

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE MEDIANTE  
UNA PLATAFORMA VIRTUAL CONECTE A USUARIOS CON SERVICIOS  
ESPECIALIZADOS PARA LOS AMANTES DE LAS 2 RUEDAS EN BOGOTÁ.**



**Autores:**

**Jhony Alexander Malagón Bernal  
Santiago Arturo Pepinosa Bastidas**

**Maestría Mercadeo digital**

**Bogotá, abril de 2020.**

# INTRODUCCIÓN

## 1. ANTECEDENTES

Actualmente, según el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT ,2019) el 67% del parque automotor de Bogotá son usuarios de motocicletas, demostrando que los bogotanos utilizan servicios alternos al transporte público para movilizarse en la capital colombiana; esto ha generado que muchas empresas como talleres, empresas de turismo, microempresas, restaurantes, cafeterías, etc... ofrezcan servicios especializados para este mercado, con lo cual buscamos ofrecer un canal efectivo entre el usuario final y la empresa prestadora del servicio.

Pero este proyecto se enfoca inicialmente en el mercado de las motos, ya que este está en constante crecimiento en el país y cada vez más personas optan por comprarse una moto. Una de las principales razones las da la empresa Auteco en una entrevista en el periódico La República en el 2019 donde la marca confirma que «Este vehículo se ha convertido en ficha clave para la economía familiar, pues representa una oportunidad de trabajo, ahorra dinero, consume menos combustible y disminuye los tiempos de desplazamiento, dejándoles a las personas más tiempo para sus actividades» (NEIRA L., 2019) Muchas de estas personas son jóvenes que ganan entre uno y dos salarios mínimos mensuales, siendo los que más compran motos ocupando el 25% del total del mercado actual; Estos se encuentran entre los 18 a 35 años ocupando un 69.5% del mercado total según datos del ANDI del 2018. (EL MOTERO S.A.S. 2019)

Existen actualmente muchas de empresas que ofrecen productos y servicios enfocados a motociclistas. Entre alguno de estos encontramos servicios técnicos, salidas turísticas, travesías ecológicas, cursos, eventos sociales, restaurantes temáticos, venta de accesorios y repuestos, etc.(PISTASELRETO); (DON\_PACHO\_EN\_MOTO); (TURERCOLOMBIA); (THOMAS\_FOOD)

La empresa A Rodar busca que toda esta gran cantidad de servicios y productos que muchas empresas crean para este mercado específico llegue al cliente correcto, pero es muy complicado ya que existen pocos canales en donde se pueda encontrar toda esta información y

más que muchas de estas empresas aún no se encuentran en el panorama digital, esto genera que muchos potenciales clientes no las puedan encontrar. Nuestra plataforma busca que todos estos emprendimientos logren llegar a su mercado de una forma organizada, clara y fácil, y que no le genere a la empresa un gran gasto.

Así mismo “A Rodar” busca que estas empresas cumplan los requerimientos que los clientes están buscando, generando una experiencia agradable tanto para el cliente final como para las empresas aliadas. En conclusión, queremos ofrecer un canal entre estas dos partes acercando al usuario con la empresa.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa que comercialice servicios a través una plataforma, que conecte a motociclistas con productos y servicios especializados de una forma rápida y efectiva, mostrando toda la variedad de alternativas que el mercado ofrece a los apasionados por las 2 ruedas en la ciudad de Bogotá.

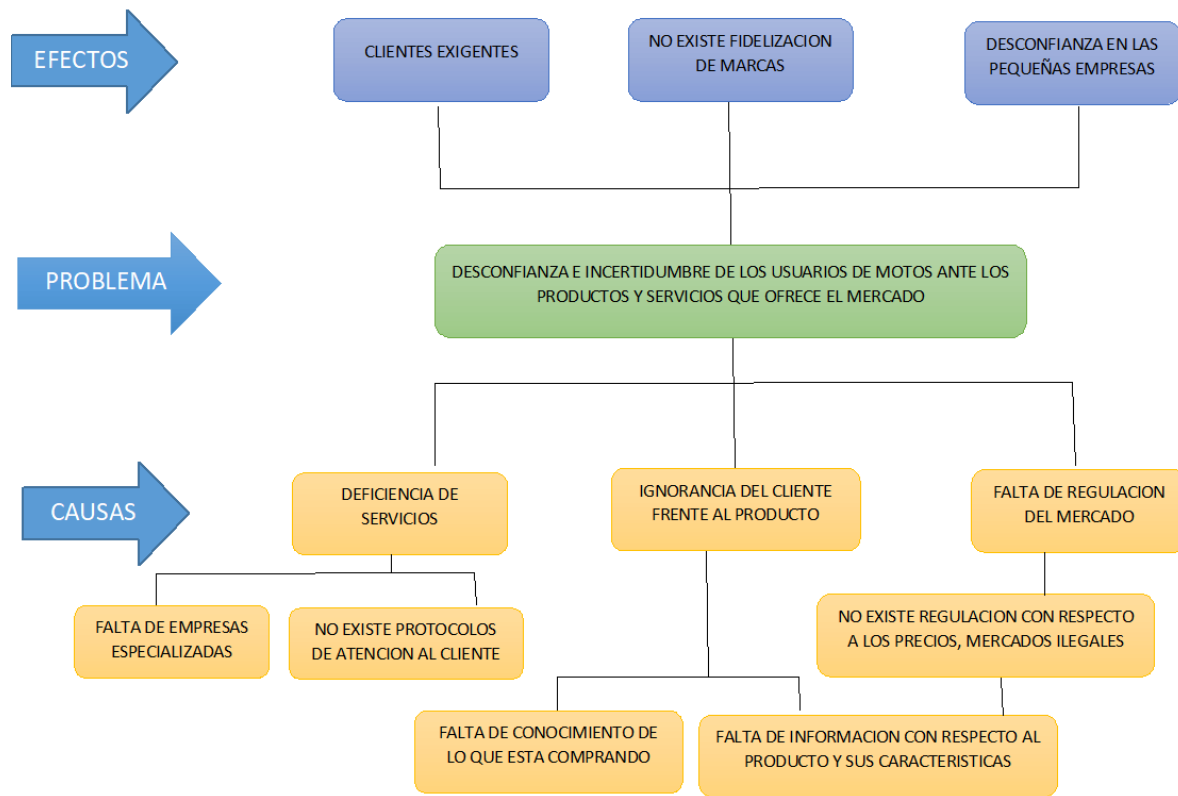
### **2.2 Objetivos específicos**

1. Realizar un estudio de mercadeo del sector de las motos con respecto a nivel de aplicaciones tecnológicas existentes que nos permita identificar competidores y posibles aliados, así mismo encontrar posibles amenazas y oportunidades, y el crecimiento del mercado y sus tendencias.
2. Elaborar un estudio técnico acerca del funcionamiento de la plataforma virtual y su aplicación móvil, donde se analice y se explique detalladamente todas sus características, uso y funcionamiento, su alcance, servicio, infraestructura y proceso de monetización.
3. Elaborar un estudio administrativo y legal que considere los aspectos organizacionales requeridos para la constitución de la compañía, así como la estructura organizacional, el análisis estratégico y las implicaciones legales del proyecto.
4. Realizar un estudio financiero por medio de proyecciones de ventas para generar indicadores que nos permitan conocer el retorno de la inversión y la rentabilidad esperada para poder evaluar la viabilidad económica del proyecto.

