

Trabajo de grado

Administración de empresas

**Plan de desarrollo del guante para lluvia
ROAD GLOVES**

Autor:

RICARDO RUBÉN REYES RAMOS

Tutor:

JAIRO AUGUSTO IZQUIERDO BELLO

Corporación Universitaria Minuto de Dios

UNIMINUTO

Bogotá 2021

FIRMAS

Tabla de contenido

1. Introducción	7
2. Marco metodológico.....	8
2.1. Problema de investigación.....	8
2.2. Objetivos	10
2.3. Justificación	10
2.4. Marco Teórico	11
2.5. Marco legal	18
2.6. Desarrollo metodológico	19
2.6.1. Tipo de Investigación.....	19
2.6.2. Población y muestra.....	19
2.6.3. Instrumentos De Recolección De Datos.....	20
2.6.4. Análisis resultados encuesta.....	22
3. Desarrollo del proyecto	26
3.1. Idea de negocio.....	26
3.1.1. Tipo de sociedad	26
3.1.2 Pestel	27
3.1.2.1 Factor político - legal.	27
3.1.2.2.Factor socio – cultural	27
3.2 Marketing mix	28
3.2.1. Producto.....	28
3.2.2. Prototipo	29
3.2.3. Precio:	30
3.2.4. Planos elaboración guante	32
3.2.5. Flujo de procesos.....	33
3.3. Clientes potenciales.....	34
3.3.1. Criterios de Segmentación del Cliente	35
3.3.2. División de Clientes.....	35
3.3.3. Clientes primarios.....	35
3.3.4. Clientes secundarios.	36
3.3.5. Clientes terciarios	37
3.3.6. Tamaño Estimado de Clientes	38
3.4. Plan de mercadeo	39

3.4.1. Segmentos del mercado a atender	39
3.4.3. Políticas de servicio	42
3.5. Las 5 fuerzas de PORTER.....	43
3.5.1. Rivalidad competitiva dentro de una industria	44
3.5.2. Poder de negociación de los proveedores:.....	44
3.5.3. Poder de negociación de los clientes	44
3.5.4. Amenaza de nuevos entrantes	44
3.5.5. La amenaza de productos sustitutos	45
3.6. Direccionamiento Empresarial	46
3.6.1. MISIÓN.....	46
3.6.2. VISIÓN	46
3.6.3. DOFA.....	46
3.6.4. Objetivos de la Empresa.....	47
3.6.5. Procesos operativos de la empresa.	48
3.6.6 Organigrama.....	48
3.6.7. Macro localización	49
3.6.9. Funciones generales y específicas de la empresa.....	49
3.7. Cuadro financiero.....	51

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Ventas de motos en el país.	12
Gráfica 2. Porcentaje de siniestralidad 2018 Bogotá	14
Gráfica 3 . Fallecidos por actor vial	15
Gráfica 4. Matriz Colisión.....	15
Gráfica 5. Encuesta aplicada	20
Gráfica 6. Edad.....	22
Gráfica 7. Genero	22
Gráfica 8. Elementos de protección	23
Gráfica 9. Nivel de seguridad al manejar en la lluvia	23
Gráfica 10. Tipos de guantes que se usan	24
Gráfica 11. Comodidad al manejar con lluvia	24
Gráfica 12. Preferencia la comprar guantes	25
Gráfica 13. Clientes primarios	35
Gráfica 14. Clientes secundarios	36
Gráfica 15. Clientes terciarios	37
Gráfica 16. Imagotipo.....	40

Índice de tablas

Tabla 1. Materia prima	30
Tabla 2. Cantidad de productos a elaborar.	31
Tabla 5. Tabulador de la empresa	51
Tabla 6. Personal requerido para llevar a cabo el proceso productivo.	51
Tbla 7. Flujo de caja.....	53
Tabla 8. Inversión.....	53
Tabla 9. Estructura Financiera.....	54

1. Introducción

La lluvia es uno de los factores externos más frecuente en los accidentes cualquier conductor en Colombia sabe que la lluvia puede llegar sin aviso en nuestros países tropicales, sin verano, invierno, otoño o primavera, un día soleado puede convertirse en una tormenta en cuestión de horas, ocasionando, entre otros, trancones, demoras, y, más grave aún, accidentes de tránsito (SURA, 2015).

El año 2019 no fue un buen año en cuanto a accidentes y siniestralidad se refiere la cifra de accidentes mortales ascendieron de forma preocupante haciendo que la DGT haya oficializado algunas nuevas medidas de tráfico para reducir la siniestralidad y aumentar la seguridad de todos los usuarios de las carreteras colombianas.

Según un estudio publicado por el Centro de Estudios se hace evidente, como es lógico, que la lluvia de estos días hace que los accidentes en Colombia se incrementen en un 7,4%. El informe revela que el comportamiento de los accidentes es muy desigual durante los días lluviosos entre los territorios húmedos quienes registran un mayor aumento de accidentes durante estos días. La media diaria de accidentes cuando aparece la lluvia es de un 7,4 %, y estas ciudades multiplican por cuatro esta cifra, superando el 27 % respecto a los días sin lluvia.

Palabras claves: Motocicletas, accidentes, protección, visibilidad, guantes para lluvia.

2. Marco metodológico

2.1. Problema de investigación

Para nadie es un secreto que la moto se ha convertido en el medio principal de transporte y de trabajo preferido por los colombianos, es así como según el periódico portafolio en su edición digital del 22 junio de 2021, las motos representan el 59% de los vehículos registrados en la plataforma Runt con 9.674.363 a corte de mayo 2021 (Portafolio, 2021).

La moto, ha contribuido a mejorar el bienestar de muchas familias colombianas, es versátil, eficiente y muy fácil de acceder a una, tanto por su precio como las facilidades de crédito que vemos en el mercado, en muchos casos la moto no solo es un medio de transportes, sino también un medio de subsistencia. En las zonas urbanas, donde los problemas con las congestiones de tráfico son permanentes, esta es la mejor opción de movilidad.

Pero, así como ha son múltiples sus ventajas, también es uno de los medios de transporte que según datos del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) en el 2020 genero el 52% de los fallecidos en accidentes de tránsito en el país.

Son múltiples los factores que contribuyen a la alta accidentalidad que se presenta, en la ciudad como son: La falta de pericia del conductor, es así como según datos del DANE, la mayoría de las víctimas están entre los 18 y los 36 años, muchos de ellos aprendieron a conducir la moto con la ayuda de un amigo o un familiar si realizar un curso formal que les permitiera tener mayor entrenamiento (Caracol Radio, 2017). El no acatar las normas de tránsito, es así como vemos a motociclistas adelantando de la forma que no se debe, pasándose semáforos en rojo, tomando calle en contravía factores que pueden desencadenar accidentes. El mas estado de las vías o la falta de mantenimiento de la misma, dificulta el manejar, y contribuye a la accidentalidad. Y por último y no menos importante hablaremos de la lluvia, que según La compañía aseguradora Mapfre “la siniestralidad en las carreteras aumenta más de un 7% los días

de lluvia y que el riesgo de sufrir un accidente de tráfico con condiciones meteorológicas adversas es un 70% superior que en condiciones normales” (Fundación MAPFRE, 2020).

Por otra parte, se dificulta el manejo ya que se pierde adherencia de las ruedas, impidiendo lograr un buen equilibrio, adicionalmente a esto se le suma la baja visión producida por la lluvia en el visillo del casco.

2.1.1 Descripción del problema

El clima hoy en día es muy variable, puede cambiar repentinamente, bueno por lo menos así es en muchas ciudades de Colombia, por ejemplo, en la ciudad de Bogotá, que en una hora cambia del sol a la lluvia, y a cuantas personas la lluvia no toma por imprevisto a diario. Para los motociclistas estos cambios acarrearán peligros como son la dificultad de movilizarse por la forma como la lluvia opaca el visillo del casco.

El problema de baja visión es el factor que para el caso de este estudio se tendrá en cuenta, ya que se considera bastante relevante y una oportunidad de negocio para ciudades como Bogotá que anualmente presenta grandes precipitaciones y además su parque de motociclistas aumenta cada día, como se demostró anteriormente.

2.1.2. Elementos del problema

Los elementos del problema citamos los climas inciertos y variables la dificultad de ver por cuestiones de lluvias o aguaceros y por último reflejos más lentos en cuestiones de lluvias o aguaceros

¿Cómo podemos mejorar la experiencia de los motociclistas cuando llueve?

¿Cómo podremos reducir la tasa de accidentalidad de motociclistas por causas de la baja visibilidad ocasionada por la lluvia de Bogotá?

2.2. Objetivos

Diseñar y comercializar un implemento que contribuya a mejorar la experiencia de manejar de motocicleta bajo la lluvia, y disminuir los índices de accidentalidad por este factor.

2.2.1. Objetivos específicos:

- Identificar el mercado de motocicletas en el país, que permita dar claridad sobre el tipo de cliente que estaría interesado en un producto para la manejar en la lluvia.
- Diseñar y elaborar un producto que contribuya a mejorar el manejar bajo la lluvia
- Desarrollar un plan de diseño, producción y comercialización de los guantes para lluvia **Road Gloves.**

2.3. Justificación

El incremento del uso de la motocicleta como medio de transporte preferido, es evidente tanto de la ciudad de Bogotá como en el país, ratificado por el registro de vehículos que realiza el Runt (Portafolio, 2021). Esto lleva consigo que los conductores busquen protegerse de los muchos factores a los que están expuestos día a día, como son en este caso la lluvia y su consecuente baja de visibilidad que puede acarrear accidentes.

sino que es su medio de subsistencia, esto hace que así los factores ambientales no sean lo mejor, no pueden dejar de trabajar, como es el caso de la lluvia, situación que es muy frecuente por ejemplo en Bogotá, donde llueve en cualquier momento, teniendo en cuenta esa necesidad se hace indispensable buscar una solución al problema que se presenta con la baja visibilidad y la imposibilidad de los conductores de dejar de trabajar ya que esto influiría en la disminución de sus ingresos en este caso.

Una posible solución a esta problemática podría ser la del diseño y elaboración de un guante para lluvia que permita limpiar el visillo de casco, logrando una mayor visibilidad al

manejar bajo la lluvia, para tal fin se hace necesario realizar una investigación que determine la necesidad del mercado, los posibles materiales a usar, el diseño y la elaboración y comercialización del mismo.

2.4. Marco Teórico

La motocicleta se ha convertido en el medio de transporte más usado por los colombianos, tanto en el ámbito urbano como rural. Este vehículo diseñado por el estadounidense Sylvester Howard Roper en 1867 ha evolucionado de una bicicleta con motor a vapor a vehículo versátil de gran uso y movido a gasolina (Motos, 2017).

La primera motocicleta que llegó al país fue una Harley Davidson a la ciudad de Valledupar en 1930 (Motos, 2017).

La primera ensambladora de motos en el país fue AUTEKO que inició como punto de venta de repuestos para motocicletas en una estación de gasolina en el centro de Medellín en 1941, en 1954 inicia ensamblando la marca “Lambretta” y en 1962 funda la planta de ensamble en Itagüí (Antioquia) (Restrepo, 2015).

Desde esa primera motocicleta al día de hoy el volumen tanto de producción como de importación de motos en el país ha crecido sustancialmente, las motos representan el 59% de los vehículos registrados en la plataforma Runt con 9.674.363 a corte de mayo 2021 (Portafolio, 2021).

