles son preferencias, entre otras características propias del mercado, información que permite diseñar una estrategia de ventas y distribución que permita abordar importantes nichos de mercado.....	11
2.3. Características y comportamiento del sector económico.	12
3.1.1. Especificaciones del producto	20
3.1.2. Manual de ensamblaje de aquabike	21
3.1.3. Ensamblaje	22
3.1.4. Recomendaciones de uso	23
4.1. La investigación mixta metodología	26
4.3.3. Segmentación psicográfica	33
4.3.4. Segmentación socioeconómica	33
4.4. Tamaño de mercado	34
4.4.1. Club Campestre	35
4.4.2. Complejos acuáticos	37
5.2. Estrategias de promoción	45
6.2. Distribución de la planta	50
• Acta de Constitución	58
○ Cámara de Comercio de Bogotá	58
○ RUT.....	58
• Documentos legales para la Importación de las Bicicletas Acuáticas.....	59
○ Ubicación de la subpartida arancelaria	59

• Registro como importadora	59
• Identificación del producto	59
• Tramite ante ministerio de comercio, industria y turismo	60
• Proceso De Nacionalización	60
• Documentos requeridos para el retiro de la mercancía	60
12.1 Inversión en Activos fijos	64
12.2 Presupuesto	66
12.3 Regresión	70
12.4 Flujo Anual y Mensual	72
Conclusiones	77
Bibliografía	78

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Modelo Vélo Aquabike Professionnel	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 2. Pedales de la aquabike profesional.	18
Ilustración 3. Base de la aquabike profesional.	19
Ilustración 4. Especificaciones de la aquabike.	20
Ilustración 5. Partes de la aquabike	22
Ilustración 6. clubs de la ciudad de Bogotá D.C, Colombia	36
Ilustración 7. localización de los clubs en Google maps	39
Ilustración 8. Diagrama de flujos de Proceso de compra a proveedores y venta a clientes.	49

Ilustración 9. Proceso de nacionalización, recuperado de: Castillo Claros, Delgado Martínez, & Gallego Guerrero, 2020.....	61
Ilustración 10. Estudio de las motivaciones del comportamiento. Recuperado de: (Fernández Nogales, 2004, pág. 48).....	27

Lista de Tablas

Tabla 1. Recuperado de: DANE, Cuentas nacionales.....	13
Tabla 2. Recuperado de: DANE, Cuentas nacionales.....	14
Tabla 3. Recuperado de: DANE – IPOC (Indicador de Producción de Obras Civiles).....	15
Tabla 4. Recuperado de: DANE-EPS	16
Tabla 5. Ponderado de numero de piscina de los clubs.....	36
Tabla 6. Equipos y Maquinaria de Comercializadora Aquabike ... Error! Bookmark not defined.	
Tabla 8. Plano de distribución del primer piso zona de servicio al cliente (recepción y módulos de atención) y la zona de almacenaje.	50

Tabla 9. Plano de distribución del segundo piso se encontrará los cuatro departamentos (general, administrativa, comercial y de producción.....**Error! Bookmark not defined.**

1. Resumen ejecutivo

1.1.Titulo

Plan de negocios para la creación de la Comercializadora Aquabike

1.2. Justificación

El presente plan de negocio está enfocado en la presentación de la Comercializadora Aquabike, como una compañía dedicada a la importación y distribución de bicicletas acuáticas, requeridas para practicar "aquabike".

El aquabike en Colombia es una actividad poco conocida, pero con un gran potencial, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, para el 2020 se recaudó un total de 2.590 billones de pesos entre artículos deportivos y servicios relacionados con el (Becerra E, 2022). Es por ello que la Comercializadora Aquabike pretende penetrar el campo de los artículos deportivos con el fin de innovar en el campo del deporte y la fisioterapia, permitiendo así crear nuevos empleos.

Ahora bien, el aquabike, también llamado aquaspinning o aquacycling, consiste en realizar diversos ejercicios de pedaleo sobre una bicicleta estática sumergida en agua (tanto de agua dulce como agua salada). Esta actividad fue creada en los años 90 por fisioterapeutas italianos para ayudar a los pacientes a reducir el estrés articular y desarrollar músculos. Por lo que esta actividad atañe a casi todos los rangos de edad e incluso es apta para mujeres embarazadas, personas de edad avanzada y personas con discapacidad o en convalecencia. Dado lo anterior, el aquabiking se ha ido afirmando gradualmente como una disciplina deportiva por derecho propio y se ha extendido a un gran número de centros acuáticos.

El potencial de incursión en el mercado de Bogotá, Colombia radica en que algunos de los compradores potenciales como los clubs campestres de Colombia o los complejos acuáticos, se encuentran ubicados en esta ciudad. Al ser un producto innovador, este tiene la ventaja de no tener un producto similar en el mercado

colombiano. por lo cual podría captar con mayor facilidad la atención de los posibles compradores.

Desde un punto de vista laboral, la empresa será una fuente generadora de trabajo para los bogotanos. Se espera que la compañía importe las bicicletas acuáticas, con el fin de venderlas en Bogotá, D.C para que el aquabike traiga una nueva era, combinando los beneficios de los ejercicios acuáticos con la práctica del ciclismo.

1.3.Problema

Actualmente, la salud de las personas es un tema que ha tomado gran relevancia, más aún cuando se están dando no solo enfermedades físicas, sino mentales. Dado esto, los clubes y complejos acuáticos han buscado cambiar su enfoque, y que no sean solo visto de una forma recreativa, sino como una oportunidad de que las personas se permitan enfocarse en su salud y en su mejora.

Es por lo anterior que la idea de negocio busca resolver dos problemas actuales en el mercado, el primero es que los complejos acuáticos se han convertido en sitios muy monótonos en donde las personas no lo ven como una forma de pasar un día agradable junto con su familia, ya que las herramientas y materias primas que utilizan los centros acuáticos son muy antiguos y en la actualidad las personas buscan es algo diferente. Por lo anterior que a la hora de que estos complejos acuáticos quieran una nueva herramienta llevara a que las personas busquen ir a esos lugares para probar esa innovación.

El segundo problema radica en la salud de las personas, ya que relacionado con el problema anteriormente descrito las personas nos están motivando para poder mejorar su salud a través de la actividad física esto se da porque las herramientas o las actividades físicas se han vuelto muy monótonas. Dado lo anterior la innovación de este producto en

donde se pueden unir dos deportes uno de los más preferidos entre la sociedad qué es el ciclismo y la natación, llevando a tener un beneficio tanto para el cliente final (los usuarios de los complejos acuáticos y clubes) como para los mismos centros, incentivando una cultura de cuidado.

Sin embargo, para este cambio y nuevo enfoque los clubes y complejos acuáticos necesitan aliados que permitan brindar las herramientas o materias primas para ofrecer el servicio. Pero, en Colombia no existe una empresa que sirva como ese proveedor que se necesita para satisfacer tal necesidad del cliente final. Por eso, *¿Qué empresa en Colombia puede comercializar productos que permitan a los clubes y complejos acuáticos ofrecer actividades para mejorar su salud?*

1.4.Objetivos

1.4.1. General

Determinar la viabilidad para la creación de la Comercializadora Aquabike en Colombia.

1.4.2. Específicos

- Realizar una revisión de la normatividad vigente para la importación de las bicicletas acuáticas.
- Elaborar un estudio de mercado, con el objeto de establecer las características del producto, la competencia y la posible demanda.
- Elaborar un estudio financiero, para la proyección y planeación de las ventas en cinco años.

1.5.Presentación preliminar del producto

Se pretende ofrecer al mercado bicicletas estáticas las cuáles pueden ser sumergidas en piscinas, llevando a realizar nuevo deporte llamado aquaspinning. A través de la importación y distribución de este producto se pretende impactar los principales mercados en la ciudad de Bogotá e llegar a clientes potenciales complejos acuáticos y los clubes

Es un producto innovador en el mercado dado que va a ser la primera bicicleta en comercializada en el mercado nacional con estas características diferenciales. Gracias a lo anterior llevara a que los clientes tanto directos como indirectos quieran ser parte de la practica de este nuevo deporte bajo esta herramienta. Impactando a quiénes tienen preferencias por cuidar su salud o por salir de la cotidianidad y hacer buen uso de todo lo que los complejos acuáticos ofrecen a sus beneficiarios.

La bicicleta aquabike profesional es un equipo ideal para realizar aquaspinning, esta actividad contribuye a:

- Aumentar el gasto calórico, porque se mueven absolutamente todos los músculos del cuerpo, ayudando así a bajar el porcentaje de grasa corporal.
- Reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares.
- Baja las pulsaciones en reposo.
- Estimula la circulación sanguínea, fortalece, tonifica y coordina los músculos.



Ilustración 1. Modelo Vélo Aquabike Professionnel

1.6. Metodología

La metodología seleccionada para realizar este plan de negocios con efectividad es la Descriptiva. Esta metodología se va a dar a través del desarrollo de un análisis del mercado nacional y del sector económico, buscando entender sus características y propiedades.

A través de entrevistas a los representantes de complejos acuáticos y clubes se busca obtener información cuantitativa llegando así a determinar cuáles serían nuestros posibles clientes, cuáles son sus motivaciones, cuáles son preferencias, entre otras características propias del mercado, información que permite diseñar una estrategia de ventas y distribución que permita abordar importantes nichos de mercado.

2. Planeación estratégica

2.1.Misión

Satisfacer las necesidades de los clientes a través de la calidad de nuestro producto, contando con colaboradores altamente calificados y brindando un excelente servicio pos venta.

2.2.Visión

Lograr posicionarnos en Colombia para el 2027 como empresa líder en comercialización de bicicletas acuáticas, buscando un alto reconocimiento en brindar soluciones integrales a cada uno de los clientes.

2.3.Características y comportamiento del sector económico.

La compañía la Comercializadora Aquabike se dedica a la importación y venta de artículos deportivos, este sector económico según el director del Dane, Juan Daniel Oviedo es “muy importante en la actividad económica del país” (Becerra Elejalde, 2022) pues el informe oficial del Dane llamado Diseño Cuenta Satélite del Deporte (CSD) y estadísticas asociadas, demostró que este sector venían aportando en los últimos años “en promedio 0,25 puntos porcentuales de la producción a precios básicos en la economía por cerca de \$4 billones” (Becerra Elejalde, 2022).

Sin embargo, el informe también demostró que el sector sufrió un fuerte impacto, producto de las medidas de bioseguridad y el confinamiento a causa del COVID-19. El efecto de esta pandemia en el sector es crítico, ya que en 2020 se recaudaron 1.390 miles de millones de pesos menos que en 2019 (*Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2022*).

Producción a precios básicos
Productos asociados directamente al deporte
Valores a precios corrientes
2014 – 2020 provisional
Miles de millones de pesos
Base 2015

Código CN	Producto	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ^p
290302	Calzado deportivo	902	1.050	1.079	1.132	897	797	192
380400	Artículos de deporte	314	316	260	262	242	226	190
960501	Servicios de promoción, organización y funcionamiento de instalaciones para la recreación, deportes y eventos deportivos, servicios de atletas y servicios de apoyo relacionados con el deporte y la recreación, de mercado	1.226	1.421	1.673	1.698	1.728	1.792	1.415
960502	Servicios de promoción, organización y funcionamiento de instalaciones para la recreación, deportes y eventos deportivos, servicios de atletas y servicios de apoyo relacionados con el deporte y la recreación, de no mercado	597	702	693	838	939	1.165	793
	Total	3.039	3.489	3.705	3.930	3.806	3.980	2.590

Tabla 1. Recuperado de: DANE, Cuentas nacionales.

La participación porcentual producción productos asociados al deporte, en la fabricación nacional también disminuyó 6 puntos para el 2020 (*Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2022*), lo que permite concluir que el sector de artículos deportivos se encuentra en recesión. No obstante, son varios los sectores que continúan sufriendo los efectos económicos del COVID-19, por ello ingresar en este sector económico no presenta mayor riesgo que en otro, pues son más los sectores que se vieron afectados por el COVID-19, que los que se han visto favorecidos.

Participación porcentual producción productos asociados al deporte, en la producción nacional
2014 – 2020 provisional
Base 2015

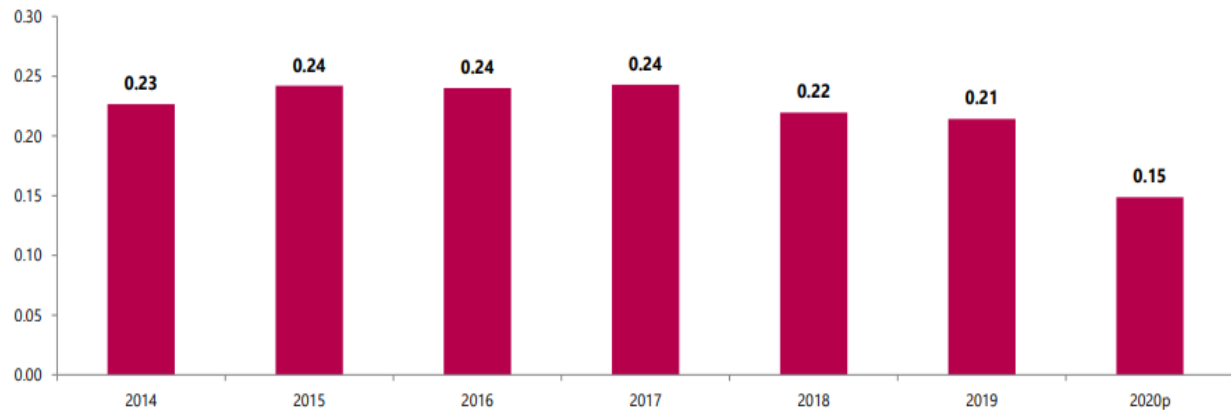


Tabla 2. Recuperado de: DANE, Cuentas nacionales

Sin embargo, los planes de reactivación económica de este sector se encuentran en marcha, prueba de ello es el aumento de las construcciones deportivas al aire libre. La reactivación de este campo es prometedora pues la variación anual de las construcciones deportivas paso de -13.4 a inicios de 2019 a 26.2 a inicios del 2022 (*Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2022*). Lo que lleva a pensar que el sector económico de los deportes retomara rápidamente su crecimiento usual.