5. Realizar un análisis de sostenibilidad, considerando aspectos fundamentales desde lo social, económico y tecnológico, y que diseñar estrategias de ventas, penetración de mercado, participación y difusión de la plataforma virtual y la aplicación.

### 3. ÁRBOL DE PROBLEMAS PARA AMANTES DE LAS 2 RUEDAS

FIGURA 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS



Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa

Existe una gran variedad de productos y servicios enfocados al mercado de las motos, pero así mismo existe mucha inseguridad por parte del consumidor final ya que muchos de estos lugares no prestan una adecuada atención y generan malas experiencias en el servicio, causando desconfianza.

Algunas de las causas que genera este problema es la deficiencia de servicios ya que muchas veces cuando el consumidor final compra una moto por primera vez no sabe mucho acerca de temas de mantenimiento o adonde llevarla , muchas veces terminan optando por ir al centro de servicios más cercanos, en donde termina con dudas de lo que le hicieron a la moto y termina pagando exorbitantes precios, esto genera una desconfianza ya que no sabe si el taller actuó como debería y le hizo el arreglo pertinente o simplemente lo timaron , este problema es muy recurrente, y más cuando son talleres que no son especializados en todo tipo de motos y terminan generando daños extra. Es importante destacar que el tema de servicio con respecto a la actitud a la hora de atender al cliente deja muchos inconformismos y desmotivaciones.

Otro punto importante a resaltar es la ignorancia del cliente con respecto al producto y muchas veces se da por que el cliente busca una moto para suplir la necesidad de transporte ya sea por qué tuvo malas experiencias en transporte público u otros medios o simplemente porque busca un medio que le ahorre tiempo. En este punto el cliente busca algo que supla esa necesidad de forma inmediata, es claro decir que para adquirir este producto no se necesita ningún tipo de conocimiento extra en cuanto a temas de mantenimiento o conocimiento de repuestos y su debido funcionamiento. Otro factor que va ligado es que la información es limitada y no es de tan fácil acceso y de un lenguaje amigable para el conductor primerizo, permitiendo que este se desmotive en conocer un poco más por su vehículo y prefiere buscar ayuda en lugares en donde no muchas veces prestan el servicio que él estaba esperando.

Existen actualmente muchas opciones de empresas que prestan servicios técnicos y o venta de repuestos, pero muchas de estas no son legalmente constituidas y su mercancía es de dudosa procedencia, esto perjudica no solo al cliente si no al mercado en general ya que estaría permitiendo la entrada de productos que no cumplan los estándares adecuados de calidad colocando en riesgo la vida de los motociclistas.

A pesar de todo esto está generando que el cliente se convierta en un cliente exigente, en donde por más malas experiencias aún busca lugares seguros donde le puedan brindar toda a la atención técnica necesaria, esto permitiendo que muchas empresas lo utilicen como una

oportunidad de mejora y empiecen especializarse en diferentes campos actualizándose de las tendencias del mercado y sus requerimientos.

Y así mismo genera desconfianza a las pequeñas empresas en donde muchas de ellas buscan capacitarse y mejorar por cambiar la mala opinión que tiene el cliente con respecto a estas.

#### 4. ANÁLISIS PESTEL

TABLA 1 ANÁLISIS PESTEL

AMANTES DE LAS 2 RUEDAS		
	FACTOR	DETALLE
POLITICO	ENERGIAS LIMPIAS	Se excenta de arancel a las motos eléctricas que ingresen al territorio colombiano hasta el 2024. Esta norma refuerza la Estrategia Nacional de Movilidad Eléctrica, que elimina el arancel y el pico y placa para automóviles 100% a baterías indefinidamente .
	CARGAS FISCALES	Las motos son uno de los bienes de consumo que soporta mayor carga fiscal. La intención de estos elevados impuestos es corregir los costes sociales que se atribuyen a su uso.
ECONOMICO	DIVISA	Las monedas extranjeras y los tipos de cambios en el entorno global de los negocios afectan a las exportaciones e importaciones en el comercio internacional.
	AUMENTO TASA INTERES	El porcentaje anual que le cobrará a los bancos por prestarles dinero, el cual a su vez, los bancos prestan a sus clientes. Por ello, entre más alta sea la tasa de interés del banco central de un país, más altas serán también las tasas de un crédito automotriz.
	AUMENTO IMPORTACIONES	En Colombia el comercio de automóviles ha ido en aumento debido a que los bancos y las compañías que los comercializan dan facilidades de pago y créditos para la obtención de los vehículos, razón por la que este sector aporta el 1,5% del PIB colombiano.
SOCIAL	TASA DE MORTALIDAD	Al menos el 50% de las muertes que ocurren en incidentes de tránsito involucran a un motociclista.
	MOTOS 2 TIEMPOS	El segmento mas grande de motos que contaminan debido al mal mantenimiento de estas y a la obsolescencia de su sistema de funcionamiento.
TEGNOLOGICO	INVESTIGACIONES	El desarrollo de nuevas tecnologías ha evolucionado de forma exponencial en la última década, especialmente aquellas que optimizan la seguridad del vehículo y sus ocupantes
	IMPLEMENTACION	Se encuentran generalmente en las de alto cilindraje, poco a poco se van equipando en las más populares.
ECOLOGICO	POLUCION	El crecimiento exponencial de este tipo de vehículos de 1000% en los últimos diez años, los ha convertido en un actor clave de la movilidad y en blanco permanente de las autoridades.
	COMBUSTIBLES FOSILES	La combustión de este tipo de combustibles genera emisiones de gases tales como dióxido de carbono, monóxido de carbono y otros gases que han contribuido a generar y potenciar el efecto invernadero, la lluvia ácida, la contaminación del aire, suelo y agua.
LEGAL	LEY 1972	Protege los derechos a la salud y el medio ambiente de los colombianos, a través de medidas concretas de control de emisiones de gases y partículas contaminantes de los automotores que utilizan el combustible ACPM y las motos de cualquier cilindraje.
	FORMALIZACION DE EMPRESAS	Una empresa legalizada da la identidad y seriedad que se requiere para hacer negocios; refleja cumplimiento de sus obligaciones y confianza hacia todos sus clientes
	MERCADO REPUESTOS ILEGAL	Se caracterizan no solo porque no son originales sino tambien porque no pagan impuestos ni aranceles, lo cual permite ofrecerlos a unos precios mucho mas llamativos que los que presentan los originales
	SEGURIDAD REGLAMENTO 1080 2019	Reglamento Técnico para los cascos protectores para el uso de motocicleta y similares con el objetivo de proteger la vida e integridad de las personas mediante la exigencia de requisitos técnicos de desempeño y seguridad.

Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa; (SCHNIEPP, H.,1968); (REVISTA VEC, 2019); (SHEINA P.,, 2018); (EDITORIAL,2018); (FRANCISCO R.,2019); (PRESIDENCIA,2019); (MINISTERIO DE TRANSPORTE, 2019); (SHEINA P, 2018).

