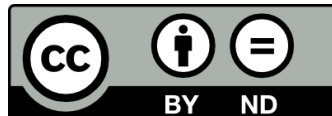


**Viabilidad del emprendimiento ING-BIKER REPUESTOS y ACCESORIOS:
Comercialización de Repuestos y Accesorios para Motocicletas en Villavicencio, Meta.**



Brayan Arturo Pinzón Blanco

Jineth Nataly Falla Pardo



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO
2025

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

**Viabilidad del emprendimiento ING-BIKER REPUESTOS y ACCESORIOS:
Comercialización de Repuestos y Accesorios para Motocicletas en Villavicencio, Meta.**

Brayan Arturo Pinzón Blanco

Jineth Nataly Falla Pardo

Tesis presentada como requisito para optar al título de:

Ingeniero Industrial

Asesor

Ing. Mg. DIANA PAOLA GUTIÉRREZ ROMERO

Magíster en Dirección y Administración de Empresas MBA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO
2025

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 santotovillavo



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras · Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEG0, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Adrián Mauricio GARCÍA PEÑARANDA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria general Seccional Villavicencio

Mg. Víctor Andrés RINCÓN GONZÁLEZ

Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 **santotovillavo**



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras · Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Agradecimientos

Agradecemos profundamente a Dios, por bendecirnos cada día con salud, sabiduría y fuerza. Por ser guía constante en nuestro camino, y acompañarnos en los momentos de dificultad. Gracias por permitirnos culminar esta etapa con gratitud y satisfacción.

A nuestros padres, por ser el pilar fundamental de nuestras vidas. Por su amor incondicional, por su apoyo emocional y económico, por sus palabras de aliento y enseñanzas que nos han guiado siempre. Gracias por confiar en nosotros, por creer en nuestras metas y por acompañarnos con paciencia y esperanza en cada paso de este camino.

A nuestras familias, por sus oraciones, consejos y cariño constante. Por ser ese respaldo firme que nos impulsó a seguir adelante, incluso en los momentos más exigentes de este proceso.

A nuestros docentes, por brindarnos no solo conocimientos técnicos, sino también enseñanzas de vida. En especial, a la Ingeniera Diana Gutiérrez, directora de este proyecto, por su orientación, entrega y compromiso con nuestro crecimiento académico. Al Ingeniero Daniel Saavedra y a la Ingeniera Adriana Céspedes, por sus valiosos aportes, consejos y por ser fuente de motivación y conocimiento a lo largo de esta formación.

A la Universidad Santo Tomás, y particularmente a la Facultad de Ingeniería Industrial, por abrirnos las puertas al conocimiento, por ofrecernos una formación integral, y por ser el escenario donde se realizó este sueño profesional que hoy se hace realidad.

Finalmente, a todas aquellas personas que, de una u otra forma, aportaron a este logro. Gracias por su generosidad, tiempo y apoyo. Este trabajo también les pertenece.

Resumen

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS, ubicado en Villavicencio, Meta, se dedica a la comercialización de repuestos, accesorios, llantas, lubricantes, iluminación y artículos de limpieza para motocicletas. Su propuesta de valor se distingue por un servicio integral que incluye instalación gratuita en artículos seleccionados, atención personalizada antes y después de la venta, entregas a domicilio sin costo en el barrio Estero y un programa de fidelización exclusivo. El análisis de mercado muestra una alta demanda, impulsada por el crecimiento del parque automotor y un perfil de consumidor compuesto principalmente por hombres entre 18 y 50 años, usuarios frecuentes de motocicletas. Para asegurar eficiencia operativa, el emprendimiento cuenta con una tienda física, bodega propia y procesos logísticos bien definidos. Se han establecido alianzas estratégicas con marcas reconocidas como Forward, Deli Tire, Motul, Mobil, Castrol y Motoled, garantizando artículos de alta calidad. Además, colabora con fabricantes nacionales de accesorios en acero inoxidable, lo que permite ofrecer una propuesta variada y exclusiva. En el aspecto financiero, el proyecto es rentable y sostenible, con proyecciones sólidas y un control adecuado de costos. ING-BIKER se posiciona como una propuesta innovadora y competitiva en el mercado regional.

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS, located in Villavicencio, Meta, is dedicated to the commercialization of spare parts, accessories, tires, lubricants, lighting and cleaning products for motorcycles. Its value proposition is distinguished by a comprehensive service that includes free installation of selected products, personalized attention before and after the sale, free home deliveries, and an exclusive loyalty program. Market analysis shows high demand, driven by the growth of the vehicle fleet and a consumer profile composed mainly of men between the ages of 18 and 50 who are frequent motorcycle users. To ensure operational efficiency, the company has a physical store, its own warehouse, and well-defined logistics processes. Strategic alliances have been established with well-known brands such as Forward, Deli Tire, Motul, Mobil, Castrol, and Motoled, guaranteeing high-quality products. It also collaborates with national manufacturers of stainless-steel accessories, which allows it to offer a varied and exclusive proposal. Financially,

Opción de Grado II: Creación de Empresa

the project is profitable and sustainable, with solid projections and adequate cost control. ING-BIKER is positioned as an innovative and competitive proposal in the regional market.

Palabras claves: Motocicletas, repuestos, accesorios, sostenibilidad comercialización

Tabla de Contenido

Resumen.....	5
Equipo de Trabajo	14
Nombre de la Empresa y Actividad Económica	14
Introducción	15
Planteamiento del Problema.....	18
Justificación	19
Descripción de la Oportunidad de Negocio Identificada.....	20
FODA	22
Estrategias FO	22
Estrategias FA	23
Estrategias DO.....	23
Estrategias DA.....	23
Lienzo CANVAS	24
Alcance o Delimitación	25
Estudio del Mercado.....	26
Descripción del Producto	26
Llantas.....	26
Lubricantes	26
Accesorios de Lujo.....	27
Iluminación	27
Repuestos.....	27
Artículos de Limpieza	27
Análisis del Sector Industrial.....	28
Macro Localización.....	28
Micro Localización.....	29

Mercado Objetivo.....	30
Análisis de la Competencia	32
Competidores Directos.....	32
Competidores Indirectos	33
Análisis de Canales de Distribución.....	35
Evaluación de los Canales.....	36
Estrategias de Precio	37
Estrategias de Promoción.....	38
Estrategias de comunicación.....	39
Pronóstico de la Demanda	40
Proyección de Ventas.....	42
Suposiciones	42
Cálculo de la proyección	42
Proyección Anual y crecimiento proyectado del 5%	43
Marketing Mix	44
Producto.....	44
Estudio Técnico	45
Análisis de proveedores.....	45
Análisis de Riesgos Asociados a los Proveedores	45
Estrategias de Relación con Proveedores	46
línea de artículos.....	46
Evaluación de la línea de artículos.....	47
Máquinas y Equipos	48
Descripción del Proceso Productivo.....	50
Diseño y análisis de la capacidad de producción	51
Diseño de capacidad	51
Análisis de capacidad	51

Optimización del espacio	52
Diseño y Análisis de Planta.....	53
Distribución de espacios	53
Consideraciones de optimización.....	54
Análisis de Capacidad de la Planta.....	55
Plan de compras	56
Planificación del Inventario	56
Recepción y Control de Calidad.....	56
Almacenamiento y Distribución	57
Preparación y Despacho de Pedidos	57
Plan de Atención al Cliente.....	57
Optimización de procesos	58
Capacidad de Respuesta y Escalabilidad	58
Costeo de la producción	59
Costo de adquisición de artículos.....	59
Costos de almacenamiento	59
Costos de operación.....	59
Costos de distribución y entrega	60
Costos de marketing y promoción	60
Costos administrativos.....	60
Costos de instalación de artículos	61
Estructura legal y jurídica	62
Planeación estratégica.....	62
Misión.....	63
Visión.....	63
Isologo.....	63
Slogan	63

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Objetivos corporativos	64
Manual de Funciones.....	66
Análisis de costos y gastos administrativos.....	69
Estudio Financiero	71
Inversión inicial.....	72
Amortización del crédito	74
Balance general	79
Análisis de impactos.....	80
Conclusiones.....	81
Referencias	82

Facultad Ingeniería Industrial

Índice de figuras

Figura 1	Análisis FODA de ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS	22
Figura 2	CANVAS modelo de negocio de ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS.....	24
Figura 3	Ubicación de Villavicencio en el Departamento del Meta Colombia	29
Figura 4	Flujograma del proceso productivo de ING-BIKER	50
Figura 5	Planos de distribución del establecimiento ING-BIKER	53
Figura 6	Isologo de ING-BIKER	63
Figura 7	Organigrama	66
Figura 8	Simulador de credito Bancolombia	74
Figura 9	Balance general de 2024.....	79

Índice de graficas

Gráfica 1 Resultados de la encuesta realizada a 277 personas que demostraron interés en ser clientes.....	30
Gráfica 2 Respuesta a la pregunta ¿Dónde suele adquirir sus repuestos y accesorios para motos?	32
Gráfica 3 ¿Con qué frecuencia requiere o ha requerido repuestos para la moto?	40
Gráfica 4 ¿Con qué frecuencia realiza mantenimiento preventivo en su moto?	41

Índice de tablas

Tabla 1 Información del equipo de trabajo	14
Tabla 2 Proyección de ventas	43
Tabla 3 línea de artículos.....	46
Tabla 4 Máquinas y Equipos de ING-BIKER.....	48
Tabla 5 Costos de almacenamiento mensual.....	59
Tabla 6 Costos de operación mensuales.....	59
Tabla 7 Costos de marketing mensual.....	60
Tabla 8 Costos administrativos mensuales.....	60
Tabla 9 Objetivos corporativos	64
Tabla 10 Manual de funciones del gerente.....	66
Tabla 11 Manual de funciones del aux.....	67
Tabla 12 Análisis de costos y gastos administrativos	69
Tabla 13 Mano de obra.....	71
Tabla 14 Provisiones de nomina	71
Tabla 15 Inversión Inicial.....	72
Tabla 16 Estado de resultados de los primeros 5 años	73
Tabla 17 Datos para la amortización.....	74
Tabla 18 Tabla de amortización	75
Tabla 19 Interés anual	77
Tabla 20 VPN, TIR, R B/C	77
Tabla 21 VPN, TIR, R B/C datos.....	77
Tabla 22 Impactos positivos y negativos	80

Equipo de Trabajo

Tabla 1

Información del equipo de trabajo

ROL	NOMBRE	CVLAC	SCHOLAR	ORCID
Estudiante	Brayan Arturo Pinzón Blanco	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002086812	https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=CAglwCYAAAAJ	https://orcid.org/0009-0003-0930-7770
Estudiante	Jineth Nataly Falla Pardo	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do	https://scholar.google.com/citations?view_op=list_works&hl=es&user=uBwBB9gAAAAJ	https://orcid.org/0009-0001-5474-2945
Director	Diana Gutierrez	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001685748	https://scholar.google.com/citations?view_op=list_works&hl=es&authuser=1&user=Sgn8V2gAAAAJ	https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0002-7244-8950

Nombre de la Empresa y Actividad Económica

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS. CIU 4541 (Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios).

Introducción

En Colombia, el uso de la motocicleta ha adquirido una gran relevancia en la última década, consolidándose como uno de los medios de transporte más utilizados por su bajo costo, agilidad en el tránsito y funcionalidad tanto en entornos urbanos como rurales. Esta tendencia se ha fortalecido aún más en regiones intermedias como Villavicencio, capital del departamento del Meta, donde la motocicleta es ampliamente usada no solo como medio de transporte individual, sino también como herramienta de trabajo. (Camara de la Industria de Motocicletas, 2024) En este contexto, se ha generado una demanda creciente de artículos que permitan mantener estos vehículos en óptimas condiciones mecánicas y estéticas, lo cual abre una oportunidad significativa para el desarrollo de iniciativas comerciales especializadas. Es en respuesta a esta necesidad que nace el emprendimiento ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS, una propuesta orientada a la comercialización de repuestos, llantas, lubricantes, accesorios, iluminación y artículos de limpieza para motocicletas.

El objetivo de este proyecto es evaluar la viabilidad del emprendimiento ING-BIKER, el cual se enfoca en ofrecer una experiencia de compra integral que combine artículos de alta calidad, atención personalizada y servicios complementarios como la instalación gratuita en artículos seleccionados y entregas sin costo en el barrio Estero. Dentro de su oferta se destacan las llantas de la marca Deli Tire, reconocidas por su resistencia y adaptabilidad, así como los artículos de limpieza de la marca Forward, biodegradables y alineados con las tendencias de consumo responsable y amigable con el medio ambiente.

El documento presenta un análisis detallado del entorno, el comportamiento del consumidor, la estructura operativa y los elementos clave del modelo de negocio, con el fin de establecer si ING-BIKER cuenta con los recursos y condiciones necesarias para consolidarse como una opción competitiva en el mercado local. Se inicia con el planteamiento del problema, en el que se identifican fallas comunes en los servicios actuales ofrecidos por tiendas y concesionarios, como la falta de seguimiento en la atención al cliente, tiempos prolongados de espera y escasa personalización en la asesoría comercial. Estos aspectos afectan la percepción del usuario, limitan

su fidelización y generan una brecha que ING-BIKER busca cubrir con un servicio más cercano, rápido y confiable.

Posteriormente, se desarrolla la justificación del proyecto, sustentada en el aumento de motocicletas en circulación y el crecimiento del sector de comercio y reparación de vehículos en el Meta, que según datos oficiales representa una parte significativa de la actividad económica local. El emprendimiento se presenta como una alternativa para dinamizar este sector, aportando a la mejora en la atención al cliente y fomentando relaciones comerciales basadas en la confianza y el cumplimiento. Además, se destaca el compromiso con la sostenibilidad ambiental a través de la distribución de artículos ecológicos, como los de la línea Forward, lo que responde a las exigencias de un consumidor cada vez más consciente.

El documento también incluye la descripción de la oportunidad de negocio, evidenciada en la alta frecuencia con la que los usuarios requieren artículos para el mantenimiento y la personalización de sus motocicletas. Según una encuesta aplicada en Villavicencio a 277 personas, un alto porcentaje de usuarios realiza compras mensuales o trimestrales relacionadas con repuestos o accesorios, y el 95 % manifestó estar dispuesto a adquirir artículos en una tienda como ING-BIKER. Estos datos reflejan un mercado activo y constante, que puede ser aprovechado con una propuesta diferenciada y orientada al cliente.