Índice y variación ANUAL para las construcciones deportivas al aire libre (subclase 53270)

Total nacional – PRECIOS CORRIENTES

2018 (I trimestre) – 2022^{pr} (I trimestre)

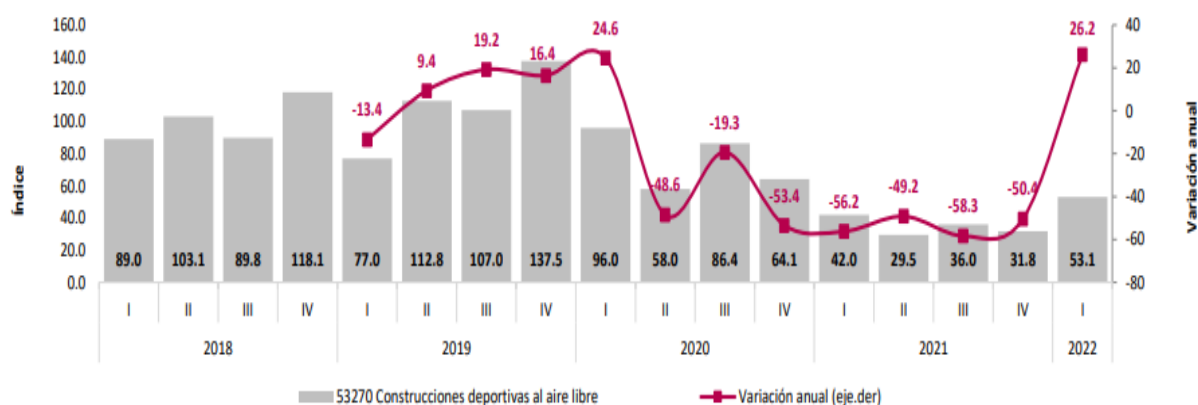


Tabla 3. Recuperado de: DANE – IPOC (Indicador de Producción de Obras Civiles).

Respecto a los usuarios de equipos deportivos los datos son alentadores, pues Bogotá es la segunda ciudad con más personas interesadas en realizar deportes, según el Dane (2022) el 40.9% de la población en Bogotá realizó una actividad física con el fin de sentirse mejor, superada solo por Armenia donde el 43.4% dijo haber realizado deporte.

No obstante, Bogotá sigue siendo un mejor nicho de mercado para la compañía la Comercializadora Aquabike, pues si bien en Armenia un mayor porcentaje de personas está interesada en el deporte, este dato se basa en la población de Armenia la cual es pequeña comparada con Bogotá, pues Armenia tiene 272 574 habitantes, (Alcaldía de Armenia, 2022) en contra posición con Bogotá que cuenta con 7.834.167 de habitantes (Bogotá cómo vamos, 2021). En otras palabras, Bogotá sigue siendo la ciudad con más personas interesadas en realizar deportes en Colombia.

Durante los últimos 7 días, ha realizado actividades físicas para sentirse mejor?
Según sexo
Trimestre febrero, marzo y abril 2022

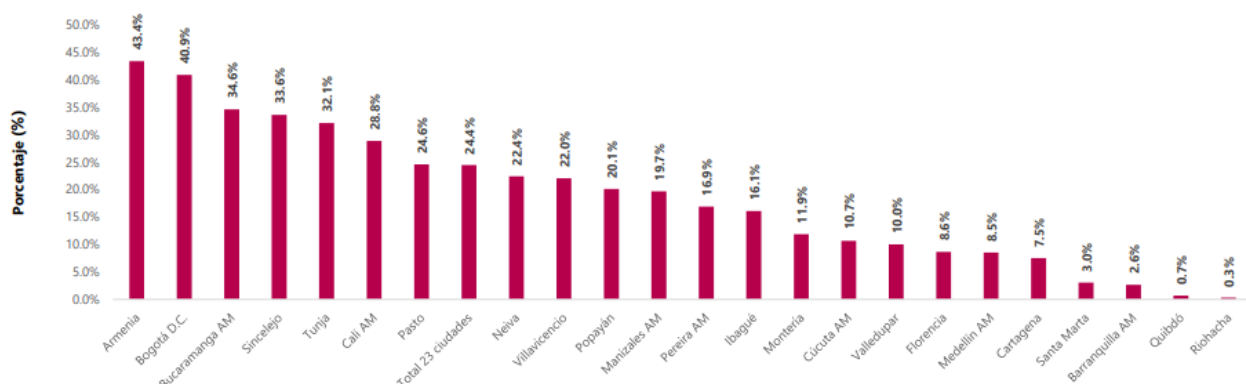


Tabla 4. Recuperado de: DANE-EPS

2.4.Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales

2.4.1. Objetivos estratégicos

- Posicionarnos como la empresa líder en comercialización de bicicletas acuáticas
- Desarrollar proyectos que impulsen a la utilización de bicicletas acuáticas como forma de mantener salud física y mental
- Mejorar de manera continua la calidad de nuestro producto

2.4.2. Objetivos tácticos

- Desarrollar marketing estratégico para poder abarcar el 10% del mercado para el 2026
- Crear estrategias de venta que permitan incrementar el nivel de ventas en un 30% para año 2025

- Entablar una excelente relación comercial con cada uno de nuestros clientes para crear una recordación de marca y un voz a voz positivo

2.4.3. Objetivos operativos

- Hacer una ejecución presupuestal semana a semana con el fin de tener control total de las operaciones
- Desarrollar alianzas con marcas del mismo sector que también comercialicen productos para generar mayor operación

2.5.Filosofía del negocio

Estamos comprometidos con comercializar un producto con altos estándares de calidad y adicional contar con personal con conocimientos y habilidades que lleven a que trabajen con empatía y amor. Declaramos que vamos a trabajar en función de hacer las cosas con responsabilidad, amor y confianza.

2.6.Know How

Con el conocimiento obtenido en el desarrollo de la carrera profesional por parte de los emprendedores del proyecto Aqua Bike y el aporte de sus formadores se consolidará un proyecto con calidad y viabilidad en el mercado.

3. Concepto del producto o servicio

3.1. Presentación detallada de las especificaciones del producto

Esta bicicleta acuática está diseñada para ajustarse al usuario por ello cuenta con sillines los cuales pueden subirse o bajarse para concordar con la altura del usuario, asimismo la base de las aquabike es movable, para adaptarse a la profundidad de la piscina. También cuenta con manubrio y pedales acolchados, los cuales están diseñados para brindar agarre, seguridad y comodidad a los deportistas.



Ilustración 2. Pedales de la aquabike profesional.

Esta bicicleta puede ser adquirida tanto para una piscina privada, como para todo tipo de centro acuático, de fitness, balnearios, instalaciones de rehabilitación, hoteles, etc. Gracias a este equipo los usuarios podrán aumentar su

fuerza y ejecutar un ejercicio cardiovascular, perfecto para su salud o recuperación muscular.

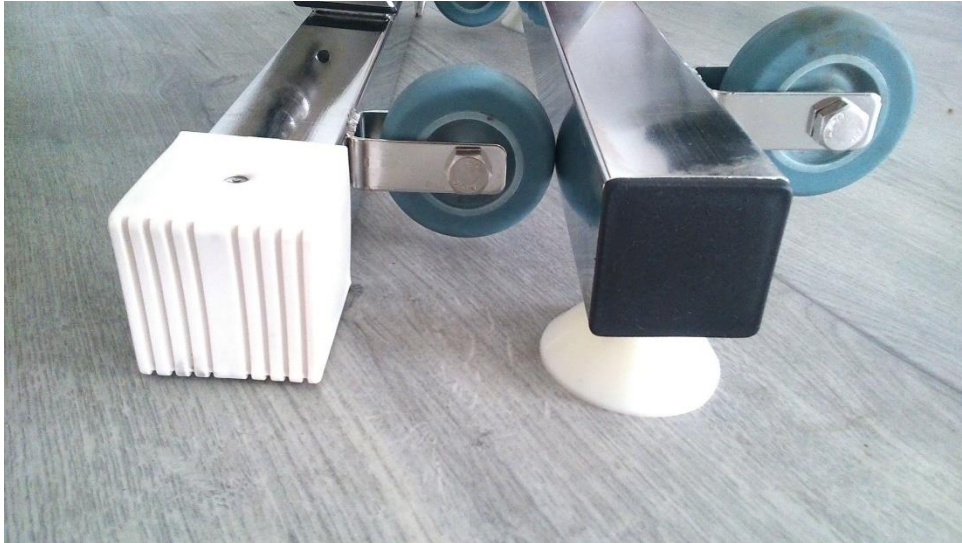


Ilustración 3. Base de la aquabike profesional.

El bajo mantenimiento de la Aquabike se debe a que es fabricada en acero inoxidable AISI 316L, de grado marino, con acabado electropulido (mirror look). Diseñado para todos los revestimientos de piscinas (liner, azulejos, cascots, etc.). Compatible con diferentes tratamientos de agua (agua salada, agua clorada). Accesibilidad óptima para todas las personas (sin barra para pasar). Se puede utilizar para profundidades de piscina de 1,00 m a 1,70 m. Se puede utilizar en piscinas con fondo inclinado, su sistema de deslizamiento permite que la bicicleta pueda moverse en todo tipo de espacios con facilidad.

3.1.1. Especificaciones del producto

El producto que se va a importar y comercializar tiene las siguientes especificaciones técnicas y físicas:

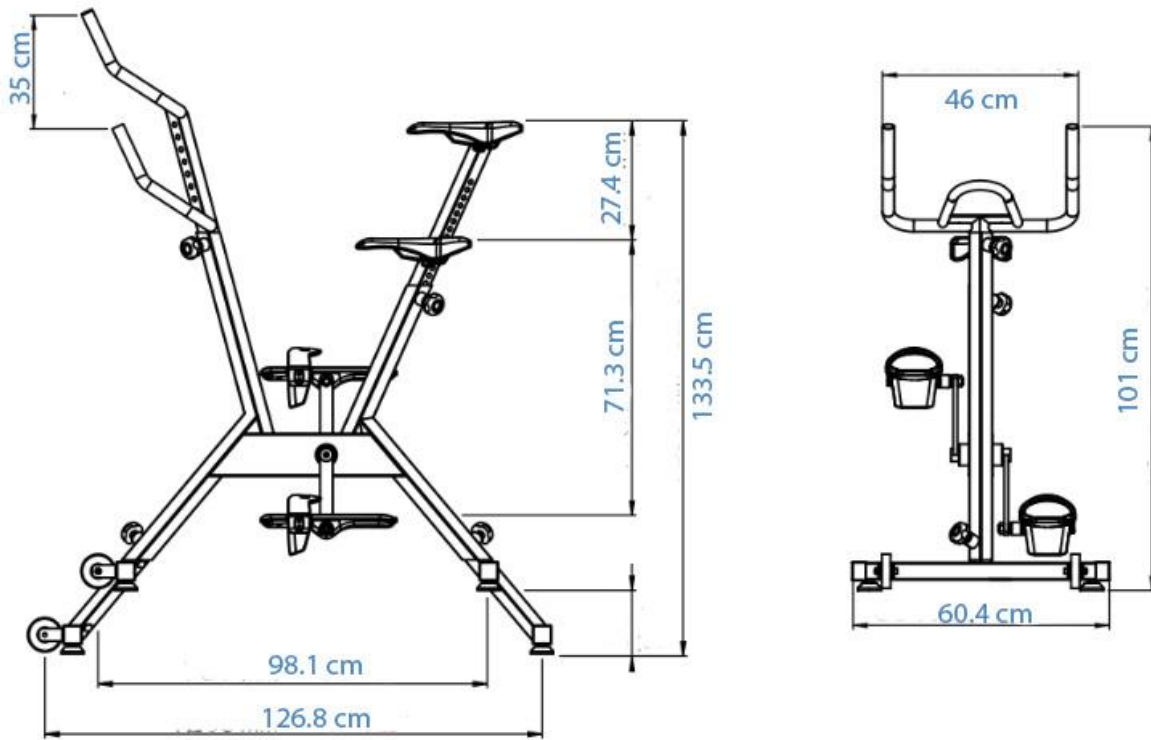


Ilustración 4. Especificaciones de la aquabike.

Cuenta con características diferenciales a las bicicletas convencionales y es por ello que se dice que es un producto innovador en el mercado, una de las características más importantes es que son sumergibles en agua llevando a que la unión de los dos deportes del ciclismo y la natación se conviertan en una realidad. Adicional a esto va controlando a través de un tablero digital las calorías que las personas van quemando a través de la rutina de ejercicio, sin tener algún

inconveniente por el hecho de estar sumergido en el agua. La idea es que se conviertan el nuevo deporte en el cual se puede realizar diferentes ejercicios que traigan beneficios personas que deciden practicar tanto para su salud mental como su salud física.

Entendemos que en el mercado actual existen diferentes productos que pueden ser sustitutivos como lo son las bicicletas estáticas convencionales, sin embargo, se pretende mostrar al mercado nuevas herramientas y nuevos deportes importando de otros países ideas, para que se puedan traer a nuestro país y con eso estar a la vanguardia de las mismas. Adicional, no solo se quiere ofrecer un producto sino toda una experiencia completa, que vaya desde la capacitación de embalaje de la herramienta, hasta una guía de los diferentes deportes que se pueden practicar y sus impactos positivos en la salud de quien decida ser parte de esta nueva cultura del aquabike.

3.1.2. Manual de ensamblaje de aquabike

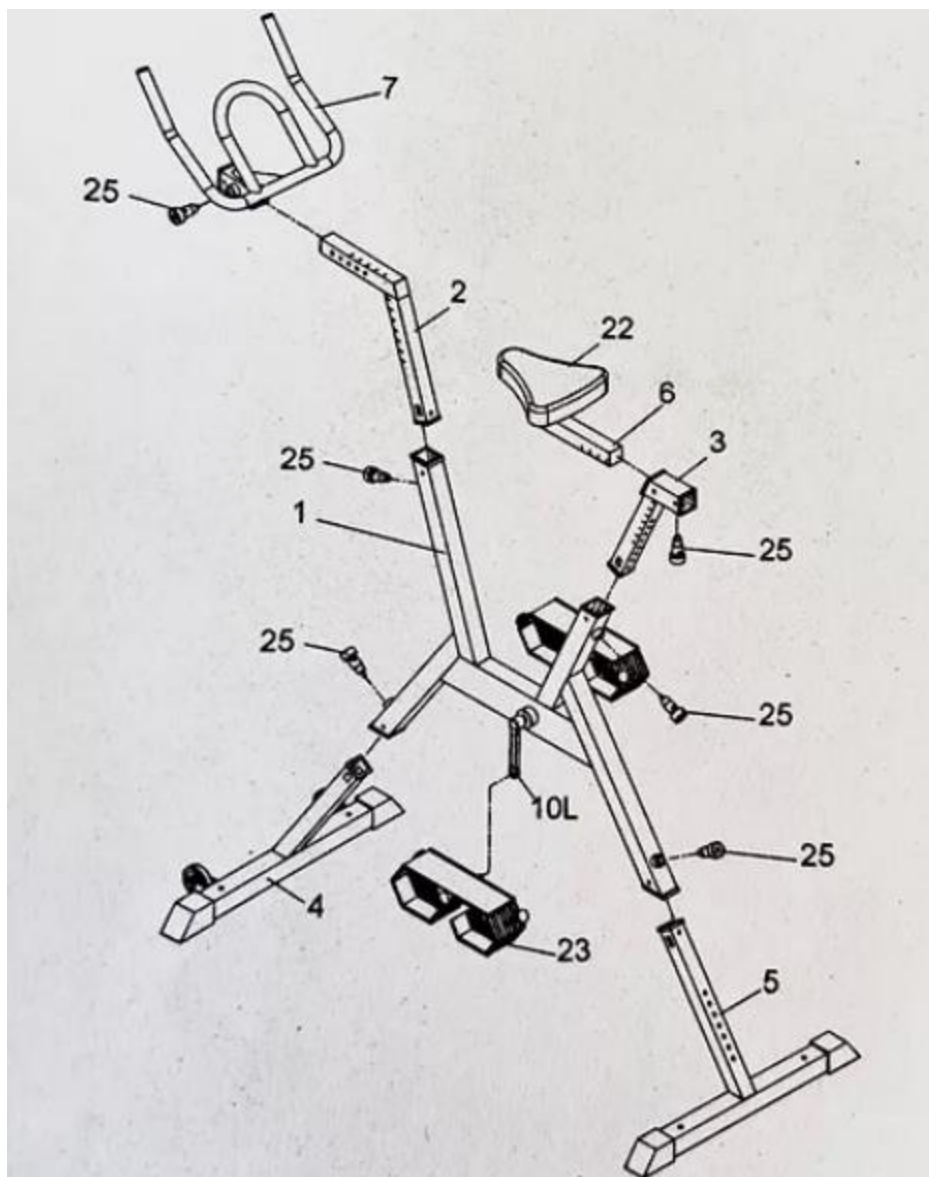


Ilustración 5. Partes de la aquabike.