## 4.1 FUERZAS DE PORTER









FIGURA 2 FUERZAS DE PORTER



Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa

## 5. MODELO CANVAS

TABLA 2 MODELO LIENZO CANVAS

<p><b>Socios clave</b></p>  <p><i>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros proveedores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</i></p> <p><b>motivaciones para socios:</b> optimización y crecimiento reducción de riesgo e incertidumbre relajación de recursos y actividades particulares</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compañías que acompañen el buen funcionamiento y upgrade de nuestra aplicación.</li> <li>• Socios de gran relacionamiento en el mundo motero. Como serías figuras públicas, influencers y dueños de grandes marcas del entorno.</li> <li>• Clientes que nos generan datos e información clave.</li> <li>• Proveedores, todo tipo de empresa o compañía que esté vinculada al mercado de las motos</li> <li>• Fotógrafos</li> <li>• Creadores audiovisuales</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de productos y administración</li> <li>• Continuo mejoramiento y desarrollo de canales digitales</li> <li>• Networking con aliados</li> <li>• Manejo de filtración de datos</li> <li>• Manejo de experiencia del cliente</li> <li>• Operaciones de manejo de correos y solicitudes</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b></p>  <p><b>ALIADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a datos y estadísticas del mercado.</li> <li>• base de datos específica de clientes potenciales, que están en busca de productos y servicios garantizando que estos sean adquiridos.</li> <li>• Opción de pauta digital en nuestras plataformas.</li> </ul> <p><b>CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prestación servicios por parte de talleres, por medio de localización por GPS para mayor accesibilidad al motero.</li> <li>• Información actualizada de nuevos productos y todo lo relacionado al mundo de las motos.</li> <li>• Marketplace con un gran catálogo de productos y servicios.</li> <li>• Experiencia de pagos seguros.</li> <li>• Acceso rápido y seguro a cualquier plataforma.</li> <li>• Los mismos consumidores finales podrán evaluar y dar calificativos de su actividad en el aplicativo y el relacionamiento con cualquier empresa suscrita.</li> <li>• Gran oferta de alternativas como restaurantes, tiendas deportivas, eventos deportivos y turísticos.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se creará una comunidad que sea capaz de mantener una credibilidad y transparencia en el mundo motero capitalino.</li> <li>• Relaciones directas con las empresas prestadoras y los clientes.</li> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Ofertas promocionales segmentados</li> <li>• Servicio personalizado</li> </ul> <p><b>Canales</b></p>  <p><i>¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web</li> <li>• Aplicativo móvil</li> <li>• Redes sociales</li> </ul>	<p><b>Segmentos de cliente</b></p>  <p><i>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crearemos valor a las empresas capitalinas prestadoras de servicio al gremio motero. Empresas dentro de la ciudad de Bogotá que ofrecen diferentes tipos de servicios, talleres mecánicos, pymes y mipymes comerciales de productos nacionales e importados, empresas dedicadas a las salidas recreativas y turísticas enfocadas al mercado de las motos quienes buscan satisfacer necesidades moteras en la capital.</li> <li>• Andrés Rodríguez de 27 años, administrador de empresas egresado de universidad privada, actualmente es estudiante de posgrado en áreas de mercadeo, trabaja como analista de mercado en una empresa multinacional en donde lleva trabajando 4 años y gana 5.000.000 mensuales, vive solo en un apartamento en el barrios cedritos, su estado civil es soltero pero tiene novia, su familia le da apoyo económico para el pago de sus estudios, en sus tiempos libre tarta de salir con su novia en moto a pueblos cercanos, es apasionado por las motos y le gusta recorrer caminos y trochas.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costes</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición base de datos de moteros</li> <li>• Desarrollo del aplicativo</li> <li>• Actualización constante del aplicativos para uso en todos los sistemas operativos</li> <li>• Nómina del personal administrativo</li> <li>• Trámites para legalización de la empresa</li> <li>• Publicidad digital</li> <li>• Creación de contenido audiovisual</li> <li>• Costos de instalación y ejecución tecnológica</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suscripción de empresas Moteras para pertenecer a nuestro grupo de aliados</li> <li>• Acceso plus para mejorar privilegios a consumidor final</li> <li>• Pauta publicitaria de empresas que su nicho de mercado sea a fin o cercano a las motos.</li> <li>• Manejo de clientes B2B y B2C.</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa

## Clientes

El cliente objetivo de A rodar, está enfocado en dos grandes canales uno B2B y otro B2C, esto se da por el hecho de que la empresa es un mediador entre personas naturales y empresas, convirtiéndonos en un canal con un mercado específico. A continuación, se detalla más específicamente las características de cada tipo de cliente.

### Cliente B2C

Nuestro segmento primordial serán las personas de 25 a 45 años, propietarios motocicletas de bajo y medio cilindraje, que viven actualmente en la ciudad de Bogotá, personas de estratos económicos 3 a 6, con ingresos superiores entre 4 a 10 salarios mínimos legales vigentes, aficionados al tema de motociclismo, con gustos por salidas recreativas y deportivas.

### Buyer Persona

Andrés Rodríguez de 27 años, administrador de empresas egresado de universidad privada, actualmente es estudiante de posgrado en áreas de mercadeo, trabaja como analista de mercado en una empresa multinacional en donde lleva trabajando 4 años y gana 5.000.000 mensuales, vive solo en un apartamento en el barrios cedritos, su estado civil es soltero pero tiene novia, su familia le da apoyo económico para el pago de sus estudios, en sus tiempos libre tarta de salir con su novia en moto a pueblos cercanos, es apasionado por las motos y le gusta recorrer caminos y trochas , trata de mantener en buen estado la moto ya que también la utiliza para ir a su trabajo, le gusta ver videos acerca de campeonatos de enduro y en redes sociales sigue todo tipo de cuentas relacionadas con temas de motos.

### Cliente B2B

Las micro, pequeñas y medianas empresas que se encuentren en el mercado de motocicletas aplica también para emprendimientos, ya sea ofreciendo servicios técnicos, asesoría, procedimientos, etc. o productos nacionales o importados relacionados a este mercado, que actualmente se encuentran ubicadas o tienes sedes en la ciudad de Bogotá, que cumplan requisitos de legalidad y seguridad.

### Propuesta de valor

A rodar, es la plataforma virtual que garantiza conectar de forma rápida y sencilla a usuarios de motocicletas con empresas que ofrecen productos y servicios exclusivos para este mercado, dentro de la plataforma los clientes personas naturales encontrarán una gran variedad de empresas dispuestas a ofrecer productos únicos y servicios personalizados, además de contar con un sistema GPS en donde podrá por medio de la geolocalización la ubicación de talleres y empresas cercanas que puedan suplir sus necesidades inmediatas, también la plataforma contará con un filtro exclusivo a la hora de hacer el registro que nos permitirá conocer muy bien al cliente y cada una de sus necesidades para poder ofrecer un servicio exclusivo que se adapte a sus necesidades, también podrán encontrar información acerca de charlas informativas, salidas recreativas y turísticas, descuentos en varios establecimientos por ser nuestros clientes, comunidades de moteros en donde podrán compartir sus experiencias y mucho más.

Para las empresas ofrecemos una base de datos muy específica y detallada de posibles clientes potenciales que desean adquirir sus productos o servicios, o que en caso tal estén muy interesados en lo que pueden ofrecer, permitiendo achicar el proceso de embudo de conversión eliminando procesos innecesarios a la empresa. También contará el servicio de pauta digital en nuestra plataforma y varios beneficios al convertirse en grandes aliados de A rodar.