A continuación, se presenta un análisis FODA que identifica las fortalezas del emprendimiento, como el respaldo de marcas reconocidas, un servicio completo en las etapas de preventa, venta y posventa, y estrategias comerciales como la tarjeta de fidelización que premia la recurrencia de compra. También se consideran debilidades como la ubicación del local, que no se encuentra en una zona comercial tradicional, y amenazas como la competencia informal y la variabilidad en los precios de artículos importados. Con base en ello, se plantean estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y reducir los riesgos asociados.

El modelo de negocio se desarrolla a través del lienzo CANVAS, que permite visualizar de forma estructurada las relaciones con los clientes, canales de distribución, fuentes de ingresos, actividades clave, recursos y alianzas estratégicas. ING-BIKER utilizará una combinación de tienda física, redes sociales, atención por WhatsApp Business y colaboración con talleres

mecánicos, lo que permitirá llegar a diferentes tipos de consumidores, incluyendo motociclistas particulares, trabajadores que dependen de su vehículo para generar ingresos, y aficionados a la personalización.

En el estudio técnico se detallan aspectos como la micro y macro localización, el análisis de proveedores, el diseño del espacio físico, la organización del inventario y el equipamiento necesario para la instalación de artículos. La tienda contará con una bodega y área de ventas organizada para facilitar la atención eficiente y el control del stock. Se plantea también un plan de producción centrado en la recepción, almacenamiento, comercialización y despacho de los artículos, con apoyo en herramientas digitales para la gestión de inventario y facturación.

Finalmente, se realiza una proyección financiera que incluye estimaciones de ventas, costos operativos y estrategias de crecimiento. Se calcula una venta mensual aproximada basada en la encuesta y se proyecta un crecimiento del 5 % trimestral. Además, se describen los gastos asociados al funcionamiento del negocio, como alquiler, salarios, servicios públicos, distribución y promoción, concluyendo con un análisis de rentabilidad que valida el potencial económico del emprendimiento.

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS se presenta como una propuesta sólida y pertinente dentro del contexto económico y social de Villavicencio. Su enfoque en la calidad, el servicio al cliente, la sostenibilidad y la fidelización lo posiciona como una alternativa competitiva frente a las opciones existentes en el mercado, con la capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes del consumidor y de consolidarse como un emprendimiento exitoso a mediano y largo plazo.

Planteamiento del Problema

En el comercio de motocicletas en Colombia, se ha identificado una problemática crítica en la gestión del servicio al cliente en los almacenes de repuestos y accesorios para motos. El problema radica en la deficiente atención postventa, donde los clientes enfrentan largos tiempos de espera para obtener repuestos, falta de seguimiento a sus quejas, y una escasa respuesta por parte del personal del concesionario. Estas falencias no solo disminuyen la percepción de la marca, sino que también afectan negativamente la lealtad del cliente y la reputación de la empresa en el mercado local (Reyes, 2018).

El estudio de caso sobre KtmSport, aunque en un contexto diferente, refleja problemas similares, donde la falta de capacitación del personal y la ausencia de estrategias efectivas de atención al cliente han llevado a una disminución en la satisfacción del cliente. Esto pone de relieve la importancia de implementar mejoras en la gestión del servicio al cliente, no solo para cumplir con las expectativas básicas de los consumidores, sino para garantizar la sostenibilidad y éxito a largo plazo de las empresas en un mercado competitivo (Palacios A. , 2022).

Además, la ausencia de recursos clave no solo limita la capacidad operativa, sino que también restringe la capacidad de las empresas para diferenciarse de la competencia al no poder ofrecer un servicio completo que cubra todas las necesidades del cliente (Bedoya, 2016).

Justificación

El proyecto llamado ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS surge como respuesta a una problemática crítica identificada en Colombia, relacionada con la deficiente prestación del servicio frente al cliente en los almacenes de repuestos y accesorios para motos. A la hora de elegir dónde adquirir motocicletas y sus accesorios, los usuarios suelen considerar factores como la comodidad y conveniencia de la compra, el valor del vehículo como una alternativa de transporte, las facilidades de financiamiento disponibles, y, en algunos casos, el prestigio o estatus social que el vehículo puede representar. (perez, 2015).

En Colombia, las motocicletas se han consolidado como uno de los principales medios de transporte debido a su facilidad de movilidad y eficiencia económica. Además, son ampliamente utilizadas como herramienta de trabajo, lo que ha impulsado un constante crecimiento en su venta. Este alto nivel de circulación genera una demanda significativa de servicios de asistencia técnica, lo que hace necesario implementar mejoras en estos procesos para satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes (Bolívar, 2022).

Por lo tanto, este proyecto se aborda plenamente como una iniciativa estratégica para abordar y resolver estas deficiencias en la gestión del servicio al cliente. La implementación de ING-BIKER permitirá desarrollar e integrar soluciones que optimicen la atención al cliente en el almacén, mejorando significativamente los tiempos de respuesta, asegurando un seguimiento efectivo de las quejas y solicitudes, y fortaleciendo la capacitación del personal para ofrecer un servicio de alta calidad acorde con las expectativas de los consumidores de motocicletas.

Descripción de la Oportunidad de Negocio Identificada

El crecimiento del mercado de motocicletas en Colombia ha impulsado una creciente demanda de accesorios y repuestos, lo cual presenta una oportunidad única para satisfacer las necesidades de los motociclistas de la ciudad de Villavicencio. Según la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV) del DANE, el porcentaje de hogares que poseen este tipo de bienes ha mostrado un incremento sostenido a lo largo de los años. En 2003, solo el 8,5% de los hogares contaba con motocicletas, cifra que aumentó al 15,1% en 2008, al 15,9% en 2010, al 26,1% en 2015, al 25,6% en 2018 y, finalmente, al 27,2% en 2023 (Camara de la Industria de Motocicletas, 2024). Adicionalmente, Los consumidores, están buscando artículos que benefician tanto al medio ambiente como a sus propios estilos de vida, favoreciendo prácticas sostenibles y artículos con componentes amigables con el planeta, tales como materiales reciclados y biodegradables (Arroyave, 2017) estos factores abren nuevas posibilidades para comercializar artículos innovadores y diferenciados a un consumidor más consciente de los impactos que generan estos artículos.

Un estudio realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo muestra que, durante el trimestre móvil de septiembre a noviembre de 2023, las actividades de comercio y reparación de vehículos representaron el 24,5% del total de ocupados en el departamento del Meta, lo cual evidencia la intensidad de la competencia en este sector (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2024). Este alto porcentaje sugiere que existen múltiples empresas enfocadas en la comercialización y servicio de vehículos, generando un entorno competitivo en el que ING-BIKER deberá destacarse mediante una propuesta de valor sólida y un enfoque diferenciado en precios, calidad de servicio y atención al cliente, a fin de captar y fidelizar al público objetivo.

ING-BIKER se diferencia en varios aspectos que responden a las necesidades clave de los motociclistas de Villavicencio. En primer lugar, los precios competitivos permiten a los consumidores acceder a una amplia gama de artículos sin sacrificar la atención al cliente, lo cual nos posiciona de manera favorable frente a competidores locales. La oferta incluye una asistencia integral en preventa, venta y postventa que asegura a los clientes el respaldo necesario desde la

orientación en la compra hasta el seguimiento posterior, creando una experiencia de confianza y fidelidad.

Otro de los aspectos clave de la propuesta de ING-BIKER es la comodidad y seguridad del cliente durante el proceso de compra. No solo se brinda una experiencia confortable en nuestras instalaciones, sino que también se ofrece la instalación gratuita en artículos seleccionados, lo que añade un valor diferenciador al reducir costos adicionales que muchos clientes deben asumir en otros puntos de venta. Además, el servicio de envíos gratuitos en zonas establecidas responde a la creciente demanda de conveniencia, lo que también refuerza nuestra competitividad en el mercado.

Para fomentar la recompra y la lealtad de los clientes, ING-BIKER desarrolla un programa de fidelización mediante una tarjeta de cliente. Esta tarjeta permite acceder a promociones exclusivas tras completar 10 compras y premia la lealtad con obsequios, lo que incentiva no solo la recompra, sino también la recomendación de nuestro negocio a nuevos clientes.

Finalmente, ING-BIKER cuenta con alianzas estratégicas con marcas de alto prestigio entre ellas se maneja una línea de artículos de limpieza biodegradables, en las cuales somos los únicos distribuidores autorizados en la ciudad. Esto nos otorga una ventaja única en el mercado, ya que los clientes pueden acceder a artículos exclusivos que no están disponibles en otros puntos de venta, lo cual refuerza nuestra exclusividad y aumenta la demanda de nuestra oferta.

Estos elementos conforman una propuesta de valor diferenciada que posiciona a ING-BIKER como una opción preferida en el mercado de repuestos y accesorios para motocicletas, permitiendo captar y retener clientes de manera efectiva y satisfacer las necesidades crecientes de un mercado en expansión.

FODA

Figura 1

Análisis FODA de ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS



Estrategias FO

FO1 (F5+O2): Aprovechar la alianza exclusiva con marcas de artículos biodegradables para atender la creciente demanda de artículos ecológicos y diferenciarse en el mercado como un proveedor ambientalmente responsable.

FO4 (O1+F4): Aprovechar el crecimiento del mercado de motocicletas para expandir la oferta de artículos y servicios, destacando el servicio de domicilio gratuito en el barrio Estero como una ventaja adicional que facilita las compras.

Estrategias FA

FA2 (A3+F2): Implementar una estrategia de precios ajustada para mitigar la volatilidad del dólar, aprovechando la ventaja de costos fijos bajos para absorber aumentos en artículos importados sin impactar en los precios al cliente.

FA4 (F4+A5): Adaptar el programa de fidelización de clientes para atraer a consumidores que suelen comprar en aplicaciones internacionales, ofreciendo beneficios como envíos rápidos y atención posventa.

Estrategias DO

DO1 (D2+O4): Invertir en mejorar la presencia digital para compensar la ubicación no comercial del establecimiento, aprovechando la tendencia de influencers de motocicletas para llegar a un público más amplio.

DO5 (O1+D5): Apoyarse en el crecimiento del mercado de motocicletas para atraer inversores o socios que puedan aumentar el capital y así cubrir la demanda creciente de artículos y servicios.

Estrategias DA

DA2 (D2+A1): Realizar campañas de marketing para aumentar el reconocimiento de la ubicación, atrayendo clientes locales y superando la competencia intensa a través de una atención personalizada y accesible.

DA4 (D5+A3): Diseñar un plan de financiamiento para superar la limitación de capital que permita afrontar la volatilidad del dólar y mantener el stock necesario de artículos importados sin afectar la oferta.



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS
— VILLAVICENCIO —

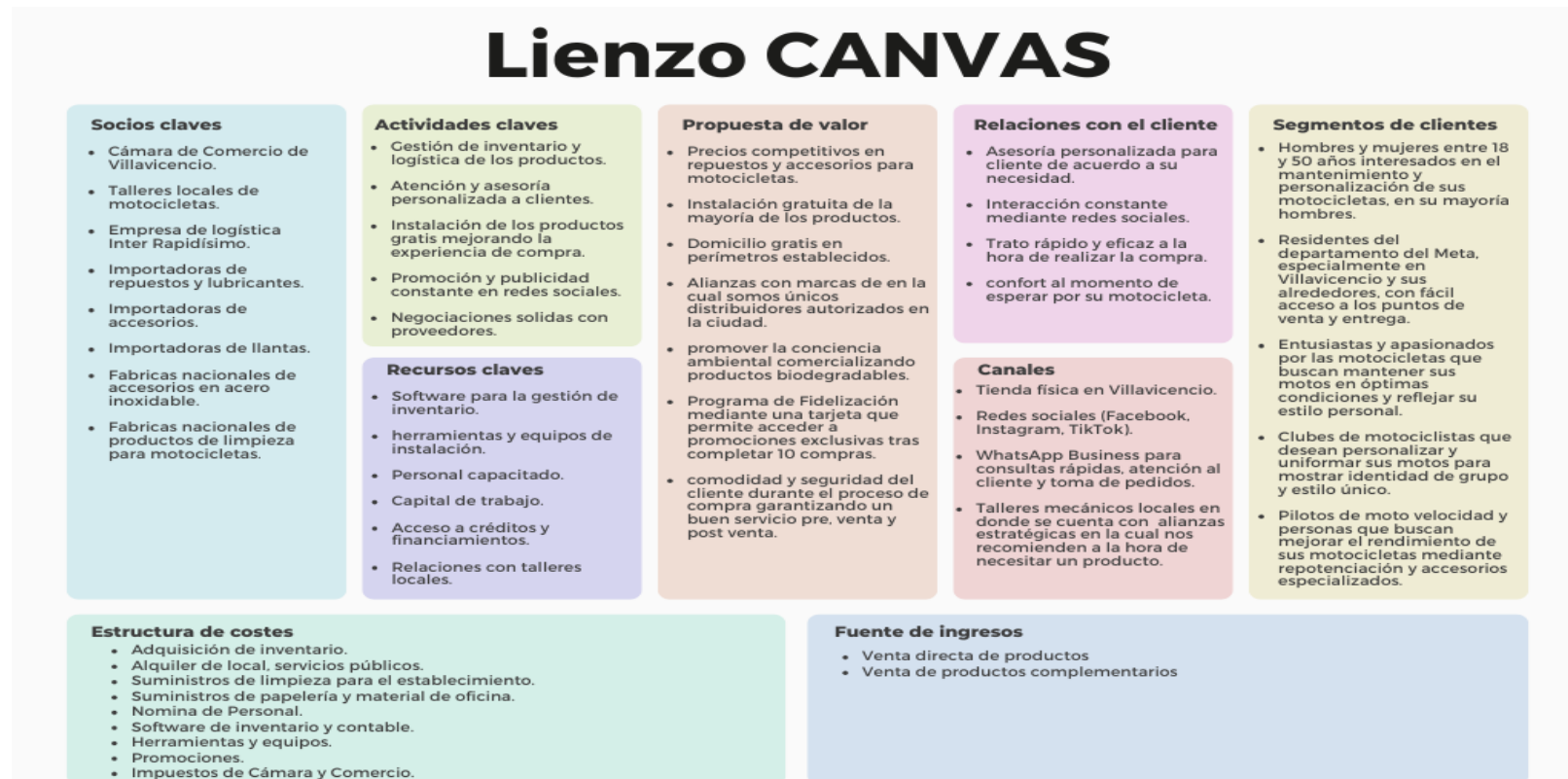
VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 9943

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Lienzo CANVAS

Figura 2

CANVAS modelo de negocio de ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS.



Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

santotomavillavo

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 014325 del 28 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Alcance o Delimitación

ING-BIKER se enfoca en la comercialización de accesorios y repuestos para motocicletas en Villavicencio Meta. No incluye la producción de los artículos, ya que se trabajará bajo alianzas con importadores mayoristas y fabricas nacionales, adicionalmente se cuenta con alianzas estratégicas de marcas reconocidas como Forward, Deli Tire, Motul, Mobil, Castrol y Motoled, siendo el único distribuidor autorizado en la ciudad. El proyecto abarca desde la adquisición del inventario, su almacenamiento y comercialización, hasta la entrega final al cliente en punto de venta físico y a través de la plataforma Marketplace. Con distribución a otras ciudades o regiones, y envíos locales dentro de la ciudad.

Estudio del Mercado

Descripción del Producto

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS es una comercializadora especializada en la venta de artículos para motocicletas, ofreciendo un servicio integral que incluye artículos de marcas reconocidas y exclusivas en el mercado. Este proyecto de negocio busca establecer la viabilidad del emprendimiento, enfocándose en satisfacer las necesidades de los motociclistas con un amplio catálogo de artículos que abarca desde llantas y lubricantes hasta accesorios de lujo y artículos de limpieza.

Llantas

Deli Tire: Como distribuidores autorizados de la marca Deli Tire, ofrecemos llantas en diferentes medidas y adaptadas a diversos propósitos, desde uso urbano hasta todoterreno. Deli Tire es reconocido por su durabilidad y excelente rendimiento en múltiples tipos de terrenos.

KTO: También contamos con llantas de la línea económica KTO, una opción accesible y confiable para quienes buscan economía sin sacrificar seguridad y calidad.

Lubricantes

Aceites de Motor: Trabajamos con las reconocidas marcas Motul y Mobil, ideales para proteger y mejorar el rendimiento del motor bajo distintas condiciones de uso, las referencias que se manejan son 10w-40 y 20w-50 en full sintético, semi sintético y mineral.

Lubricantes para Cadena: Disponemos de lubricantes de cadena de la marca Forward, diseñados para alargar la vida útil de la transmisión y mejorar su funcionamiento, especialmente en condiciones extremas.

Accesorios de Lujo

Nuestra gama de accesorios de lujo incluye elementos de acero inoxidable como protectores y platinas, así como espejos, manubrios, manillares, aceleradores, alerones, cortavientos, puff, medias para barras, reatas, slider, defensas, parrillas, y otros accesorios para personalización de motocicletas. Cada pieza ha sido seleccionada para ofrecer durabilidad, y un toque estético cómodo para motociclistas que buscan destacarse.

Iluminación

Ofrecemos una variedad de artículos de iluminación que incluyen bombillos LED, direccionales, exploradoras, cintas LED, y módulos. Estos artículos no solo mejoran la visibilidad y seguridad en carretera, sino que también permiten a los motociclistas personalizar su moto con un estilo moderno y llamativo.

Repuestos

Disponemos de una línea de repuestos originales y genéricos para las marcas más populares del mercado, como TVS, Bajaj y AKT. Aunque mantenemos algunos artículos en stock, la mayoría de los repuestos se gestionan bajo pedido, garantizando así la calidad y compatibilidad necesaria para mantener la moto.

Artículos de Limpieza

Como distribuidores autorizados de Forward, ofrecemos una línea de artículos de limpieza biodegradables, diseñada para mantener la motocicleta en excelente estado mientras se cuida el medio ambiente. Entre estos artículos se encuentran desengrasantes, champús, porcelanizador, abrillantadores de llantas, pulidores, restauradores de farolas y partes plásticas, así como trapos de microfibra y cepillos especializados para la limpieza de cadenas.

Análisis del Sector Industrial

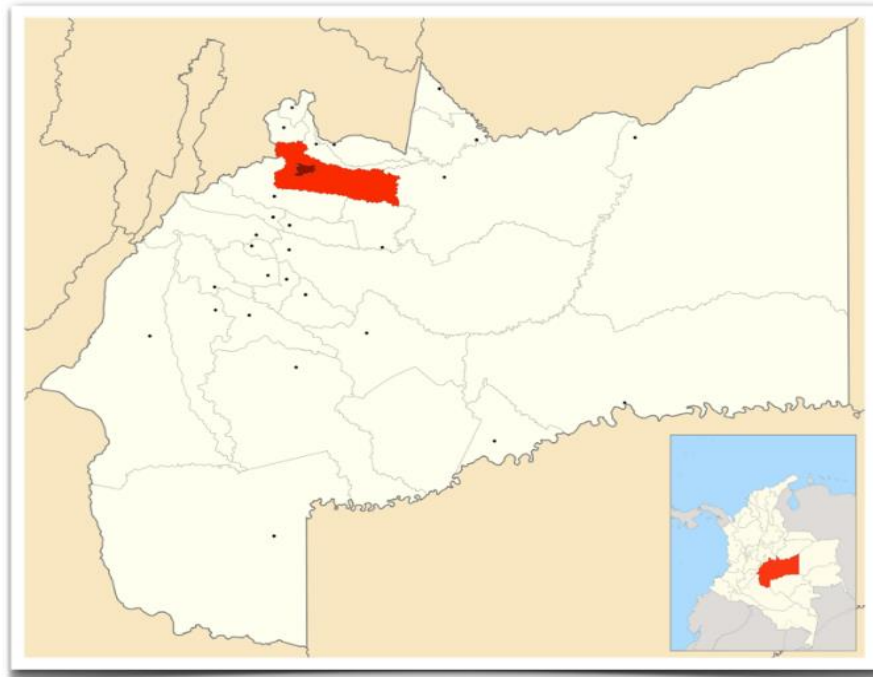
El sector industrial de motocicletas en Colombia ha mostrado un crecimiento significativo en 2024, reflejando la importancia de estos vehículos como solución de transporte. Durante los primeros tres trimestres del año, se registraron 584.371 motocicletas nuevas, lo que supone un incremento del 14,73% respecto al mismo periodo en 2023. En septiembre de 2024, se reportaron 68.502 unidades nuevas, representando un aumento del 17,04% Frente a septiembre del año anterior, aunque con una ligera disminución del 7,13% comparado con agosto de 2024, lo que puede atribuirse a factores estacionales o económicos. Yamaha, AKT y Bajaj lideraron las ventas en el país, destacándose Yamaha con una participación del 18,82% (ANDI, 2024). Este dinamismo en el mercado refleja la necesidad de servicios de mantenimiento y la demanda de repuestos y accesorios, consolidando a las comercializadoras como actores estratégicos para atender las necesidades de un creciente número de motociclistas que buscan mantener sus vehículos.

Macro Localización

Villavicencio, capital del departamento del Meta, se posiciona como un punto estratégico clave para la ubicación de ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS. Según el informe de la Cámara de la Industria de Motocicletas de la ANDI en septiembre de 2024, el Meta representó el 1,75% del total de motocicletas nuevas compradas en Colombia, lo que se traduce en 1.202 unidades registradas solo en ese mes (ANDI, 2024). Este dato refleja un mercado activo con una demanda en crecimiento para repuestos y accesorios. La ubicación en Villavicencio, que actúa como centro de comercio y servicios para la región de los Llanos Orientales, permite a la empresa beneficiarse de la conectividad con rutas nacionales y la proximidad a Bogotá. Este entorno favorece un flujo constante de clientes potenciales y brinda oportunidades para alianzas estratégicas con proveedores y talleres locales, consolidando la competitividad de la empresa en la región.

Figura 3

Ubicación de Villavicencio en el Departamento del Meta Colombia



Nota. S.A.S. C (s/f). *Galería de Mapas.* Gov.co. Recuperado de <https://historico.villavicencio.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Galeria-de-Mapas.aspx>

Micro Localización

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS se situará en una zona de fácil acceso en Villavicencio, cercana a avenidas principales y puntos de alta concentración de motociclistas, como talleres y centros de servicios automotrices. Este lugar estratégico permitirá que los clientes encuentren la tienda de manera sencilla y rápida, lo que optimiza la experiencia de compra (Corrillo, 2016). La proximidad a talleres y otros negocios relacionados también facilita la creación de alianzas y la captación de un público específico, como mecánicos y aficionados a las motocicletas que requieren repuestos y accesorios de manera constante. Además, se seleccionará un local que cuente con espacio suficiente para exhibir artículos, una cómoda zona de espera y que ofrezca condiciones seguras para el almacenamiento de inventario.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo se centra en un segmento diverso de clientes en el departamento del Meta, con especial énfasis en Villavicencio y sus alrededores. Este mercado está compuesto por hombres y mujeres de entre 18 y 50 años, quienes utilizan motocicletas tanto para sus desplazamientos diarios como para actividades laborales y recreativas. La mayoría de estos usuarios son hombres interesados en mantener y personalizar sus motocicletas para mejorar su rendimiento y estética, lo que incluye desde artículos esenciales de mantenimiento hasta accesorios de lujo.

Gráfica 1

Resultados de la encuesta realizada a 277 personas que demostraron interés en ser clientes



Para el presente estudio se realizó una encuesta a una muestra de 277 personas residentes en la ciudad de Villavicencio. La elección de esta ciudad se justifica por ser el área de operación proyectada, así como por su relevancia estratégica en la región de los Llanos Orientales. Según

proyecciones del DANE para el año 2024, Villavicencio cuenta con una población estimada de aproximadamente 550.000 habitantes, lo que la convierte en una de las ciudades intermedias con mayor dinamismo económico y crecimiento del parque automotriz en el país. La muestra fue de tipo no probabilística por conveniencia, dado que se seleccionaron personas con características relacionadas al mercado objetivo del emprendimiento, es decir, usuarios de motocicletas entre los 18 y 50 años de edad. Este tipo de muestreo permite recolectar información de manera eficiente y directa, especialmente cuando el propósito es validar la aceptación y el comportamiento de compra dentro de un segmento específico. La encuesta se aplicó como instrumento cuantitativo para conocer la frecuencia de compra de repuestos y accesorios, la disposición de gasto y el interés en la propuesta de valor de la empresa. A pesar de no tratarse de un muestreo aleatorio, los resultados obtenidos permiten identificar patrones y preferencias significativas que fundamentan la viabilidad del negocio en el contexto local.

Motociclistas que utilizan sus motos como principal medio de transporte: Este grupo busca repuestos y servicios de mantenimiento confiables para garantizar el buen funcionamiento de su vehículo y prolongar su vida útil.

Trabajadores y repartidores que dependen de sus motocicletas para el sustento diario: Valoran la rapidez en el servicio y la disponibilidad de repuestos y accesorios a precios accesibles.

Entusiastas y aficionados a las motocicletas: Buscan artículos de alta calidad para personalizar y mejorar el rendimiento de sus motocicletas, priorizando aspectos como la estética y la funcionalidad.

Clubes de motociclistas y pilotos de moto velocidad: Prefieren repuestos y accesorios especializados que permitan un rendimiento óptimo y reflejen su identidad de grupo.

El análisis también destaca la importancia de contar con una oferta variada y de calidad, respaldada por un servicio integral que incluye la instalación gratuita en artículos seleccionados y atención personalizada, elementos que distinguen a ING-BIKER de la competencia. Además, la empresa ha establecido alianzas estratégicas con fabricantes y distribuidores que le permiten ofrecer artículos únicos y de alta demanda, como lubricantes de marcas reconocidas, repuestos, y accesorios de lujo. Se realizó una encuesta para identificar.

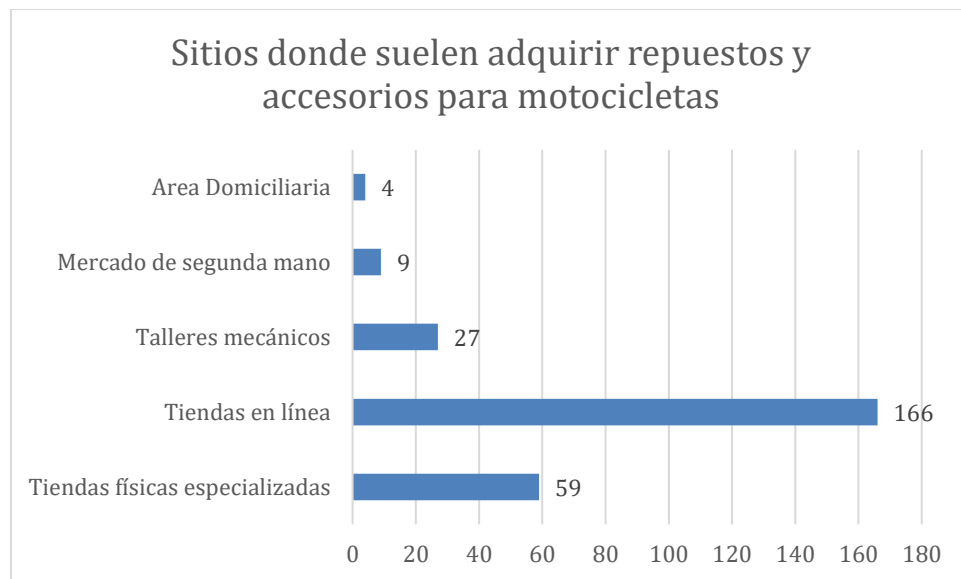
Análisis de la Competencia

El sector de repuestos y accesorios para motocicletas en Villavicencio y el departamento del Meta es altamente competitivo, con una mezcla de negocios formales e informales que atienden a una clientela diversa. El análisis de la competencia para ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS se centra en identificar las fortalezas y debilidades de los competidores directos e indirectos para formular estrategias que permitan destacar en el mercado.

Con base en los resultados de la encuesta, se evidencia que los consumidores muestran un mayor interés por realizar sus compras en tiendas en línea, seguidas de las tiendas físicas.

Gráfica 2

Respuesta a la pregunta ¿Dónde suele adquirir sus repuestos y accesorios para motos?



