



**DISEÑAR UN NUEVO MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE BICICLETAS
DENOMINADO RUTA DE ENSAMBLE, IMPLEMENTANDO UN MÉTODO DE
IMPORTACIÓN Y DETERMINANDO NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO
SOCIO AMBIENTALES PARA LA EMPRESA BICILAVERDE UBICADA EN
MEDELLÍN COLOMBIA.**

Liney Tatiana Betancur Martínez

Yessica Milena Rodríguez Álvarez

Andrés Rodrigo Laverde Llano

Institución Universitaria Esumer
Facultad De Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

Año 2015

Diseñar un nuevo modelo de comercialización de bicicletas denominado ruta de ensamble, implementando un método de importación y determinando nuevos segmentos de mercado socio ambientales para la empresa Bicilaverde ubicada en Medellín Colombia.

Liney Tatiana Betancur Martínez

Yessica Milena Rodríguez Álvarez

Andrés Rodrigo Laverde Llano

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

Negociador Internacional

Director (a):

Andrés Felipe Hincapié Rodríguez (Administrador de Empresas y Especialista en Gerencia de Proyectos)

Línea de Investigación:

Comercio internacional – Importación

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Estudios Internacionales

Medellín (o Apartadó), Colombia

Año 2015

Resumen

Los modelos de comercialización de Bicicletas que hay en la actualidad son obsoletos, porque no satisfacen las necesidades reales de este tipo de mercado, por esta razón, Bicilaverde innovará implementando un nuevo modelo de comercialización de bicicletas denominado “Ruta de Ensamble”, durante este recorrido el cliente podrá de manera organizada visualizar, palpar y seleccionar los productos que más le gusten, se acomode a su presupuesto y tengan las características necesarias para las actividades que éste realizará.

Para lograrlo, Bicilaverde, estudiará e implementará un modelo de importación de productos procedentes de la China, permitiendo que la organización comercialice mayor variedad de accesorios con mejores precios de venta, diversifique su nicho de mercado detectando nuevos grupos socio-ambientales, y fidelice cada uno de los clientes que hay en la actualidad.

Estas dos estrategias impactarán de manera positiva a la comunidad y romperán paradigmas en el gremio de los comercializadores de bicicletas.

Palabras claves: Ruta de ensamble, importación, grupos socio-ambientales, establecimiento comercial.

Abstract

Marketing models that we have now are obsolete, because they do not accomplish the real needs of the market, therefore, Bicilaverde is developing innovated a new marketing model bicycles called "road ensemble", during this tour, the customer can view, feel and select the products he/she like, best and fist his/her Budget and have the necessary characteristics for activities that it will performed to achieve this, Bicilaverde, will study and implement a model of importing products from China, allowing the organization marketing a wider variety of accessories with better sales prices, diversifying it's detecting new socioenvironmental groups and trying to keep the costumers loyalty that we have today.

These two strategies will positively impact the community and break paradigms in the guild marketers bicycles.

Tabla de contenido

| Contenido | Pág. |
|--|-------------|
| Lista de Figuras..... | VII |
| Lista de Tablas..... | VIII |
| Lista de Símbolos y Abreviaturas..... | IX |
| Introducción..... | 10 |
| 1. Formulación del Proyecto..... | 12 |
| 1.1 Antecedentes..... | 12 |
| 1.1.1 Estado del arte..... | 25 |
| 1.2 Planteamiento del problema..... | 32 |
| 1.3 Justificación..... | 39 |
| 1.3.1 Justificación teórica..... | 40 |
| 1.3.2 Justificación social..... | 41 |
| 1.3.3 Justificación personal..... | 42 |
| 1.4 Objetivos..... | 43 |
| 1.4.1 Objetivo general..... | 43 |
| 1.4.2 Objetivos específicos..... | 43 |
| 1.5 Marco Metodológico..... | 43 |
| 1.5.1 Método..... | 43 |
| 1.5.2 Metodología..... | 44 |

| | |
|---|------------|
| 1.6 Alcances..... | 48 |
| 2. Ejecución del Proyecto..... | 49 |
| 3. Hallazgos..... | 115 |
| 4. Conclusiones y Recomendaciones..... | 117 |
| 4.1 Conclusiones..... | 117 |
| 4.2 Recomendaciones..... | 118 |
| Referencias Bibliográficas..... | 120 |

Lista de Figuras

| Figuras | Pág. |
|------------------------------------|-------------|
| Figura 1. Árbol de problemas..... | 122 |
| Figura 2. Árbol de objetivos..... | 123 |
| Figura 3. Grafica pregunta 1..... | 123 |
| Figura 4. Grafica pregunta 2..... | 124 |
| Figura 5. Grafica pregunta 3..... | 124 |
| Figura 6. Grafica pregunta 4 | 125 |
| Figura 7. Grafica pregunta 5..... | 125 |

Lista de Tablas

| Tabla | Pág. |
|---|-------------|
| Tabla 1. Matriz de involucrados | 35 |
| Tabla 2. Productos a importar | 73 |
| Tabla 3. Porcentaje en aranceles | 75 |
| Tabla 4 cotización..... | 77 |
| Tabla 5. Tabulación..... | 99 |
| Tabla 6. Tabulación en porcentajes..... | 100 |
| Tabla 7. Análisis en porcentajes..... | 101 |

Lista de Símbolos y Abreviaturas

Lista de símbolos

USD: Dólar estadounidense.

Lista de abreviaturas

Bl: Bill of lading. Conocimiento de embarque.

EXW: Ex Works. En fábrica.

Introducción

Este trabajo se estructura bajo el nuevo concepto de comercialización de la empresa Bicilaverde, buscando una diferenciación en el sector de los accesorios y repuestos para las bicicletas.

En Medellín las personas han cambiado sus comportamientos y hábitos respecto a lo que consideran el cuidado de la salud y del medio que los rodea.

Anteriormente los ciudadanos no se preocupaban mucho por el estado físico, cuidado personal y del medio ambiente, pero su preocupación ha venido aumentando en los últimos años, y el hecho de que cada día estén más interesados en estos temas, están marcando nuevas tendencias y por eso hoy en día el sector público de la ciudad realiza proyectos y campañas, promoviendo nuevas alternativas de transporte como lo es la bicicleta, enseñándole e incentivándole a la gente al cuidado de su salud y del medio ambiente, consideran que el uso de la bicicleta es beneficioso para todos, puesto que contribuye con el mejoramiento de la movilidad, reducción en la contaminación del ambiente y es un medio utilizado para ir a todas partes. Por eso le apuestan a la construcción de vías y rutas exclusivas para este tipo de vehículo porque saben el potencial que tienen, también hay personas que realizan colectivos urbanos con el fin de promover el uso de la bicicleta, a partir de todo esto y de ver que este medio de transporte cada vez es más utilizado, la empresa Bicilaverde está estructurando un nuevo proceso en la comercialización de estas mismas.

Al momento de adquirir una bicicleta, el producto pasa por varios intermediarios como lo son fabricantes, mayoristas, minoristas o distribuidores y

final mente al consumidor final. Bicilaverde plantea una estructura diferente, por eso realizara las compras de los componentes y accesorios para las bicicletas en el extranjero en países como China, consiguiéndolos a un precio rentable y de buena calidad, así actuaría como importador y a su vez como minorista llegando directamente al cliente final, optimizando así costos en la cadena de distribución.

Con el presente proyecto el lector encontrara información sobre un modelo de importación que permita la optimización de costos donde el beneficiario es la empresa y el cliente final, después vera una ruta de ensamble especificando como va hacer la distribución del producto dentro de la compañía y por ultimo encontrara un mercado socio ambiental que se podrán convertir en futuros clientes de Bicilaverde.

1. Formulación del Proyecto

1.1 Antecedentes

Modelos de transporte europeo

En Europa el principal transporte de mercancías y pasajeros es el terrestre, hay aproximadamente un vehículo por cada dos personas y en mercancías representan más de dos tercios del tonelaje total. El desarrollo del transporte debe cumplir requisitos de seguridad y de protección de medio ambiente, en este continente es muy importante cuando se habla de transporte sostenible y hoy en día es el auge.

Transporte sostenible

“Las sociedades modernas demandan una alta y variada movilidad, lo que requiere un sistema de transporte complejo y adaptado a las necesidades sociales, que garantice los desplazamientos de personas y mercancías de una forma económicamente eficiente y segura, pero todo ello sometido a una nueva racionalidad ambiental y a la nueva lógica del paradigma de la sostenibilidad. Desde esta perspectiva, un sistema eficiente y flexible de transporte que proporcione patrones de movilidad inteligente y sostenible es esencial para la economía y la calidad de vida. El sistema actual de transporte plantea desafíos crecientes y significativos para el medio ambiente, la salud humana y la sostenibilidad, en tanto que los actuales esquemas de movilidad se han centrado en mucha mayor medida en el vehículo privado que ha

condicionado tanto las formas de vida de los ciudadanos y de las ciudades, como la sostenibilidad urbana y territorial” (Jiménez, L., 2015, p.1).

Según la Unión Europea (2010) existen unas políticas que en algunos países de Europa están adoptando para considerarse como en Pro de desarrollo sostenible, hay que tener en cuenta las siguientes variables:

- **Infraestructura:** es esencial a la hora de hablar del tema, debe de haber un buen funcionamiento de este sistema y contar con los medios necesarios para obtener una infraestructura que permita moverse de una manera más fácil y práctica.
- **Tecnología:** vehículos con pocas emisiones y de la creación de soluciones alternativas de transporte sostenible.
- **Financiación:** La transición hacia una economía de baja emisión de carbono conlleva un esfuerzo de financiación considerable y bien coordinada.
- **Marco jurídico:** establecer plenamente el mercado interior es preciso eliminar las barreras aún existentes entre países y modos de transporte, así como reducir los trámites administrativos que afectan a las empresas de transporte. El marco jurídico del sector de los transportes precisa de un mayor desarrollo encaminado a armonizar las obligaciones medioambientales, lograr una supervisión eficaz y una protección uniforme de las condiciones de trabajo y de los derechos de los usuarios.

- Educar e informar: campañas de sensibilización ejercen una gran influencia en el comportamiento de los consumidores y podrían facilitar las elecciones sostenibles de movilidad (Unión Europea, 2010, p.1)

“En el Papel Blanco sobre Transporte 2050, la Unión Europea establece que: No habrá coches de combustión en el centro de las ciudades para 2050, con el objetivo intermedio de que en 2030 la mitad de los vehículos sean eléctricos, Un 40% de corte de emisiones de barcos y un uso del 40% de combustibles de bajo carbono en aviación Y un cambio de un 50% de viajes de media distancia, tanto de pasajeros como de mercancías, desde la carretera al tren y otros modos de transporte” (Unión Europea 2, 2014, p.1)

Casos de éxito de movilidad sostenible

- Cuando la ciudad italiana de Bolonia lanzó su campaña de sensibilización para el uso de la bicicleta, su informe de revisión anual mostró un aumento del 11% en el número de ciclistas en comparación el año anterior.
- En los Países Bajos, la instalación de puntos de recogida y almacenaje de mercancías en puntos fácilmente accesibles reducen el tránsito de vehículos y mercancías por el centro de la ciudad de Utrecht.
- En la capital macedonia, Skopie, las autoridades se están centrande en campañas educativas para ayudar a luchar contra la actual y poca afortunada tendencia de los ciudadanos a elegir medios de transporte que no son los más eficientes desde el punto de vista energético.

- En Donostia-San Sebastián, una de las 27 ciudades españolas que se han comprometido con estrategias de transporte urbano limpio, las autoridades han registrado un impresionante aumento sostenido del uso del autobús, en buena medida gracias a las mejoras del servicio y a una exhaustiva campaña de compromiso ciudadano.
- Treinta y cinco millones de europeos utilizan la bicicleta como medio de transporte, se calcula que representa el 7% de la población europea, un tercio de las personas de Bulgaria, Letonia, Rumania y Holanda que para sus desplazamientos utilizan la bicicleta. El ciclismo también supone el transporte individual en países como Hungría, Dinamarca, Suecia, Bélgica y Alemania. La proporción fue de 19% en bicicleta frente a un 12% a pie, en Suecia 17% en bicicleta frente al 11% a pie Dinamarca 19% frente a 4% a pie, Alemania 13% frente al 7%, Bélgica 13% frente al 5% a pie (Sibus, 2011, p.1).

Transporte terrestre

Es uno de los medios más utilizados en Europa, ya que suele ser más fácil y rápido debido a las carreteras que estas presentan y a la infraestructura ferroviaria para transportar mercancía y personas, lo bueno de transportarse en tren es que es posible movilizarse dentro del continente por varios países, permitiendo así la cooperación internacional y el comercio exterior.

Intermodalidad y redes transeuropeas

Según la Unión Europea (2015) la capacidad para combinar distintos medios de transporte de forma flexible es una de las claves de concepto de movilidad sostenida, la intermodalidad de los transportes permite la integración de las redes nacionales.

“La Red transeuropea de transporte trata de contribuir a dos objetivos principales de la Unión Europea (UE) el buen funcionamiento del mercado interno y el refuerzo de la cohesión económica y social mediante el logro de una serie de objetivos específicos” (Unión Europea 3, 2010, p.1):

- Movilidad sostenible de personas y mercancías en la UE;
- Infraestructura de alta calidad;
- Cobertura efectiva de todo el territorio de la UE, estableciendo enlaces entre las regiones insulares, enclavadas y periféricas y las regiones centrales, y conectando entre sí las grandes zonas urbanas y las regiones de la UE;
- Interoperabilidad e intermodalidad en y entre los distintos modos de transporte;
- Uso óptimo de las capacidades existentes;
- Viabilidad económica de la red;
- Conexión de la red a los Estados miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), los países de Europa central y oriental, y los países mediterráneos (Unión Europea 3, 2010, p.1).

La red de carreteras incluye autopistas y carreteras de alta calidad, así como la infraestructura de gestión de la circulación, de información a los usuarios, de actuación en caso de incidentes y de cobro electrónico de cánones. Esta red deberá garantizar a los usuarios un nivel elevado, homogéneo y constante de servicios, comodidad y seguridad, en particular mediante la cooperación activa entre los sistemas de gestión de la circulación europeos, nacionales y regionales y los proveedores de información sobre viajes y circulación y de servicios de valor añadido (Unión Europea 3, 2010, p.1).

La red ferroviaria incluye tanto la red ferroviaria de alta velocidad como la red ferroviaria convencional, así como las instalaciones que permiten integrar los servicios de transporte ferroviario y por carretera y, cuando proceda, los servicios de transporte marítimo y aéreo (Unión Europea 3, 2010, p.1).

¿Y las bicicletas?

Para la movilización de personas existe autobuses, trenes, taxis, automóviles, motos y en los últimos años se ha visto en gran interés de transportarse en bicicleta, pero hay un auge significativo por las bicicletas eléctricas, según en un artículo de interés de telefónica (2014) en Alemania habían 410.000 bicicletas eléctricas, en España apenas está creciendo Ciudades como Madrid o San Sebastián han optado por incorporar a su oferta de servicios a los ciudadanos la bici eléctrica mediante un sistema público de alquiler, lo que está dando un nuevo impulso a este vehículo que se empieza ya a percibir como un medio de transporte alternativo al bus, el metro y por

supuesto el coche. El truco, dicen sus usuarios, está sobre todo en probarla, ya que no tiene nada que ver, con una moto o un ciclomotor. En la bici eléctrica pedalean, pero es como si lo estuvieran empujando, y eso, sobre todo en las cuestas y en determinados atascos, puede ser de gran ayuda.

Este tipo de transporte sirve para ir al trabajo, se hace deporte, genera ideas para vacaciones, la bicicleta eléctrica es ideal para organizar rutas, Cada modelo es diferente, pero es posible hacer una media de 80 kilómetros sin que se acabe la batería, lo que permite etapas de bastante longitud, no contamina y no hay límite de edad (Telefonica, 2014, p.1).

Las ciudades y la bicicleta

Ferrara (Italia)

Desarrolla progresivamente la red de bicicletas en los grandes ejes de circulación, aumenta el número de recintos residenciales con preferencias para ciclistas y peatones, abre todas sus vías de sentido único a los ciclistas y mejora el estacionamiento de estas mismas, para el turismo y el ocio, cuenta con un itinerario de 163 km para recorrer en bicicleta (Dekoster & Schollaert, 2002, p. 28 - 29)

Bilbao (España)

Están generando un proyecto de red para bicicletas que garantizara el enlace entre todos los centros urbanos de la provincia y entre los pueblos

pequeños, el objetivo es contribuir con el medio ambiente y calidad de vida, dentro del proyecto esta crear 20km de caminos ciclo peatonales (Dekoster & Schollaert, 2002, p. 29).

Dublín (Irlanda)

El 11% de las personas que van a trabajar lo hacen en bicicleta. La ciudad cuenta con un departamento de desarrollo de bicicletas en el que se encuentra la administración y los usuarios. Se ha programado la realización de un tramo de 120km en cinco años, en la ciudad utilizan mucho este medio de transporte para los turistas (Dekoster & Schollaert, 2002, p. 29).

Modelos de comercialización

La comercialización es un punto clave para las empresas, ya que son las funciones que se realizan o se desarrollan desde la idea del producto hasta que llega al consumidor final, por eso es importante que las empresas identifiquen muy bien cómo, cuándo y dónde van a entregar sus productos y en óptimas condiciones.

Comercialización por internet y redes sociales

En 2011, el 56% de los clientes señalaron que era más probable recomendar una marca a un amigo en Facebook, después de haberse convertido en un seguidor de esa marca que utilizando cualquier otro medio.

Para dar cabida a esta influencia hay que considerar la posibilidad de crear una página en las redes sociales y alentar a los clientes a seguir las actualizaciones, Facebook, Twitter o un blog de la compañía pueden ser excelentes herramientas para comenzar una conversación con los clientes. Pensar en maneras creativas de interactuar con su público, como implementar concursos, hacer votaciones y etiquetar a los seguidores en sus publicaciones. Ya sea que use estrategias de comercialización locales, por internet o en redes sociales, intentar monitorear sus resultados regularmente.

Comercialización online

Los distribuidores compran la mercancía al fabricante y reciben un descuento, el cual se convierte en su ganancia al momento de realizar la venta. También pueden reclutar a otras personas para integrarlas bajo su estructura y recibir un porcentaje por las ventas de cada uno de sus agremiados (Soyentrepreneur, 1969).

Distribución

El emprendedor es un agente independiente dentro del canal de ventas del fabricante y se encarga de hacer llegar la mercancía a los consumidores finales. Para ello, debe firmar un contrato y hacer una inversión inicial fijada por el propietario del producto (Soyentrepreneur, 1969).

