



BUSINESS SCHOOL

**Proyecto de Titulación previo a la obtención del título en:
Negocios Internacionales**

Autores: Juan Pablo Jácome Campos,
Francisco Alejandro Conde Jara,
Byron Patricio Urtado Chamba,
Emilio José Obando Gordillo,
Andrés Sebastián Rojas Sánchez,

**Negocios Internacionales
Negocios Internacionales
Negocios Internacionales
Negocios Internacionales
Negocios Internacionales**

**PROYECTO: BIKEPROTEC, chaquetas para
motociclistas con protecciones internas de caucho
reciclado**

Tutor: MBA. Janeth Castillo de Cáceres

Período académico: marzo – julio 2024

Fecha de entrega: 02 de julio 2024

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Juan Pablo Jacome Campos, Francisco Alejandro Conde Jara, Byron Patricio Urtado Chamba, Emilio José Obando Gordillo, Andrés Sebastián Rojas Sánchez declaro(mos) bajo juramento que el trabajo aquí descrito, “Bike Protec, chaquetas para motociclistas con protecciones internas de caucho reciclado”, es de mi(nuestra) autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo(mos) mis(nuestros) derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



.....

Juan Pablo Jacome Campos



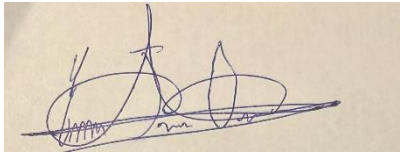
.....

Francisco Alejandro Conde Jara



.....

Byron Patricio Urtado Chamba



.....
Emilio José Obando Gordillo



.....
Andrés Sebastián Rojas Sánchez

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Janeth Castillo de Cáceres, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Janeth Castillo de Cáceres

Resumen

Este proyecto se centra en la creación de una empresa dedicada a la fabricación y exportación de chaquetas para motociclistas en Bogotá, Colombia. Surge como respuesta a la preocupante situación de seguridad vial, exacerbada por altos índices de accidentes y la falta de equipamiento de protección adecuado. La investigación revela un mercado en crecimiento con demanda creciente por productos que mejoren la seguridad personal durante la conducción de motocicletas. El proyecto se fundamenta en dos pilares principales: la innovación tecnológica y la sostenibilidad ambiental. Las chaquetas estarán equipadas con protecciones internas de caucho reciclado, proporcionando un alto nivel de protección contra impactos y abrasiones, y promoviendo prácticas empresariales responsables. Este enfoque responde a las necesidades de seguridad de los motociclistas y posiciona el producto en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad.

La viabilidad económica del proyecto se sustenta en un análisis detallado del mercado local, identificando una oportunidad significativa de penetración y crecimiento. Se prevé una estrategia de marketing que destaque los beneficios del producto, incluyendo su diseño ergonómico, resistencia y contribución a la reducción del impacto ambiental. Además, se explorarán opciones de distribución y alianzas estratégicas para asegurar una llegada efectiva al mercado objetivo. El equipo está comprometido con la excelencia en la producción y el servicio al cliente, buscando la certificación y cumplimiento de estándares internacionales de calidad y seguridad, asegurando así la confianza y satisfacción del consumidor. Este enfoque integral busca establecer una marca reconocida y valorada en el sector de motociclistas en Bogotá y sentar las bases para una expansión futura hacia otros mercados nacionales e internacionales.

Abstract

This project focuses on the creation of a company dedicated to the manufacture and export of motorcycle jackets in Bogotá, Colombia. The initiative arises in response to the worrying road safety situation faced by motorcyclists in the city, exacerbated by high accident rates and the lack of adequate protective equipment. The research carried out reveals a growing market with a growing demand for products that improve personal safety while riding motorcycles.

The project is based on two main pillars: technological innovation and environmental sustainability. The proposed jackets will be equipped with internal protection made from recycled rubber, which not only provides a high level of protection against impacts and abrasions, but also promotes responsible and environmentally friendly business practices. This approach not only responds to the safety needs of motorcyclists, but also positions the product in a market that is increasingly aware and demanding in terms of sustainability. The economic viability of the project is based on a detailed analysis of the local market, where a significant opportunity for penetration and growth is identified. A marketing strategy is planned focused on highlighting the unique benefits of the product, including its ergonomic design, its resistance and its contribution to reducing environmental impact. In addition, various distribution options and strategic alliances will be explored to ensure an effective reach to the target market. The team behind this project is committed to excellence in production and customer service. Certification and compliance with international quality and safety standards will be sought, thus ensuring consumer trust and satisfaction. This comprehensive approach not only seeks to establish a recognized and valued brand in the motorcycle sector in Bogotá, but also to lay the foundation for future expansion into other national and international markets.

Dedicatoria

A nuestros padres, quienes han sido nuestra guía y fortaleza en cada paso del camino, dedicamos este logro con profunda gratitud. Gracias por su inquebrantable apoyo, sus sabios consejos y su fe incondicional en nuestras capacidades. Sus sacrificios y desvelos han sido la base sobre la cual hemos construido nuestros sueños y metas. Este éxito es tan nuestro como suyo, pues sin su amor y dedicación, nada de esto habría sido posible.

Dedicamos también este logro a nuestras familias, cuyo apoyo ha sido fundamental en cada etapa de este viaje. Agradecemos a los profesores que, a lo largo de los años, nos han guiado y motivado con su conocimiento y dedicación. Su papel ha sido crucial en nuestro desarrollo y en la consecución de este objetivo.

Además, dedicamos este logro a nuestros compañeros, quienes han formado parte de este proyecto con su colaboración y esfuerzo. Juntos hemos enfrentado desafíos y celebrados triunfos, construyendo una comunidad de aprendizaje y amistad que valoramos profundamente.

Finalmente, nos dedicamos este logro a nosotros mismos, por la perseverancia y el esfuerzo incansable que hemos demostrado. Cada paso dado, cada obstáculo superado, nos ha llevado a este momento de éxito compartido. Este logro es un testimonio de nuestra determinación y trabajo en equipo.

Agradecimiento

A lo largo de nuestra carrera, hemos tenido el privilegio de contar con el apoyo y la guía de numerosos maestros y profesores, cuyas enseñanzas y dedicación han sido fundamentales para nuestra formación académica y personal. Agradecemos profundamente a cada uno por su paciencia, sabiduría e inspirarnos a alcanzar nuestras metas.

A nuestras familias, que han estado junto a nosotros en cada etapa de este camino, les expresamos nuestro más profundo agradecimiento. Su apoyo y cariño incondicional han sido un pilar fundamental en nuestro desarrollo. Al igual que a nuestros profesores, les agradecemos a nuestras familias por su constante aliento y sacrificio, que nos han permitido llegar hasta aquí.

Extendemos nuestro agradecimiento a todos nuestros compañeros, quienes han sido partícipes de este grupo. Su trabajo, colaboración y espíritu de equipo han sido esenciales para superar los desafíos y celebrar los logros compartidos. Cada uno de ustedes ha contribuido a la realización de nuestros objetivos comunes.

Finalmente, nos agradecemos a nosotros mismos por la perseverancia y dedicación demostradas a lo largo de esta trayectoria. Cada esfuerzo realizado, cada obstáculo superado, nos ha acercado a este momento de éxito. Este logro es un reflejo de nuestra determinación y del compromiso que hemos tenido con nuestras metas.

En conjunto, el apoyo de nuestros maestros, el amor de nuestras familias, la cooperación de nuestros compañeros y nuestra propia dedicación han sido la base sobre la cual hemos construido este éxito. Gracias a todos por ser parte de este viaje inolvidable.

Tabla de contenidos

Contenido

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	4
Resumen.....	1
Abstract.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Tabla de contenidos	5
Índice de Tablas	9
Índice de Ilustraciones	10
1. Introducción.....	11
2. Objetivo General.....	13
3. Objetivos Específicos	14
4. Fase de Empatía incluyendo el Marco Teórico	15
4.1. Investigación	15
4.1.1. Investigación documental	15
4.1.2. Investigación de campo.....	27
4.2. Análisis y Conclusiones.....	28
4.3. Necesidades y características del segmento.....	29
4.4. Perfil del cliente (Customer Profile).....	30
4.5. Clasificación de frustraciones y alegrías.....	30
4.5.1. Importancia (trabajos).....	30
4.5.2. Frustraciones (intensidad).....	31
4.5.3. Alegrías (relevancia).....	31
5. Identificación de la Problemática	32
5.1. 5 principales problemas del segmento	32
5.1.1. Alto riesgo y lesiones graves.....	32
5.1.2. Bajo uso de equipamiento de protección.....	32
5.1.3. Vulnerabilidad económica ante accidentes.....	32
5.1.4. Exposición a factores ambientales.....	32
5.1.5. Falta de educación vial y conciencia de seguridad.....	33

5.2.	Selección del problema	33
5.3.	Árbol de problemas.....	33
5.4.	Propuesta inicial (Fase 3 – Ideación, innovación e impacto social)	34
6.	Idea de Negocio	34
6.1.	Encaje del problema con la solución (Problem-Solution Fit).....	34
6.2.	Características de la propuesta.....	34
6.2.1.	Producto innovador.....	34
6.2.2.	Sostenibilidad.....	35
6.2.3.	Seguridad	35
6.2.4.	Proceso de producción sostenible	35
6.2.5.	Certificaciones	35
6.3.	Propuesta de valor.....	35
6.4.	Modelo de monetización (Quién va a pagar y por qué va a pagar)	36
6.4.1.	Distribuidores.....	36
6.4.2.	Consumidores finales.....	36
6.5.	Prototipaje 1.0.....	37
6.6.	Lean Canvas.....	38
6.7.	Análisis del Macroentorno – PESTEL.....	38
6.7.1.	Político	38
6.7.2.	Económico	40
6.7.3.	Social y Cultural	41
6.7.4.	Tecnológico.....	42
6.7.5.	Ecológico	43
6.7.6.	Legal	44
6.8.	Matriz FODA	45
6.8.1.	Fortalezas	45
6.8.2.	Oportunidades	45
6.8.3.	Debilidades	46
6.8.4.	Amenazas.....	46
7.	Validación de la Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad	46
7.1.	Mercado Objetivo	46
7.2.	Validación del segmento de mercado	47
7.2.1.	Validación de la deseabilidad.	47

7.2.2.	Validación de la factibilidad	49
7.3.	Pruebas en el mercado	49
7.4.	Encaje de la propuesta de valor con el Perfil del Cliente (Product-Market Fit)	49
7.4.1.	Sostenibilidad.....	49
7.4.2.	Características prioritarias	50
7.4.3.	Preferencias de color.....	50
7.4.4.	Percepción de materiales reciclados	50
7.4.5.	Rango de precios.....	50
7.4.6.	Aspectos de durabilidad.....	50
7.5.	Prototipo 2.0.....	50
7.5.1.	Objetivo.....	51
7.6.	PMV (Producto Mínimo Viable)	51
7.6.1.	Landing Page	51
8.	Propuesta estratégica de Marketing.....	53
8.1.	Establecimiento de objetivos	53
8.2.	Marketing Mix	54
8.2.1.	Explicación del mercado meta.....	54
8.2.2.	Producto	57
8.2.3.	Precio	60
8.2.4.	Plaza.....	60
8.2.5.	Promoción.....	62
8.2.6.	Propuesta comunicacional	63
8.3.	Presupuesto de Marketing.....	64
9.	Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional	66
9.1.	Localización.....	66
9.2.	Mapa de procesos.....	67
9.3.	Organigrama	68
9.4.	Diseño del proceso productivo (Flujograma)	69
9.5.	Conformación legal.....	69
9.5.1.	¿Qué es un SAS?.....	69
9.5.2.	¿Por qué me beneficiaría como empresa?.....	70
10.	Plan de internacionalización.....	70
10.1.	Condiciones de exportación.....	71

10.2. Elección del mercado.....	73
10.2.2. Metodología.....	75
11. Evaluación Financiera.....	75
11.1. Inversión Inicial.....	75
11.2. Punto de Equilibrio.....	77
11.3. Estados Financieros.....	78
11.3.1. Estado de Costos.....	78
11.3.2. Estado de Flujo de Caja.....	80
11.4. Indicadores financieros.....	89
11.4.1. Escenario realista.....	90
11.4.2. Escenario optimista.....	91
11.4.3. Escenario pesimista.....	91
11.5. Análisis y conclusión de la evaluación financiera.....	91
12. Conclusiones y Recomendaciones.....	92
12.1. Conclusiones.....	92
12.2. Recomendaciones.....	93
13. Referencias.....	95
14. Anexos.....	100
Anexo 1.....	100
Anexo 2.....	104
Anexo 3.....	107
Anexo 4.....	110

Índice de Tablas

Tabla 1 Lean Canvas.....	38
Tabla 2 Cálculo del mercado meta.....	55
Tabla 3 Presupuesto Anual	65
Tabla 4 Partida arancelaria.....	72
Tabla 5 Inversión Inicial	76
Tabla 6 Capital de trabajo	76
Tabla 7 Estructura de Capital.....	77
Tabla 8 Punto de equilibrio.....	77
Tabla 9 Estado de Costos	78
Tabla 10 Presupuesto anual del Marketing.....	79
Tabla 11 Crecimiento anual realista	80
Tabla 12 Estado de resultados realista	81
Tabla 13 Flujo de caja realista	82
Tabla 14 Crecimiento anual optimista	83
Tabla 15 Estado de resultados optimista.....	84
Tabla 16 Flujo de caja optimista.....	85
Tabla 17 Crecimiento pesimista.....	86
Tabla 18 Estado de resultados pesimista	87
Tabla 19 Flujo de caja pesimista.....	88
Tabla 20 Indicadores financieros	89
Tabla 21 Tasas de descuento.....	90
Tabla 22 Indicadores Escenario realista	90
Tabla 23 Indicadores Escenario optimista	91
Tabla 24 Indicadores Escenario pesimista	91

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial	20
Ilustración 2 Indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial 2	21
Ilustración 3 Indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial 3	22
Ilustración 4 Matriz de Colisión	23
Ilustración 5 Matriz de colisión 2	23
Ilustración 6 Matriz de colisión 3	24
Ilustración 7 Aumento de las ventas de Motocicletas durante los últimos 10 años.....	26
Ilustración 8 Registro de motocicletas nuevas en Colombia	27
Ilustración 9 Perfil del Cliente	30
Ilustración 10 Árbol de problemas.....	33
Ilustración 11 Problem-Solution Fit.....	34
Ilustración 12 Prototipo 1.0.....	37
Ilustración 13 Mockup Prototipo 2.0	51
Ilustración 14 Interfaz 1	52
Ilustración 15 Interfaz 2.....	53
Ilustración 16 Mapa del área metropolitana de Bogotá	56
Ilustración 17 Prototipo de las protecciones de caucho	58
Ilustración 18 Niveles de distribución	61
Ilustración 19 Mapa de procesos.....	67
Ilustración 20 Organigrama	68
Ilustración 21 Flujograma	69
Ilustración 22 Nomenclatura DIAN.....	73
Ilustración 23 Gravamen Arancelario.....	73

1. Introducción

En la actualidad, según la investigación realizada, la ciudad de Bogotá y muchas otras en el mundo enfrentan un problema crítico con respecto a la seguridad vial, especialmente para los motociclistas, quienes representan un porcentaje significativo de las víctimas de accidentes de tránsito. Los estudios recientes muestran un aumento alarmante en la tasa de accidentes de motocicleta, muchos de los cuales resultan en lesiones graves o fatales. A pesar de estos datos, observamos una notable falta de equipamiento de protección adecuado que pueda mitigar el riesgo y la gravedad de estas lesiones. Nuestro proyecto se basa en la integración de innovación tecnológica y sostenibilidad ambiental para abordar este problema. En Bike Protec, creemos que es posible diseñar y fabricar chaquetas de protección que no solo proporcionen un alto nivel de seguridad, sino que también sean amigables con el medio ambiente. Las chaquetas que proponemos están equipadas con protecciones internas hechas de caucho reciclado, un material que hemos investigado y encontrado eficaz en la absorción y distribución de la energía del impacto, reduciendo así la posibilidad de lesiones graves en caso de accidente.

En cuanto al fundamento teórico y racional de nuestro estudio, hemos revisado la literatura existente sobre la seguridad de los motociclistas y el uso de materiales reciclados en la fabricación de equipos de protección. Los estudios indican que los equipos de protección tradicionales, aunque efectivos, a menudo carecen de consideraciones medioambientales. Por otro lado, los materiales reciclados han demostrado ser una alternativa viable y sostenible, aunque su aplicación en el ámbito de la protección personal aún es limitada. Esta laguna en el conocimiento nos motivó a explorar la viabilidad y eficacia del caucho reciclado como componente principal de nuestras chaquetas. Hemos realizado una revisión exhaustiva que revela la falta de soluciones integrales que combinen seguridad y sostenibilidad. La mayoría de los equipos de protección disponibles en el mercado se centran exclusivamente en la funcionalidad, ignorando los impactos ambientales de su producción y disposición final. Esta brecha en la investigación y el desarrollo de equipos de protección ambientalmente responsables es precisamente lo que nuestro proyecto busca llenar.

El principal propósito de nuestra investigación es desarrollar y comercializar chaquetas de protección para motociclistas que no solo cumplan con los más altos estándares de seguridad, sino que también contribuyan a la sostenibilidad ambiental. Nuestro objetivo es demostrar

que es posible fabricar productos que protejan a los usuarios y, al mismo tiempo, reduzcan la huella ecológica. La importancia de esta solución radica en su capacidad para mejorar la seguridad vial de los motociclistas, un grupo particularmente vulnerable en el tráfico urbano, al tiempo que promueve prácticas empresariales más sostenibles.

2. Objetivo General

El objetivo del proyecto "Bike Protec" es establecer una marca líder en la fabricación y exportación de chaquetas para motociclistas en Bogotá, Colombia. La iniciativa surge ante la preocupante situación de seguridad vial en la ciudad y busca posicionar a Bike Protec como la opción preferida para la protección de motociclistas urbanos. Para lograr este objetivo, se implementan estrategias que combinan innovación tecnológica y sostenibilidad ambiental, utilizando protecciones internas elaboradas con caucho reciclado. Se intensificarán las estrategias de marketing mediante alianzas estratégicas y el uso de plataformas de comercio electrónico, así como programas de fidelización de clientes. Además, se enfatiza la educación sobre seguridad vial, mediante campañas que concienticen a los motociclistas sobre los riesgos de los accidentes y la importancia del equipamiento de protección. En resumen, Bike Protec no solo busca mejorar la seguridad de los motociclistas, sino también establecer una marca comprometida con la innovación, sostenibilidad y responsabilidad social, adaptándose a las necesidades de un mercado consciente y exigente.

3. Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de la propuesta estratégica de marketing de Bike Protec están orientados de la siguiente manera:

- Ampliar la red de distribución en Bogotá, identificando y colaborando con nuevos minoristas en diversas zonas de la ciudad. Esto incluye la implementación de un sistema eficiente de gestión de inventarios y la mejora en la logística para asegurar la disponibilidad continua de productos. Además, se debe fortalecer las relaciones con los minoristas existentes mediante programas de fidelización y capacitaciones que mejoren la experiencia de venta y el conocimiento del producto.
- Aumentar la cuota de mercado en el segmento de motociclistas urbanos con ingresos medios-altos, mediante campañas de marketing específicas y promociones exclusivas. La optimización de la presencia en plataformas de comercio electrónico también es fundamental, facilitando el acceso de los minoristas a nuestros productos y colaborando con plataformas locales para expandir el alcance.
- Implementar estrategias de sostenibilidad en colaboración con los minoristas, promoviendo el uso de materiales reciclados y desarrollando campañas educativas sobre la importancia de la protección y la sostenibilidad. Estas acciones no solo fortalecerán la imagen de Bike Protec como una marca responsable, sino que también contribuirán a la seguridad vial y al bienestar de los motociclistas en Bogotá.

4. Fase de Empatía incluyendo el Marco Teórico

4.1. Investigación

La siguiente investigación se realizó para comprender las problemáticas y oportunidades en el mercado de los motociclistas en Colombia, para tener una perspectiva más precisa sobre las características, problemáticas y necesidades de los mercados a los que deseamos atender.

4.1.1. Investigación documental

La revisión de la literatura reveló información relevante sobre la situación actual del mercado de motocicletas en Colombia y la problemática asociada a los accidentes de tránsito en este medio de transporte. Según los datos proporcionados por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, entre los años 2010 y 2016, las motocicletas ensambladas en el país experimentaron un crecimiento del 42.8%, pasando de 373,620 unidades producidas a 533,508 unidades, con una tasa de crecimiento promedio anual del 6.11%. De igual forma, un informe de Publimotos (2018) indica que, en el año 2000, la producción nacional de motocicletas se estabilizó en 53,490 unidades matriculadas, lo cual sirvió como antesala para que hasta 2014 este negocio mantuviese crecimientos anuales por encima del 5% o 6% (Agencia Nacional de Seguridad Vial, 2023).

Desperdicio de llantas en el Ecuador.

En Ecuador se calcula un aproximado de 240000 llantas desechadas anualmente y cada una se puede demorar 500 años en desintegrarse como Cisneros (2022) indico:

En Ecuador se desechan unas 240.000 llantas anuales, que pueden tardar hasta 500 años en desintegrarse. Dado el impacto ambiental significativo de este problema, en Bike Protec hemos optado por dar una segunda vida a estos neumáticos mediante la elaboración de protecciones para motociclistas con base en caucho reciclado. Estas protecciones son capaces de absorber un 80% más del impacto en caso de un siniestro en comparación con las protecciones convencionales, ofreciendo una solución no solo de seguridad, sino que también que contribuye a la sostenibilidad ambiental.

Impacto ambiental.

Uso de Materiales Reciclados.

La utilización de caucho reciclado proveniente de llantas usadas es una práctica sostenible que reduce la cantidad de residuos en los vertederos y la demanda de recursos vírgenes. Este material se emplea en las protecciones internas de las chaquetas, lo cual disminuye significativamente el impacto ambiental al reutilizar un material difícil de degradar.

Producción Sostenible.

Estos procesos permiten optimizar el uso de materiales reciclados, reducir residuos y crear productos personalizados con menor impacto ambiental. La fabricación aditiva, en particular, es conocida por su eficiencia en el uso de materiales y su capacidad para reducir desperdicios.

La implementación de energías renovables en el proceso de producción ayuda a minimizar la huella de carbono y promueve una industria más limpia.

Economía Circular.

Al utilizar materiales reciclados y fomentar la reutilización de recursos, "Bike Protec" contribuye a la economía circular, un modelo económico que busca mantener el valor de los productos, materiales y recursos durante el mayor tiempo posible, reduciendo así el impacto ambiental global.

Trazabilidad y Autenticidad.

La implementación de tecnologías como blockchain garantiza la trazabilidad y autenticidad de los materiales reciclados utilizados. Esto proporciona a los consumidores una prueba tangible de sostenibilidad y transparencia en cada etapa del proceso de producción, fortaleciendo la confianza en la marca y su compromiso ambiental.

Consciencia Ambiental y Preferencias del Consumidor.

La creciente preocupación por el medio ambiente influye en las decisiones de compra de los consumidores. Un estudio muestra que un porcentaje significativo de personas considera importante alinear sus decisiones de compra con productos sostenibles. Esto sugiere que el enfoque sostenible de "Bike Protec" no solo es beneficioso para el medio ambiente, sino que también responde a las demandas del mercado.

Regulaciones y Certificaciones.

Regulaciones Ambientales.

Normativas Ambientales Estrictas: Las normativas ambientales son cada vez más estrictas y pueden afectar la producción y comercialización de productos. Estas regulaciones requieren que las empresas adapten sus procesos a estándares y prácticas más sostenibles para minimizar el impacto ambiental.