Competidores Directos

Tiendas de repuestos y accesorios: llano motos y moto promociones. Estas tiendas ofrecen una amplia variedad de repuestos y accesorios, tanto originales como genéricos, lo que les permite

destacar por la disponibilidad inmediata de artículos y el conocimiento técnico de su personal. Su principal ventaja competitiva es la rapidez de acceso al inventario y la asesoría especializada. Sin embargo, presentan ciertas debilidades como precios más elevados y la ausencia de servicios adicionales, tales como la instalación gratuita en artículos seleccionados y programas de fidelización para clientes.

Concesionarios de motocicletas: Estas empresas son capaces de ofrecer precios competitivos gracias a su mayor volumen de compra, lo que les permite mantener costos bajos y ofrecer una amplia variedad de artículos. Sin embargo, esta estrategia puede generar debilidades, como una menor personalización en el servicio al cliente y una posible falta de atención individualizada, lo que puede afectar la experiencia del cliente.

Competidores Indirectos

Comercio de repuestos y accesorios de motocicletas robadas: En Bogotá, la capital de Colombia, el fenómeno del hurto de motocicletas ha sido un problema creciente, evidenciado por el aumento en el número de robos: en 2021 se registraron 724 casos, mientras que en 2022 esa cifra ascendió a 765 (Anales del Consejo de Bogotá, D.C., 2024). Este incremento en los robos no solo afecta a los propietarios de motocicletas en la ciudad, sino que también impacta en el mercado de repuestos y accesorios a nivel nacional.

En este contexto, el comercio de repuestos de motocicletas robadas constituye una forma de competencia indirecta para los negocios legítimos que ofrecen estos artículos. Este tipo de mercado informal puede atraer a consumidores en busca de precios significativamente más bajos, lo que pone presión sobre los precios de los comerciantes establecidos. Además, la disponibilidad inmediata de ciertos componentes puede resultar atractiva para aquellos que requieren reparaciones rápidas. Sin embargo, el comercio de repuestos robados presenta riesgos legales y éticos, ya que fomenta actividades ilícitas y contribuye a la inseguridad en la comunidad.

Plataformas de comercio electrónico: Páginas web y aplicaciones como MercadoLibre y otras plataformas internacionales han aumentado su presencia en el sector de repuestos para

motocicletas, atrayendo a clientes con la conveniencia de sus servicios y precios bajos. No obstante, ING-BIKER puede diferenciarse al ofrecer tiempos de entrega más rápidos y asesoramiento técnico personalizado, aspectos en los que estas plataformas suelen tener debilidades. Así, aunque cuentan con acceso a un catálogo más amplio y precios competitivos, la falta de soporte postventa personalizado y los tiempos de entrega más largos pueden ser oportunidades para que ING-BIKER se posicione favorablemente.

Talleres mecánicos: Muchos talleres mecánicos en Villavicencio y sus alrededores ofrecen repuestos y accesorios como un servicio complementario a la reparación y el mantenimiento de motocicletas. Aunque suelen tener una menor variedad de artículos en comparación con comercializadoras especializadas, estos talleres pueden ser una opción atractiva para los motociclistas que valoran la conveniencia de un servicio integral y la relación de confianza que establecen con su mecánico. Sin embargo, la falta de una amplia gama de artículos y posibles carencias en alianzas con marcas reconocidas pueden limitar su competitividad frente a otras alternativas del mercado.

Análisis de Canales de Distribución

Para ING-BIKER, los canales de distribución son fundamentales para asegurar la disponibilidad y accesibilidad de sus artículos en Villavicencio y sus alrededores. A continuación, se detalla el análisis de los principales canales de distribución considerados:

Tienda física en Villavicencio: La tienda física permite a los clientes ver y ensayar los artículos directamente, lo cual es importante para aquellos que buscan seguridad en la compra y prefieren asesoramiento personalizado. Este canal también permite ofrecer servicios adicionales, como la instalación gratuita en artículos seleccionados, lo que mejora la experiencia del cliente y fomenta la lealtad.

Redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok): Las redes sociales se utilizan para la promoción y venta de artículos, así como para establecer una comunicación constante con los clientes. Mediante estas plataformas, ING-BIKER realiza publicaciones de artículos, y promociones, como los precios accesibles y la variedad de artículos. Además, las redes sociales son un canal de efectivo para interactuar con un público joven y entusiasta de las motocicletas, generando una comunidad alrededor de la marca.

WhatsApp Business: A través de WhatsApp Business, se ofrece una atención rápida y personalizada para consultas, toma de pedidos y gestión de entregas a domicilio. Este canal permite una comunicación directa y eficiente, lo cual es ideal para responder rápidamente a las necesidades de los clientes y programar citas para instalaciones.

Talleres mecánicos aliados: ING-BIKER cuenta con alianzas estratégicas con talleres mecánicos locales que recomiendan sus artículos a clientes cuando necesitan repuestos o accesorios específicos. Este canal es importante para captar la atención de los usuarios que buscan calidad y confiabilidad en los artículos sugeridos por sus mecánicos de confianza, y también funciona como un respaldo para los artículos que ING-BIKER comercializa.

Evaluación de los Canales

Alcance y Visibilidad: Los canales digitales (redes sociales y WhatsApp) amplían el alcance de la marca y permiten llegar a un público más amplio, incluidos aquellos que buscan la comodidad de la compra en línea. La tienda física y los talleres aliados refuerzan la presencia local y permiten generar confianza en el consumidor.

Atención y Servicio al Cliente: La combinación de canales permite a ING-BIKER brindar un servicio personalizado y ágil. La tienda física ofrece una experiencia directa con el producto y asesoramiento, mientras que WhatsApp y redes sociales permiten una respuesta rápida a las consultas.

Facilidad de Acceso: Con el domicilio gratuito en el barrio Estero y la atención en línea, ING-BIKER facilita el acceso a sus artículos para los clientes en Villavicencio y áreas cercanas, respondiendo a las demandas de conveniencia y disponibilidad.

Estrategias de Precio

Para determinar las estrategias de precio adecuadas, se consideraron tanto los costos operativos como las expectativas del mercado y el entorno competitivo en Villavicencio. La estrategia de precios utilizada se basa en una estructura competitiva que ofrece repuestos y accesorios a precios accesibles, sin sacrificar la calidad ni la rentabilidad.

Estrategia de Penetración de Mercado: Es una estrategia que busca aumentar la participación de una empresa en un mercado específico al atraer a clientes de la competencia mediante precios más bajos o ventajas adicionales (Palacios L. , 2015). Dado que ING-BIKER busca consolidarse en un sector donde existen varios competidores establecidos, se implementa una estrategia de penetración de mercado para atraer clientes mediante precios competitivos. Este enfoque permite captar una mayor cuota de mercado y fidelizar clientes, especialmente en los primeros meses de operación.

Descuentos y Promociones Especiales: Se ofrecen descuentos en artículos seleccionados y promociones como el programa de fidelización, donde los clientes pueden recibir beneficios al acumular compras. Esta estrategia motiva la recompra y la lealtad a la marca.

Precios Diferenciales: Para artículos premium y accesorios de lujo, se aplica un precio ligeramente superior, justificado por la calidad y el valor agregado que ofrecen estos artículos. Por otro lado, las líneas económicas, como las llantas de la marca KTO, se mantienen a precios más bajos para atraer a clientes que buscan alternativas más rentables.

Estrategias de Promoción

ING-BIKER implementa una serie de estrategias de promoción para dar a conocer sus artículos y servicios, destacándose en el competitivo mercado de repuestos y accesorios de motocicletas.

Marketing en Redes Sociales: Se realiza una promoción activa a través de plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, donde se publican fotos y videos de artículos, testimonios de clientes y demostraciones de instalación. Las campañas en redes sociales permiten alcanzar a un público más amplio y específico, generando interacción y reconocimiento de marca.

Promociones Estacionales y Descuentos: Se desarrollan campañas de promoción durante fechas especiales, como festividades locales, el Día del Motociclista y la temporada de vacaciones. Estas promociones incluyen descuentos en artículos seleccionados, combos de accesorios y ofertas especiales por la compra de múltiples artículos.

Programas de fidelización: ING-BIKER ha creado un programa de fidelización en el cual, al acumular compras de 10 artículos, el cliente recibe un obsequio. Este programa no solo incentiva las compras recurrentes, sino que también refuerza la relación a largo plazo con los clientes.

Publicidad en Talleres Aliados y Eventos de Motociclistas: Se aprovechan las alianzas estratégicas con talleres mecánicos locales para promocionar los artículos de la tienda. Además, se participa en eventos y encuentros de clubes de motociclistas, lo cual permite interactuar directamente con los clientes potenciales y promover la marca de manera presencial.

Atención Personalizada y Promociones en WhatsApp Business: Utilizando esta plataforma, se envían mensajes de promociones y ofertas especiales a los clientes que forman parte de la base de datos de ING-BIKER. Este canal también permite resolver dudas y dar asesoría inmediata, mejorando la experiencia de compra.

Estrategias de comunicación

La comunicación eficaz es fundamental para establecer una marca sólida en el mercado y captar la atención de los consumidores (Medina, 2022). Las estrategias de comunicación de ING-BIKER combinan enfoques físicos y virtuales para maximizar el alcance y la interacción con los clientes.

Comunicación física: Para captar clientes de manera presencial, ING-BIKER implementa estrategias que incluyen la participación en eventos y ferias de motocicletas, que son espacios ideales para presentar sus artículos y servicios. También se distribuyen materiales publicitarios como volantes y catálogos en talleres mecánicos y zonas de alto tránsito en Villavicencio, con el objetivo de atraer a clientes potenciales que prefieran el contacto directo y una experiencia personalizada. La comunicación física se centra en fortalecer la relación con los clientes a través de un servicio de atención al cliente sobresaliente, asesoría en la tienda, y promociones exclusivas que incentivan la compra directa.

Comunicación virtual: En el entorno digital, ING-BIKER aprovecha el alcance de las plataformas de redes sociales, tales como Facebook, Instagram y TikTok, para ejecutar campañas publicitarias y promover la interacción constante con los seguidores. Estas redes se utilizan para mostrar contenido atractivo y relevante, como tutoriales de instalación, consejos de mantenimiento y demostraciones de artículos, aumentando la visibilidad y confianza en la marca. Además, WhatsApp Business se emplea como un canal ágil para responder consultas, gestionar pedidos y ofrecer atención al cliente en tiempo real. Las campañas en línea incluyen promociones específicas para usuarios digitales, como descuentos temporales y programas de fidelización que recompensan a los clientes frecuentes.

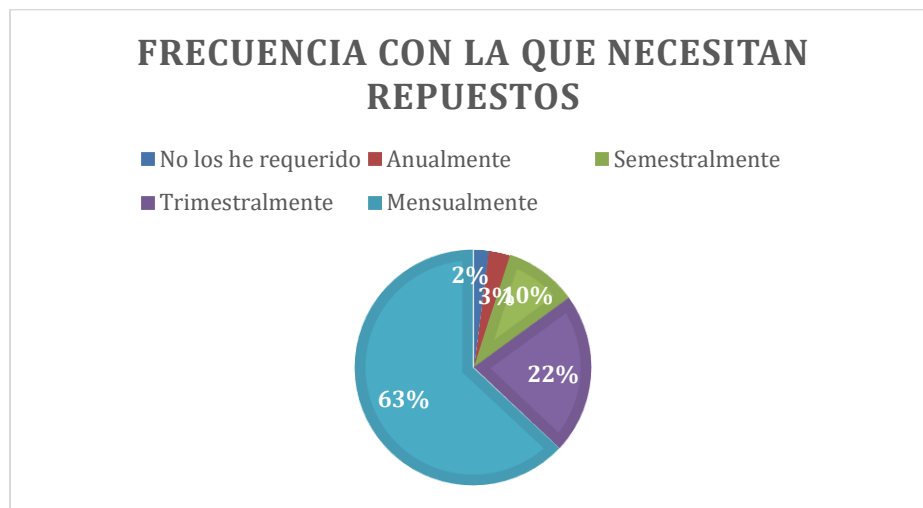
Pronóstico de la Demanda

Los resultados de la encuesta realizada a 277 personas ofrecen un panorama claro sobre la viabilidad de la demanda para la tienda ING-BIKER en Villavicencio. El análisis de las respuestas muestra un alto nivel de aceptación y preferencia hacia la tienda, con un 95% de los encuestados dispuestos a comprar en ella.

Este porcentaje indica un fuerte grado de confianza en la empresa como proveedor en el sector de accesorios y repuestos para motocicletas, lo que representa una ventaja competitiva que se puede potenciar mediante estrategias de fidelización, como tarjetas de puntos y cupones de descuento por compras recurrentes. Estas estrategias no solo atraerían a nuevos clientes, sino que también mantendrían a los clientes existentes, reforzando la satisfacción y lealtad al negocio.

Gráfica 3

¿Con qué frecuencia requiere o ha requerido repuestos para la moto?

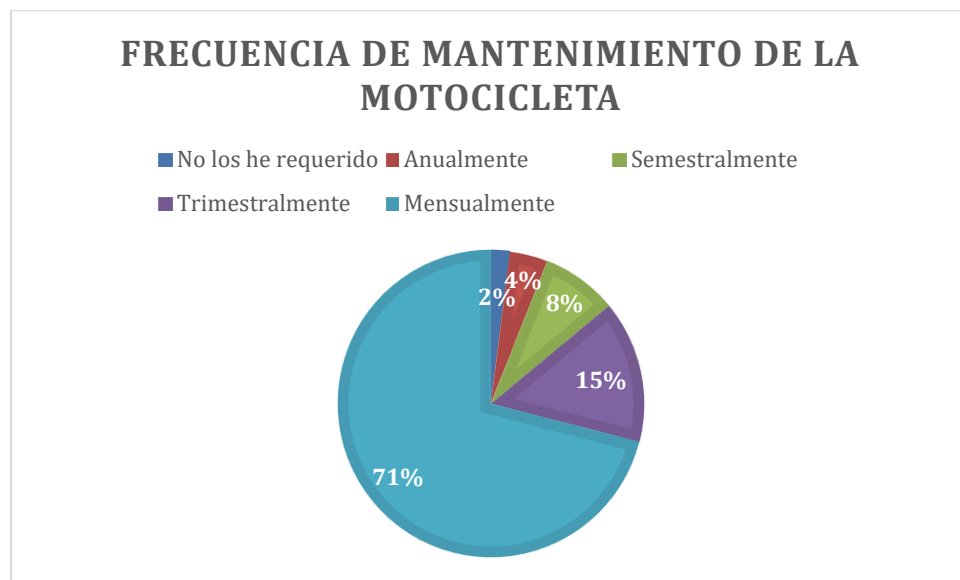


La encuesta revela que la frecuencia con la que los consumidores requieren repuestos para sus motocicletas es alta: el 63% de los encuestados compra mensualmente, seguido de un 22% que lo hace trimestralmente. Estos datos muestran que el mercado de repuestos es activo y continuo,

con una demanda sostenida que favorece el flujo de inventarios y un margen de ingresos constante. Este patrón de adquisición es un indicio de la relevancia de mantener un inventario bien abastecido y de contar con una logística eficiente para responder rápidamente a la demanda de los clientes. Además, el hecho de que solo el 2% de los encuestados no haya requerido repuestos refuerza la necesidad de este servicio en el mercado local.

