



Plan de Negocios para la Creación de la Tienda de Patines Rioroller

Autor(es)

Nataly Ramírez

Trabajo de grado presentado para optar por el título de Administrador de Empresas

Asesores

Juan Carlos Bañol Betancur

Juan Esteban Rodríguez Gómez

Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAULA)

Facultad de Administración

Administración de Empresas

Medellín, Antioquia, Colombia

2023

Tabla de Contenido

Dedicatoria y Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Introducción.....	6
Aproximación al Problema.....	8
Objetivos	11
Objetivo general	33
Objetivos específicos	11
Justificación.....	12
Metodología	15
Desarrollo	25
Requerimientos Legales Para La Creación De La Tienda.....	25
La Constitución Política Colombiana	25
Ley 1480 de 2011	25
Ley 1581 de 2012.....	25
Código de Comercio	26
Código Sustantivo del Trabajo.....	27
Trámites y Procedimientos Administrativos para la Creación de una Empresa en Colombia	28
Sector Económico.....	31
La Empresa.....	32
Productos y Servicios.....	33
La Organización	34
Análisis de Mercado y Consumidor Objetivo.....	36
Presentación de Resultados Obtenidos en el Trabajo de Campo	37
Canvas.....	63
Segmento de Clientes	64
Propuesta de Valor.....	65
Canal.....	67
Relación con los Clientes	68
Flujo de Ingresos	69
Recursos Clave	70
Actividades Clave.....	73

Aliados Clave.....	73
Estructura de Costes	74
Análisis financiero	76
Conclusiones.....	78
Referencias.....	80
Vínculos.....	81

Dedicatoria y Agradecimientos

Cada despertar doy gracias a Dios y la Virgen por la oportunidad de vivir, por mi bienestar y el de mis seres queridos, hoy adicional a ello, agradezco también a aquellas personas que de una u otra manera estuvieron a mi lado, quizá sin darse cuenta, motivándome para ser cada día mejor persona, con una sonrisa, un abrazo, un mensaje, un consejo, una llamada o simplemente por existir.

A mi mamá Ofelia Ramírez Cifuentes, por ser mi mejor modelo de mujer perseverante y resiliente.

A mis hermanos Juan Guillermo Echeverri Ramírez y Leydy Johana Martínez Ramírez, por brindarme una mano en los momentos más difíciles.

A mi pareja Javier Botero Gómez por su cariño, su ejemplo emprendedor y por supuesto, su apoyo desinteresado que en tiempos difíciles fue mi esperanza.

A mi compañera de clase Alejandra Martínez Serna, por estar dispuesta a ayudarme en todo momento.

A Miriam Restrepo por guiarme y resolver mis inquietudes.

A mis profesores de la Universidad, Juan Fernando Jiménez Hurtado, Laura Gertrudis Bañol Betancur y David Sardi Marín. Especialmente a Juan Carlos Bañol Betancur y Juan Esteban Rodríguez Gómez, quienes, de manera incondicional, en todo momento, por cualquier medio, estuvieron disponibles y prestos a ayudarme.

Y a mis amigos patinadores, quienes me inspiraron para crear la tienda de patines.

Este trabajo no hubiese sido posible sin el apoyo de las personas mencionadas, sobre todo, sin la ilusión que creció en mí, de cumplir el sueño de ser una mujer profesional al

culminar mi pregrado en administración de empresas en una universidad con enfoque humanista.

“Que todo marche sobre ruedas”

Resumen

El presente plan de negocios, fue realizado porque se encontró la oportunidad de dar solución a una problemática en el Oriente Antioqueño, respecto a algunas necesidades mencionadas por los patinadores de dicha región, en cuanto a la falta de acceso directo a los productos, repuestos y accesorios, para practicar este deporte (patinaje) en las diferentes modalidades.

A partir de la información y las observaciones hechas en algunas variables del mercado de patinaje en el Oriente, se ve la necesidad de llevar a cabo, un trabajo de campo para indagar y conocer el segmento del mercado en el Oriente Antioqueño, por consiguiente, se aplica una encuesta de 24 preguntas cerradas, con opciones de respuesta, a una muestra de 220 patinadores de los Municipios de Rionegro, La Ceja, El Carmen de Viboral, Santuario, Marinilla y Guarne, por medio de un instrumento de recolección de información, para sustentar dicha necesidad con datos precisos.

Se aplica una metodología mixta, para recolectar y analizar los datos cualitativos y cuantitativos, con la ayuda de unos pasos tomados de la guía de plan de negocios de la Cámara de Comercio de Medellín. Después se procesan los datos y se cruzan con el lienzo canvas.