3.1.3. Ensamblaje

- Deslice las patas delanteras (4) y traseras (5) dentro del marco (1), atornillar los sistemas de cierre rápido (25) y apretarlos para fijar estos elementos juntos.
- Fije el soporte del manillar telescópico (2) y luego el soporte sillín telescópico (3) en el marco (1). A los sistemas cierre rápido (25) y apriételos.

- Posicionar el manillar (7) sobre su soporte (2). De la misma manera, coloque el sillín sobre su soporte (3) y bloquee el montaje mediante sistemas de liberación rápida (25).

3.1.4. Recomendaciones de uso

Saque la bicicleta del agua después de cada uso. Límpiela bien con un paño suave. Límpiela regularmente con un detergente suave y no abrasivo.

3.2. Imagen, marca, logo y slogan del producto

3.2.1. Imagen y marca

Para efectos de marketing y publicidad la empresa se denominará con el nombre de “Comercializadora Aquabike”. El nombre de la compañía surge de la reconfiguración de los deportes acuáticos en Colombia, con el fin de introducir el concepto del aquabike al país.

3.2.2. Logo



Ilustración 6. Logo.

El logotipo de la firma está compuesto por un azul propio de las piscinas, asimismo cuenta con varias figuras geométricas que representan: El círculo la constancia y el compromiso de la comercializadora, el triángulo como pilar de la disciplina de aquaspinning y las líneas de fondo hace alusión a la estabilidad.

3.2.3. Slogan

¡Aliados en tu bienestar!

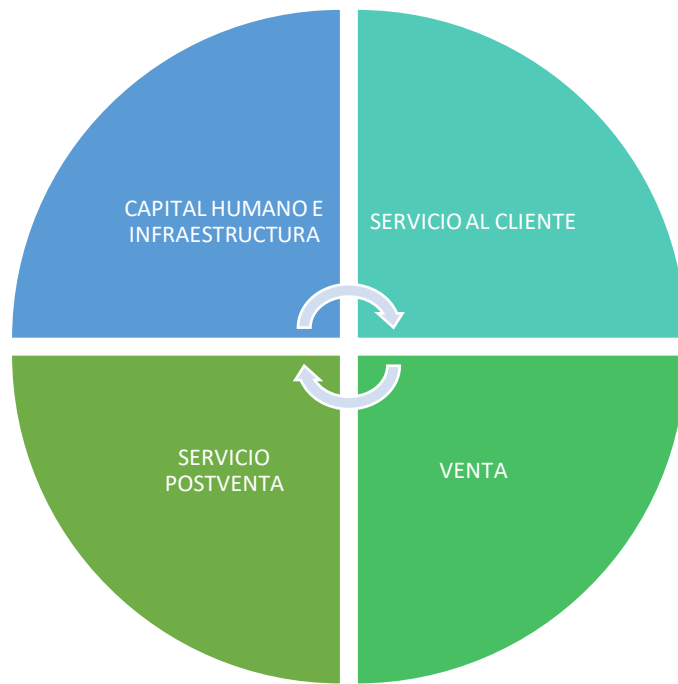
El slogan del proyecto se enfoca en especificar que queremos ser aliados en mejorar la salud y bienestar de las personas, buscando proveer de manera efectiva y eficiente a aquellos centros acuáticos y clubes que lo necesitan, estando a la vanguardia de las necesidades de los clientes finales.

3.3. Resumen del modelo de negocio

Nuestro valor agregado está enfocado en dos conceptos fundamentales, el primero es la calidad, proveyendo productos de que llenen las expectativas de los clientes. Y, el segundo concepto es el trabajo en equipo buscando crear un equipo humano optimo, que llegue a impactar a la sociedad.

Grafica 1

Modelo de negocio



Nota. El grafico representa el modelo circular de nuestro negocio, enfocado en cuatro etapas. Tomado de: Elaboración propia

4. Estudio de mercado

Los estudios de mercado han pasado de ser herramientas opcionales, para convertirse en una necesidad de cualquier organización, pues permite “reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” *Kotler, Bloom & Hayes (como se citó Alderete Barrera & Rodríguez García, 2016, pág. 184).*

Es por ello que el presente estudio de mercado pretende establecer las características del producto, la competencia y la posible demanda. Con el fin de identificar la viabilidad de la creación de la Comercializadora Aquabike en Colombia.

4.1. La investigación mixta metodología

Los consumidores en la actualidad experimentan un proceso de aprendizaje de su entorno, que los lleva a aumentar sus exigencias sobre los productos que desean adquirir. Esto ha llevado a los publicistas a tener un enfoque más específico, pues las redes sociales permiten realizar diversas campañas publicitarias, con el fin de que cada una de ella se ajuste para ser consumida por un grupo de personas con determinada edad y gustos. Esta especificidad en las campañas publicitarias permite que más personas quieran adquirir el producto, pues se sienten más identificados con la marca.

Para llegar a conocer de forma tan concreta los gustos e intereses de los potenciales compradores de las bicicletas acuáticas, es necesario realizar una investigación de mercado de tipo mixta pues esta metodología se “fundamenta en la creación de un ambiente de análisis del individuo que favorece la eliminación de barreras

y limitaciones personales y permite detectar las motivaciones de su comportamiento”

(Fernández Nogales, 2004, pág. 47)

Los métodos mixtos según (Hernández Sampieri, 2000, pág. 533) representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

En el marketing la investigación cualitativa, se fundamente en la necesidad de entender la relación que establece el consumidor con los productos a comercializar y las motivaciones más personales de su comportamiento. Estas motivaciones según Fernández Noga (2004) son de dos tipos consientes e inconscientes.



Ilustración 6. Estudio de las motivaciones del comportamiento. Recuperado de: (Fernández Nogales, 2004, pág. 48)

Al ser las bicicletas acuáticas un producto novedoso en el mercado colombiano es necesario aprender de forma más profunda las expectativas de los consumidores, por ello la metodología mixta, permitirá que el estudio de mercado penetre más allá de la capa superficial de los potenciales clientes, lo que permitirá crear una estrategia de marketing y publicidad apropiada. Sin dejar de lado los datos numéricos que nos indican la capacidad monetaria del consumidor, su interés por nuevas modalidades de ejercicio, la ubicación idónea de los centros de entrenamiento, entre otros cuestionamientos de carácter más específico.

4.2. Entrevista

- **Percepción del valor de la aquabike por parte de funcionarios de alto rango de complejos acuáticos.**

Se entrevistó a 4 funcionarios(as) de alto rango de algunos complejos acuáticos en la Ciudad de Bogotá, para conocer su percepción sobre la incursión de los aquabikes en el mercado colombiano y particularmente en sus empresas. En donde todos le dieron una valoración positiva al producto en función de su importancia para la salud, la complementación al entrenamiento deportivo y el esparcimiento. Aunque para salud se mencionan que puede servir para la rehabilitación y para el adelgazamiento gracias a su combinación de actividad cardiovascular y de fortaleza que se trabaja con más potencia en el agua por su calidad concéntrica y por ende de doble resistencia.

Sin embargo, también consideran que si bien, la bicicleta acuática puede servir para combatir problemas específicos de salud existen otras prácticas deportivas con las que ya cuentan en sus complejos que igualmente pueden servir para tratarlos con entrenamiento personalizado y previo a una prescripción médica.

Dentro de estas actividades complementarias se mencionan la natación, el tenis, el spinning, el squad y aeróbicos, de las cuáles, sólo la natación sería la que se practica al interior del agua. Tenemos que el ejercicio en bicicleta es uno de los más recomendados porque tenemos dos esfuerzos importantes, uno que es cardiovascular y el otro es físico, fortaleza. (G. Pardo, comunicación personal, febrero de 2023).

- **Lo que más gusta del producto**

Se puede trabajar una actividad cíclica que no es la natación dentro del medio acuático, y además sirve para la rehabilitación personal de cualquier deportista, ese podría ser un producto nuevo para nosotros, eso es lo que más me gusta. (J. Gregory, comunicación personal, febrero de 2023).

Asimismo, consideran que el producto y los colores de la marca “aquabike” son atractivos. Además de que no sería necesario tomar cursos adicionales para usarla, ya que al estar en el agua el usuario no se caería, podría controlar mejor el equilibrio que en una bicicleta fuera del agua. Esto es como la bicicleta y como está debajo del agua no te caes, tienes como más equilibrio. (J. Gregory, comunicación personal, febrero de 2023).

- **Limitaciones a la hora de adquirir una bicicleta acuática.**

Si bien, todos los entrevistados reconocen los beneficios de la aquabike tanto para la salud, como complemento al entrenamiento deportivo y como esparcimiento. Existen algunas razones que pondrían en consideración para adquirir o no, una bicicleta acuática. Otras actividades solucionan los problemas de salud para el caso de los beneficios de salud, rehabilitación, prevención y combate a enfermedades cardiovasculares están el hecho de que ya existen otras actividades que suplen esta

necesidad. Dentro de las actividades no acuáticas están el spinning, los aeróbicos, el tenis y el squad.

Dentro de las actividades acuáticas la más demandada es la natación para piscinas semiolímpicas y con turbina para piscinas más pequeñas; así como otras actividades con implementos como tabla, pala, conos y churros que podrían incluso combinarse y ajustarse para realizar pedaleos al interior del agua. Del mismo modo, algunos clubes cuentan con programas de revitalización e hidroterapia con otros implementos.

Dentro de lo que se ofrece en el plan de bienestar de Colsubsidio, hay una línea que se dedica a la actividad física con prescripción del ejercicio, pero eso se trata con entrenamiento personal, no tenemos por qué, por el factor de riesgo. Entonces, si viene una persona con una cardiopatía o detectamos un riesgo alto, lo que hacemos es que la valoración del médico deportólogo, se prescribe el riesgo y con los técnicos de actividad física a través de las clases personalizadas que las tenemos en varios deportes y en el gimnasio, ósea, tú puedes tener una clase personalizada con un entrenador en el gimnasio, con un entrenador personal de natación, de tenis, de squad (*G. Pardo, comunicación personal, febrero de 2023*).

Seguramente para las personas es más fácil trabajar con materiales de flotación, tablas, churros, sabes, los conos, las palas, porque que a la final puedes trabajar muy bien. Tú con una tabla sabes, puedes patear, puedes hacer la bicicleta con un churro y una tabla aquí, entonces vas agarrado y vas haciendo bicicleta y es un tema económico, nada más. (*J. Gregory, comunicación personal, febrero de 2023*).

Infraestructura inadecuada de la piscina otras de las limitantes para la adquisición de una bicicleta acuática es el temor a que pueda causar deterioro y daños sobre la

infraestructura de la piscina en especial para las que no cuenten con acabados en cerámica. Personalmente le diría que sí lo podríamos hacer, pero las limitaciones que tenemos propiamente del cubo, no es posible, porque la construcción de la piscina es la construcción de una membrana que cualquier elemento puede deteriorarla y puede generar un daño irreparable de la piscina. Entonces, no podría decirle si pudiera hacerlo o no hacerlo. Si tuviera un tipo de piscina recubierta en cerámica, seguramente diría que sí. (*G. Pardo, comunicación personal, febrero de 2023*).

Reconocimiento de la marca si bien, los entrevistados manifiestan que sí comprarían y recomendarían el producto, sugieren que es importante que la marca gane mayor reconocimiento a nivel internacional para recomendarlo con más confianza. Sí lo recomendaría, pero al ser un elemento de marca no reconocida es difícil, ya que es importante el respaldo, certificaciones de calidad internacionales y calificaciones ergonómicas. (*M. Barrera, comunicación personal, febrero de 2023*)

- **Precio y competencia de importaciones desde USA**

En cuanto a precios, se menciona que podría ser accesibles sólo para uso en complejos acuáticos más que de uso personal, ya que una persona que adquiere implementos deportivos para uso personal, en promedio no paga más de un millón quinientos por lo que sería una bicicleta de spinning, y que ésta al ser acuática se tendría a comparar en precios a lo que costaría una bicicleta spinning. Sin embargo, para los complejos acuáticos no tendrían problema en pagar entre 5 a 8 millones en promedio por una bicicleta acuática también dependiendo del material, porque consideran que es un complemento atractivo más para sus usuarios. No sé cómo decirle, porque nunca he pensado. Pero una bicicleta normal para spinning cuesta

unos dos mil dólares aproximadamente. 2.500 dólares. Podría estar en ese orden también. Dependiendo de la forma constructiva, material y eso, porque de eso va a depender la vida útil de la bicicleta... Pero normalmente lo que se suele gastar una persona en una elíptica para su casa es como un millón y medio, dos millones de pesos, más de eso empiezan a... sabes, en un gimnasio, en una instalación con piscina, yo creo que sobre los 5 millones por unidad es bastante factible, 8 ya empieza a ser un poquito elevado, y más de 10 si no creo que lo compren. Pero entre 5, 7 y medio, yo creo que es factible. Creo que es un buen precio y se puede adquirir la bicicleta tranquilamente. Habría que ver lo que cuesta la bicicleta traída de Estados Unidos. (*J. Gregory, comunicación personal, febrero de 2023*).