Dentro de nuestra propuesta de valor contemplamos que esta sea de fácil acceso y beneficie a todos los que interactúen con la plataforma, dentro de esto tenemos múltiples beneficios tanto como para el cliente persona natural como para las empresas, dentro de estas está el acceso fácil y rápido, por medio de cualquiera de nuestros canales ya sea en una computadora ingresando al portal virtual o por un celular por medio de la aplicación, otro factor que podemos asegurar es que la plataforma es un medio seguro para cualquiera de nuestros clientes en donde la empresa entrará a evaluar muy bien cada uno de sus aliados para poder ofrecer productos y servicios que cumplan con altos estándares de calidad y servicio garantizando.

### Fuentes de ingreso

La empresa A rodar planea manejar dos tipos de modelos de monetización uno basado por publicidad, en el cual los aliados pautarán toda su publicidad en la plataforma permitiendo llegar a

todos nuestros clientes naturales y el modelo freemium en el que el cliente puede utilizar todas las funciones disponibles en la plataforma, pero para acceder a beneficios extra, se requiere de un upgrade para acceder de esos benéficos.

## 6. VALIDACION DEL MODELO DE NEGOCIO

### 6.1 Stakeholders

Para realizar la validación del proyecto se realizo un estudio en el que se aplico un modelo de entrevista a diferentes tipos de perfiles que interactúan en el mercado de estudio. Entre estos perfiles se encuentran aliados, clientes y usuarios, entre estos perfiles se destacan, moteros, deportistas extremos, mecánicos y emprendedores. En el siguiente cuadro visualizaremos un poco mejor la distribución de cada Stake Holder.

TABLA 3 STAKEHOLDERS

STAKEHOLDERS	PERFIL
Usuario	Moteros y deportistas
Cliente	Emprendedores, mecánicos, influencers, empresas comercializadoras y prestadoras de servicios.

Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa

### 6.2 Diseño de entrevista

Se diseño un modelo de entrevista en el cual se realizó diferentes tipos de preguntas para conocer acerca de las opiniones, preferencias e inquietudes que tiene cada uno de los usuarios y clientes acerca del proyecto, así mismo se buscó obtener datos acerca del tipo de moto que utiliza y los diferentes tipos de servicios que actualmente están solicitando. El objetivo fue intentar explicar el proyecto de una manera que no se sintiera forzada o inducida para que el entrevistado tuviera la libertad de contestar según su situación real y nos permitiera identificar diferentes tipos de

servicios en los cuales estarían interesados en adquirir. Se realizó la entrevista a diferentes tipos de perfiles de los cuales logramos obtener 78 respuestas.

## 6.3 Matriz de hallazgos

TABLA 4 MATRIZ DE HALLAZGOS

Datos del stake holder	Segmento de mercado	Canales de comunicación y distribución	Relacionamiento con el cliente	Propuestas de valor	Recursos Claves	Actividades clave	Aliados estratégicos	Estructura de Costos por Rangos	Ingresos
Andres Suares <b>Mecanico</b>	Cliente Talleres	Via Intranet	Cliente - Aliado	Recordatorios de mantenimientos, dependiendo la moto, no sólo los básicos, sino específicos que suelen olvidarse con el tiempo, también, solución rápida de problemas, una alternativa al mecánico que te diga los posibles orígenes de fallas en la moto, sólo con llenar cierto formulario con problemas típicos	Datos de la moto: Marca, modelo, cilindraje, estado actual de la moto. Aliados talleres.	Consulta y Manejo de la información del cliente y suministro de notificaciones	Aliados - Talleres.	Servicios de: \$15,000 a \$600,000 Productos de: \$10,000 a \$300,000	15% del valor del servicio prestado por el Aliado / 10% por compra de producto en la App
Alvaro Montes <b>Motero</b>	Cliente Consumidor Final	Comunicacion y soporte via App / Distribucion y prestacion del servicio directamente con el Aliado	Cliente	Opciones faciles para adquirir el SOAT, que genere recordatorios de vigencia, y así mismo ofrezca un catalogo con diferentes opciones para adquirir uno nuevo.	Datos de la moto: Marca, modelo, cilindraje, lugar residencia.	Consulta y Manejo de la información del cliente y direccionamiento al aliado para generar oferta.	Aliados - Empresas de seguros.	N/A	15.000 pesos Mensuales por acceso VIP
Juan Pablo Novoa / bikefriend <b>Motociclista Profesional</b>	Influencer	Via Intranet	Cliente - Aliado	Generar espacios donde se pueda compartir abiertamente experiencias y trayectoria con la comunidad.	Manejo redes sociales, historial del cliente final.	Usar los datos para segmentar el tipo de cliente e incorporarlos a su grupo ideal.	Aliados - Empresas de Eventos.	Servicio de coach para manejo de diferente tipos de motos desde: \$50.000 a \$150.000	15% del valor del servicio prestado por el Aliado
Alexander Rios <b>Deportista Amateur</b>	Cliente Consumidor Final	Comunicacion y soporte via App / Distribucion y prestacion del servicio directamente con el Aliado	Cliente	Servicio de GPS, indicador próximo mantenimiento, marcador de horas de uso de la moto. Emergencia de accidentes. Experiencias en cuánto a fallas técnicas.	Datos de la moto: Marca, modelo, cilindraje, estado actual de la moto. Datos del cliente.	Manejo de datos de localizacion y validados para servicios inmediatos (tecnicos y seguridad).	Aliados - Empresas seguros, talleres.	N/A	15.000 pesos Mensuales por acceso VIP
Yhonatan Lopez <b>Emprendedor</b>	Cliente Local comercial	Via Intranet	Cliente - Aliado	Mapas con informacion de parqueaderos y zonas seguras/inseguras incluyendo costos, locales amigables con el motociclista	Ubicación del cliente. Datos Empresas Aliadas comerciales.	Resportes de vias seguras, basadas en experiencias de otros usuarios	Aliados servidores de geocalización	Lista de Precios de comida y bebida entre: \$3.000 a \$27.000	10% por compra de producto en la App

Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa

## 6.4 Validación del modelo

Se diseñó un estudio de mercado para poder identificar los diferentes problemas que se presentan en el uso cotidiano de una motocicleta; tuvimos una muestra de 78 motociclistas quienes aportaron ideas claras y posibles soluciones de las problemáticas que se manifiestan en la vida de un motero.

Al revisar los resultados encontramos concordancia con las propuestas expuestas en el plan de negocio y algunas posibles ramificaciones que se pueden abarcar en los pilares que brindaría el aplicativo.

Lo más relevante encontrado fue:

- Que el 69,2% de los motociclistas en la capital colombiana están entre los 20 y 30 años.
- El 48,7% usan motocicletas menores a los 150cc.
- El 82,1% son motocicletas de uso diario.
- El 47,4% está dispuesto a usar una aplicación que facilite el uso de su motocicleta.