Gráfica 4

¿Con qué frecuencia realiza mantenimiento preventivo en su moto?



Los datos de la encuesta sobre la frecuencia de mantenimiento preventivo también muestran un panorama prometedor. Un 71% de los encuestados realiza mantenimiento preventivo mensualmente, mientras que un 15% lo hace de forma trimestral. Esta tendencia resalta la importancia de contar con un servicio técnico especializado que ofrezca no solo artículos de calidad, sino también servicios de mantenimiento preventivo. La contratación de personal capacitado para esta área es fundamental, ya que no solo mejoraría la calidad del servicio, sino que incrementaría las ventas de repuestos y otros artículos relacionados.

Proyección de Ventas

Para realizar la proyección de ventas, se hará uso de los datos de la encuesta y hacer algunas suposiciones basadas en el comportamiento de compra mensual y trimestral de los clientes.

Basándonos en la encuesta, el 95% de los 277 encuestados (aproximadamente 263 personas) están dispuestos a comprar en la tienda ING-BIKER. El 63% de los clientes potenciales realizan compras mensuales y el 22% trimestrales.

Suposiciones

Se considera una compra promedio de venta de \$80,000 por cliente (cifra referencial para una compra promedio de repuestos y accesorios).

Se calcularán las ventas mensuales y trimestrales.

Se proyectará un crecimiento del 5% trimestral debido a estrategias de promoción y aumento de la base de clientes.

Cálculo de la proyección

Clientes que compran mensualmente: 63% de 263 clientes = 166 clientes.

Clientes que compran trimestralmente: 22% de 263 clientes = 58 clientes.

Proyección Anual y crecimiento proyectado del 5%

Tabla 2

Proyección de ventas

Mes	Ventas		
	Mensual	Trimestral	Total Mes (con un crecimiento trimestral del 5%)
Enero	\$ 13.280.000		\$ 13.280.000
Febrero	\$ 13.280.000		\$ 13.280.000
Marzo	\$ 13.280.000	\$ 4.640.000	\$ 18.816.000
Abril	\$ 13.280.000		\$ 13.944.000
Mayo	\$ 13.280.000		\$ 13.944.000
Junio	\$ 13.280.000	\$ 4.640.000	\$ 19.513.200
Julio	\$ 13.280.000		\$ 14.641.200
Agosto	\$ 13.280.000		\$ 14.641.200
Septiembre	\$ 13.280.000	\$ 4.640.000	\$ 20.245.260
Octubre	\$ 13.280.000		\$ 15.373.260
Noviembre	\$ 13.280.000		\$ 15.373.260
Diciembre	\$ 13.280.000	\$ 4.640.000	\$ 21.013.923
Total			\$ 194.065.303

Marketing Mix

Producto Costos de desarrollo y mejora de artículos: Inversión en la obtención de repuestos y accesorios, incluyendo nuevos artículos ecológicos y exclusivos. Presupuesto estimado: \$5,000,000.

Empaque y presentación: Gastos asociados al empaque atractivo de artículos para destacar en la tienda. Presupuesto estimado: \$200,000.

Precio: Análisis de mercado y competencia: Investigación para definir estrategias de precios competitivos y promociones. Presupuesto estimado: \$500,000.

Descuentos y promociones: Fondo para cubrir el costo de las promociones, como cupones y tarjetas de fidelización. Presupuesto estimado: \$1,000,000.

Plaza: Desarrollo de punto de venta física: Costos asociados a la decoración y optimización de la tienda en Villavicencio. Presupuesto estimado: \$3,000,000.

Expansión de canales de distribución: Integración con talleres locales para recomendar los artículos y distribución en línea. Presupuesto estimado: \$500,000.

Logística y entrega: Costos relacionados con el envío gratuito en el barrio Estero. Presupuesto estimado: \$500,000.

Promoción: Publicidad en redes sociales: Campañas en Facebook, Instagram y TikTok para atraer y retener clientes. Presupuesto estimado: \$400,000.

Desarrollo de contenido digital: Creación de vídeos, anuncios y contenido informativo sobre artículos y servicios. Presupuesto estimado: \$200,000.

Eventos y activaciones: Realización de eventos promocionales y alianzas con clubes de motociclistas para promocionar la tienda. Presupuesto estimado: \$200,000.

Marketing directo: Uso de WhatsApp Business para promociones y atención personalizada. Presupuesto estimado: \$200,000.

Promoción en el punto de venta: Materiales de exhibición, folletos y promociones internas en la tienda. Presupuesto estimado: \$300,000.

Total, Estimado del Presupuesto de Marketing Mix: \$12,000,000.

Estudio Técnico

Análisis de proveedores

Importadores de repuestos y lubricantes: ING-BIKER trabaja con importadores confiables que suministran tanto repuestos originales como genéricos de marcas reconocidas, incluyendo TVS, Bajaj y AKT. Esto asegura un suministro constante de artículos de alta calidad.

Distribuidores de llantas: La empresa colabora con proveedores como Deli Tire, que ofrece una amplia variedad de llantas en distintas medidas, y KTO, como una opción económica. Ser distribuidores autorizados proporciona una ventaja competitiva en términos de exclusividad y disponibilidad.

Fabricantes de accesorios y artículos de limpieza: ING-BIKER se asocia con fabricantes nacionales de artículos de acero inoxidable y de artículos de limpieza biodegradables, como la marca Forward, para mantener un enfoque ecológico en su oferta.

Proveedores de iluminación y artículos de lujo: La empresa también se abastece de importadores de accesorios de lujo, incluyendo bombillos LED y protectores de acero inoxidable, para atender a los clientes que buscan personalizar y mejorar sus motocicletas.

Análisis de Riesgos Asociados a los Proveedores

Dependencia de pocos proveedores: Para evitar riesgos relacionados con la dependencia de un único proveedor, ING-BIKER diversifica sus fuentes, lo que le permite adaptarse a posibles cambios en el mercado o problemas de suministro.

Variación en los precios: Los precios de los repuestos y accesorios pueden fluctuar debido a factores externos como el tipo de cambio y la inflación. La empresa debe negociar contratos a largo plazo o acuerdos de precio fijo cuando sea posible.

Cumplimiento de tiempos de entrega: Es crucial evaluar la capacidad de los proveedores para cumplir con plazos de entrega y mantener una comunicación constante para evitar retrasos que afecten la operatividad de la empresa.

Estrategias de Relación con Proveedores

Alianzas estratégicas: ING-BIKER busca fortalecer sus relaciones con proveedores clave mediante acuerdos exclusivos y colaboraciones que benefician a ambas partes, como ser distribuidor autorizado de ciertas marcas.

Evaluación continua de proveedores: La empresa implementa un sistema de evaluación regular para asegurar que los proveedores mantengan los estándares de calidad y cumplimiento establecidos.

Negociación de condiciones favorables: Para garantizar precios competitivos y condiciones de pago flexibles, ING-BIKER negocia activamente con sus proveedores, lo que le permite mantener una oferta atractiva para los clientes y un margen de ganancia saludable.

línea de artículos

La línea de artículos que maneja ING-BIKER se compone de una amplia variedad de artículos destinados a satisfacer las necesidades del mercado de motocicletas. Esta se clasifica en varias categorías:

Tabla 3

línea de artículos

Categoría	Descripción
Lubricantes	Incluye aceites de alta calidad de las reconocidas marcas Motul y Mobil, así como lubricantes para cadena de la marca Forward.
Llantas	Se comercializan llantas de las marcas Deli Tire y KTO, que ofrecen distintas opciones según las necesidades del cliente.

Tabla 4

Continuación

Accesorios	Una amplia gama de artículos como reatas, cortavientos, aceleradores, cornetas, guardamanos, espejos de lujo, candados con alarma, entre otros.
Accesorios de lujo	Artículos de acero inoxidable que incluyen protectores de radiador, pinza, bomba de freno, exostos y tanques, diseñados para ofrecer funcionalidad y una estética superior.
Artículos de limpieza	Una línea especializada de artículos que abarca desengrasantes, champús, polichador, porcelanizador y restauradores, ideales para el mantenimiento y cuidado de la motocicleta.
Repuestos	Repuestos originales de marcas como AKT, Bajaj y TVS, así como una línea de repuestos genéricos universales para adaptarse a diferentes modelos y presupuestos.

Evaluación de la línea de artículos

Calidad: ING-BIKER se enfoca en la adquisición de artículos de alta calidad para garantizar la satisfacción y fidelidad del cliente. Esto incluye repuestos y accesorios que cumplen con los estándares internacionales de seguridad y rendimiento.

Disponibilidad: Si bien ING-BIKER busca mantener un inventario diversificado, ciertos repuestos deben gestionarse bajo pedido debido a la menor demanda y la necesidad de artículos específicos. Esto requiere una coordinación eficiente con los proveedores para minimizar tiempos de entrega y garantizar un servicio oportuno.

Sostenibilidad: Con el objetivo de integrar prácticas sostenibles, la empresa prioriza artículos que cuenten con certificaciones de sostenibilidad, como lubricantes y artículos de limpieza biodegradables.

Máquinas y Equipos

En ING-BIKER, no se requiere el uso de maquinaria, ya que la operación principal se centra en la adquisición, almacenamiento y venta de artículos terminados. Sin embargo, para garantizar un servicio de calidad y facilitar ciertas actividades, es fundamental contar con equipos específicos que apoyen tanto con una gestión adecuada de inventario como la atención a los clientes. A continuación, se describen los principales equipos utilizados en las actividades diarias de la empresa:

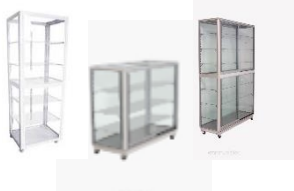
Tabla 5

Máquinas y Equipos de ING-BIKER

CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCION	CAPACIDAD / POTENCIA	FOTO
1	<u>Taladro</u>	Equipo electromecánico utilizado para la instalación precisa de accesorios en motocicletas y mantenimiento estructural del punto de venta.	750W	
1	<u>Pulidora</u>	Herramienta rotativa empleada en el acondicionamiento de piezas metálicas, mejorando acabados o facilitando el ajuste de componentes.	2500W	
1	<u>Caballote</u>	Dispositivo de soporte que eleva la motocicleta para intervenciones mecánicas seguras como cambios de aceite o instalación de partes.	250KG	

Tabla 6

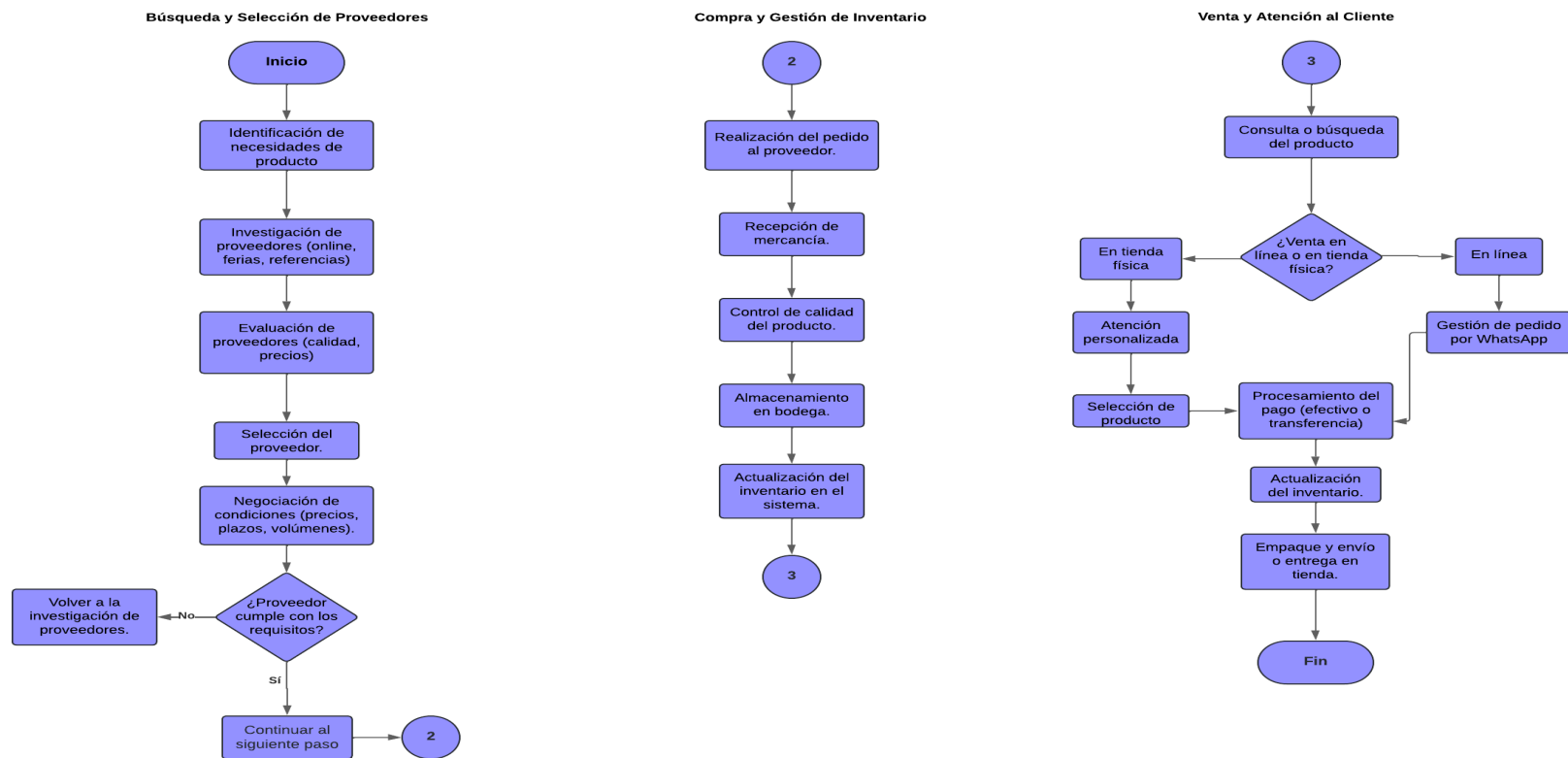
Continuación

1	<u>Caja de herramientas</u>	Conjunto de instrumentos como llaves, alicates y destornilladores empleados en la fijación de repuestos y ajustes mecánicos menores.	N/A	
1	<u>Computador</u>	Sistema informático con aplicaciones para el control de inventario, facturación y trazabilidad de operaciones comerciales.	N/A	
4	<u>Estanterías</u>	Infraestructura modular diseñada para la clasificación y almacenamiento eficiente de repuestos y accesorios, optimizando el flujo operativo.	N/A	
3	<u>Vitrinas</u>	Mobiliario de vidrio para exhibir productos destacados.	N/A	

Descripción del Proceso Productivo

Figura 4

Flujograma del proceso productivo de ING-BIKER



Diseño y análisis de la capacidad de producción

El diseño y análisis de la capacidad de producción de ING-BIKER se basa en optimizar el espacio disponible en la tienda y bodega para asegurar la adecuada gestión de inventario y atención al cliente. El establecimiento cuenta con un área de tienda de 3.41 metros de ancho por 3.92 metros de fondo, y una bodega adyacente de 2.10 metros de ancho por 3.92 metros de fondo, ubicada en el lado derecho y separada del área principal de la tienda.