Los resultados obtenidos en el estudio, son contundentes en el sentido que existe una necesidad latente para los deportistas patinadores en el Oriente Antioqueño, permitiendo de esa manera abrir una tienda física especializada, para la comercialización de patines con viabilidad, comercial, administrativa y financiera, ya que del 100% de los encuestados, el 85%

prefiere hacer sus compras en una tienda física en vez de virtual y el 53% dice que ha realizado sus compras en Medellín.

Palabras clave: Plan, negocios, mercadeo, viabilidad, administración, comercial, encuesta, datos, información.

Introducción

Resulta verdaderamente útil para el emprendedor, que se motive a hacer un plan de negocios, antes de ejecutar cualquier tipo de negocio, debido a que, con este plan, se logra tener claros los objetivos. Para esto, debe estar estructurado y, en lo posible, reunir toda la información necesaria que permita conocer los diferentes escenarios y variables a las que el emprendedor se pueda enfrentar.

La idea de configurar un plan de negocios para una tienda especializada en la venta de patines, surge desde un acercamiento a la práctica del patinaje como deporte hace 6 años en Medellín y, al ver el crecimiento que ha tenido, se vio potencial para generar ingresos mezclando la pasión por este deporte, la experiencia laboral en áreas de mercadeo y los estudios realizados en administración de empresas.

En el Municipio de Rionegro, en el año 2020, se encuentra que hay una oportunidad de atender las necesidades en las tendencias deportivas del patinaje en el oriente antioqueño en cuanto a la comercialización de patines, repuestos y accesorios. Este documento tiene como finalidad construir un plan de negocio que permita definir por medio de unos objetivos, ¿Qué hacer? y ¿Cómo hacer? para gestionar el montaje de una tienda deportiva especializada en la comercialización de artículos para la práctica de deportes sobre ruedas (patinaje) en el municipio de Rionegro Antioquia y que atienda a la población del oriente cercano, municipios como Guarne, Marinilla, Santuario, El Carmen de Viboral y La Ceja; específicamente.

El plan de negocios que se elabora para esta iniciativa, contiene la aproximación al problema presentado por los patinadores en el Municipio de Rionegro y el Oriente cercano debido a las pocas opciones que disponen para acceder a los patines, accesorios, repuestos y mantenimiento para la práctica de patinaje en las diferentes modalidades. Igualmente, establece los objetivos general y específicos definidos para lograr dar solución a dicha problemática, conforme a ello, se justifica la necesidad de una tienda especializada en la venta de patines, seguidamente se explica la metodología con la que se llevará a cabo el plan de negocios, asimismo, se presentan las leyes, normas y reglamentos necesarios para dar fundamento al plan de negocios, llegado a este punto se desarrolla el plan de negocios con base a una guía de la Cámara de Comercio para Medellín y el lienzo canvas de Alexander Osterwalder. Una vez hecho este ejercicio, se presentan las conclusiones que orientan la toma de decisiones de carácter administrativo, logístico, técnico y financiero.

Aproximación al Problema

En el Oriente Antioqueño, el comercio tiene un gran avance, como lo manifiesta la Cámara de Comercio de esta región:

En el Oriente Antioqueño el sector más importante es el terciario con casi cuatro quintas partes del tejido empresarial, destacándose el sector de servicios con un (47.3%) y el sector comercio con un (38.1%) de participación, por lo que ocupa un espacio importante en la economía de Antioquia. (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, 2021) p. 54)

En particular el municipio de Rionegro, representa hoy una gran oportunidad para los nuevos emprendedores, ya que su crecimiento y desarrollo, hacen que aumente su población y se generen nuevas necesidades muy particulares, especialmente en el sistema deportivo. Esto último, debido a los cambios o modificaciones que se han producido en el entorno nacional, a causa del virus COVID-19 catalogado como pandemia, que generó unas estrategias por parte del estado para cuidar la salud de los colombianos, las organizaciones en torno a la industria deportiva y las necesidades de recreación de las personas.

Según un artículo científico sobre los “beneficios de la práctica de actividad física durante la pandemia generada por el Covid-19”, publicado por estudiantes de deporte de la Universidad Luis Amigó, de Medellín:

En la población adulta joven, el 87,1 % manifestó que le gusta realizar ejercicio y el 81,9 %, realizaban ejercicio antes del confinamiento, mencionando, dentro de ellos, los ejercicios cardiovasculares (25 %), gimnasio (15,5 %) y otras actividades, tales como caminar, natación, judo, fútbol, baloncesto y ciclismo (44,6 %).