Con nuestro estudio de mercado podemos corroborar que las ideas planteadas en el plan de negocio como posibles soluciones a la problemática son acertadas; aunque los motociclistas aceptan que las necesidades como mecánico al instante, tienda de repuestos y accesorios online, comunidad motera, eventos de motos, noticias y novedades y mapas de cafeterías, restaurantes u hoteles para moteros, son necesarias nos invitan a involucrar a más aliados que pueden prestar servicios por la misma plataforma como guía mecánica, Homologaciones de repuestos, Compartir las rutas recorridas con GPS de otros moteros y Emergencias de accidente.

En nuestro plan de negocio planteamos los objetivos básicos como pilares que se abren y muestran al consumidor los diferentes servicios y productos necesarios para un motociclista. Por eso decidimos en Perseverar la idea de negocio y adaptar las nuevas sugerencias que el mercado de moteros vaya necesitando dado que el plan de negocio permite añadir fácilmente nuevas alternativas de servicios y productos que se necesiten y nuestros Aliados puedan satisfacerlas.

Podemos decir que el negocio es económicamente rentable ya que estamos generando utilidades al prestar un servicio de penetración de mercado a nuestros aliados que no pueden hacerlos solos por sus diferentes limitaciones, en lo social es importante abarcar ese gremio motero que es estigmatizado y su entorno no ha tenido las mejores inversiones para potencializar el mercado donde a los fabricantes solo les interesa aumentar las ventas de motocicleta pero no satisfacen las necesidades que presenta la comunidad motera; y ambientalmente estamos facilitando al motociclista alternativas que mantengan su vehículo amigable y seguro con la naturaleza y así puedan usarlo para todas las actividades que esta puede hacer.

Es un negocio sostenible ya que tiene permanencia en el tiempo además que el motociclista tendrá siempre necesidades similares, aunque su automotor cambie sus especificaciones con el tiempo.

Gracias al estudio realizado tenemos las primeras categorías en la cuales nuestra plataforma se enfocará ya que genera el mayor interés entre los motociclistas, estos son:

- Mecánico al instante
- Tienda de repuestos y accesorios online
- Mapas con información exclusiva para moteros
- Eventos

Esto nos permite generar un camino a seguir en el desarrollo de la plataforma logrando tomar las decisiones adecuadas que nos permitan conectar a las empresas con el cliente final.

## **7. JUSTIFICACION DEL NEGOCIO**

A rodar es una empresa que utiliza su aplicativo y plataforma virtual como intermediador entre empresas y clientes finales en donde se comercializan productos y servicios exclusivos para los usuarios de motos de todo tipo de cilindraje en la ciudad de Bogotá y el departamento de Cundinamarca.

El proyecto tiene como objetivo llegar a todo el mercado de motociclistas ofreciendo, un si fin de productos que son de gran utilidad para estos usuarios, esto con el fin de poder abarcar el mercado completo de motociclistas sin discriminar el tipo de moto, cilindraje, años de antigüedad, uso. Así mismo se busca que una gran cantidad de empresas que se encuentran en el mercado como emprendimientos, manufactura, servicios etc. se vinculen con la plataforma generando para esta un canal para llegar sus clientes de una forma rápida y efectiva.

Dentro del área de las empresas, se busca que se una a la plataforma todo proyecto que este enfocado o que maneje el mercado de las motos, desde restaurantes, blogueros, mecánicos, agencias, empresas pequeñas y empresas grandes. Buscamos que este proyecto sea una ventana para que este tipo de empresas logre comercializar todo tipo de productos y servicios que ofrezcan.

Logramos identificar que muchos moteros están dispuestos a utilizar una aplicación que les ayude a resolver la mayoría de problemas que se presentan cotidianamente, esto nos garantiza que si logramos enfocar los objetivos de la empresa en esos problemas específicos ya antes descritos podríamos garantizar el uso de la plataforma, lo cual generaría una ventaja para las empresas que presenten este tipo de servicios y productos dentro de su oferta, aumentando sus posibilidades que generar una conversión.

## **8. ANALISIS DE SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO**

El reto de toda organización es lograr que su proyecto sea sostenible económica, ambiental y socialmente en donde el desarrollo de su actividad no interrumpa o genere algún tipo de consecuencia negativa en la sociedad afectando el mercado u otros factores. En el caso de A Rodar, analizamos el proyecto desde diferentes perspectivas tratando de justificar el cómo interactúa con cada uno de los ejes principales ya antes mencionados, tratando de reconfirmar la viabilidad del proyecto.

### **8.1 Eje económico**

Este modelo de negocio es altamente sostenible en el ámbito económico ya que está disponible para que el cliente o usuario final acceda de manera gratuita a todos los servicios que ofrece la

plataforma, esto con el fin de atraer a todo tipo de cliente sin necesidad de que esté bancarizado digitalmente, también existe otra opción que consiste en un upgrade en el cual el cliente realiza un pago por una plataforma con productos y servicios más especializados y personalizados. Pero el principal ingreso se genera con las empresas aliadas que se quieran unir al gran portafolio de productos y servicios que ofrece A rodar. Esto por medio del de comisiones de las transacciones realizadas por medio de la plataforma y otra forma también es por medio de la pauta digital en todos nuestros canales y redes.

## **7.2 Eje social**

En el eje social A rodar ayudara a muchas empresas como startups y emprendimientos a generar mayores ventas ya que les permitirá llegar al cliente final de una forma más rápida y efectiva, A rodar funcionara como embudo de conversión permitiendo llegar a los clientes que buscan un producto específico, esto evitara que empresas pequeñas que no tienen el poder para realizar estudios de mercado logre identificar cuál es su tipo de cliente de una forma rápida evitando costos extra que puedan interrumpir el crecimiento del emprendimiento.

Así mismo A rodar apoyara el crecimiento de estos proyectos por medio de capacitaciones enfocadas al mercadeo para que conozcan mejor a sus clientes y puedan mejorar en el desarrollo de su producto o servicio, esto con el fin de que las empresas se sientan como un aliado mas no como un cliente más.

## **7.3 Eje ambiental**

Al tratarse de un proyecto digital que genera un servicio conexión entre el cliente final y la empresa, no genera ningún tipo de residuo solido que pueda afectar el medio ambiente, por su naturaleza de origen. Sin embargo, en el mercado en el que funcionara el proyecto si existe diferentes tipos de riesgos ambientales, principalmente con el tema de la emisión de gases y fluidos de los automotores, A rodar busca dar seguridad por medio de los datos que nos generan cada uno de los usuarios, desarrollando un seguimiento del uso y estado del vehículo para poder brindar un mecánico que mantenga los automotores al día con las reglamentaciones nacionales. Con esto también buscamos que los vehículos se mantengan reglamentados ante el ministerio de transporte y cumplan con las normas técnico mecánicas exigidas.

## 9. CRONOGRAMA



A continuación, presentaremos el cronograma de actividades a realizar para el desarrollo del proyecto final.