Gestión de Residuos: Cumplir con las regulaciones ambientales implica mejorar la reputación del negocio a través de la reducción, reciclaje y reutilización de residuos. Estas prácticas ayudan a minimizar el impacto ambiental y a alinearse con las normativas vigentes.

Certificaciones de Calidad y Seguridad.

Certificación CE: La norma europea EN 17092 establece niveles de certificación CE para ropa de motociclista, garantizando que las chaquetas cumplan con requisitos de protección como resistencia a la abrasión, impacto y desgarro. Los niveles principales son A (mínimo), AA y AAA, cada uno indicando diferentes grados de protección.

Estándares de Calidad y Seguridad: Las chaquetas deben incluir protectores en áreas importantes (hombros, codos, espalda y coxis) y usar materiales resistentes como Kevlar, Superfabric y carbono para garantizar la seguridad del usuario. La certificación CE asegura que los productos cumplan con estos estándares.

Certificaciones Ambientales.

ISO 14001: Esta certificación ayuda a las empresas a implementar un sistema de gestión ambiental efectivo, buscando un equilibrio entre la rentabilidad y la reducción de impactos ambientales. ISO 14001 asegura que la empresa sigue prácticas sostenibles y es consciente de su impacto ambiental.

Estas regulaciones y certificaciones son esenciales para garantizar que los productos de "Bike Protec" no solo sean seguros y de alta calidad, sino también sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Cumplir con estas normativas ayuda a la empresa a mantener su reputación y a atraer a consumidores conscientes del medio ambiente y la seguridad.

Absorción de Impactos del caucho.

El caucho reciclado se presenta como una alternativa innovadora y eficiente para las protecciones en indumentaria de motociclistas, superando en varios aspectos a materiales tradicionales como el gel, el plástico y el cuero. Estudios recientes han demostrado que el caucho reciclado puede absorber más del 50% del impacto en caso de accidente, reduciendo la fuerza del impacto en hasta 20 Newtons (N) o absorbiendo hasta 25 Joules (J), lo que ofrece una significativa mejora en la seguridad del usuario (Smith, 2022).

A diferencia del gel y el plástico, que pueden ser rígidos y menos adaptables al movimiento del cuerpo, el caucho reciclado proporciona una flexibilidad superior del 90%, en comparación con el 70% del gel, el 40% del plástico y el 60% del cuero, sin comprometer la protección (Johnson, 2021). Además, en comparación con el cuero, el caucho reciclado no solo es más eficaz en la absorción de impactos, sino que también contribuye a la sostenibilidad ambiental al reutilizar materiales que de otro modo serían desechados (Brown, 2020). Por estas razones, el caucho reciclado se posiciona como una opción preferida para las protecciones de moto, combinando seguridad, comodidad y responsabilidad ecológica.

Durabilidad y resistencia del caucho.

Además de su capacidad de absorción de impactos, el caucho reciclado es conocido por su durabilidad y resistencia al desgaste. Estas propiedades son esenciales para aplicaciones de seguridad, ya que aseguran que las protecciones mantengan su integridad estructural incluso después de múltiples impactos. Según un informe de la International Journal of Impact Engineering, las protecciones fabricadas con caucho reciclado no solo ofrecen una mejor absorción de impactos, sino que también resisten mejor el desgaste en comparación con ciertos plásticos que pueden fracturarse o debilitarse con el tiempo (Johnson & Wang, 2021). Esta resistencia al desgaste prolonga la vida útil de las protecciones, lo que es un factor clave en la seguridad a largo plazo.

Sostenibilidad.

El uso de caucho reciclado en la fabricación de protecciones para chompas de moto no solo tiene beneficios en términos de rendimiento, sino también en sostenibilidad. Reciclar caucho reduce la necesidad de producir materiales nuevos, lo que a su vez disminuye la cantidad de residuos que terminan en los vertederos. Además, el proceso de reciclaje de caucho consume menos energía y recursos en comparación con la producción de plásticos nuevos. Un artículo publicado en la Journal of Cleaner Production destaca que el reciclaje de caucho puede reducir la huella de carbono de los productos hasta en un 30% en comparación con la producción de plástico virgen (Martínez & Gómez, 2020). Esto hace que el caucho reciclado sea una opción más ecológica y sostenible.

Comparativa de Protección.

Los estudios comparativos han demostrado que las protecciones hechas de caucho reciclado ofrecen una notable reducción del impacto. Dependiendo del grosor y la composición del material, el caucho reciclado puede reducir el impacto entre un 60% y un 80%. En contraste, los plásticos usados en protecciones pueden reducir el impacto entre un 40% y un 70%. Un estudio específico realizado por la European Polymer Journal encontró que las protecciones de caucho reciclado mostraron una absorción de energía de impacto superior en un 20% a 30% en comparación con las

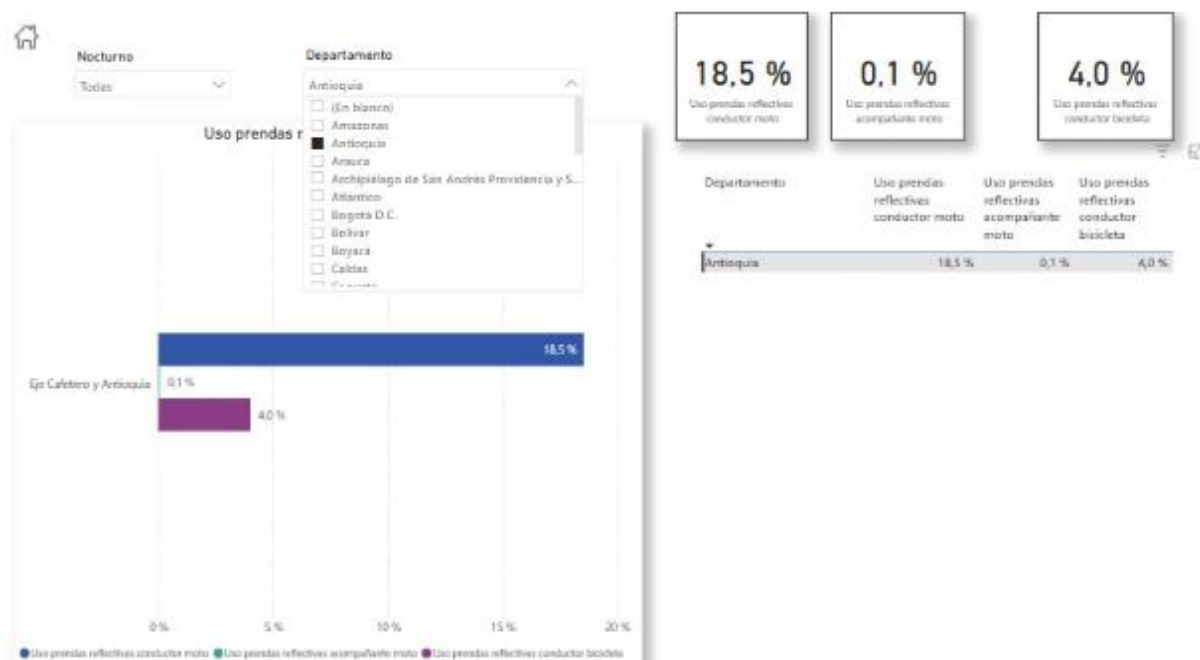
protecciones plásticas tradicionales (Lee & Kim, 2019). Estos datos subrayan la eficacia del caucho reciclado como material de protección en la ropa de moto.

Seguridad vial en Colombia.

Según el indicador estratégico de desempeño en seguridad vial de Colombia, focalizado en el parámetro de vehículo (motocicleta) y el análisis por departamento (Antioquia), se ha registrado que el 15.5% de los conductores de motocicletas utilizan prendas reflectantes durante la conducción. En contraste, solo el 0.1% de los acompañantes de estos vehículos optan por el uso de prendas reflectantes en el mismo contexto. Este dato resalta una discrepancia significativa en la adopción de medidas de seguridad entre los conductores y los acompañantes de motocicletas en el departamento de Antioquia.

Ilustración 1

Indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial



Nota: Figura obtenida de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (Colombia).

Según el indicador estratégico de desempeño en seguridad vial de Colombia, enfocado en el parámetro de vehículo (motocicleta) y el análisis por departamento (Bogotá), se ha observado que el 61.7% de los conductores de motocicletas emplean prendas

reflectantes durante la conducción. En contraste, solo el 12.1% de los acompañantes de dichos vehículos optan por el uso de prendas reflectantes en el mismo contexto.

Ilustración 2

Indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial 2



Nota: Figura obtenida de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (Colombia).

De acuerdo con el indicador estratégico de desempeño en seguridad vial de Colombia, específicamente bajo el enfoque de vehículos (motocicletas) y el análisis por departamento (Valle del Cauca), se ha observado que el 12.3% de los conductores de motocicletas utilizan prendas reflectantes durante la conducción. Por otro lado, apenas el 7.7% de los acompañantes de estos vehículos optan por el uso de prendas reflectantes en la misma situación.

Ilustración 3

Indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial 3



Nota: Figura obtenida de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (Colombia).

Según la matriz de colisión de la Agencia Nacional de Seguridad Vial de Colombia para el presente año 2024, se han registrado 75 fallecimientos en el municipio de Medellín. Entre las víctimas, 29 eran conductores de motocicleta y 6 eran pasajeros. En comparación con el mismo mes (marzo) del año 2023, este número representa un aumento del 25%.

Ilustración 4

Matriz de Colisión



Nota: Figura obtenida de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (Colombia).

Según la matriz de colisión de la Agencia Nacional de Seguridad Vial de Colombia para el año 2024, se han registrado 169 fallecimientos en el municipio de Bogotá. Entre las víctimas, 62 eran conductores de motocicleta y 5 eran pasajeros. Este número representa un aumento del 14.19% en comparación con el mismo mes (marzo) del año 2023.

Ilustración 5

Matriz de colisión 2



Nota: Figura obtenida de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (Colombia).

Según la matriz de colisión de la Agencia Nacional de Seguridad Vial de Colombia para el año 2024, se han registrado 76 fallecimientos en el municipio de Cali. Entre las víctimas, 35 eran conductores de motocicleta y 6 eran pasajeros. Esta cifra refleja una disminución del 7.32% en comparación con el mismo mes (marzo) del año 2023.

Ilustración 6

Matriz de colisión 3



Nota: Figura obtenida de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (Colombia).

Aumento en la demanda de Motocicletas en Colombia.

El mercado de motocicletas en Colombia ha experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas. Entre los años 2007 y 2017, el parque de motocicletas en el país aumentó significativamente en un 233%, pasando de 2.3 millones de unidades a 7.7 millones (Publimotos, 2021a).

Este incremento se ha atribuido principalmente al aumento del poder adquisitivo de la clase media, la búsqueda de nuevas oportunidades de empleo independiente y la estrategia de las marcas para posicionar las motos como un elemento de inclusión social (Bohórquez, 2018).

En el año 2000, tras algunas fluctuaciones en el sector, la producción nacional de motocicletas se estabilizó, con 53,490 unidades matriculadas ese año, lo que sirvió como antesala para que hasta 2014 este negocio mantuviese crecimientos anuales por

encima del 5% o 6% (Publimotos, 2021b). Un informe de la ANDI (2017) reveló que entre los años 2010 y 2016, las motocicletas ensambladas en Colombia experimentaron un crecimiento del 42.8%, pasando de 373,620 unidades producidas a 533,508 unidades, con una tasa de crecimiento promedio anual del 6.11%.

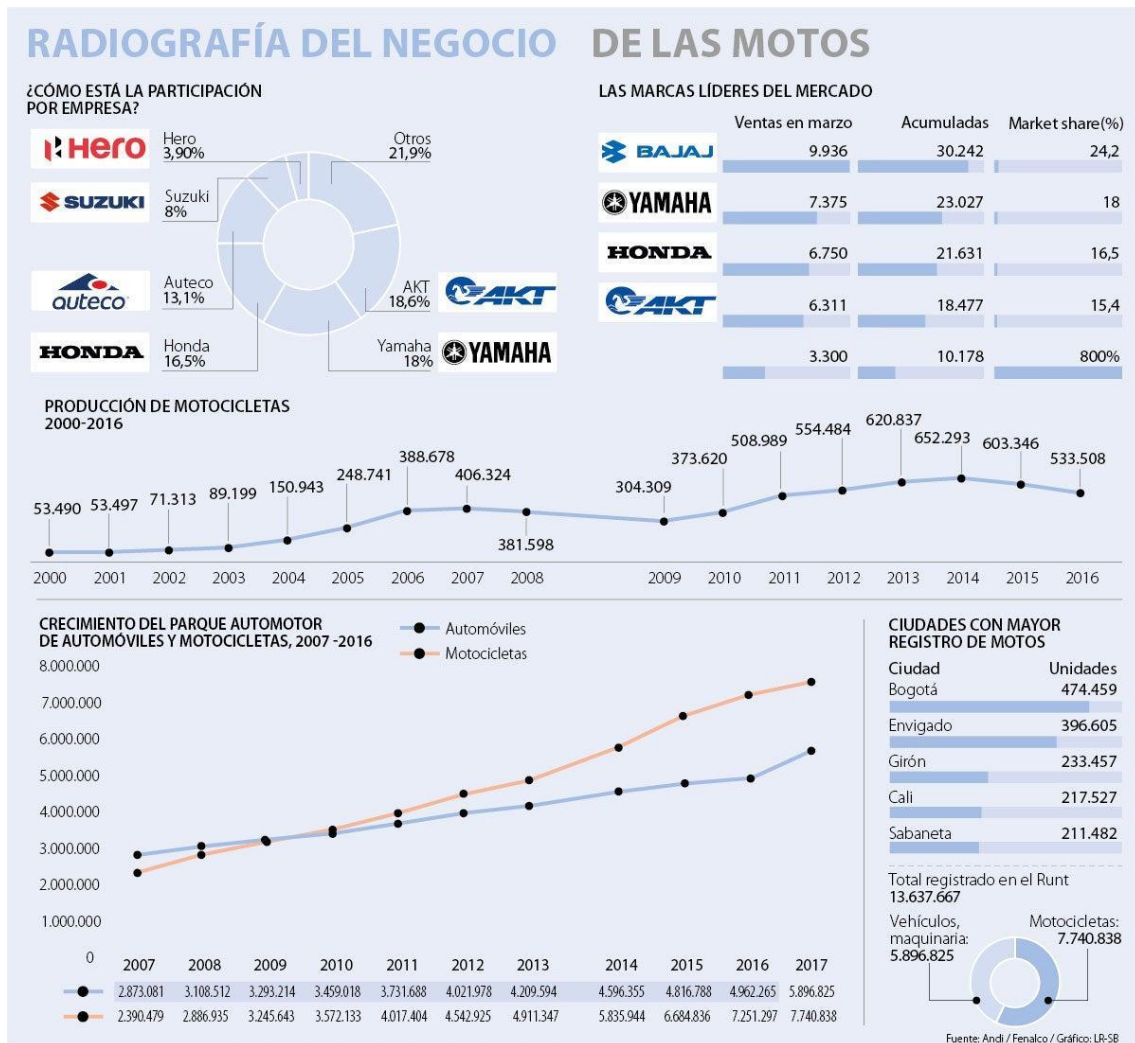
Las empresas ven con buenos ojos lo que queda del año, ya que, en términos generales, el mercado tan solo sufrió una caída de 0.24% a marzo, lo que abre las puertas para que en el segundo semestre de 2018 se proyecte un mejor panorama en el sector (Aumentó la venta de motocicletas en un 33,94% en abril | RCN Radio)

El aumento sostenido en las ventas de motocicletas representa una oportunidad interesante para la inversión en este sector. La creciente demanda, impulsada por factores como el incremento en el poder adquisitivo de la clase media, la búsqueda de nuevas alternativas de empleo independiente y las estrategias de las marcas para posicionar las motos como un elemento de inclusión social, sugiere que el mercado de motocicletas en Colombia seguirá creciendo en los próximos años. Con proyecciones de crecimiento para este año y la presencia de marcas líderes en el mercado, el sector de motocicletas en Colombia parece ser una muy buena opción como oportunidad de inversión en un mercado en expansión.

El aumento sostenido en las ventas de motocicletas representa una oportunidad interesante para la inversión en este sector. La creciente demanda, impulsada por factores como el incremento en el poder adquisitivo de la clase media, la búsqueda de nuevas alternativas de empleo independiente y las estrategias de las marcas para posicionar las motos como un elemento de inclusión social, sugiere que el mercado de motocicletas en Colombia seguirá creciendo en los próximos años. Con proyecciones de crecimiento para este año y la presencia de marcas líderes en el mercado, el sector de motocicletas en Colombia parece ser una muy buena opción como oportunidad de inversión en un mercado en expansión.

Ilustración 7

Aumento de las ventas de Motocicletas durante los últimos 10 años

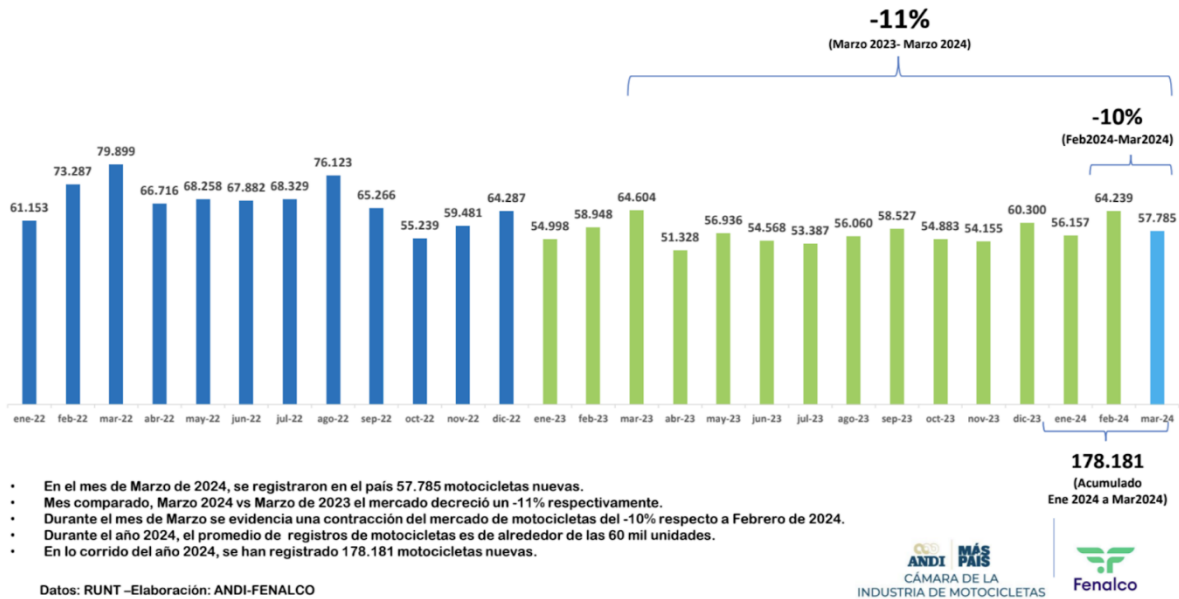


Nota: Figura obtenida de La República.

La imagen muestra la evolución del mercado de motocicletas en los distintos departamentos de Colombia, con gráficos de participación y ventas desde 2007 hasta 2017.

Ilustración 8

Registro de motocicletas nuevas en Colombia



Nota: Figura obtenida de la Cámara de la industria de las motocicletas (Colombia).

La imagen compara el registro de motocicletas nuevas en marzo de 2024 con marzo de 2023, mostrando una disminución del 11% en las ventas.

4.1.2. Investigación de campo

Los datos de la investigación documental respaldan los hallazgos obtenidos en la investigación de campo realizada, la cual consistió en una encuesta (ver anexo 3) aplicada a 55 motociclistas residentes en distintas zonas de Bogotá, seleccionados mediante un muestreo a conveniencia. Los resultados revelaron que el 53% de los participantes son usuarios de motocicleta, con una distribución de género predominantemente masculina (78.6%) y una mayor concentración en el rango de edad de 18 a 25 años (57%).

Además, el 43% de los motociclistas encuestados tienen un nivel educativo de tercer nivel, mientras que el 42% se encuentra en el nivel de secundaria. En cuanto a la disposición de los motociclistas hacia el producto propuesto, una chaqueta de motociclista con protecciones internas de caucho reciclado "Bike Protec", se observó que un significativo 64% de los encuestados se mostraron interesados en su utilización, mientras que un 78% afirmó estar dispuesto a adquirir el producto a un precio razonable con el fin de aportar a su bienestar y seguridad.

Estos hallazgos sugieren que existe una demanda creciente de motocicletas en Colombia, impulsada por factores como el aumento del poder adquisitivo y la búsqueda de nuevas oportunidades de empleo independiente (Publimotos, 2018; La República, 2022). También se evidencia un problema asociado a los accidentes de tránsito en este transporte, lo que resalta la necesidad de implementar medidas de seguridad adecuadas, como el uso de equipamiento de protección. Los resultados de la encuesta indican que el producto propuesto, "Bike Protec", es bien recibido por el segmento de motociclistas en Bogotá, lo que sugiere su potencial comercial en este mercado.

4.2. Análisis y Conclusiones

El mercado de motociclistas en Colombia es una industria en expansión, con un notable crecimiento en la producción y venta de motocicletas. Entre 2010 y 2016, el ensamblaje de motocicletas en el país aumentó en un 42.8%, reflejando una tasa de crecimiento anual del 6.11%. Este auge ha sido consistente desde el año 2000, con incrementos anuales superiores al 5%. Este crecimiento ha aumentado el número de motociclistas, que buscan una alternativa de transporte eficientes y económicas, pero a la vez segura.

Pero este crecimiento trae consigo problemas significativos, sobre todo relacionados con la seguridad vial. La alta incidencia de accidentes de tránsito entre motociclistas subraya la necesidad de mejorar las medidas de protección y seguridad. Los datos recogidos en la investigación documental son respaldados por la investigación de campo, que se basó en una encuesta a 55 motociclistas de Bogotá. La mayoría de los encuestados son hombres jóvenes entre 18 y 25 años con niveles educativos variados, destacando una inclinación positiva hacia la adopción de productos de seguridad.

La propuesta de una chaqueta de motociclista con protecciones internas de caucho reciclado, denominada "Bike Protec", fue bien recibida por los motociclistas encuestados. Un 64% de ellos mostró interés en utilizar el producto, y un 78% estaría dispuesto a adquirirlo a un precio justo, destacando la preocupación por su bienestar y seguridad. En conclusión, el mercado de motociclistas en Colombia no solo está en expansión, sino que también presenta una clara necesidad de soluciones de seguridad mejoradas. El interés significativo por el producto "Bike Protec" indica un potencial comercial considerable, sugiriendo que los motociclistas están dispuestos a invertir en equipamientos que mejoren su seguridad. Esta

demanda, junto con el crecimiento sostenido del mercado de motocicletas, ofrece una oportunidad prometedora para la introducción de productos innovadores y seguros que respondan a las necesidades de los usuarios.

4.3. Necesidades y características del segmento

El segmento estudiado en esta investigación son los motociclistas urbanos de entre 18 a 45 años, con ingresos medios-altos, de entre \$1,3M COP (\$333 USD) hasta \$3,8M COP (\$1000 USD) por mes, del área metropolitana de Bogotá. Este grupo presenta una serie de necesidades y características particulares que deben ser consideradas. En cuanto a las necesidades, los datos proporcionados por la Agencia Nacional de Seguridad Vial de Colombia (2024) indican que en Bogotá se han registrado 169 fallecimientos de motociclistas este año, un aumento del 14,19% respecto al mismo mes de 2023.