Para 2020, cerca del 24% de los hogares en Colombia eran poseedores de motos. Las razones por las cuales los estratos 2 y 3 prefieren las motos (estudio de calidad de vida DANE) es la facilidad de compras a cuotas, fácil financiación, el uso de la moto es más barato que movilizarse por ejemplo en Transmilenio, no paga peajes, es más fácil desplazarse por la ciudad.

Gráfica 1. Ventas de motos en el país.

MES	2020	2021	Var.21/...
1. enero	52.751	45.615	-13,53 %
2. febrero	56.714	55.477	-2,18 %
3. marzo	38.818	61.582	58,64 %
4. abril	205	53.599	26.045,...
5. mayo	17.874	46.204	158,5 %
6. junio	38.052	61.388	61,33 %
7. julio	51.917	71.867	38,43 %
8. agosto	45.354	-	-
9. septiembre	56.489	-	-
10. octubre	56.564	-	-
11. noviembre	50.732	-	-
12. diciembre	61.766	-	-
Total	527.236	395.732	-24,94 %

Nota: Comparativo de ventas de motos Fuente: <https://www.larepublica.co/empresas/el-mercado-de-motos-del-pais>

El uso de la moto en el país ha crecido sustancialmente, es así como según el informe “Las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país” de la ANDI lo demuestra.

Así se mueven en motocicleta los colombianos

El estudio señala que uno de cada seis colombianos usa la motocicleta para transportarse, realizando en total más de 50 millones de viajes diarios.

El 92% de las motocicletas son empleadas como vehículo de trabajo y transporte, mientras que tan solo el 8% se usa para recreación o deporte.

Las mujeres han pasado a representar el 31,8% de las nuevas compradoras de motos en el país, lo cual corresponde a un incremento de casi el 100%, comparado con 2011 cuando su participación era de 16%.

En 2018, 70,2% de los nuevos propietarios de motocicletas están empleados y el 25,9% trabaja como independiente.

La motocicleta es un instrumento de trabajo netamente popular utilizado para actividades de mensajería, repartición de correo y periódicos, domicilios y otros oficios de importancia para la vida diaria, con los cuales estos motociclistas sostienen a sus familias.

Desarrollo de la industria y generación de empleo

Las motocicletas son la forma más asequible de transporte personal motorizado en muchas partes del mundo. En varias regiones, incluyendo a Colombia, son el tipo más común de vehículos a motor y más ampliamente utilizado. En nuestro país representan más del 60 % del parque en circulación de vehículos. Por tanto, las motocicletas son cruciales para nuestra economía nacional.

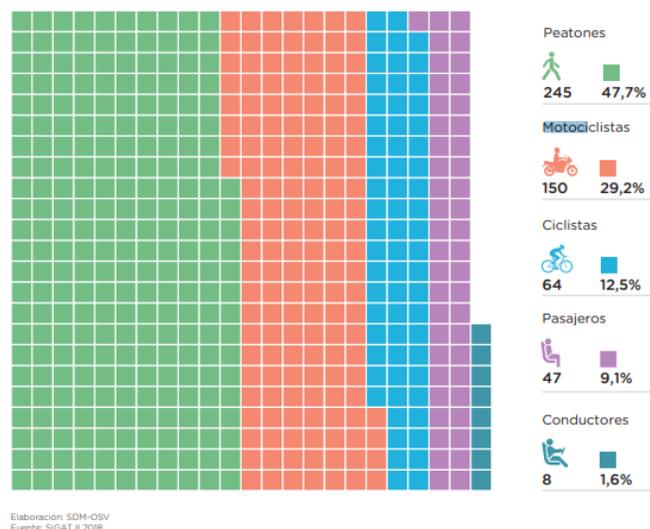
Las cifras del año 2018 dejan ver que la gran mayoría de los compradores de motocicletas nuevas son hombres (68,2%), aunque la participación de la mujer como compradora de motocicletas ha venido creciendo de manera importante

De acuerdo con el documento, en 2018 el sector de ensamble de motocicletas empleó directamente a 7.035 personas, a 28.140 incluyendo la industria de proveedores, y a unos 70.000 en el comercio, servicio, talleres, importadores y negocios relacionados, lo que demuestra su compromiso con el desarrollo económico del país (ANDI, 2019).

El estudio anterior nos permite identificar que la moto es de vital importancia para el desarrollo del país. Pero, así como tiene sus ventajas, también tiene sus desventajas como es la alta accidentalidad.

Según el informe Anuario de siniestralidad en Bogotá 2018. El 29.2 % de los muertos en accidentes viales, son motociclistas, ocupando un segundo lugar.

Gráfica 2. Porcentaje de siniestralidad 2018 Bogotá

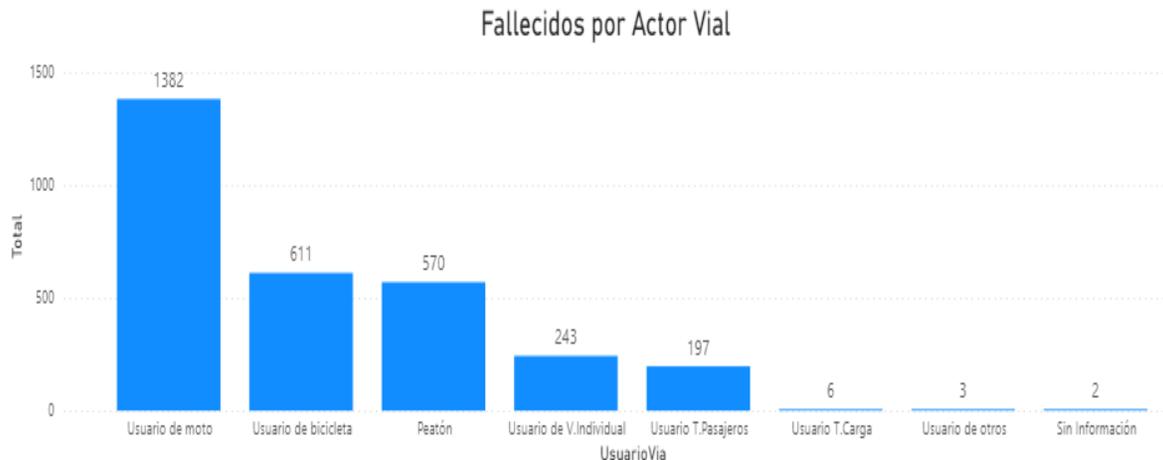


Los investigadores del Instituto Javeriano de Salud Pública analizaron los registros provenientes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y del Instituto Nacional de Medicina Legal.

El departamento que registró más muertes fue Antioquia (17,5%), seguido de Valle (15,2%) y Bogotá (6,7%). Pero al ajustar las tasas de mortalidad por cada 100.000 habitantes otra es la realidad. Esta lista la encabezan Casanare (22,1), Arauca (17,5) y Huila. El grupo comprendido entre 15 y 34 años de edad concentró el 64,7% de las muertes.

Entre el año 2009 y 2020, cerca de 1832 motociclistas fallecieron, de los cuales 86,6% eran hombres. Mientras esto ocurría con los motociclistas, la tasa de mortalidad por lesiones causadas por el tránsito se reducía de 19,8 a 14,3 por ciento (ANSV, 2021).

Gráfica 3 . Fallecidos por actor vial



Fuente: <https://ansv.gov.co/es/observatorio/estad%C3%ADsticas/historico-victimas>

Gráfica 4. Matriz Colisión

Matriz Colisión

UsuarioVía	Bicicleta	Maq. agrícola	Maq. industrial	Motocicleta	No aplica	Objeto fijo	Otros	Sin info.	Transporte de carga	Transporte de pasajeros	Transporte individual
Peatón	151	61	38	7264	29	34	157	2827	2013	2258	5738
Sin Información				1	195	10	4	2328	4	5	5
Usuario de bicicleta	34	7		913	581	171	20	334	791	614	1018
Usuario de moto	200	79	27	4614	7145	5325	794	2356	5380	2772	6491
Usuario de otros			1	9	348	32	21	694	20	20	31
Usuario de V.Individual	8	19	4	103	2446	1140	180	414	811	542	833
Usuario T.Carga		5		39	868	148	33	84	267	86	43
Usuario T.Pasajeros	8	1		20	1211	113	63	137	260	200	66
Total	401	172	70	12963	1282	6973	1272	9174	9546	6497	14225

Fuente: <https://ansv.gov.co/es/observatorio/estad%C3%ADsticas/historico-victimas>

La mortalidad anual de motociclistas tuvo un crecimiento constante durante los últimos 14 años. El incremento, plantearon los investigadores, puede deberse al aumento exponencial en el parque automotor de motos que se produjo en el país.

Según la compañía aseguradora Mapfre “la siniestralidad en las carreteras aumenta más de un 7% los días de lluvia y que el riesgo de sufrir un accidente de tráfico con condiciones

meteorológicas adversas es un 70% superior que en condiciones normales” (Fundación MAPFRE, 2020)

Uno de los factores más relevantes es la baja visibilidad.

El uso de elementos de protección contribuye a que al suceder un accidente esto puedan en algunos casos atenuar la gravedad de mismo, A continuación, se determinan los principales elementos de protección según la página de la marca de motocicletas Honda (Motos Honda, 2017).

Casco

El casco es la parte del **equipo de protección** encargado de resguardar la integridad del cráneo. Existen en el mercado gran variedad de formas, colores y estilos de cascos, y es muy importante que sepas elegir el que va mejor con tus necesidades de manejo.

- **Casco abierto:** Se trata de un estilo de equipamiento en el que llevas el rostro descubierto. Es ideal para usarse en trayectos cortos o para conducir en la ciudad. Es cómodo y fresco. Te recomendamos portar gafas de protección o una buena visera cuando te decidas por este tipo de casco.
- **Casco cerrado:** Tanto el cráneo como el rostro están cubiertos en todo momento. Y cuenta con una visera abatible. Perfecto para rodadas largas, salir a carretera o para conducción deportiva de alta velocidad.
- **Casco Fraccionable:** Sumamente versátil. Combinando todos los beneficios del abierto y el cerrado. El cráneo y el rostro están protegidos, sin embargo, tiene la capacidad de abrirse cuando las condiciones del clima te lo demanden. En algunas ocasiones, estos cascos cuentan con una mica retráctil integrada que hace las veces de gafas para sol. Con este formato de casco, estarás protegido en cualquier tipo de viaje, clima o estilo de conducción.

Sin importar el modelo de casco que elijas, asegúrate de adquirir sólo aquel que cuente con la certificación DOT o su equivalente, y que sea de tu talla. **Antes de rodar, abróchalo adecuadamente.**

Chaqueta

Este fundamental **equipo de protección** está diseñado para proteger tus brazos, espalda, pecho y torso en general, de las inclemencias del tiempo y de objetos como insectos o piedrillas sueltas en el asfalto. También para disminuir considerablemente cualquier tipo de daño como raspaduras, cortes o lesiones en una caída.

Puedes elegir entre una amplia gama de estilos y materiales. Pero es importante que sea gruesa y resistente; recuerda que antes de ser un elemento estético, es un elemento de protección. Las hay con placas rígidas integradas, como coderas, hombreras y placas de columna vertebral y pectoral. Las chaquetas de cuero son muy apreciadas por los motociclistas por sus cualidades naturales térmicas. Adicionalmente, proporcionan un bajo coeficiente de fricción, lo cual es altamente benéfico en caso de una caída.

Aclaremos que no cualquier chaqueta de piel es ideal para conducir una motocicleta. Al momento de comprar la tuya, asegúrate de que sea un modelo que cumplan con los estándares de seguridad.