Modelo de Cierre de Ventas

Este modelo es introducido en el año 1950, dando énfasis en las características del producto. Es ampliamente usado en las ventas a alta presión. Los elementos que definen este modelo son: Habilidades de presentación, cierres tentativos, sobrepasando objeciones y cierre final (Pereira, 2010, p.1).

Modelo de Venta de Relación

El vendedor genera con su prospecto una relación a lo largo del tiempo, con repetidas visitas. El vendedor y comprador llegan a conocerse uno al otro en un nivel personal y profesional (Pereira, 2010, p.1).

Modelo de Resolución de Problemas

Los componentes de este modelo, aparecido por 1960, incluyen entender lo que el prospecto o cliente percibe como importantes. Capacidad de escuchar y hacer preguntas adecuadas, para dar soluciones que sean de valor para el cliente o prospecto (Pereira, 2010, p.1).

Modelo del Valor Agregado

Este modelo combate las objeciones al precio que se presentan, por medio de un valor agregado al producto o servicio vendido. De esta forma adicionando servicios adicionales se consigue dar una percepción de un valor mayor que recibe el cliente, por el precio que paga (Pereira, 2010, p.1).

Modelo de Asociación

Más que un modelo es una forma de conseguir que el cliente sienta que forma parte del proceso de venta, como un asociado (Pereira, 2010, p.1).

Modelo de Venta de Equipo

En este modelo el vendedor debe coordinar todas las actividades dentro de la organización y externamente, para conseguir cerrar una venta (Pereira, 2010, p.1).

Modelo de Venta Compleja

Este modelo también llamado de venta mayor, se aplica a aquellas ventas que son de alto valor, tienen múltiples niveles de decisión, requieren extensiva coordinación de las partes, y en las cuales el ciclo de venta es largo (Pereira, 2010, p.1).

Evolución del sector de las bicicletas

La bicicleta según Terra (2005) es la evolución de un juguete que inicialmente se llamó Célérifère, está era un chasis de madera en forma de animal que tenía dos ruedas, con el cual se conducía en línea recta. Tuvo su origen en Paris en el año de 1791 por el señor Mede de Sivrac, fue un juguete creado para niños ricos y su diseño original duro 20 años, en 1817 un Alemán llamado Karl Von adaptó la ingeniería a su dirección y la llamo Draisiana la cual empezó a darle forma a lo que hoy se conoce como bicicleta, se movía impulsando los pies en el suelo; pasaron otros 20 años y Kirk Patrick en 1839 incorporó cigüeñales

que a través de dos bielas permitían girar la rueda trasera de forma rudimentaria, más tarde los ingleses la mejoraron y crearon una versión llamada Balancín era más ligera y manejable, en 1839 Mcmilan agregó pedales a la rueda trasera, 1855 se incorporan manivelas y así sucesivamente este producto avanzó hasta lo que se encuentra en la actualidad, bicicletas modernas que se fabrican en serie, empleando elementos que son más ligeros y resistentes; hoy en día hay bicicletas de carretera, de montaña, bmx, urbana, para contrarreloj, playera, infantil, reclinada, plegable, eléctrica y también hay variedad de marcas.

Como medio de transporte tuvo su origen después de la Segunda Guerra Mundial; durante esta época se aumentó la utilización de los autos, provocando congestión en el tráfico urbano e invasión en el espacio público, la movilidad física empezó a ser importante para las sociedades modernas de esa época, lo cual permitió que la bicicleta se empezara a tener en cuenta para utilizarla como un medio de transporte y así mejorar la habitabilidad de las ciudades.

Este medio de transporte facilitó la circulación vial de las personas, su radio de acción se empezó a expandir, lo cual permitió que estas se relacionaran más, pues se convirtió en un medio útil para ir al trabajo, de compras, vigilar lugares o zonas especiales, entregar correspondencia y mercancías de pequeño peso y volumen.

En los países asiáticos como India, China, Corea del Norte, las bicicletas se empezaron a alquilar, esto se multiplicó y permitió que los vehículos fueran sustituidos y puestos a un lado en ciudades como Yakarta, Singapur, Bangkok,

Rangún y Taipéi, otros países que también se han beneficiado de este medio de transporte son: Cuba, Dinamarca, Países Bajos, Francia, entre otros.

La empresa BICILAVERDE comenzó sus actividades el 25 enero del 2002 en Medellín – Antioquia, barrio Santa Cruz La Rosa, al norte de la ciudad; comenzó ofreciendo inicialmente servicios de reparación y mantenimiento de bicicletas y venta de accesorios por encargo de los clientes, surgió como algunos de los proyectos de empresa de nuestra sociedad, por la necesidad y sustento familiar, al cabo de 8 meses de estar laborando en una acera de la casa de una vecina se atrevieron a alquilar por primera vez un establecimiento comercial de 4 x 4 m² y se convirtió en un proyecto de vida para sus propietarios.

Seis (6) años después de extenso trabajo y esfuerzo continuo en Santa Cruz en el mismo establecimiento, BICILAVERDE se consolidó como una empresa generadora de empleo y con proyección hacia el futuro.

Su consolidación fue a tal magnitud que logró para el año 2007 participar en un evento que organizó la entidad bancaria INTERACTUAR la cual convocó a la empresa BICILAVERDE en la categoría “Empresa en Crecimiento”, esta categoría reunió a 10.000 empresas y como era de esperarse BICILAVERDE fue la ganadora del primer lugar brindándole así el reconocimiento más alto a una empresa en ese evento, este premio fue entregado por mano del ex alcalde Sergio Fajardo y el ex presidente el señor Álvaro Uribe.

Después de estar de 8 años en el sector de Santa Cruz al norte de la ciudad, sus socios se dieron cuenta que ya habían cumplido un ciclo en este lugar y que era el momento de explorar nuevos mercados, y por ello decidieron

trasladasen a una zona más céntrica de la ciudad, donde pudieran cubrir un mayor mercado, fue así que desde agosto 6 del 2010 abrieron un punto de venta en el sector de San Juan, sector con reconocimiento en el mercado de las bicicletas.

Este traslado los llevo a implementar nuevos métodos de mercadear, ya que el tipo de mercado era totalmente diferente con respecto al sector pasado.

Durante los dos primeros años entre el año 2010 y 2012 surgió un nuevo reto para sus socios ya que la competencia eran empresas constituidas hacía más de 15 años y la mercancía que manejaban era de gama alta, BICILAVERDE no era fuerte en ese entonces. A comienzos del 2013 la empresa empezó a dar un giro completamente, era el resultado de las estrategias de mercado, promociones, ciclo paseos, buenos precios de todos los productos, nuevos productos de gama alta, constancia y ante todo esa perseverancia de sus socios. Hoy en día sigue manteniendo en esa posición y motivando a sus clientes con los eventos que realiza cada fin de semana para que puedan disfrutar sus bicicletas con un mayor gusto y puedan compartir con su familia y amigos, momentos inolvidables.

1.1.1 Estado del arte.

Tendencias de transporte y modelos de comercialización

Las ciudades crecen, el tráfico se hace cada vez más denso y la construcción de bici sendas se transforma en la solución más viable para alivianarlo. Por lo tanto, las empresas automotrices no fueron ajenas a los

cambios en el transporte y desde hace varios años han incursionado en una nueva meta comercial: la venta de bicicletas (Redactor, 2015, p.1).

Bicicletas: la nueva meta de la industria automotriz

La empresa Ford ha lanzado una bicicleta eléctrica en el Mobile World Congress en Barcelona, que funciona a base de tecnologías limpias y que pone en funcionamiento su motor al pedalear. La bicicleta, bautizada MoDe, se puede conectar con aplicaciones de celulares, por el momento sólo disponibles para iPhone, que registran la cantidad de kilómetros recorridos y también pueden brindar información acerca del estado de las rutas o de si un servicio de tren fue cancelado (Redactor, 2015, p.1).



La nueva bicicleta eléctrica de Ford **Fuente:** Redactor (2015).

La compañía hizo público su interés de disminuir la emisión de gases contaminantes e integrar el uso de las bicicletas al de los autos y al del transporte público. Sin embargo, no es la primera empresa automotriz que encara la

fabricación de vehículos de dos ruedas, en el 2013, la marca checa Skoda, perteneciente al mismo grupo, sacó al mercado su primer bici eléctrica: la Skoda Green E Line, que funciona a base de baterías de litio y que una vez usadas pueden recargarse en el máximo de cuatro horas. Su motor sólo arranca si el usuario está pedaleando y ya hay varios modelos disponibles (Redactor, 2015, p.1).



Bicicleta eléctrica Skoda, perteneciente al grupo Volkswagen **Fuente:** Redactor (2015)

Otra de las marcas que se sumó a la tendencia es Peugeot, que ya posee un amplio catálogo de modelos en cuatro categorías diferentes, según el tipo de terreno y de público: urbanas, mountain bike, junior y kids. Estos rodados se fabrican en Argentina bajo las mismas especificaciones que se aplican en Francia, su casa matriz, y pueden conseguirse desde un valor de USD\$8000 (Redactor, 2015, p.1).



Bicicleta eléctrica de Peugeot **Fuente:** Redactor (2015).

Chevrolet también se adaptó a los tiempos que corren y a las nuevas necesidades de movilidad y desde el 2013 ofrece el producto (Redactor, 2015, p.1).



El diseño plegable de Chevrolet **Fuente:** Redactor (2015)

¿De dónde sale la propuesta del autoservicio?

Hoy en día los más grandes almacenes y/o distribuidoras de artículos deportivos y repuestos para bicicletas hacen lo mismo, se trata de atender tras un mostrador unos artículos los cuales hasta muchas veces están mal exhibidos y de muy mal gusto, adicional a esto hay una serie de supuestos vendedores donde su labor es atender y asesorar al cliente y estos susodichos lo que hace es despacharle lo que menos necesita el cliente.

La propuesta del autoservicio se basa en que cuando el cliente desea utilizar sus sentidos para comprar su bicicleta o algún repuesto el cual lo podrá hacer sin problema en el establecimiento comercial de BICICILAVERDE. Esto de tocar los artículos sin barreras (vitriñas), soliviarlos, comparar el precio del accesorio exhibido con el accesorio de enseguida, poderlo oler y adicional a esto poder escuchar a un asesor capacitado siempre y cuando el cliente lo solicite; gestión que no se puede hacer en ningún otro almacén de bicicletas en el país. Este modelo de negocio, los mismos clientes lo han solicitado tras sus comentarios, esto llevo a sus socios vieran la oportunidad de un nuevo modelo de negocio.

¿Cómo se ha implementado?

Una de las ideas es que el cliente entre al establecimiento y se dirija a un área determinada a cubrir su necesidad; es algo importante porque de igual forma se genera una venta como por ejemplo comprar solo una llanta, pero la idea principal es lograr una línea de ensamble donde hay un orden cronológico del ensamble de la bicicleta al gusto, dirigiéndose de área en área. ¿Qué quiere

decir esto? El cliente podrá seleccionar su marco dependiendo su talla, luego su tenedor, después sus componente y así sucesivamente, hasta llegar a la caja registradoras donde le asignaran un técnico para que se la ensamblen en el instante ya que en otros almacenes o líneas de supermercado donde se comercializa bicicletas, el cliente solo podrá llevar la bicicleta que esta exhibida en el mostrador conformándose así con lo que haya, o por los comentarios del vendedor que hasta muchas veces son mentiras, con tal de el vendedor ganase la comisión o generar una venta, y se la vende como sea posible.

Posterior a esto el cliente podrá pedirle asesorías a uno de los asesores que le ayude a ensamblar una bicicleta con el presupuesto que él tiene disponible.

En resumen, la idea del autoservicio surge por petición del mismo cliente, ya que ellos dicen que la oportunidad de tener contacto físico con el componente que desean llevar es muy importante, y adicional a esto poder tener la forma de comparar un componente con otro ya sea por precio o por peso, cosa distinta que no pasa en otros almacenes del país.

Los datos

1. Actualmente el programa público de bicicletas licita 12 kilómetros más de ciclo infraestructura en Medellín.
2. Medellín cuenta hoy con 29,6 kilómetros de ciclo infraestructura. Para 2014 habría 40 km.

3. Algunos expertos en ciclo infraestructura dicen que la ciudad debería tener al menos 100 km (Rodríguez, V., 2014, p.1).

El uso de la bicicleta debe ser articulado al sistema de transporte, afirman concejales.

Afirmaron los concejales en la sesión especial que realizó la Corporación en atención a la solicitud del ciudadano Carlos Arturo González, y en la cual se analizaron las necesidades que tiene la capital antioqueña en el campo de movilidad sostenible, especialmente en el aspecto relacionado con la utilización de esta modalidad.

El presidente del Cabildo, Jaime Cuartas Ochoa, manifestó que la movilidad es un componente fundamental del Plan de Ordenamiento Territorial, razón por la cual se hace necesario revisar el modelo actual y definir las necesidades para avanzar hacia un verdadero desarrollo sostenible (Cataño, L., 2014, p.1).

Expresó que todas las implementaciones que haga la Administración Municipal en materia de movilidad deben tener los componentes de socialización, sensibilización y, ante todo, compromiso de la comunidad.

Los concejales que tomaron la palabra en la sesión aseguraron que las necesidades en movilidad hay que abordarlas como tal y no como tendencias. Es primordial integrar las ciclo rutas enfocadas a las partes de la ciudad en las cuales es posible fomentar el uso de bicicleta.

Dijeron también que las ciclo rutas deben diseñarse teniendo en cuenta si son para uso recreativo o como vía para transportarse, motivo por el cual deben implementarse también en los corregimientos de Medellín, donde hay gran

población de jóvenes y niños que tienen derecho a disfrutarlas.

Voceros de los colectivos ciclas, Pedaleando Alma y Bellocicleta expresaron que el área metropolitana necesita un desarrollo urbano sostenible que incluya la bicicleta como una opción constructora de ciudad, articulada al sistema de transporte.

El ciudadano Carlos Arturo González, quien solicitó la realización de la sesión sobre el tema, aseveró que hace falta mayor y mejor infraestructura para fomentar el uso de este medio de transporte y resaltó la voluntad del Metro de Medellín para colaborar con las iniciativas referentes al uso de la bicicleta.

Participaron en la sesión representantes de las secretarías de Infraestructura Física, Movilidad y Servicios Administrativos, Medio Ambiente, Cultura Ciudadana, del Inder, del Área Metropolitana y el vicealcalde de Hábitat.

1.2 Planteamiento del problema

El planteamiento del problema se aborda partiendo de un diagnóstico a través del desarrollo de la metodología del marco lógico, que permite mediante la estructuración de una matriz de involucrados obtener insumos para la construcción de un árbol de problemas y el árbol de problemas nos provee un foco que es el que nos permite formular el problema del proyecto de investigación.

Matriz de involucrados

La matriz de involucrados es una herramienta de análisis en la cual se identifican unos grupos de interés, que se encuentran involucrados e interesados

o que tienen cierta influencia sobre los intereses o problemas a enfrentar, se identificaron unos intereses individuales que tenían cada uno de los actores e intereses en común, además se percibieron algunos problemas que tenían cada uno de los interesados y así mismo entre todos se conglomeró un problema en común, en esta matriz también se determina con qué recursos cuenta cada actor o institución y de esta forma tener una investigación completa de lo que se piensa desarrollar con dicho proyecto.

| Grupos de Interes | Intereses individuales | ¿Cual es el interes comun? | Problemas Percibidos | Problemas en Común | Recursos | |
|-------------------------|--|---|---|--|------------------------|-------------------------------------|
| CICLISTAS NOVATOS | Bicicleta economica | Promover el deporte ciclistico | Robo de bicicletas | Falta de modelos de comercialización de productos que propicien el comercio leal | Capacidad adquisitiva. | |
| | Invertir tiempo en deporte | | Mala asesoría | | | |
| | Diversión | | Falta de asesoría alimenticia | | | |
| | Compartir con familia y amigos | | Accidentalidad | | | |
| | Dejar a un lado la monotonía | | Utilización de ropa no adecuada | | | |
| CICLISTAS RECREATIVOS | Bicicleta de gama media | | Desconocimiento de una dieta balanceada. | | | Capacidad adquisitiva. |
| | Ejercitar el cuerpo | | Formar grupos recreativos duraderos. | | | |
| | Conocer diferentes lugares | | Variedad de proveedores y productos. | | | |
| | Alimentación saludable | | Robo de bicicletas. | | | |
| | Creación de grupos recreativos | | Accidentalidad. | | | |
| CICLISTAS PROFESIONALES | Bicicleta de gama alta | | Deterioro de las vías. | | | |
| | Entrenamiento diario | | Productos con precios altos. | | | Patrocinadores. |
| | Retos individuales | | Falta de proveedores. | | | Entrenador. |
| | Alimentación balanceada | | Cansancio físico. | | | Apoyo médico y nutricional. |
| | Buscar patrocinios | | Buscar patrocinios. | | | |
| EXPORTADOR | Cumplir con los estándares de calidad. | | Robo de bicicletas. | | | |
| | Ser efectivo en el área comercial y logística. | | Accidentalidad. | | | |
| | Innovar constantemente | | Deterioro de las vías. | | | |
| | Fabricar productos accequibles para todo tipo de ciclista. | | Entrega d eproductos despues d ela fecha pactada. | | | Bancos nacionales. |
| | Ingresar a mercados internacionales | | Demora en la fabricación | | | Entidad promotora de exportaciones. |
| | Red de distribución | | Poco conocimiento en el proceso de exportación. | | | |
| | Crear la mejor Imagen corporativa | | Encontrar clientes confiables a nivel internacional. | | | |
| | Excelente servicio al cliente | | Aumento de los costos en las transacciones bancarias. | | | |
| IMPORTADOR | Comprar productos a los fabricantes. | | Engaños por parte del proveedor. | | | Capital. |
| | Vender a mejores precios | | Recibir productos en el plazo no acordado. | | | Buen agente de carga. |
| | Explorar nuevos mercados. | Demoras en el tiempo de tránsito | | Capital humano. | | |
| | Generación de empleos. | Aumento de los costos en las transacciones bancarias. | | Espacio. | | |
| | Crecimiento organizacional. | | | Conocimiento. | | |
| CAPITAL HUMANO | Estabilidad económica | | | Bancos nacionales. | | |
| | Crecimiento personal y laboral | Poco conocimiento de las TICS | | Conocimiento y experiencia. | | |
| | Bienestar | Negligencia en las actividades propias de cada cargo | | | | |
| | Herramientas que faciliten las labores. | Hurto | | | | |

| Grupos de Interes | Intereses individuales | ¿Cual es el interes comun? | Problemas Percibidos | Problemas en Común | Recursos |
|-------------------|---|--------------------------------|---|--|-------------------------------------|
| | Tranquilidad emocional | | | | |
| | Compañerismo. | | | | |
| | Trabajo en equipo. | | | | |
| | Adquirir conocimiento. | | | | |
| | Remuneración acorde. | | | | |
| AGENTES DE CARGA | Fidelizacion de clientes. | Promover el deporte ciclistico | Logistica de los procesos afecta por una mala coordinacion. | Falta de modelos de comercialización de productos que propicien el comercio leal | Aliados internacionales-agentes. |
| | Tarifas competitivas. | | Competencia. | | Acuerdos con aerolineas y navieras. |
| | Brindar asesoria efectiva y personalizada | | Demora en los formularios de importación. | | Good will. |
| | Ofrecer servicios completos | | Incumplimiento por parte de los aliados comeciales. | | |
| ESTADO | Regular impuestos. | | Contrabando | | Banco de la Republica. |
| | Promover comercio internacional. | | No recibo de pagos de impuestos | | La Dian. |
| | Atraccion de inversion extranjera. | | | | Superintendencia de sociedades. |
| | Establecer politicas monetarias que beneficien al inversionista extranjero. | | | | Superintendencia Bancaria. |

Tabla 1

Árbol de problemas

El árbol de problemas se considera como una técnica que ayuda a desarrollar ideas para identificar cierto problema y así mismo organizar la información recolectada, generando una relación de causa – efecto y esta se toma como insumo para la realización del planteamiento del problema (como se muestra en la Figura 1) (Martínez & Fernández, 2013, p.1).