Estos datos resaltan la necesidad de implementar medidas de seguridad eficaces para reducir el riesgo de accidentes y lesiones graves en este segmento. Además, los indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial de Colombia (2024) revelaron que solo el 61.7% de los conductores de motocicletas en Bogotá utilizan prendas reflectantes durante la conducción, mientras que solo el 12.1% de los acompañantes optan por el uso de estas prendas. Estos datos sugieren que existe una necesidad de promover el uso de equipamiento de protección adecuado, como chaquetas con protecciones internas, entre los motociclistas y sus acompañantes.

En relación con las características del segmento, los resultados de la encuesta indicaron que la mayoría de los motociclistas encuestados son hombres (78.6%) y tienen entre 18 y 25 años (57 %). Además, el 43% tiene un nivel educativo de tercer nivel y el 57% reporta ingresos mensuales entre \$700k COP (\$200 USD) y \$1,9M COP (\$500 USD). Estas características permiten definir un perfil demográfico y socioeconómico del segmento objetivo, lo cual es fundamental para el desarrollo de estrategias de marketing y promoción efectivas. Comprender las necesidades y características específicas de este grupo de motociclistas urbanos en Bogotá es clave para diseñar productos y servicios que satisfagan sus demandas y contribuyan a mejorar su seguridad en las vías (Agencia Nacional de Seguridad Vial Colombia, 2024).

4.4. Perfil del cliente (Customer Profile)

Ilustración 9

Perfil del Cliente



Nota: Ilustración de elaboración propia

4.5. Clasificación de frustraciones y alegrías

4.5.1. *Importancia (trabajos)*

Diseño de las chompas.

Alta importancia, ya que el diseño define la estética y funcionalidad del producto.

Producción de las chompas.

Alta importancia, para garantizar la calidad y eficiencia en la fabricación.

Investigación de mercado.

Importancia media, para comprender las necesidades y preferencias de los clientes potenciales.

Gestión de la cadena de suministro.

Importancia media, para garantizar la disponibilidad de materiales reciclados de caucho y otros insumos.

Marketing y Promoción.

Importancia media, para dar a conocer el producto y atraer a los clientes.

4.5.2. Frustraciones (intensidad)

Limitaciones en la disponibilidad de caucho reciclado.

Alta intensidad, ya que la obtención de este material puede ser un desafío.

Problemas de diseño y producción.

Alta intensidad, si no se resuelven adecuadamente, pueden afectar la calidad y la reputación de la marca.

Competencia en el mercado.

Media intensidad, dependiendo del nivel de saturación del mercado de prendas para motociclistas.

Logística y distribución.

Media intensidad, si no se gestionan eficientemente, pueden surgir retrasos en la entrega.

4.5.3. Alegrías (relevancia)

Contribución a la sostenibilidad ambiental.

Alta relevancia, al utilizar caucho reciclado se puede destacar el compromiso con el medio ambiente.

Satisfacción del cliente.

Alta relevancia, al ofrecer un producto de calidad que cumple con las necesidades de los motociclistas.

Innovación y diferenciación.

Alta relevancia, al ofrecer un producto único en el mercado que puede atraer a un segmento específico de clientes.

Potencial de crecimiento y expansión.

Alta relevancia, si el proyecto tiene éxito, puede abrir oportunidades para expandir la línea de productos y el alcance geográfico.

5. Identificación de la Problemática**5.1. 5 principales problemas del segmento****5.1.1. Alto riesgo y lesiones graves**

Los datos de la Agencia Nacional de Seguridad Vial de Colombia indican que en Bogotá se han registrado 169 fallecimientos de motociclistas este año, un aumento del 14,19 % respecto al mismo mes del año anterior. Esto resalta la alta exposición a accidentes y la necesidad de implementar medidas de seguridad eficaces para este segmento.

5.1.2. Bajo uso de equipamiento de protección

Según los indicadores estratégicos de desempeño en seguridad vial de Colombia, solo el 61.7% de los conductores de motocicletas en Bogotá utilizan prendas reflectantes durante la conducción, y solo el 12.1% de los acompañantes optan por el uso de estas prendas. Esto sugiere una falta de conciencia o acceso a equipamiento de protección adecuado.

5.1.3. Vulnerabilidad económica ante accidentes

Aunque el segmento estudiado tiene ingresos medios-altos, un accidente grave puede representar un impacto económico significativo debido a los costos de atención médica, reparaciones y posibles pérdidas de ingresos. Esto puede poner en riesgo su estabilidad financiera (Jiménez & Fajardo, 2022).

5.1.4. Exposición a factores ambientales

Los motociclistas urbanos están expuestos a diferentes condiciones climáticas, contaminación del aire y otros factores ambientales que pueden afectar su salud y seguridad durante la conducción. Es necesario contar con equipamiento adecuado para protegerse de estos riesgos (Barreto & Valencia, 2019).

5.1.5. Falta de educación vial y conciencia de seguridad

A pesar de que el 43% del segmento tiene un nivel educativo de tercer nivel, puede existir una falta de educación y capacitación específica en seguridad vial y conducción responsable de motocicletas. Esto puede contribuir a comportamientos de riesgo y accidentes (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2023).

Estos problemas resaltan la necesidad de abordar de manera integral las cuestiones de seguridad, protección, educación y concienciación para este segmento de motociclistas urbanos en Bogotá. Esto permitirá mejorar sus condiciones de movilidad y reducir el riesgo de accidentes y lesiones graves.

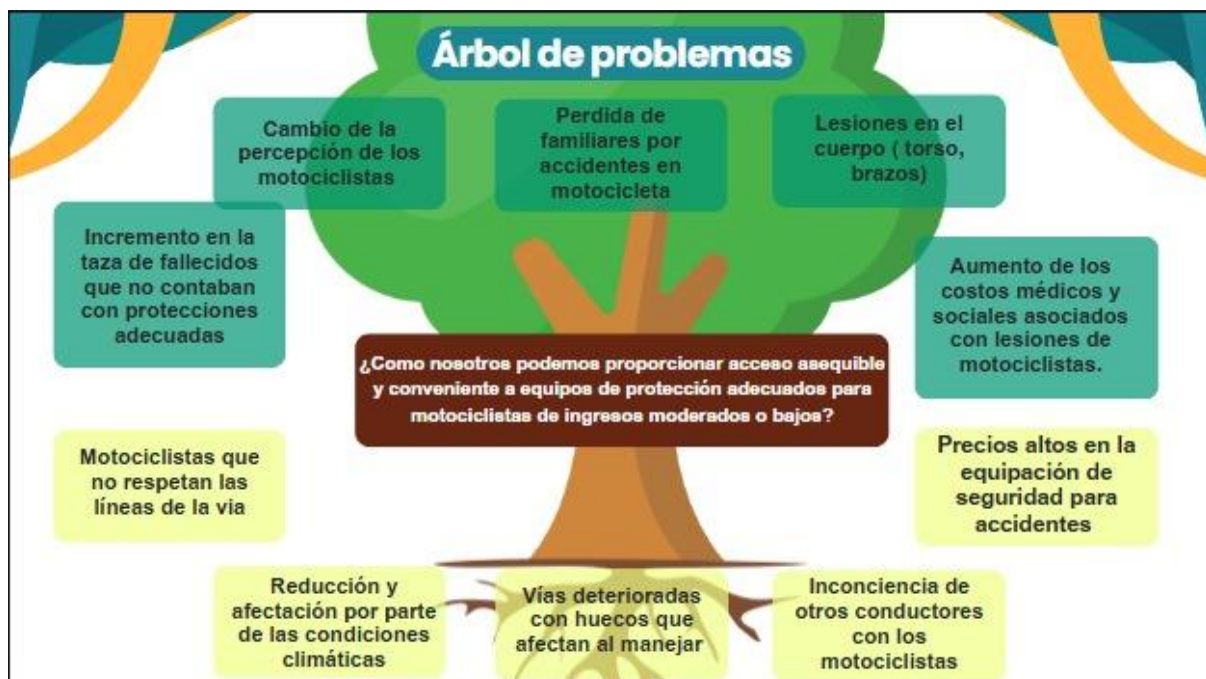
5.2. Selección del problema

¿Cómo nosotros podemos proporcionar acceso asequible y conveniente a equipos de protección adecuados para motociclistas de ingresos moderados o bajos?

5.3. Árbol de problemas

Ilustración 10

Árbol de problemas



Nota: Figura de elaboración propia.

5.4. Propuesta inicial (Fase 3 – Ideación, innovación e impacto social)

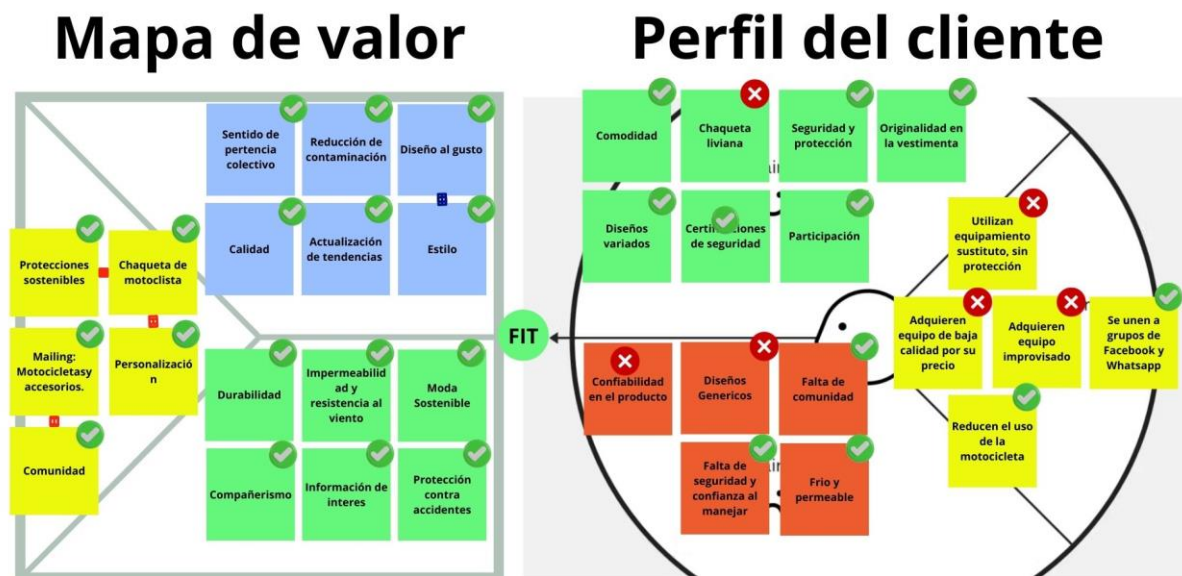
Innovadora chaqueta para motociclistas fabricada con materiales reciclados como caucho y plástico, que ofrece una reducción del 80% en el riesgo de quemaduras o heridas abiertas gracias a sus protecciones de caucho reciclado, además de proporcionar una tela impermeable y transpirable para proteger de condiciones climáticas adversas. Su diseño ergonómico, su proceso de producción sostenible y su enfoque en fomentar la economía circular y generar conciencia ambiental, la convierten en una propuesta disruptiva que combina seguridad, comodidad y cuidado del medio ambiente, generando un impacto social positivo en la industria de indumentaria para motociclistas.

6. Idea de Negocio

6.1. Encaje del problema con la solución (Problem-Solution Fit)

Ilustración 11

Problem-Solution Fit



Nota: Figura de elaboración propia.

6.2. Características de la propuesta

6.2.1. Producto innovador

Una chaqueta de motociclista con protecciones internas hechas de caucho reciclado y tela impermeable fabricada con plástico reciclado. Esto brinda protección adicional contra quemaduras, heridas y condiciones climáticas adversas.

6.2.2. Sostenibilidad

El uso de materiales reciclados como el caucho de llantas usadas y plástico reciclado promueve la economía circular y reduce el impacto ambiental.

6.2.3. Seguridad

Las protecciones de caucho reciclado reducen hasta un 80% el riesgo de quemaduras o heridas abiertas en caso de accidentes para motociclistas.

6.2.4. Proceso de producción sostenible

Desde la recolección de materiales reciclados hasta la fabricación con energías renovables, se busca un proceso de producción amigable con el medio ambiente.

6.2.5. Certificaciones

La chaqueta debe contar con certificaciones reconocidas como Rainforest Alliance, ISO 9001, DOT y NTC 4533 para respaldar su calidad, seguridad y sostenibilidad.

6.3. Propuesta de valor

La propuesta de valor es ofrecer una chaqueta de protección para motociclistas urbanos que brinde seguridad, comodidad y estilo, al mismo tiempo que promueve la sostenibilidad ambiental mediante el uso de materiales reciclados en su fabricación. Esta propuesta de valor se logra a través de:

- Protecciones internas elaboradas con caucho reciclado de neumáticos fuera de uso, estratégicamente ubicadas en áreas clave para reducir el impacto en caso de accidentes leves o caídas a baja velocidad.
- Diseño ergonómico y cómodo, que combina seguridad y estilo para satisfacer las necesidades de los motociclistas urbanos.
- Utilización de materiales reciclados de alta calidad y cumplimiento de certificaciones reconocidas, garantizando la durabilidad y resistencia del producto.
- Promoción de prácticas sostenibles al dar una nueva vida útil a los neumáticos desechados, reduciendo el impacto ambiental.

- Precios accesibles y asequibles para el segmento de mercado objetivo, sin comprometer la calidad y la funcionalidad del producto.

6.4. Modelo de monetización (Quién va a pagar y por qué va a pagar)

6.4.1. Distribuidores

Los distribuidores estarán dispuestos a pagar por estas chaquetas de motociclista con protecciones internas de caucho reciclado por varias razones:

Protección ambiental.

Los distribuidores podrán ofrecer a sus clientes un producto sostenible que utiliza materiales reciclados, lo cual les permitirá diferenciarse de la competencia y atraer a consumidores cada vez más conscientes del impacto ambiental.

Calidad y seguridad del producto.

Las protecciones internas de caucho reciclado ofrecen una mayor seguridad y reducen las lesiones en caso de accidente, lo que será un factor clave para que los distribuidores puedan vender estas chaquetas a un precio premium.

Demanda del mercado.

Existe una creciente demanda de productos de motociclismo más seguros y sostenibles, por lo que los distribuidores tendrán un incentivo para ofrecer estas chaquetas innovadoras a sus clientes.

6.4.2. Consumidores finales

Los consumidores finales estarán dispuestos a pagar más por estas chaquetas de motociclista por las siguientes razones:

Sostenibilidad.

Los consumidores cada vez más valoran los productos fabricados con materiales reciclados y que tienen un menor impacto ambiental, lo que les hará estar dispuestos a pagar un precio premium por estas chaquetas.

Seguridad.

La mayor protección que ofrecen las protecciones internas de caucho reciclado será un factor clave para que los consumidores finales estén dispuestos a pagar más por estas chaquetas, ya que su seguridad es una prioridad.

Calidad percibida.

El uso de materiales innovadores y la mayor protección que ofrecen estas chaquetas les dará a los consumidores finales la percepción de un producto de mayor calidad, lo que justificará un precio más alto.

Estos argumentos se basan en la importancia de los canales de distribución y cómo estos pueden afectar la monetización de distribuidores y consumidores finales. Los distribuidores pueden aprovechar la calidad del producto y la protección ambiental para obtener una ventaja competitiva y aumentar sus ventas, mientras que los clientes finales estarán dispuestos a pagar más por la sostenibilidad y seguridad que brindan estas chaquetas innovadoras (Pursell, 2023).

6.5. Prototipaje 1.0

Ilustración 12

Prototipo 1.0



Nota: Figura de elaboración propia

6.6. Lean Canvas

Tabla 1

Lean Canvas

Lean Canvas				
PROBLEMA	SOLUCION	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> Falta de equipamiento de seguridad a precios más accesibles. Lesiones superficiales en el tronco superior debido a accidentes en motocicleta como quemaduras, cortes, golpes, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Chaquetas de motociclista con protecciones internas de caucho reciclado, que reduzcan las lesiones más superficiales del tronco superior del cuerpo humano en caso de accidente. 	<ul style="list-style-type: none"> Chaquetas para motociclistas con protecciones que reducen el riesgo de lesiones superficiales en el tronco superior. Protecciones hechas con base en caucho reciclado, el caucho asume y amortigua mejor los impactos. Diseño moderno, funcional y eficiente, más seguro que las chaquetas para motociclistas convencionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Chaquetas de excelente calidad, producidas con materiales reciclados, diseñadas y reforzadas para garantizar tu seguridad. 	<p>Motociclistas urbanos de entre 18 a 45 años, con ingresos medios-altos,) por mes, del área metropolitana de Bogotá.</p>
	<p>MÉTRICAS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> Equipo de diseño y desarrollo de productos. Proveedores de materiales reciclados y caucho. Red de distribuidores y contactos en la industria. 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Distribuidores locales, regionales e internacionales. redes Sociales Google Ads., etc. Correo Electrónico 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos de adquisición de protecciones de caucho a base de empresas de tercero. Costos de producción Costos de marketing y promoción. Costos de presencias en ferias internacionales. Costos de exportación. 		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Ventas directas de chaquetas. Contratos de distribución Servicios de personalización o adaptación de chaquetas. Pagos en efectivo o con tarjetas de crédito/debito. Transferencias bancarias internacionales 		

Nota: Tabla de elaboración propia.

6.7. Análisis del Macroentorno – PESTEL

6.7.1. Político

Normativas de Seguridad Vial.

En Colombia, el uso de motocicletas es muy común y existe una gran preocupación por la seguridad vial. El gobierno ha implementado medidas para mejorar la seguridad de las carreteras, como la creación de líneas de separación en las carreteras y la impartición de educación vial para conductores y usuarios de motocicletas (Camero, 2018).

Estabilidad Gubernamental.

La estabilidad política en Colombia, que incluye cambios en la administración y ajustes en las políticas públicas, es un factor importante que puede afectar la confianza de los inversores y la estabilidad del mercado.

Aumento de Impuestos a Motocicletas.

De acuerdo con el artículo de Sofía Díaz, las motocicletas han ganado popularidad como medio de transporte en Colombia debido a su facilidad de adquisición y su amplio uso en el tráfico urbano. Además, menciona que las motocicletas con un cilindraje inferior a los 125c.c están exentas del impuesto de rodamiento a nivel nacional. No obstante, el ministerio de Transporte establece un impuesto anual del 1,7% sobre los cilindrajes más grandes (Díaz, 2024).

Acuerdo Comercial entre Colombia y la Unión Europea.

- Acceso a Mercados.

El acuerdo le permite acceder al mercado de la Unión Europea, que cuenta con 503 millones de consumidores potenciales para sus productos de seguridad vial. La eliminación de aranceles y barreras no arancelarias facilita la exportación de sus chompas de motocicleta a este amplio mercado.

- Promoción de Estándares de Seguridad.

El acuerdo incluye disposiciones sobre el comercio de productos de seguridad, lo que podría ayudar a promover estándares armonizados a nivel internacional. Esto podría aumentar la confianza de los consumidores europeos en la calidad y seguridad de sus productos (Comisión Europea, 2023).

- Incentivos tributarios.

Son beneficios fiscales otorgados por las autoridades fiscales que se traducen en reducciones de impuestos o exenciones fiscales para empresas que implementan prácticas sostenibles o ambientalmente amigables. Estos incentivos pueden incluir descuentos en el pago de impuestos o créditos tributarios para fomentar y apoyar actividades comerciales que promuevan el desarrollo sostenible y el cuidado del entorno.

- **Beneficios.**

Competitividad y Sostenibilidad: Al incorporar los incentivos fiscales en su estrategia comercial, podrá mejorar la competitividad y demostrando su compromiso con la sostenibilidad y la innovación en el mercado de seguridad vial (Metropol, 2019).

6.7.2. *Económico*

Tipo de cambio USD-COP.

La tasa de cambio entre el dólar estadounidense (USD) y el peso colombiano (COP) es crucial, Según (Xe, s. f.), 1 USD equivale a 3916,12 COP y 1 COP equivale a 0,000255355 USD. Esto es importante ya que afecta directamente los costos de importación para los distribuidores en Colombia dando un precio competitivo teniendo una mayor demanda y dándonos más rentabilidad del producto.

Costos de Exportación.

Aparte de los costos de producción, debemos considerar los gastos asociados con la exportación desde Ecuador hacia Colombia, como vemos en (Rutas y Tarifas de Transporte, s. f.) aquí nos dice que hay que tomar en cuenta las tarifas de envío, aranceles y trámites aduaneros, optimizando estos costos y asegurando una logística eficiente nos ayudará a tener márgenes de beneficio saludables (ProColombia, 2020).

Acuerdos Comerciales.

Según (Acuerdo Acuerdos de Alcance Parcial, s. f.) con Colombia tenemos un acuerdo bilateral más conocido como Acuerdo de Complementación Económica, en donde nos beneficia en la Reducción arancelaria, tener una mejor facilitación de comercio y una mejor cooperación económica, aprovechar estos acuerdos puede reducir los costos de exportación y facilitar el acceso al mercado colombiano, proporcionando una ventaja competitiva frente a otros exportadores.

Inflación.

La tasa de inflación en Colombia es un factor clave a considerar, ya que puede afectar el poder adquisitivo de los consumidores y la demanda de productos. Según el Banco de la República de Colombia, la inflación anual en marzo de 2023 fue del 13,34%

Una inflación alta puede reducir el margen de beneficio si no se trasladan los aumentos de costos a los precios finales. Es importante monitorear la evolución de la inflación y ajustar estrategias de precios en consecuencia (Redacción Economía, 2022).

Tasa de Desempleo.

La tasa de desempleo en Colombia también influye en el poder adquisitivo de los consumidores y en la demanda de productos. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la tasa de desempleo en marzo de 2023 fue del 11,8%. Un alto desempleo puede reducir la capacidad de gasto de los consumidores, lo que afecta negativamente a las ventas. Es crucial considerar este factor al proyectar la demanda y adaptar estrategias de marketing y precios en función de la situación del mercado laboral.

6.7.3. Social y Cultural

Delincuencia.

La delincuencia en Colombia está en aumento, un indicador de esta problemática son las cifras de hurto de motocicletas, Entre enero y junio de 2023, fueron robadas 19.658, en 2022 esta cifra fue de 18.490, el crecimiento de este tipo de delito es del 6% (Pardo, 2023).

Empleo.

En 2024 Colombia tiene aproximadamente 22,6 millones de personas que cuentan con un empleo, del total de la fuerza laboral, un 11,3% no cuentan con un empleo.

Cultura vial.

Si bien en Colombia se ha registrado un aumento modesto de la cultura vial. Referente a la seguridad, desde el año 2009, todavía persisten el irrespeto a las normas de tránsito, a pesar de sus campañas de concientización en Colombia aún tienen un largo camino por recorrer para lograr cambios significativos en la identidad cultural colombiana

Estructura Poblacional.

Colombia tiene una estructura poblacional formada principalmente por población joven, una ventana demográfica de oportunidades, pues es una oportunidad para aprovechar la mayor disponibilidad de la población en edad de trabajar en el presente (Urrego & Plata, 2023).

Influencia de las redes sociales en el comercio.