Botas

El uso de las botas correctas puede marcar una gran diferencia en la conducción y también en caso de accidente. Su finalidad es proteger pies y tobillos de los posibles riesgos al momento de conducir tu moto. Al igual que en los casos anteriores, la variedad es enorme. Pero siempre debes tener en cuenta que sean altas, o que por lo menos cubran bien los tobillos. Es indispensable que tengan suela anti-derrapante y de preferencia que no lleven agujetas o

cordones porque es muy probable que éstos se enreden o atoren en los mandos. Si te es posible, adquiere un par de botas con casquillo o reforzamiento en la zona de los dedos.

Guantes

Al igual que la chaqueta, los guantes te protegen de factores climáticos y de objetos sueltos en el camino. Cualquier guante de protección puede funcionar, sin embargo, es preferible que cuenten con una buena armadura sobre la parte baja de la palma de la mano, nudillos y buena sujeción para las muñecas. Y con adherencia para sujetar al manillar.

Para viajes largos o en climas extremos, te sugerimos un par de guantes con puños largos que cubran parte del antebrazo (Motos Honda, 2017).

2.5. Marco legal

El proyecto está dirigido a la producción de un guante para lluvia que contribuya a la seguridad de los motociclistas y a la vez se requerirá de la construcción de una empresa, para tal fin definiremos un marco legal.

Constitución Política de Colombia, en el título XII del régimen económico y de la Hacienda pública, artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo.

Ley 29 de 1990 Modificada por la Ley 1286 de 2009 “Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.”

Ley 222 de 1995. Por lo cual se establece el reglamento de las empresas.

Ley 05 de 2004. Que modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana en su artículo primero

Ley 1014 de 2006. Por lo cual se fomenta la cultura del emprendimiento

Ley 769 de 2002, código nacional de tránsito, que establece normas generales para motocicletas, motociclos y moto triciclos, entre otros: los conductores y acompañantes cuando hubiere, deberán utilizar casco de seguridad, de acuerdo como dije el ministerio de transporte”

Código Nacional de Tránsito Terrestre

Artículo 94. Normas generales para bicicletas, triciclos, motocicletas, motociclos y moto triciclos

2.6. Desarrollo metodológico

2.6.1. Tipo de Investigación

El proyecto “Plan de desarrollo del guante para lluvia **ROAD GLOVES** es una investigación de tipo descriptiva, en la cual se “Miden y evalúan diferentes aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así -y valga la redundancia- describir lo que se investiga” (Hernández et al., 1997) en el caso de estudio nuestro propósito será el medir, evaluar y recolectar datos sobre nuestro mercado objetivo, así como la aceptación del producto, los canales de distribución, También se determinará la forma de producir los productos, su financiamiento y la organización de la empresa.

2.6.2. Población y muestra

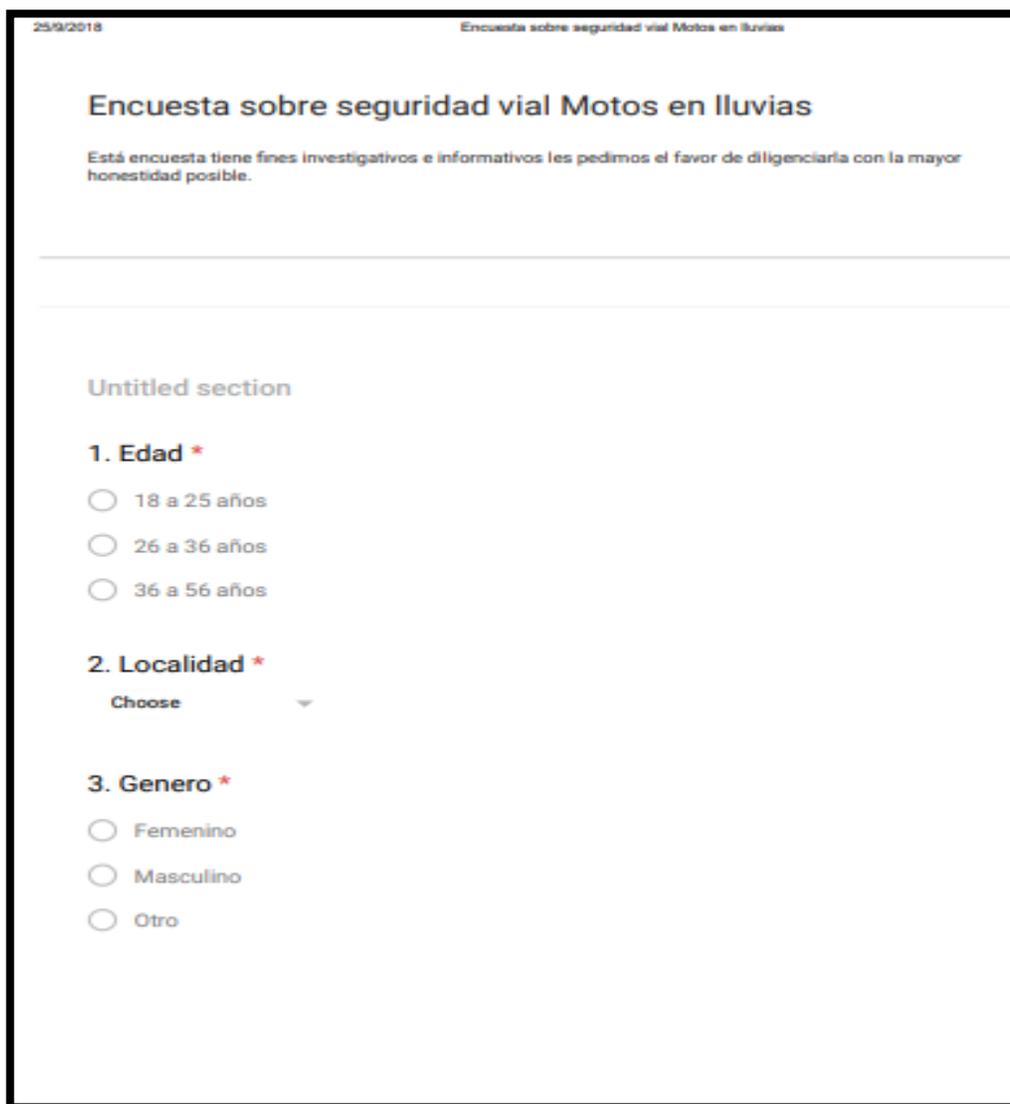
La población determinada son motociclistas de la ciudad de Bogotá en edades de 18 a 56 años. La muestra Usuarios de motocicletas, Ciudad Bogotá, Total muestra 115 usuarios de motocicletas, Tipo de muestreo No Probabilístico, Muestras que se seleccionan en forma arbitraria por el investigador sin considerar el error muestral que puede estar introduciendo.

2.6.3. Instrumentos De Recolección De Datos

Encuesta

Consulta sitios web relacionados el mercado sectorial de la venta y producción de motocicletas, otros sobre siniestralidad vial.

Gráfica 5. Encuesta aplicada



25/9/2018 Encuesta sobre seguridad vial Motos en llluvias

Encuesta sobre seguridad vial Motos en llluvias

Está encuesta tiene fines investigativos e informativos les pedimos el favor de diligenciarla con la mayor honestidad posible.

Untitled section

1. Edad *

18 a 25 años

26 a 36 años

36 a 56 años

2. Localidad *

Choose ▾

3. Genero *

Femenino

Masculino

Otro

25/9/2018 Encuesta sobre seguridad vial Motos en lluvias

4. ¿Qué tipos de elementos de protección personal usa al manejar? *

- Casco
- Cuellero
- Chaleco
- Guantes
- Tobilleras
- Coderos
- Reflectivos

5. ¿En qué nivel de seguridad calificaría el manejo cuando hay lluvia? *

- Muy seguro
- Seguro
- Inseguro
- Muy inseguro

6. ¿Cuál es el tipo de guante que comunmente usa? *

- Tela
- Caucho
- Reglamentarios

25/9/2018 Encuesta sobre seguridad vial Motos en lluvias

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un guante que le ofrezca características especiales? *

- 25.000 a 35.000
- 36.000 a 46.000
- 47.000 a 57.000
- 58.000 a mayor precio

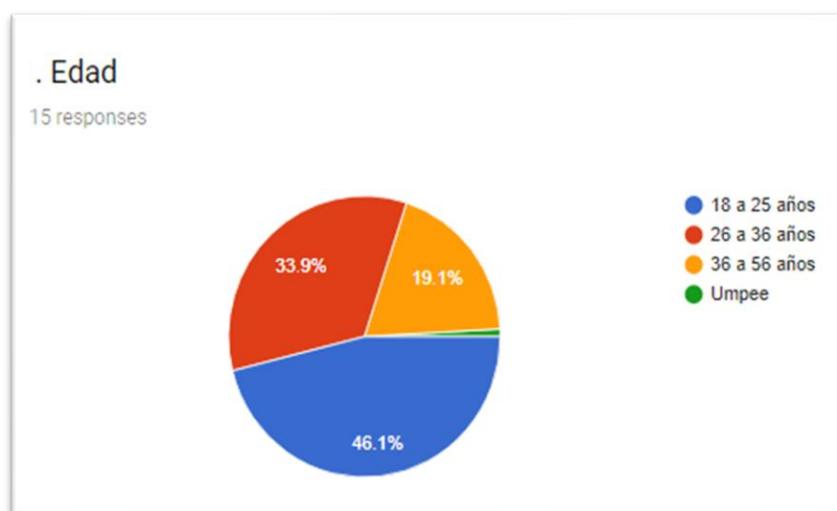
This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

2.6.4. Análisis resultados encuesta

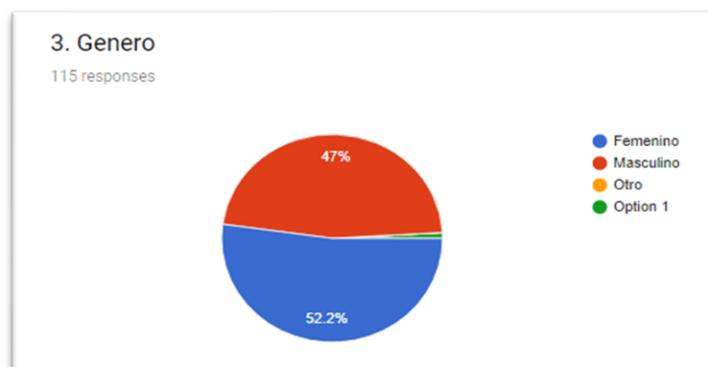
Edad: casi la mitad (46%) oscila entre los 18 y 25 años, los jóvenes son los que más frecuentan la moto en la ciudad de Bogotá, seguido con un 39% las personas con edad entre los 26 y los 36 años; y con menor número, pero no menos significativa las personas de los 37 para arriba con un 19%.