Así mismo, la competencia con la importación de Estados Unidos y la falta de exclusividad o asociación con los importadores, puede ser un factor decisivo a la hora de establecer un precio adecuado al mercado. Ya que, aunque los interlocutores mencionan no haber visto antes una bicicleta acuática en Colombia, a algunos sí se los han ofrecido quienes son expertos en importaciones, para lo cual, se hace necesario establecer alianzas con proveedores de artículos de gimnasio, complejos locales e importadores para adquirir exclusividad en el país que podría adquirirse con compra de bastantes unidades de la bicicleta. En Colombia hay proveedores que son expertos en importación. Cuando yo trabajaba para el IRD para los juegos nacionales, muchos deportistas pedían material para ir a competir, pero aquí en Colombia no se tiene la representación de esas marcas. Entonces, cualquier proveedor que es especialista en importación, te lo trae, porque no hay representante. Entonces, en USA hay unas bicicletas acuáticas y varias compañías, tú se las pides y te las traen,

porque a mí me las han ofrecido. Pero no es como tú lo traes. (J. Gregory, *comunicación personal, febrero de 2023*).

4.3. Análisis de la demanda

4.3.1. Segmentación empresarial

La venta de bicicletas acuáticas profesionales está enfocada en un primer momento en la ciudad de Bogotá, debido a que como se expuso con anterioridad es un lugar que cuenta con diversos centros acuáticos, clubs deportivos y tiene una gran cantidad de personas que se encuentran interesadas en realizar deporte.

4.3.2. Segmentación demográfica

El aquaspinning puede ser realizado por una amplia variedad de personas, la única restricción para practicar esta disciplina es no contar con las capacidad psicomotrices adecuadas para realizar dicha actividad, por ello el grupo de edad óptimo para la realizar aquaspinning es desde los 10 hasta 80 años.

4.3.3. Segmentación psicográfica

Los clientes potenciales para la Comercializadora Aquabike son empresas que buscan dar un excelente servicio a su cliente final, llevando a implementar estrategias como la adquisición de nuevos productos complementarios para llevar a una mayor fidelización.

4.3.4. Segmentación socioeconómica

En cuanto al estrato socioeconómico, esta práctica puede ser realizada por la gran mayoría de estratos dependiendo del lugar donde realicen esta disciplina, pues si bien las bicicletas acuáticas tiene un costo promedio de venta de

\$6.000.000 (sujeto a la inflación del país) se espera realizar tratos estatales o con centros acuáticos, lo que permite que las personas disfruten del aquabike a bajos costos, debido a que no deben comprar una bicicleta para disfrutar de ellos, tan solo deben adquirir boletas de las clases con sus centros deportivos favoritos.

Por lo anterior, las economías de los clientes potenciales que en primera medida son los centros acuáticos al ser empresas, dependerá de que tanto están dispuestos a generar una inversión en nuevas herramientas con el fin de obtener nuevos clientes y fidelizar los ya existentes.

En el caso de que los clientes sean personas naturales, la economía de ellos en primera medida dependerá de que tanto están dispuestos a invertir en herramientas que aporten diversión y a la vez a su salud, y en segunda medida el gusto por los deportes que practicara con estas herramientas, tanto por el ciclismo como por la natación, ya que de lo anterior dependerá si adquirir una bicicleta de AQUBIKE se convierta en una inversión o en un gasto.

4.4.Tamaño de mercado

El mercado de venta de bicicletas acuáticas en Bogotá, se limita a las personas que tienen una piscina apta para este tipo de bicicletas. Se espera que el ingreso al mercado se de en dos fases: la primera fase tratara de captar todos los grandes mercados como los clubs sociales o los complejos acuáticos. En la segunda fase, se espera lograr penetrar en el mercado colombiano, en pro de posicionar el producto y dar apertura nuevos mercados como es el caso de la utilización de las bicicletas acuáticas en el mar.

Se pretende ser una marca de clientes frecuentes y fieles, y esta garantía para que ellos nos sigan comprando se va a dar a través de la experiencia que tengan con el producto y el servicio ofrecido, dado que, no solo se pretende ser reconocido como una comercializadora que vende el producto y ahí terminar su gestión, sino que por el contrario, hace un acompañamiento desde la intención de compra hasta el servicio posventa que integra servicios como capacitación y mantenimiento.

4.4.1. Club Campestre

Los clubs campestres son corporaciones deportivas y sociales cuya finalidad es ofrecer un lugar de esparcimiento para los bogotanos. La membresía para ingresos a los clubs campestres en Bogotá depende del estatus que posea el lugar y de las experiencias que le brinde al cliente. No obstante, sus precios normalmente son elevados, tan solo la membresía para el ingreso al club los Nogales, cuestan \$180 millones. La cuota de sostenimiento mensual es de \$909.769 para membresía natural (familiar), para una persona jurídica y para inscripciones de dos empresarios. El valor de la cuota aumenta cuando la figura usada al realizar la inscripción es para tres y cuatro empresarios (La República, 2022).

Por lo cual se puede concluir que los clubs sociales de Bogotá, tienen una alta capacidad adquisitiva. Asimismo, el mercado es muy competitivo y su clientela siempre busca estar en la vanguardia tecnológica. Teniendo esto como precedente se puede concluir que existe buenas posibilidades de que el producto se pueda comercializar en estos lugares.

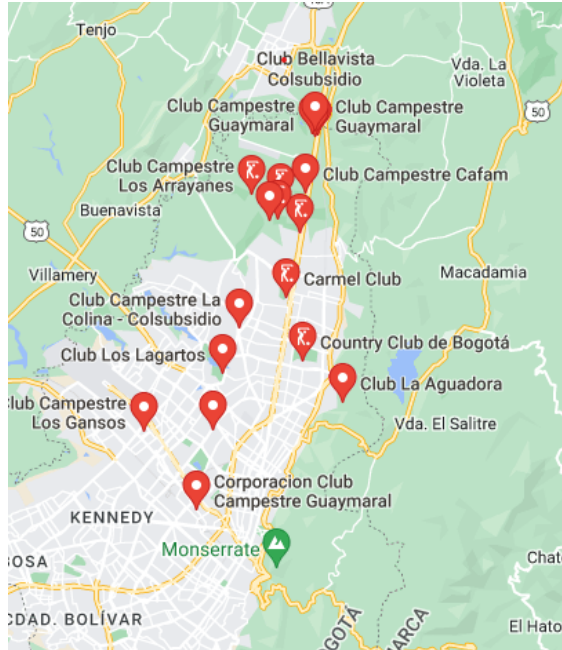


Ilustración 7. clubs de la ciudad de Bogotá D.C, Colombia.

En la actualidad Bogotá cuenta con alrededor de 20 club sociales, se estima que la mayoría de ellos cuentan con piscina. Tomando una muestra del 30% de los clubs campestres se obtuvo que el promedio ponderado de piscinas que tiene un club campestre es de 1,5. Para efectos prácticos el número se redondeara a 1.

Club Campestre	Número de Piscinas
El Nogal	1
Guaymaral	2
Arrayanes	2
Los Lagartos	1
Country	1
La pradera	1
Promedio ponderado	1,5

Tabla 5. Ponderado de numero de piscina de los clubs

Ahora bien, se estima que por lo menos un club campestre tiene como mínimo una piscina olímpica, la cual posee unas dimensiones de largo 50 m por 25 m de ancho. Esto representa 5.000 cm de largo por 2.500 de largo. Lo que significa que en una piscina olímpica pueden acomodarse más de 20 ciclas estáticas, dejando más de 5 metros de distancia en cada fila, para mantener un distanciamiento prudente entre una maquina y otra.

Esto significa que las posibilidades de venta en Bogotá son favorables, si tan solo se lograra vender 50% de las aquabike que caben en una piscina de un club campestres se proyectarían la venta de 80 bicicletas acuáticas. Por tanto, se concluye que los clubs campestres de Bogotá pueden ser unos clientes potenciales del producto.

4.4.2. Complejos acuáticos

Un complejo acuático es un lugar comunitario donde todas las personas afiliadas o no afiliadas pueden disfrutar de diversas actividades relacionadas con la natación. Estos lugares están diseñados para el disfrute y esparcimiento, por ello actividades como Aquabike, son idóneas para estos lugares.

En Bogotá existen alrededor de 15 complejos acuáticos, entre los más reconocidos se encuentra Cici Aquapark, que tiene las boletas de ingreso general por un costo de alrededor de \$28.000, otro complejo reconocido es el de Compensar, con un costo de ingreso por \$18.0000 y el Complejo Acuático Simón Bolívar, de uso libre.

Tan solo en esos tres complejos puede representar lo variopinto del mercado, pues mientras Cici Aquapark, limitan sus ingresos a la demanda, complejos como el Simón Bolívar, pueden ser de uso libre de la comunidad, por tanto, sus ingresos son constantes y normalmente suministrados por entidades estatales. Esto representa una ventaja para la Comercializadora Aquabike, debido a que las compañías que limitan sus ingresos a la demanda, deben estar a la vanguardia en equipos. Asimismo, las entidades estatales se interesan en proyectos que impliquen bajos mantenimientos, minimicen riesgos y mejoren la salud de la comunidad, pues estas inversiones previenen problemas de salud futuros y minimizan la carga económica del estado.

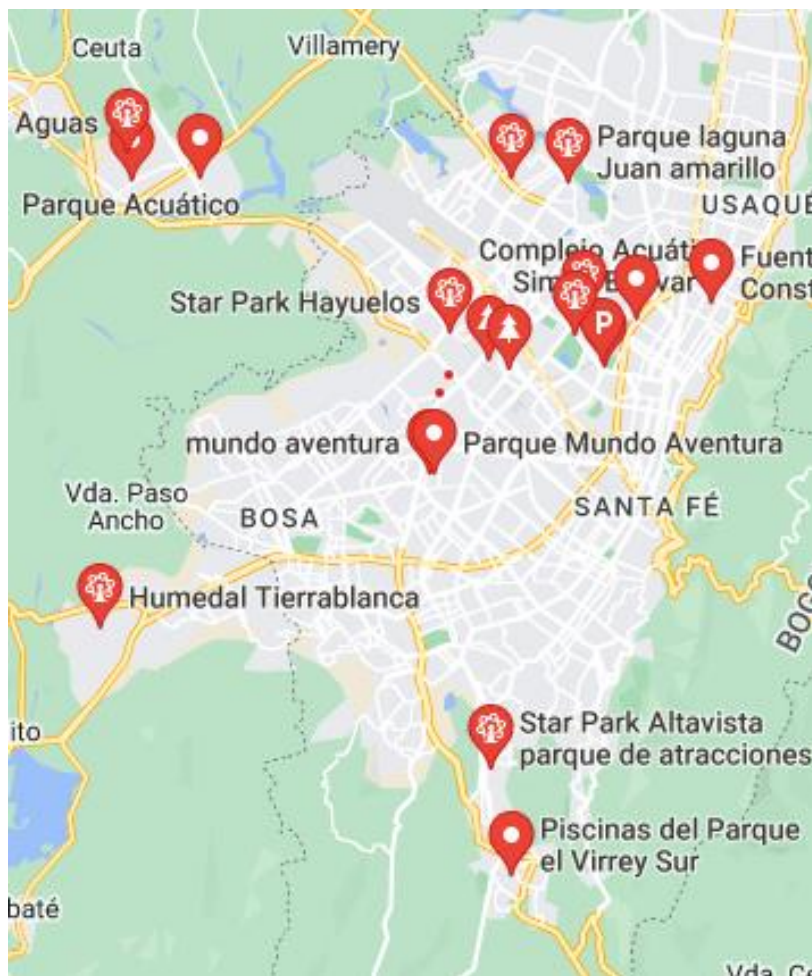


Ilustración 8. localización de los clubs en Google maps.

Una problemática a la que se enfrenta la compañía la Comercializadora Aquabike es la crisis económica que varios de estos complejos afrontan, ya que la medida de cuarentena adoptada en Colombia el 25 de marzo llevo a que el sector de los complejos deportivos perdiera 100.000 millones de pesos al mes (Coneo, 2022) por el COVID-19, por lo tanto, este es un mercado que representa diversos riesgos pero estos se pueden minimizar con la campaña publicitaria adecuada,

debido al rol que está jugando la fisioterapia en la recuperación de pacientes con COVID-19, según el periodico ABC salud

Estar mucho tiempo en cama afecta a la movilidad y además, el Covid-19 es especialmente virulento con los pulmones, lo que provoca una dificultad respiratoria que puede incluso persistir en los pacientes cuando ya han superado la infección viral. Por eso es fundamental este entrenamiento para poder volver a hacer vida normal. *(Garrido, 2020)*

Es aquí donde el aquaspinning seria una actividad idonea para la recuperación de los pacientes, por ello los centros acuticos podrian tener un mayor interes en adquirir las bicicletas acuticas.

4.5.Competencia

Actualmente, en Colombia no existe una marca que produzca y/o comercialice biciclites acuáticas como la que pretende traer y comercializar AQUABIKE. Si una persona o empresa desea traer esta innovación tendrá que exportarla desde otro país, incurriendo en gastos adicionales como lo es, impuestos, gastos arancelarios entre otros; adicional a lo anterior, el costo de importar una unidad es demasiado alto versus el costo de exportar al por mayor, por ello, si una persona o empresa desea realizar tal compra tendrá que asumir el costo de minimo 10 unidades a exportar.

Existe, competencia indirecta, en este caso las grandes marcas como Falabella, Homencenter, Alkosto, etc; que dentro de su variedad de stock ofrecen una linea de maquinas y/o herramientas para práctica de ejercicio como lo son las bicicletas estáticas y las caminadoras, pero que se han convertido en herramientas convencionales que ya no llaman la atención del publico.

Dado lo anterior, nos diferenciamos claramente de nuestra competencia indirecta, ya que vamos a ofrecer un producto totalmente diferente a nuestro mercado objetivo, llevando a que la sociedad conozca y se motive a practicar un nuevo deporte, que contribuya no solo al entretenimiento, sino también a la salud física y mental de quien decida ser parte de esta nueva era de la unión de dos deportes como lo es el ciclismo y la natación.

4.6.Relación con los competidores

Creemos que al ser un producto innovador, llamará la atención de los competidores, por ello, se pretende crear una relación amena con ellos, buscando posibles alianzas estratégicas encaminadas en que ellos como embajadores de comercialización de productos y/o herramientas, también se conviertan en distribuidores de nuestras bicicletas, llevando a que tanto ellos como nosotros obtengamos beneficios económicos y de penetración de nuevos mercados.