En Colombia la popularización de las redes sociales y el e-commerce ha influido positivamente en el comercio de todo tipo de mercancías. Los emprendedores consideran que el uso de estas herramientas ha ayudado sobre todo en divulgar el producto/servicio (51 %) y captar nuevos clientes (29 %). Además, 9 de cada 10 empresarios que han utilizado estas herramientas tecnológicas creen que este desarrollo digital los convierte en competidores más fuertes en el mercado <https://impactotic.co/contra-tic/impacto-de-internet-y-las-redes-sociales-en-los-emprendimientos-colombianos/>

6.7.4. Tecnológico**Innovación en Materiales Reciclados como Caucho de Llantas para Protecciones.**

Avances en tecnologías de reciclaje están transformando el caucho de llantas viejas en materiales de protección de alta calidad, ofreciendo una alternativa sostenible y eficaz para productos de seguridad (CHEMWATCH, 2023).

Innovación en Materiales Reciclados como Plástico en Tela Impermeable.

Gracias a innovaciones en el reciclaje, las botellas de plástico se convierten en tela impermeable para chaquetas de moto, fusionando estilo y sostenibilidad en prendas de alto rendimiento.

Fabricación Sostenible.

La adopción de fabricación aditiva y automatización permite optimizar el uso de materiales reciclados, reducir residuos y crear productos personalizados con químicos eco amigables, impulsando la sostenibilidad en la producción.

Trazabilidad y Autenticidad.

La implementación de blockchain en la cadena de suministro garantiza la trazabilidad y autenticidad de materiales reciclados, proporcionando a los consumidores una prueba tangible de sostenibilidad y transparencia en cada etapa del proceso (Tecoal, 2023).

6.7.5. Ecológico**Impacto ambiental del plástico.**

La fabricación con hilo plástico puede generar preocupaciones ambientales debido a la contaminación y la lenta degradación del plástico, lo que puede influir en la percepción del producto (Rolleat, 2022).

Sostenibilidad.

El uso de caucho reciclado en las protecciones puede mejorar la sostenibilidad del producto, atractivo para consumidores conscientes del medio ambiente.

Regulaciones ambientales.

Normativas ambientales más estrictas pueden afectar la producción y comercialización de las chompas, requiriendo adaptación a estándares y prácticas más sostenibles (Normativa Ambiental, 2021)

Consciencia ambiental.

La preocupación por el medio ambiente puede influir en las decisiones de compra de nuestros clientes.

Gestión de residuos.

Cumplir con regulaciones ambientales y mejorar la reputación del negocio reduciendo, reciclando y reutilizando los residuos para minimizar el impacto ambiental.

6.7.6. Legal

Certificación CE.

La norma europea EN 17092 establece tres niveles principales de certificación CE para ropa de motociclista: Nivel A (mínimo), Nivel AA y Nivel AAA. Esta certificación garantiza que la chaqueta cumple con los requisitos de protección básicos, como resistencia a la abrasión, impacto y desgarro (Andromeda, 2022).

Cumplimiento con los requisitos de calidad y seguridad.

Las chompas deben cumplir con estándares de calidad y seguridad, como incluir protectores en áreas importantes como hombros, codos, espalda y coxis y usar materiales resistentes como Kevlar, Superfabric y carbono, además de tener la certificación CE.

Certificados Ambientales.

La ISO 14001 ayuda a certificar la implementación de un sistema de Gestión Ambiental efectivo buscando el equilibrio entre rentabilidad y reducción de impactos ambientales (CEMEX, 2020)

Protección de propiedad intelectual.

Nos ayuda a garantizar los derechos de autor y la protección de creaciones originales como los diseños únicos utilizados en las chaquetas y las marcas comerciales, son parte de la propiedad intelectual y Protege la originalidad y innovación en el diseño, marca y creaciones, evitando infracciones y asegurando la exclusividad del producto.

Regulaciones Aduaneras.

Las normativas aduaneras establecen el marco legal para la importación y exportación, siendo esencial la precisión en la clasificación para evitar multas y demoras.

6.8. Matriz FODA

6.8.1. Fortalezas

Red de distribución consolidada.

Nos dará acceso instantáneo a canales de venta establecidos y clientes potenciales, lo que puede acelerar el proceso de introducción de tu producto en el mercado colombiano y aumentar las posibilidades de éxito a corto plazo.

Experiencia en exportación.

Al estar exportando desde Ecuador vamos a poder aprovechar nuestros beneficios por el tratado que tenemos con Colombia ayudándonos a facilitar el proceso de exportación a Colombia. Esto puede ayudar a minimizar riesgos y maximizar oportunidades en el nuevo mercado.

Diferenciación en el Mercado.

El uso de cuero de llanta reciclado posiciona nuestros productos como únicos y eco-amigables, sino que también logra resonar con los consumidores colombianos que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

Medidas de seguridad vial.

Colombia ha implementado medidas para mejorar la seguridad vial, como la creación de líneas de separación en las carreteras y la educación vial para conductores y usuarios de motocicletas.

Innovación en Materiales Reciclados.

La industria ha demostrado innovación al utilizar materiales reciclados, como el caucho de llantas y el plástico, para fabricar productos de seguridad vial sostenibles y de alta calidad.

6.8.2. Oportunidades

Cultura Vial en Evolución.

A pesar de los desafíos en materia de seguridad vial, el aumento en la cultura vial y la conciencia sobre la importancia de la seguridad pueden aumentar la demanda de equipamiento obligatorio para motociclistas, como las chaquetas de protección.

Acuerdos Comerciales Bilaterales.

Pueden reducir los costos de exportación y facilitar el acceso al mercado colombiano, brindando una ventaja competitiva.

Innovación tecnológica.

La implementación de tecnologías de fabricación aditiva y automatización permite optimizar el uso de materiales reciclados, reducir residuos y crear productos personalizados con químicos eco-amigables, impulsando la sostenibilidad en la producción.

6.8.3. Debilidades

- Baja conciencia del consumidor sobre moda sostenible.
- Fuerte competencia de marcas establecidas.
- Percibida alta relación calidad-precio.
- Desafíos logísticos en distribución.
- Necesidad de educar a los consumidores sobre beneficios y seguridad vial.
- Falta de reconocimiento de la marca en el mercado colombiano

6.8.4. Amenazas

- Regulaciones ambientales estrictas.
- Incertidumbre política.
- Competencia internacional.
- Volatilidad económica.
- Cambios en preferencias del consumidor.

7. Validación de la Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad

7.1. Mercado Objetivo

La segmentación de mercado es dividir al mercado en grupos homogéneos para dirigir con mayor precisión los esfuerzos de la organización para atenderlo (Thompson, 2005). Por lo tanto, y dado que el mercado colombiano de motocicletas y sus accesorios es masivo y

difícil de atender en su totalidad, el segmento seleccionado para este proyecto de negocio es el siguiente:

Motociclistas urbanos de entre 18 a 45 años, con ingresos medios-altos, de entre \$1,3M COP (\$333 USD) hasta \$3,8M COP (\$ 1000 USD) por mes, del área metropolitana de Bogotá.

7.2. Validación del segmento de mercado

7.2.1. Validación de la deseabilidad.

La validación del segmento de mercado para la venta de chaquetas de motociclistas con protecciones internas hechas de caucho reciclado en Colombia se realizó a través de una encuesta (Ver anexo 1) que se centró en identificar las preferencias y necesidades de los consumidores en relación con la sostenibilidad y la seguridad en la elección de productos para motociclistas. La encuesta se dividió en varias secciones para recopilar información sobre:

Importancia de la sostenibilidad.

La encuesta preguntó a los encuestados qué tan probable era que comprarían una chaqueta de moto hecha de materiales reciclados y sostenibles. Los resultados mostraron que el 37.5% de los encuestados considera que es extremadamente importante alinear sus decisiones de compra con productos sostenibles, lo que indica que hay un grupo significativo de personas que valoran la sostenibilidad ambiental al elegir productos.

Características importantes al elegir una chaqueta de moto.

La encuesta preguntó qué características más importantes eran al elegir una chaqueta de moto. Los resultados mostraron que la protección y seguridad son el factor más importante para la mayoría de las personas al elegir una chaqueta de moto, seguido de la comodidad y ajuste.

Precio dispuesto a pagar.

La encuesta preguntó qué precio estarían dispuestos a pagar por una chaqueta de moto sostenible de alta calidad. Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados

están dispuestos a pagar entre \$100 y \$200 por una chaqueta de moto sostenible, lo que sugiere que existe una preferencia por precios moderados.

Durabilidad de una chaqueta de moto.

La encuesta preguntó qué aspectos consideraban más relevantes al evaluar la durabilidad de una chaqueta de moto. Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados consideran que todos los aspectos mencionados (resistencia, calidad de costuras, resistencia climática y garantía) son relevantes al evaluar la durabilidad de una chaqueta de moto.

Prioridad al elegir equipo de seguridad para motocicletas.

La encuesta preguntó qué era su máxima prioridad al elegir equipo de seguridad para motocicletas. Los resultados mostraron que el precio es el factor más influyente para la mayoría de las personas, seguido de cerca por las características de seguridad.

Consideración de la compra de equipamiento de seguridad reciclado.

La encuesta preguntó si considerarían la posibilidad de comprar equipamiento de seguridad para motocicletas fabricado con materiales reciclados. Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados (53.7%) estaría dispuesto a considerar la posibilidad de comprar equipamiento de seguridad para motocicletas fabricado con materiales reciclados.

Presupuesto para equipos de alta calidad para la compra con productos respetuosos con el medio ambiente.

La encuesta preguntó qué presupuesto tendrían para equipos de alta calidad para la compra con productos respetuosos con el medio ambiente. Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados valora la sostenibilidad ambiental al tomar decisiones de compra, pero también hay un grupo considerable que se mantiene neutral o no considera este aspecto relevante.

En resumen, la encuesta proporcionó una visión general de las preferencias y necesidades de los consumidores en Colombia en relación con la sostenibilidad y la seguridad en la elección de productos para motociclistas, lo que ayudó a validar el

segmento de mercado para la venta de chaquetas de motociclistas con protecciones internas hechas de caucho reciclado en Colombia.

7.2.2. Validación de la factibilidad

Oportunidad de mercado para chaquetas reflectantes en Bogotá.

Tamaño del mercado.

La ciudad de Bogotá cuenta con 1,518,603 motociclistas. Esto representa un mercado potencial significativo para las chaquetas reflectantes.

Baja tasa de uso actual.

A pesar de la gran cantidad de motociclistas, solo el 61.7 % utiliza chaquetas reflectantes. Esto sugiere que hay una oportunidad para aumentar la penetración en el mercado.

Beneficios económicos.

Si podemos producir estas chaquetas a un costo razonable, podríamos lograr una ganancia considerable. El beneficio anual proyectado de COP 263,106 es alentador.

Conciencia sobre seguridad vial.

El hecho de que algunos motociclistas ya utilicen chaquetas reflectantes indica que hay conciencia sobre la seguridad en las carreteras. Tu producto podría contribuir a mejorar aún más esta conciencia

7.3. Pruebas en el mercado

7.4. Encaje de la propuesta de valor con el Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

Según los hallazgos de la encuesta de validación (ver anexo 2), se pueden destacar los siguientes puntos clave sobre las preferencias de los consumidores colombianos en relación con las chaquetas de motociclista seguras y accesibles:

7.4.1. Sostenibilidad

La mayoría de los encuestados (70%) considera importante o extremadamente importante alinear sus decisiones de compra con productos sostenibles. Esto indica que hay una demanda significativa por productos ecológicos en este mercado.

7.4.2. Características prioritarias

La protección y seguridad son los factores más importantes (80%) al elegir una chaqueta de motociclista, seguido de la comodidad y ajuste (12.5%). La sostenibilidad y el precio son consideraciones menos prioritarias para la mayoría.

7.4.3. Preferencias de color

Los colores más preferidos para una chaqueta de motociclista sostenible son el azul (72.5%), el negro (70%) y el gris (62.5%). Colores como el verde y el blanco también son opciones populares.

7.4.4. Percepción de materiales reciclados

La gran mayoría de los encuestados (95%) tiene una opinión positiva o muy positiva sobre el uso de materiales reciclados como caucho y PET en la fabricación de chaquetas de motociclista. Esto demuestra una buena aceptación de prácticas sostenibles.

7.4.5. Rango de precios

El 67.5% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$100 y \$200 por una chaqueta de motociclista sostenible de alta calidad. Esto sugiere que existe una preferencia por precios moderados en este segmento.

7.4.6. Aspectos de durabilidad

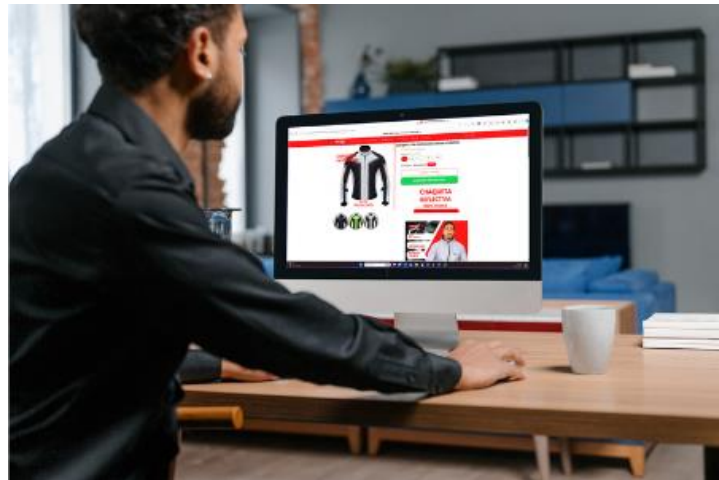
La mayoría de los encuestados (85%) considera que todos los aspectos evaluados (resistencia, calidad de costuras, resistencia climática, garantía) son relevantes al evaluar la durabilidad de una chaqueta de motociclista. Esto indica que los consumidores buscan una evaluación integral de la calidad.

7.5. Prototipo 2.0

Hemos desarrollado el Prototipo 2.0, que consiste en un mockup diseñado para presentar nuestra chompa de moto en la página web de nuestros distribuidores. El objetivo principal de este mockup es proporcionar a los espectadores una representación visual realista de cómo se vería nuestro producto en el contexto de una página web de compras en línea.

Ilustración 13

Mockup Prototipo 2.0



Nota: Figura de elaboración propia

7.5.1. Objetivo

El mockup creado para el Prototipo 2 presenta nuestro producto, la chompa, en el entorno de una página web de un distribuidor. Se seleccionaron imágenes de los futuros modelos la chompa siendo vista por un posible comprador, lo que ayuda a los espectadores a visualizar cómo luciría el producto en el mundo real. Además, se prestaron especial atención a los colores utilizados en el diseño, eligiendo aquellos que se consideran apropiados para el consumidor objetivo.

7.6. PMV (Producto Mínimo Viable)

7.6.1. Landing Page

En nuestro afán por ofrecer una experiencia de usuario excepcional y promover nuestros productos de manera efectiva, hemos desarrollado una landing page preliminar que sirve como una vista anticipada de lo que será nuestro sitio web completo. Esta landing page se centra en presentar nuestras chompas, proporcionando a los prospectos una visión inmersiva de nuestra marca, nuestra historia, nuestra misión y visión, así como una muestra de nuestros modelos. Este informe detalla el proceso de creación de la landing page y su importancia en nuestra estrategia de marketing y ventas.

La landing page diseñada ofrece una experiencia envolvente desde el momento en que los visitantes acceden a ella. Al inicio, se presenta nuestra misión y visión de manera

destacada, brindando a los prospectos una comprensión clara de nuestros valores y objetivos como empresa. A medida que los usuarios desplazan hacia abajo, se encuentran con una sección que destaca a nuestros modelos, mostrando imágenes atractivas de las chompas en diferentes contextos y estilos. Esta sección no solo presenta nuestros productos, sino que también transmite la identidad de marca y el estilo que representamos. El objetivo principal de esta landing page es ofrecer a los prospectos una visión tentadora de lo que pueden esperar de nuestro sitio web completo. Queremos captar su interés desde el primer momento y alentarlos a explorar más a fondo nuestra oferta de productos y nuestra historia como marca. Al proporcionar una experiencia visual atractiva y una narrativa convincente, esperamos generar interés y curiosidad entre los visitantes, lo que a su vez podría traducirse en conversiones y ventas futuras.

Link de la página web:

<https://bikeprotec.durablesites.com?pt=NjY2YjgzMWExOTljYzE0YWZjZjUyNzYwOjE3MTgzMjg0MjYuNzI0OnByZXZpZXc=>

Ilustración 14

Interfaz 1

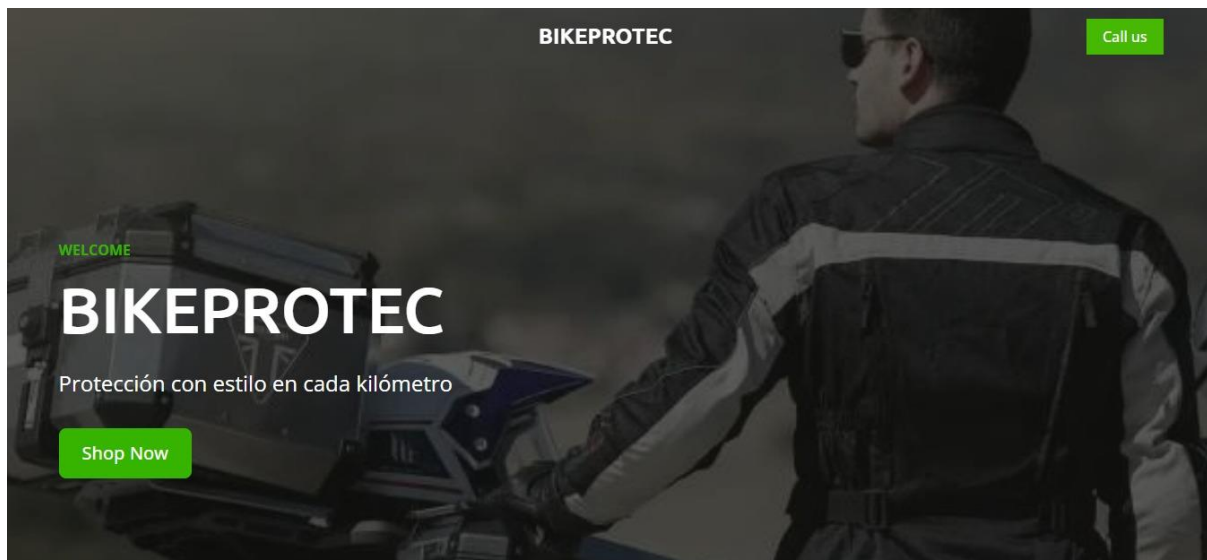
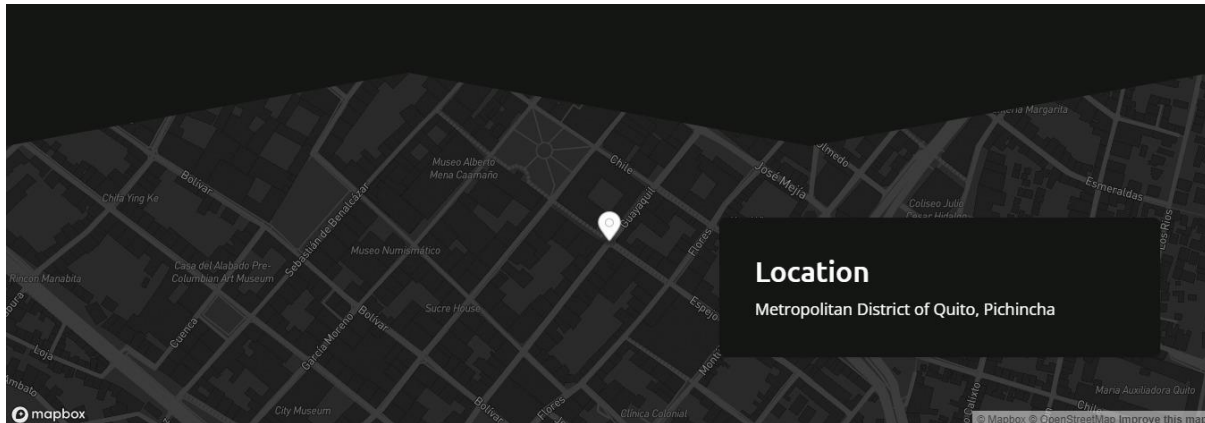


Ilustración 15

Interfaz 2



8. Propuesta estratégica de Marketing

El marketing es el proceso de comunicación de valor hacia los consumidores que tiene como objetivo mantener buenas relaciones con los clientes y mejorar su percepción sobre el negocio (Morillo, 2019). Una metodología diseñada para tener una visión general de todos los factores que un negocio debe tener en cuenta al momento de desarrollar sus estrategias es las del Marketing Mix o también conocido como las 4P, que detallan los siguientes factores: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

8.1. Establecimiento de objetivos

8.1.1. *Objetivo General*

Elevar el nivel de conocimiento de la marca entre los motociclistas urbanos de Bogotá posicionando a Bike Protec como la opción preferida para la protección de motocicletas

8.1.2. *Objetivos Específicos*

Implementar programas de fidelización y recompensas para clientes actuales, incentivando la repetición de compra y la recomendación de Bike Protec

Ampliar la red de distribución de BIKEPROTEC en Bogotá, aumentando el número de puntos de ventas físicos y presencia en plataformas de comercio electrónico

Aumentar la cuota de mercado BIKEPROTEC en el segmento de motociclistas urbanos con ingresos económicos medios-altos

8.2. Marketing Mix

8.2.1. *Explicación del mercado meta*

Kotler (2007) define el mercado meta como “el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing” también podemos conocerlo como el mercado al que se sirve. El mercado meta al que sirve Bike Protec son los motociclistas urbanos, mayoritariamente masculinos, de ingresos económicos medios-altos, con estudios secundarios o mayores y que se movilizan regularmente con sus motocicletas. De la ciudad de Bogotá, Colombia.

Características.

El mercado meta al que sirve Bike Protec son los motociclistas urbanos, mayoritariamente masculinos, de ingresos económicos medios-altos, con estudios secundarios o mayores y que se movilizan regularmente con sus motocicletas.

Cantidad.

Número aproximado de motociclistas en Bogotá.

1,518,603

Porcentaje de motociclistas que utilizan chaquetas reflectantes o algún tipo de equipamiento.

61,7%

Estrato social.

Según datos recientes del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE,2024). Aproximadamente el 27.8% de la población de Bogotá se considera parte de la clase media. Por otro lado, solo el 1.8% pertenece a la clase alta (Ciguenza, 2022).

Genero.

En Bogotá, aproximadamente el 80% de los motociclistas son hombres. Este dato refleja la predominancia masculina en el uso de motocicletas en la ciudad (Cuestas, 2023).

Edad.

En Bogotá, un estudio reciente revela que alrededor del 80% de los motociclistas tienen entre 18 y 45 años. Este rango de edad refleja la popularidad de las motocicletas entre los jóvenes y adultos jóvenes, quienes las utilizan como un medio de transporte eficiente y económico para enfrentar la congestión vehicular de la ciudad (Paéz, 2022).

Tabla 2

Cálculo del mercado meta

Variable	Cantidad
Motociclistas en la ciudad de Bogotá	1,518.603
% de edad (18 a 45 años)	80%
	1,214.882
Genero (Masculino)	80%
	971.905
Estrato socioeconómico 2 y 3	26,20%
	254.639
% uso de chaquetas reflectantes o algún tipo de equipación	61,70%
Segmento de mercado	157.112
Participación del mercado	2,50%
Mercado meta	3928

Nota: Tabla de autoría propia.