Gráfica 6. Edad



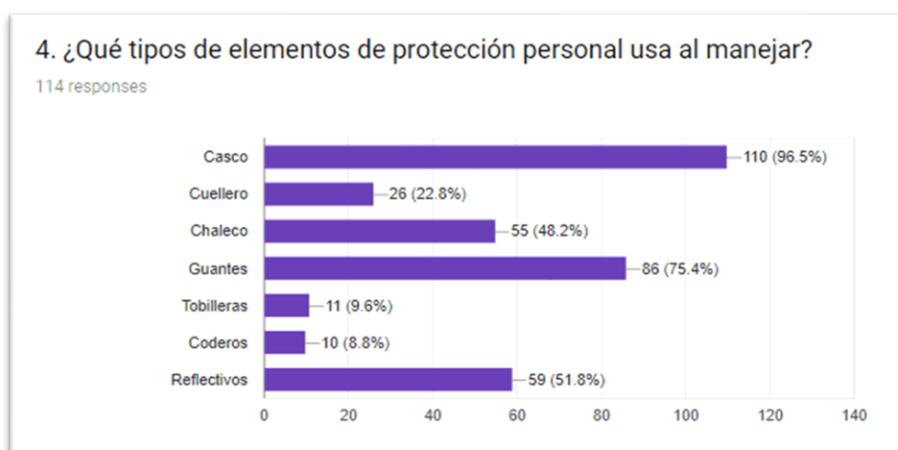
Género: Del total de personas encuestadas, no hay diferencia notoria de algún género que use más la motocicleta, las mujeres superan apenas por un 3% el uso de este medio de transporte.

Gráfica 7. Genero



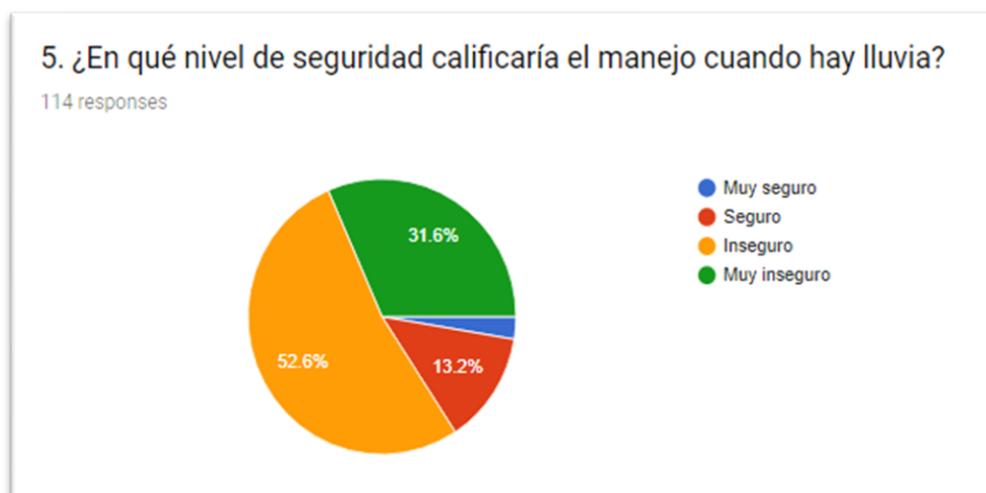
Elementos de protección: El casco es usado en un 100% por todos los motociclistas por razones legales y de seguridad, el segundo elemento más usado después del casco, son los guantes con un 75% de usuarios o motociclistas,

Gráfica 8. Elementos de protección



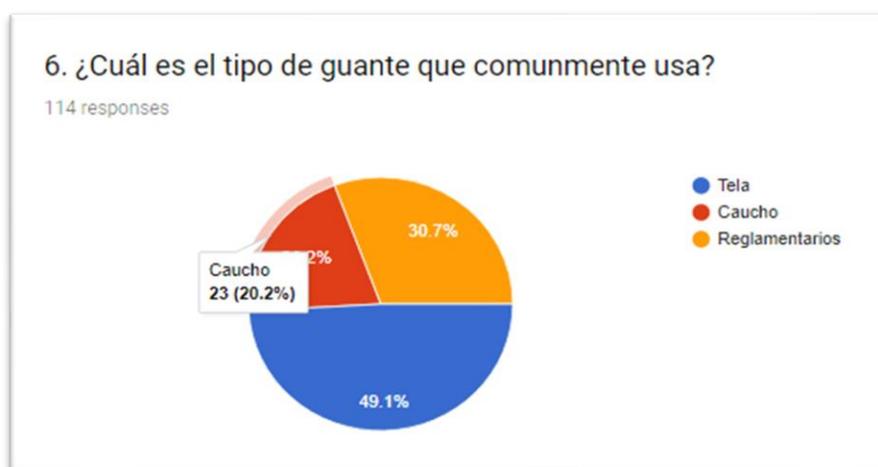
Nivel de seguridad al manejar con lluvia: los motociclistas están de acuerdo que al manejar con lluvia no tienen las mismas condiciones y califican el manejo en estas condiciones como inseguro y muy inseguro, El primero con una estadística del 53% y muy inseguro con un resultado del 32%.

Gráfica 9. Nivel de seguridad al manejar en la lluvia



Guantes que normalmente se usan: la mitad de los motociclistas tiene guantes de tela, seguido por los tipos de guantes reglamentarios con un 30% y apenas un 20% para los guantes de caucho.

Gráfica 10. Tipos de guantes que se usan



Comodidad cuando la lluvia toca el visor del casco: los motociclistas concuerdan que es incómodo (con un 55%) y muy incómodo (con un 26%) conducir cuando la lluvia pega en el visor del casco porque dificulta la visibilidad. Apenas un 15% de los usuarios califican como normal conducir en estas condiciones

Gráfica 11. Comodidad al manejar con lluvia



En que es lo primero que se fija al comprar unos guantes: no hay una diferencia notoria entre los motociclistas al escoger unos guantes ya sea por seguridad (32%), comodidad (33%), ergonomía (19%) o materiales (18%).

Gráfica 12. Preferencia la comprar guantes



Conclusiones

Dentro de los elementos de protección para los motociclistas los guantes son importante y que hay un nicho de mercado bastante grande e importante que podemos explotar.

El material exterior que usaremos en la fabricación de los guantes Road Gloves es en tela, lo que conlleva a un 80% de aceptación $\sigma\epsilon\gamma$ |v los materiales utilizados hoy en día.

El proyecto de **Road Gloves** puede facilitar la comodidad de conducir en los escenarios más difíciles por cuestiones de lluvia, por ende, se pueden evitar accidentes y salvar vidas.

Por estrategia los guantes **Road Gloves** se desarrollarán de forma óptima en cada aspecto mencionado.

3. Desarrollo del proyecto

3.1. Idea de negocio

Los guantes son un elemento de protección, nos resguardan del frío al mismo tiempo que deben protegernos de las rozaduras del asfalto en caso de caída, en su mayoría de los que existen en el mercado cuentan con una mínima protección de seguridad, encuestas realizadas por diferentes medios indicaron que las mayoría de accidentes tuvieron en las épocas de lluvia por una mala maniobra o por que perdieron el control provocando inestabilidad en la conducción de la unidad de transporte (moto) es muy común que los usuarios saquen una bayetilla para sacarse el agua que se acumula en los visores de los cascos provocando la perdida del control, para reducir los tiempos de ejecución se crea este producto para facilitar la visión en estas épocas invernales y ofrecerles mayor protección.

3.1.1. Tipo de sociedad

Road Gloves se registrará por “Sociedad por Acciones Simplificada” como principal pionero socio:

Nombre	Documento de identidad	Domicilio	Capital
Ricardo	C.E. 426758	Cra 6ta este No. 17-17	\$21.000.000
Rubén Reyes Ramos		Mosquera Casa 48	

El domicilio principal de la sociedad es Prado Veraniego con dirección Cra 53 No. 128-59, no se tendrán más sucursales.

Se elige este tipo de sociedad primero porque se destaca la reducción de costos, segundo no se necesita revisor fiscal y por ende es evidente la disminución de tramites

3.1.2 Pestel

3.1.2.1 Factor político - legal.

Según el ministerio de transporte los equipos de protección y seguridad que deben ser usados por el motociclista son los guantes, lo cual es un factor clave en el proyecto, eso sí debemos cumplir con la calidad pertinente para cumplir con la norma gubernamental.

3.1.2.2. Factor socio – cultural

Cabe señalar solo en Bogotá, en el informe emitido en enero de 2021. De acuerdo con la información de matrículas suministrada por el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT), solo en el año 2020 se matricularon 60.582 motocicletas nuevas, dando un crecimiento de 4,14% con respecto al mes de diciembre de 2019. El acumulado total a diciembre fue de 518.666 matrículas registradas, que en relación con el 2019 en el que se matricularon 604.960, representó una disminución de 14,26%. Según cifras del RUNT el parque automotor en Colombia dejó ver que, de 16.042.336 vehículos registrados, el 59 % son motocicletas, es decir, 9.419.374. El DANE informa que 1 de cada 7 colombianos tiene una motocicleta, cifras de la

ANDI confirman que el 90 % de las motocicletas que se comercializan en el país son producidas en Colombia y 98 % son empleadas como vehículos de trabajo y transporte.

En Bogotá las empresas Rappi y Uber Eats que han demostrado su éxito debido a la gran cantidad de nuevos empleados que tienen,

En los dos primeros meses de 2020 se matricularon 84.780 motocicletas nuevas en Colombia, una cifra que comparada con las 81.174 registradas en el mismo período del año anterior, representa un crecimiento del 4,25% en el mercado con 3.606 unidades más.

En el pasado febrero se matricularon 43.294 motocicletas nuevas en el país, 2.762 más frente al mismo mes del año inmediatamente anterior, lo cual refleja un crecimiento del 6,81%.

Bogotá con 6.739 motos equivalentes a un 15,6% de la estadística nacional es una estadística favorable para Road Gloves, al principio no se podrá cubrir todo el mercado, sin embargo, el mercado está en constante crecimiento además de ser notablemente grande.

3.2 Marketing mix

En nuestra propuesta de marketing nos ubicaremos directamente con los consumidores directos es decir promocionar con los clubes de motos, tiendas especializadas en venta de accesorios como cascos chaquetas y otros elementos de seguridad para el usuario también se utilizará las redes sociales para promocionar nuestro producto.

3.2.1. Producto

Guantes para lluvia especiales para motociclistas, con un aditamento que permitirá limpiar el visillo del casco cuando se moja,

- Impermeable, a prueba de aguaceros
- Con plumillas para limpiar el visor del casco

Road Gloves quiere ser reconocida en el mercado por su calidad y buena funcionalidad para climas lluviosos, además busca ser bastante cómodo para uso en trayectos largos.

- Ciclo de vida del producto:

Por el momento el producto puede llegar a un crecimiento gracias al aumento constante de motociclistas en Colombia, ya sea por la fácil accesibilidad al adquirir una, porque el transporte cada día es más complicado en las ciudades grandes (donde hay mayor número de motociclistas), o porque resulta más económico transportarse en una moto que en transporte público.

3.2.2. Prototipo



Nota: Elaboración de prototipo

3.2.3. Precio:

Los guantes Road Gloves no tendrán un costo alto de fabricación (18.590) y por ende el precio de entrada al mercado puede ser económico a comparación de unos guantes de la misma calidad, sin contar con su atributo de las plumillas, el precio para entrar al mercado oscila entre los \$95.000.

Tabla 1. Materia prima

Materia prima	Cantidad/periodo	importe
Corte de cuero más forro	1	\$ 15,000
Pegamento	125 ml.	0.560
Empaque	1	2.200
Caucheria juego	1	2.130
hilos	9 mts	0.300
belcro	5. cm	0.100
Literatura	1	0.130
Total:		\$ 20,420

Materia prima	Proveedor	presentación	Calidad	Proveedor seleccionado
corte de cuero	propios	Par de piezas	Buena	Si
Pegamento	El Iris	galón	Buena	Si
Etiqueta	No hay	millar	Aceptable	No

Tela adherente	Chedraui	100 metros	Buena	Si
Hilos	Varios	Carretes	Buena	Si
Plumilla y Accesorios de caucho	Cauchos s. a	Plancha impresa	Buena	SI

Tabla 2. Cantidad de productos a elaborar.