TABLA 5 MATRIZ DE HALLAZGOS

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA DESARROLLO DEL PROYECTO FINAL</b>				
Etapa / Periodo	trimestre 1	trimestre 2	trimestre 3	trimestre 4
Introducción del proyecto				
Análisis del sector				
Estudio de Mercado				
Estudio tecnico del desarrollo del proyecto				
Prueba piloto				
Estudio administrativo y legales				
Analisis financiero				
Enfoque sostenible				
Conclusiones recomendaciones y entrega final				

Fuente: Elaboración propia de los autores Jhony Malagón Y Santiago Pepinosa

## REFERENCIAS

- DON PACHO EN MOTO (JUNIO, 2012). (@don\_pacho\_en\_moto) [página de Instagram]. "COLOMBIANO PRIMERO CONOCE COLOMBIA" co   Acompañame a descubrir Colombia por medio de épicas aventuras. 11 de abril 2020, Obtenido de [https://www.instagram.com/don\\_pacho\\_en\\_moto/?hl=es-l](https://www.instagram.com/don_pacho_en_moto/?hl=es-l)
- EL MOTERO S.A.S. (OCTUBRE, 2019). Las motocicletas en Colombia. 2020, 19 DE MARZO, de CAMARA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y ANDI Recuperado de [http://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20Motos%202019%20\(1\).pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20Motos%202019%20(1).pdf)
- EDITORIAL. (SEPTIEMBRE, 2018). Motos que contaminan. 2020, 19 de marzo, de EL TIEMPO Recuperado de <https://www.eltiempo.com/opinion/editorial/motos-que-contaminan-contaminacion-del-aire-267784>
- FRANCISCO R. (AGOSTO, 2019). ASÍ SON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE SEGURIDAD ACTIVA EN MOTOCICLETAS. 2020, 19 de marzo, de AUTOS RODANDO Recuperado de <https://www.autosrodando.com/asi-son-las-nuevas-tecnologias-de-seguridad-activa-en-motocicletas/>
- MINISTERIO DE TRANSPORTE. (MAYO, 2019). Resolución 1080 de 2019. 2020, 19 de marzo, de safetya Recuperado de <https://safetya.co/normatividad/resolucion-1080-de-2019/>
- NEIRA L. (JUNIO, 2019). CONSUMIDORES EN COLOMBIA PREFIEREN COMPRAR CARRO VIEJO Y MOTO NUEVA. 2020, 19 de marzo, Diario La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/empresas/consumidores-en-colombia-prefieren-comprar-carro-viejo-y-moto-nueva-2873785>.
- PISTAS EL RETO (MAYO, 2013) (@pistaselreto). [página de Instagram]. Pista Alquiler de motos, Clases, Domina tu Moto100%, instructores calificados y a los mejores precios. 11 de abril 2020, Obtenido de <https://www.instagram.com/pistaselreto/?hl=es-la>
- PRESIDENCIA. (JULIO, 2019). Entró en vigencia Ley que regula las emisiones de gases contaminantes de vehículos de ACPM y motocicletas. 2020, 19 de marzo, de GOV.CO Recuperado de <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190719-Entro-en-vigencia-Ley-que-regula-las-emisiones-de-gases-contaminantes-de-vehiculos-de-ACPM-y-motocicletas.aspx>
- RUNT (ENERO, 2019) PARQUE AUTOMOTOR REGISTRADO EN RUNT. 29/MARZO/2020, Recuperado de [https://www.runt.com.co/runt-en-cifras/parque-automotor?field\\_fecha\\_de\\_la\\_norma\\_value%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2019](https://www.runt.com.co/runt-en-cifras/parque-automotor?field_fecha_de_la_norma_value%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2019).

- REVISTA VEC. ( SEPTIEMBRE, 2019). LAS MOTOS ELÉCTRICAS TAMPOCO TENDRÁN ARANCEL EN COLOMBIA. 2020, 19 DE MARZO, de AUTEKO Recuperado de <https://www.vehiculoselctricos.co/las-motos-electricas-tampoco-tendran-arancel-en-colombia/>
- SHEINA P . (OCTUBRE, 2018). LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ COLOMBIANA EN LA ACTUALIDAD. 2020, 19 DE MARZO, de NOTICIAS AUTOMOTOR Recuperado de <https://www.cvn.com.co/industria-automotriz-colombiana/>
- SCHNIEPP, H. ,(1968). Combustibles fósiles. 2020, 19 marzo, de CONICET MENDOZA de Recuperado de <https://www.mendoza.conicet.gov.ar/portal/enciclopedia/terminos/CombustFos.htm>
- TURER COLOMBIA (JULIO, 2016). (@turercolombia). [página de Instagram]. Ahora es momento de quedarnos #EncasaConTurer 🏠  
Prendas de protección para motociclistas  
Compra Online 🖱️ Envíos a toda Colombia co. 11 de abril 2020, Obtenido de <https://www.instagram.com/turercolombia/?hl=es-la>
- THOMAS FOOD (ABRIL, 2016) (@thomas\_food). [página de Instagram]. ¿Hamburguesa con queso Paipa y bocadillo veleño.? 🍔👍  
Cocinando una experiencia #santandereana y explorando el sabor artesanal de #boyaca. 11 de abril 2020, Obtenido de [https://www.instagram.com/thomas\\_food/?hl=es-la](https://www.instagram.com/thomas_food/?hl=es-la)

## ANEXOS

## Anexo 1 FORMATO DE ENCUESTA

# AMANTES DE LAS DOS RUEDAS

Se realizará un estudio de mercado al segmento de los motociclistas para analizar los datos y satisfacer sus necesidades frente a problemáticas encontradas en su entorno. \*Obligatorio

1. 1) ¿Que edad tiene? \*

*Marca solo un óvalo.*

- 15 a 20 años 21
- a 30 años 31 a
- 40 años mas de
- 41 años

2. 2) ¿Que cilindraje es su moto? \*

*Marca solo un óvalo.*

- 50cc a 150cc
- 151cc a 250cc
- 251cc a 600cc mas
- de 601cc

3. 3) ¿Por qué usa moto? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Pasión por las 2 ruedas
- Evitar el uso de transporte publico
- Eficiencia en movilidad
- Deporte
- Otro:

4. 4) ¿Con que frecuencia usa su moto? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Todos los días
- Los fines de semana
- Menos de 2 veces al mes

5. 5) ¿Si su moto no enciende que es lo primero que hace? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Llamar al mecánico y seguir sus instrucciones
- Intentar solucionarlo por su cuenta llamar grúa
- para que la revise el mecánico
- Consultar con amigos la posible solución

6. 6) ¿Prefiere comprar refacciones que su moto necesita en tiendas físicas u online? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Físicas
- Online

7. 7) ¿Encuentra fácilmente parqueaderos para su moto? \*

*Marca solo un óvalo.*

Sí

No

8. 8) ¿Le gusta salir a rodar con amigos moteros? \*

*Marca solo un óvalo.*

Sí.

En ocasiones.

Cuando hay eventos.

No.

Otro:

\_\_\_\_\_

9. 9) ¿Pertenece alguna comunidad relacionada con su moto? \*

*Marca solo un óvalo.*

Sí

No

10. 10) ¿Usa aplicaciones que le faciliten el uso, mantenimiento, guía o soporte para su moto? \*

\*

*Marca solo un óvalo.*

Sí

Sí, pero no son tan efectivas.

No, pero si estaría dispuesto a usar.

No

11. 11) ¿Si una App ofreciera varias alternativas para moteros; cuales le gustaría tener a su disposición? Seleccione tantas como guste. \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Mecánico al instante
- Tienda de repuestos y accesorios online
- Comunidad motera
- Eventos de motos
- Noticias y novedades
- Mapas de cafeterías, restaurantes u hoteles para moteros.