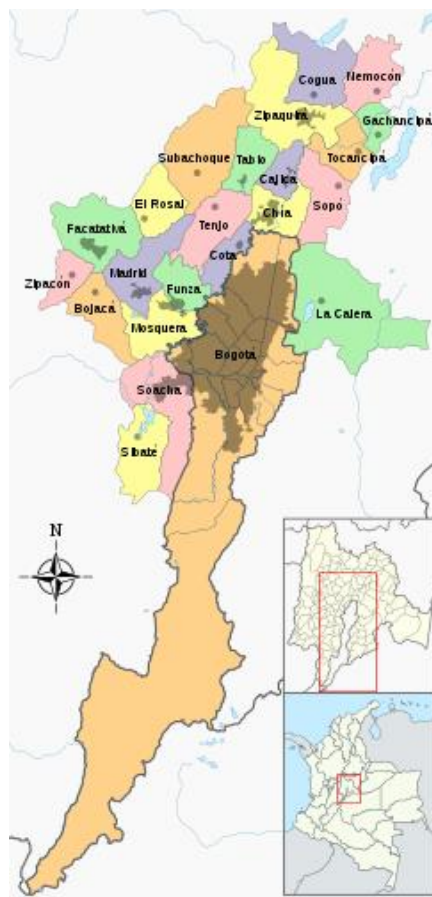
Estos datos detallan el mercado potencial para motociclistas en Bogotá, incluyendo cantidad, edad, género, estrato socioeconómico, y porcentaje de uso de equipación, con un segmento objetivo de 3,928 usuarios.

Ubicación.

El mercado al que servimos se encuentra en el área metropolitana de Bogotá, la cual se encuentra ubicada en la zona centro del territorio nacional de Colombia, está compuesta por el Distrito Capital de Bogotá como centro y también por sus municipios aledaños, los cuales forman una conurbación con la capital, la cual no está oficialmente constituida, pero existente de facto, por lo tanto, esta es el área metropolitana más grande de ese país (Somos Cundinamarca, 2024).

Ilustración 16

Mapa del área metropolitana de Bogotá



Nota: Extraído de Wikipedia (2014).

Mapa del país de Colombia donde se señala la ubicación geográfica del departamento de Bogotá.

8.2.2. *Producto*

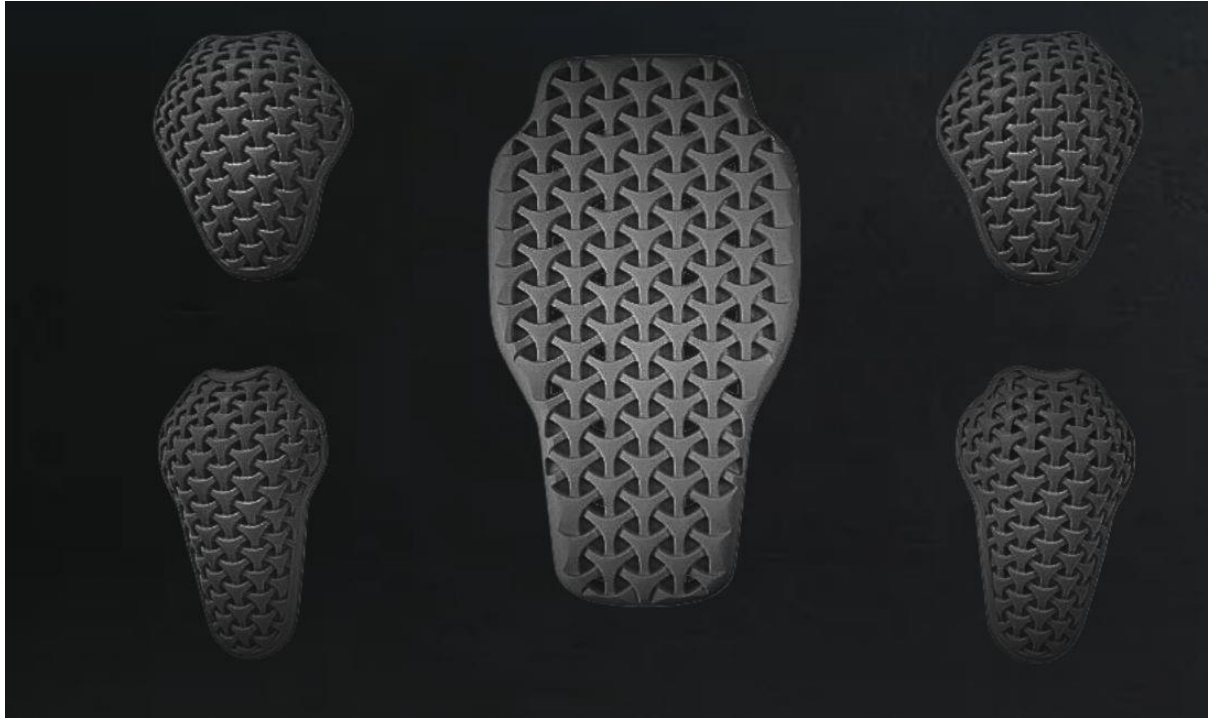
Nuestras chompas para motocicleta están elaboradas con protecciones con base en caucho reciclado, las cuales absorben un 80% más del impacto en caso de un accidente evitando accidentes mortales o heridas abiertas.

Para las protecciones, utilizaremos moldes de caucho reciclado, los cuales serán flexibles y estarán diseñados con huecos para reducir el peso en la chaqueta. Estas protecciones se ubicarán en puntos críticos como los hombros, codos, pecho y espalda baja, áreas que son especialmente vulnerables en caso de un siniestro de tránsito en motocicleta. Según explicó Jenny Jaramillo, jefa de enfermería, en una entrevista, nuestro objetivo es minimizar el impacto de los accidentes mediante el uso de estas protecciones en nuestras chaquetas. Además, los materiales reciclados no solo proporcionan una opción sostenible, sino que también mantienen la eficacia y la durabilidad necesarias para la seguridad del motociclista.

Para exportar nuestras chompas a Bogotá optamos por doblar cuidadosamente nuestras chompas y envolverlas en papel kraft con el fin de evitar daños al momento de la movilización de las chompas y embalarlas en una caja de cartón de 45cm de largo 35cm de ancho y 10cm de alto, con el fin de movilizar nuestras chompas a la ciudad de destino, tal y como recomendó Marco (2009). El papel Kraft como una de sus propiedades “Se descompone rápidamente sin dejar ningún rastro de químicos o tóxicos, por lo que usarlo sería una manera más de contribuir al medio ambiente.” Como nos menciona (Codés, 2023). Este papel sería el primer envoltorio para evitar daños al momento de la movilización de las chompas y embalarlas en una caja de cartón de 45 cm de largo 35 cm de ancho y 10 cm de alto, que sería el segundo.

Ilustración 17

Prototipo de las protecciones de caucho



Nota: Prototipo de autoría propia

Color de la marca.

Verde.

Se relaciona con la naturaleza y es el mejor representante de productos ecológicos y empresas que toman muy serio el bienestar. El color verde transmite algunas ideas: naturaleza, serenidad, equilibrio, salud, frescura (Lenis, 2023a).

- **Significado Psicológico:** El color verde se asocia con la naturaleza, la salud y la tranquilidad. Se percibe como color calmante y refrescante, lo cual transmite una sensación de bienestar y equilibrio
- **Contexto empresarial:** El verde simboliza sostenibilidad, crecimiento y armonía. Para una empresa como Bike Protec que utiliza el caucho reciclado en sus productos, el verde es ideal para resaltar el compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social. Este color puede atraer a clientes que valoran la sostenibilidad y las prácticas empresariales ecológicas

Gris.

Un último conjunto que se usa en los negocios es el de los grises. Esta goma cromática busca provocar en el espectador la menor cantidad posible de emociones, a fin de resaltar el contenido

- **Significado psicológico:** El gris es un color neutro que se asocia con la profesionalidad, la seriedad y la estabilidad. No es un color emocionalmente cargado, lo que lo hace muy versátil y sofisticado.
- **En el contexto empresarial:** El gris puede transmitir una imagen de elegancia, modernidad y eficiencia. Para "Bike Protec", el gris puede subrayar la seriedad y la profesionalidad de la empresa, asegurando a los clientes que los productos son de alta calidad y confiables. Además, el gris puede complementar otros colores, haciendo que la marca se vea más pulida y coherente.

Negro.

Además, es una de las elecciones de contraste favoritas, debido a que sirve para destacar otros colores llamativos y fortalecer su efecto. Sí bien históricamente este color ha tenido una carga psicológica negativa, hoy en día se utiliza ampliamente en el diseño de productos, ya que comunica exclusividad y lujo. Es recomendable utilizar el color negro si quieres transmitir alguna de las siguientes ideas: expectativa, estatus, seriedad, liderazgo, simplicidad (Lenis, 2023b).

- **Significado psicológico:** El negro es un color fuerte que evoca poder, sofisticación y exclusividad. También puede ser percibido como un color protector y misterioso.
- **En el contexto empresarial:** El negro puede dar a "Bike Protec" una apariencia de lujo y alta gama. Este color puede atraer a clientes que buscan productos premium y de alto rendimiento. Además, el negro es atemporal y versátil, lo que facilita su uso en combinación con otros colores para crear una identidad visual impactante y memorable.

Cabe recalcar que, aunque el color de nuestra marca sea verde, gris y negro, nuestras chaquetas estarán disponibles en varios modelos, diseños y colores para adaptarnos a las necesidades y preferencias de los consumidores.

8.2.3. Precio

La estrategia de precio que vamos a utilizar es la psicológica, estableceremos nuestros precios terminados en 99, con el fin de ofrecer al cliente la impresión de ser más barata de lo que realmente es, lo cual llama la atención del consumidor a momento de realizar la compra y dar la impresión de ser más barata.

Implementaremos precios terminados en 99 (por ejemplo, \$49.99 en lugar de \$50.00) para nuestras chompas de motocicletas de caucho reciclado. Este enfoque tiene varios beneficios clave: hace que los precios parezcan más bajos, atrayendo así a los consumidores y haciendo que perciban nuestras chompas como más asequibles. Este tipo de precios capta la atención de los clientes y puede influenciar su decisión de compra, al parecer una oferta más económica. Además, la percepción de precios más bajos puede incentivar compras impulsivas y ayudar a competir mejor en el mercado.

Para complementar esta estrategia, ofreceremos descuentos temporales y promociones especiales para aumentar la urgencia de compra, crearemos ofertas de paquetes como descuentos por compras múltiples y destacaremos la sostenibilidad y calidad de nuestras chompas en nuestro marketing para justificar el precio y aumentar el valor percibido. Este enfoque maximizará la atracción de nuestros productos, destacando su valor y sostenibilidad para incrementar las ventas.

8.2.4. Plaza

Canal de distribución.

La ubicación de nuestro segmento es el área metropolitana de Bogotá, Colombia, la estrategia para la distribución y comercialización que utilizaremos para la exportación de las chaquetas de motocicleta desde Quito, Ecuador hacia el área metropolitana de Bogotá, es llegar a nuestro mercado meta a través de distribuidores locales de accesorios para motocicletas.

Los distribuidores con los que nos asociaremos pueden ser los minoristas o los mayoristas. Por eso nos escogimos el distribuidor: Minorista (Detallista). El método

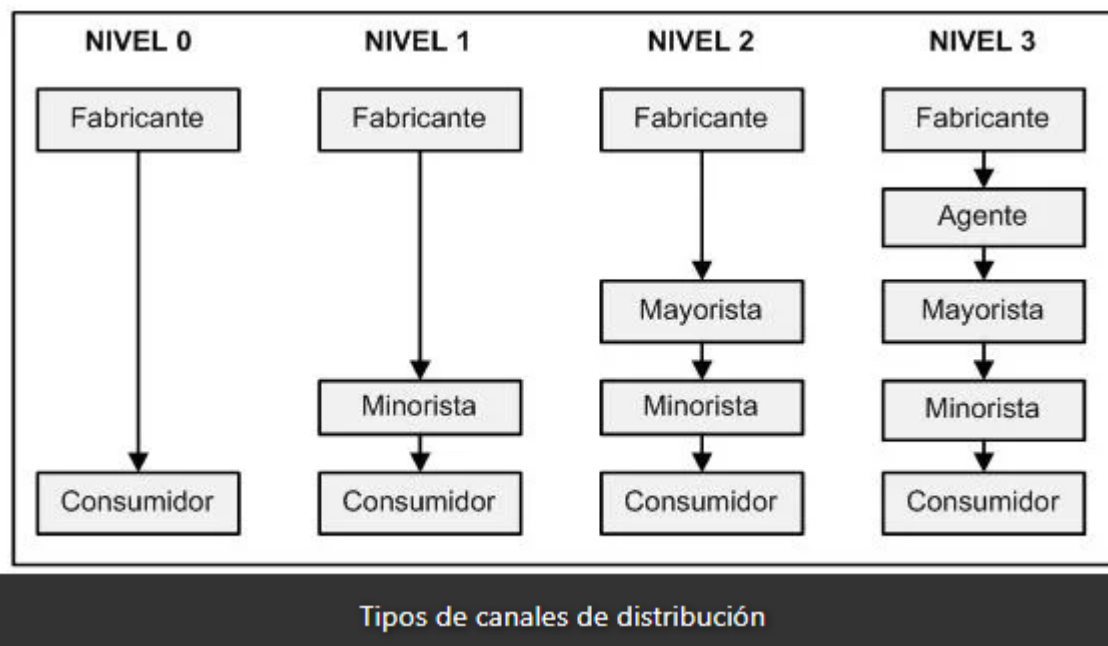
para llegar a los distribuidores y formar los contactos, es presentarnos en ferias de motociclismo y automovilismo en Colombia.

Nivel de distribución 1.

Nuestro modelo de distribución será el de nivel 1, donde un intermediario o detallista compra los productos al fabricante para venderlos al consumidor final, como se ve en la siguiente figura.

Ilustración 18

Niveles de distribución



Nota: Extraído de Wikipedia (2018).

Potencial Distribuidor Asociado.

Moto tienda Colombia

Método de Distribución.

El método de distribución desde nosotros hacía los distribuidores es el transporte terrestre mediante camiones desde la Ciudad de Quito, en dirección norte hasta la ciudad de Bogotá.

8.2.5. Promoción

Publicidad BTL.

Vamos a usar estrategias BTL para obtener ventajas claves, como la interacción directa con los clientes y la adaptación a grupos específicos. Es una estrategia efectiva para promover nuestras chompas de protección, por lo que usaremos la siguiente táctica:

Demostraciones en vivo.

Durante ferias de motos o eventos específicos, podríamos presentar las chompas de protección en acción. Mostrar cómo resisten el agua, la fricción y otros factores clave para generar confianza en los clientes potenciales.

Descuentos exclusivos.

Ofrecer descuentos especiales durante estos eventos podría incentivar a los asistentes a adquirir nuestras chompas.

Participación en tiendas y revistas.

Al permitir que los clientes prueben las chompas en las ferias, obtendríamos una retroalimentación inmediata y podríamos ajustar cualquier aspecto necesario.

Participación en ferias de motos.

Las ferias son excelentes para presentar nuevos productos. En particular, la Feria de las 2 Ruedas en Medellín, que es uno de los eventos más importantes de América Latina, sería una oportunidad ideal para destacar nuestras chompas Generando expectación en nuestros futuros clientes.

Presencia en revistas Especializadas en Motociclismo.

Anunciar nuestras chompas en revistas dirigidas a motociclistas es una estrategia efectiva. Algunos puntos clave serían:

Innovación y Sostenibilidad.

Nos enfocaremos en destacar cómo nuestras chompas son innovadoras al utilizar caucho reciclado y cómo contribuyen a la sostenibilidad.

Segmentación de Audiencia.

Las revistas especializadas tienen un público específico interesado en motociclismo. Podemos adaptar nuestro mensaje según el nicho de mercado al que queremos llegar.

Redes Sociales y pagina web.

Las redes sociales son poderosas para llegar a una audiencia amplia y comprometida, principalmente nos queremos enfocar en Instagram y TikTok. Al igual que tener un sitio web nos permitiría tener una presencia en línea permanente y accesible para los interesados en nuestras chompas

Por lo tanto, podríamos realizar las siguientes actividades.

Campañas creativas.

Publicar fotos y videos de modelos usando nuestras chompas. Hay que destacar detalles técnicos, como la impermeabilidad y la resistencia.

Testimonios.

Compartir experiencias positivas de usuarios reales que han probado nuestras chompas.

Interacción directa.

Responder a preguntas y comentarios de los seguidores para mantener un contacto cercano con nuestra audiencia.

8.2.6. Propuesta comunicacional

La primera estrategia consiste en participar en la Feria 2 Ruedas en Medellín. Allí, instalaremos un stand interactivo con pantallas que muestren el proceso de reciclaje del caucho y la fabricación de las chompas. Además, realizaremos demostraciones en vivo, distribuyendo material informativo y códigos QR que expliquen los beneficios del caucho reciclado. Organizaremos charlas sobre seguridad en motocicletas y ofreceremos promociones exclusivas para contratos firmados durante el evento. La segunda estrategia es desarrollar una campaña de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) enfocada en destacar el uso de caucho reciclado y su impacto positivo en el medio ambiente. Colaboraremos con organizaciones medioambientales, iniciaremos proyectos de recolección de caucho en

comunidades locales y desarrollaremos programas educativos sobre reciclaje y sostenibilidad. Finalmente, implementaremos una estrategia de marketing digital que incluye la creación de contenido atractivo en redes sociales y la colaboración con influencers y embajadores de marca. Utilizaremos Instagram, Facebook y YouTube para mostrar el proceso de fabricación, los beneficios del caucho reciclado y testimonios de motociclistas.

Instagram es ideal para compartir contenido visual atractivo. Publicaremos fotos y videos de nuestros modelos usando las chompas, destacando características técnicas como impermeabilidad y resistencia. También utilizaremos Instagram Stories para mostrar el proceso de fabricación y testimonios de usuarios. Esta plataforma es especialmente efectiva para llegar a un público joven y visualmente orientado. Facebook permite una interacción más profunda y detallada con nuestra audiencia. Aquí compartiremos artículos sobre la importancia del caucho reciclado, actualizaciones de nuestra participación en eventos como la Feria 2 Ruedas, y anuncios de promociones exclusivas. Utilizaremos Facebook Ads para dirigir anuncios a motociclistas y tiendas de accesorios en Colombia, aprovechando la capacidad de segmentación de la plataforma para llegar a audiencias específicas. YouTube será utilizado para videos más largos y detallados, como documentales sobre nuestro proceso de fabricación y entrevistas con motociclistas que usan nuestras chompas. Esta plataforma nos permite explicar mejor la innovación detrás de nuestros productos y mostrar testimonios en profundidad, generando confianza y credibilidad.

Además, colaboraremos con influencers y embajadores de marca que compartan nuestros valores, potenciando así el alcance y la autenticidad de nuestras campañas. Utilizaremos Google Ads y estrategias de email marketing para mantener informados a distribuidores y clientes potenciales sobre novedades y eventos. Este enfoque integral en redes sociales nos permitirá no solo posicionar nuestras chompas en el mercado colombiano, sino también crear una comunidad comprometida y fiel a la marca.

8.3. Presupuesto de Marketing

Calculamos el presupuesto total para nuestra estrategia de marketing basándonos en nuestras principales actividades en este rubro y teniendo los siguientes objetivos.

- Publicidad en Facebook: \$12.07 por cada 3,000 a 5,000 views.
- Posters: \$2.50 cada uno, con 15 posters por mes.
- Stand básico en ferias: \$1,800 por feria, participando en dos ferias al año.

Cálculo del presupuesto anual
Tabla 3
Presupuesto Anual

Concepto	Detalle	Costo/u	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total Anual
Publicidad en Facebook	\$10 por cada 1,000 impresiones	10	10,000 /mes	100	1.200
Publicidad en Google Ads	\$0.50 por clic	0,5	2,000 /mes	1.000,00	12.000
Publicidad en Instagram	\$8 por cada 1,000 impresiones	8	10,000 /mes	80	960
Publicidad en medios	\$200 por anuncio	200	1 anuncio/mes	200	2.400
Materiales promocionales	\$2 por poster/volante	2	100 /mes	200	2.400
Participación en ferias en Colombia	\$1,600 por feria	1600	4 /año	-	6.400
				Total	25.360

Nota: Tabla de autoría propia.

Este presupuesto anual detalla los costos de marketing y promoción:

- Publicidad en Facebook: \$1,200 anuales por 10,000 impresiones mensuales.
- Publicidad en Google Ads: \$12,000 anuales por 2,000 clics mensuales a \$0.50 cada uno.
- Publicidad en Instagram: \$960 anuales por 10,000 impresiones mensuales.
- Publicidad en medios: \$2,400 anuales por un anuncio mensual.
- Materiales promocionales: \$2,400 anuales por 100 posters/volantes mensuales a \$2 cada uno.

Participación en ferias en Colombia: \$6,400 anuales por 4 ferias a \$1,600 cada una.

9. Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

9.1. Localización

Según la información proporcionada, la localización del emprendimiento en Quito es un factor clave para el éxito del negocio. Se sugiere considerar el norte de la ciudad, específicamente en la mitad del mundo, como una zona más económica para la producción de chaquetas de motocicleta. Esta elección se basa en la conveniencia de estar cerca de los proveedores, lo que agilizaría el transporte de materias primas y optimizaría los costos de producción al tener arriendos más accesibles y servicios económicos en la zona (El Universo, 2024).

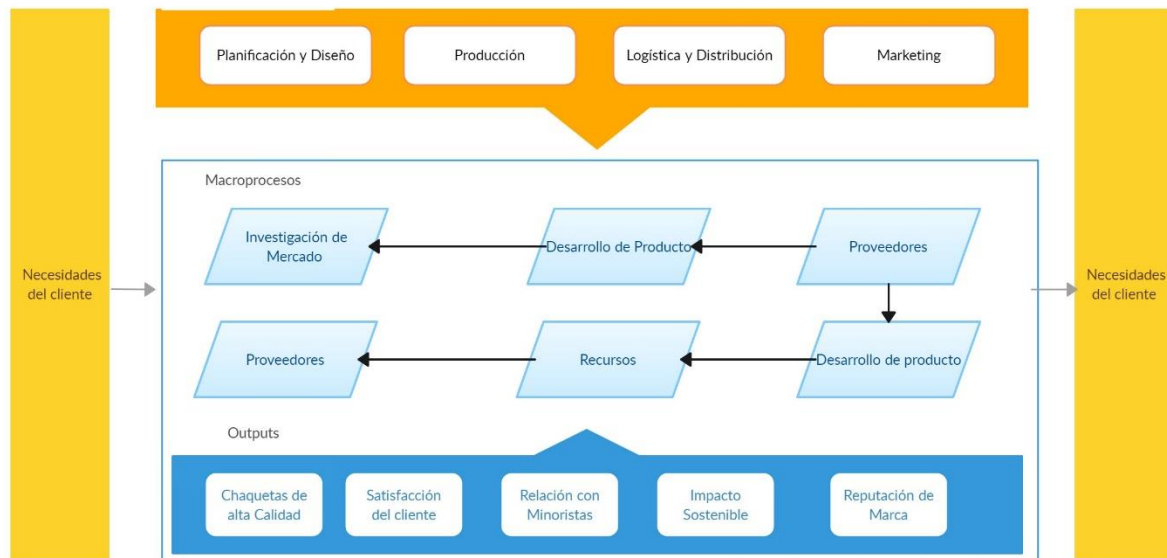
Además, esta área se caracteriza por una fuerte presencia industrial, lo que facilitaría el acceso a recursos y mano de obra especializada en la manufactura textil. La proximidad a proveedores como Rubberaction permitiría una optimización del proceso de ensamblaje, aprovechando la infraestructura existente en la zona y agilizando la producción de las chaquetas de motocicleta.