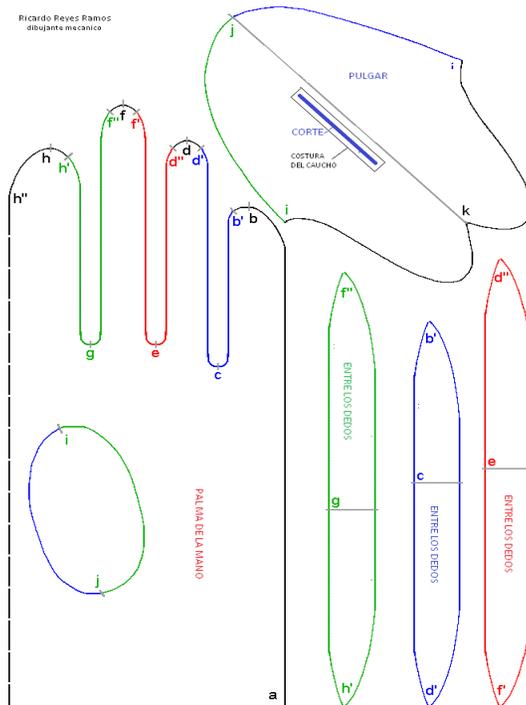
Periodo	Cantidad de producto
Un día	50 guantes
Una semana	250 guantes
Un mes	1000 guantes

3.1.4. Especificaciones técnicas

Como se puede observar en la imagen de los planos la plumilla no dará problema para sujetar el manillar y alcanzar los botones, ya que no es un material rígido, su tamaño chico de 3,5 CM es propicio para el fácil movimiento del pulgar. Además, la tela del guante es más resistente en las partes que más rozamiento tiene, es expansible y eso es un punto a su favor ya que eso le permite ajustarse a todo tipo de manos.

El guante también está pensado en caso de caídas o accidentes, en detalle la protección en un costado del guante es un plástico flexible y esta hay porque en caso de caída es esa la parte de la mano que casi siempre recibe la mayor parte del golpe.

3.2.4. Planos elaboración guante



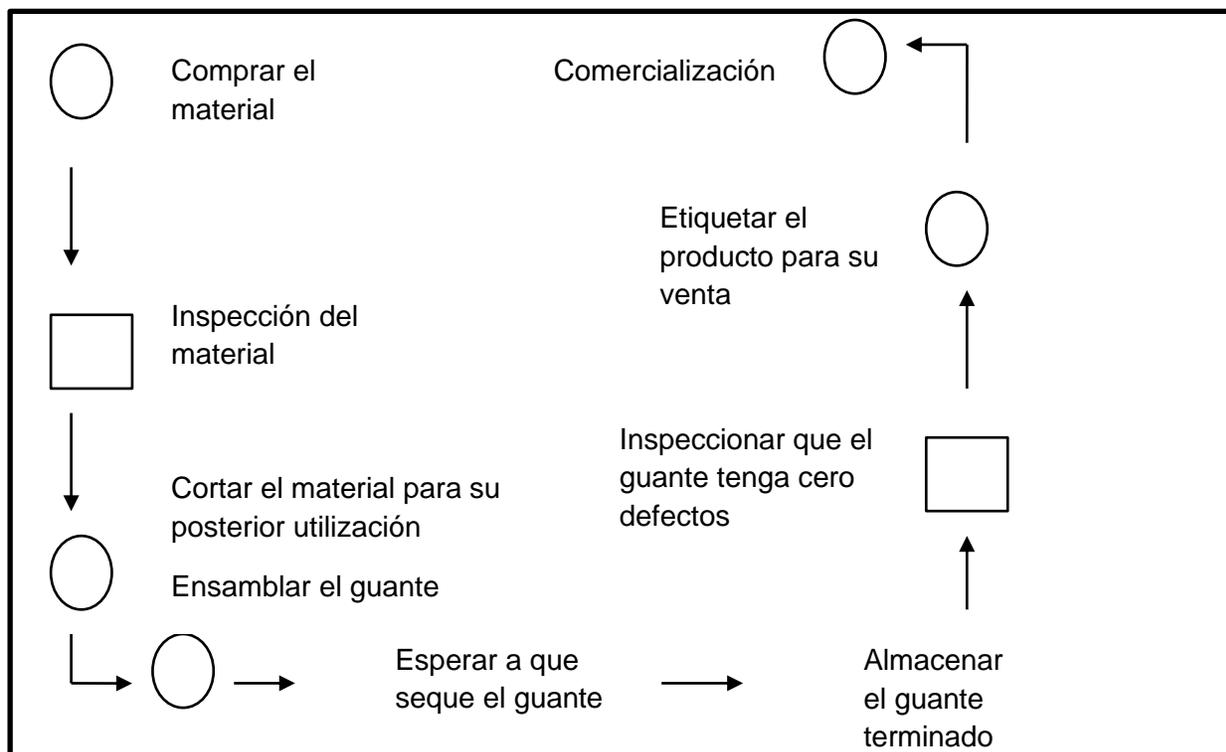
Nuestra operación de manufactura será por Outsourcing a dos personas naturales inicialmente, ya que es el costo que más beneficia a la organización. Entonces principalmente se comprará la tela, que se vende por peso, se lleva a la realización de cortes según tallas a manejar por los moldes (S, M, L); posteriormente se cose con un plástico que queda dentro

Tela kl aprox. \$

Plástico kl aprox. \$

3.2.5. Flujo de procesos

Diagrama de flujo del proceso de manufactura del producto.



Tecnología a utilizar.

Básicamente, al tratarse de un producto sencillo no se utilizará ningún tipo de tecnología avanzada. El mismo proceso de producción antes mencionado nos da la pauta para asegurar esto, pues solo utilizaremos una máquina de coser, una bordadora y pegamento.

Como instalación necesitaremos un cuarto de 30m² libres con mesa de trabajo. Como mantenimiento necesitaremos solo limpieza de las herramientas y de la mesa.

En primer lugar, antes de iniciar operaciones se levantará un inventario para llevar a cabo un control de los materiales.

Se llevará a cabo el inventario por medio de PEPS.

Procedimiento de mejora continua.

1. Se realizarán encuestas y sondeos entre la población de manera constante
2. Nos mantendremos al margen de las opiniones y quejas presentadas
3. Se llevarán a cabo estudios de mercado
4. Nos apegamos a las normas de calidad e higiene establecidas

3.3. Clientes potenciales

Este objetivo es fundamental para el desarrollo del producto, ya que los clientes son la clave para que cualquier negocio alcance el éxito. Conociendo el comportamiento tanto de los compradores como de los usuarios, se podrá mejorar su experiencia de compra y de esta forma responder mejor a sus necesidades. Además de identificarlos, será necesario diferenciarlos para entenderlos a la perfección, estableciendo así unos criterios de segmentación para facilitar dicha tarea. Como lo Óscar Peña de San Antonio en “7 pasos para construir mejores relaciones con los clientes” es necesario_

Paso 1: Recoger información precisa y actualizada sobre los clientes

Paso 2: Conocimiento del producto

Paso 3: Invertir tiempo en aprender de los clientes

Paso 4: Ofrece siempre algo de valor a los clientes

Paso 5: La calidad del servicio es una cuestión de ambas partes

Paso 6: Recompensar la lealtad del cliente

Paso 7: Comunicarse con regularidad con los clientes (Peña. 2005)

A continuación, se realizará una segmentación de clientes que consiste en clasificar a los consumidores en diferentes grupos según ciertas características, necesidades o deseos comunes. De esta manera, con una buena segmentación se podrá ofrecer el mismo producto a un público objetivo mayor.

3.3.1. Criterios de Segmentación del Cliente

- Localización: COLOMBIA
- Edad: diferentes rangos entre 18 y mayores de 62 años
- Sexo: ambos
- Frecuencia de uso: bajo/medio/alto
- Salario: medio/alto
- Tecnología: nueva/ clásica
- Tipo de moto: motocicleta/ scooter.
- Tipo de cliente: General

3.3.2. División de Clientes

Según el criterio a la hora de valorar la división de clientes, se ha establecido tres tipos de clientes, entre los que se pueden distinguir: Primarios, secundarios y terciarios.

3.3.3. Clientes primarios.

Los clientes primarios se dan en tres grupos:

Gráfica 13. Clientes primarios

	GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C
Edad Entre	18 y 45 años	Entre 46 y 62 años	Entre 22 y 62 años
Frecuencia uso	Alto	Medio	Alto
Salario	Medio	Alto	Medio/Alto
Tipo de moto	Motocicleta	Motocicleta	Motocicleta

Tipo de cliente	Individual	Individual	Individual
Tamaño Estimado	159.469	139.383	38.889

Para el grupo A, se ha decidido hacer esta segmentación puesto que la gran mayoría de motoristas poseedores de una motocicleta se encuentran en un rango de edad de entre 18 y 45 años, con un salario mínimo o medio. En cuanto al grupo B, recoge a los motoristas que no usan en exceso este tipo de moto, El grupo C, a diferencia del grupo A que poseen motocicleta, desde los 18 hasta los 62 años que cambian el medio de transporte.

3.3.4. Clientes secundarios.

Los clientes secundarios se presentan en dos grupos:

Gráfica 14. Clientes secundarios

	GRUPO D	GRUPO E
Edad Entre	44 y 62 años	Mayor de 62 años
Frecuencia uso	Baja	Baja
Salario	Medio	Alto
Tipo de moto	Motocicleta	Motocicleta
Tipo de cliente	Individual	Individual
Tamaño Estimado	85.844	45.900

Clientes secundarios

Aquí la segmentación se ha hecho sobre todo valorando la frecuencia de uso, pues los dos segmentos no utilizan demasiado la motocicleta. Para el grupo D, se le asigna los mismos atributos que en el grupo B, con la diferencia de su uso esporádico. En el grupo E, se aprecia cómo se agrupan los clientes mayores de 62 años, con un uso escaso y salario medio.

3.3.5. Clientes terciarios

Los clientes terciarios se presentan, obteniéndose un único grupo:

Gráfica 15. Clientes terciarios

GRUPO F	
Edad Entre	18 y 35 años
Frecuencia de uso	Baja
Salario	Baja
Tipo de moto	motocicletas
Tipo de cliente	Individual
Tamaño Estimado	5.272

Clientes terciarios

En este último grupo, los clientes se encuentran en un rango de edad de entre 18 y 35 años. Se ha asignado este rango puesto que la edad más temprana para poder llevar un ciclomotor es con 18 años. Además, es de valorar que a tan temprana edad la gran mayoría de los jóvenes no trabajan por lo que se le asigna un salario bajo (para aquellos que sí trabajan) y asignándole también un uso bajo.

A continuación, se procederá a calcular una aproximación del tamaño estimado de

clientes en cada grupo.

3.3.6. Tamaño Estimado de Clientes

Para calcular el tamaño estimado de cada grupo de clientes es necesario saber Cuántas motos de cada tipo hay en Colombia. Para ello, habrá que recurrir al RUNT REGISTRO ÚNICO NACIONAL DE TRÁNSITO y estima que existen casi Seis millones novecientos motos aseguradas, donde 1,7 millones de unidades corresponden a Bogotá.

Se muestra la estimación de cada grupo de clientes que adquiere el artículo. Este porcentaje hace referencia tanto a los segmentos que no han sido considerados como a la probabilidad de que dentro del sector una persona compre el producto.