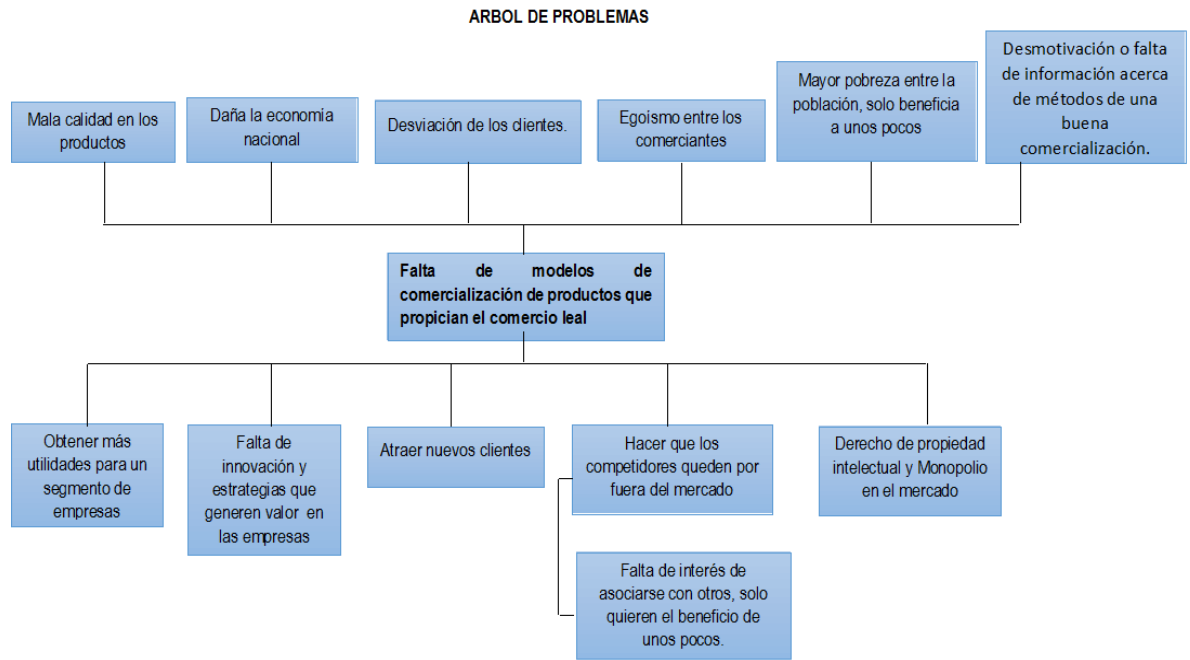


Figura 1.

Planteamiento del problema

Bicilaverde tiene en sus ambiciones aumentar su capacidad comercial y productiva, de una manera práctica y sencilla quiere generar un modelo de distribución para sus clientes donde podrán encontrar todos los accesorios y repuestos que requieren los diferentes tipos de bicicletas a un precio asequible y para toda clase de ciclista (novato, recreativos, profesional), gracias a los productos de buena calidad que la empresa podrá conseguir en el exterior.

Pero en este mundo empresarial y social en el que estamos existen causas que pueden afectar a los usuarios de la ciudad de Medellín y se habla de ellos porque son los clientes de la compañía los que están principalmente involucrados este propósito, las personas que poseen una bicicleta de baja gama y que se consideran los ciclistas novatos poseen una mala asesoría, porque

primero no llevan una buena alimentación, y segundo no utilizan la protección necesaria a la hora de transitar por las calles de la ciudad, es necesario utilizar cascos, guantes, luces y una ropa adecuada para el uso de este medio de transporte, esto hace que aumente la accidentalidad por la falta de información, por otro lado los ciclistas recreativos son las personas que frecuentemente utilizan este medio de transporte, para movilizarse a pueblos y ciudades de Colombia y utilizan una bicicleta de gama media, ellos ya no se enfrentan a una mala asesoría si no a un desconocimiento de una dieta balanceada y a la formación de grupos recreativos duraderos, también existen los ciclistas profesionales que son los que utilizan una bicicleta de gama alta, los que tiene mucha información acerca de este deporte, los que entrenan diariamente y mantiene una alimentación balanceada, la dificultad de estos es que presentan inconvenientes para encontrar un patrocinio que los ayude para participar en diferentes torneos y el gran deterioro de las vías a nivel nacional que impiden muchas veces el tránsito de estas, a estos tres tipos de ciclistas se le suma el robo de sus bicicletas por delincuentes que por sus actos perjudican a estas personas que les gusta este practicar este deporte. Por estas razones Bicilaverde quiere contrarrestar estos acontecimientos que, aunque algunos se salen de las manos hay otros que no, como brindar una mejor asesoría para cada clase de cliente.

En la actualidad se está dando auge de los mercados internacionales, donde se crea la necesidad de vender y comprar productos de diferentes partes del mundo, pero cuando se va a realizar dicha transacción hay que pasar por

varios intermediarios hasta llegar a un cliente final, la compañía quiere buscar proveedores internacionales que le garanticen un buen producto y un buen precio, asimismo tratar de eliminar tantos intermediarios en la cadena de distribución y que sea la empresa la importadora y la que le entregue el producto al cliente final, sin embargo, se encuentran algunas falencias o inconvenientes que se presentan a la hora de comprar dichos productos, se pueden encontrar proveedores o exportadores que puedan engañar a sus productos ya sea por la calidad del producto, o la cantidad que se va a enviar o inclusive con el precio, falta de conocimiento en los procesos de envíos de la mercancía y además demoras en la entrega, aumento de los costos en las transacciones bancarias, afectación por parte del estado de Colombiano, porque si ellos son los que se encargan de regular los impuestos, muchas empresas no están dispuestas a pagarlos e ingresan al país productos sin pagar impuestos, y los venden a precios muy económicos haciendo alejar a clientes potenciales.

Conocer estas causas motiva a contribuir con la disminución de estos puntos críticos y poder explorar muy bien los mercados internacionales, obtener toda la información necesaria del proveedor, crear relaciones para generar confianza entre las dos empresas, ver que los productos que se estén negociando si sean los que necesitan, que sean buenos y a un buen precio para poderlo vender en el mercado nacional a un precio justo.

Una dificultad a la que se enfrenta Bicilaverde es al capital humano, si no tiene un buen capital humano no podrá crecer organizacionalmente, esta se podrá enfrentar a personal negligente a las actividades propias de su cargo, a

personas con poco conocimiento de las tecnologías de la información y la comunicación más conocidas como las TICS, herramientas necesarias aplicarlas para todo tipo de cargo y para la realización labores como usar un teléfono, enviar un correo electrónico, entre otras. La falta de información hace que el personal se vuelva incompetente, y otro punto importante es tener personal inescrupuloso que hurte elementos que son de la empresa y que la puede perjudicar en todos sus procesos.

A lo que se pretende llevar con esta observación del problema es implementar estrategias que ayuden a disminuir todos los efectos ya mencionados, y poder entregar con mayor facilidad los productos con un modelo de distribución directa y garantizar un buen servicio y asesoramiento.

Árbol de objetivos

El árbol de objetivos se puede describir como lo positivo al árbol de problemas, pues en este se convierten los problemas o ideas a situación futura o deseada, así que en este caso las causas se convierten en medios y los efectos en fines (como se muestra en la Figura 2).

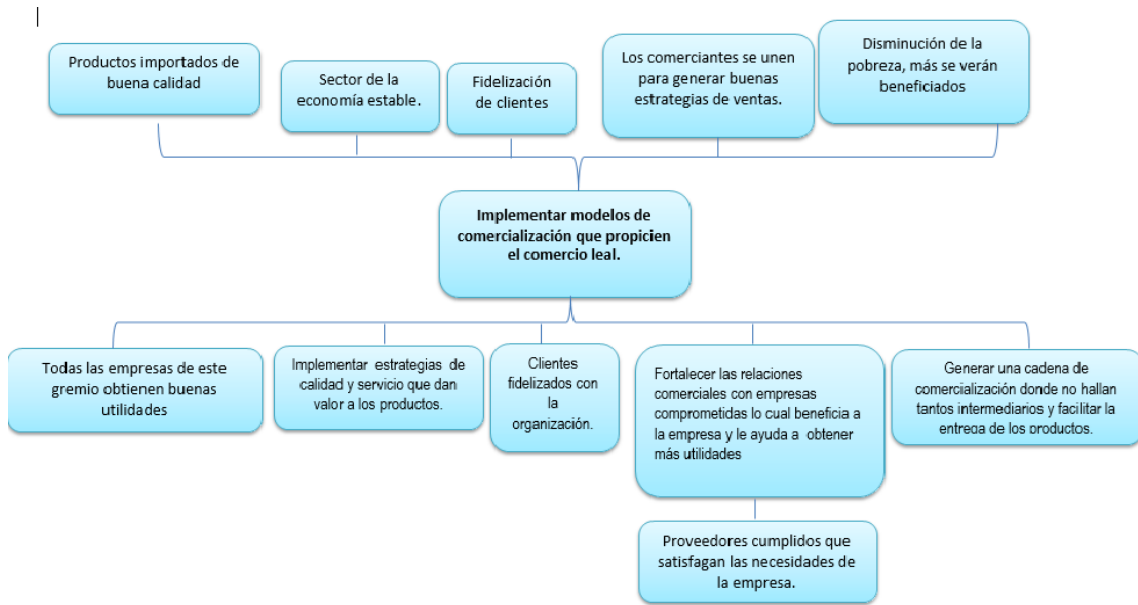


Figura 2

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica.

Un proyecto es el planteamiento escrito de algo que se pretende alcanzar, este proyecto se encargará de estudiar una parte de la rama social que es el comercio internacional.

En la actualidad Colombia hace parte de las economías abiertas, proceso que inicio desde años atrás, en este país se puede observar que en tiempos pasados muchas organizaciones dejaron los paradigmas o temores que tenían de realizar negociaciones comerciales, con empresas de otros países, pero, aunque muchas ya dieron este primer pasó, todavía hay organizaciones que no lo ha hecho.

Un ejemplo de éstas es Bici Laverde, una empresa dedicada a la comercialización de productos para bicicletas y ensamble de las mismas, esta organización aunque lleva algunos años en el mercado vendiendo sus productos y prestando sus servicios, solo hasta la fecha ha decidido incursionar en el mercado extranjero, debido a varios factores como lo son: la desigualdad, la mala calidad, el abuso, el robo , la deshonestidad, los precios elevados, la competencia desleal y lo más importante la necesidad que presentan los deportistas en la actualidad de tener a su lado, un producto dotado de artículos de la mejor calidad y sobre todo adquiridos al mejor precio.

Cada una de estas razones, hacen posible implementar el proceso de importación, pues, a través de éste Bicilaverde dará un paso gigante y crucial en el desarrollo de su objeto social, contribuyendo de una manera positiva en la economía de su País, mejorando la calidad de vida de su capital humano, atacara directamente el comercio desleal, a través, de buenas prácticas de comercio, crecerá a nivel físico, y le dará a su organización un valor agregado que la diferenciara de las demás.

1.3.2 Justificación social.

Colombia es considerada como la tercera potencia deportiva en América Latina, en los últimos años el país ha florecido en gran manera por los triunfos logrados en el deporte.

En las ciudades que la conforman encontramos que se está implementando una cultura deportiva en todas las edades, lo cual está llevando a las personas y

a las entidades a realizar eventos que promuevan el talento deportivo y mejoren la salud de las personas como lo son: las ciclo rutas, las ciclo vías, cicladas nocturnas, paseos recreativos a pueblos del departamento de Antioquia, entre otros.

Estos acontecimientos están permitiendo que el país desarrolle el potencial deportivo que tiene, además que la economía crezca, pues el gobierno, los deportistas, las organizaciones, el comercio y los entes patrocinadores, se verán afectados de una manera positiva, permitiendo así, la disminución de la pobreza, el fortalecimiento de las relaciones comerciales, laborales, entre otras.

1.3.3. Justificación personal.

En este nivel el proyecto se hace más importante e interesante para cada uno de los integrantes, pues realizarán un estudio profundo y sincero por dos razones: la primera es implementar el proceso de importación en una organización denominada como pyme, este proceso está acorde a los estudios que actualmente están realizando, pues a través de este, pondrán en práctica el conocimiento adquirido y la experiencia alcanzada en estos procesos y la segunda razón: es apoyar de una manera técnica y profesional al crecimiento de una organización, no solo logrando la satisfacción personal del deber cumplido, sino haciendo parte del crecimiento de una organización dedicada a marcar la diferencia en las labores que realiza.

1.4 Objetivos

1.4.1 General.

Desarrollar un modelo de comercialización de bicicletas a través de una ruta de ensamble, implementando un método de importación que permita la optimización de costos, lo cual generara beneficios a la empresa y al cliente final y llevara a determinar nuevos segmentos de mercados socio-ambientales.

1.4.2 Específicos.

1.4.2.1. Identificar el modelo de importación más apropiado que permita el fortalecimiento de las relaciones comerciales para la optimización de los costos, donde se beneficie el comercializador y el cliente final.

1.4.2.2. Diseñar una ruta interna de ensamble de bicicletas, que permita la elección de componentes y accesorios que estén ajustados al presupuesto del cliente final.

1.4.2.3. Identificar segmentos de mercados socio-ambientales para la comercialización de bicicletas, articulando las políticas públicas de la ciudad.

1.5 Marco Metodológico

1.5.1 Método.

El método que se utilizará para la realización del objeto de estudio serán investigaciones acerca de modelos de importación y comercialización de

bicicletas, utilizando información de buena calidad y que sea verificable, también se realizara una encuesta con el fin de conocer las preferencias de los clientes al tener la posibilidad de escoger los componentes y accesorios con los que quieren armar su bicicleta, ajustándose al presupuesto de cada persona.

1.5.2 Metodología.

La metodología que utilizaremos serán las fuentes secundarias, tomaremos fuentes de internet sobre comercialización, estadísticas e información de uso y utilización de las bicicletas, a nivel nacional e internacional.

También se consultará con los clientes de Bicilaverde, con el fin de conocer sus gustos al poder ensamblar una bicicleta a la medida, ajustados a las necesidades del consumidor final, para esto se les preguntara a 51 personas lo que piensan del concepto de armar una bicicleta donde puedan tocar y ver todos los accesorios, prestando el servicio de ensamblaje de la misma, y esta con el fin de mirar si le están apuntando a un buen objeto de estudio. Se realizará de la siguiente manera:

Las encuestas que vamos a realizar son 51, teniendo en cuenta la base de datos que posee Bicilaverde, ellos cuentan con 200 personas registradas.

Según un artículo de crecer negocios la muestra “es el número representativo del grupo de personas que queremos estudiar (población) y, por tanto, el número de encuestas que debemos realizar, o el número de personas que debemos encuestar”, para esto se utilizó una fórmula donde:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq):$$

$n = (90\%^2 \cdot 50\% \cdot 50\%) / (200 \cdot 10\%^2 + 90\%^2 \cdot 50\% \cdot 50\%) = 51$ personas que se van a encuestar.

- **N**: población: es el grupo de personas que vamos a estudiar, las cuales podrían estar conformadas, por ejemplo, por nuestro público objetivo.
- **z**: nivel de confianza: mide la confiabilidad de los resultados. Lo usual es utilizar un nivel de confianza de 95% (1.96) o de 90% (1.65). Mientras mayor sea el nivel de confianza, mayor confiabilidad tendrán los resultados, pero, por otro lado, mayor será el número de la muestra, es decir, mayores encuestas tendremos que realizar.
- **e**: grado de error: mide el porcentaje de error que puede haber en los resultados. Lo usual es utilizar un grado de error de 5% o de 10%. Mientras menor margen de error, mayor validez tendrán los resultados, pero, por otro lado, mayor será el número de la muestra, es decir, mayores encuestas tendremos que realizar.
- **p**: probabilidad de ocurrencia: probabilidad de que ocurra el evento. Lo usual es utilizar una probabilidad de ocurrencia del 50%.
- **q**: probabilidad de no ocurrencia: probabilidad de que no ocurra el evento. Lo usual es utilizar una probabilidad de no ocurrencia del 50%.
La suma de “p” más “q” siempre debe dar 100% (Arturo, 2010, p.1).

Se realizará una encuesta conformada de 5 preguntas, de las cuales todas son preguntas cerradas para que a la gente no les incomode contestar, preguntas como el gusto del concepto de armar la bicicleta acomodándose al presupuesto y en compañía de asesoramiento, se harán a personas que ingresen a la empresa

de forma escrita, en esta podremos encontrar una conclusión de cómo llevar a cabo dicho objeto de estudio.

FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA

Para nosotros es muy importante tú opinión, por eso te invitamos a responder las siguientes preguntas, no tardara más de 5 minutos, muchas gracias.

EDAD:

SEXO:

NIVEL DE FORMACIÓN: Bachiller __ técnica __ tecnológica__ profesional__

1) ¿Te gusta el concepto de armar tú bicicleta, acomodándote a tú presupuesto y en Compañía de un asesor?

Sí _ No_

¿Por qué?

2) ¿Te gustaría encontrar un almacén de bicicletas en el cual te sintieras como en un Supermercado donde puedes ver, oler, sentir y hasta pesar tus productos?