Una vez confeccionadas, las chaquetas podrían distribuirse de manera eficiente al mercado colombiano, aprovechando la conexión vial y logística de Quito como capital y centro económico del país. Esta estrategia de localización no solo optimizaría los procesos de producción, sino que también facilitaría la expansión del negocio hacia nuevos mercados, como el colombiano, aprovechando la posición estratégica de la ciudad. Esta estrategia de localización estratégica en el norte de Quito, cerca de proveedores clave y con acceso a recursos especializados, es fundamental para garantizar la eficiencia en la producción y la distribución de las chaquetas de motocicleta, potenciando el crecimiento y la competitividad del emprendimiento en el mercado.

9.2. Mapa de procesos

Ilustración 19

Mapa de procesos

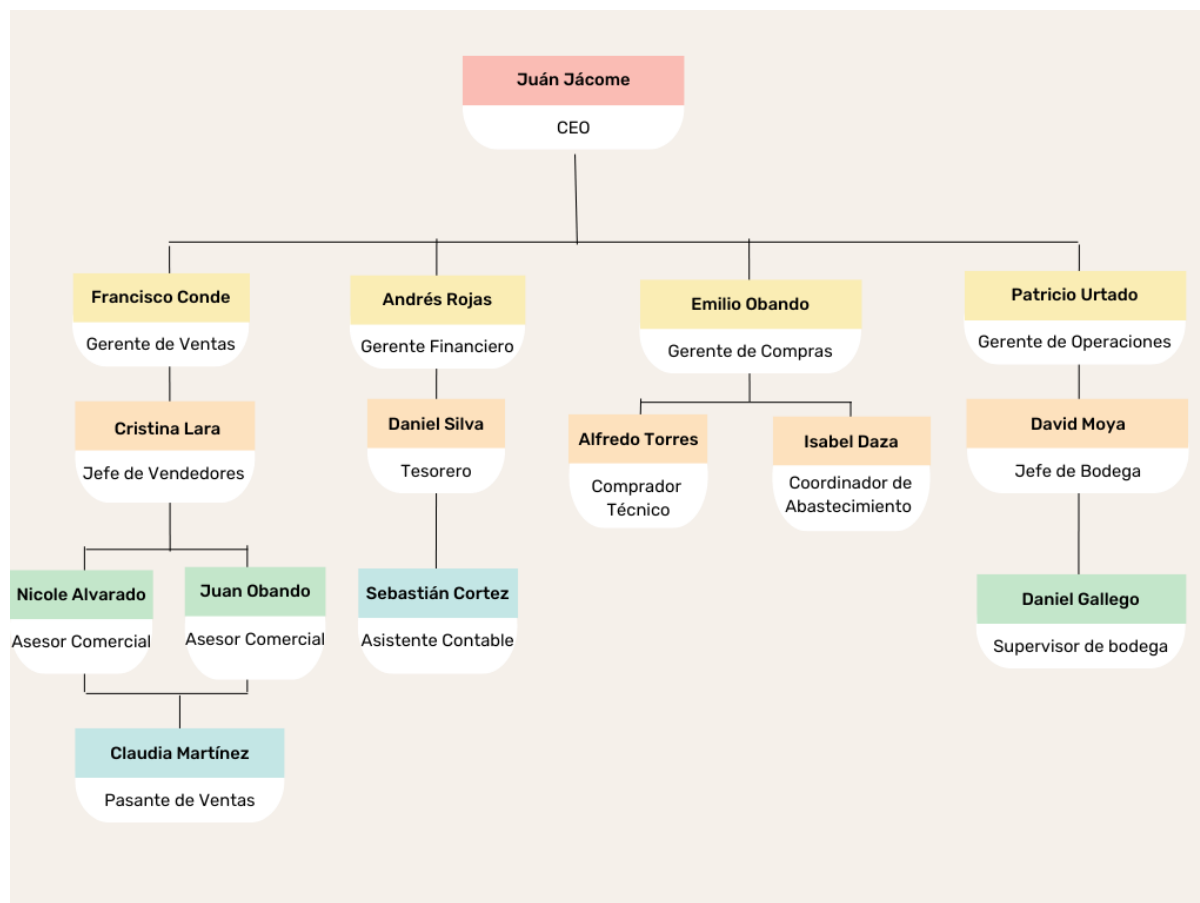


Nota: Figura de elaboración propia.

9.3. Organigrama

Ilustración 20

Organigrama



Nota: Figura de elaboración propia.

El organigrama de Bike Protec está estructurado para optimizar la operación y administración de la empresa, con la Gerencia General en la cúspide, responsable de la toma de decisiones estratégicas y supervisión general. Bajo esta gerencia, se encuentran el Departamento de Marketing y Ventas, encargado de desarrollar y ejecutar estrategias para aumentar la visibilidad y las ventas; el Departamento de Producción, responsable del diseño y fabricación de chaquetas; el Departamento de Logística y Distribución, que gestiona el inventario y la distribución eficiente de productos; el Departamento de Finanzas y Administración, que maneja la gestión financiera y administrativa de la empresa; y el Departamento de Servicio al Cliente, que asegura la satisfacción postventa, manejando consultas, quejas y devoluciones. Esta estructura asegura una clara distribución de

responsabilidades y una eficiente cadena de mando, alineando todas las áreas hacia los objetivos estratégicos de Bike Protec.

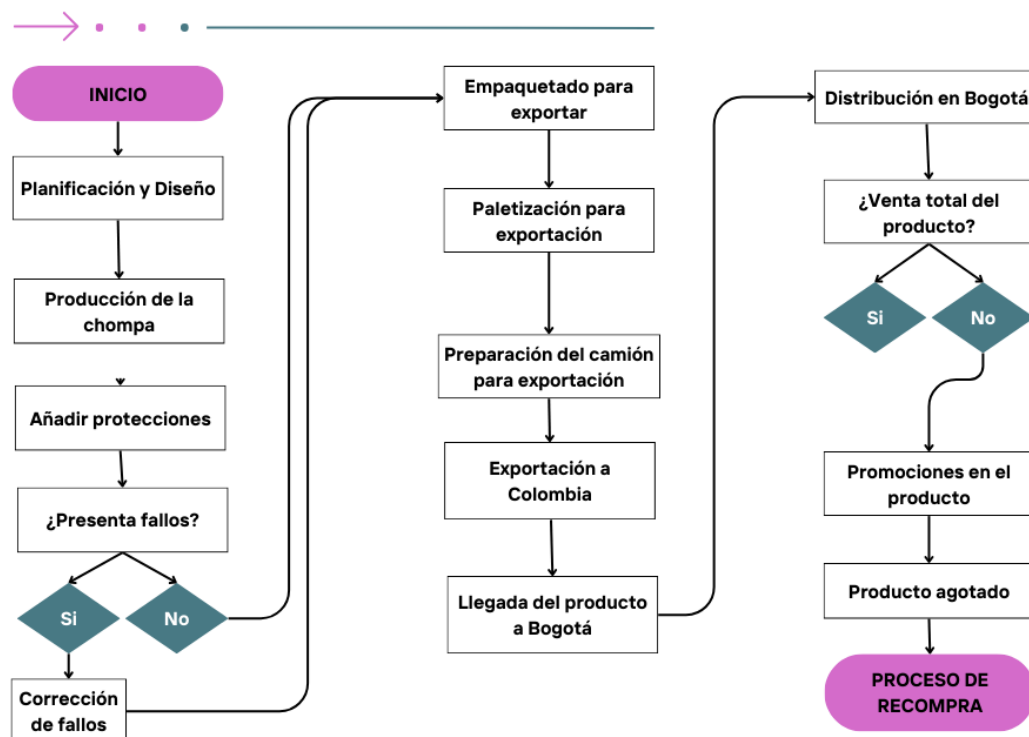
9.4. Diseño del proceso productivo (Flujograma)

Ilustración 21

Flujograma

Diagrama de proceso:

BIKEPROTECT



Nota: Figura de elaboración propia.

9.5. Conformación legal

9.5.1. ¿Qué es un SAS?

En comparación con otros tipos de sociedades, una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) se distingue por su simplicidad y flexibilidad. La S.A.S. es una opción atractiva para emprendedores y empresarios que buscan establecer negocios de forma rápida y eficiente porque permite la creación de una empresa de manera ágil y con menos trámites burocráticos (Andrade, 2023).

9.5.2. *¿Por qué me beneficiaría como empresa?*

Responsabilidad limitada.

Al crear una S.A.S., los accionistas y socios de la empresa no serán responsables de las deudas o problemas legales de la empresa con su patrimonio personal.

Facilidad de Constitución.

La constitución de una S.A.S. es más fácil y ágil que otras formas de organización empresarial. Esto nos permitiría iniciar de manera más rápida, sin tener que lidiar con procedimientos y regulaciones demasiado complejos. Esta facilidad de establecimiento es ventajosa para emprendedores y pequeños empresarios que quieren empezar su empresa de manera efectiva.

Atracción de Inversores.

La estructura de la S.A.S. es atractiva para inversores que quieren apoyar empresas innovadoras y con potencial de crecimiento. Esto nos podría ayudar a obtener financiamiento y recursos adicionales para expandir nuestra empresa.

Adaptabilidad al Crecimiento.

Las SAS son ideales para empresas en etapa de crecimiento, debido a su flexibilidad y adaptabilidad. Esta estructura societaria nos permitirá adaptarse a las necesidades cambiantes de la empresa a medida que se expande y pueda evolucionar en el mercado.

10. Plan de internacionalización

La internacionalización de nuestra empresa se centra en expandir nuestras operaciones desde Ecuador hacia Bogotá, Colombia. Este proceso implica varios pasos estratégicos clave que aseguran una penetración efectiva y competitiva en el nuevo mercado. Primero, se establecerán contratos de distribución con minoristas locales en Bogotá, los cuales recibirán nuestro producto principal, una chompa, a un precio de \$72.99 bajo términos FCA. Esto significa que nuestra responsabilidad es entregar la mercancía en la frontera, mientras que los minoristas se encargarán del transporte terrestre hasta Bogotá. Además, aprovecharemos las ventajas arancelarias ofrecidas por la Comunidad Andina (CAN), de la cual tanto Ecuador como Colombia son miembros. Esta membresía nos permite beneficiarnos de tarifas

reducidas o eliminadas para productos que cumplan con las normas de origen. Esto asegura que ni nuestra empresa ni los compradores paguen aranceles al importar, lo cual es un incentivo significativo para nuestra estrategia de expansión.

La producción de las chompas se llevará a cabo en Ecuador, garantizando que se cumplan las normas de origen de la CAN y maximizando los beneficios arancelarios. Este enfoque no solo facilita una entrada competitiva al mercado colombiano, sino que también asegura que nuestros productos lleguen a los minoristas de manera eficiente y a un costo favorable. Finalmente, los contratos de distribución incluirán términos específicos como la exclusividad por sectores o por años, lo que permitirá a ciertos minoristas vender nuestras chompas en áreas geográficas exclusivas o durante un período determinado. Esto fomentará una relación de confianza y compromiso mutuo, asegurando una distribución organizada y una penetración estratégica en el mercado.

10.1. Condiciones de exportación

Cómo parte de nuestro plan para la internacionalización, definimos la partida arancelaria con la que comercializaremos nuestro producto en Colombia. Para nuestro producto: “Chaqueta de motociclista con protecciones internas con base en caucho reciclado” la partida arancelaria más adecuada sería la 62.01 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 62.03 y en cuanto a la subpartida la más adecuada sería la 6201.40.00.00 - De fibras sintéticas o artificiales (Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías, 2023). Cómo se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 4
Partida arancelaria

Código	Designación de la Mercancía	U.F.	Arancel aplicado
62.01	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 62.03.		
6201.20.00.00	- De lana o pelo fino	u	10 + USD 5.5 por kg.
6201.30.00.00	- De algodón	u	10 + USD 5.5 por kg.
6201.40.00.00	- De fibras sintéticas o artificiales	u	10 + USD 5.5 por kg.
6201.90.00.00	- De las demás materias textiles	u	10 + USD 5.5 por kg.

Nota: Tabla extraída de Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías, Ecuador

En Colombia cuentan con la misma subpartida arancelaria, la cual revisamos en el DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia), esto se debe a que, al ser Ecuador y Colombia, países miembros de la Comunidad Andina, tienen estandarizados sus Textos Únicos de la Nomenclatura Común de Designación y Codificación de Mercancías de los países miembros de la Comunidad Andina denominada NANDINA (Comunidad Andina, 2011). Además, otro beneficio de pertenecer a este organismo regional es la libre circulación de mercancías en la Zona Andina de Libre Comercio, teniendo en Colombia un gravamen arancelario del 0% para la importación de la mercancía de esta subpartida arancelaria específica.

Ilustración 22

Nomenclatura DIAN




DIAN - MUISCA - ARANCEL	Perfil de la mercancía						
Consultas Arancel							
General							
Por medidas							
Por código de nomenclatura							
Estructura nomenclatura							
Índice alfabético arancelario							
Reglas generales de la nomenclatura							
▶ Por texto							
	DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg	
ARIAN	6201.40.00.00			01-ene-2022	...		
Descripción	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 62.03. - De fibras sintéticas o artificiales			01-ene-2022	...		
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2022	...		
	MEDIDAS						

Ilustración 23

Gravamen Arancelario

Gravámenes por acuerdos internacionales para importaciones – 6201400000							Cerrar Verifica	
Acuerdo	País	Concepto	Gravamen	Índice	Tasa PID	Desde	Hasta	Leg
001-Acuerdo de Cartagena	BOLIVIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2022	...	
001-Acuerdo de Cartagena	ECUADOR	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2022	...	
001-Acuerdo de Cartagena	PERU	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2022	...	
...	ANTIGUA Y	GRAVAMEN		01-ene-		

10.2. Elección del mercado

Al ser nuestra estrategia de internacionalización, la exportación y distribución de nuestras chaquetas para motociclistas en Colombia, específicamente en la ciudad de Bogotá, explicaremos como hemos escogido a Colombia como la opción más adecuada para este fin. Con base en esto procedimos a realizar una matriz de comparación entre países para determinar cuál sería la opción más adecuada y rentable para nuestras actividades, en la cual se definieron los siguientes parámetros para la calificación: Relaciones Comerciales, Mercado de Motocicletas y Accesorios, Legal, Ranking Doing Business (Facilidad para hacer negocios), y Logística, parámetros en los cuales otorgamos una calificación en base a los siguientes resultados de investigación.

10.2.1. Parametros de selección

Relaciones Comerciales.

Las relaciones comerciales entre los países seleccionados y el Ecuador se basan principalmente en las alianzas de integración regional que tienen lugar en Sudamérica, como es el caso principalmente de Colombia y Perú, países que pertenecen a la Comunidad Andina (CAN) y por lo tanto el Ecuador, también país miembro, tiene el beneficio del intercambio sin arancel del 100% de los bienes, debido a la creación de la zona andina libre de comercio en el año 1993 (SENAE, s/f). En el caso de Brasil, Uruguay y Argentina, estos países pertenecen al Mercado Común del Sur (MERCOSUR) bloque el cual y de acuerdo con el Acuerdo de Complementación Económica N°59 entre los miembros del MERCOSUR y la CAN, tiene beneficios como la reducción de aranceles progresiva y la liberalización del comercio (CAN, 2004).

Mercado de Motocicletas y Accesorios.

En cuanto al tamaño del mercado de motocicletas y sus accesorios podemos constatar que el Brasil es el mercado más grande con más de 27 millones de motocicletas registradas (Pallota, 2024a). Seguido por el mercado de Colombia en el cual se encuentran registradas aproximadamente 11 millones de motocicletas (Villamil, 2024). En cuanto a Perú su parque automotor ya acumula más de 8 millones de motocicletas (Haro, 2024). Finalmente, Argentina cuenta con aproximadamente 7 millones de motocicletas y Uruguay con 1 millón de motocicletas registradas (Pallota, 2024b).

Legal.

En cuanto a la situación legal, en todos los países seleccionados se tienen normas estándar para la seguridad vial relacionadas con las motocicletas, en las cuales se exige el uso de cascos protectores, pero no de protecciones para el tronco superior.

Ranking Doing Business.

En orden los países con mejores condiciones para hacer negocios son:

- Colombia. Puesto 67°
- Perú. Puesto 76°
- Uruguay. Puesto 101°

- Brasil. Puesto 124°
- Argentina. Puesto 126° (Banco Mundial, 2024).

Logística.

En cuanto a la logística para la distribución de nuestras chaquetas los países más favorables son Colombia y Perú por su cercanía geográfica al tener frontera directa con nuestro país, en cuanto a Brasil, Argentina y Uruguay la logística sería más complicada debido a su lejanía geográfica pues estos países se encuentran en el cono sur al otro extremo del continente.

10.2.2. Metodología

Para establecer las calificaciones establecimos un código de color donde, el color verde representa una calificación “alta”, el color naranja representa una calificación “media” y el color rojo representa una calificación “baja”. Las calificaciones se asignan en base al nivel de beneficio del parámetro para una exportación desde el Ecuador.

10.2.3. Conclusiones

Los países seleccionados fueron: Brasil, Colombia, Argentina, Perú y Uruguay. El resultado obtenido fue que Colombia, obtuvo la mayoría de las calificaciones altas o “verdes” y por eso lo consideramos la opción más adecuada para la exportación de nuestras chaquetas, para visualizar la matriz de comparación (ver anexo 4). Ciertamente, aunque el mercado local de nuestro propio país tiene un potencial relevante en tamaño de mercado, hemos optado por el mercado colombiano debido a que este es 10 veces más grande y con más oportunidades de crecimiento debido a su marcada cultura motociclista y el propio crecimiento del mercado colombiano.

11. Evaluación Financiera

11.1. Inversión Inicial

La inversión total asciende a \$48,179.17, compuesta por la inversión inicial y el capital de trabajo. La inversión inicial incluye los costos variables generados durante los primeros dos meses de producción, así como la adquisición de una computadora, una impresora, tres máquinas de coser y muebles para nuestras instalaciones. Además, se contemplan los moldes para la fabricación de caucho, con un valor de \$2,000, que serán suministrados a la fábrica.

El capital de trabajo considera los gastos generales proyectados para el primer mes, así como los sueldos y el pago de cuotas del préstamo durante los primeros dos meses, sumando un total de \$13,099.86. De esta manera, el 24% del total de la inversión será financiado con fondos propios, mientras que el 76% restante será cubierto mediante un préstamo.

Tabla 5

Inversión Inicial

Inversión inicial negocios	\$35.079,31
Moldes para caucho (inversión inicial)	\$2.000,00
Capital de Trabajo	\$13.099,86
<u>TOTAL INVERSIÓN</u>	<u>\$48.179,17</u>

Nota: Tabla de autoría propia

La inversión inicial total en el negocio es de \$48,179.17, incluyendo \$35,079.31 para el negocio, \$2,000.00 para moldes de caucho, y \$13,099.86 para capital de trabajo.

Tabla 6

Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Gastos generales	\$4.238,33
Sueldos	\$7.362,61
Pago cuota préstamo	\$1.498,91
Total	\$13.099,86

Nota: Tabla de autoría propia

El capital de trabajo total es \$13,099.86, distribuido en gastos generales (\$4,238.33), sueldos (\$7,362.61), y pago de cuota de préstamo (\$1,498.91).

Tabla 7

Estructura de Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL	
Propio	14.179,17
Deuda L/P	34.000,00

Nota: Tabla de autoría propia

La estructura de capital incluye \$14,179.17 de capital propio y \$34,000.00 en deuda a largo plazo, sumando un total de inversión de \$48,179.17.

11.2. Punto de Equilibrio

El cuadro muestra el punto de equilibrio para la venta de chompas de protección durante el primer año. Los gastos fijos ascienden a \$35,080.00, el precio de venta unitario es \$72.99, y el costo variable unitario es \$42.88. Para alcanzar el punto de equilibrio, la empresa debe vender 1,165 chompas durante el primer año, lo que cubre todos sus costos sin generar ganancias ni pérdidas.

Tabla 8

Punto de equilibrio

	AÑO 1
PRODUCTOS	Chompa
Gastos fijos	\$35.080,00
Precio Venta unitario	\$72,99
Costo Variable unitario	\$42,88
Unidades punto de equilibrio	1165

Nota: Tabla de autoría propia

11.3. Estados Financieros

11.3.1. Estado de Costos

En la tabla se puede evidenciar todos los costos variables que son necesarios para la fabricación de nuestras chaquetas, dándonos un total de costos variables de \$42,88.

Tabla 9

Estado de Costos

Insumo/Servicio	Cantidad/Unidad		Precio Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Material Principal				
Tela Cordura 1000D	3	metros	5	\$15,00
Forro interior (poliéster)	3	metros	3	\$9,00
Cremalleras	1,1	Metros	0,25	\$0,28
Hilo de alta resistencia	1	Carretes	1,35	\$1,35
Botones y broches	10	unidades	0,05	\$0,50
Placas de caucho (hombros, codos, espalda)	2	Plancha	5,6	\$11,20
Tela Reflectiva	1	metros	5,55	\$5,55
Embalaje y etiquetado	1	unidades	\$2,25	\$2,25

Nota: Tabla de autoría propia

Supuestos.

Nuestro mercado objetivo para el primer año de operaciones se conforma por 3927 posibles clientes, valor que se tomó como la cantidad ventas proyectada para este mismo período.

El presupuesto inicial de marketing alcanza un valor de \$25360, en el cual se considera los costos en los que se incurrirán para el plan de marketing propuesto durante el primer año. Durante los siguientes 2 años se asignará el 8% de los ingresos, y en el año 4 y 5 el 6%.

Tabla 10
Presupuesto anual del Marketing

Concepto	Detalle	Costo por unidad	Cantidad	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Publicidad en Facebook	\$10 por cada 1,000 impresiones	10	10,000 /mes	\$100,00	\$1.200,00
Publicidad en Google Ads	\$0.50 por clic	0,5	2,000 /mes	\$1.000,00	\$12.000,00
Publicidad en Instagram	\$8 por cada 1,000 impresiones	8	10,000 /mes	\$80,00	\$960,00
Publicidad en medios locales de Colombia	\$200 por anuncio	200	1 /mes	\$200,00	\$2.400,00
Materiales promocionales	\$2 por poster/volante	2	100/mes	\$1.200,00	\$2.400,00
Participación en ferias en Colombia	\$1,600 por feria	1600	4/año	-	\$6.400,00
				Total	\$25.360,00

Nota: Tabla de autoría propia

Publicidad en Facebook: \$1,200.00 anuales (\$100.00 mensuales).

Publicidad en Google Ads: \$12,000.00 anuales (\$1,000.00 mensuales).

Publicidad en Instagram: \$960.00 anuales (\$80.00 mensuales).

Publicidad en medios locales de Colombia: \$2,400.00 anuales (\$200.00 mensuales).

Materiales promocionales: \$2,400.00 anuales (\$200.00 mensuales).

Participación en ferias en Colombia: \$6,400.00 anuales (4 ferias a \$1,600.00 cada una).

11.3.2. Estado de Flujo de Caja

Escenario Realista.

Consideraciones.

En este escenario se considera un crecimiento anual del 7%. En cuanto al pronóstico de ingresos se debe destacar que en los dos primeros meses cantidad de ventas es menor, a partir del tercer mes hasta el octavo se estabilizará la cantidad de ventas, y en los dos últimos meses se identificará un crecimiento asociado a la temporada.

Tabla 11

Crecimiento anual realista

Crecimiento Anual	7%
--------------------------	-----------

REALISTA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3.927,00	4.201,00	4.495,00	4.809,00	5.145,00
327	350	374	400	428

Nota: Tabla de autoría propia

El crecimiento anual proyectado del 7% muestra ingresos incrementándose de \$3,927.00 en el año 1 a \$5,145.00 en el año 5, con aumentos anuales de \$327 a \$428.