12. 12) Si esta App existiera ¿ que funciones diferentes a las ya antes mencionadas le gustaría que tuviera? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Estan completas.
- Otro:

---

13. 13) Si tuviera la oportunidad de tener esta App ¿Cree que resuelve sus necesidades como motero?

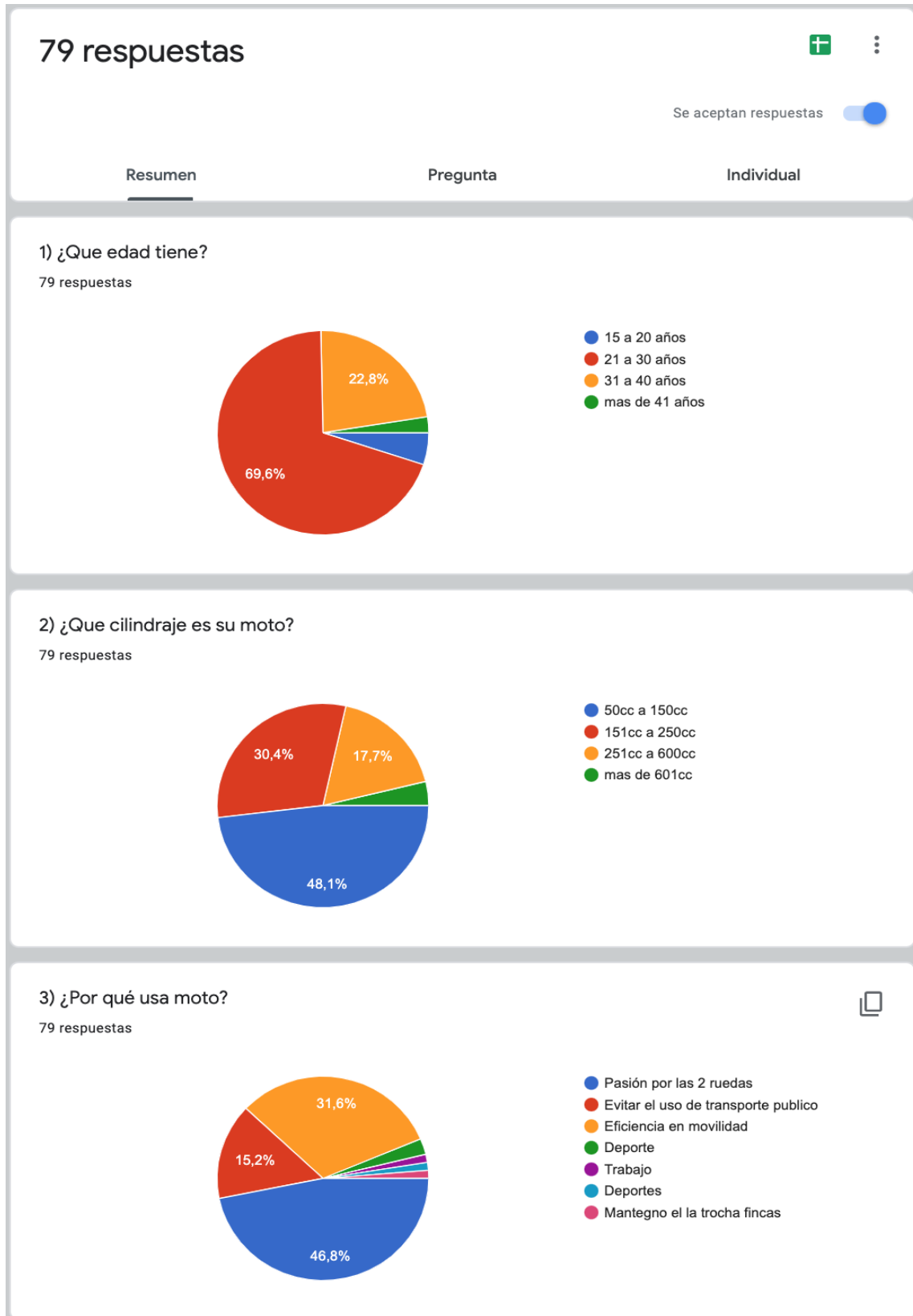
*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

**GRACIAS POR PARTICIPAR EN ESTE ESTUDIO DE MERCADO**

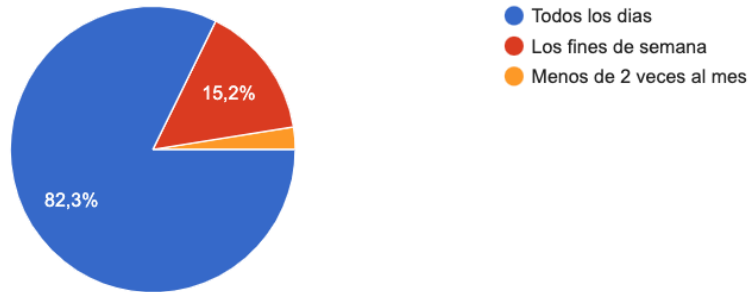


## Anexo 2 RESPUESTAS DE ENCUESTA



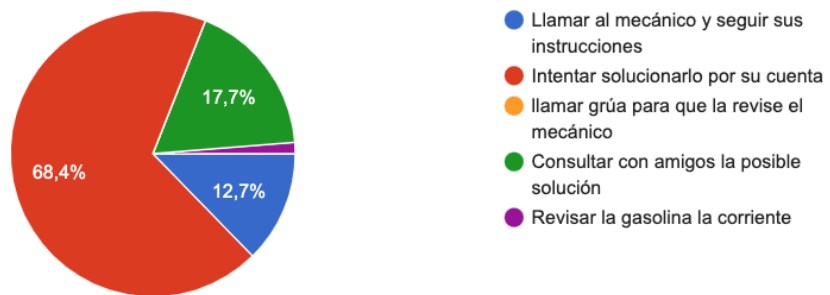
#### 4) ¿Con que frecuencia usa su moto?

79 respuestas



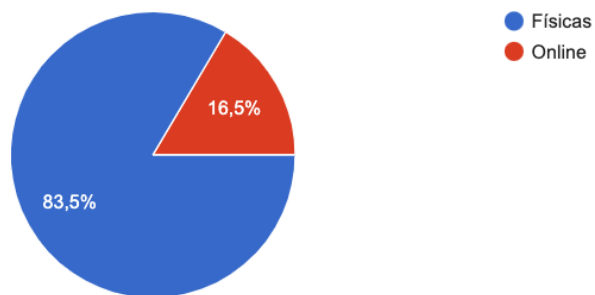
#### 5) ¿Si su moto no enciende que es lo primero que hace?

79 respuestas



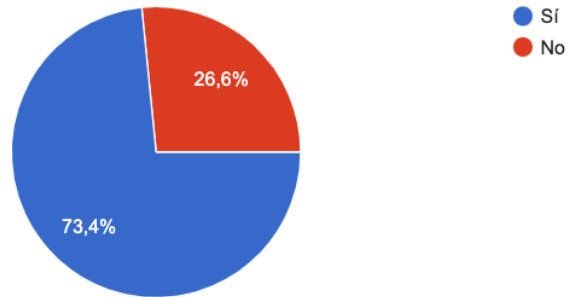
#### 6) ¿Prefiere comprar refacciones que su moto necesita en tiendas físicas u online?