SÍ__ No__

3) En el momento de adquirir un repuesto para su bicicleta ¿Qué tan importante es tener Contacto físico con el producto?

Importante___

Muy importante__

Nada importante___

4) ¿El servicio actual que prestan los almacenes de bicicletas es de tu agrado?
SI/NO, por Qué?, háganos saber en cortas palabras su opinión.

Sí ___

No ___

¿Por qué?

5) ¿Qué tipo de modalidad prácticas?

A. Ruta ---

B. Ciclo montañismo ---

C. Bici Cross ---

D. Pista ---

1.6 Alcances

Este trabajo realizara un diseño de comercialización de las bicicletas para el cliente final en la ciudad de Medellín en el año 2015.

La empresa Bicilaverde quiere cambiar el modelo de comercialización y de servicio que prestan a la hora comprar bicicletas, por eso el estudio que vamos a realizar se fundamenta en información recopilada en los últimos 5 años.

Ejecución del proyecto

La Feria Internacional de Bicicletas (Interbike), es la feria más importante para la industria de las bicicletas, ésta se realiza anualmente en América del Norte, más específicamente en la ciudad de Las Vegas (Estados Unidos).

Esta feria es el escenario mundial donde fabricantes, medios de comunicación, minoristas entre otros, se reúnen para realizar todo tipo de acuerdos y negociaciones, se centra en las últimas tendencias en productos y servicios del negocio de las bicicletas.

Esta convención informa e inspira a minoristas y a todos los profesionales de la industria de la bicicleta a descubrir nuevas oportunidades, utiliza el marketing en línea, educa acerca de cómo penetrar en nuevos segmentos de mercados, se habla acerca de la comprensión de las últimas innovaciones tecnológicas de la bicicleta, se tratan temas de comportamientos del consumidor entre otros.



Imagen: Feria internacional de Bicicletas (Interbike)

Para el año 2014, los socios de Bicilaverde se informaron acerca de todos los requisitos que se necesitaban para asistir a esta feria (Visa, datos bancarios, Inscripción) y notando que cumplían con cada uno de éstos, decidieron iniciar un proceso para asistir.

Entre la información que recopilaron, detectaron que la Feria se iba a realizar el 11 de septiembre de este mismo año, en el Centro de Convenciones llamado Mandalay Bay Convention Center (MBCC) en la ciudad de Las Vegas, lo que les permitió abastecerse de todos los recursos necesarios para asistir.

Fue así como Bicilaverde inicio una de las etapas más importantes y necesarias en el desarrollo y crecimiento de la organización, era claro que asistir a esta feria iba a llevarlos a conocer directamente a fabricantes de artículos de

bicicletas de todo el mundo y que este era el escenario preciso y seguro para entablar relaciones comerciales con aquellas organizaciones con las que nunca había realizado acuerdos, era el momento de dar a conocer esta empresa y de realizar importantes negociaciones que beneficiaran no solo a la organización sino al cliente final.

Al llegar a la ciudad de las Vegas e iniciar su recorrido por la feria, encontraron que había fabricantes de todo el mundo, por ejemplo, Estados Unidos, Brasil, Kaohsiung (Taiwán), Jakarta (Indonesia), Shenzhen (China), India, Pakistán, California, entre los cuales cabe mencionar a:

- Repreve - Manufactured in California.
- Chin Haur Industry Co LTD
- Q-lite Bicycle Light Co LTD
- Mikashima Industrial Co LTD
- S-Sun Enterprise Co LTD
- Satori
- AME Crips
- Chen whua international Co, LTD
- AMK Sports

Después de haber observado todos los asistentes de la Feria, estos empresarios decidieron visitar los Stand más representativos para la organización, para así recopilar la información que necesitaban e iniciar un proceso de compra con los proveedores extranjeros.

En medio de estas reuniones hubo intercambio de información, se conoció más de cerca al proveedor, se obtuvieron datos como dirección exacta, números telefónicos, correos electrónicos, productos que comercializa, posibles precios de venta, nombre de los contactos a quien debía dirigirse para solicitar cotizaciones, experiencia en la elaboración de los productos, referencias comerciales y se conocieron propuestas y el valor agregado que tenían estas organizaciones para beneficiar a Bicilaverde.

Finalmente, después de haber realizado las visitas, de adquirir información y de conocer a todos los proveedores, se detectó que habían unos más necesarios e importantes para la organización que otros, ya que brindaban garantías en los productos, facilidades de envío, excelentes precios, fabricación de productos de gama baja, media y alta, lo cual indicaba que la empresa tenía la facilidad de seleccionar productos de diferentes referencias, y adicional a esto detecto que habían unos productores que ofrecían réplicas de artículos de gama alta, beneficio que la organización esperaba encontrar para así iniciar su proceso de importación.

Los fabricantes seleccionados para la adquisición de partes para bicicletas fueron:

- Jiashan Shenggaung Electronics Co, LTD: Ubicado en China en la provincia de Zhenjiang. Fabricante de Luces LED.

- Yongkang Mingda Imp. & Exp. CO., LTD: Ubicado en China, en la ciudad de Shanghái. Fabricante de accesorios como soportes para termo, bolso porta herramienta, bolso porta celular entre otros.
- Zoli Zhjiang Zhongli Grop Co.LTD: Ubicado en China, en la ciudad de Ningbo. Fabricante de Cascos.
- Taishan Jiangheng Equipment CO., LTD: Fabricante de candados.

Y los productos a importar son:

- Luces Led
- Bolsos porta herramientas.
- Bolsos porta celular.
- Candados: Para asegurar las bicicletas en parqueaderos.
- Cascos de protección para las personas.
- Porta caramañolas.

Se puede observar que la mayoría de los proveedores seleccionados son empresas que están ubicadas en el continente asiático, más específicamente en China.

Los criterios por los cuales se seleccionaron fue porque ofrecían las mejores garantías, calidad en los productos, facilidad en los tiempos de entrega, precios de venta competitivos y asequibles, servicios post venta, buena capacidad de producción, entre otros.

República popular de china

| | | | |
|------------------------------|---|---|---|
| CHINA | |  | |
| Capital | Pekín | PIB Corriente (2013) | USD 9,469,124,0 millones |
| Superficie | 9,596,961 km2 | PIB percapita (2013) | USD 11,867,7 |
| Población 2013 | 1,360,720,000 | Crecimiento PIB real (2012-2013) | 7,7% y 7,7% |
| Moneda | | IED en China (2013) | USD 123,911,0 millones |
| IMPORTACIONES 2013 | | EXPORTACIONES 2013 | |
| Total | 1.792.451,4 millones | Total | USD 2.209.007,3 millones |
| Principales productos | Petróleo crudo, circuitos electrónicos, minerales de hierro, automóviles de turismo, dispositivos | Principales productos | Teléfonos, máquinas automáticas, circuitos electrónicos, dispositivos de cristal líquido, parlantes y accesorios, artículos de joyería. |

| | | | |
|---------------|--|-----------------|--|
| | cristal líquido, habas de soya. | | |
| Origen | Corea del Sur, Japón, Taiwan, Estados Unidos, Australia, Colombia. | Destinos | Hong Kong, Estados Unidos, China, Japón, Corea del sur, Alemania, Colombia |

Fuente: Imagen de la Organización mundial del comercio.

El modelo económico de China busca que el país crezca un 7%, con el fin de garantizar la estabilidad social del país, utilizando como herramientas principales, la promoción de las exportaciones y la inversión extranjera directa.

Tiene un promedio de 1300 millones de consumidores, esto hace que se consolide como un participante estratégico dentro del comercio exterior.

Este país sobresale por sus constantes exportaciones, representa un mercado potencial para productos en todo el mundo, un mercado que estuvo oculto durante muchos años y que hoy en día es atractivo para la mayoría de los países ya que se está convirtiendo en sinónimo de oportunidad de negocios.

Colombia no es ajena a este panorama y ha entendido que China es un competidor arrasador en productos como textiles y calzado, en estos casos se ha hecho necesaria la imposición de salvaguardias transitorias que protegen la producción nacional y el empleo (Vacca, 2015, p.1).

Sin embargo, es importante aclarar que el sector productivo nacional ha obtenido un efecto positivo de todo esto, el aumento de la competitividad y el

impulso al mejoramiento continuo de las actividades operativas con el fin de poder competir con los productos chinos (Vacca, 2015, p.1).

China en la actualidad tiene acuerdos internacionales con los siguientes países:

| ACUERDOS INTERNACIONALES CHINA Y EL MUNDO | | | | |
|---|------------------------|------------------|-------------------|--|
| SOCIO | ESTADO DEL | FECHA DE ACUERDO | FECHA DE VIGENCIA | ALCANCE |
| ASEAN - China (B) | Vigente | 29/11/2004 | 01/01/2005 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| SEAN - China (S) | Vigente | 14/01/2007 | 01/07/2007 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Acuerdo Comercial Asia-Pacífico-Adhesión de China | Vigente | 31/07/1975 | 01/09/2006 | Acuerdo de Alcance Parcial |
| Chile (B) | Vigente | 18/11/2005 | 01/10/2006 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Chile (S) | Vigente | 13/04/2008 | 01/08/2010 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Costa Rica | Vigente | 08/04/2010 | 01/08/2011 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Hong Kong, China | Vigente | 29/06/2003 | 29/06/2003 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración |
| Macao, China | Vigente | 17/10/2003 | 17/10/2003 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Nueva Zelanda | Vigente | 07/04/2008 | 01/10/2008 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración |
| Singapur | Vigente | 23/10/2008 | 01/01/2009 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Islandia | Vigente | 15/04/2013 | 01/07/2014 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Pakistan (B) | Vigente | 24/11/2006 | 01/07/2007 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración |
| Pakistan (S) | Vigente | 21/02/2009 | 10/10/2003 | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración |
| Perú | Vigente | 28/04/2009 | | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Suiza | Vigente | 06/07/2013 | | Acuerdo de Libre Comercio - Acuerdo de Integración Económica |
| Acuerdo Marco de Cooperación Australia | Firmado En Negociación | 29/06/2010 | | Acuerdo Marco de Cooperación Económica |
| Noruega | En Negociación | | | |

Fuente: Imagen de la Organización mundial del comercio

Como se observa en el cuadro, entre Colombia y China no hay ningún Tratado de Libre Comercio, lo que existe entre ambos países son Convenios Comerciales, entre los cuales se puede destacar el siguiente:

Convenio comercial entre el gobierno de la república de Colombia el gobierno de la república popular china, firmado en Beijing el 17 de julio de 1981, ley 53 de 1983, cuyo objetivo principal fue promover las relaciones comerciales entre los dos países, está regulado por artículos, deberes y derechos de cada país (DIAN, 2015).

Este convenio aún sigue vigente, y es el encargado de regular las relaciones comerciales entre ambos países, se puede dar por terminado por cualquiera de las partes, cuando lo considere necesario, pero tiene como requisito hacer una notificación con tres meses de antelación.

Comercio Bilateral Colombia – China

El punto de partida para conocer y entender la relación comercial entre Colombia y China es la balanza comercial. ¿Qué exporta y qué importa Colombia desde este país? ¿Cómo ha sido la evolución del comercio bilateral entre ambos países? (Vacca, 2015, p.1).

Exportaciones Colombia China

Las exportaciones colombianas al gigante asiático son mínimas en la actualidad, las posibilidades de que Colombia diversifique su oferta exportable y

fortalezca las relaciones comerciales con China, dependen de la capacidad de competir en el exterior y de conocer el potencial del mercado Chino (Vacca, 2015, p.1).

Crece en un promedio del 38% anual, en el 2005 hubo una diferencia debido a que se presentó un crecimiento de 72%, este crecimiento se debió al aumento de las ventas de ferro níquel. Los principales productos exportados a China en el 2005 fueron son: el ferroníquel, los desperdicios de cobre, los cueros y las pieles, hexanolactama y desperdicios de aluminio. Cerca del 95% de las exportaciones están concentradas en estos productos (Vacca, 2015, p.1).

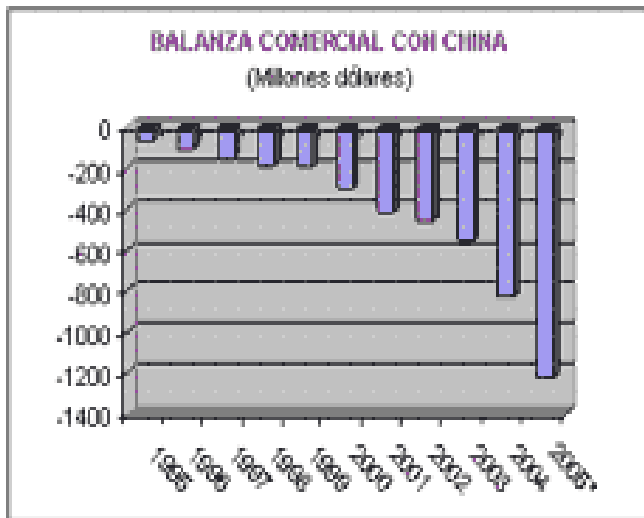
El crecimiento de las exportaciones no ha significado diversificación de productos, por lo tanto, la oferta exportable colombiana se encuentra concentrada en productos de bajo valor agregado, lo cual no permite mayor margen de beneficio para el país (Vacca, 2015, p.1).

Es importante y necesario que Colombia busque bienes exportables con mayor valor agregado que enriquezcan las exportaciones y permitan al empresario nacional incursionar de manera positiva en el mercado chino (Vacca, 2015, p.1).

Algunos productos con posibilidades de exportación son: Chocolate, tabaco, azúcar, esmeralda, pulpas de fruta, café, cueros, frutas exóticas, flores, banano, carbón, subproductos bovinos, caprolactama, polipropileno, resinas de PVC, madera en bruto, mantequilla y otras grasas, aceites derivados de la leche, propano y butano licuados (Vacca, 2015, p.1).

Importaciones China Colombia

Colombia es un importador neto de China, en el año 2005 China se consolidó como el tercer proveedor más importante de Colombia, después de Estados Unidos y México, superando inclusive las importaciones Venezolanas, debido a los precios y al mejoramiento de la calidad en sus productos, este país es exportador de 46 partidas arancelarias e importador de 942 partidas, lo que significa que la balanza comercial entre ambos países se ha caracterizado por ser deficitaria y este déficit ha crecido a un tasa promedio anual de 31% (Vacca, 2015, p.1).



| Año | Balanza Comercial |
|------|-------------------|
| 1995 | -58,7 |
| 1996 | -107,0 |
| 1997 | -150,5 |
| 1998 | -193,2 |
| 1999 | -187,4 |
| 2000 | -289,9 |
| 2001 | -407,2 |
| 2002 | -453,4 |
| 2003 | -546,1 |
| 2004 | -831,3 |
| 2005 | -1.226,2 |

Imagen de la evolución de la balanza comercial con China - Fuente: Vacca (2015).

El mayor crecimiento se dio en el periodo de 1993 a 2004 en sectores como: Fabricación de transmisores de radio y televisión, fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática con aumentos anuales de 88% y 66%

respectivamente. Se destacó la fabricación de productos químicos, fabricación de productos de plástico y la producción de prendas de vestir (Vacca, 2015, p.1).

En el año 2011 las importaciones en Colombia presentaron un crecimiento de 39,8%, con relación al mismo mes de 2010 (DANE, 2011).

El país de mayor contribución fue China con un (48,1%), aportando 5.5% a la variación total del país (DANE, 2011).

En el primer periodo del año 2015 según la DIAN de enero hasta abril los tres principales países de origen de las importaciones colombianas, fueron Estados Unidos, China y México, la principal sub-partida arancelaria para cada uno de estos países fue:

- Estados Unidos: 2710.19.21.00: Gasoleo, excepto desechos de aceites y que contengan biodiesel.
- China: 8517.12.00.00: Teléfonos móviles (Celulares) y los de otras redes inalámbricas.
- México: 8703.23.90.90: Los demás vehículos para el transporte de personas, con motor de embolo, (Pistón) alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada superior a 1.500 cm³, pero inferior o igual a 3.000 cm³ (DIAN 2, 2015, p.11 - 12).

El cuadro a continuación refleja el valor y % de participación de cada uno de estos países en los términos de negociación CIF y FOB:

| PAIS DE ORIGEN | VALOR CIF | PART % VALOR CIF | VALOR FOB | PART % VALOR FOB | PESO NETO | PART % PESO NETO |
|------------------------|------------------|-------------------------|------------------|-------------------------|------------------|-------------------------|
| Estaos Unidos | 1.065 | 29.0% | 1.017 | 29.1% | 1.239 | 49.1% |
| China | 642 | 17.5% | 607 | 17.4% | 201 | 8.0% |
| México | 305 | 8.3% | 296 | 8.5% | 89 | 3.5% |
| Resto de Países | 1.654 | 45.1% | 1.576 | 45.1% | 996 | 39.5% |
| TOTAL IMPORTADO | 3.666 | 100.0% | 3.496 | 100.0% | 2.524 | 100.0% |

Fuente: DIAN 2 (2015, p.11)

Como se puede observar China ocupa el segundo lugar en Colombia en las importaciones con los términos de negociación CIF y FOB, lo cual implica que con el paso del tiempo cada vez se acerca un poco más al porcentaje de importaciones que se realizan desde Estados Unidos.

El siguiente cuadro muestra el comportamiento de las importaciones en el Municipio de Antioquia donde está ubicada Bicilaverde, en cuanto a principales productos y principales orígenes de importación.

| PRINCIPALES PRODUCTOS | % | PRINCIPALES ORIGENES | % |
|------------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| Demás Aeronaves | 23.9% | Estados Unidos | 34.8% |
| Maíz | 5.2% | China | 17.3% |
| Motocicletas | 5.0% | Francia | 8.8% |
| Automóviles de Turismo | 2.1% | India | 4.0% |
| Residuos de aceite de Soja | 1.6% | México | 3.9% |
| Habas de soja | 1.4% | Brasil | 2.9% |
| Neumáticos nuevos de caucho | 1.2% | Colombia | 2.6% |
| Partes para motocicletas | 0.9% | Alemania | 2.5% |
| Polímeros de etileno | 0.9% | Ecuador | 2.3% |
| Conservas de pescado | 0.9% | Italia | 2.0% |
| Resto | 56.8% | Resto | 19.0% |

Fuente: DIAN 2 (2015, p.11)

Se puede observar que los accesorios para Bicicletas hacen parte de la modalidad “Resto”, teniendo un porcentaje de participación del 56.8% con respecto al 100% de los demás.