Estado de resultados realista.

Tabla 12

Estado de resultados realista

	<u>AÑOS</u>				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$263.639,88	\$306.558,00	\$327.579,12	\$350.352,00	\$374.876,64
Costo de los productos disponibles para la venta	\$162.991,50	\$189.525,00	\$202.521,00	\$216.600,00	\$231.762,00
UTILIDAD BRUTA	\$100.648,38	\$117.033,00	\$125.058,12	\$133.752,00	\$143.114,64
Gastos sueldos	\$44.175,68	\$47.166,36	\$48.382,83	\$61.453,86	\$61.483,90
Gastos generales	\$35.080,00	\$33.134,64	\$35.485,33	\$30.300,12	\$32.011,60
Gastos de depreciación	\$420,00	\$420,00	\$442,92	\$422,92	\$470,00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$20.972,70	\$36.312,00	\$40.747,04	\$41.575,10	\$49.149,14
Gastos de intereses	\$3.666,69	\$3.014,85	\$2.283,25	\$1.462,11	\$540,49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	\$17.306,01	\$33.297,15	\$38.463,80	\$40.112,99	\$48.608,64
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$3.492,68	\$4.994,57	\$5.769,57	\$6.016,95	\$7.291,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$13.813,32	\$28.302,58	\$32.694,23	\$34.096,04	\$41.317,35
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$4.947,97	\$7.075,64	\$8.173,56	\$8.524,01	\$10.329,34
UTILIDAD NETA	\$8.865,35	\$21.226,93	\$24.520,67	\$25.572,03	\$30.988,01

Nota: Tabla de autoría propia

En el presente estado de resultados se puede evidenciar que las ventas aumentan reflejando un crecimiento constante, al igual que las utilidades sin embargo si podemos identificar que en cuanto al gasto de los sueldos se evidencia un incremento importante en el año 4, y esto se da debido a que, a razón del crecimiento en ventas, el personal de operaciones también debe crecer por lo tanto la nómina paso de estar conformada por 5 personas, a contar con 7 colaboradores para el año 4 y 5. En cuanto a los gastos generales se evidencia una disminución en el año 4 y 5 y esto se da debido

a que se reducen los gastos por publicidad ya que se espera que para este periodo la empresa ya este mejor establecida. También se debe destacar la variación en las depreciaciones lo que se da debido a las reinversiones realizadas.

Flujo de caja realista.

Tabla 13

Flujo de caja realista

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$-44.610,11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$13.099,86
Valor de rescate activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$205,00
Flujo de Caja Operativo		\$12.942,83	\$24.650,73	\$27.234,95	\$27.445,10	\$29.243,12
Flujo de Caja Proyecto	\$-44.610,11	\$12.942,83	\$24.650,73	\$27.234,95	\$27.445,10	\$42.547,98

Nota: Tabla de autoría propia

Como se puede observar en el flujo de caja el proyecto comienza con inversión inicial descrita anteriormente, y en el año número 5 se registra la recuperación de capital de trabajo y del valor de rescate de los activos fijos. Los flujos considerables y muestran la rentabilidad del proyecto.

Escenario Optimista.

Consideraciones.

En este escenario la cantidad esperada de ventas durante el primer año es la misma que el escandio realista, sin embargo, el crecimiento esperado es del 9% el cual incremento debido a la naturaleza de este.

En cuanto al pronóstico de ventas en este caso el crecimiento en ventas es sostenido desde el primer mes.

Tabla 14*Crecimiento anual optimista*

Crecimiento	9%
-------------	----

OPTIMISTA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3.927,00	4.280,00	4.665,00	5.084,00	5.541,00
327	356	388	423	461

Nota: Tabla de autoría propia

Con un crecimiento anual optimista del 9%, los ingresos aumentan de \$3,927.00 en el año 1 a \$5,541.00 en el año 5, con incrementos anuales de \$327 a \$461.

Estado de resultados optimista.

Tabla 15

Estado de resultados optimista

	<u>AÑOS</u>				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$290.336,7 6	\$316.085,2 8	\$344.497,4 4	\$375.573,2 4	\$409.312,6 8
Costo de los productos disponibles para la venta	\$177.070,5 0	\$192.774,0 0	\$210.102,0 0	\$229.054,5 0	\$249.631,5 0
UTILIDAD BRUTA	\$113.266,2 6	\$123.311,2 8	\$134.395,4 4	\$146.518,7 4	\$159.681,1 8
Gastos sueldos	\$44.175,68	\$47.166,36	\$48.382,83	\$61.453,86	\$61.483,90
Gastos generales	\$35.080,00	\$33.134,64	\$35.485,33	\$30.300,12	\$32.011,60
Gastos de depreciación	\$420,00	\$420,00	\$442,92	\$422,92	\$470,00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$33.590,58	\$42.590,28	\$50.084,36	\$54.341,84	\$65.715,68
Gastos de intereses	\$3.666,69	\$3.014,85	\$2.283,25	\$1.462,11	\$540,49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	\$29.923,89	\$39.575,43	\$47.801,12	\$52.879,73	\$65.175,18
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$4.488,58	\$5.936,31	\$7.170,17	\$7.931,96	\$9.776,28
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$25.435,30	\$33.639,11	\$40.630,95	\$44.947,77	\$55.398,91
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$6.358,83	\$8.409,78	\$10.157,74	\$11.236,94	\$13.849,73
UTILIDAD NETA	\$19.076,48	\$25.229,34	\$30.473,21	\$33.710,83	\$41.549,18

Nota: Tabla de autoría propia

En el presente estado de resultados se observa un crecimiento constante en las ventas desde el año 1 hasta el año 5, acompañado de un incremento en las utilidades. Las ventas proyectadas para los cinco años aumentan de 3,927 a 5,541 unidades, reflejando un mercado altamente favorable. Este escenario destaca por un crecimiento sostenido en los ingresos operativos y una recuperación rápida del capital invertido. La utilidad bruta incrementa significativamente cada año, validando la rentabilidad del proyecto. Sin embargo, es importante notar que este escenario depende de condiciones de mercado excepcionalmente favorables y una demanda constante. Además, se destaca el mismo incremento en el gasto de sueldos durante el año 4 y 5, por el aumento de personal. Los gastos generales también disminuyen en los años 4 y 5 debido a una reducción en gastos de publicidad como se mencionó en el anterior escenario.

Flujo de caja optimista.

Tabla 16

Flujo de caja optimista

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$- 44.610,11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$13.099,86
Valor de rescate activos fijos	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$205,00
Flujo de Caja Operativo	-	\$23.152,12	\$28.653,13	\$33.187,49	\$35.583,89	\$38.924,20
Flujo de Caja Proyecto	\$- 44.610,11	\$23.152,12	\$28.653,13	\$33.187,49	\$35.583,89	\$52.229,06

Nota: Tabla de autoría propia

En el flujo de caja de este escenario se puede evidenciar claramente como se incrementaron los flujos debido a la mejora del escenario analizado, y al igual que en el flujo anterior se destaca el año 5 al registrar la recuperación del capital de trabajo y valor de rescate.

Escenario pesimista.

Consideraciones.

El crecimiento esperado para este escenario es del 5%, lo que está 2 puntos por debajo de los estimado en el escenario realista. Además, se destaca que para este escenario las ventas esperadas durante el primer año son menores en comparación con los dos anteriores escenarios, ya que se consideró llegar al 2,2% de su segmento.

En este escenario al igual que el anterior la cantidad de ventas se mantienen desde el primer mes.

Tabla 17

Crecimiento pesimista

Crecimiento	5%
-------------	----

PESIMISTA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3.291,00	4.272,00	4.656,00	5.076,00	5.532,00
288	302	317	333	350

Nota: Tabla de autoría propia

Con un crecimiento pesimista del 5%, los ingresos suben de \$3,291.00 en el año 1 a \$5,532.00 en el año 5, con incrementos anuales de \$288 a \$350.

Estado de resultados pesimista.

Tabla 18

Estado de resultados pesimista

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$21.459,06	\$22.553,91	\$23.648,76	\$24.816,60	\$26.057,43
Costo de los productos disponibles para la venta	\$13.266,75	\$13.943,63	\$14.620,50	\$15.342,50	\$16.109,63
UTILIDAD BRUTA	\$8.192,31	\$8.610,29	\$9.028,26	\$9.474,10	\$9.947,80
Gastos sueldos	\$3.681,31	\$3.930,53	\$5.118,26	\$5.123,66	\$61.483,90
Gastos generales	\$3.498,33	\$3.461,22	\$3.757,11	\$3.325,01	\$3.567,33
Gastos de depreciación	\$32,46	\$32,46	\$34,33	\$34,33	\$36,21
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$698,52	\$161,62	-\$41,65	\$902,99	\$1213,13
Gastos de intereses	\$281,60	\$224,46	\$160,21	\$88,11	\$7,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	\$698,52	\$961,62	-\$41,65	\$902,99	\$1.213,13
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$104,78	\$144,24	-\$6,25	\$135,45	\$181,97
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$593,74	\$817,38	-\$35,40	\$767,54	\$1.031,16
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$148,43	\$204,94	-\$8,85	\$191,89	\$257,79
UTILIDAD NETA	\$435,30	\$613,013	-\$26,55	\$ 575,76	\$773,37

Nota: Tabla de autoría propia

El escenario pesimista prevé un crecimiento anual limitado al 5%, debido a un mercado más desafiante y menores ventas esperadas. En este escenario, las ventas proyectadas comienzan con 3,456 unidades en el primer año y alcanzan 4,200 unidades en el quinto año. Los ingresos operativos son inferiores en comparación con los otros escenarios, lo que resulta en una disminución de las utilidades obtenidas.

Flujo de caja pesimista.

Tabla 19

Flujo de caja pesimista

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-\$44.610,11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$13.099,86
Valor de rescate activos fijos	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$205,00
Flujo de Caja Operativo	-	\$12.244,37	\$14.418,70	\$15.084,41	\$13.162,89	\$14.001,67
Flujo de Caja Proyecto	-\$44.610,11	\$12.244,37	\$14.418,70	\$15.084,41	\$13.162,89	\$27.306,53

Nota: Tabla de autoría propia

En este escenario pesimista, se evidencia claramente una reducción de los ingresos operativos en comparación con los dos escenarios anteriores. Es importante destacar que se observa una disminución en el flujo operativo en el cuarto año, atribuida a las reinversiones realizadas durante ese periodo. Además, las ventas no crecen al mismo ritmo que en los otros escenarios, lo que contribuye a esta disminución en el flujo operativo.

11.4. Indicadores financieros

Tabla 20

Indicadores financieros

Tasa libre de riesgo	4,30%
Rendimiento del Mercado	11,76%
Beta	1,08
Beta Apalancada	2,89
Riesgo País	13,50%
Tasa de Impuestos	25,00%
Participación Trabajadores	15%
Escudo Fiscal	0,36
Razón Deuda/Capital	3,2
Costo Deuda Actual	11,60%

Nota: Tabla de autoría propia

- Tasa libre de riesgo (4.30%): Rendimiento sin riesgo.
- Rendimiento del mercado (11.76%): Promedio esperado del mercado.
- Beta (1.08): Medida de la volatilidad en relación al mercado.
- Beta apalancada (2.89): Beta ajustada por el nivel de deuda.
- Riesgo país (13.50%): Riesgo específico del país.
- Tasa de impuestos (25.00%): Porcentaje de impuestos sobre las ganancias.
- Participación de trabajadores (15%): Porcentaje de ganancias asignadas a los trabajadores.
- Escudo fiscal (0.36): Beneficio fiscal de deducir intereses.
- Razón deuda/capital (3.2): Proporción de deuda en relación con el capital.
- Costo de deuda actual (11.60%): Tasa de interés efectiva sobre la deuda actual.

Tabla 21
Tasas de descuento

Apparel	1,08
---------	------

TASAS DE DESCUENTO	
WACC	15,01%
CAPM	39,40%

Nota: Tabla de autoría propia

Las tasas de descuento indican el costo de capital para la empresa: WACC (Costo Promedio Ponderado de Capital) es del 15.01%, mientras que CAPM (Modelo de Valoración de Activos Financieros) es del 39.40%.

11.4.1. Escenario realista

Tabla 22
Indicadores Escenario realista

VAN	\$39.827,32
IR	1,9
TIR	42,18%

Nota: Tabla de autoría propia

EL VAN positivo de \$39,827.32 indica que el proyecto generará más valor del costo inicial de la inversión lo que pone en evidencia que el proyecto es financieramente viable, lo que se valida con el índice de rentabilidad ya que al ser superior a 1 nos indica quebrantable, haciendo que el proyecto sea atractivo para los inversionistas. En cuanto al TIR indica que el proyecto no solo cubrirá su costo de capital, sino que también generará un retorno adicional significativo. Además, es mayor al CAPM lo que hace el proyecto aún más atractivo.

11.4.2. Escenario optimista

Tabla 23
Indicadores Escenario optimista

VAN	\$65.297,27
IR	2,46
TIR	59,36%

Nota: Tabla de autoría propia

EL VAN positivo de \$65.297,27 indica que el proyecto generará más valor del costo inicial de la inversión lo que pone en evidencia que el proyecto es financieramente viable, y muy rentable de hecho cuenta con una TIR bastante elevada del 59,63%, poniendo en evidencia que bajo estas condiciones el proyecto es altamente rentable. Pero hay que considerar que es un escenario optimista.

11.4.3. Escenario pesimista

Tabla 24
Indicadores Escenario pesimista

VAN	\$1.062,98
IR	1,02
TIR	15,89%

Nota: Tabla de autoría propia

El análisis revela que el proyecto tiene un VAN positivo y un IR superior a 1, lo cual indica que generará algún valor adicional y es rentable. Sin embargo, la TIR del 15,89% es moderada en comparación con el WACC y CAPM, lo que sugiere que el proyecto podría ser menos atractivo en términos de rentabilidad. Bajo estas condiciones el proyecto es financieramente viable y genera retorno sobre la inversión, pero su rentabilidad podría no ser óptima dado el riesgo y el costo de capital asociados.

11.5. Análisis y conclusión de la evaluación financiera

En conclusión, cada escenario proporciona una perspectiva diferente sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Los escenarios optimistas muestran un alto potencial de retorno y atractivo para los inversionistas, mientras que el escenario más moderado subraya la

importancia de evaluar la rentabilidad en relación con el riesgo y el costo de capital. Además, es fundamente destacar que el proyecto bajo condiciones realistas generará valor adicional sobre la inversión inicial, con lo que demuestra ser viable y rentable.

12. Conclusiones y Recomendaciones

12.1. Conclusiones

El proyecto Bike Protec ha sido diseñado para responder a la creciente necesidad de seguridad vial entre los motociclistas en Bogotá. Los hallazgos principales de la investigación subrayan la importancia de las chaquetas de protección con elementos de caucho reciclado, demostrando que esta innovación no solo mejora la seguridad de los motociclistas, sino que también promueve la sostenibilidad ambiental. La evidencia recopilada a lo largo del estudio muestra que el uso de estas chaquetas reduce significativamente el riesgo de lesiones graves en accidentes, proporcionando una solución efectiva a un problema crítico de seguridad vial. Además, la investigación de mercado ha revelado una fuerte demanda por productos que combinen seguridad y sostenibilidad. Los motociclistas están dispuestos a invertir en equipamiento que no solo proteja sus vidas, sino que también contribuya a la conservación del medio ambiente. Esta aceptación del mercado sugiere que Bike Protec tiene el potencial de establecerse como un líder en la industria de equipamiento de protección para motociclistas, capitalizando la creciente tendencia hacia el consumo responsable y sostenible.

A pesar de los beneficios identificados, el proyecto enfrenta ciertas limitaciones. Entre ellas, se encuentran los desafíos logísticos y de distribución que deben ser superados para asegurar la disponibilidad continua de los productos en todos los puntos de venta. Además, aunque la demanda existe, puede ser necesario educar a los consumidores sobre los beneficios específicos de las chaquetas de Bike Protec para asegurar una adopción más amplia. No obstante, el alcance del proyecto es prometedor, con el potencial de expandirse más allá de Bogotá e influir positivamente en la seguridad vial a nivel nacional e internacional. La trascendencia de Bike Protec radica no solo en la mejora de la seguridad vial, sino también en la creación de un modelo sostenible que puede ser replicado en otras industrias. Este enfoque integral combina tecnología avanzada y prácticas sostenibles, posicionando a Bike Protec como una solución innovadora y viable para los desafíos contemporáneos de seguridad y sostenibilidad.

12.2.Recomendaciones

Para asegurar el éxito y la expansión de Bike Protec, es fundamental implementar mejoras en la logística y distribución. Un sistema de gestión de inventarios eficiente garantizará la disponibilidad continua de productos, minimizando los retrasos y las interrupciones en el suministro. Además, establecer alianzas estratégicas con empresas de logística optimizará la distribución y reducirá los costos operativos, facilitando la llegada de las chaquetas a un mayor número de consumidores. En términos de investigación y desarrollo, es crucial continuar explorando nuevos materiales sostenibles para la fabricación de chaquetas. Mantener el enfoque en la innovación tecnológica y la sostenibilidad permitirá a Bike Protec mantenerse a la vanguardia de la industria. La realización de pruebas periódicas y la recolección de retroalimentación de los usuarios son esenciales para evaluar y mejorar continuamente los productos, asegurando que se adapten a las necesidades y expectativas cambiantes de los motociclistas.

La expansión del mercado es otra área clave para el crecimiento de Bike Protec. Identificar y colaborar con minoristas en otras ciudades y regiones permitirá ampliar la presencia de la marca y alcanzar nuevos segmentos de consumidores. Fortalecer las relaciones con los minoristas actuales mediante programas de capacitación y fidelización también contribuirá a una mayor penetración en el mercado y a una mejor experiencia del cliente. Las campañas de concientización sobre la importancia del uso de equipamiento de protección son fundamentales para el éxito de Bike Protec. Continuar y expandir estas campañas, en colaboración con autoridades locales y organizaciones no gubernamentales, ayudará a promover la seguridad vial y a educar a los motociclistas sobre los beneficios de las chaquetas de protección. Estas iniciativas no solo aumentarán la adopción del producto, sino que también reforzarán la reputación de Bike Protec como una marca comprometida con la seguridad y el bienestar de sus clientes.

Finalmente, es importante realizar estudios periódicos para evaluar el impacto social y ambiental de las operaciones de Bike Protec. Estos estudios proporcionarán información valiosa para ajustar las estrategias y mejorar continuamente el compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Utilizar los resultados de estas evaluaciones

permitirá a Bike Protec no solo cumplir con sus objetivos de negocio, sino también contribuir de manera significativa a la seguridad vial y la conservación del medio ambiente.

13. Referencias

- Agencia Nacional de Seguridad Vial. (2023). ansv.gov.co. Obtenido de <https://www.ansv.gov.co/es/observatorio/estad%C3%ADsticas/indice-de-fatalidad-municipal>
- Agencia Nacional de Seguridad Vial Colombia. (2024). ansv.gov.co. Obtenido de <https://www.ansv.gov.co/es/prensa-comunicados/11154>
- ANDI. (2017). La industria de motocicletas genera 37462 empleos y comercializa 40642 nuevos vehículos en enero de 2017. FENALCO. Colombia.
- Andrade, D. (2023). Contapp. Obtenido de <https://www.contapp.ec/blogs/por-que-deberias-constituir-una-sas>
- Andromeda. (2022). andromedamoto.com. Obtenido de <https://andromedamoto.com/es/blogs/articles/ce-certification-motorcycle-gear>
- Área metropolitana de Bogotá. (2024, 7 de febrero). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 02:44, febrero 7, 2024 desde https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=%C3%81rea_metropolitana_de_Bogot%C3%A1&oldid=158034433
- Barreto, H., & Valencia, N. D. (2019). repository.universidadean. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/9528/BarretoHarrison2019.pdf?sequence=1>
- Bohórquez, K. (2018). Cuánto ha aumentado el número de motos en Colombia durante los últimos 10 años. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/el-parque-de-motos-crecio-233-en-los-ultimos-10-anos-2716453>
- Camero, C. L. (2018). repository.ucc.edu.co. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/f3f9e306-b69f-4b66-bc1e-359027a52441/content>
- Comunidad Andina. (2004). Acuerdo de Complementación Económica N°59. Secretaría de la Comunidad Andina.
- Comunidad Andina. (2011). Gaceta oficial #1998 del Acuerdo de Cartagena. Comunidadandina.org. Recuperado el 9 de mayo de 2024, de <https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Gacetas/Gace1998.pdf>

CEMEX. (2020). Cemex Colombia. Obtenido de

<https://www.cemexcolombia.com/sostenibilidad/gestion-ambiental/certificaciones-ambientales>

CHEMWATCH. (2023). chemwatch.net. Obtenido de

<https://chemwatch.net/es/blog/advancements-in-rubber-recycling-sustainable-pathway-towards-waste-reduction-resource-conservation/>

Ciguenza, N. (2022). Más de 1,36 millones de personas volvieron a la clase media en 2021.

El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/clase-media-cuantas-personas-entraron-en-el-2021-667855>

Ciscneros, M. (2022). Análisis económico de productos a partir de reciclados. Caso: Recicladora Verde Neumático. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Codes. (2023). Papel Kraft: todo lo que debes saber. Grupo Billingham.

<https://www.grupobillingham.com/blog/papel-kraft/#:~:text=Es%20reciclable%20y%20biodegradable,de%20contribuir%20al%20medio%20ambiente>

Comisión Europea. (2023). Trade.ec. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-comercial-ue-colombia-ecuador-peru>

Comunidad Andina (CAN) – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (s/f). Gob.ec.

Recuperado el 10 de julio de 2024, de <https://www.aduana.gob.ec/comunidad-andina-can/>

Cuestas, A. (2023). Aumentan siniestros viales en Bogotá: más de 230 motociclistas han

muerto en 2023. RCN Radio. <https://www.rcnradio.com/bogota/aumentan-siniestros-viales-en-bogota-mas-de-230-motociclistas-han-muerto-en-2023>

Cueva, M. d. (2021). Billin Blog. Obtenido de <https://www.billin.net/blog/contrato-distribucion/>

Díaz, S. (2024). Portafolio.co. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/vehiculo/economia-finanzas-que-tan-carro-es-tener-moto-en-colombia-estos-son-algunos-de-los-impuestos-que-se-pagan-599448>

EBIS Business Techschool. (2023). ebiseducation.com. Obtenido de

<https://www.ebiseducation.com/mockup-que-es-para-que-sirve-y-cuando-utilizarlo>

El Universo. (2024). Economía. Obtenido de eluniverso.com:

<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/arriendos-viviendas-quito-salario-basico-informe-nota/>

Emprendimiento, L. (2018, noviembre 28). Canales de distribución. Líder del Emprendimiento. <https://www.liderdelemprendimiento.com/logistica-y-distribucion/canales-de-distribucion/>

Esposito, A., & Gray, T. (2021). The impact of recycled materials on motorcycle safety gear: A comprehensive review. *Journal of Environmental Management*, 297, 113295. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113295>

FullTimeMotos. (2021, septiembre 2). *Cantidad De Motos En Argentina: Tendencia Creciente Y Desafíos*. Full Time Motos. <https://fulltimemotos.com.ar/cantidad-de-motos-en-argentina/>

Gaviria, N. (2022). La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/colombia-se-perfila-como-el-segundo-mercado-mas-grande-de-motos-en-america-latina-3373518#:~:text=Transporte,.Colombia%20se%20perfila%20como%20el%20segundo%20mercado,de%20motos%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina&text=Incluso%>

Haro, G. (2024). Auge en dos ruedas: los impactos de la creciente presencia de motos en Perú. Ojo Público. <https://ojo-publico.com/4936/auge-dos-ruedas-los-impactos-mas-3-millones-motos>

Jiménez, O., & Fajardo, J. S. (2022). repository.universidadean. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12241/FajardoJuan2022.pdf?sequence=1>

Johnson, D., & Wang, H. (2021). Durability and impact resistance of recycled rubber materials in protective gear. *International Journal of Impact Engineering*, 35(4), 567-578.