Diseño de capacidad

La capacidad de producción se diseña teniendo en cuenta la disposición de estos espacios, buscando maximizar su uso eficiente para el almacenamiento de artículos y la atención al cliente. La tienda está orientada a la exhibición y venta de artículos, mientras que la bodega se destina a almacenar inventarios adicionales, permitiendo una reposición rápida y organizada.

Análisis de capacidad

Capacidad de almacenamiento: La bodega, con un área de 8,23 m², se destina a mantener artículos de alta rotación y aquellos que requieren reposición constante, como repuestos, llantas y artículos de limpieza. El espacio debe estar organizado con estantes o bastidores que optimicen el almacenamiento vertical y faciliten el acceso rápido a los artículos.

Capacidad de atención al cliente: El área de la tienda, de 13,37 m², está diseñada para exhibir los artículos más solicitados y permitir un flujo de clientes que garantice una experiencia de compra cómoda. Este espacio incluye un mostrador de atención y vitrinas para los accesorios de lujo y repuestos más populares.

Capacidad de reposición de inventarios: La proximidad de la bodega al área de ventas facilita la reposición rápida de artículos cuando se agotan en la tienda principal. El acceso directo al inventario almacenado permite que el personal mantenga un stock constante en exhibición sin demoras, asegurando la disponibilidad de artículos para los clientes.

Capacidad de servicio posventa: El espacio en la tienda permite contar con un área dedicada a la atención de servicios posventa, como el seguimiento de garantías y la gestión de devoluciones. Esto refuerza el compromiso de ING-BIKER con la satisfacción del cliente y contribuye a una percepción positiva de la empresa.

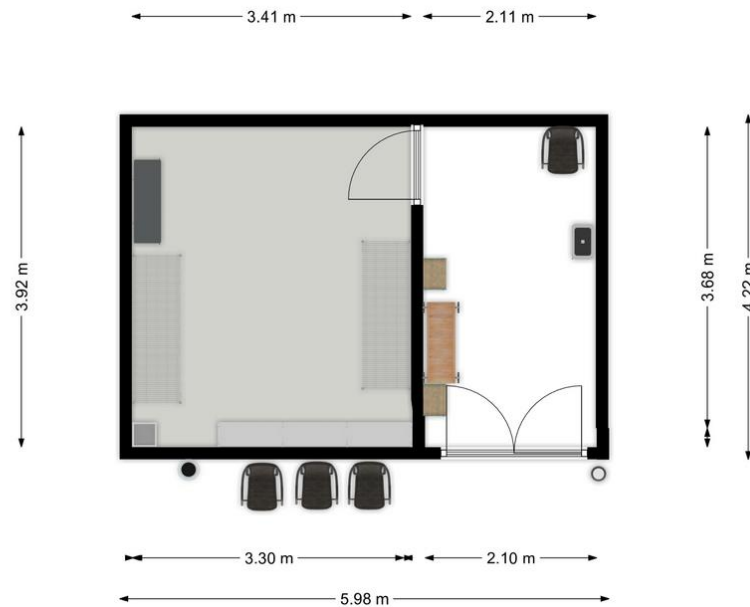
Optimización del espacio

Dado el tamaño limitado de la tienda y la bodega, es esencial implementar estrategias de almacenamiento eficiente, como estantes modulares y almacenamiento vertical, para maximizar la capacidad de inventario sin afectar la operatividad y la atención al cliente. La organización del espacio debe considerar un flujo de trabajo que facilite la movilidad del personal y el acceso rápido a los artículos.

Diseño y Análisis de Planta

Figura 5

Planos de distribución del establecimiento ING-BIKER



ING-BIKER cuenta con una tienda principal de 3,41 metros de ancho por 3,92 metros de fondo, sumando un área total de aproximadamente 13,37 m². Además, la bodega, ubicada en el lado derecho y separada del área de ventas, mide 2.10 metros de ancho por 3.92 metros de fondo, ofreciendo un espacio de 8.23 m². Esta configuración permite que ambos espacios estén conectados de forma práctica, facilitando el acceso al inventario sin necesidad de recorrer grandes distancias.

Distribución de espacios

Área de Exhibición y Ventas: La tienda principal está destinada a la exposición de artículos como accesorios de lujo, repuestos, llantas y otros artículos de alta demanda. Este espacio debe

incluir vitrinas y estantes diseñados para exhibir los artículos de forma organizada y atractiva para los clientes. Un mostrador de atención debe ubicarse estratégicamente para permitir una comunicación efectiva entre el personal y los clientes.

Área de Almacenamiento (Bodega): La bodega se destina a la gestión y almacenamiento del inventario. Se deben instalar estantes de múltiples niveles para maximizar la capacidad de almacenamiento vertical. Esta área es esencial para guardar artículos de reposición y mercancías que no requieren exhibición inmediata. La disposición debe facilitar el acceso rápido al personal de la tienda para reabastecer los artículos en el área de ventas.

Flujo de Trabajo: La proximidad entre la tienda y la bodega permite un flujo de trabajo eficiente. El personal puede acceder rápidamente al inventario almacenado y reponer los artículos en la tienda sin interrupciones significativas. La disposición de los estantes y mostradores debe permitir un tránsito libre de obstáculos y garantizar la seguridad tanto del personal como de los clientes.

Zona de Atención al Cliente y Servicios Adicionales: La tienda debe contar con un espacio para la atención de clientes, donde se brindarán servicios adicionales como asesoría personalizada y seguimiento posventa. Esta área contribuye a fortalecer la relación con los clientes y mejorar su experiencia de compra.

Consideraciones de optimización

Implementar almacenamiento vertical para aprovechar la altura de la bodega.

Utilice estantes modulares que se puedan ajustar según el tipo de producto.

Organice el inventario por categorías (lubricantes, llantas, accesorios de lujo, etc.) para facilitar el acceso rápido y eficiente.

Designar un área de recepción de mercancías en la bodega para la gestión de nuevos artículos.

Análisis de Capacidad de la Planta

El análisis revela que la capacidad de la planta es adecuada para las operaciones proyectadas de ING-BIKER, pero es fundamental mantener una organización eficiente para evitar la saturación de los espacios. La bodega debe ser gestionada de forma proactiva, asegurando un control de inventario que permita mantener un flujo constante de artículos hacia la tienda.

Plan de compras

El plan de compras de ING-BIKER está orientado a garantizar la disponibilidad y distribución eficiente de los repuestos y accesorios para motocicletas, optimizando los procesos logísticos y de atención al cliente. Dado que ING-BIKER se dedica a la comercialización de artículos, en lugar de fabricarlos, el enfoque se centra en la gestión de inventario, recepción de mercancías, almacenamiento y la disposición final para el cliente.

Planificación del Inventario

Selección de Proveedores: ING-BIKER trabajará con una red de proveedores confiables, incluyendo importadoras de llantas, lubricantes y accesorios, y fabricantes nacionales de artículos de limpieza y accesorios de acero inoxidable. Estos proveedores han sido elegidos por su capacidad de entrega puntual y artículos de alta calidad.

Gestión de Stock: Se mantendrá un inventario dinámico, con un sistema de control digital que permita el monitoreo en tiempo real de la cantidad y rotación de artículos. Esto garantiza una reposición oportuna y evita quiebres de stock.

Recepción y Control de Calidad

Recepción de Mercancías: Se implementarán procesos estandarizados de recepción de mercancías, asegurando que los

artículos sean verificados en cuanto a cantidad, calidad y especificaciones antes de ser almacenados.

Inspección de Calidad: Se llevarán a cabo inspecciones regulares para garantizar que los artículos cumplan con los estándares requeridos. Cualquier producto defectuoso o que no cumpla con los requisitos será devuelto al proveedor para su reemplazo.

Almacenamiento y Distribución

Organización de la Bodega: La bodega de 8,23 m² se optimizará con estantes modulares para maximizar el uso del espacio. Los artículos se almacenarán por categorías (llantas, lubricantes, accesorios de lujo, etc.) para facilitar la búsqueda y reposición.

Sistemas de Inventario: Se utilizará software de gestión de inventario que permita una ubicación precisa de cada producto y que envíe alertas automáticas para el reabastecimiento cuando el stock alcance niveles mínimos.

Preparación y Despacho de Pedidos

Preparación de Pedidos: Una vez recibida una orden, el personal recogerá los artículos de la bodega siguiendo una lista de verificación digital, asegurando que el pedido esté completo y correcto antes de ser entregado al cliente.

Despacho de Artículos: Se organizará el despacho de artículos tanto para las ventas en tienda como para las entregas a domicilio. Las entregas se realizarán con apoyo de servicios de logística local, garantizando tiempos de entrega eficientes y un servicio al cliente óptimo.

Plan de Atención al Cliente

Atención Personalizada: El personal de la tienda ofrecerá asesoría especializada sobre artículos y servicios, ayudando a los clientes a encontrar los repuestos y accesorios que mejor se adaptan a sus necesidades.

Servicios Postventa: Se incluye seguimiento postventa, en el cual los clientes serán contactados para evaluar su nivel de satisfacción y atender cualquier consulta o problema relacionado con su compra.

Optimización de procesos

Mejora Continua: Se implementarán revisiones periódicas de los procesos de almacenamiento y despacho para identificar áreas de mejora y optimizar los tiempos de operación.

Capacitación de Personal: El personal de ventas y de bodega recibirá capacitación continua sobre manejo de inventarios, atención al cliente y características técnicas de los artículos.

Capacidad de Respuesta y Escalabilidad

El plan de producción de ING-BIKER está diseñado para adaptarse a variaciones en la demanda. Con una gestión de inventario adecuada y la optimización de los procesos logísticos, la empresa podrá escalar sus operaciones en caso de un aumento en la demanda o una expansión del negocio.

Costeo de la producción

Si ING-BIKER planea vender un volumen de 250 artículos al mes con un costo promedio de \$70,000 por producto. Eso significa que tendrá unos costos mensuales, los cuales corresponden a los siguientes:

Costo de adquisición de artículos

Costo promedio por producto: \$70,000

Total, de artículos: 250

Costo total de adquisición: $250 \times \$70,000 = \$17,500,000$

Costos de almacenamiento

Tabla 7

Costos de almacenamiento mensual

Costos de almacenamiento	
Alquiler de bodega	\$ 500.000
Seguros y otros costos	\$ 200.000
Total	\$ 700.000

Costos de operación

Tabla 8

Costos de operación mensuales

Costos de operación	
Gerente Salario	\$ 1.462.000
Aux administrativo y operativo Salario	\$ 800.000

Tabla 9

Continuación

Servicios públicos	\$ 150.000
Software contable	\$ 40.000
Total	\$ 2.452.000

Costos de distribución y entrega

Servicio de entrega: \$100,000/mes

Costos de marketing y promoción

Tabla 10

Costos de marketing mensual

Costos de marketing y promoción	
Publicidad redes sociales	\$ 200.000
Promociones y descuentos	\$ 200.000
Total	\$ 400.000

Costos administrativos

Tabla 11

Costos administrativos mensuales

Costos administrativos	
papelería y suministros	\$ 100.000
Servicios contables	\$ 16,667
Total	\$ 116.667

Costos de instalación de artículos

Herramientas y equipo de instalación: \$200,000/mes

Este análisis muestra los costos involucrados en la adquisición, manejo y venta de los artículos, así como los gastos necesarios para la operación del negocio. Esto significa que el costo mensual estimado será de \$21,107,000.

Estudio Organizacional

Estructura legal y jurídica

ING-BIKER REPUESTOS Y ACCESORIOS será constituido legalmente como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), una figura flexible y común para pequeños negocios en Colombia. Este tipo de sociedad puede ser constituida por uno o más accionistas, ya sean personas naturales o jurídicas., limita la responsabilidad al capital aportado y facilita trámites ante la Cámara de Comercio y la DIAN para su formalización (Ley 1258 de 2008).

En cuanto a requisitos legales, se contempla: El registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Villavicencio, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) y obtención del NIT ante la DIAN, la afiliación de los empleados al sistema de seguridad social (EPS, pensión, ARL), y la emisión de factura electrónica como lo exige la DIAN (Resolución 000042 de 2020).

En relación con la normatividad ambiental, aunque no se realiza producción, se gestionarán los residuos como aceites usados y llantas en convenio con gestores autorizados, conforme a la Ley 99 de 1993 y el Decreto 1076 de 2015. A nivel técnico, los repuestos y accesorios deben cumplir estándares de calidad para garantizar la seguridad del cliente. No se requiere licencia sanitaria, ya que no se manipulan alimentos ni se prestan servicios de salud.