Importaciones según capítulo de arancel

Según el capítulo de arancel éstas son las más sobresalientes:

- Aparatos y material eléctrico, de grabación o imagen, con un crecimiento de 32,0%, los cuales aportaron 7,7% a la variación total de las importaciones de China (48,1%). Este resultado fue explicado principalmente por la sub-partida "teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas", que aumentó 108,4%, al pasar de US\$11,7 millones en enero de 2010 a US\$24,4 millones en el mismo mes de 2011.
- Calderas, máquinas y partes, registraron un aumento de 26,2%, al pasar de US\$85,2 millones a US\$107,6 millones.
- Manufactura de fundición, hierro y acero, registraron un crecimiento de 135,0%, al pasar de US\$8,3 millones en enero de 2010 a US\$19,5 millones en el mismo mes de 2011, este resultado fue ocasionado en parte por la mayor compra externa de “los demás tubos de entubación o de producción del tipo de los utilizados para la extracción de petróleo o gas” (727,7%). (DANE, 2011, p.1).

Proceso de Importación en Colombia

Para que una empresa realice una importación debe pertenecer al régimen común, lo que significa que debe estar inscrito en la Cámara de Comercio y tener Registro Único Tributario (RUT), en el cual debe estar habilitada la casilla de importador y exportador, cumpliendo con estos requisitos, la empresa podrá ser identificada y de esta manera la DIAN podrá ubicar y clasificar a los sujetos de las obligaciones administradas y controladas (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

La persona natural o jurídica debe ubicar la sub-partida arancelaria del producto; para esto tiene dos opciones, la primera consiste en consultar a través del arancel de aduanas, utilizar la ayuda informal que brinda del Centro de Información o asesorarse a través de un experto de partidas arancelarias (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Según el decreto 2685/2699 el artículo 236 y la resolución 4240/00 artículo 154 al 157, en Colombia la DIAN es el único ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria.

Se recomienda que la empresa importadora realice un estudio de mercado y factibilidad económica de la importación, en la cual debe analizar: Precio del producto en el mercado internacional, costos de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos a que hubiere lugar.

Identificación del producto

Lo primero que se debe hacer es verificar la sub-partida arancelaria, en ésta, está la información de los tributos aduaneros (Gravamen arancelario e impuestos sobre las ventas, IVA) y demás requisitos para su importación.

Además, debe consultar el Arancel de Aduanas para verificar si el producto a importar está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como ICA, INVIMA, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente (ANLA), Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, Superintendencia de vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Agencia Nacional Minera, AUNAP, entre otras (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Si el producto no está sujeto a ninguno de estos requisitos no requiere autorización de registro de importación.

Trámites ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Este procedimiento se realiza ante esta entidad sólo cuando se requiere registro de importación, y se hace únicamente a través del medio electrónico.

Para el caso de Bicilaverde este procedimiento no aplica (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Importación de bienes cuyo valor sea mayor a USD 1.000 y menor a USD 1.000

Mayor de 1.000

- Debe adquirir un certificado o firma digital en la página www.certicamara.com o www.gse.com.co, luego debe ingresar a

www.vuce.gov.co en el link registro de usuarios para así obtener un usuario y una contraseña.

- Ingresar a www.vuce.gov.co en el link ayuda/importaciones para descargar los programas y manuales de uso.
- Diligenciar el registro de importación en la página www.vuce.gov.co, ingresando por al módulo de importaciones, se deberá realizar el correspondiente pago electrónico (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Es importante anotar que el valor del Registro de Importación por cada 1800 caracteres es de \$30.000 (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Menor a usd 1.000

- Debe inscribirse en el Grupo Operativo, ubicado en la dirección: Calle 28 No 13^a – 15 y llevar RUT y Certificado de Existencia y Representación.
- Firma de condiciones de USO en el grupo operativo. A través del correo electrónico se le asigna un usuario y una contraseña.
- Elaboración del registro de importación a través del sistema VUCE – www.vuce.gov.co.
- Pago de registro de importación electrónica (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Procedimiento cambiario en las importaciones

El Régimen Cambiario, establece la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior

las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario DECLARACIÓN DE CAMBIO No.1. (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Otros trámites

Es importante que el importador verifique los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga y a la cual se podrá dar indicación sobre el Depósito de Aduanas, en el que se desea que se almacene la mercancía mientras se nacionaliza (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Proceso de Nacionalización

- Cuando la mercancía haya llegado a Colombia y este en el Depósito Aduanero, se debe solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación y demás documentos, esto cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie o identificación o cantidad.
- Si el valor de la Importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la Declaración Andina del Valor en Aduana. Este es un documento soporte de la Declaración de Importación, el cual determina el valor en Aduanas (Base para el pago de los Tributos Aduaneros) de las

mercancías objeto de Importación y especifica los gastos causados en dicha operación.

- La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario e IVA), se hace a través de la Declaración de Importación, el pago de estos impuestos se realiza ante los intermediarios financieros, en las aduanas en donde opera el Sistema Informático Siglo XXI, los formularios se hacen por medio electrónico.
- Según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99), podrán actuar directamente ante la DIAN:

Las personas Jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes actuarán de manera personal y directa a través de su representante legal o apoderado.

Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes deberán actuar de manera personal y directa.

- Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la Aduana respectiva, y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo (MINCOMERCIO, 2011, p. 1):

| | |
|--|--|
| I. Factura comercial | II. Lista de Empaque |
| III. Registro o Licencia de Importación, si se requiere. | IV. Certificado de Origen (Según el producto y el Origen), si se requiere. |
| V. Declaración de Importación, cancelada. | VI. Documento de Transporte (Guía Aérea – Conocimiento de Embarque) |
| VII. Declaración Andina del Valor en Aduana, si se requiere | VIII. Otros certificados o vistos buenos, si se requieren. |

Fuente: MINCOMERCIO (2011, p. 1).

Para el caso de Bicilaverde los documentos que no debe presentar son: la licencia de importación, la declaración Andina de Valor, el certificado de origen, este no aplica debido a que como no hay tratados de libre comercio entre China y Colombia, no aplica vistos buenos, estos productos no son regidos por ninguna entidad representativa en Colombia.

El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o sí se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso, podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero, en el segundo caso el inspector de la DIAN verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante (MINCOMERCIO, 2011, p. 1).

Agentes que intervienen en el proceso de importación

-Agente de Carga Internacional: el cuál es el intermediario entre el proveedor chino y el comprador, será el encargado de coordinar todos los tramites en origen y elaborar toda la documentación necesaria para el transporte, haciendo posible el traslado de la carga bien sea vía aérea o marítima desde China hasta Colombia, dentro de sus funciones y responsabilidades están las siguientes:

- Consolidación de la carga: Consolidar es reunir un conjunto de cargas de diferentes proveedores para que viajen en un contenedor marítimo.

Para este caso, la agencia de carga se encargará de recoger en cada una de las provincias o ciudades de China (Shanghái, Zhejiang) los pedidos que anteriormente haya realizado Bicilaverde, reunirlos en un depósito, y posteriormente realizar el transporte hacia Colombia.

Para realizar esta función, la Agencia de carga deberá contar con los servicios de un agente de carga en origen, éstos son aliados estratégicos que tienen los agentes de carga internacional, con los cuales coordinan la recogida de la mercadería en el almacén del proveedor Chino cuando el termino de negociación es EXW (es decir que hace la entrega en su almacén) y el almacenaje temporal de la mercadería hasta que se embarque, este embalará y politizará en sus bodegas la mercancía del consigné.

- Emisión de los documentos de transporte: el agente de carga es el encargado de instrucción a su aliado en origen la información que debe contener el "Conocimiento de Embarque" en el caso que fuese embarque

marítimo o “Guía aérea”, en caso que fuese embarque aéreo. Cualesquiera de estos dos documentos son muy importantes, ya que son el comprobante de que la mercadería que está importando le pertenece al consignatario, además con estos documentos se podrá nacionalizar la mercadería en el país destino.

- Subcontratación de transportistas: el agente de carga es el encargado de contactar, dependiendo el medio de transporte, con las líneas navieras o líneas aéreas para separar un espacio en el medio de transporte y coordinar el embarque de la mercadería.
- Almacenaje en destino: recoger la mercadería que llegó vía aérea o marítima y destinarlas a un almacén temporal, hasta que la mercadería sea nacionalizada y se pueda disponer de la misma.

Además, debe comprobar que la carga llegue completa y en caso se encuentre una diferencia de peso y bultos, participara en las diligencias de inventario.

- Confeccionar el manifiesto de carga de las mercancías desconsolidadas: Cuando la mercadería ingresa al almacén temporal se cuenta los bultos arribados y se pesa, luego esta información se transmite vía electrónica a la Aduana. Cuando la carga llega consolidada en un solo contenedor, el consolidador contratado por el agente de carga es el encargado de desconsolidar y realizar el manifiesto de carga, el cual debe presentar a la Aduanas adjuntando copia del Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta Porte.

En el caso de Bicilaverde utilizara los servicios de esta figura, la cual ocupara el lugar de intermediaria entre los proveedores chinos y el comprador colombiano.

Proceso de importación Bicilaverde

Los productos a importar son

| DETALLE | CIUDAD | VOLUMEN | PESO | CANTIDAD | |
|---|----------|---------|-------|----------|--|
| | | | | # CAJAS | MEDIDAS |
| Porta termos  | Shanghai | | 150kg | 100 | 20 cm de alto |
| | | | | | x6 de ancho (redondos) y vienen POR CAJAS DE 20 UNID |
| Bolso porta celular  | Shanghai | | 30KG | 10 | 10cmx6cm Y VIENE CAJA POR 100 UNID |
| | | | | | |

Luces LED



Zhejiang

47KG

180

8X8CM

EMPACADOS

Y VIENEN

POR CAJAS

DE 50 UNID

Bolso para herramientas



Shanghái

115KG

50

15X8CM Y

VIENEN EN

CAJA DE 60

UNID

Cascos



Guangdong

280KG

120

30X25X10

CM Y

VIENEN EN

CAJAS X 25

UNIDADES

Candados

Guangdong

140KG

1330

10X10CM Y

VIENEN EN

CAJA PO 15
UNID

Tabla 2

Shanghái: Peso total 295kg y cantidad de cajas 160 Uds.

Zhejiang: Peso total 47kg y cantidad de cajas 180 Uds.

Guangdong: Peso total 420kg y cantidad de cajas 1550 Uds.

Partidas arancelarias

Según investigación realizada en el sistema de la DIAN - APROCOM, se encontró que los productos que importará Bicilaverde, manejan los siguientes porcentajes en aranceles:

PARTES Y ACCESORIOS

| CODIGO | DESIGNACION DE LA MERCANCÍA | ARANCEL IVA | |
|----------------|---|--------------------|-----|
| 87,14,95,00,00 | Sillines (Asientos) | 0% | 16% |
| 87,14,91,00,00 | Cuadros y horquillas y sus partes | 10% | 16% |
| 87,14,92,10,00 | Llantas (Aros) | 0% | 16% |
| 87,14,93,00,00 | Bujes sin freno y piñones | 0% | 16% |
| 87,14,94,00,00 | Frenos incluidos los bujes con freno y sus partes | 0% | 16% |
| 87,14,96,00,00 | Pedales y mecanismos de pedal y sus partes | 0% | 16% |
| 87,14,99,00,00 | Los demás | 10% | 16% |

Tabla 3

La mayoría de los productos a importar no manejan % de arancel, lo cual beneficia altamente a la organización porque los costos de importación serán menores al ingresar la mercancía al país excepto los cuadros, horquillas y sus partes que pagan el 10%, y los demás, en cuanto al IVA todos los productos deberán pagar el 16% debido a que es un porcentaje legal y obligatorio dentro del territorio colombiano.

También se beneficiarán sus clientes finales pues se les podrá vender a un mejor precio, y la capacidad competitiva de la organización se mejorará notablemente.

El término de negociación para esta exportación será EXW (En fabrica), lo que significa que el agente de carga deberá realizar todo el proceso de importación hasta Colombia, incluyendo el transporte terrestre hasta Medellín.

| DETALLE | CIUDAD | PESO | MEDIDAS | Numero | CBM | PESO | TON M3 | VALOR |
|--------------------------------|----------|--------|---|---------|--------|-------------|----------|-------------|
| | | TOTAL | | de | PARA | VOLUMETRICO | | MERCANCIA |
| | | | | cajas x | LCL | AEREO | | |
| | | | | Uds. | | | | |
| Porta termos | Shanghái | 150 kg | 20 cm de alto x6cm largo x 6cm ancho (redondos) caja x 20 Uds. | 100 | 0.072 | 12 | 0.072M3 | USD 2500,oo |
| Bolso porta celular | Shanghái | 30 kg | 10cm alto x 6cm largo x 6 ancho caja x 100 unidades | 10 | 0.0036 | 0.6 | 0.0036M3 | USD 2500,oo |
| Luces LED | Zhejiang | 47 kg | 8cm alto x 8cm largo x 8cm ancho cajas de 50 Uds. | 180 | 0.092 | 15.35 | 0.092M3 | USD 4000,oo |

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------|------------|--|-------------|-------------|---------------|----------------|------------------|
| Bolso para herramientas | Shanghái | 115 kg | 15cm alto x 8cm de largo x 8cm de ancho caja x 60 Uds. | 50 | 0.048 | 8 | 0.048M3 | USD 2500,00 |
| Cascos | Guangdong | 280 kg | 30cm de alto x 25cm de largo x 10cm de ancho cajas por 25 Uds. | 120 | 0.9 | 150 | 2.25M3 | USD 4000,00 |
| Candados | Guangdong | 140 kg | 10cm de alto x 10cm de largo x10cm de ancho caja x 15 Uds. | 133 | 0.133 | 22.16 | 0.133M3 | USD 3700,00 |
| TOTALES | | 762 | | 593 | 1,24 | 208.11 | 2.59 M3 | USD |
| | | KG | | Uds. | | | | 19.200.00 |

Tabla

Importación aérea

POL: Shanghái

POD: Medellín

Producto: Accesorios para Bicicleta

Valor Mercancía: USD 19.200,00

Termino de negociación EXW (En fabrica)

Direcciones de recolección:

- **Zhejiang:** No 1919 Jiashan Dadao Road, Jiashan City, Zhejiang, China.
- **Guangdong:** No 396-1, XingSheng Street, Dajiang Towun Taishan City, Guangdong.
- **Shanghái:**

ROUTING:

PVG-LAX/JFK/MIA-MDE



La mercancía será consolidada en Shanghai (PVG), desde esta ciudad será enviada a Estados Unidos a la ciudad de los Ángeles (LAX) al aeropuerto John F Kennedy, luego hará escala en Miami (MIA) y posteriormente llegará a su destino final Medellín (MDE) – Colombia, la cual se descargará en el Aeropuerto José María Córdova.

Costos

Gastos en origen

- Pick Up Us 500.00
- Doc Us 135.00
- Custom Us 120.00

Flete:

| | |
|---------------------------|------------------|
| AEROLINEA | Tampa |
| + 500 kg | 5.30 x kg All in |
| TIEMPO DE TRANSITO | 10 DIAS |

Gastos en destino cobrado por el agente de carga

Collect fee: 3% sobre el flete con min Us 35.00

Hanling Fenix Us 40.00

Agenciamiento Aduanero Aeropuerto ||||||||||||||||||||||||||||||||||

| Concepto | Valor |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Agenciamiento Aduanero | 0.35% sobre el CIF Min. Us 120.00 |
| Siglo XXI – Muisca | Us 13.00 |
| Declaración de Importación c/u | Us 13.00 |
| Gastos Autorizados | Us 45.00 |
| Delivery Aerolínea | Us 90.00 |
| Transporte terrestre Rionegro | Us 90.00 |
| Medellín | |
| Pre-inspección | Us 40.00 |
| Bodegajes | Al costo |

Impuestos

Arancel: 0%

IVA: 16% USD 3.718.00

Valor Aproximado Importación EXW Shanghai - Medellín para 762 kg: Us 9.083.00

Según la información mencionada anteriormente la mercancía que se comprará a tres proveedores se consolidará en China, en la Ciudad de Shanghai, allí el agente de aduanas se encargará de recibirla para realizar la respectiva legalización y entregarla a la aerolínea que la manejará.

Esta Volará para Colombia realizando escala en Estados Unidos de allí volará a su destino final Medellín (Colombia), después de que llegue la carga a Medellín un Agente de Carga Internacional, contratado por Bicilaverde, se encargará de realizar la nacionalización de la mercancía para entregarla finalmente en destino.

Según el costeo elaborado, se detectó que el peso de la carga que es 762kg, es mayor al peso volumétrico el cual es 208.11, debido a esto, el flete desde China hacia Colombia se trabajó con el mayor valor.

El costeo de esta importación aérea se trabajó con la Tasa Representativa del Mercado (T.R.M) \$2.500, debido a que en la actualidad está presentando muchos cambios.

El resultado final de la importación Aérea tiene un costo de Us 9.083.00, con el termino de Negociación EXW.

*Opción 2**Importación marítima carga suelta*

POL: Shanghái

POD: BUN

Termino de Negociación: EXW (En fabrica)

Producto: Accesorios para Bicicleta

Valor Mercancía: USD 19.200,00

Consolidador: MSL

Direcciones de recolección:

- **Zhejiang:** No 1919 Jiashan Dadao Road, Jiashan City, Zhejiang, China.
- **Guangdong:** No 396-1, XingSheng Street, Dajiang Towun Taishan City, Guangdong.
- **Shanghái:** 2 shanghai w road Sanxi Industry Park.

Importación marítima LCL

Gastos en origen

Pick Up Us 400.00

CFS 18 w/m3

| | |
|----------------------|-----------|
| Picking | Us 120,00 |
| Customs clearance | Us 75.00 |
| Link docs fee | Us 35.00 |
| Handling | Us 250.00 |
| Commodity Inspection | Us 250.00 |
| Certificate | |

| PAIS | PUERTO ORIGEN | DESTINO | W/M3 | Min | T.T | FRECUENCIA |
|-------|------------------|--------------|-------|-----|-----|------------|
| | | | | Us | | |
| | | | Us | 10 | | |
| | | | 20.00 | 0.0 | | |
| CHINA | SHANGHAI | BUENAVENTURA | | 0 | 28 | SEMANAL |

Gastos fijos

| | |
|-------------------|------------------------------------|
| Desconsolidación | Us 15.00 w/m3 - Min Us 50 |
| Radicación del BI | Us 45.00 |
| Manejos | Us 50,00 |
| CAF | Us 3% min Us 40.00 cuando el dólar |

está por debajo de 2.100

Collect Fee 3% min Us 35.00

Agenciamiento Aduanero Buenaventura

| CONCEPTO | VALOR |
|--|---|
| AGENCIAMIENTO ADUANERO | 0.35% Min. Us 120.00 |
| DECLARACION IMPORTACIÓN | Us 13.00 |
| DECLARACION VALOR | Us 13.00 |
| SIGLO XXI – MUISCA | Us 13.00 |
| GASTOS AUTORIZADOS | Us 45.00 |
| PREINSPECCIÓN | Según Mercancía |
| BODEGAJES APROX Y MANEJOS EN PUERTO | (Al costo contra factura) |
| SEGURO | 0.5% del valor FOB con MIN USD 90.00 |
| Transporte Buenaventura Medellín | Us 300.00 |

Impuestos

| | | |
|----------|-----|--------------|
| Arancel: | 0% | |
| IVA: | 16% | USD 3.099.00 |

Valor aproximado importación exw Shanghái - Buenaventura 2.59m3: us 4.820.00

Según la información mencionada, la mercancía que se comprará a los tres proveedores se consolidará Shanghái, el agente se encargará de hacer el Pick Up hasta esa ciudad.