4.7.Determinación del precio

La Comercializadora Aquabike ofrecerá cuatro tipos de plan de venta: el primero es el express, el cual consta de la bicicleta acuática y un video instructivo, el essential incluye el mantenimiento de la bicicleta dos veces al año por 5 años, el premium ofrece 2 mantenimientos al año, por 10 años y el premium pro es una promoción que incluye los 10 años de mantenimiento completamente gratis por la

compra de más de 10 bicicletas acuáticas.



PLANES DE COMPRA

PLANES	GARANTIA VITALICIA (ACERO)	GARANTIA DE 2 AÑOS	MANTENIMIENTO POR 5 AÑOS	MANTENIMIENTO POR 10	COSTO UND AQUABIKE	COSTO TOTAL
EXPRESS	✓	✓			\$ 7.533.750	\$ 7.533.750
ESSENTIAL	✓	✓	✓		\$ 7.533.750	\$ 7.618.750
PREMIUM	✓	✓		✓	\$ 7.533.750	\$ 7.733.750

Tabla 6. Planes de Compra

La táctica de precios, se basa en el análisis de la entrevista, por la cual se pudo determinar un precio de venta factible para la organización. Esta estrategia de planes busca llamar la atención del cliente, con diversas técnicas de compra que se adecuan a las necesidad y capacidad adquisitiva de los potenciales compradores.

En cuanto a las tácticas de marketing y publicidad, estas se concentrarán en calidad del material de las aquabike, haciendo hincapié en la durabilidad del acero inoxidable AISI 316L y en lo seguro que es la práctica del aquaspinning. A continuación, se muestra un breve resumen de la estructura de la campaña y medios a utilizar, para lograr los objetivos de mercadeo:

- **Medios a utilizar:** las redes sociales, internet y publicidad impresa.
- **Objetivos de la comunicación:** Dar a conocer la marca y posicionar el aquaspinning como una práctica deportiva predilecta.
- **Estructura de Campaña**

- **Atributos:** Es un deporte apto para todas las personas, incluyendo adultos mayores, personas con lesiones, niño etc. También permite quemar calorías de forma fácil y divertida.
- **Ventajas:** La Aquabike, se encuentra construida en un acero inoxidable de alta durabilidad y esta práctica deportiva, minimiza los riesgos de lesiones.

Tono de comunicación: Dinámico y motivante.

4.8.Estrategia de precios

La estrategia de precios que seleccionamos a la hora de determinar el precio del producto es por el valor que este ofrece a la sociedad, ya que se pretende al ser un producto nuevo en el mercado, no nos podemos basar en la competencia, sin embargo, si nos podemos basar en que tan útil verá el cliente obtener tal producto. Es así, como desde la perspectiva de los centros acuáticos se evaluará que tanto valor les dará a su marca el hecho de obtener nuestro producto y que tan alineado se convierte nuestra marca con sus objetivos.

4.9.Promesa de valor

Como empresa tenemos claro de la importancia de no solo ofrecer un producto, sino ofrecer toda una experiencia completa, teniendo en todo este proceso de venta y posventa una promesa de valor que es la CALIDAD, no solo hablando en términos producto, sino también en términos de servicio, de la calidad que se ofrece por cada uno de los integrantes que harán de AQUBIKE una realidad.

4.10. Matriz PESTEL

Factor	Detalle	Plazo			Impacto
		Corto (un mes o menos)	Mediano (De 1 a 3 años)	Largo Plazo (Más de 3 años)	
Político	Microempresa Local 2,0		x		Positivo
	Importación	x			Positivo
Económico	Proyecto para crear un beneficio tributario a la fabricación nacional de bicicletas en Colombia.			x	Positivo
	Francia TLC	x			Indiferente
	Divisa	x			Negativo
Social	Boom de las Ciclas	x			Positivo
Ambiental	Cambio Climático		x		Muy Negativo
	Sostenibilidad ambiental		x		Positivo
Leyes	Ley 1819 de 2016 Nivel Nacional	x			Muy Negativo
	Ley 1780 del 2 de mayo de 2016			x	Indiferente

Tabla 7.Matriz PESTEL

5. Plan de mercadeo

5.1.Estrategias de distribución

- Contar un punto de venta y centro de servicio abierto al público en donde los clientes directamente pueden acercarse y comprobar la experiencia.
- Contar con personal capacitado que haga visitas estrategicas a los clubes y otros clientes potenciales con el fin de abarcar más mercado.
- Crear canales digitales, en redes sociales, donde se pueda crear un contacto directo con el cliente, con el fin de crear una experiencia de inicio a fin.

5.2.Estrategias de promoción

El principal objetivo de la presente estrategia de comunicación es dar a conocer el aquaspinning como una disciplina que aporta diversos beneficios para la salud de las personas y es idónea para la recuperación física. Pretendiendo de esta manera posicionar la modalidad deportiva y creando demanda de las aquabike, Para lograr esto se definirá el público objetivo de la Comercializadora Aquabike y se definirán los canales adecuados de comunicación para dicho público.

5.3.Publicidad

Elegir los canales adecuados para promocionar la Comercializadora Aquabike es crucial, pues al ser esta una marca que aún no tiene posicionamiento en el mercado y que además espera publicitar una disciplina deportiva poco conocida, su éxito o su fracaso estará condicionado a una estrategia de marketing adecuada. No obstante invertir una gran cantidad de dinero en campañas publicitarias de una empresa que espera

posicionarse puede implicar muchos riesgos económicos e incluso provocar el colapso prematuro de esta.

Por lo antes mencionado se descartó la idea de una campaña publicitaria por televisión nacional pues en canales como Caracol Televisión un banner publicitario puede oscilar entre \$1.700.000 hasta \$17.100.000 (Caracol Televisión, 2016) por un solo día de publicidad, lo cual no es suficiente para que los posibles usuarios reconozcan el producto, asimismo el mensaje necesita ser más localizado para lograr captar la atención de los habitantes de Bogotá.

Teniendo en cuenta esto el canal más apropiado para dar a conocer la Comercializadora Aquabike son las redes sociales, tales como Instagram, Meta y YouTube. entre las ventajas de este tipo de publicidad se entran:

- **La segmentación del mercado:** dado que los anuncios solo son visualizados por personas que tengan un interés específico en el tema.
- **Medición de éxito:** Es posible contabilizar la cantidad de personas que vieron el anuncio.
- **Bajos costes:** pues las plataformas permiten pagar la publicidad por días, por horas, por clicks, en el caso de este último cada click en Facebook puede costar entre \$109 pesos en promedio (Retail Digital, 2022).

En cuanto al tipo de publicidad online, se espera crear videos promocionando el aquaspinning y las bicicletas acuáticas, con el finde crear demanda del producto.

Por otro las páginas para comercializar el producto serán: Mercado Libre y Linio, pues solo realizan cobras si el producto es vendido, lo que libra a la comercializadora de gastos fijos.

5.4.Fidelización

La fidelización es uno de los parámetros en las ideas de negocio que se debe tener presente, más aún en proyectos como el de nosotros que va enfocado en clientes frecuentes, que no nos busquen una sola vez o por solo un producto. Es por lo anterior que vamos a garantizar que, en todo el proceso de venta, desde la intención de compra hasta el servicio posventa se haga con los más altos índices de calidad.

Adicional, se busca que este último (el servicio postventa) sea un aliado para mantener tal fidelización con los clientes buscando atender sus necesidades en cualquier momento y lugar, además de brindar capacitación potencializando así el sentido de fidelidad a la marca.

5.5.Post venta- servicio al cliente

El servicio postventa dada la naturaleza del producto que vamos a comercializar es necesario para la fidelización y satisfacción de cada uno de los clientes, por ello se van a implementar las siguientes estrategias

- Habitación de canales de comunicación 24 horas
- Capacitación mensual gratuita para clientes fijos y clientes potenciales
- Seguimiento a cada cliente desde la intención de compra hasta la concertación de la misma

5.6.Registro de marca

Vamos a hacer el registro de la marca con el fin de proteger la idea de negocio, al ser la primera bicicleta en llegar a Colombia, llevará a que la competencia indirecta

quiera también traer el producto, pero seremos los primeros en tenerla registrada a través del nombre AQUABIKE.

El registro de la marca se realizará de la siguiente manera:

- Escoger la marca a registrar
- Verificar la clase de productos o servicios que identificará su marca
- Consultar los antecedentes marcarios
- Seleccionar el tipo de marca a registrar
- Diligenciar, pagar y presentar la solicitud de registro
- Hacer seguimiento del trámite de registro marcario.

6. Estudio de operaciones

6.1.Diagrama de flujo

En la siguiente gráfica se especifica nuestro proceso productivo:

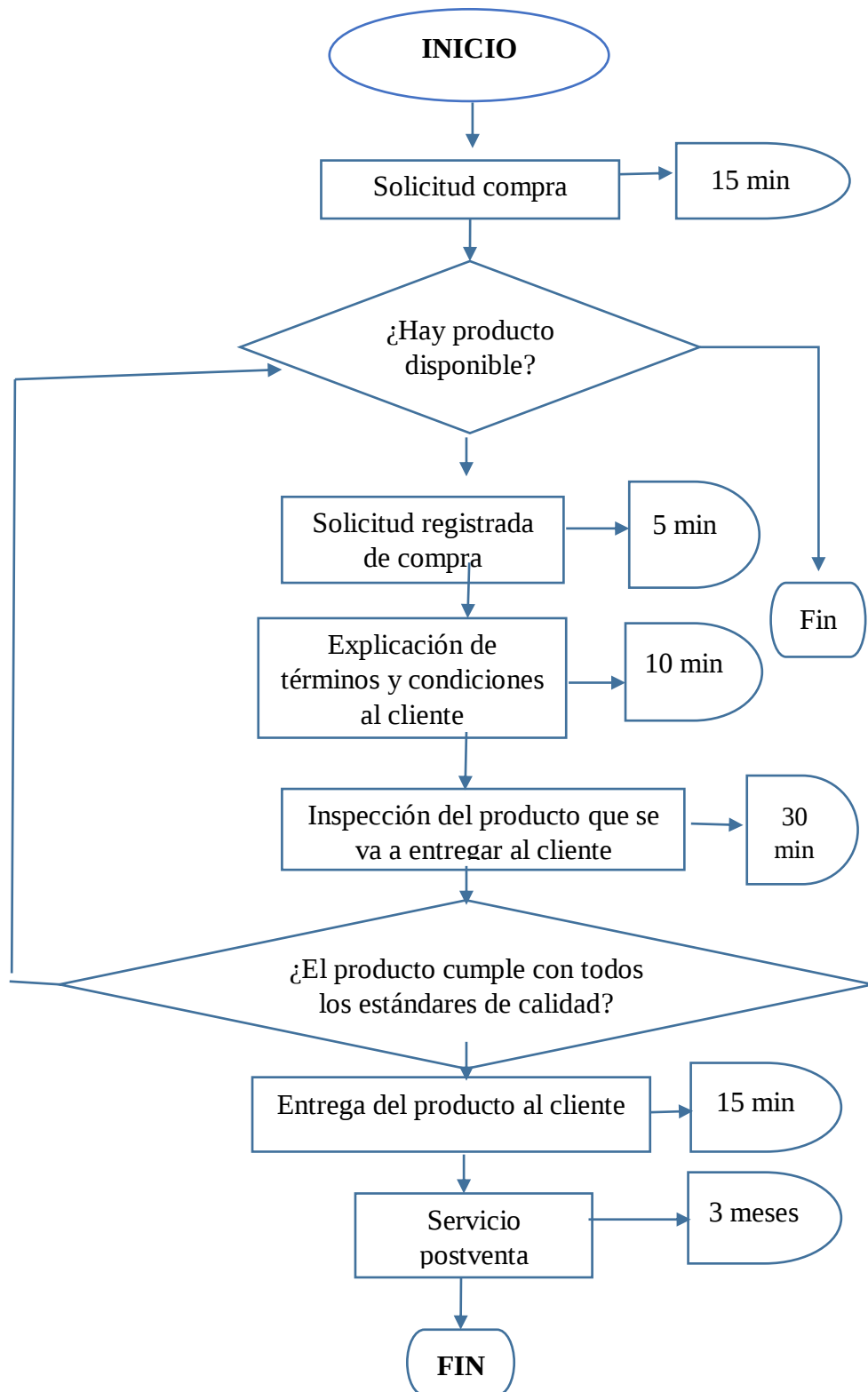


Ilustración. Diagrama de flujos de Proceso de compra a proveedores y venta a clientes.

6.2.Distribución de la planta

La empresa estará distribuida en un piso de con 64 metros cuadrados. Distribuidos de tal forma que en se encuentre el área de servicio al cliente (recepción y módulos de atención) y la zona de almacenaje.

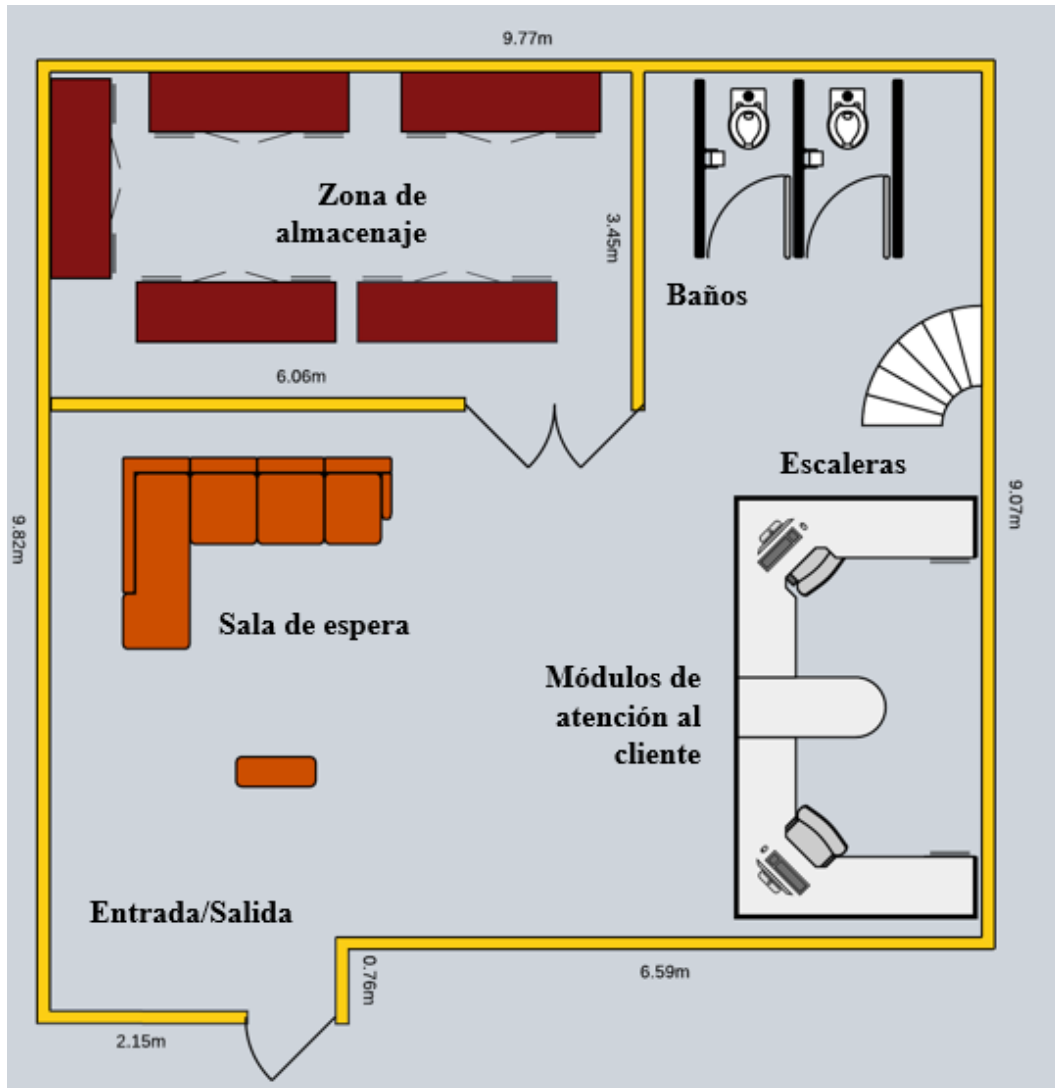


Tabla 8. Plano de distribución del piso zona de servicio al cliente (recepción y módulos de atención) y la zona de almacenaje.