Planeación estratégica

ING-BIKER surge como respuesta a la falta de atención personalizada, los constantes retrasos en la entrega de repuestos, la limitada disponibilidad inmediata y la ausencia de servicios complementarios como la instalación o el acompañamiento posventa. Frente a este panorama, el emprendimiento se enfoca en brindar una experiencia de compra integral, confiable y diferenciada. Su estrategia combina una atención cercana con asesoría técnica desde la preventa hasta la instalación, un servicio posventa efectivo que incluye un programa de fidelización mediante tarjeta de cliente, y alianzas estratégicas con marcas reconocidas y exclusivas que aseguran variedad, respaldo y calidad. Además, refleja un compromiso ambiental mediante la oferta de productos

biodegradables y la gestión responsable de residuos como aceites y llantas. Todo esto se complementa con una presencia multicanal que incluye tienda física, redes sociales, atención vía WhatsApp Business y entregas a domicilio, lo que permite a ING-BIKER consolidarse como una marca cercana, moderna y confiable para los motociclistas en Villavicencio.

Misión

Ofrecer soluciones confiables y personalizadas en repuestos y accesorios para motocicletas, con calidad, innovación y compromiso ambiental.

Visión

Ser la marca líder en el Meta en la venta de repuestos y accesorios para motocicletas, reconocida por su innovación, servicio, calidad, sostenibilidad y confiabilidad.

Isologo

Figura 6

Isologo de ING-BIKER



Slogan

“Mejora tu moto, refleja tu estilo”

Objetivos corporativos

Tabla 12

Objetivos corporativos

OBJETIVOS CORPORATIVOS					
ESTRETEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS	TIEMPO	INDICADOR
INCREMENTAR LAS VENTAS EN UN 10% EN EL PRÓXIMO AÑO					
Desarrollar una sólida presencia en línea y optimizar la experiencia de compra	Crear una tienda en línea y lanzar una campaña de marketing digital	Administrativo/Operativo	Recursos Financieros y Tecnológicos	12 meses	(Cantidad de ventas actual) / (Cantidad ventas totales) *100
AUMENTAR LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS EN UN 15% EN EL PRÓXIMO AÑO					
Ampliar portafolio con artículos innovadores, sostenibles y de alta demanda	Establecer nuevas alianzas, importar líneas exclusivas, incluir nuevos artículos premium y ecofriendly	Gerente de operaciones y Administrativo	Recursos Humanos, Proveedores y Financiero	12 meses	(Cantidad de productos actual – Cantidad de productos anterior) / (Cantidad de productos anterior) *100
Diferenciarse a través de un servicio al cliente excepcional	Capacitar en servicio al cliente	Gerente de operaciones y Administrativo		12 meses	Resultados de las encuestas de servicio al cliente

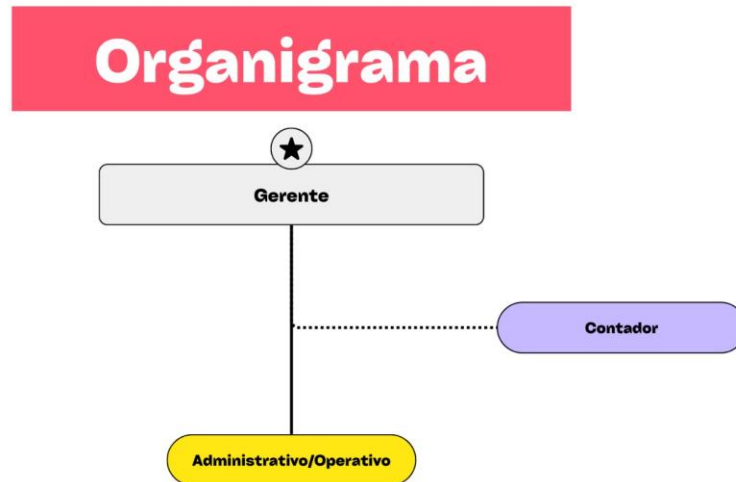
Tabla 13

Continuación

IMPLEMENTAR PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN LAS DISPOSICIONES FINALES DE LOS PRODUCTOS (LLANTAS, ACEITE)					
Realizar una disposición adecuada de los residuos generado en la empresa ING BIKER	Contratar una empresa de RESPEL que se lleve los residuos de productos	Gerente	Recursos Financieros y proveedores.	3 meses	(Cantidad de producto a desechar) / (Cantidad producto N) *100

Organigrama

Figura 7
Organigrama



Manual de Funciones

Tabla 14
Manuel de funciones del gerente

MANUAL DE FUNCIONES			
Denominación del cargo:	GERENTE	Jefe Inmediato	No aplica
Número de personas a cargo	1	Jornada de Trabajo	8 horas
Salario Básico	\$ 1'300.000	Salario Variable	No aplica

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO






 santotovillavo

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
 — MULTICAMPUS —
 DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 014325 del 28 de julio de 2022



VILLAVICENCIO
 Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
 PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Tabla 15

Continuación

Responsabilidad:	Dirección estratégica, Gestión financiera, Control operacional, Desarrollo de negocios, Gestión de talento, Toma de decisiones clave, Relaciones públicas y representación, gestión de atención al cliente.
Funciones:	- Instalación de los productos. - Domicilios. - Desarrollar e implementar planes de negocio y estrategias comerciales. - Marketing y ventas. - Mantenimiento de las instalaciones.
Requerimientos del cargo:	- Ingeniero industrial / Administrador de empresas. - Experiencia de 1 año como cargo de administrador o gerente. - Conocimientos básicos de mecánica de motocicletas. - Capacidad para identificar oportunidades de crecimiento. - Capacidad de liderazgo y toma de decisiones. - Manejo de herramientas tecnológicas y software de gestión. - Conocimiento del mercado de motocicletas y sus productos.

Tabla 16

Manual de funciones del aux

MANUAL DE FUNCIONES			
Denominación del cargo:	Aux administrativo	Jefe Inmediato	Gerente
Número de personas a cargo	No aplica	Jornada de Trabajo	No Aplica
Salario Básico	No aplica	Salario Variable	\$ 800.000
Responsabilidad:	Control operacional, gestión de atención al cliente, gestión contable, gestión administrativa.		

Tabla 17

Continuación

Funciones:	- Atención al cliente. - Registro de ventas, gastos. - Cierre de caja. - Mantenimiento de las instalaciones. - Abastecer diariamente las vitrinas. - Orden de bodega.
Requerimientos del cargo:	- Educación Mínima: Bachillerato. - Conocimientos básicos de motocicletas. - Capacidad de liderazgo y toma de decisiones. - Manejo de herramientas tecnológicas y software de gestión. - Conocimiento del mercado de motocicletas y sus productos. - Experiencia en atención al cliente.

Análisis de costos y gastos administrativos

Los costos y gastos administrativos de ING-BIKER se enfocan en garantizar el funcionamiento interno del negocio, incluyendo actividades contables, logísticas y de gestión operativa. Estos gastos son recurrentes mensualmente y no están relacionados directamente con la comercialización de los artículos, pero sí son esenciales para el control y sostenibilidad del emprendimiento. Se incluyen: papelería, software contable, servicios contables, salarios administrativos, mantenimiento de las instalaciones y el cumplimiento tributario. En cuanto a impuestos, se contempla una tarifa aproximada del 5,5 % sobre los ingresos brutos anuales, correspondiente al Régimen Simple de Tributación o al pago de ICA, según corresponda.

Tabla 18

Análisis de costos y gastos administrativos

Costos y gastos administrativos	descripción	Valor Mensual
Papelería y suministros	Elementos de oficina y operación	\$100.000
Software contable	Herramienta para facturación e inventario	\$40.000
Servicios contables	Contador para declaraciones e informes (una vez al año)	\$16.667
Salario auxiliar administrativo	Pago mensual por gestión operativa y atención al cliente.	\$800.000
Impuestos estimados	Régimen Simple o ICA (aproximado mensual sobre ingresos).	\$880.000
Mantenimiento del local	Reparaciones menores y aseo.	\$100.000
Total, estimado mensual		\$1.936.667

La tabla anterior resume los principales costos y gastos administrativos mensuales necesarios para el funcionamiento de ING-BIKER. Se evidencia que el mayor valor corresponde al salario del auxiliar administrativo, seguido del componente de impuestos, que se calcula de forma estimada sobre los ingresos proyectados. El servicio contable se paga una vez al año y se

Opción de Grado II: Creación de Empresa

distribuye mensualmente, representando una carga baja. En general, estos gastos son sostenibles frente al nivel de ingresos proyectado por el negocio, lo cual confirma una adecuada planificación financiera y permite garantizar el orden operativo y el cumplimiento normativo sin comprometer la rentabilidad del emprendimiento.

Facultad Ingeniería Industrial

USTAVILLAVICENCIO.EDU.CO

 **santotovillavo**



VILLAVICENCIO
Campus Aguas Claras - Carrera 22 con Calle 1a - Vía Puerto López
PBX: (608) 678 42 60 / comunicaciones@ustavillavicencio.edu.co

Estudio Financiero

Tabla 19

Mano de obra

INGBIKER

Diligencie los siguientes valores de referencia:

Salario mínimo	1,300,000
Auxilio de transporte	162,000
¿Está exonerado del pago de aportes?	Si

Periodo de pago

Fecha de liquidación

Nombre del empleado	Devengado							Deducciones					Neto pagado	Firma del empleado	
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidaridad pensional	Retención en la fuente			Otras deducciones
Gerente	1,300,000	30	1,300,000				162,000	1,462,000	52,000	52,000	-	-	-	1,358,000	
Operario [OPS]	800,000							800,000						800,000	
Contador [OPS]	200,000							200,000						200,000	
Totales			1,300,000	-	-	-	162,000	2,462,000	52,000	52,000	-	-	-	2,358,000	

Neto pagado: \$2,989,179

Tabla 20

Provisiones de nómina

Provisiones de nómina a cargo del empleador.	
Aportes a pensión	156,000
Aportes a salud	-
Aportes a riesgos laborales	6,786
Sena	-
Icbf	-
Cajas de compensación	52,000
Prima de servicios	121,785
Cesantía	121,785
Intereses sobre cesantías	14,614
Provisión de vacaciones	54,210
Total provisiones	527,179

El proyecto ING-BIKER en Villavicencio, Meta, Colombia, tiene como objetivo resolver una problemática identificada en la atención al cliente en los almacenes de repuestos y accesorios para motos. Esta iniciativa surge debido a la deficiente atención postventa y los largos tiempos de espera que experimentan los clientes para obtener repuestos, así como a una atención poco efectiva por parte del personal en los almacenes y talleres. Para determinar si esta idea es viable, se llevó a cabo un análisis financiero exhaustivo, obteniéndose los siguientes resultados.

Inversión inicial

Tabla 21

Inversión Inicial

Periodo >>>>>>>>>>	1
INVERSIONES FIJAS	
1.1 NO DEPRECIABLES	\$ 24.000.000
1.1.1 TERRENOS	\$ 24.000.000
1.2 DEPRECIABLES	\$ 9.018.900
1.2.1 CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES	\$ -
1.2.2 MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.791.900
1.2.3 MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.727.000
1.2.4 VEHICULOS	\$ 3.500.000
1.2.5 OTROS	
2. INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 1.377.000
2.1 ESTUDIOS	\$ 1.000.000
2.2 GASTOS DE ORGANIZACION	\$ 377.000
2.3 GASTOS DE MONTAJE	\$ -
2.4 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ -
2.5 CAPACITACION	\$ -
2.6 OTROS	\$ -
2.7 IMPREVISTOS	\$ 68.850
3. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 31.641.900
3.1 EFECTIVO	\$ -
3.2 INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	\$ -
3.3 CARTERA	\$ -
3.4 OTROS	\$ -
FLUJO DE INVERSION	\$ 66.037.800

Inicialmente se estableció una inversión de \$66.037.800 dividida en elementos fundamentales. Esta inversión se compone de: las Inversiones fijas no depreciables con un valor de \$24.000.000 destinados al pago de arrendamiento del local por 5 años; las inversiones fijas depreciables que suman \$9.018.900 destinadas a maquinaria y equipo, muebles y enseres, y vehículos; inversiones diferidas por un total de \$1.377.000 que abarcan estudios, gastos de organización e imprevistos. Finalmente, el capital de trabajo es de \$66.037.800 y cubrirá el efectivo y el inventario de materia prima necesarios para el primer año de operaciones.