Cuando la mercancía este en Shanghái, se llevará a una bodega para paletizarla, y empacarla de tal manera que al viajar quede totalmente protegida durante el viaje que será de 28 días.

La mercancía arribará al puerto de Buenaventura, allí hay que esperar algunos días para el proceso de desconsolidación de la carga, y es en este momento cuando inicia el proceso de Nacionalización en Colombia el país de destino final.

Posteriormente a la desconsolidación y los trámites portuarios, se procederá con el transporte terrestre, el cual entregará en las bodegas de la empresa Bicilaverde.

Se realizó el estudio de dos modelos de importación el aéreo y el marítimo como carga suelta, en éstos, se tuvieron en cuenta todas las variables que se requieren para una correcta importación.

El costo total de la importación aérea utilizando el término de negociación EXW y teniendo en cuenta los impuestos es de: USD 9.083.00 con una duración en el proceso desde que se recogen la mercancía a sus distintos proveedores en China, hasta llegar a Colombia y se realiza la respectiva nacionalización, es de un máximo de 20 días.

El costo total de la importación marítima en carga suelta utilizando el término de negociación EXW y teniendo en cuenta los impuestos es de: USD 4.820.00 desde que se recogen la mercancía a sus distintos proveedores en China, hasta llegar a Colombia y se realiza la respectiva nacionalización en Buenaventura con un máximo de 45 días.

La diferencia en costos de importación es de USD 4.263.00 de la aérea con respecto a la marítima, esta diferencia radica principalmente en el flete, debido a que la tarifa aérea se cobró por el peso de la carga, ya que superaba el peso volumétrico, a diferencia de marítima que, al realizar los respectivos cálculos, se identificó que los metros cúbicos era únicamente 2.59m³, medida que a nivel de transporte marítimo ofrece un flete a un muy bajo costo.

En cuanto a los impuestos, pagará menos si la realiza marítima debido a que al liquidarlos se tiene en cuenta el flete y en esta modalidad es menor.

Se recomienda que la empresa realice su primera importación utilizando la modalidad marítima, porque ofrece las mejores tarifas en el proceso de importación, permitiendo que se reduzca notablemente el valor final de la misma,

esto ayudará a que los productos se comercialicen a mejores precios y se han más asequibles para los clientes de Bicilaverde.

Modelo de distribución

Bicilaverde tendrá en cuenta las recomendaciones obtenidas por los mismos usuarios que con mucha regularidad visitan el establecimiento, la idea de la ruta de ensamble nace de uno de sus socios, ya que notaba falencia en el habitual modelo de comercialización de todos los almacenes de repuestos para bicicletas incluyendo el de él. Para el año 2010 su socio inicia el análisis con sus clientes y les empieza a preguntar qué opinan sobre la idea, esta iniciativa trata acerca de una ruta de ensamble donde los espacios van a estar distribuidos a lo largo y ancho del mismo para tener la facilidad de armar la bicicleta al gusto y presupuesto del usuario, allí tendrá el acompañamiento de una persona especializada y esta le indicará cuales son los componentes que conforman una bicicleta a través de los siguientes pasos:

Paso 1

Cuando la persona (cliente) entra al establecimiento encontrara la posibilidad de dirigirse a una determinada área y escoger el accesorio que requiere (autoservicio) y luego dirigirse a caja y cancelarlo.

Paso 2

Cuando la persona (cliente) entra al establecimiento y quiere armar una bicicleta totalmente encontrará la posibilidad de solicitar un asesor para el acompañamiento.

Paso 3

En el caso de que el cliente solicite armar una bicicleta al gusto tendrá la posibilidad de escoger los accesorios en un orden lógico de ensamble, por ejemplo:

Lo primero que se hace es tomarle las medidas de talla y peso al cliente para determinar las medidas exactas del marco de la bicicleta, eso incluye la dimensión de los aros o rines, después de esto, se determina los colores del mismo.

Segundo: como ya se tiene la medida del marco se procede a la siguiente sección donde se encuentra los tenedores o amortiguadores delanteros.

Tercero: La siguiente etapa determina el 40% del armado de la bicicleta, debido a que es un grupo de componentes de una sola marca o referencia, los cuales son los frenos, el rodamiento y el tren de arrastre (cadena, piñones traseros y platos delanteros).

Cuarto: En esta etapa se determina el terreno en el que el usuario va a utilizar la bicicleta, para definir el tipo de llanta, estas vienen con labrado en tache para practicar ciclo montañismo o sin labrado para terreno pavimentado, incide también el peso de la persona para determinar el calibre o grosor de la llanta.

Quinto: en esta etapa se encuentra la silla, los pedales y las maniguetas que son los componentes donde el usuario tiene contacto físico con los productos, y en esta finaliza la ruta que indica cómo la bicicleta queda totalmente armada.

Paso 4

La bicicleta ya está armada por el cliente bien sea por presupuesto o gusto, el cliente procederá a pasar a la siguiente área para agregar a la bicicleta una serie de accesorios adicionales como luces, parales, velocímetros, bolsos porta herramienta, porta caramañola, caramañola (tarro de agua) y candado de seguridad. Con estos elementos ya instalados la bicicleta queda armada y equipada para el siguiente paso.

Paso 5

Se procederá a trasladar al segundo nivel de la empresa todos los componentes para que una persona especializada realice el arme de la misma en un tiempo aproximado de 2 horas, mientras esta labor se realiza el usuario es dirigido al paso siguiente.

Paso 6

Mientras la bicicleta es armada por el técnico, el asesor acompaña al usuario al área de accesorios deportivos que llevara consigo, como es el uniforme de ciclismo, el casco, los guantes, las medias de ciclismo, las zapatillas (ya sean para practicar ciclo montañismo, ruta, bicigrós o ciclismo urbano), gafas, relojes, pulsómetros y chaquetas impermeables.

Paso 7

En esta etapa el cliente selecciona productos energizantes que consumirá mientras hace su actividad física, con este paso se da por concluido la ruta de ensamble, y se procederá al siguiente y último paso.

Paso 8

El asesor toma los datos del cliente para realizar la factura legal y con ésta se dirigirá a la caja registradora a cancelar.

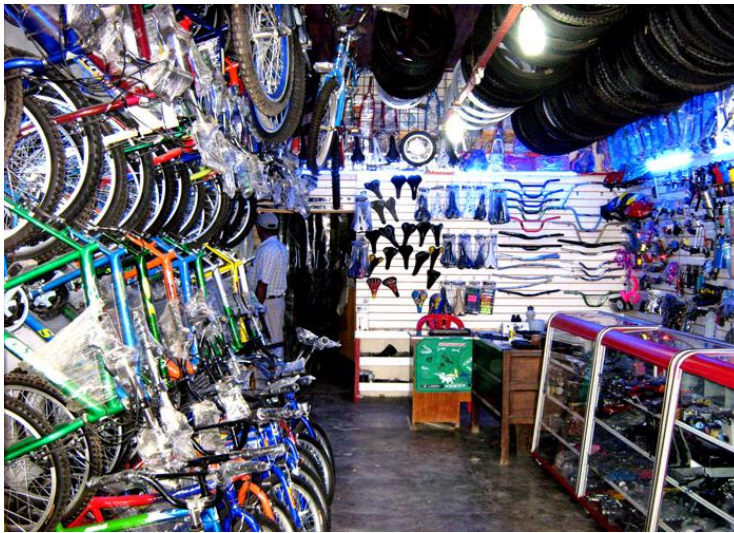
El usuario tendrá la posibilidad de ver como el técnico realiza el ensamble de la bicicleta, mientras esto se ejecuta, el cliente podrá disfrutar de un snack ofrecido por le empresa y podrá también leer algunas revistas de ciclismo.

Cuando la bicicleta está completamente armada por el técnico se le brindará una capacitación de manejo de la misma, y como cambiar un neumático cuando se le rompa, adicional se le brindará un manual de manejo y recomendaciones para el mantenimiento preventivo, adicional la empresa le ofrecerá al usuario un seguro contra robo y siniestros que le cubrirá el 75% de perdida por un tiempo de un año, este también le cubrirá por causas personales.

Al cliente se le brindara un acompañamiento mensual bien sea llamándolo o escribiéndole, para preguntarle el estado de la bicicleta o invitarlo a las actividades que se realizan cada 15 días, como ciclo paseos a municipios, otras ciudades y charlas pedagógicas (talleres de mecánica básica).

A continuación, se hace una relación de los modelos de comercialización actual en los almacenes de bicicletas en Colombia y el modelo de comercialización que será implementado en la empresa BICILAVERDE, el cual fue descrito paso a paso anteriormente.

Imagen #1



Almacén y taller el pedalista

En la imagen # 1 se identifica una exhibición que está acorde con lo que se conoce y sus dueños creen que es correcto, las bicicletas están puestas casi siempre al primer extremo que se encuentra entrando a cualquier almacén de bicicletas, en la parte superior (techo) se encuentra llantas y marcos, y al lado contrario vitrinas, algunas muy bonitas, aseadas, con los accesorios bien organizados y en otros casos sucios, mal acomodados, poca iluminación y adicional a esto un asesor o vendedor sin conocimiento técnico y con poca disposición de atender al cliente, en otros casos un asesor con todo el perfil para atender que en muchas ocasiones es el mismo dueño.

En la parte trasera del mismo almacén usualmente se encuentra el espacio donde se realiza la parte técnica de mantenimientos y reparaciones, esto conlleva a que el almacén tenga más suciedad por la cercanía al taller y el cliente observe el desorden que se genera en el día.

En general el almacén al tener este perfil imposibilita hasta de sacar una bicicleta de su lugar de exhibición por su estrechez, dado que las ponen muy unidas, la mayoría de almacenes cuentan con iluminación suficiente, pero al tener la mercancía tan unida da como resultado un almacén oscuro y poco atractivo.

Usualmente los artículos están exhibidos como se expresó anteriormente, por esta razón, la ruta de ensamble con este modelo no se podría realizar, ya que no cuenta con el espacio, el orden adecuado, la iluminación, la planeación, el taller tecnificado y un software.

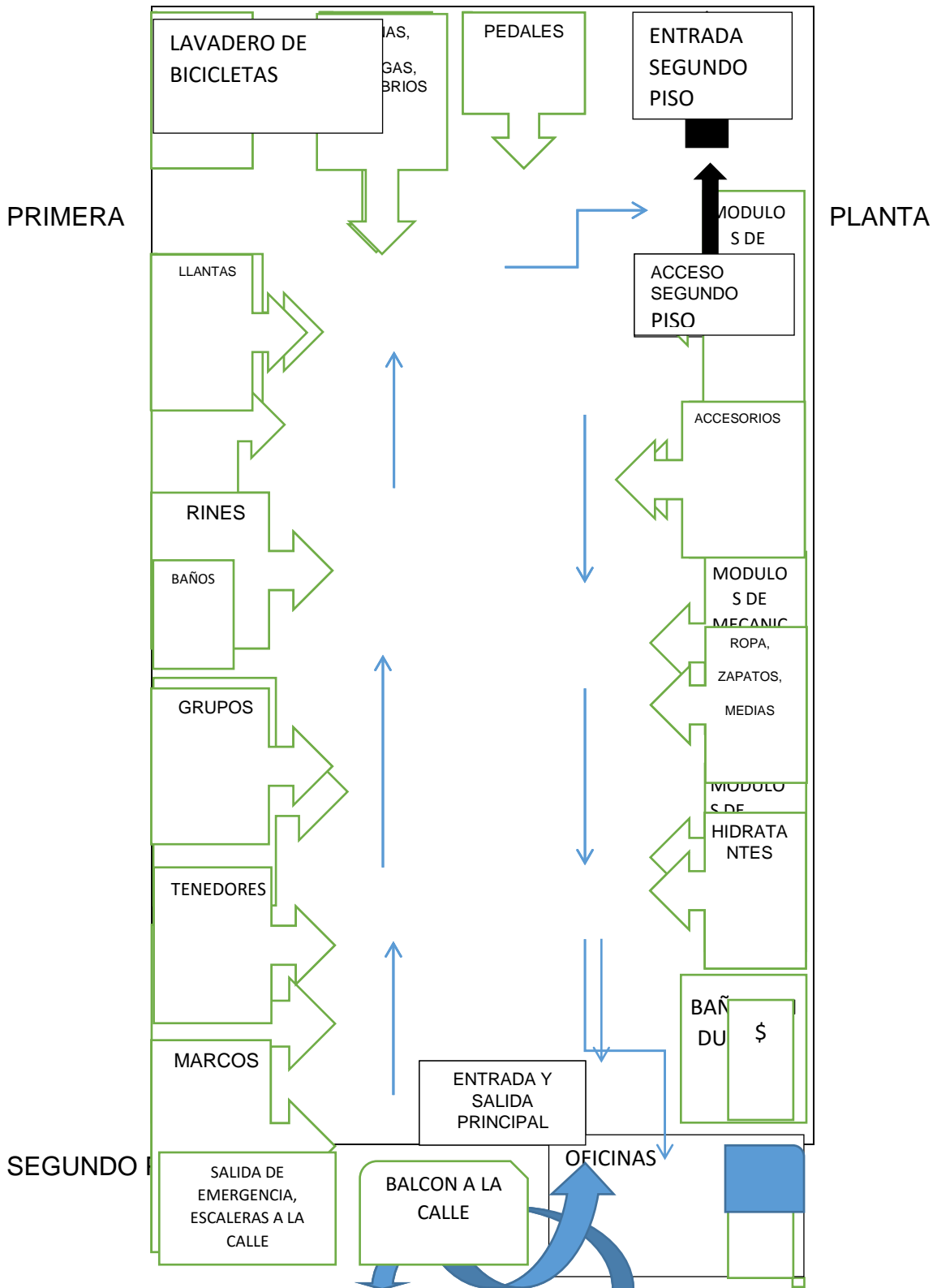
Se identificó que en el área metropolitana no hay una ruta de ensamble como la que se expone en el proyecto.

Hoy Bicilaverde cuenta con unos espacios similares a los de la imagen #1 aunque tiene una área de 4x19 m la cual está distribuida de la siguiente manera: al ingresar lo primero que se observa son bicicletas armadas de exhibición contra la pared, al lado contrario vitrinas y con exhibición contra la paredes en tablas ranuradas, en mitad de las vitrinas se encuentra ubicada la caja registradora y contiguo a ella un pequeño escritorio como centro de operaciones, y continuando hacia adentro se encuentra el espacio donde se reparan las bicicletas.

El proyecto de la empresa de BICILAVERDE es que todo este modelo se cambie por uno más moderno, en este aplicara un modelo de autoservicio tipo (supermercados de cadena) similar al Éxito donde las personas seleccionan los productos que desean consumir. La diferencia de Bicilaverde es que se diseñó un modelo de construcción para ensamble de bicicletas donde todos los componentes están dispuestos de manera asequible para que el cliente seleccione su producto o tenga la posibilidad de ser acompañado por un asesor y ensamble la bicicleta en un orden lógico.

Modelo sugerido de ruta ensamble

PLANTA PISO



Con este diseño se logrará que los clientes cuando entre al establecimiento comercial Bicilaverde en busca de un accesorio o en busca de armar la bicicleta todo se facilite; tanto para el usuario que va a observar que todos los artículos estarán organizados por sectores como para los asesores más facilidad para dirigir al usuario, y así poder cumplir con las expectativas esperadas por el cliente.

Como se observa en el plano del primer piso, la ubicación de las partes estarán dispuestas a los extremos del local y siguiendo una secuencia de ensamble lógico planeada por sus socios, al ver el plano se observar que al fondo al lado derecho encontraran un acceso al segundo nivel, en este encontrara en la pared izquierda los módulos del taller donde se realizara el respectivo ensamble de la bicicleta y la zona de taller, al frente de los módulos una sala de espera con capacidad de 10 personas.

En el segundo nivel al lado izquierdo del mismo, se encontrarán las oficinas, contiguo a ellas un balcón y una salida de emergencia bajando por unas escaleras que dirigen a la salida.