GRUPO PORCENTAJE

GRUPO A 25%

GRUPO B 20%

GRUPO C 20%

GRUPO D 20%

GRUPO E 10%

GRUPO F 5%

Porcentaje adquisición producto

Una vez estimado el porcentaje, se calcula el número aproximado de clientes que comprarán el producto:

Grupo A = $159.469 * 25\% = 39,867$ clientes del Grupo A comprarían este producto.

Grupo B = $139.383 * 20\% = 27,876$ clientes del Grupo B comprarían este producto.

Grupo C = $38.889 * 20\% = 7,777$ clientes del Grupo C comprarían este producto.

Grupo D = $85.844 * 20\% = 17,168$ clientes del Grupo D comprarían este producto.

Grupo E = $45.900 * 10\% = 4.590$ clientes del Grupo E comprarían este producto.

Grupo F = $5.272 * 5\% = 0.264$ clientes del Grupo F comprarían este producto.

De este modo, el número aproximado de clientes que comprarían el producto será la suma de cada grupo siendo: 97,542 clientes.

Dentro de los clientes potenciales se pueden encontrar a los motoristas de custom (suelen llevar gafas moteras u otro tipo de casco), motocross (la mayoría emplean otro tipo de protección) entre otros. Aunque este producto no está dirigido realmente para estos grupos, también son clientes, pues un pequeño porcentaje podría adquirirlo.

Adicionalmente, es necesario constatar que podría haber grupos interesados que no son clientes de nuestro producto. A este respecto, se podría incluir a los familiares de los motoristas (quieren la máxima seguridad y comodidad del cliente principal) y a la DGT (prevé reducir el número de accidentes con este producto, aumentando así la capacidad de reacción, la atención y la concentración).

3.4. Plan de mercadeo

3.4.1. Segmentos del mercado a atender

Los segmentos de mercado de Road Gloves son los motociclistas de estratos 1,2,3, y 4 entre 18 y 65 años ubicados en la ciudad de Bogotá, los cuales representan el

9,3% de la población urbana de la Ciudad.

3.4.2. Políticas de promoción y publicidad

Marca:

Descripción de la marca, estrategia de marca, diseño de la marca (Nombre, logo y diseño)
El diseño de nuestra marca es Mixta ya que es la combinación de uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos gráficos, de color o tridimensionales. Podría limitarse a la presentación de denominaciones con un tipo especial de letra y/o color.

Nombre del producto: ROAD GLOVES

Logotipo el cual está compuesto por la abstracción de un motociclista diseñado en colores planos y líneas curvas acompañado por un texto en la parte inferior con el nombre del producto con la idea principal de generar velocidad y dinamismo representado por la posición horizontal de los elementos que lo componen por otro lado el color negro genera seguridad y sobriedad contrapuesto por el rojo con el propósito de generar innovación.

Gráfica 16. Imagotipo



La marca Road Gloves se promociona principalmente por plataformas virtuales y redes sociales, buscará alianzas comerciales con las marcas más reconocidas en el mundo de los motociclistas, por ende, aquellas empresas que quieran distribuir nuestra marca tendrán un precio del 20% menor al comercial

- Se hará diferentes tipos de promoción y publicidad:
- Redes sociales y la construcción de una página web en la cual el cliente podrá realizar sus pedidos, consultar el estado y fecha de entrega del mismo, así como obtener información de los diferentes materiales para la elaboración de los productos.
- Volantes en la cual se hará la publicidad de Road Gloves

- Participación en las ferias que se lleven a cabo en la ciudad de Bogotá

Evento de Inauguración. Se llevará a cabo una exposición como evento de inauguración con el fin de promocionar y dar a conocer los diferentes productos

Durante la exposición se exhibirán diferentes diseños

Los colaboradores circularán haciendo contactos, contestando preguntas, entregando tarjetas de presentación y mostrando los diferentes productos. El evento se anunciará y promocionará a través de Facebook, Twitter, blogs y volantes promocionales.

Página web. Se hace indispensable construir una página web dado el alcance y el nivel de promoción que se puede lograr. En dicha página se llevará a cabo la gestión de diferentes estrategias de comunicación, diseño, promoción y ventas. Para ello Road Gloves contratará los servicios de un experto que se encargará inicialmente que ésta contenga:

- Personalización del producto: el cliente tendrá la oportunidad de escoger el producto, diferentes opciones de color, combinaciones, diseño, materiales

De la misma manera, el cliente podrá elegir el tipo de empaque que desea, ya que éstos se elaboran de acuerdo al gusto del cliente.

- Pagos: el cliente tendrá la opción de hacer sus pagos en línea utilizando tarjeta de crédito, débito automático, o consignación.

- Entrega: el cliente no sólo podrá escoger la fecha y el medio de entrega (puerta a puerta, recoger el pedido, Courier, etc.) sino que podrá hacer seguimiento a su(s) pedido(s) y verificar el estado del mismo.

- Educación: a través de la página los clientes podrán tener acceso a información y videos tutoriales de los procesos mediante los cuales se elaboran los diferentes productos

- Información: la página incluirá información pertinente a la empresa como visión, misión, contacto, materias primas, organigrama, principios y valores corporativos, etc.

- La página ofrecerá la posibilidad de que el cliente llene encuestas de satisfacción en los diferentes momentos de verdad del ciclo de servicio. También podrá ingresar datos como fecha de cumpleaños para que en dicha fecha reciba un detalle por parte de Road Gloves. Los clientes recibirán correos electrónicos con los productos nuevos.

3.4.3. Políticas de distribución

La fabricación de los guantes para lluvia Road Gloves será por Outsourcing, se distribuirán a tiendas de motos, eventos o donde ellos se reúnen frecuentemente, en diferentes clubes de motos, como ejemplo “los gonobikerreas” (El Herald, 2017).

Inicialmente será en un local pequeño con ambientes que involucren los diferentes sentidos como iluminación, aromas, música y muestras de los diferentes materiales.

Los canales de distribución serán directos en los sitios de venta, con entregas puerta a puerta en la ciudad de Bogotá y envíos a nivel nacional a través de diferentes empresas transportadoras.

3.4.3. Políticas de servicio

La estrategia de servicio de Road Gloves es buscar que todos los momentos se dirijan a la satisfacción de las necesidades de cada uno de nuestros clientes antes, durante y después del proceso venta.

Todo contacto previo a la venta (ingreso a la página web, llamadas telefónicas, directorio telefónico) se planeará y monitoreará cuidadosamente para facilitar la interacción entre el cliente Road Gloves para tal fin se verificarán que todas las normas y protocolos de buen trato y atención tanto para clientes, empleados, como para proveedores sean aplicados.

Durante la venta, se verificará que el lugar esté dispuesto de tal manera que todos los detalles impacten favorablemente cada uno de los sentidos y percepciones de los clientes con el fin de lograr una experiencia de servicio totalmente satisfactoria.

De igual manera, las emprendedoras serán las encargadas de entrenar al personal mediante la implementación del liderazgo situacional y de verificar el buen desempeño de sus labores y trato con el cliente mediante la supervisión directa en el lugar. Todo el personal debe siempre tener en cuenta la importancia de capturar los datos de los clientes que se acerquen independientemente si realizan una compra o no.

Para todos los clientes que ya hayan tenido contacto con Road Gloves independientemente que hayan comprado o no se tendrá un servicio de post venta que incluye:

- Envío de promociones y descuentos especiales
- Encuestas de servicio
- Envío de tarjeta de cumpleaños y un regalo

3.5. Las 5 fuerzas de PORTER

Según (Anónimo, 2015):

5 Fuerzas de Porter	Grado	Rentabilidad
Rivalidad entre los competidores	Medio - Bajo	Media - Alta
Poder de negociación con proveedores	Alto	Alta
Poder de negociación con clientes	Medio - Alto	Media - Alta
Barreras de entrada (Amenaza de nuevos entrantes)	Alta	Alta
Barreras de salida (Amenaza de productos sustitutos)	Media - Alta	Media - Baja

3.5.1. Rivalidad competitiva dentro de una industria

Si bien se debe tener en cuenta que marcas con trayectoria en el mercado pueden ser una piedra para el crecimiento de la marca, tendremos una línea para aquellas personas que les interesa el estilo y los colores, sin embargo, con precios por debajo de las marcas más reconocidas como Fox.

3.5.2. Poder de negociación de los proveedores:

Los insumos que necesita Road Gloves son fáciles de conseguir (poliéster impermeabilizado, PVC, esponjillas, hilo poliéster) para la construcción de este, por ende, al comprar en gran cantidad podremos contar con un buen precio teniendo en cuenta todas las empresas que distribuyen la materia prima que se necesita.

Igualmente, con la fabricación de este, hay muchas empresas de manufactura y se puede llegar en la investigación de mercado al precio que más beneficie.

3.5.3. Poder de negociación de los clientes

Se buscará que con una sola compra el consumidor piense en la gran calidad y funcionalidad de los guantes Road Gloves, de esta forma se piensa empatizar y crear clientes o gente satisfecha por la compra.

Tendremos una base de datos de nuestros clientes (compradores) en las que por sorteo pueden llegar promociones únicas.

3.5.4. Amenaza de nuevos entrantes

Los guantes Road Gloves buscará como ventaja competitiva tendrá las plumillas adheridas al guante, cuando se genere la manufactura por medio de Outsourcing se hará por contrato de confidencialidad, para asegurarnos que no copien la idea.

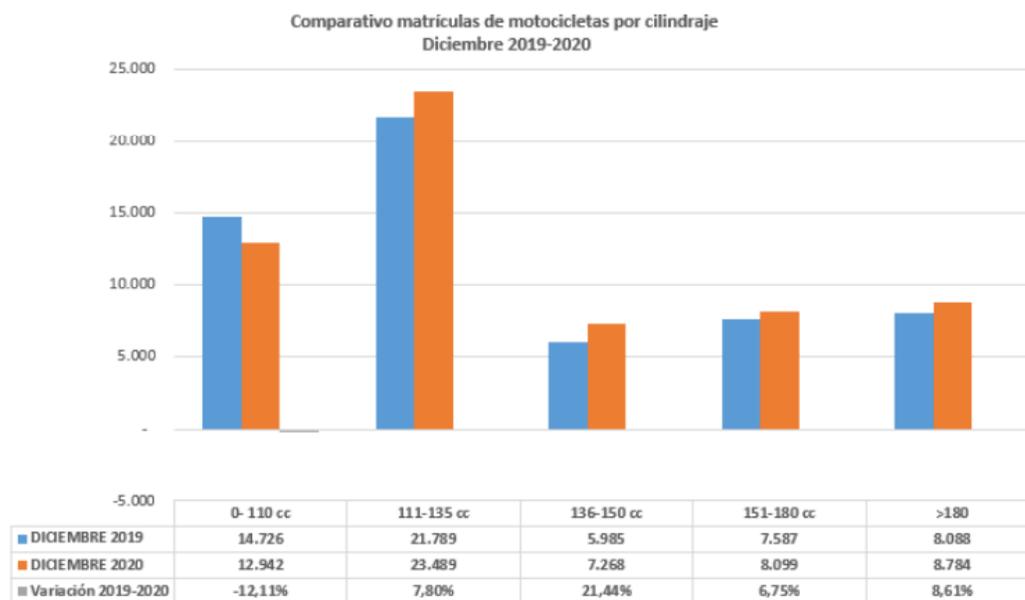
Buscaremos ser los números uno en guantes para moto en la capital, por ende, promocionamos los guantes intensamente en las redes y plataformas virtuales, haciendo énfasis en la calidad y en ser la primera marca especialmente en innovar con las plumillas.