Tabla 22

Estado de resultados de los primeros 5 años

ESTADO DE RESULTADOS	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 386.693.383	\$ 425.362.721	\$ 467.898.993	\$ 514.688.893	\$ 566.157.782
Costo de ventas	\$ 249.722.412	\$ 302.164.119	\$ 332.380.530	\$ 365.618.583	\$ 402.180.442
Utilidad bruta o utilidad en ventas	\$ 136.970.971	\$ 123.198.603	\$ 135.518.463	\$ 149.070.309	\$ 163.977.340
Gastos de ventas y marketing	\$ 17.544.000	\$ 19.807.176	\$ 22.362.302	\$ 25.247.039	\$ 28.503.907
Gastos administrativos y generales	\$ 9.600.000	\$ 10.838.400	\$ 12.236.554	\$ 13.815.069	\$ 15.597.213
Total gastos	\$ 27.144.000	\$ 30.645.576	\$ 34.598.855	\$ 39.062.108	\$ 44.101.120
Utilidad operativa	\$ 109.826.971	\$ 92.553.027	\$ 100.919.608	\$ 110.008.202	\$ 119.876.221
Depreciación, intereses.	\$ 13.326.000	\$ 11.376.017	\$ 8.965.327	\$ 5.986.189	\$ 2.304.560
Utilidad antes de impuestos	\$ 96.500.971	\$ 81.177.010	\$ 91.954.281	\$ 104.022.013	\$ 117.571.661
Impuesto	\$ 33.775.340	\$ 28.411.953	\$ 32.183.998	\$ 36.407.705	\$ 41.150.081
Utilidad Neta	\$ 62.725.631	\$ 52.765.056	\$ 59.770.282	\$ 67.614.308	\$ 76.421.580

Opción de Grado II: Creación de Empresa

Amortización del crédito

Figura 8

Simulador de crédito Bancolombia



Nota. *Simulador de crédito de libre inversión*
(<https://www.bancolombia.com/personas>)

Tabla 23

Datos para la amortización

VA	\$ 66.037.800
Interés mensual	1,78%
# de Cuotas	60
Valor Cuotas	-\$ 1.799.944
Interés anual	21,4%

Tabla 24

Tabla de amortización

MES	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	SALDO
0				\$ 66.037.800
1	\$ 1.799.944	\$ 1.175.473	\$ 624.471	\$ 65.413.329
2	\$ 1.799.944	\$ 1.164.357	\$ 635.586	\$ 64.777.743
3	\$ 1.799.944	\$ 1.153.044	\$ 646.900	\$ 64.130.843
4	\$ 1.799.944	\$ 1.141.529	\$ 658.415	\$ 63.472.429
5	\$ 1.799.944	\$ 1.129.809	\$ 670.134	\$ 62.802.294
6	\$ 1.799.944	\$ 1.117.881	\$ 682.063	\$ 62.120.231
7	\$ 1.799.944	\$ 1.105.740	\$ 694.203	\$ 61.426.028
8	\$ 1.799.944	\$ 1.093.383	\$ 706.560	\$ 60.719.468
9	\$ 1.799.944	\$ 1.080.807	\$ 719.137	\$ 60.000.331
10	\$ 1.799.944	\$ 1.068.006	\$ 731.938	\$ 59.268.393
11	\$ 1.799.944	\$ 1.054.977	\$ 744.966	\$ 58.523.427
12	\$ 1.799.944	\$ 1.041.717	\$ 758.227	\$ 57.765.200
13	\$ 1.799.944	\$ 1.028.221	\$ 771.723	\$ 56.993.477
14	\$ 1.799.944	\$ 1.014.484	\$ 785.460	\$ 56.208.017
15	\$ 1.799.944	\$ 1.000.503	\$ 799.441	\$ 55.408.576
16	\$ 1.799.944	\$ 986.273	\$ 813.671	\$ 54.594.906
17	\$ 1.799.944	\$ 971.789	\$ 828.154	\$ 53.766.751
18	\$ 1.799.944	\$ 957.048	\$ 842.895	\$ 52.923.856
19	\$ 1.799.944	\$ 942.045	\$ 857.899	\$ 52.065.957
20	\$ 1.799.944	\$ 926.774	\$ 873.170	\$ 51.192.787
21	\$ 1.799.944	\$ 911.232	\$ 888.712	\$ 50.304.075
22	\$ 1.799.944	\$ 895.413	\$ 904.531	\$ 49.399.544
23	\$ 1.799.944	\$ 879.312	\$ 920.632	\$ 48.478.913
24	\$ 1.799.944	\$ 862.925	\$ 937.019	\$ 47.541.894
25	\$ 1.799.944	\$ 846.246	\$ 953.698	\$ 46.588.196
26	\$ 1.799.944	\$ 829.270	\$ 970.674	\$ 45.617.522
27	\$ 1.799.944	\$ 811.992	\$ 987.952	\$ 44.629.570
28	\$ 1.799.944	\$ 794.406	\$ 1.005.537	\$ 43.624.033
29	\$ 1.799.944	\$ 776.508	\$ 1.023.436	\$ 42.600.597

Tabla 25

Continuación

30	\$ 1.799.944	\$ 758.291	\$ 1.041.653	\$ 41.558.944
31	\$ 1.799.944	\$ 739.749	\$ 1.060.194	\$ 40.498.750
32	\$ 1.799.944	\$ 720.878	\$ 1.079.066	\$ 39.419.684
33	\$ 1.799.944	\$ 701.670	\$ 1.098.273	\$ 38.321.411
34	\$ 1.799.944	\$ 682.121	\$ 1.117.822	\$ 37.203.588
35	\$ 1.799.944	\$ 662.224	\$ 1.137.720	\$ 36.065.869
36	\$ 1.799.944	\$ 641.972	\$ 1.157.971	\$ 34.907.898
37	\$ 1.799.944	\$ 621.361	\$ 1.178.583	\$ 33.729.315
38	\$ 1.799.944	\$ 600.382	\$ 1.199.562	\$ 32.529.753
39	\$ 1.799.944	\$ 579.030	\$ 1.220.914	\$ 31.308.839
40	\$ 1.799.944	\$ 557.297	\$ 1.242.646	\$ 30.066.193
41	\$ 1.799.944	\$ 535.178	\$ 1.264.765	\$ 28.801.427
42	\$ 1.799.944	\$ 512.665	\$ 1.287.278	\$ 27.514.149
43	\$ 1.799.944	\$ 489.752	\$ 1.310.192	\$ 26.203.957
44	\$ 1.799.944	\$ 466.430	\$ 1.333.513	\$ 24.870.444
45	\$ 1.799.944	\$ 442.694	\$ 1.357.250	\$ 23.513.194
46	\$ 1.799.944	\$ 418.535	\$ 1.381.409	\$ 22.131.786
47	\$ 1.799.944	\$ 393.946	\$ 1.405.998	\$ 20.725.788
48	\$ 1.799.944	\$ 368.919	\$ 1.431.025	\$ 19.294.763
49	\$ 1.799.944	\$ 343.447	\$ 1.456.497	\$ 17.838.266
50	\$ 1.799.944	\$ 317.521	\$ 1.482.422	\$ 16.355.844
51	\$ 1.799.944	\$ 291.134	\$ 1.508.810	\$ 14.847.034
52	\$ 1.799.944	\$ 264.277	\$ 1.535.666	\$ 13.311.368
53	\$ 1.799.944	\$ 236.942	\$ 1.563.001	\$ 11.748.367
54	\$ 1.799.944	\$ 209.121	\$ 1.590.823	\$ 10.157.544
55	\$ 1.799.944	\$ 180.804	\$ 1.619.139	\$ 8.538.405
56	\$ 1.799.944	\$ 151.984	\$ 1.647.960	\$ 6.890.445
57	\$ 1.799.944	\$ 122.650	\$ 1.677.294	\$ 5.213.151
58	\$ 1.799.944	\$ 92.794	\$ 1.707.150	\$ 3.506.002
59	\$ 1.799.944	\$ 62.407	\$ 1.737.537	\$ 1.768.465
60	\$ 1.799.944	\$ 31.479	\$ 1.768.465	-\$ 0

Tabla 26

Interés anual

INTERESES ANUALES	
AÑO 1	\$ 13.326.723
AÑO 2	\$ 11.376.017
AÑO 3	\$ 8.965.327
AÑO 4	\$ 5.986.189
AÑO 5	\$ 2.304.560

Tabla 27

VPN, TIR, R B/C

INVERSIÓN	\$ 66.037.800,00
-----------	------------------

PERIODO	INGRESOS	EGRESOS	FLUJOS DE EFECTIVO
0	\$	\$	-\$ 66.037.800
2025	\$ 386.693.383	\$ 323.967.751,85	\$ 62.725.631
2026	\$ 425.362.721	\$ 372.597.664,94	\$ 52.765.056
2027	\$ 467.898.993	\$ 408.128.710,97	\$ 59.770.282
2028	\$ 514.688.893	\$ 447.074.584,37	\$ 67.614.308
2029	\$ 566.157.782	\$ 489.736.202,45	\$ 76.421.580

Tabla 28

VPN, TIR, R B/C datos

SUMA INGRESOS	\$ 1.364.146.566,89
SUMA EGRESOS	\$ 1.177.324.195,74
COSTOS + INVERSIÓN	\$ 1.243.361.995,74
B/C	1,0971
TIR	88%
VPN	\$ 120.784.571

ING-BIKER presenta una estructura financiera sólida basada en los siguientes indicadores clave: Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Relación Beneficio-Costo (B/C).

Para el caso del VPN con un total de \$120.784.571, siendo un valor positivo, significa que los ingresos descontados al valor presente superan la inversión inicial. Esto indica que el proyecto es financieramente viable. Adicionalmente la TIR con un 88%, al ser un indicador sumamente positivo indica que el proyecto tiene un margen amplio para soportar variaciones en los ingresos o gastos sin perder rentabilidad, haciéndolo muy atractivo. Finalmente, con la relación B/C con un valor de 1.0971 Este valor, aunque es positivo y superior a 1, podría ser mejorado, proporcionando un margen adicional de seguridad para los inversionistas.

Balance general

Figura 9

Balance general de 2024

BALANCE	
ACTIVOS	
Caja y Bancos	40.788.114
Cuentas por Cobrar	-
Inventarios	43.789.171
Otros ingresos	
Total Activos Corrientes	84.577.285
Activos Fijos	66.037.800
Depreciación Acumulada	6.603.780
Total Activo Largo Plazo	59.434.020
Total Activos	144.011.305
PASIVOS	
Cuentas por Pagar	3.447.740
Obligaciones Financieras	
Otras Obligaciones	
Impuestos por pagar	25.243.147
Total Pasivos	28.690.887
Capital Inicial	-
aporte inicial	-
Donación Bavaria	66.037.800
Aporte bienes muebles	-
Utilidad del Ejercicio	49.282.617
Patrimonio	115.320.417
Pasivo + Patrimonio	144.011.305

El balance general del primer año de operaciones muestra una gestión financiera sólida, la empresa ha logrado mantener un flujo constante de ingresos, reflejando una adecuada rotación de sus activos corrientes, como cuentas por cobrar y efectivo. Además, las inversiones en activos fijos y a largo plazo, como el mobiliario y los equipos, respaldan la infraestructura necesaria para su funcionamiento. En términos de pasivos, ING-BIKER ha mantenido un control adecuado de sus deudas y obligaciones. El capital inicial, sumado a las utilidades generadas, ha contribuido al crecimiento del patrimonio de la empresa, lo que demuestra una rentabilidad positiva y sostenible. Este balance general refleja que ING-BIKER ha establecido una base financiera fuerte que le permitirá continuar expandiéndose, mejorando su oferta de productos y servicios, y consolidándose como un competidor confiable y rentable en el mercado local de repuestos y accesorios para motocicletas.

Análisis de impactos

ING-BIKER, al ser un negocio formal y estructurado, presenta una serie de efectos tanto positivos como desafíos que deben ser gestionados responsablemente.

Tabla 29

Impactos positivos y negativos

Tipo de Impacto	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
Económico	• Se generan empleos locales. • Se fortalece el comercio en Villavicencio. • Se pagan impuestos al municipio. • Se venden artículos de buena calidad, algunos importados por aliados.	• Aumento de precios si sube el dólar (por artículos importados). • Posibles demoras en la llegada de productos.
Social	• Atención cercana al cliente. • Instalación gratuita de artículos seleccionados. • Fidelización con tarjeta de cliente. • Se generan trabajos dignos y formales.	• Alta competencia informal. • El cliente espera un servicio rápido y constante.
Ambiental	• Venta de artículos biodegradables. • Se trabaja con gestores para residuos como llantas y aceites. • Se promueven prácticas responsables.	• Algunos empaques no son reciclables. • Se generan residuos por mantenimiento y embalaje.

Conclusiones

ING-BIKER ha demostrado ser un emprendimiento viable, con una propuesta de valor sólida que responde a la demanda de repuestos y accesorios para motocicletas, respaldada por una gestión financiera eficiente y un crecimiento proyectado en ventas.

Gracias a su enfoque en precios competitivos, alianzas con marcas reconocidas y un fuerte enfoque en la atención personalizada, ING-BIKER se ha posicionado de manera favorable frente a la competencia en Villavicencio.

La implementación de servicios diferenciados como la instalación gratuita, entregas a domicilio y un programa de fidelización ha mejorado la satisfacción y lealtad del cliente, cubriendo brechas en la atención postventa del sector.

El negocio es rentable, con un crecimiento sostenido gracias al control de costos y una proyección de ventas positiva, lo que permite a ING-BIKER expandir su mercado y aumentar su rentabilidad.

Aunque existen desafíos como la competencia informal y la ubicación del local, el modelo multicanal y las estrategias de marketing digital permiten a ING-BIKER adaptarse y aprovechar oportunidades de expansión en el mercado local.

Referencias

- Anales del Consejo de Bogotá, D. C. (2024). *Proyectos de acuerdo*. Consejo de Bogotá.
<https://www.concejodebogota.gov.co/proyectos-de-acuerdo>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). (2024). *Registro de motocicletas nuevas en Colombia*. <https://andi.com.co/registro-motocicletas-2024>
- Arroyave Palacio, C. (2017). *Tendencias de producción y consumo ecológico* [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional.
<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/14431>
- Bedoya Pérez, L. M. (2016). *La importancia de las alianzas y convenios de colaboración de Guanajuato Tecno Parque* [Trabajo de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/12099>
- Bolívar Gómez, J. F. (2022). *Propuesta de mejora en los procesos de servicios de motocicletas Motopits a partir de la filosofía lean manufacturing* [Trabajo de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/52823>
- Cámara de la Industria de Motocicletas (ANDI). (2024). *Las motocicletas en Colombia: Aliados del desarrollo del país. Estudio del sector, 2024 (Vol. 3)*.
<https://andi.com.co/motocicletas/estudio-del-sector-2024>
- Corrillo Ureña, F. J. (2016). *Estudio de localización de un proyecto* [Trabajo de grado, Universidad Autónoma Gabriel René Moreno]. <http://www.uagrm.edu.bo/repositorio/estudios-localizacion-proyectos>
- Medina Paz, B. A. (2022). *Plan estratégico de comunicación para posicionar el proyecto Vientos del Sur: Fortalecimiento de las escuelas municipales de música en el departamento de Nariño* [Trabajo de grado, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio UNAL.
<https://repository.unal.edu.co/handle/unal/83288>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2024). *Perfiles económicos departamentales*. <https://www.mincit.gov.co/observatoriocomercio>

- Palacios Carrión, A. C. (2022). *Falencia del servicio al cliente en la empresa KTM Sport de la ciudad de Vinces en el periodo 2022* [Trabajo de grado, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. Repositorio UTEQ. <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5067>
- Palacios Ortiz, L. F. (2015). *Estrategia de penetración en el mercado como solución del decrecimiento de las ventas para Alarmas Multiservicios Ltda.* [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/13328>
- Pérez Rodríguez, J. M. (2015). *Factores que influyen en la selección del concesionario en la compra de motocicletas en Medellín: Estudio de caso* [Trabajo de grado, Universidad de Medellín]. Repositorio UdeMedellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/2543>
- Reyes Tovar, J. D. (2018). *Taller de motos MR S.A.S* [Trabajo de grado, Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA]. SENA Repositorio. <https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/3811>