Teniendo en cuenta las recomendaciones realizadas por los clientes de Bicilaverde se determina desarrollar un instrumento que nos permita obtener información contundente para soportar la investigación como un nuevo modelo de comercialización de ruta de ensamble, para eso se realizó una encuesta que género los siguientes resultados:

Tabulación:

| Preguntas | 1. ¿Te gusta el concepto de armar tú bicicleta, acomodándote a tu presupuesto y en Compañía de un asesor? | | 2. Te gustaría encontrar un almacén de bicicletas en el cual te sintieras como en un Supermercado donde puedes ver, oler, sentir y hasta pesar | | 3. En el momento de adquirir un repuesto para su bicicleta ¿Qué tan importante es tener Contacto físico con el producto? | | | 4. ¿El servicio actual que prestan los almacenes de bicicletas es de tu agrado? SI/NO, por Qué?, háganos saber en cortas palabras su opinión. | | 5. ¿Qué tipo de modalidad prácticas? | | | | |
|-----------|---|----|--|----|--|----------------|-----------------|---|----|--------------------------------------|---------------|------------|-------|---|
| | SI | NO | SI | NO | Importante | muy importante | Nada importante | SI | NO | Ruta | Ciclo montaña | Bici cross | Pista | |
| 1 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 2 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 3 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 4 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 5 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | | | | |
| 6 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | 1 | | | |
| 7 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | 1 | | | |
| 8 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | | | | |
| 9 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | | | |
| 10 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | 1 | | | |
| 11 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | 1 | |
| 12 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 13 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | | | 1 | | |
| 14 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | | | | |
| 15 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 16 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 17 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 18 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 19 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 20 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | 1 | | | |
| 21 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | 1 | |
| 22 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | | | | 1 | |
| 23 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 24 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | | | | |
| 25 | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | 1 | | | | |
| 26 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | | | | |
| 27 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 28 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | | | | |
| 29 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | | | |
| 30 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | |
| 31 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | | | |
| 32 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 33 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 34 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 35 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | | | |
| 36 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 37 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 38 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | |
| 39 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | | 1 | |
| 40 | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | 1 | | | | |
| 41 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | 1 | | |
| 42 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | 1 | |
| 43 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| 44 | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | |
| 45 | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | | |
| 46 | 1 | | 1 | | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | | | |
| 47 | | 1 | 1 | | | | | 1 | | 1 | | 1 | | |
| 48 | 1 | | | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | | | | |
| 49 | 1 | | 1 | | | | | 1 | 1 | 1 | | | | |
| 50 | 1 | | 1 | | | | | 1 | 1 | | | | 1 | |
| 51 | 1 | | 1 | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | |
| total | | 50 | 1 | 50 | 1 | 15 | 33 | 3 | 32 | 19 | 32 | 13 | 4 | 6 |

tabla 5

| Pregunta | 1 | 4 |
|----------|--|---|
| Encuesta | Por que | Por que |
| 1 | asesorias y guias | buen servicio al cliente |
| 2 | asesorias | N/A |
| 3 | el acompañamiento | asesoria constante |
| 4 | asesoria y presupuesto | buen servicio |
| 5 | conocer características de las bicicletas | mal servicio al cliente |
| 6 | bicicleta personalizada y la gusto | buenas asesorias |
| 7 | presupuesto | atencion personalizada |
| 8 | poder observar lo que estan vendiendo | mal servicio al cliente |
| 9 | dar medidas exactas | no hay vendedores con experiencia |
| 10 | personalizado | de acuerdo al presupuesto |
| 11 | conocer las partes de funcionamiento | en general no por la atencion |
| 12 | ver varias opciones | la amabilidad |
| 13 | por la asesoria | buena asesoria |
| 14 | podría armar al gusto de uno y ajustado al presupuesto y la asesoria | no hay asesores, solo vendedores, que saben solo de precios |
| 15 | quedaría al propio estilo y beneficia al presupuesto | la espera |
| 16 | por la asesoria, se le dan sugerencias al gusto de la persona | los asesores ayudan a escoger cosas buenas |
| 17 | mas facil de acomodarse | se encuentra todo en Bicilaverde |
| 18 | la a comodacion la gusto | por la buena informacion |
| 19 | por la asesoria | buena atencion buenos precios |
| 20 | interesante y practico | se pueden observar todos los productos y enseñan a usarlos. |
| 21 | es bueno tener la ayuda de alguien experto en el tema | no vender por vender |
| 22 | N/A | buena atencion |
| 23 | conocimiento de los asesores de la empresa | solo el de bicilaverde porque es muy personalizado |
| 24 | una bicicleta con estilo propio y al presupuesto de uno | mala asesoria |
| 25 | por la asesoria y acomodacion de presupuesto | mala asesoria |
| 26 | asesorias | no vender por vender |
| 27 | asesorias | politicas |
| 28 | asesoria y presupuesto | poco conocimiento, mala asesoria |
| 29 | Presupuesto y personalizacion | Buena atencion |
| 30 | la a comodacion la gusto | solo les interes vender |
| 31 | personalizado | se deben comportar mas como asesores - vendedores |
| 32 | Ampliar conocimientos | Buena asesoria |
| 33 | asesoria | N/A |
| 34 | Presupuesto y personalizacion | Buena asesoria |
| 35 | Presupuesto y personalizacion | inconformidad con los productos |
| 36 | personalizacion y asesoria | Buena asesoria |
| 37 | Comodidad y seguridad | buen acompañamiento |
| 38 | conocimiento y presupuesto | N/A |
| 39 | calidad y economia | Buena asesoria |
| 40 | conocimiento, confianza, | no se esta conforme con el producto |
| 41 | N/A | Buena atencion |
| 42 | conocimiento | Buena atencion |
| 43 | personalizacion | buen servicio |
| 44 | Personalizacion y calidad | buen servicio |
| 45 | personalizacion | Buenos productos |
| 46 | personalizacion (considera que armada es mas economica) | falta de variedad y marcas |
| 47 | Prefiere que este lista | falta de lugares especializados |
| 48 | conocimiento | falencias por falta de especializacion |
| 49 | Personalizacion y calidad | buen acompañamiento |
| 50 | confianza | buen conocimiento |
| 51 | es desarmable | asesores amables |

Tabla 6

Análisis pregunta 1

A la mayoría les gustó la idea de armar la bicicleta acomodándose al su presupuesto y en compañía de un asesor, las razones por las cuales las personas dijeron que si se caracterizaban fueron: la asesoría, tener personal experto en el tema que permita ampliar su conocimiento, el presupuesto, el acompañamiento, poder ver y tocar los accesorios y repuestos y que la bicicleta quede al gusto de la persona.

Análisis pregunta 4

Se encontraron dos respuestas un SI y NO, los que pusieron SI por lo general dijeron que les gustaba el servicio actual de los almacenes de bicicletas, la amabilidad, buena información y por atención personalizada.

Los que colocaron NO dijeron que en algunos almacenes la atención es muy mala, la espera es muy larga, no asesoran y solo lo hacen por vender, conocen muy bien los precios, pero poco de los productos, falta de variedad y marcas en el mercado, falta de conocimiento.

*Análisis en porcentajes***PREGUNTAS PORCENTAJES**

| 1 | SI | NO |
|----------|-----------|-----------|
| | 98% | 2% |
| 2 | SI | NO |

| | | | | |
|----------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| | 98% | 2% | | |
| | | MUY | NADA | |
| 3 | IMPORTANTE | IMPORTANTE | IMPORTANTE | |
| | 28% | 66% | 6% | |
| 4 | SI | NO | | |
| | 62% | 38% | | |
| | | Ciclo | | |
| 5 | Ruta | montañismo | Bici Cross | Pista |
| | 62% | 26% | 6% | 12% |

Tabla 7

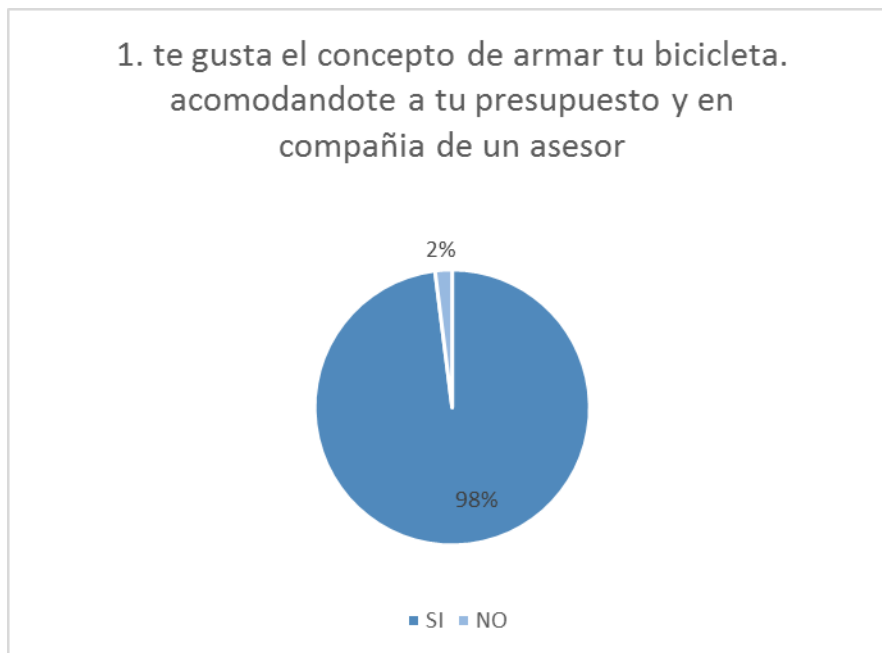


Figura 3 grafica pregunta 1

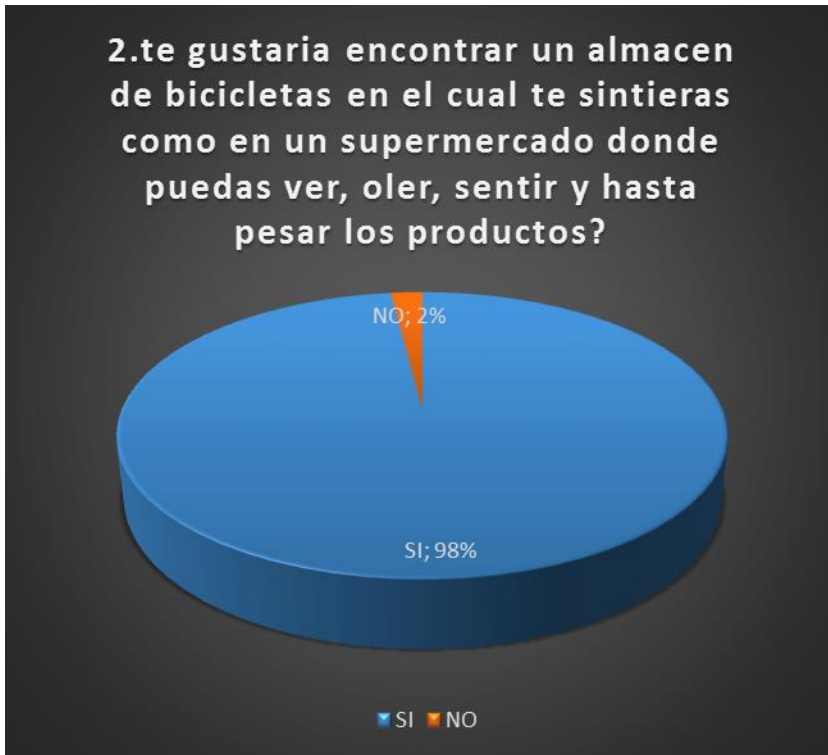


Figura 4. Grafica pregunta 2



Figura 5. Grafica pregunta 3

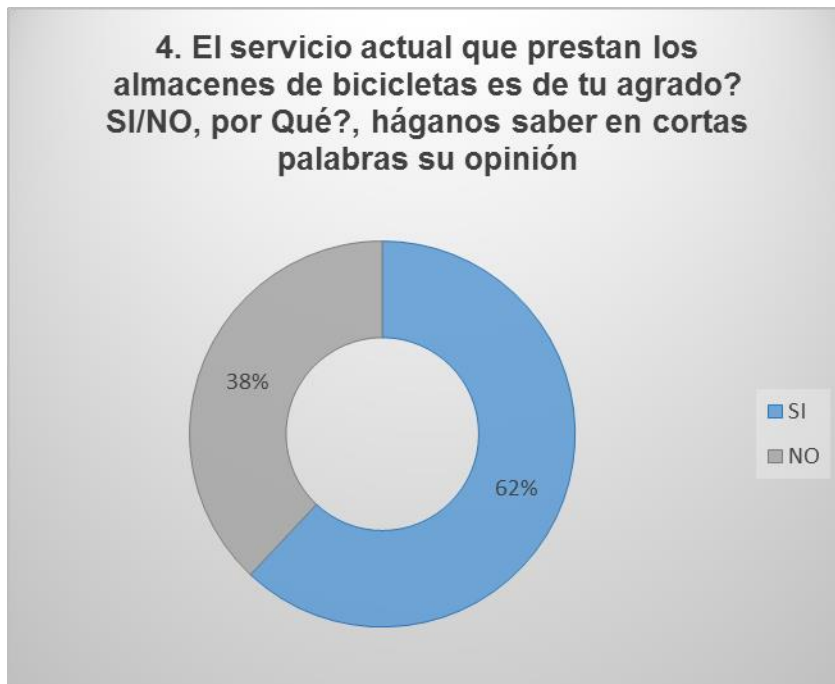


Figura 6. Grafica pregunta 4

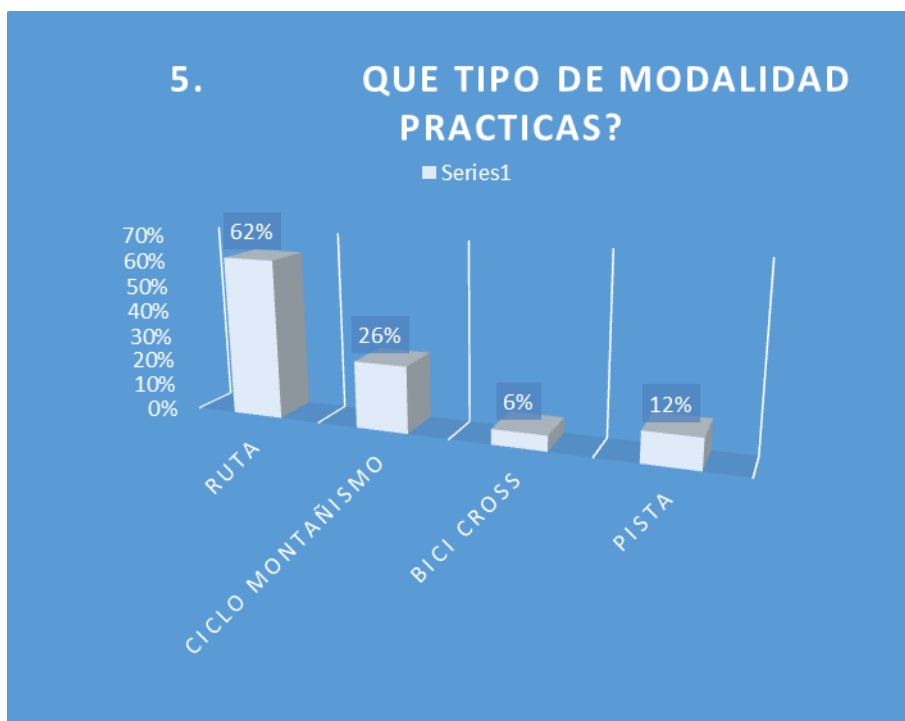


Figura 7. Grafica pregunta 5

Gracias a la encuesta resuelta por los clientes de Bicilaverde se determinó que la idea de comercialización que plantea, arrojará buenos resultados en cuanto a modelo de servicio, comercialización y distribución de la mercancía, a las personas le gusta la idea de encontrar un almacén de bicicletas como un lugar donde puedan asesorarse, ver y tocar todos los productos relacionados con la bicicleta y acomodándose al presupuesto de cada uno.

Segmentos de mercado socio-ambientales

La idea de Bicilaverde es concretar cuáles pueden ser sus segmentos de mercado, siempre y cuando estén acordes con las políticas que tenga la ciudad, referente al sector de las bicicletas, por eso se ha investigado lo siguiente:

En los últimos años se ha venido cambiando la mentalidad de las personas sobre el uso de las ciclas, ya no ven la bicicleta solo como un deporte o recreación sino como un medio de transporte que los puede llevar al trabajo, a la casa, al colegio o a la universidad, y esto gracias a los planes que ha venido implementando la alcaldía como las ciclo rutas.

Datos

- Esta ciudad cuenta con 28 km de ciclo-rutas, las cuales están distribuidas de la siguiente manera: 24.13kms para transporte y 4.29 con propósito recreativo, en la ley 1803 de 2006 se establecen las normas sobre planeación urbana sostenible, y se empieza a tratar el tema del ciclo rutas

- En especial se debe diseñar una red peatonal, y de ciclo rutas que complemente el sistema de transporte y articule las zonas de transporte de la ciudad
- Reorganizar las rutas de transporte público y tráfico sobre ejes viales que permitan incrementar la movilidad y bajar los niveles de contaminación.
- Incorporar un plan maestro de parqueaderos, el cual deberá constituirse en una herramienta adicional para fomentar los desplazamientos en modos alternativos de transporte (Alcaldía de Santiago de Cali, 2015, p.2)
- También está el sistema de bicicleta pública Encicla, es utilizado principalmente por los estudiantes y el público en general, se están implementando nuevas estaciones la meta es llegar a 52 estaciones y 1500 bicicletas ubicadas en sitios estratégicos, que estén cercanas al metro y a las universidades.

Este sistema beneficia a la comunidad en varios aspectos como lo son: La no contaminación del aire, no producen ruido, generan empleo, acortan tiempos al desplazarse, influye positivamente sobre la salud de quienes utilizan el servicio, y no tiene ningún costo.

- De la cantidad de personas que utilizan este medio de transporte los hombres son un 66%, las mujeres lo componen un 31% y otros un 4%.
- “Los mayores usuarios de este sistema son estudiantes (un 75 por ciento), son los más jóvenes los que más fácil adquieren un compromiso con el medio ambiente, con su salud y la movilidad, además de que son conscientes del ahorro de dinero”

- según encuestas del Área, “un 38 por ciento de usuarios economizan, mensualmente, 40.000 pesos, además, un 39 por ciento aseguró que en tiempo se gastan entre 6 y 15 minutos menos por trayecto” (Morales, 2014, p.1).

A principios del año 2015 Bicilaverde participo de una convocatoria realizada por el área metropolitana, el objetivo de esta convocatoria era encontrar una empresa con ciertas características específicas que les pudiera ensamblar cierto monto de bicicletas por un determinado tiempo, esto con el fin de potencializar a En-ciclas, después de reuniones y encuentros entre el área metropolitana y la empresa, se decidió que Bicilaverde sería la encargada de ensamblar 1100 bicicletas, el contrato comenzó y hoy en día 30 de mayo de 2015 llevan 600 ensambladas, así mismo repotencializan bicicletas viejas y en promedio llevan unas 150 unidades. Estos proyectos públicos generan reconocimiento para la empresa porque así se darán a posicionarán en el mercado y conocerán la calidad del trabajo que hace Bicilaverde, por eso es importante identificar porque se habla de En-cicla en el proyecto, y es porque se convierte en un cliente mayorista que a su vez le puede generar muchos clientes finales.

Aparte de estas rutas que se están generando por toda la ciudad, desde el año 2010 se ha venido promoviendo el uso de la bicicleta urbana a través de ciclo paseos realizados por colectivos siclas, por eso fue pertinente realizar una entrevista a uno de los líderes de este colectivo, el señor Mauricio Mesa, quien explica de qué se trata, esto fue lo que dijo:

“Primero que nada se llama ciclas con S porque si se puede, si se puede respetar al peatón y a los demás actores de la vía, nació el 22 de septiembre de 2010, por la iniciativa de varias personas que quería promover la bicicleta como medio de transporte, y recreación (la sociedad civil) y también porque querían vender ciclas adaptadas a lo urbano, es decir, las bicicletas que tenían estas personas eran de montaña así que las adaptaron al ciclismo urbano para mayor facilidad de desplazamiento en la ciudad, debido a que este tipo de cicla urbana tienen características diferentes y una de ellas es por su ergonomía.