79 respuestas



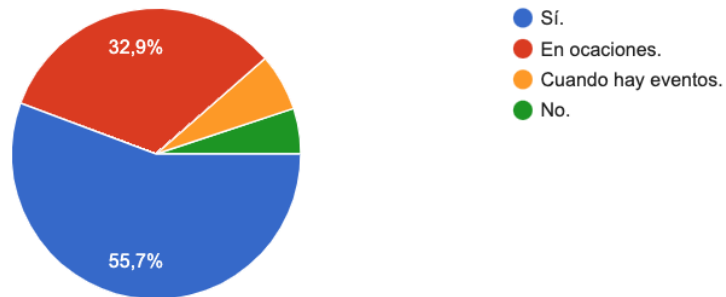
7) ¿Encuentra fácilmente parqueaderos para su moto?

79 respuestas



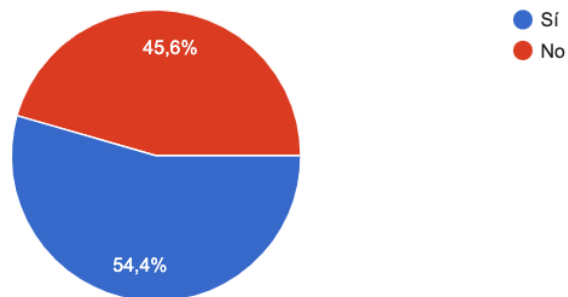
8) ¿Le gusta salir a rodar con amigos moteros?

79 respuestas



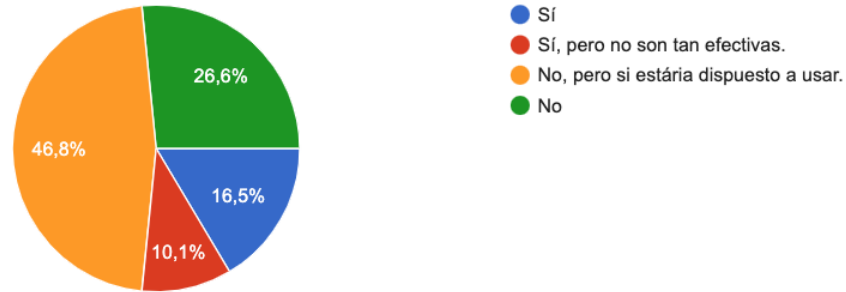
9) ¿Pertenece alguna comunidad relacionada con su moto?

79 respuestas



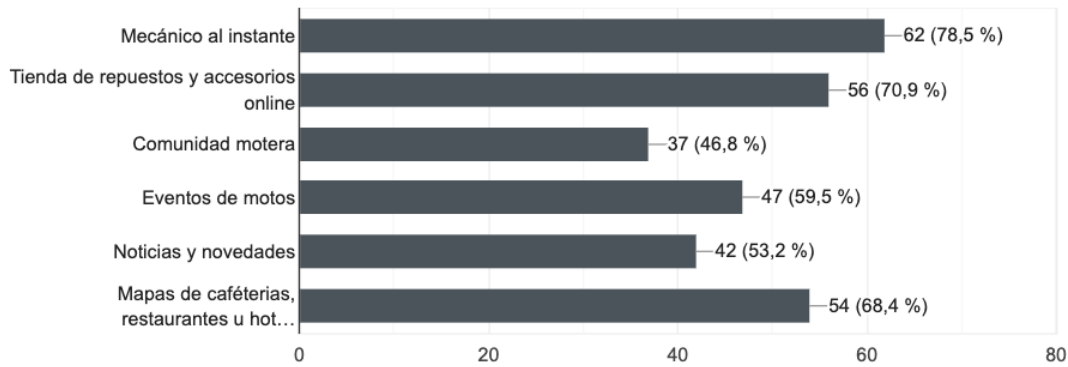
10) ¿Usa aplicaciones que le faciliten el uso, mantenimiento, guía o soporte para su moto?

79 respuestas



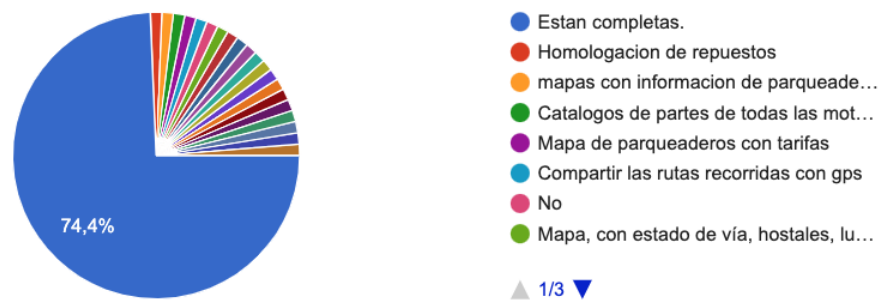
11) ¿Si una App ofreciera varias alternativas para moteros; cuales le gustaría tener a su disposición? Seleccione tantas como guste.

79 respuestas



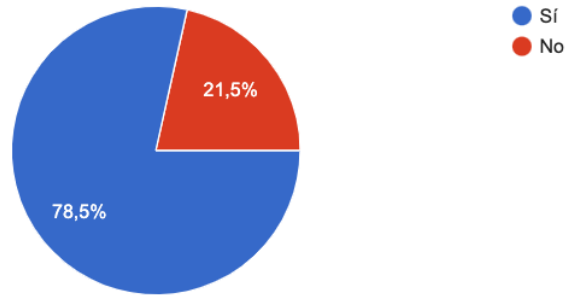
12) Si esta App existiera ¿ que funciones diferentes a las ya antes mencionadas le gustaría que tuviera?

78 respuestas



13) Si tuviera la oportunidad de tener esta App ¿Cree que resuelve sus necesidades como motero?

79 respuestas



## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo SANTIAGO ARTURO PEPINOSA BASTIDAS

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1.015.435.028

Nombre Completo JHONY ALEXANDER MALAGON BERNAL

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1.014.248.659

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

### PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE MEDIANTE UNA PLATAFORMA VIRTUAL CONECTE A USUARIOS CON SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA LOS AMANTES DE LAS 2 RUEDAS EN BOGOTÁ.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A.** Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B.** Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C.** Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D.** Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E.** Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F.** Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: SANTIAGO ARTURO  
PEPINOSA BASTIDAS

FIRMA:



NOMBRE COMPLETO: JHONY ALEXANDER MALAGON  
BERNAL

FIRMA:



DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1.015.435.028

FACULTAD: administración, finanzas y ciencias  
económicas

PROGRAMA ACADÉMICO: GERENCIA DE MERCADEO

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1.014.248.659

FACULTAD: administración, finanzas y ciencias  
económicas

PROGRAMA ACADÉMICO: GERENCIA DE MERCADEO

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: \_\_\_\_\_

FACULTAD: \_\_\_\_\_

PROGRAMA ACADÉMICO: \_\_\_\_\_

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: \_\_\_\_\_

FACULTAD: \_\_\_\_\_

PROGRAMA ACADÉMICO: \_\_\_\_\_

Fecha de firma: 7 SEPTIEMBRE 2020