3.5.5. La amenaza de productos sustitutos

Ya existen guantes impermeabilizables, pero como se ha mencionado tendremos como diferenciador las plumillas adheridas.

Existe la posibilidad que innoven con plumillas que estén pegadas al vidrio del casco, y que se muevan automáticamente (como las de un carro) sin embargo el precio sería muy superior, además se requieren pilas, y se tendrá en cuenta que el cambio de ellas no es económico.





3.6. Direccionamiento Empresarial

3.6.1. MISIÓN

Road Gloves brindara una mejor experiencia, seguridad y confort a los motociclistas hasta en los escenarios más difíciles por la lluvia.

3.6.2. VISIÓN

En el año 2028 Road Gloves será reconocido en la capital como los mejores guantes para la lluvia en el mercado.

3.6.3. DOFA

FORTALEZAS:

- Seguridad y protección a la hora de conducir
- Su plumilla permite limpiar el parabrisas sin rayarlo y evitar que se empañe.
- Comodidad en las manos y muñecas
- Calidad Garantizada.
- Precio accesible

DEBILIDADES:

- Marca que está iniciando en el mercado o no reconocida.

OPORTUNIDADES:

- Crecimiento significativo de motociclistas en Colombia.
- Climas raros y lluviosos.

AMENAZAS:

- Productos sustitutos como un trapo

3.6.4. Objetivos de la Empresa

El objetivo del área de organización es establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo tal que facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos de las áreas restantes en la empresa

Objetivos de la empresa por área funcional:

Objetivos de la mercadotecnia:

Conocer gustos y preferencias de los clientes, para que en base de ello podamos producir y mejorar el guante.

Objetivo de producción:

Fabricar el guante de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Objetivo de contabilidad y finanzas:

Tener un buen control de toda la contabilidad y finanzas de nuestra empresa.

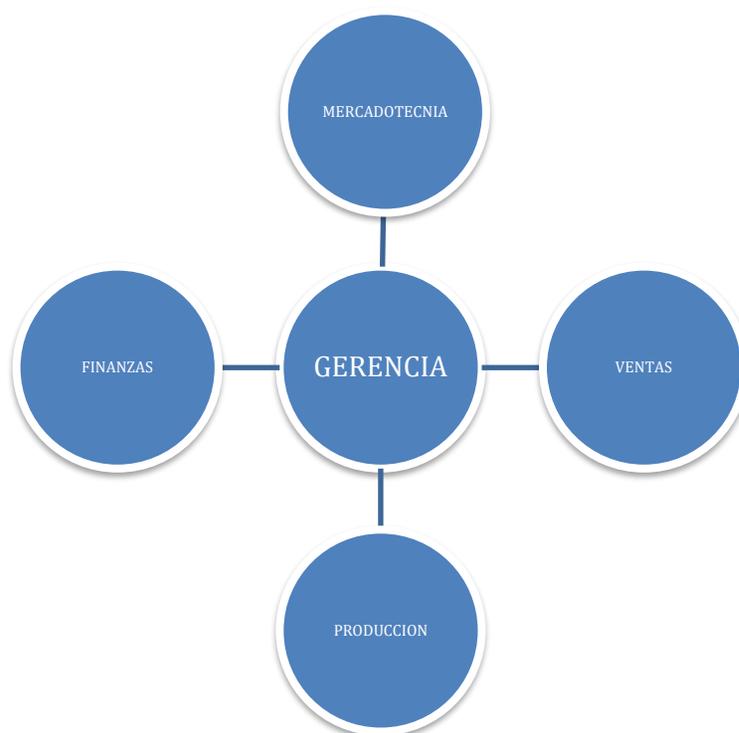
Objetivo de organización:

Tener un sistema de organización que nos ayude para un mejor manejo de la empresa

3.6.5. Procesos operativos de la empresa.

ACTIVIDADES	ACTIVIDADES	REQUISITOS ESPECIALES	PERIODICIDAD Y TIEMPO
Gerenciales	Control de las demás áreas	Conocimientos del área	Una semana
De mercadotecnia	Estudio de mercado	Conocimientos del área de mercado	Una semana dos días
De producción	Desarrollar procesos productivos eficientes	Conocimientos del área de producción	Cuatro días
De contabilidad y finanzas	Controlar los recursos financieros	Conocimientos del área de contabilidad y finanzas	Dos días
De apoyo	Apoyo en actividades diversas de la empresa	Ninguno	Dos días
otras	Actividades diversas	ninguno	Un día

3.6.6 Organigrama



3.6.7. Macro localización

Nuestro centro de distribución estará ubicado en prado veraniego con dirección Cra 53 no. 128ª donde funcionará la bodega para las materias primas, y desde este punto se distribuirá a nuestros socios o empresas que ayuden a la comercialización del guante como producto terminado.

3.6.9. Funciones generales y específicas de la empresa.

Gerente general: Este empleado tendrá a cargo la dirección de la empresa, será la autoridad máxima y ante quien se deberán presentar las problemáticas o situaciones de la empresa para que sean resueltas.

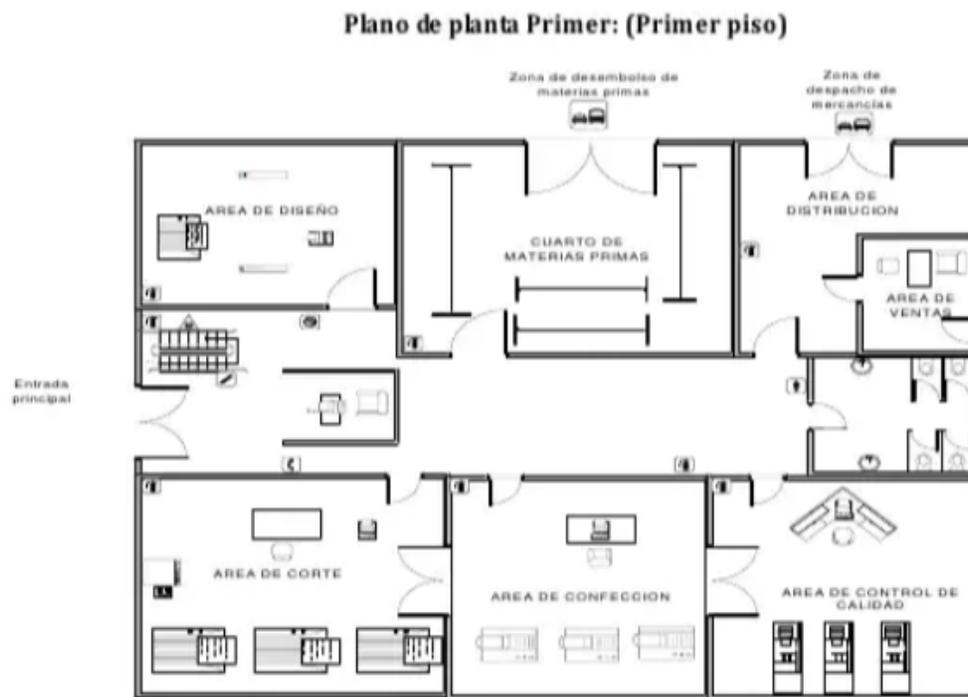
- Actúa como representante legal de la empresa, su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que se ofrecen.
- El Gerente debe estar en la capacidad de planear, organizar, dirigir y controlar, a través de otros directores, a la empresa en general.
- Debe formular políticas que establezcan la dirección a tomar por la empresa; generalmente debe seguir orientaciones de tipo directivo.
- Gestión financiera integral de la compañía lo que implica la obtención de fondos de operaciones necesarios y la inversión de los excedentes en las mejores condiciones.

Mercadotecnia: El encargado de esta área será el responsable de la publicidad de la empresa y todos aquellos mecanismos necesarios para promover y aumentar las ventas del producto.

Producción: La persona a cargo de esta área tendrá la responsabilidad de llevar a cabo el proceso de producción del guante multiusos, procurando siempre que sea de la mejor calidad y en coordinación con los demás departamentos relacionados.

- Ventas: La principal función de esta área será desarrollar mecanismos que promuevan la venta del artículo que ofreceremos.
- Finanzas: El encargado de dicha área será responsable de llevar a cabo un correcto control contable de la empresa, seleccionando el sistema más adecuado y proporcionando información veraz y oportuna para la toma de decisiones.

3.6.8. Diseño de la distribución de la planta



3.7. Cuadro financiero

Tabla 3. Tabulador de la empresa

COSTOS DESEMBOLSABLES						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción		\$ 138.022.289	\$ 142.162.957	\$ 146.427.846	\$ 150.820.681	\$ 155.345.302
Ventas		\$ 52.161.638	\$ 53.961.514	\$ 55.819.190	\$ 57.765.159	\$ 59.819.194
Administrativos		\$ 138.782.200	\$ 142.945.666	\$ 147.234.036	\$ 151.651.057	\$ 156.200.589
Financieros		\$ 8.344.606	\$ 6.886.307	\$ 5.520.341	\$ 4.211.517	\$ 2.159.849
SUBTOTAL		\$ 337.310.733	\$ 345.956.444	\$ 355.001.413	\$ 364.448.414	\$ 373.524.933
COSTOS DESEMBOLSABLES SIN 4X1000		\$ 336.151.527	\$ 345.456.493	\$ 354.843.261	\$ 364.286.719	\$ 373.727.525
COSTOS NO DESEMBOLSABLES						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciaciones		\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 4.350.000	\$ 4.350.000
Amortizaciones intangibles		\$ 1.602.075	\$ 3.284.712	\$ 5.053.491	\$ 7.216.698	\$ 9.683.024
SUBTOTAL		\$ 8.152.075	\$ 9.834.712	\$ 11.603.491	\$ 11.566.698	\$ 14.033.024
TOTAL COSTOS	\$ 0	\$ 345.462.808	\$ 355.791.156	\$ 366.604.905	\$ 376.015.113	\$ 387.557.957
		OK	OK	OK	Error	OK
NOMINA						
Cargos	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Gerencia	\$ 36.000.000	\$ 37.080.000	\$ 38.192.400	\$ 39.338.172	\$ 40.518.317	\$ 41.733.867
Auxiliar Contable	\$ 9.600.000	\$ 9.888.000	\$ 10.184.640	\$ 10.490.179	\$ 10.804.885	\$ 11.129.031
Contador	\$ 6.000.000	\$ 6.180.000	\$ 6.365.400	\$ 6.556.362	\$ 6.753.053	\$ 6.955.644
Secretaria	\$ 9.600.000	\$ 9.888.000	\$ 10.184.640	\$ 10.490.179	\$ 10.804.885	\$ 11.129.031
Servicios generales	\$ 8.580.000	\$ 8.837.400	\$ 9.102.522	\$ 9.375.598	\$ 9.656.866	\$ 9.946.572
Profesional	\$ 54.000.000	\$ 55.620.000	\$ 57.288.600	\$ 59.007.258	\$ 60.777.476	\$ 62.600.800
	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total gastos en Nomina		\$ 127.493.400	\$ 131.318.202	\$ 135.257.748	\$ 139.315.481	\$ 143.494.945

Nota: sueldo mensual aproximado.

Tabla 4. Personal requerido para llevar a cabo el proceso productivo.