A partir del año 2010 hasta hoy los colectivos se institucionalizaron, y hoy se llaman las sicleadas, se realizan todos los miércoles, a las 7:30 de la noche, en diferentes rutas, donde promocionan la bicicleta, se reconoce la ciudad, se tienen algunas recomendaciones de seguridad y comportamiento, las personas que asisten a estas sicleadas, son niños, jóvenes y adultos, de diferentes barrios, comunas, corregimientos y municipios cercanos de la ciudad, los niños deben estar acompañados por un adulto responsable, en promedio participan 2500 personas, no tiene ningún costo, y es voluntario.

El colectivo no alquila las bicicletas pero tienen aliados que si lo hacen como Bici Rolling¹, se recorren en promedio de 12 a 15 Km, cuentan con un punto de hidratación a mitad de ruta en un parque del valle de aburra, cada recorrido se demora entre 2 a 2,5 horas. Para la seguridad cuentan con un grupo de voluntariados de logística que se encarga de permitir el tráfico entre los actores

¹ Bicirolling es uno de los talleres urbanos que existe en la ciudad, llevan más de tres años reutilizando partes de bicicletas, diseñando nuevos estilos a partir de piezas clásicas y modernas e incitando, por medio de sus creaciones, a pedalear por la ciudad

de la vía el cual lleva un mensaje de agradecimiento y pacificación del tráfico. Los recorridos son para que los disfruten amigos y familiares.

Estos colectivos el fin que tienen es promocionar el uso adecuado de las bicicletas donde puedan integrar a toda la sociedad sin importar sexo, edad, o religión". (Mauricio Mesa)

A raíz de estos colectivos, en el año 2013 se fundó una corporación llamada Corporación Colectivo Siclas, se crea con el fin de darle un sustento legal a lo que es el colectivo, además tienen unas tareas misionales y sociales:

- Recorridos culturales urbanos en bicicleta con unas bicicletas que la propia corporación tienen.
- Educan, enseñan a manejar bicicleta con niveles básico, intermedio y avanzado para niños, jóvenes y adultos.
- Diseñan y comercializan ciclo parqueaderos.
- Realizan y participan en activaciones de marca, como caravanas de acompañamiento para las empresas.
- y venta de diferentes productos como bicicletas plegables (las bicicletas plegables se pueden doblar, y se pueden llevar a cualquier parte) o eléctricas de aliados que tienen, también comercializan los candados para las bicicletas.

Como corporación tienen cinco socios, un profesor y una estudiante de la Universidad Pontificia Bolivariana, un ingeniero de sistemas, un comerciante de bicicletas y el señor Mauricio mesa.

La corporación participó en un programa de emprendimiento ambiental, donde recibieron unos incentivos como implementos para realizar las sicleadas, equipos de cómputo y equipos de oficina, para funcionar como Corporación.

Es importante conocer que es Siclas, porque se puede identificar quienes, como y cuáles son las personas que participan de estos colectivos, personas que les gusta compartir con sus amigos, familiares en un medio de transporte que al mismo tiempo actúa como un medio menos contaminante y saludable y que la empresa puede aprovechar estos estilos de vida que se están dando en Medellín para llegar a ellos.

¿Qué beneficios trae el nuevo proyecto de parques del río de Medellín para el sector de las bicicletas?

“Parques del Río Medellín le dará a la ciudad espacios verdes de calidad para la interacción y transformación urbana. Será un espacio público, ambiental y seguro para el disfrute de los ciudadanos, que se integrará con los demás desarrollos de Medellín, una ciudad que se transforma para mejorar la calidad de vida de sus habitantes” (Parques del río Medellín, 2015, p. 4).

“Para contribuir con la mitigación del impacto en la movilidad por el desarrollo de megaproyectos, Parques del Río Medellín impulsará la construcción de nuevos tramos de ciclo rutas que se conectan con la red actual y promueven la integración con el sistema de transporte masivo SITVA², para que la bicicleta

² SITVA: Sistema Integrado de Transporte del Valle de Aburrá. está conformado por el Metro como eje estructurante con las líneas de Metrocable, por Metroplús y por las rutas alimentadoras a ambos. Obtenido de http://www.metroplus.gov.co/intranet/metroplus/index.php?sub_cat=41&idx=10&ap=8

se convierta en un medio de transporte cómodo, seguro y atractivo.” (Parques del río Medellín, 2015)

Actualmente el programa Encicla del Área Metropolitana cuenta con 29 estaciones en operación y se proyecta para finales de 2015 que sean con 50 estaciones y una flota de 1.520 bicicletas que generarán un impacto social, económico y ambientalmente sostenible. Se proyecta que con el nuevo plan de ordenamiento territorial (POT), que habrá 32 km de ciclo rutas, que privilegiaran el transporte de la bicicleta (Parques del río Medellín, 2015)

Programa de parquee y siga su viaje: Acuerdos comerciales con grandes superficies ubicadas en torno a las estaciones del Sistema Integrado de Transporte del Valle de Aburrá inicialmente en Niquia (Bello) y en Sabaneta, permitirán a los ciudadanos dejar su vehículo estacionado y tomar el transporte público (Parques del río Medellín, 2015).

Parques del Río se convertirá en un proyecto importante en el sector de las bicicletas. Para las empresas que se dedican al tema les podrá traer beneficios para sus compañías, porque es probable que para un mediano o largo plazo aumentaran sus ventas, puesto que, se ampliarían las ciclo vías y ciclo rutas, las personas cada día les gusta más utilizar la bicicleta como medio de transporte entonces estarán muy interesadas en comprar bicicletas para suplir sus necesidades (Parques del río Medellín, 2015).

Para Bicilaverde también hay beneficios que se verán reflejados en el interior de su compañía, porque, traerá impactos sociales y económicos, por un

lado, aumentará su mano de obra, generando nuevos empleos, además apostándole a nuevos clientes y por otro aumentará sus ganancias, pero, ¿Por qué?...

Los planes que tiene la alcaldía de promover el uso de la bicicleta generando estrategias como aumento en las rutas, programas de concientización para los ciudadanos acerca de la importancia del uso de la bicicleta no solo como un medio de recreación sino como un medio de transporte y adquiriendo nuevas bicicletas para el programa en ciclas, le da pie a Bicilaverde de aumentar sus ganancias y generación de nuevos empleos, la empresa podrá seguir con el contrato que tiene con en ciclas de ensamble de las bicicletas que serán utilizados por los habitantes de la ciudad de Medellín, así la compañía seguirá necesitando más personal de 3 a 4 personas empleadas gracias a estos proyectos que hacen entre los sectores público (alcaldía) y privado (Bicilaverde). Enciclas genera para la empresa reconocimiento ya que van a conocer la calidad no solo de los repuestos y componentes, si no del servicio con que lo hacen.

A parte del contrato que la compañía pueda tener con Enciclas, generara también ingresos por parte de las personas que visiten el establecimiento y quieran adquirir su bicicleta, con los componentes y accesorios que quieran a un precio asequible y con el mejor servicio, y lo harán porque con Parques del Rio habrá mayor movilidad y la gente querrá utilizar la bicicleta como una alternativa para su desplazamiento.

Definición del segmento de mercado

Los segmentos de mercado de la empresa, están definidos por personas que les gusta utilizar la bicicleta más allá por un deporte, si no como un medio de transporte que los puede llevar a la casa, trabajo, colegio, universidad, a cualquier parte, y lo mejor es que están contribuyendo a la no contaminación del medio ambiente, a disminuir el tráfico vehicular, y aparte se cuida y piensa en su salud, situados en la ciudad de Medellín, y en municipios cercanos a la ciudad, puesto que la empresa está ubicada en el sector de San Juan con la Carrera 73.

Consumidores con niveles de ingresos tanto bajos como medio-altos y quienes son conscientes de que mientras más presupuesto tenga para la adquisición de su bicicleta, mejor será el resultado a obtener. Las personas que conforman este segmento son niños, jóvenes y adultos, entre edades de 5 años y 55 años, sin embargo, al momento de la compra, los niños y los jóvenes van en compañía de sus padres o tutores porque son ellos quienes tienen el dinero para adquirir el vehículo. No distingue ni sexo, ni raza, ni religión.

En Bicilaverde se identifican tres tipos de ciclistas, y para estos tipos de clientes en la empresa pueden adquirir las bicicletas; para los clientes novatos que lo hacen por diversión, los recreativos que lo hacen con el fin de ejercitar su cuerpo o los profesionales que son los que entrenan diario, para cada uno su necesidad es diferente puesto que uno solo necesitara una bicicleta económica, para el otro será una bicicleta de gama media y para el otro una bicicleta de gama alta.

El monto mínimo para armar una bicicleta lo definirá el cliente, porque el modelo de negocio lo permite. Los clientes que entren a la empresa buscarán la forma de invertir todos los recursos necesarios para armar una bicicleta, basándose en algo principal que es su presupuesto, siendo las personas conscientes que si su presupuesto es reducido pues no podrán armar una súper bicicleta. Sin embargo, el costo mínimo para armar una bicicleta económica es de \$ 250.000 sin contar accesorios de lujo.

En la actualidad las personas que viven en Medellín, están más conscientes del uso de la bicicleta gracias a los programas que realiza la alcaldía. Se está despertando la necesidad de utilizar este medio de transporte, ya que beneficia a la gente con salud y buen estado físico, y al medio ambiente por el tema de la contaminación, efecto invernadero y ayuda a descongestionar las vías de la ciudad.

A la hora de la compra de bicicletas, las personas simplemente van a un almacén que les provea de este producto, y muchas veces no tienen idea de que es lo que están comprando, si realmente esa bicicleta si es la que le sirve para la necesidad que tienen, las empresas que se dedican a la venta de ciclas solo piensan en vender y no se detienen en pensar que es lo que realmente el cliente busca, por eso Bicilaverde quiere cambiar ese concepto, quiere que sus clientes conozcan que es lo que están adquiriendo, con una buena asesoría y servicio garantizando que los productos que la empresa adquiere son de buena calidad.

Hallazgos

1. Se identificó que el proceso de importación a través del medio marítimo es el más recomendado para Bicilaverde, porque, la diferencia en costos es de USD 4.263,00 con respecto a la modalidad aérea, esta diferencia radica

principalmente en el flete, debido a que la tarifa se cobró por el peso de la carga, ya que superaba el volumétrico, a diferencia de marítima que al realizar los respectivos cálculos, los metros cúbicos era únicamente 2.59m³, medida que a nivel de transporte marítimo ofrece un flete a un muy bajo costo.

2. En la evaluación que se realizó a los diferentes proveedores de todas las partes del mundo en la Feria de Interbike, se encontró que China es la mejor alternativa en cuanto a la adquisición de componentes y accesorios para bicicletas, debido a que venden al mismo precio uno o varios artículos y a bajos costos.
3. Al implementar una ruta de Ensamble se identificó que hay más orden para seleccionar y organizar los productos, esto permitirá que el espacio este mejor distribuido, el tránsito de las personas se ha más fluido y el inventario sea más preciso.
4. Al adecuar el segundo nivel para el ensamble y reparación de las bicicletas, se mejorarán los tiempos de entrega, la distribución del espacio será más equitativa y habrá un espacio para la parte administrativa y el almacenamiento.
5. Debido al acompañamiento que ha realizado Bicilaverde con los ciclistas urbanos, colectivos siclas y recreativos ciclo-montañistas, han tenido la oportunidad de conocer la empresa.
6. Se identificaron segmentos de mercados socio ambientales, los cuales Bicilaverde impactará a mediano plazo con estrategias como talleres de

mecánica, enseñarle a la gente a movilizarse, entregas de suvenir, asesorías especializadas, gestión de tele mercadeo para la venta y comercialización de productos de calidad.

Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

1. Bicilaverde realizará dos importaciones anuales debido al capital con el que cuenta y al modelo de importación identificado.
2. El mercado de China es el más apropiado para realizar la compra de los repuestos para bicicletas, porque es el país más tecnificado en la

- fabricación de repuestos, es el que ofrece mejores garantías, con el que se optimizan costos y porque las negociaciones se realizan fácilmente.
3. La ruta de ensamble es el mejor modelo de comercialización de bicicletas, por el orden lógico que se le da a la distribución.
 4. La nueva distribución física de la empresa, permitirá que la movilidad del personal, de los clientes y en general sea más apropiada, se visualice mejor los productos, haya una mejor iluminación, y el espacio sea el más óptimo para las labores que se realizan.
 5. Los programas implementados en el municipio de Medellín son la oportunidad para el crecimiento económico de Bicilaverde.
 6. Las estrategias implementadas por Bicilaverde ha sido la herramienta para darse a conocer en este mercado, generando su fidelización.

4.2 Recomendaciones

1. Se le recomienda a la empresa no descartar otros proveedores, que le permitan distribuir productos de buena calidad, así como lo hace el proveedor de china.
2. Se recomienda a Bicilaverde participar a las principales ferias comerciales como las que se realizan en Alemania, China, Estados Unidos y Argentina

para obtener informaciones de nuevos proveedores, nuevas tendencias nuevas tecnologías.

3. En las diferentes temporadas del año como día de la madre, día del niño, día del amor y la amistad y navideñas, Bicilaverde deberá tener algunas muestras ensambladas listas para la venta y contribuir a satisfacer la demanda que se genera en esas fechas.
4. Implementar el modelo de distribución en el área metropolitana como Envigado, Bello, Poblado, debido que estos municipios y barrios no cuenta con un modelo de comercialización similar.
5. Seguir innovando en programas lúdicos que permitan la integración de nuevos clientes y la fidelización de los existentes.
6. Investigar constantemente cuales son las necesidades de los clientes de acuerdo a las tendencias socio ambientales.
7. Aprovechando los espacios que está brindando el municipio de Medellín como ciclovias, ciclo rutas, colectivos, entre otros para realizar jornadas lúdicas, talleres informativos y prácticos en cuanto al manejo de la bicicleta como medio de transporte y recreación.

Referencias Bibliográficas

Alcaldía de Santiago de Cali. (2015). *Conceptualización del plan integral de movilidad y desarrollo del estudio*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de

- Cali:
file:///C:/Users/Tati/Downloads/Conceptualizaci%C3%B3n_Del_Plan_Integral_De_Movilidad_Y_Developmento_Del_Estudio.pdf
- Arturo. (2010). *Como hacer una encuesta*. Obtenido de Crecenegocios:
<http://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta/>
- Cataño, L. (2014). *La bicicleta, clave para la movilidad sostenible*. Obtenido de El tiempo:
http://www.elmundo.com/portal/noticias/territorio/la_bicicleta_clave_para_la_movilidad_sostenible.php#.VX3VHvl_Oko
- DANE. (2011). *Boletín especial de la dinámica del comercio exterior*. Obtenido de DANE:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/Asiaticos_ene_mar_2011.pdf
- Dekoster, J., & Schollaert, U. (2002). *En bici, hacia ciudades sin malos humos*. Obtenido de Europa:
http://ec.europa.eu/environment/archives/cycling/cycling_es.pdf
- DIAN 2. (2015). *Avance de comercio exterior*. Obtenido de DIAN:
http://www.dian.gov.co/descargas/cifrasyg/archivos-pdf/2015/Avance_Comercio_Exterior_534_14_Abril_2015.pdf
- DIAN. (2015). Obtenido de DIAN:
<http://www.dian.gov.co/dian/dai.nsf/pages/B002?opendocument>
- Jiménez, L. (2015). *Tranporte y movilidad, claves para la sostenibilidad*. Obtenido de Fundación general CSIC:
http://www.fgcsic.es/lychnos/es_ES/articulos/transporte_movilidad_claves_para_la_sostenibilidad
- Martínez, R., & Fernández, A. (2013). *Árbol de problemas y áreas de intervención*. Obtenido de Slideshare:
<http://es.slideshare.net/eecervan/arbol-de-problemas-martinez-rodriago>
- MINCOMERCIO. (2011). *¿Como importar a Colombia?* Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo:
<http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268>
- Morales, P. (2014). *Auge de bicicletas permeó al sector público y privado*. Obtenido de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/auge-de-bicicletas-permeo-al-sector-publico-y-privado/14243136>
- Parques del rio Medellín. (2015). *Parques del rio Medellín*. Obtenido de <http://www.parquesdelriomedellin.com/wp-content/uploads/Separata->

Parques-del-R%C3%ADo-Medell%C3%ADn-para-que-vengas-todo-el-a%C3%B1o-21.pdf

Pereira, J. (2010). *Modelos o métodos de ventas*. Obtenido de Mercadeo: <http://www.mercadeo.com/blog/2010/01/modelos-o-metodos-de-venta/>

Redactor. (2015). *Bicicletas: la nueva meta de la industria automotriz*. Obtenido de Periodismo: <http://www.periodismo.com/2015/03/05/bicicletas-la-nueva-meta-de-la-industria-automotriz/>

Rodríguez, V. (2014). *Faltan más ciclorutas en Medellín*. Recuperado el 01 de 03 de 2015, de ADN: <http://diarioadn.co/medellin/mi-ciudad/faltan-m%C3%A1s-ciclorutas-en-medell%C3%ADn-colector-siclas-1.120821>

Sibus. (2011). *Sistema integral de la bicicleta de la Universidad de Sevilla*. Obtenido de Universidad de Sevilla: <http://bicicletas.us.es/?p=2101>

Soyentrepreneur. (1969). Ocho modelos de negocio. *Soyentrepreneur*, 1. Obtenido de Soyentrepreneur: <http://www.soyentrepreneur.com/8-modelos-de-negocio-para-emprender.html>

Telefonica. (2014). *La bici eléctrica, un medio de transporte en auge en europa*. Obtenido de telefonica: <http://vive.telefonica.com/ciclismo/vive-el-ciclismo/la-bici-electrica-un-medio-de-transporte-en-auge-en-europa/>

Terra. (2005). *Breve historia de la bicicleta*. Obtenido de Terra: <http://www.terra.org/categorias/articulos/breve-historia-de-la-bicicleta>

Unión Europea 2. (2014). *Transporte, energía y medio ambiente*. Obtenido de Europa: http://europa.eu/legislation_summaries/transport/transport_energy_environment/index_es.htm

Unión Europea. (2010). *Un futuro sostenible para el transporte europeo*. Obtenido de Europa: http://europa.eu/legislation_summaries/transport/intermodality_trans_european_networks/tr0037_es.htm

Unión Europea 3. (2010). *Orientaciones de la UE para el desarrollo de la red transeuropea de transportes*. Obtenido de Europa: http://europa.eu/legislation_summaries/transport/intermodality_trans_european_networks/tr0043_es.htm

Vacca, A. (2015). *Comercio Colombia - China*. Obtenido de Universidad Sergio Arboleda: http://www.usergioarboleda.edu.co/altus/economia_colombia_china.htm