6.3. Costos de producción

La importación de las bicicletas acuáticas se realizará con una compañía ubicada en Francia, Les Atiaux, donde se encuentra la fábrica del modelo vélo aquabike professionnel. Los pedidos se realizarán por medio de la gerente general, quien en encuentros previos a logrado pactar el precio de compra de las aquabike en \$800 euros, siempre que se encarguen más de 10 de lo contrario la unidad tendría un costo de \$1000 euros. En cuanto al tiempo de envío se estima que un pedido demore alrededor de 15 a 25 días.

6.4. Inversiones en infraestructura

Al ser una empresa de comercialización, se necesitan los siguientes equipos y maquinas que permitirán transportar, almacenar el producto o prestar los servicios de oficinas, a continuación, se detalla cuáles son los equipos y sus posibles costos.

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Producto	Cantidad	Valor por Unidad	Posibles Proveedor
Estantería Pesada Para 8 Toneladas	2	4.490.000	Office House Multi Espacios SAS
Computadores	4	6.480.000	LENOVO
Impresora HP DesignJet T250 de 24"	2	433.800	Hewlett-Packard Development Company
Escritorios	4	1.339.600	Homcenter
Sillas de Oficina	12	1.918.800	Homcenter
TV Challenger 32"	1	599.900	Alkosto
Celular Nokia C21 Plus 64GB	2	479.900	Falabella
Gato Estibador Para 3 Toneladas	1	2.250.000	Capacity

Tabla 9. Equipos y Maquinaria de Comercializadora Aquabike

6.5. Inversiones en capital de trabajo

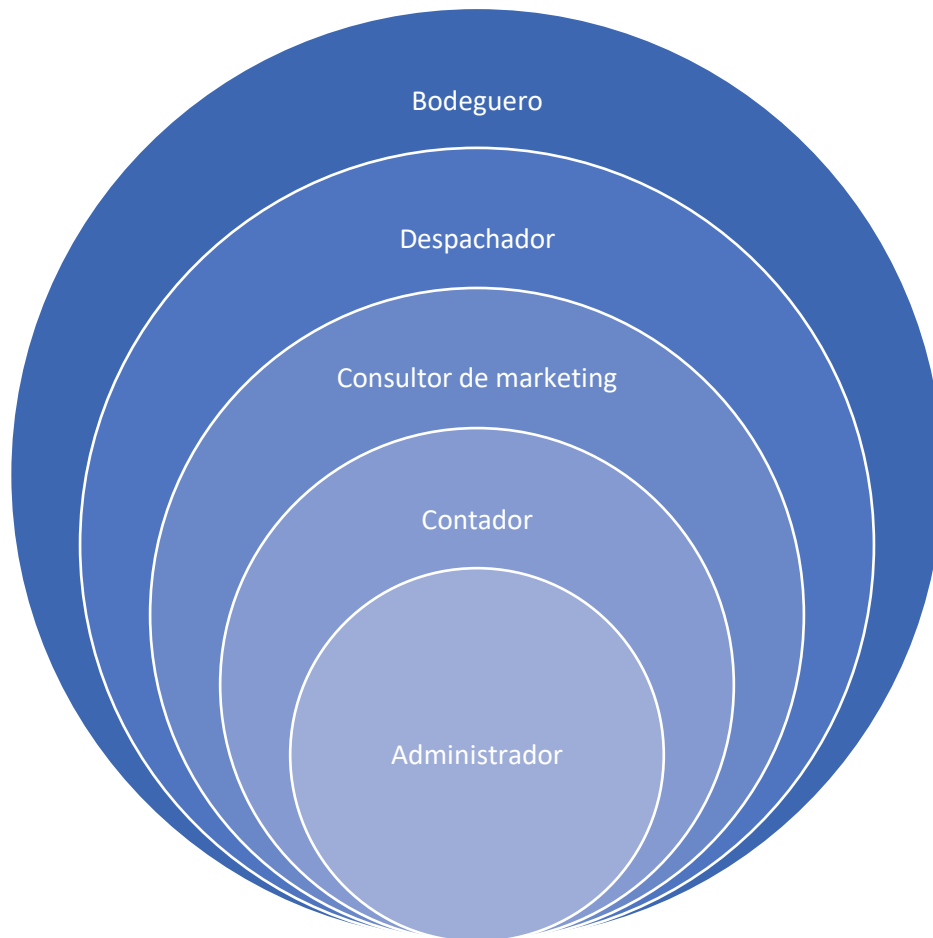
El capital de trabajo de nuestra empresa será el mas valorado, por ello se quiere contar con personal competente. Al inicio de la operación, se buscará contar con cargos claves, y necesarios para el funcionamiento de la empresa, sin embargo, la idea es ir ampliando poco a poco las operaciones y así mismo crecer y dar nuevas oportunidades laborales.

CAPITAL DE TRABAJO	
Cargo	Salario
BODEGUERO	1200000
DESPACHADOR	1160000
CONTADOR	2500000
ADMINISTRADOR	3000000
CONSULTOR DE MARKETING	2500000

Tabla 9. Capital de trabajo Aquabike

7. Estudio organizacional

7.1.Estructura organizacional



7.2.Perfiles de cargo

Cargo	Administrador
Estudios	Profesional en carreras administrativas
Experiencia	2 a 3 años en cargos similares
Habilidades requeridas	• Proactividad • Comunicación

	• Conformación y desarrollo de equipos de alto desempeño. • Toma de decisiones.
--	--

Tabla 10. Perfil de cargo administrador

Cargo	Contador
Estudios	Profesional en contaduría
Experiencia	1 a 2 años en cargos similares
Habilidades requeridas	• Interés por la realidad social y económica • Sentido lógico • Conocimiento numérico

Tabla 11. Perfil de cargo contador

Cargo	Consultor de marketing
Estudios	Profesional y/o tecnólogo en marketing
Experiencia	1 a 2 años en cargos similares
Habilidades requeridas	• Uso de redes sociales • Creatividad • Aptitud analítica

Tabla 12. Perfil de cargo consultor de marketing

Cargo	Bodeguero
-------	-----------

Estudios	Bachiller
Experiencia	1 a 2 años en cargos similares
Habilidades requeridas	• Manejo de la información y la documentación • Estructurar y planear su trabajo

Tabla 13. Perfil de cargo Bodeguero

Cargo	Despachador
Estudios	Bachiller
Experiencia	1 a 2 años en cargos similares
Habilidades requeridas	• Habilidades de comunicación y de trato con la gente • Capacidad para realizar varias tareas • Buenas habilidades de planificación • La capacidad de mantener la calma bajo presión

Tabla 14. Perfil de cargo despachador

7.3.Manuales de funciones

Cargo	Administrador
Horario	De 8am a 5pm, de lunes a viernes
Personas a cargo	Contador, Administrador, Bodegero, Despachador

Funciones	• Organizar todos los procesos internos • Gestión de proyectos • Evaluar los resultados • Planificar los objetivos de la organización • Controlar los procesos
------------------	--

Cargo	Contador
Horario	De 8am a 5pm, de lunes a viernes
Personas a cargo	Ninguna
Funciones	• Administrar el flujo de efectivo. • Elaboración de estados financieros. • Proyecciones y variaciones contables. • Realización de auditorías internas.

Cargo	Consultor de marketing
Horario	De 8am a 5pm, de lunes a viernes
Personas a cargo	Ninguna
Funciones	• Realizar un análisis interno y externo de la empresa • Determinar el buyer persona • Poner en marcha la estrategia de marketing

	• Manejo de redes sociales
--	--

Cargo	Bodeguero
Horario	De 8am a 5pm, de lunes a viernes
Personas a cargo	Ninguna
Funciones	• Recibir, entregar y acomodar mercadería en la bodega • Atender y resolver consultas • Velar por el buen estado de los productos

Cargo	Despachador
Horario	De 8am a 5pm, de lunes a viernes
Personas a cargo	Ninguna
Funciones	• Recibir y despachar pedidos de productos o entregas • Manejar el automovil de la compañía para hacer las entregas donde el cliente lo solicite

7.4.Requisitos legales del Proyecto

7.4.1. Requisitos legales para la constitución de una empresa

- **Acta de Constitución**

- **Cámara de Comercio de Bogotá**

La compañía será una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debido a que puede tener una autonomía contractual en el diseño del contrato social y puede definir las pautas bajo las cuales gobernar sus relaciones jurídicas.

Teniendo en cuenta lo anterior, el primer paso para conformar la empresa es realizar el registro con Cámara de Comercio (2022), para ello se debe:

Entrar al portal de Cámara de Comercio de Bogotá, www.ccb.org.co y hacer clic en Constitución Virtual de SAS.

- Ingresar la información de la compañía al sistema y llenar los formatos requeridos.
- Realizar el pago.

- **RUT**

Para realizar la inscripción al RUT como persona jurídica según la página oficial (DIAN, 2022) debe:

- Ingresar a <https://www.dian.gov.co/Transaccional/Paginas/Rut.aspx>
- Llenar los formularios requeridos por la página.

- Seleccionar las responsabilidades tributarias.
- **Documentos legales para la Importación de las Bicicletas Acuáticas**
 - **Ubicación de la subpartida arancelaria**

Según resolución 4240 de 2000 la DIAN se encargará de autorizar y determinar la clasificación arancelaria. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2000)

- **Registro como importadora**

Para importar mercancías a Colombia se debe: “Pertener al Régimen Común, para ello debe estar inscrito en Cámara de Comercio y tener Registro Único Tributario-RUT, el cual se constituye como el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, (DIAN)”. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2021)

7.4.2. Requisitos legales para la importación del producto

- **Identificación del producto**

Verificar la subpartida arancelaria del producto a importar para saber los impuestos a pagar (gravamen arancelario e impuesto sobre las ventas, IVA) y demás requisitos para su importación.

En cuanto a los aranceles de aduana se investigó en: ICA, INVIMA, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente-ANLA, Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Agencia

Nacional Minera, AUNAP entre otras. Y las bicicletas acuáticas no están sujetas a ningún requisito previo no se requiere la autorización de registro de importación

- **Tramite ante ministerio de comercio, industria y turismo**

La importación de bienes cuyo valor sea menor de USD 30.000 debe pasar por un proceso de inscripción en el Grupo VUCE, Calle 28 No. 13 A 15, Piso 16, en Bogotá, con el fin de que asignen un usuario y contraseña en el sistema VUCE. Una vez que se pague el registro la compañía podrá hacer uso del servicio.

- **Proceso De Nacionalización**

Una vez que la mercancía este en puerto se genera una factura por conceptos aduaneros, Gravamen Arancelario e IVA, debe cancelarse.

- **Documentos requeridos para el retiro de la mercancía**

Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los impuestos de importación, es necesario dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos:

- ✓ Factura comercial
- ✓ Lista de empaque
- ✓ Registro o licencia de importación, si se requiere.
- ✓ Certificado de origen (según el producto y el origen)
- ✓ Declaración de importación

- ✓ Documento de transporte (guía aérea – conocimiento de embarque)
- ✓ Declaración andina del valor en aduana, si se requiere.
- ✓ Otros certificados



Ilustración 9. Proceso de nacionalización, recuperado de: Castillo Claros, Delgado Martínez, & Gallego Guerrero, 2020

7.5.Gastos administrativos

A continuación se detallan los gastos administrativos según proyección, en el primer año de operación

DETALLE	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	TOTAL
ARRENDAMIENTOS	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 46.800.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 7.200.000
DEPRECIACION MUEBLES Y EQUIPO	\$ 396.162	\$ 396.162	\$ 396.162	\$ 396.162	\$ 1.584.648
VALOR SEGUROS DE OPERACIÓN	\$ 208.086	\$ 208.086	\$ 208.086	\$ 208.086	\$ 832.343
IMPUESTOS ADMINISTRACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANTENIMIENTO MUEB. Y EQUIPO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000	\$ 5.700.000
OTROS CARGOS POR GASTOS	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 1.380.000
TOTALES	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 63.496.991

7.6. Metodologías de motivación

Entendemos la importancia de contar con colaboradores competentes, pero sobre todo con colaboradores motivados, por ello, se busca incentivar el sentido de pertenencia de la siguiente manera:

- Desarrollo de la motivación extrínseca brindando salarios justos, carga laboral de acuerdo a las condiciones de cada persona. Además, se busca que a medida que se vaya dando crecimiento empresarial, brindar apoyos económicos para educación y/o capacitaciones a los colaboradores.
- Desarrollo de la intrínseca buscando motivar a los colaboradores a estudiar e incentivar su crecimiento tanto personal como profesional a través de continuas capacitaciones.

7.7. Mecanismos de liderazgo

Buscamos como emprendedores ser líderes transaccionales, y tomar decisiones que vayan pro de brindar soluciones efectivas a cada uno de los problemas y/o retos que se presenten de manera proactiva. Además, se busca generar un acompañamiento adecuado

a los colaboradores para que la empresa sea un apoyo en su crecimiento tanto personal como profesional e incentivar así su sentido de pertenencia con la compañía.

7.8.Indicadores de gestión

Se determinaron los siguientes indicadores de gestión:

- Índice de retención de personal
- Rendimiento de costos
- Nivel de satisfacción del cliente
- índice de satisfacción del empleado
- Tiempo para procesar un pedido.