Actividad	No de personas	Tipo de habilidad
Desarrollar publicidad	2	Mercadotecnia
Presentación del producto	1	Mercadotecnia
Ventas	2	Ventas
Mano de obra total requerida	2	Obrero

COSTOS ADMINISTRATIVOS						
	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes5
Mano de obra (Administrativos)	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Vigilancia y seguridad	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Materiales y suministros (oficina)	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
Servicios publicos	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Mantenimientos generales	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Seguros generales	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000
Elementos de aseo	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000
Relaciones publicas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Renovaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inscripciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Arrendamiento	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Otros gastos generales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SUBTOTAL (Sin D y A)		\$ 4.670.000				
Depreciaciones		\$ 2.950.000	\$ 2.950.000	\$ 2.950.000	\$ 750.000	\$ 750.000
Amortizaciones intangibles		\$ 3.656.050	\$ 3.642.474	\$ 3.628.490	\$ 7.963.911	\$ 7.949.076
SUBTOTAL		\$ 11.276.050	\$ 11.262.474	\$ 11.248.490	\$ 13.383.911	\$ 13.369.076
COSTOS FINANCIEROS						
	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5
Gastos financieros (Manejo cuenta, etc)	\$ 40.000	\$ 41.200	\$ 42.436	\$ 43.709	\$ 45.020	\$ 45.020
Servicio de deuda (intereses)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gravamen movim. financieros (4 x 1000)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SUBTOTAL		\$ 0				
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	SIN D Y A	\$ 13.328.889	\$ 13.335.755	\$ 13.342.828	\$ 13.350.113	\$ 13.357.616
COSTOS TOTALES		\$ 19.934.939	\$ 19.928.229	\$ 19.921.318	\$ 22.064.024	\$ 22.056.692

De acuerdo a los requerimientos de la empresa, los gastos mensuales suma un valor de \$19,935 mil pesos colombianos, teniendo en cuenta claramente todo lo que involucra la figura del salario, pagos de seguridad, servicios publico arrendamiento y demás rubros. Al cubrir este valor, se garantiza que el proyecto cumple (desde el talento humano) con las actividades necesarias para el funcionamiento del negocio.

Tbla 5. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales		\$ 378.246.806	\$ 423.007.733	\$ 470.016.837	\$ 523.693.748	\$ 585.706.146
Ingresos No operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total ingresos		\$ 378.246.806	\$ 423.007.733	\$ 470.016.837	\$ 523.693.748	\$ 585.706.146
Costos de producción		\$ 138.022.289	\$ 142.162.957	\$ 146.427.846	\$ 150.820.681	\$ 155.345.302
Costos de Ventas		\$ 52.161.638	\$ 53.961.514	\$ 55.819.190	\$ 57.765.159	\$ 59.819.194
Costos Administrativos		\$ 146.934.275	\$ 152.780.378	\$ 158.837.527	\$ 163.217.755	\$ 170.233.612
Costos Financieros		\$ 8.344.606	\$ 6.886.307	\$ 5.520.341	\$ 4.211.517	\$ 2.159.849
Total Costos		\$ 345.462.808	\$ 355.791.156	\$ 366.604.905	\$ 376.015.113	\$ 387.557.957
Depreciaciones		\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 4.350.000	\$ 4.350.000
Amortizaciones intangibles		\$ 1.602.075	\$ 3.284.712	\$ 5.053.491	\$ 7.216.698	\$ 9.683.024
Utilidad antes de impuestos (UAI)		\$ 24.631.924	\$ 57.381.865	\$ 91.808.441	\$ 136.111.937	\$ 184.115.166
Impuesto a la renta- CREE		\$ 8.128.535	\$ 18.936.015	\$ 30.296.786	\$ 44.916.939	\$ 60.758.005
Utilidad despues de impuestos (UDI)		\$ 16.503.389	\$ 38.445.850	\$ 61.511.656	\$ 91.194.998	\$ 123.357.161
Depreciaciones		\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 4.350.000	\$ 4.350.000
Amortizaciones intangibles		\$ 1.602.075	\$ 3.284.712	\$ 5.053.491	\$ 7.216.698	\$ 9.683.024
Inversión en activos fijos	\$ 46.350.000					
Inversión en activos intanibles	\$ 26.840.000					
Capital de trabajo	\$ 42.163.842	\$ 1.080.714	\$ 1.130.621	\$ 1.180.875	\$ 1.134.565	\$ 46.690.617
Amortizacion de la deuda		\$ 2.873.594	\$ 3.678.200	\$ 4.708.097	\$ 6.026.364	\$ 7.713.745
Valor de desecho						\$ 20.993.760
Utilidad Neta (UN)	\$ 115.353.842	\$ 20.701.156	\$ 43.471.740	\$ 67.226.175	\$ 95.600.768	\$ 197.360.816

1

Tabla 6. Inversión

INVERSIONES						
** DESCRIPCION DE LAS INVERSIONES INICIALES						
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	INTANGIBLES - INVERSION DIFERIDA		
MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 36.000.000	Estudios y diseños		\$ 5.000.000
Procesadora	3	\$ 12.000.000	\$ 36.000.000	Gastos de constitucion		\$ 2.340.000
			\$ 0	Adecuaciones y remodelaciones		\$ 10.000.000
			\$ 0	Gastos pre-operativos**		\$ 5.500.000
			\$ 0	Seguros		\$ 4.000.000
			\$ 0	Otros gastos diferidos		
EQUIPO DE OFICINA			\$ 620.000	SUBTOTAL		\$ 26.840.000
Telefonos fijos	4	\$ 80.000	\$ 320.000	** Publicidad y gastos de lanzamiento, capacitación, entre otros.		
PBX	1	\$ 300.000	\$ 300.000			
Video Beam			\$ 0			
Televisor			\$ 0			
MUEBLES Y ENSERES			\$ 3.130.000			
Escritorios	4	\$ 250.000	\$ 1.000.000			
Sillas ejecutivas	4	\$ 220.000	\$ 880.000			
Sillas fijas	5	\$ 100.000	\$ 500.000			
Mesa de juntas			\$ 0			
Estanteria	3	\$ 250.000	\$ 750.000			
EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 6.600.000			
Computadores de escritorio	4	\$ 1.100.000	\$ 4.400.000			
Equipos Portatiles	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000			
Impresora	4	\$ 250.000	\$ 1.000.000			
EDIFICACIONES			\$ 0			
VEHICULOS			\$ 0			
TERREROS			\$ 0			

Tabla 7. Estructura Financiera

ESTRUCTURA FINANCIERA - FINANCIACIÓN DE LA INVERSIÓN						
Monto Recursos propios	\$ 30.000.000	54,5%		Tasas de interés	28%	
Valor del Prestamo	\$ 25.000.000	45,5%		No. de años	5	
Inversion Total	\$ 55.000.000	100%		Cuota	\$ 9.873.594	
TABLA DE AMORTIZACIÓN (ANUAL)						
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO		
0				\$ 25.000.000		
1	\$ 9.873.594	\$ 7.000.000,00	\$ 2.873.594,08	\$ 22.126.406		
2	\$ 9.873.594	\$ 6.195.393,66	\$ 3.678.200,42	\$ 18.448.205		
3	\$ 9.873.594	\$ 5.165.497,54	\$ 4.708.096,54	\$ 13.740.109		
4	\$ 9.873.594	\$ 3.847.230,51	\$ 6.026.363,58	\$ 7.713.745		
5	\$ 9.873.594	\$ 2.159.848,71	\$ 7.713.745,38	\$ 0		
CALCULO DE LOS INGRESOS						
Producto / Servicio 1	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio		\$ 42.027	\$ 42.728	\$ 43.160	\$ 43.718	\$ 44.449
Unidades vendidas		\$ 9.000	\$ 9.900	\$ 10.890	\$ 11.979	\$ 13.177
Ingresos Operacionales		\$ 378.246.806,31	\$ 423.007.732,59	\$ 470.016.837,02	\$ 523.693.748,30	\$ 585.706.146,08
Producto / Servicio 2	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Unidades vendidas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos Operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto / Servicio 3	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Unidades vendidas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos Operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 378.246.806	\$ 423.007.733	\$ 470.016.837	\$ 523.693.748	\$ 585.706.146
INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 0				
TOTAL INGRESOS		\$ 378.246.806	\$ 423.007.733	\$ 470.016.837	\$ 523.693.748	\$ 585.706.146

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Seguridad Vial [ANSV]. (2021). *Histórico víctimas*. Ansv.gov.co.
<https://ansv.gov.co/es/observatorio/estad%C3%ADsticas/historico-victimas>
- Anónimo. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa*. 5 Fuerzas de Porter. <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Cámara de la Industria Automotriz de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia [ANDI]. (2019). *Las motocicletas en Colombia: Aliadas del desarrollo del país*.
[http://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20Motos%202019%20\(1\).pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20Motos%202019%20(1).pdf)
- Caracol Radio. (2017). *Bogotá lidera el top de ciudades con mayor número de motocicletas*. Caracol Radio Bogotá.
http://caracol.com.co/emisora/2017/01/05/bogota/1483652849_868609.html
- El Heraldo. (2017). *Gonobikerreas “dejar de rodar por ir a ayudar.”* Mi Nave - El Heraldo. <https://www.elheraldo.co/mi-nave/gonobikerreas-dejar-de-rodar-por-ir-ayudar-365683>
- Fundación MAPFRE. (2020). *Factor humano y seguridad vial*. Fundación MAPFRE.
<https://www.fundacionmapfre.org/educacion-divulgacion/seguridad-vial/movilidad-seguridad-salud/sabias-que/factor-humano-seguridad-vial/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación* (2.a ed., Vol. 2). Mc Graw Hill, México.
- Motos Honda. (2017). *¿Tienes el equipo de protección adecuado para ir en moto?*
<https://motos.honda.com.co/honda-te-cuenta/blog/tienes-el-equipo-de-proteccion-adecuado-para-ir-en-moto>
- Motos, R. (2017). *La historia de las motos y su llegada a Colombia*. Reypar Motos.
<https://www.reyparmotos.com/2017/09/08/la-historia-de-las-motos-y-su-llegada-a-colombia/>

Noticias Caracol. (2019). *Sin SOAT, licencia, ni experiencia: así manejan muchos motociclistas en Bogotá*. Noticias Caracol. <https://noticias.caracoltv.com/bogota/sin-soat-licencia-ni-experiencia-asi-manejan-muchos-motociclistas-en-bogota>

Portafolio. (2021). Según el Runt, los registros de motos crecían 5% hasta mayo. *Casa Editorial El Tiempo*. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/cantidad-de-motos-que-hay-en-colombia-a-mayo-de-2021-553205>

Publimotos. (2018). *Informe de Registro de Motocicletas a febrero de 2018*. Publimotos - Revista de Motos. <https://www.publimotos.com/index.php/noticia/actualidad/2017-en-los-dos-primeros-meses-de-2018-se-matricularon-84-780-motocicletas-nuevas-en-colombia>

Restrepo, D. (2015). *Historia de las motos en Colombia*. <https://prezi.com/jacvyitw7mvi/historia-de-las-motos-en-colombia/>

Semana. (2017). *Estudio reveló el gran golpe al poder adquisitivo con la reforma tributaria*. Semana - Últimas Noticias de Colombia Y El Mundo. <https://www.dinero.com/economia/articulo/la-perdida-del-poder-adquisitivo-con-la-reforma-tributaria/240753>

SURA. (2015). *La lluvia y los accidentes de tránsito*. Seguros SURA. <https://blog.segurossura.com.co/articulo/movilidad/lluvia-accidentes-transito>