Kotler, P. (2007). *Marketing versión para América Latina*. México: Pearson Prentice Hall.

Lenis, A. (2023). Qué es la psicología del color, cómo implementarla y ejemplos. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-color>

Lee, S., & Kim, J. (2019). Comparative impact absorption properties of recycled rubber versus traditional plastic in motorcycle protective gear. *European Polymer Journal*, 45(3), 234-245.

- Marco, E. (2009). Guía de acondicionamiento y embalaje. Unión Postal de las Américas, España y Portugal. <https://recursos.exportemos.pe/guia-acondicionamiento-embalaje.pdf>. Pag-42.
- Martínez, A., & Gómez, P. (2020). Environmental benefits of recycled rubber in protective gear manufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 50(6), 789-798.
- Metropol. (2019). metropol.gov.co. Obtenido de <https://www.metropol.gov.co/ambiental/Paginas/consumo-sostenible/incentivos-tributarios.aspx>
- Morillo, M. (2019). Guía para Emprendedores. *Emprende Ya. Alianza para el emprendimiento e innovación*. Quito, Ecuador. Pag-322.
- Normativa Ambiental. (2021). minambiente.gov.co. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/lideres-ambientales/normativa-ambiental/>
- NÚÑEZ, A. G. (2023). La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/cual-es-el-perfil-que-tiene-el-usuario-que-mas-compra-motos-promedio-en-el-pais-3687713>
- Paéz, D. (2022). Movilidad en Bogotá: los problemas de 2021 y los retos de 2022. *Razón Pública*. <https://razonpublica.com/movilidad-bogota-los-problemas-2021-los-retos-2022/>
- Pardo, J. (2023). Infobae. Obtenido de <https://www.infobae.com/colombia/2023/08/08/hurto-de-motos-en-colombia-esta-disparado-van-19658-casos-en-lo-corrido-de-2023/>
- ProColombia. (2020). colombiatrade.com. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/rutas-y-tarifas-de-transporte>
- Publimotos. (2021). Aumento significativo en ventas de motocicletas este año en Colombia. *Publimotos*. <https://publimotos.com/actualidad/nacional/aumento-significativo-en-ventas-de-motocicletas-en-este-ano-en-colombia/>
- Pursell, S. (2023). HubSpot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/canales-distribucion>
- Ranking. (s/f). World Bank. Recuperado el 11 de julio de 2024, de <https://archive.doingbusiness.org/es/rankings>

Redacción Economía. (2022). El Espectador. Obtenido de

https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/banco-de-la-republica-fijo-en-7-la-meta-de-inflacion-para-2023/#google_vignette

Rolleat. (2022). rolleat.com. Obtenido de <https://rolleat.com/es/impacto-ambiental-del-plastico/>

Servicio Integrado de Seguridad ECU 911. (2023). ecu911.gob.ec. Obtenido de

<https://www.ecu911.gob.ec/siniestros-de-transito-con-motos-se-han-incrementado-en-loja-y-zamora-chinchipe/#:~:text=Falta%20de%20educaci%C3%B3n%20vial%3A%20La,los%20actores%20en%20las%20v%C3%ADas.>

Smith, R., et al. (2022). Energy absorption efficiency of recycled rubber materials. Materials Science and Engineering, 40(2), 112-120.

Somos Cundinamarca. (s/f). SOMOS CUNDINAMARCA. Recuperado el 23 de mayo de 2024, de <http://somoscundinamarca.weebly.com/aacuterea-metropolitana-de-bogotaacute.html>

Tecoal. (2023). tecoal.net. Obtenido de <https://tecoal.net/seguridad-alimentaria/trazabilidad-de-un-producto-alimenticio/>

Thompson, I. (2005). La segmentación del mercado. Promonegocios. net.

Villamil, M. (2024, marzo 2). Este es el importante número de motocicletas que hay en el país, de acuerdo con información del Runt. infobae.

<https://www.infobae.com/colombia/2024/03/02/este-es-el-importante-numero-de-motocicletas-que-hay-en-el-pais-de-acuerdo-con-informacion-del-runt/>

14. Anexos

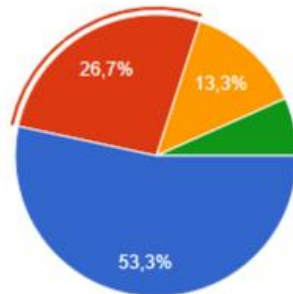
Anexo 1

Encuesta validación segmento

¿En cuál rango de edad te encuentras?

55 respuestas

 Copiar

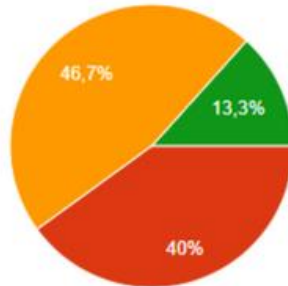


- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- 46 - 55 años
- 56 años en adelante

¿Qué nivel de instrucción tienes?

55 respuestas

 Copiar

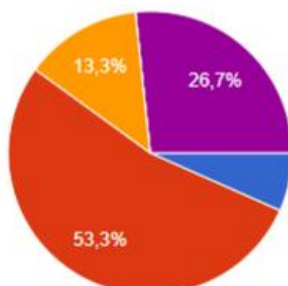


- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel
- Cuarto nivel

¿En que rango de ingresos mensuales te ubicas?

55 respuestas

 Copiar

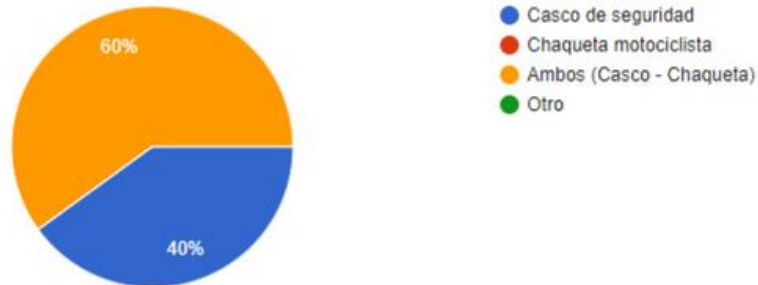


- \$0 - \$200/m
- \$200 - \$500/m
- \$500 - \$1000/m
- \$1000 - \$1200/m
- + \$1200/m

¿Qué equipamiento de seguridad utilizas actualmente para movilizarte en motocicleta?

55 respuestas

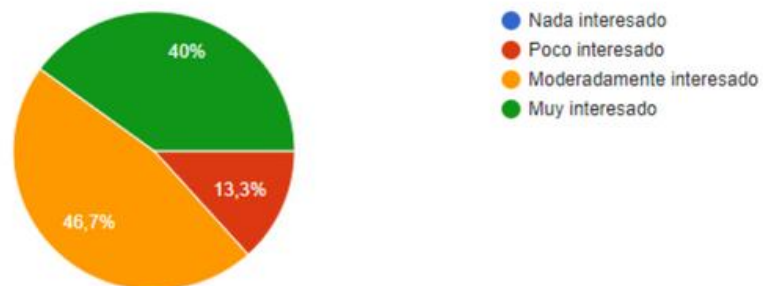
 Copiar



¿Qué tan interesado estarías en usar una chaqueta de motociclista con protecciones internas de caucho reciclado?

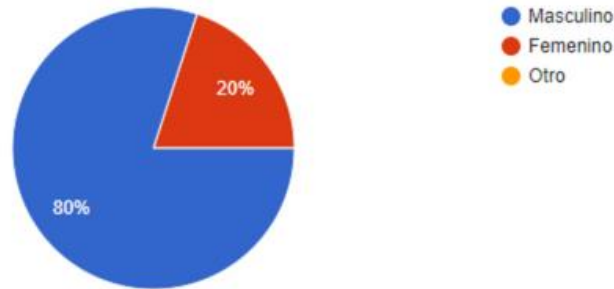
55 respuestas

 Copiar



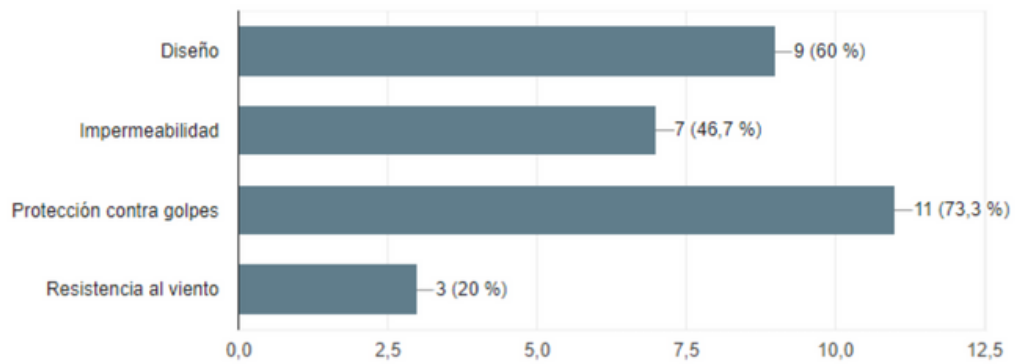
¿Cuál es tu género?
55 respuestas

[Copiar](#)



¿Qué aspectos crees es más atractivo en una chaqueta de motociclista? Escoge 2
55 respuestas

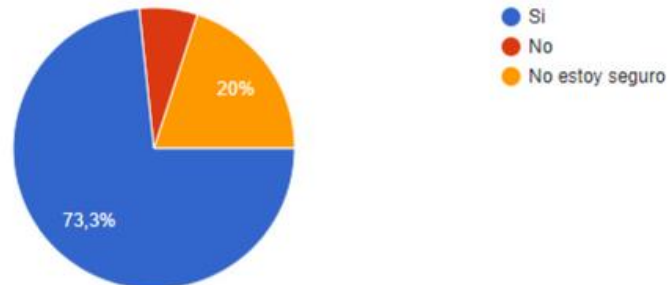
[Copiar](#)



¿Creés que "Bike Protect" podría ser un equipamiento que te de mayor seguridad al momento de transportarte en moto?

[Copiar](#)

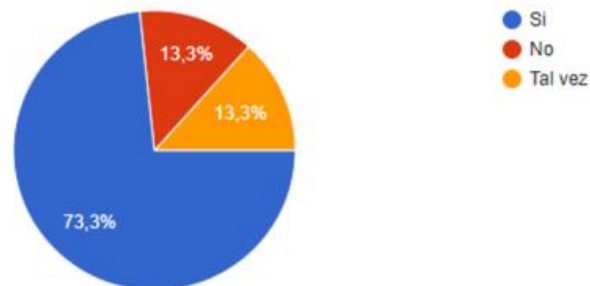
55 respuestas



¿Estarías dispuesto a comprar "Bike Protect" a un precio razonable con el fin de aportar a tu bienestar y seguridad?

[Copiar](#)

55 respuestas

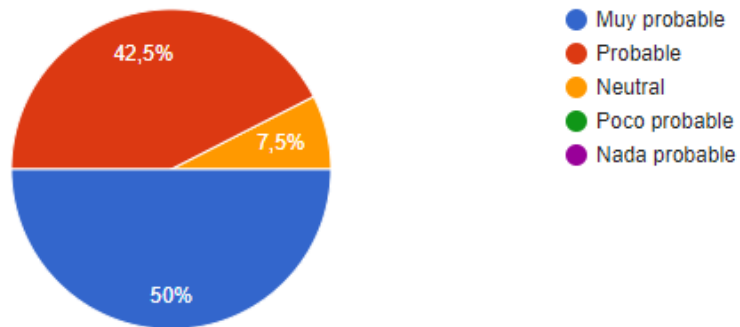


Anexo 2

Encuesta validación viabilidad, factibilidad y deseabilidad

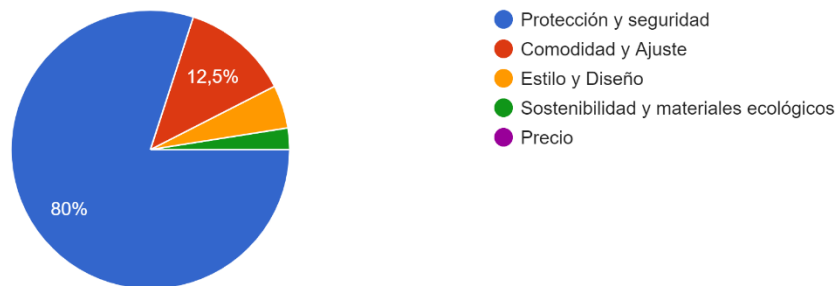
¿Qué tan probable es que comprarías una chaqueta de moto hecha de materiales reciclados y sostenibles?

40 respuestas



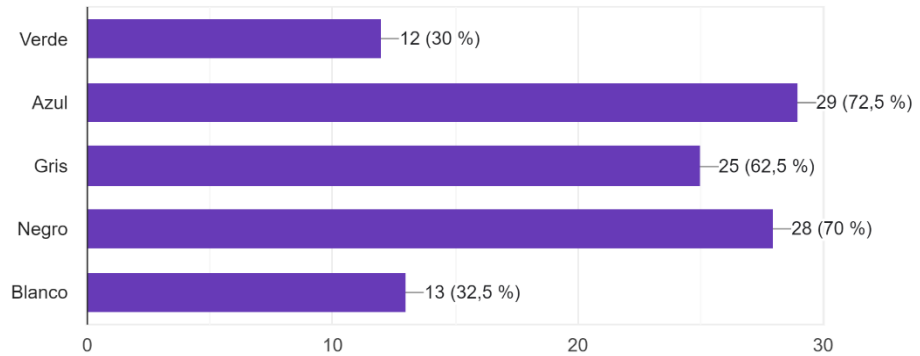
¿Qué características consideras más importantes al elegir una chaqueta de moto? (Selecciona todas las que correspondan)

40 respuestas



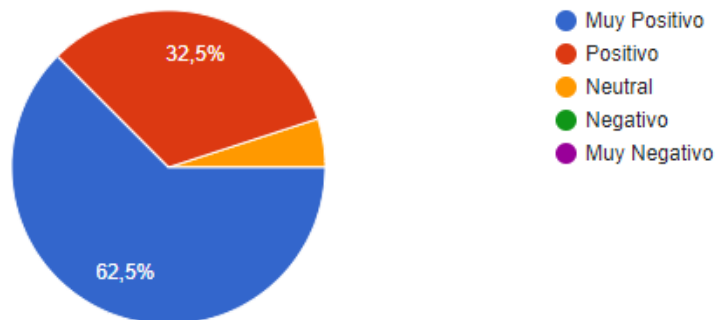
¿Qué colores preferirías para una chaqueta de moto sostenible? (Selecciona hasta tres opciones)

40 respuestas



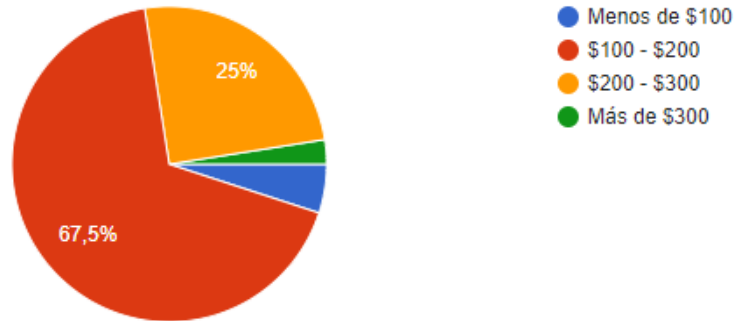
¿Qué opinas sobre el uso de materiales reciclados, como el caucho de llantas viejas y el PET de botellas de plástico, en la fabricación de chaquetas de moto?

40 respuestas



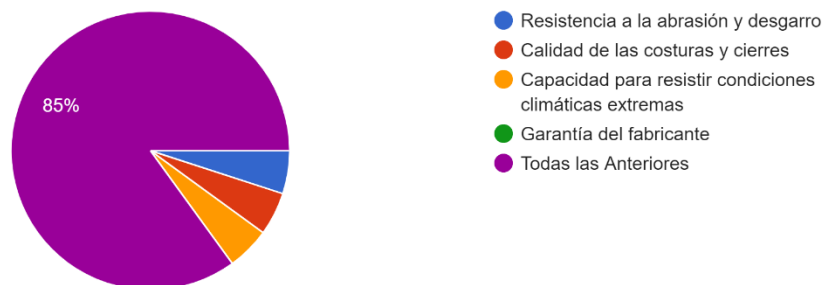
¿Qué precio estarías dispuesto(a) a pagar por una chaqueta de moto sostenible de alta calidad

40 respuestas



¿Cuál de los siguientes aspectos te parece más relevante al evaluar la durabilidad de una chaqueta de moto?

40 respuestas

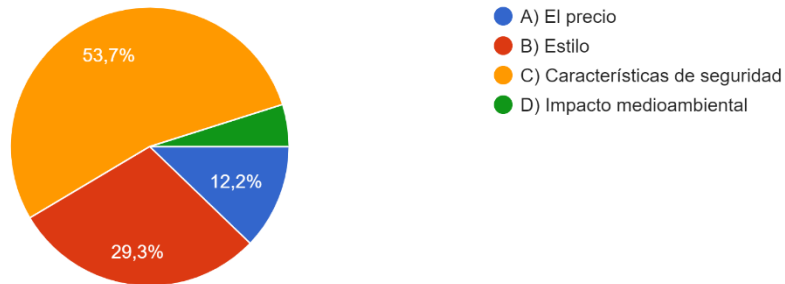


Anexo 3

Encuesta investigación de campo

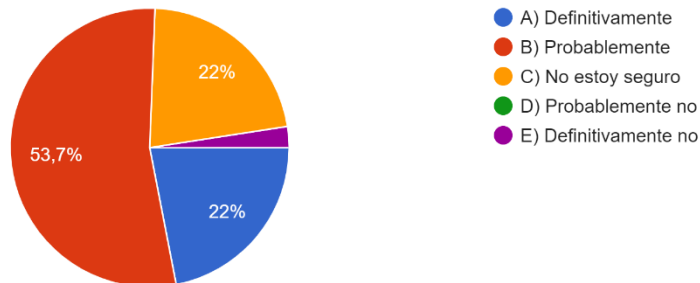
1. A la hora de elegir el equipo de seguridad para motocicletas, ¿Cuál es su máxima prioridad?

41 respuestas



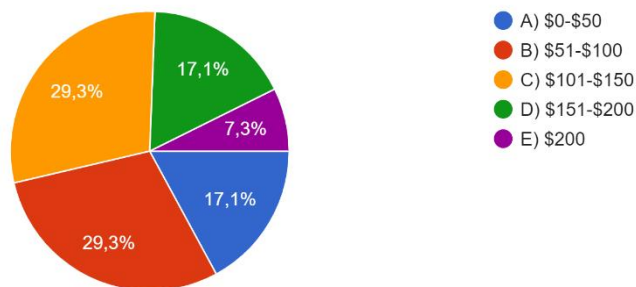
2. ¿Consideraría la posibilidad de comprar equipamiento de seguridad para motocicletas fabricado con materiales reciclados?

41 respuestas



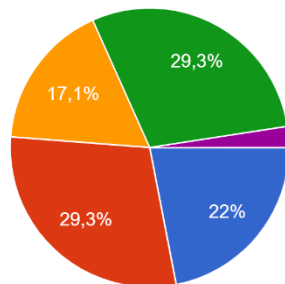
3. ¿Cuál es su presupuesto para equipos de seguridad de alta calidad para motocicletas?

41 respuestas



4. A la hora de comprar equipamiento de seguridad para la moto, ¿Cuál es su mayor dificultad?

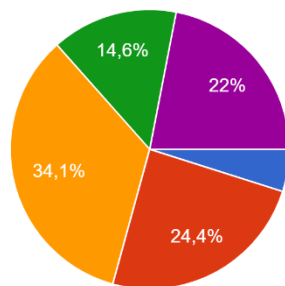
41 respuestas



- A) Opciones limitadas
- B) Accesibilidad
- C) Encontrar la talla adecuada
- D) Falta de opciones con estilo
- B) Asequibilidad

5. ¿Está familiarizado con el impacto medioambiental de la fabricación tradicional de equipamiento de seguridad para motociclistas?

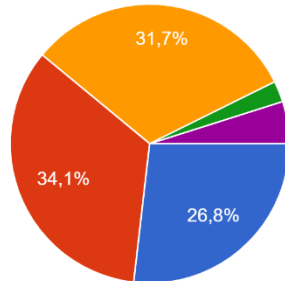
41 respuestas



- A) Muy familiarizado
- B) Algo familiarizado
- C) Neutral
- D) Algo desconocido
- E) Muy poco familiarizado

6. ¿Qué probabilidad hay de que recomiende una marca de equipamiento de seguridad para motocicletas que priorice la sostenibilidad medioambiental?

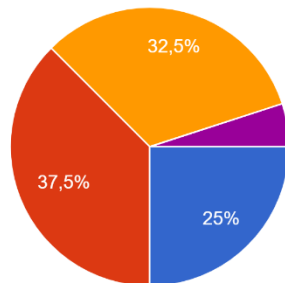
41 respuestas



- A) Muy probable
- B) Probable
- C) Neutral
- D) Improbable
- E) Muy improbable

7. ¿Cómo de importante es para usted alinear sus decisiones de compra con productos respetuosos con el medio ambiente?

40 respuestas



- A) Extremadamente importante
- B) Importante
- C) Neutral
- D) Poco importante
- E) Nada importante

Anexo 4

Matriz de comparación de países

Parametro	Peru	Brasil	Colombia	Argentina	Uruguay
Relaciones Comerciales	Miembro de la CAN	Acuerdo de Complementación Económica N.59	Miembro de la CAN	Acuerdo de Complementación Económica N.59	Acuerdo de Complementación Económica N.59
Mercado	En 2021 se vendieron casi medio millón de motocicletas	En 2023, Brasil tuvo el mejor trimestre en ventas de motos de los últimos 11 años.	Mercado de 10 millones de motocicletas	El índice de motos matriculadas en Argentina para 2024 bajo un 26,7%	El mercado aunque relevante es bastante reducido teniendo en cuenta la población
Legal	Uso de casco obligatorio, normas estándar	Uso de casco obligatorio, normas estándar	Uso de casco obligatorio, normas estándar	Uso de casco obligatorio, normas estándar	Uso de casco obligatorio, normas estándar
Ranking Doing-Business	76°	124°	67°	126°	101°
Logística	Cercanía geográfica, posibilidad de transporte por carretera	Lejanía geográfica, posibilidad de transporte aéreo o marítimo	Cercanía geográfica, posibilidad de transporte por carretera	Lejanía geográfica, posibilidad de transporte aéreo o marítimo	Lejanía geográfica, posibilidad de transporte aéreo o marítimo

	PERU	BRASIL	COL	ARG	URU
Relaciones Comerciales	Alta	Media	Alta	Media	Media
Mercado	Alta	Alta	Alta	Baja	Media
Legal	Media	Media	Media	Media	Media
Ranking Doing-Business	Media	Baja	Alta	Baja	Media
Logistica	Alta	Baja	Alta	Baja	Baja

Calificación	Color
Alta	Verde
Media	Amarillo
Baja	Rojo