8. Estudio financiero

Este apartado se encuentra integrado por elementos cuantitativos, que permiten analizar si es viable económicamente hablando la propuesta de negocios de la Comercializadora Aquabike.

12.1 Inversión en Activos fijos

Los activos fijos son los “bienes corporales muebles o inmuebles y los incorporeales que no se enajenan dentro del giro ordinario de los negocios del contribuyente” (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, S.f).

RAZON SOCIAL	AQUABIKE		
AÑO DE ANALISIS	2023		
ACTIVOS FIJOS			
VALOR EN BALANCE GENERAL			
1516 - Terrenos y Edificaciones			
159205 - Depreciación Acumulada	\$	-	-
1520 - Maquinaria y Equipo	\$	6.740.000	
159210 - Depreciación Acumulada	\$	606.600	606.600,00
1524 - Muebles y Enseres	\$	12.217.900	
159215 - Depreciación Acumulada	\$	2.199.222	2.199.222,00
1540 - Vehículos	\$	45.900.000	
159235 - Depreciación Acumulada	\$	8.262.000	8.262.000,00
VALOR NETO ACTIVOS FIJOS	\$	64.857.900	11.067.822,00
			DEPRECIACION ANUAL

DISTRIBUCION COSTO Y GASTO			100,00%
17 - DIFERIDO	\$	3.787.029,15	18
170520 - Seguros	\$	2.497.029	\$ 138.724
170525 - Arriendos Pagados			\$ -
170595 - Gastos Const. y Puesta Marcha	\$	930.000	\$ 930.000
1710 - Cargos Dif. avisos y Papeleria	\$	360.000	\$ 20.000
VALOR PAGADO		AMORTIZACION MENSUAL	

OTROS GASTOS MES			100%
ARRENDAMIENTOS	\$	93.600.000	\$ 7.800.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$	14.400.000	\$ 1.200.000
IMPUESTOS OTROS	\$	-	\$ -
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$	-	\$ -
OTROS GASTOS	\$	2.760.000	\$ 230.000
VALOR PAGADO		AMORTIZACION MENSUAL	

Tabla 6. Inversión de activo fijos.

La inversión que debe hacer la Comercializadora Aquabike es de \$45 millones de pesos (como se puede observar en la Tabla 12) los cuales se financiaran por medio de créditos

bancarios. Mientras los \$55 millones de pesos restante, saldrán de los socios de la organización, lo que significa que la inversión inicial en activos fijos es de \$100 millones de pesos.

PASIVO		2.023	
PASIVOS			
CORRIENTE		VALORES	
MESES	CORTO PLAZO	\$	45.000.000
12	2105 - Obligaciones Bancarias	\$	45.000.000
	2115 - Corporaciones Financieras	\$	-
	2205 - Proveedores Nacionales	\$	-
	2210 - Proveedores Exterior	\$	-
	2380 - Acreedores Varios	\$	-
	2510 - Provisión Prestaciones y Aportes	\$	-
	MEDIANO PLAZO	\$	-
36	2105 - Obligaciones Bancarias	\$	-
	2115- Corporaciones Financieras	\$	-
	2125 - Obligaciones Hipotecarias	\$	-
	2610 - Cesantías Consolidadas	\$	-
	LARGO PLAZO	\$	-
60	2105 - Obligaciones Bancarias	\$	-
	2125 - Obligaciones Hipotecarias	\$	-
	2355 - Cuenta Socios	\$	-
TOTAL PASIVOS		\$	45.000.000
		\$	3.750.000
28,0%	TASA DE FINANCIACION ANUAL		
	VALOR INTERESES ANUALES PAGADOS	\$	12.600.000,00
PATRIMONIO			
31 - CAPITAL SOCIAL		\$	55.000.000
	310505 - Autorizado	\$	55.000.000
	310510 - Suscrito	\$	-
	310515 - Pagado	\$	55.000.000
37 - UTILIDADES RETENIDAS		\$	-
33 - RESERVAS		\$	-
10%	3305 - Legal 10%	\$	-
0%	3310 - Estatutarias - 30%	\$	-
0%	3315 - Otras Reservas Autorizadas - 20%	\$	-
TOTAL PATRIMONIO		\$	55.000.000
		\$	100.000.000

Tabla 7. Pasivos.

12.2 Presupuesto

El presupuesto es una herramienta de planificación y control, que expresa en términos económicos de venta y los recursos necesarios para llevar a cabo los dichos objetivos.

El presente presupuesto, estima que se compren 10 bicicletas acuáticas, en el primer mes de apertura empresarial, el precio de venta por bicicleta acuática para el plan express se estimó en \$ 7.533.750, por lo cual el margen de utilidad es del 40%; para el plan esencial se estimó en \$7.618.750, con un margen de 40,3%; y para el plan premium un precio de \$7.733.750 con un margen de utilidad de 41.1%.

En este apartado se puede observar los presupuestos anuales de: ingreso, gastos operacionales de ventas, gastos administrativos, costo operaciones. Por último, se detalla el presupuesto trimestral de publicidad (Para ver los presupuestos de forma más detallada se sugiere ver el anexo 1).

AQUABIKE					
PRESUPUESTO ANUAL DE INGRESOS					
TRIMESTRES					2.023
DETALLE	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	TOTAL
PLAN EXPRESS	19	23	28	32	102
PLAN ESSENTIAL	5	10	13	16	44
PLAN PREMIUM	5	10	13	16	44
\$ -	0	0	0	0	0
\$ -	0	0	0	0	0
\$ -	0	0	0	0	0
TOTAL CANTIDADES	29	43	54	64	190
CUOTA MENSUAL MATRICULA					
PLAN EXPRESS	\$ 7.533.750	\$ 7.533.750	\$ 7.533.750	\$ 7.533.750	
PLAN ESSENTIAL	\$ 7.618.750	\$ 7.618.750	\$ 7.618.750	\$ 7.618.750	
PLAN PREMIUM	\$ 7.733.750	\$ 7.733.750	\$ 7.733.750	\$ 7.733.750	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
INGRESOS CORRIENTES	PRIMERO	SEGUNDO		CUARTO	TOTAL
PLAN EXPRESS	\$ 143.141.250	\$ 173.276.250	\$ 210.945.000	\$ 241.080.000	\$ 768.442.500
PLAN ESSENTIAL	\$ 38.093.750	\$ 76.187.500	\$ 99.043.750	\$ 121.900.000	\$ 335.225.000
PLAN PREMIUM	\$ 38.668.750	\$ 77.337.500	\$ 100.538.750	\$ 123.740.000	\$ 340.285.000
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS POR OTROS SERVICIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS CORRIENTES	\$ 219.903.750	\$ 326.801.250	\$ 410.527.500	\$ 486.720.000	\$ 1.443.952.500

Tabla 9. Presupuesto Anual de Ingresos.

AQUABIKE					
PRESUPUESTO ANUAL COSTOS DE OPERACIÓN					
TRIMESTRES					-
DETALLE	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	TOTAL
ARRENDAMIENTOS	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 23.400.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 3.600.000
DEPRECIACION MUEBLES Y EQUIPO	\$ 153.644	\$ 153.644	\$ 153.644	\$ 153.644	\$ 614.574
VALOR SEGUROS DE OPERACIÓN	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 416.172
IMPUESTOS ADMINISTRACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANTENIMIENTO MUEB. Y EQUIPO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 2.850.000
OTROS CARGOS POR GASTOS	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 690.000
TOTALES	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 31.570.746

Tabla 10. Presupuesto anual de gastos operacionales de ventas

PRESUPUESTO ANUAL COSTOS DE OPERACIÓN					
TRIMESTRES					-
DETALLE	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	TOTAL
ARRENDAMIENTOS	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 11.700.000	\$ 46.800.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 7.200.000
DEPRECIACION MUEBLES Y EQUIPO	\$ 396.162	\$ 396.162	\$ 396.162	\$ 396.162	\$ 1.584.648
VALOR SEGUROS DE OPERACIÓN	\$ 208.086	\$ 208.086	\$ 208.086	\$ 208.086	\$ 832.343
IMPUESTOS ADMINISTRACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANTENIMIENTO MUEB. Y EQUIPO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000	\$ 5.700.000
OTROS CARGOS POR GASTOS	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 1.380.000
TOTALES	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 63.496.991

Tabla 11. Presupuesto anual de gastos administrativos.

PRESUPUESTO ANUAL DE PUBLICIDAD					
TRIMESTRES					-
DETALLE	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	TOTAL
VOLANTES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FOLLETOS	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 4.320.000
PLEGABLES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CATALOGOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PENDONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALLAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PASACALLES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ALMANAQUES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PAGINAS AMARILLAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
STADS - EXPOSICIONES	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 18.000.000
IMPULSADORAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SACHETTS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEGUSTACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
REVISTAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PRENSA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INTERNET	\$ 5.400.000	\$ 5.400.000	\$ 5.400.000	\$ 5.400.000	\$ 21.600.000
RADIO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TELEVISION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS CANALES PUBLIC.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTALES	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 43.920.000

Tabla 12. Presupuesto Trimestral de Publicidad.

12.3 Regresión

El análisis de la regresión es una técnica estadística que se puede utilizar para desarrollar una ecuación matemática que muestre como se relacionan las variables independientes y dependientes. Este método se utiliza para predecir el incremento mensual del producto, el cual se calcula con el crecimiento de precios (Adauto Aliaga, 2012).

CRECIMIENTO DEL CONSUMO			Miles \$		
AÑOS	X	Y	XY	X2	Y2
		DPIB%			
2.012	1		0,0	1,0	0,0
2.013	2		0,0	4,0	0,0
2.014	3		0,0	9,0	0,0
2.015	4		0,0	16,0	0,0
2.016	5		0,0	25,0	0,0
2.017	6		0,0	36,0	0,0
2.018	7		0,0	49,0	0,0
2.019	8		0,0	64,0	0,0
SUMATORIA	36	0,0	0,0	204,0	0,0
N 8,0 (E X) ² (E Y) ² CUADRADOS 1.296,0 0,0					

Ilustración 10. Crecimiento de Consumo.

CRECIMIENTO DE PRECIOS			Miles \$		
AÑOS	X	Y	XY	X2	Y2
		IPC %			
2.014	1	3,66%	0,0	1,0	0,0
2.015	2	6,77%	0,1	4,0	0,0
2.016	3	5,75%	0,2	9,0	0,0
2.017	4	4,09%	0,2	16,0	0,0
2.018	5	3,18%	0,2	25,0	0,0
2.019	6	3,80%	0,2	36,0	0,0
2.020	7	1,61%	0,1	49,0	0,0
2.021	8	5,62%	0,4	64,0	0,0
SUMATORIA	36	0,3	1,5	204,0	0,0
N 8,0 (E X) ² (E Y) ² CUADRADOS 1.296,0 0,1					

Ilustración 11. Crecimiento de Precios.

12.4 Flujo Anual y Mensual

Se entiende como flujo, al reporte financiero que sirve “para diferenciar los egresos de los ingresos de dinero en un período determinado” (Urzúa, 2022). El flujo neto puede ser positivo, esto significa que han sido mayores los ingresos que los egresos, o puede ser negativo, lo que equivale a que los egresos superan los ingresos.

Para tener una organización sólida, se deben distribuir las cargas para lograr un equilibrio entre los ingresos y egresos. La Comercializadora Aquabike tendrá un flujo neto positivo, para el mes de julio (como se puede observar en la Tabla 19).

AQUABIKE						
FLUJO DE FONDOS DE OPERACIÓN TRIMESTRAL						
CUENTA	ANEX No	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	2.023 TOTAL
INGRESOS POR VENTAS	ANEXO 1	\$ 219.903.750	\$ 326.801.250	\$ 410.527.500	\$ 486.720.000	\$ 1.443.952.500
OTROS INGRESOS	ANEXO 1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS		\$ 219.903.750	\$ 326.801.250	\$ 410.527.500	\$ 486.720.000	\$ 1.443.952.500
COSTOS DE PRODUCCION		\$ 187.307.943	\$ 263.395.443	\$ 323.039.193	\$ 377.301.693	\$ 1.151.044.273
COSTO DIRECTO		\$ 173.650.721	\$ 249.738.221	\$ 309.381.971	\$ 363.644.471	\$ 1.096.415.386
MATERIA PRIMA	ANEXO 2	\$ 156.806.250	\$ 232.893.750	\$ 292.537.500	\$ 346.800.000	\$ 1.029.037.500
MATERIALES	ANEXO 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANO DE OBRA	ANEXO 3	\$ 3.589.673	\$ 3.589.673	\$ 3.589.673	\$ 3.589.673	\$ 14.358.690
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 3	\$ 834.254	\$ 834.254	\$ 834.254	\$ 834.254	\$ 3.337.014
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 3	\$ 1.170.545	\$ 1.170.545	\$ 1.170.545	\$ 1.170.545	\$ 4.682.182
AMORTIZACION PASIVOS	DATOS	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 45.000.000
COSTOS INDIRECTOS		\$ 13.657.222	\$ 13.657.222	\$ 13.657.222	\$ 13.657.222	\$ 54.628.887
SUMINISTROS	ANEXO 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANO DE OBRA	ANEXO 3	\$ 3.700.073	\$ 3.700.073	\$ 3.700.073	\$ 3.700.073	\$ 14.800.290
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 3	\$ 859.911	\$ 859.911	\$ 859.911	\$ 859.911	\$ 3.439.644
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 3	\$ 1.206.545	\$ 1.206.545	\$ 1.206.545	\$ 1.206.545	\$ 4.826.182
COSTO POR ARRENDAMIENTO	ANEXO 4	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 23.400.000
SERVICIOS PUBLICOS DE FABRICA	ANEXO 4	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 3.600.000
DEPRECIACION DE FABRICA	ANEXO 4	\$ 151.650	\$ 151.650	\$ 151.650	\$ 151.650	\$ 606.600
VALOR SEGUROS DE PLANTA	ANEXO 4	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 416.172
IMPUESTOS A CARGO DE FABRICA	ANEXO 4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO POR MANTENIMIENTO	ANEXO 4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION DE DIFERIDOS	ANEXO 4	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 2.850.000
OTROS CARGOS POR C.I.F.	ANEXO 4	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 690.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 50.855.307	\$ 50.855.307	\$ 50.855.307	\$ 50.855.307	\$ 203.421.227
SUELDOS	ANEXO 5	\$ 15.180.000	\$ 15.180.000	\$ 15.180.000	\$ 15.180.000	\$ 60.720.000
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 5	\$ 3.601.059	\$ 3.601.059	\$ 3.601.059	\$ 3.601.059	\$ 14.404.236
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 5	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$ 19.800.000
OTROS GASTOS DE ADMON	ANEXO 6	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 63.496.991
AMORTIZACION DE CREDITOS	DATOS	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 45.000.000
GASTOS DE VENTAS		\$ 29.659.531	\$ 29.659.531	\$ 29.659.531	\$ 29.659.531	\$ 118.638.126
SUELDOS	ANEXO 7	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000	\$ 27.600.000
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 7	\$ 1.636.845	\$ 1.636.845	\$ 1.636.845	\$ 1.636.845	\$ 6.547.380
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 7	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 9.000.000
OTROS GASTOS DE VENTAS	ANEXO 8	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 31.570.746
GASTOS DE PUBLICIDAD	ANEXO 9	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 43.920.000
TOTAL EGRESOS		\$ 267.822.781	\$ 343.910.281	\$ 403.554.031	\$ 457.816.531	\$ 1.473.103.625
SUPERAVIT / DEFICIT - MES		\$ -47.919.031	\$ -17.109.031	\$ 6.973.469	\$ 28.903.469	\$ -29.151.125
S / D - ACUMULADO		\$ -47.919.031	\$ -65.028.063	\$ -58.054.594	\$ -36.124.594	

Tabla 13. Flujo de Fondos de Operación Mensual.

Otros indicadores de rentabilidad son el PRI (Periodo de recuperación de la inversión), TIR (Tasa Interna de Retorno) y VPN (valor presente neto). El PRI es un instrumento que “mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días” (Instituto tecnológico de Sonora, S.f), para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Ilustración 12. Fórmula PRI.

Donde:

- a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b = Inversión Inicial
- c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversion.

El PRI anual de la organización es de \$ 85.182.769 (ver Tabla 20), lo que permite concluir que la organización recuperará su inversión inicial en menos de un año, e incluso obtendrá ganancias.

El VPN se encarga de “sumar los beneficios netos futuros del proyecto actualizado a un año común a una tasa de descuento relevante” (Centro de Estudios para la Preparación y Evaluación Socioeconómica de Proyectos, 2017). Para calcular el VPN, se utiliza la siguiente formula:

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1 + k)^t} - FE_0$$

Ilustración 13. Fórmula VPN.

El VPN es un valor que indica si el negocio, tiene perdidas o ganancias. En el caso de la Comercializadora Aquabike, su VPN es de \$ 11.156.791 (ver Tabla 20) esta cifra es muy prometedora, representa liquidez y estabilidad.

En cuanto al TIR “es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión para comprobar la viabilidad de una inversión. Permite comparar inversiones entre ellas. Cuanto mayor sea la TIR mejor será la inversión (Sevilla Arias, S.f)”. Para determinar el TIR se utiliza la siguiente formula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^N \frac{C_n}{(1 + r)^n} = 0$$

Ilustración 14. Fórmula del TIR.

I₀: es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)

N: es el número de periodos de tiempo

F_t: son los flujos de dinero en cada periodo t

El TIR de la organización es de 36.5% (ver Tabla 20), lo que implica que se esta ante un proyecto empresarial rentable, que supone unos intereses altos para los inversionistas.

AQUABIKE						
FLUJO DE FONDOS DE OPERACIÓN TRIMESTRAL						
CUENTA	ANEX No	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	2.023 TOTAL
INGRESOS POR VENTAS	ANEXO 1	\$ 219.903.750	\$ 326.801.250	\$ 410.527.500	\$ 486.720.000	\$ 1.443.952.500
OTROS INGRESOS	ANEXO 1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS		\$ 219.903.750	\$ 326.801.250	\$ 410.527.500	\$ 486.720.000	\$ 1.443.952.500
COSTOS DE PRODUCCION		\$ 187.307.943	\$ 263.395.443	\$ 323.039.193	\$ 377.301.693	\$ 1.151.044.273
COSTO DIRECTO		\$ 173.650.721	\$ 249.738.221	\$ 309.381.971	\$ 363.644.471	\$ 1.096.415.386
MATERIA PRIMA	ANEXO 2	\$ 156.806.250	\$ 232.893.750	\$ 292.537.500	\$ 346.800.000	\$ 1.029.037.500
MATERIALES	ANEXO 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANO DE OBRA	ANEXO 3	\$ 3.589.673	\$ 3.589.673	\$ 3.589.673	\$ 3.589.673	\$ 14.358.690
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 3	\$ 834.254	\$ 834.254	\$ 834.254	\$ 834.254	\$ 3.337.014
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 3	\$ 1.170.545	\$ 1.170.545	\$ 1.170.545	\$ 1.170.545	\$ 4.682.182
AMORTIZACION PASIVOS	DATOS	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 45.000.000
COSTOS INDIRECTOS		\$ 13.657.222	\$ 13.657.222	\$ 13.657.222	\$ 13.657.222	\$ 54.628.887
SUMINISTROS	ANEXO 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MANO DE OBRA	ANEXO 3	\$ 3.700.073	\$ 3.700.073	\$ 3.700.073	\$ 3.700.073	\$ 14.800.290
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 3	\$ 859.911	\$ 859.911	\$ 859.911	\$ 859.911	\$ 3.439.644
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 3	\$ 1.206.545	\$ 1.206.545	\$ 1.206.545	\$ 1.206.545	\$ 4.826.182
COSTO POR ARRENDAMIENTO	ANEXO 4	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 23.400.000
SERVICIOS PUBLICOS DE FABRICA	ANEXO 4	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 3.600.000
DEPRECIACION DE FABRICA	ANEXO 4	\$ 151.650	\$ 151.650	\$ 151.650	\$ 151.650	\$ 606.600
VALOR SEGUROS DE PLANTA	ANEXO 4	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 104.043	\$ 416.172
IMPUESTOS A CARGO DE FABRICA	ANEXO 4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO POR MANTENIMIENTO	ANEXO 4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACION DE DIFERIDOS	ANEXO 4	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 712.500	\$ 2.850.000
OTROS CARGOS POR C.I.F.	ANEXO 4	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 690.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 50.855.307	\$ 50.855.307	\$ 50.855.307	\$ 50.855.307	\$ 203.421.227
SUELDOS	ANEXO 5	\$ 15.180.000	\$ 15.180.000	\$ 15.180.000	\$ 15.180.000	\$ 60.720.000
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 5	\$ 3.601.059	\$ 3.601.059	\$ 3.601.059	\$ 3.601.059	\$ 14.404.236
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 5	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$ 19.800.000
OTROS GASTOS DE ADMON	ANEXO 6	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 15.874.248	\$ 63.496.991
AMORTIZACION DE CREDITOS	DATOS	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000	\$ 45.000.000
GASTOS DE VENTAS		\$ 29.659.531	\$ 29.659.531	\$ 29.659.531	\$ 29.659.531	\$ 118.638.126
SUELDOS	ANEXO 7	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000	\$ 27.600.000
PRESTACIONES SOCIALES	ANEXO 7	\$ 1.636.845	\$ 1.636.845	\$ 1.636.845	\$ 1.636.845	\$ 6.547.380
APORTES PARAFISCALES	ANEXO 7	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 9.000.000
OTROS GASTOS DE VENTAS	ANEXO 8	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 7.892.686	\$ 31.570.746
GASTOS DE PUBLICIDAD	ANEXO 9	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 10.980.000	\$ 43.920.000
TOTAL EGRESOS		\$ 267.822.781	\$ 343.910.281	\$ 403.554.031	\$ 457.816.531	\$ 1.473.103.625
SUPERAVIT / DEFICIT - MES		\$ -47.919.031	\$ -17.109.031	\$ 6.973.469	\$ 28.903.469	\$ -29.151.125
S / D - ACUMULADO		\$ -47.919.031	\$ -65.028.063	\$ -58.054.594	\$ -36.124.594	

Tabla 14. Proyección de Flujo Neto de Fondos.

Conclusiones

Se determinó que el plan de negocios de la Comercializado Aquabike, es viable, pues según el estudio financiero, la inversión inicial es del alrededor de \$100 millones de pesos, de los cuales \$45 millones serán por cuenta de la organización y \$55 millones de pesos por inversionistas.

Se espera que este negocio atraiga varios inversionistas, pues se proyecta un TIR 161.9% y en tan solo 7 meses operaciones la compañía llegara a un punto de equilibrio y solvencia económica.

En cuanto al estudio de mercado, la encuesta que goza de una confianza del 95% y un margen de error del 9.61%. Dio como resultado que más del 97% de los encuestados mostro un interés por el producto y por lo menos el 47.2% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre 7 y 8 millones de pesos colombianos por la aquabike. Lo que permitió fijar el precio de las bicicletas acuáticas en \$7.533.750, lo que implica una ganancia de alrededor del 40%.

Se pudo concluir entonces que el público objetivo: siente agrado por los colores y el logo de la marca, poseen un gran interés por las bicicletas acuáticas y estarían dispuestos a comprarlas por el precio fijado.

Bibliografía

- Adauto Aliaga, L. (2012). análisis de regresión múltiple y juicio experto en la elaboración de pronóstico de venta para una eficiente gestión comercial en la empresa Nekaso I.E.IR.L. Obtenido de <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/2355/Adauto%20Aliaga.pdf?sequence=1>
- Alcaldía de Armenia. (2022). El Municipio de Armenia. Obtenido de <https://www.municipio.com.co/municipio-armenia-qui.html>
- Alcaldía de Bogotá. (2022). Micro Empresa Local 3.0. Obtenido de <http://bosa.gov.co/noticias/distrito-entregara-hasta-10-millones-impulsar-pequenos-emprendimientos-y-microempresas-los>
- Alderete Barrera, & Rodríguez García. (Marzo de 2016). ¿Son importantes los estudios de mercado? La opinión de. *Cathedra et Scientia*, 184. Obtenido de http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0024_estudios_de_mercado_opinion_empresarios.pdf
- Becerra Elejalde, L. L. (2022). Productos asociados al deporte son el 0,25% del PIB nacional. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/productos-asociados-al-deporte-son-el-0-25-del-pib-nacional-566875>
- Bogotá cómo vamos. (2021). otal de población en Bogotá por localidades, 2008 - 2021. Obtenido de <https://bogotacomovamos.org/datos/poblacion/>
- Camara de Comercio. (2022). Información General para la Creación de una Empresa. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>
- Caracol Televisión. (2016). Tarifas 2019 Caracol Next. Obtenido de <https://www.caracolnext.com/mt-content/uploads/2019/03/tarifas-2019-caracol-next.pdf>
- Castillo Claros, Y. Z., Delgado Martínez, M., & Gallego Guerrero, C. (2020). Análisis del Proceso de Importación de Bicicletas desde Suiza a Colombia. Obtenido de https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2043/AN%C3%81LISIS_PROCESO_IMPORTACION_%20BICICLETAS_DESDE_SUIZA_HACIA_COLOMBIA.pdf
- Centro de Estudios para la Preparación y Evaluación Socioeconómica de Proyectos. (Junio de 2017). Indicadores de Rentabilidad. Obtenido de https://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/boletines/indicadores_rentabilidad.pdf
- Colombia, C. d. (2016). Ley 1780 del 2 de mayo de 2016. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/desarrollo-empresarial/leyes/ley-1780-del-2-de-mayo-de-2016.aspx>

- Coneo, M. (2022). Grandes cadenas de gimnasio en Colombia se unen para pedir apoyo del gobierno. *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/grandes-cadenas-de-gimnasio-en-colombia-se-unen-para-pedir-apoyo-del-gobierno-2981832>
- Congreso de Colombia. (2016). Ley 1819 de 2016 Nivel Nacional. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=68189>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2022). *Cuenta Satélite del Deporte*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/13062022-CSD-indicadores-deporte-_DSCN-DIMPE.pdf
- DIAN. (2022). los pasos para que tú mismo puedas inscribir tu pre-RUT de persona jurídica. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Paso-a-paso-Inscripcion-Pre-RUT-PJ.aspx#:~:text=Lo%20primero%20es%20ingresar%20a,la%20opci%C3%B3n%20C%C3%A1mara%20de%20comercio.>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2 de Junio de 2000). RESOLUCION 4240. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20004240%20de%2001-06-2000.pdf>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (S.f). Declaración Activos en el Exterior. Obtenido de https://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/Paginas/declaracion_activos_exterior.aspx
- Fernández Nogales, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: ESIC. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA47&dq=metodologia+cualitativa+en+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiVy_jsgdb6AhXYTDABHXi_A8sQuwV6BAgJEAc#v=onepage&q=metodologia%20cualitativa%20en%20mercado&f=false
- Garrido, C. (2 de Junio de 2020). El ejercicio que ayuda a recuperarse del Covid-19. Obtenido de https://www.abc.es/salud/enfermedades/abci-ejercicio-ayuda-recuperarse-covid-19-202006021439_noticia.html
- Gaviria Muñoz, S. (2021). Boom de Bicicletas. Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/simon-gaviria-munoz-401830/boom-de-bicicletas-3249806>
- Gobierno de la República de Colombia. (2014). Acuerdo entre la República de Colombia y el gobierno de la República Francesa sobre el fomento y protección recíprocos de inversiones. Obtenido de https://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/francia_1.pdf
- Hernández Sampieri, R. (2000). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Ibertic. (S.f). *Entrevistas en Profundidad: guía y pautas para su desarrollo*. Ibertic. Obtenido de https://oei.org.ar/ibertic/evaluacion/pdfs/ibertic_guia_entrevistas.pdf
- Instituto tecnológico de Sonora. (S.f). Planeación y Evaluación Financiera .
- La República. (2022). Cuánto cuesta la membresía de un club social en algunas ciudades de Colombia. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/cuanto-cuesta-se-parte-de-clubes-en-colombia-2892761>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). ¿Cómo importar a Colombia? Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/como-importar-a-colombia>
- Miranda Peña, K. M., Rojas Lara, R., Villalba Hodwalker, M., & Cabrales Baquero, E. (2020). Proyecto para crear un beneficio tributario a la fabricación nacional de bicicletas en Colombia. Obtenido de <https://mirandabogota.com/bicicletas-claves-para-la-economia-y-el-medio-ambiente/>
- Puig, M. (2013). *Hacer ejercicio en el agua*.
- Rada Igúzquiza, V. (2002). *Tipos de encuestas y diseños de investigación*.
- Retail Digital. (2022). Obtenido de <https://retaildigital.mx/cuanto-cobra-facebook-por-publicidad/>
- Santaella, J. (17 de Septiembre de 2022). Qué tipos de inversión financiera existen y cuáles son sus características. *Economía III : Información para el liderazgo*. Obtenido de <https://economia3.com/tipos-de-inversion-financiera/>
- Sevilla Arias, A. (S.f). Tasa interna de retorno (TIR).
- Urzúa, F. (30 de Marzo de 2022). ¿Qué es el flujo de caja y cuál es su importancia? Obtenido de <https://www.chipax.com/blog/que-es-el-flujo-de-caja-y-cual-es-su-importancia/>