Al realizar una encuesta con preguntas relacionadas con la práctica de actividad física a 606 personas de Medellín, se identificó que los jóvenes perciben el deporte como algo que les ayuda no sólo a mantener el bienestar físico sino también psicológico. (Posada López & Vásquez López, 2022, p. 4)

Conforme a lo anterior, el interés por el ejercicio ha tenido un crecimiento, y, considerando que, los diferentes líderes y profesores de grupos y clubs de patinaje contactados personalmente y por redes sociales, como Kroller, Rioroller y Crow Roller de “patinaje agresivo”, Club de Patinaje José María Córdoba, Club de Patinaje Halcones, Club de Patinaje Leones de Rionegro, Club de Patinaje Esparta de Marinilla, Club de Patinaje Correpatin de el Retiro, Club de Patinaje Cpatin y Club de Patinaje Jumbo Acosta de la Ceja. Al conversar con ellos sobre la práctica de patinaje en el Oriente Antioqueño, indicaron que desde que el gobierno central y municipal, permitió practicar deporte al aire libre y se pudo abrir los clubs y espacios deportivos de patinaje, se aumentó la asistencia de deportistas, niños, jóvenes y adultos en sus diferentes modalidades de patinaje.

En el año 2021, se desarrolló un trabajo de campo en el Municipio de Rionegro y los demás Municipios del Oriente Cercano, para identificar las necesidades de los patinadores, ejercicio que contó con una muestra de 15 personas que lideran grupos y club y que patinan frecuentemente. Los resultados obtenidos dieron cuenta que existen necesidades específicas, como son entre otras, no contar con variedad de productos que se requieren alrededor de este deporte, patines de diferentes diseños, repuestos y accesorios para la práctica de diferentes modalidades (agresivo, fitness, recreativo, artísticos, profesionales y semi profesionales, urbanos etc.). En consecuencia, las opciones de tiendas para conseguir los repuestos y accesorios del patín por separado, reparación, garantías, mantenimiento, cambios, protección y accesorios, son escasas.

Los patinadores en general deben trasladarse a la ciudad de Medellín para comprar lo que necesiten, esto les genera una inversión adicional en tiempo y dinero, ya que deben pagar pasajes o peajes. También tienen la opción de comprar en línea, sin embargo, a parte del costo de envío, para ellos resulta complejo adquirir los patines, debido a que, quedan supeditados a lo que les informan telefónicamente o virtualmente, por lo que, no es posible medirse los patines o comparar materiales y deben acomodarse a la talla que les llegue o arriesgarse a que no sea como lo vieron en fotos o videos.

En razón a lo anterior, se genera una expectativa y oportunidad de negocio, la cual será objeto de estudio y tratamiento en este trabajo, relacionando para ello diferentes variables, dentro de las cuales está la creación de una tienda especializada en la venta, reparación y mantenimiento de patines.

Objetivos

Objetivos específicos

- Analizar el mercado para la comercialización de patines, repuestos y mantenimiento, en el Municipio de Rionegro y su oriente cercano, para el primer semestre del año 2022.
- Establecer los aspectos de orden normativo y administrativo requeridos para configurar la tienda de patines.
- Evaluar la viabilidad financiera y funcionamiento de la operación de la tienda de patines en el Municipio de Rionegro y su oriente cercano.

Justificación

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud, en su plan de acción mundial sobre actividad física 2018-2030:

Además de los múltiples beneficios para la salud que entraña la actividad física, las sociedades más activas pueden generar otros beneficios, como un menor uso de combustibles fósiles, un aire más limpio y carreteras menos congestionadas y más seguras. (OPS & OMS, 2019, p. 6)

Para contribuir a lo mencionado en el párrafo anterior, existen diferentes deportes que se componen de un desplazamiento con tracción humana, que además son una oportunidad para movilizarse entre los municipios por las ciclo rutas, evitando trancones en medios de transporte, ahorrando pasajes o gasolina y contribuyendo al medio ambiente. Entre estos deportes está el patinaje que, sin importar la modalidad, ya sea artístico, urbano, agresivo, profesional o semiprofesional, cumple con las expectativas de salud y movilidad de quien lo practica.

Para desarrollar esta iniciativa se selecciona el Oriente antioqueño, puesto que, algunos Municipios como Guarne y Rionegro cuentan con grandes pistas de patinaje como el patinódromo mundialista de Guarne y el patinódromo Julio Cesar Ríos Silva en Rionegro, que hoy son sedes de campeonatos nacionales e internacionales y atraen una gran cantidad de patinadores y espectadores, porque allí se dan cita y se reúnen los clubs más importantes de esta región lo que beneficiaría al reconocimiento de la tienda de patines.

En los demás municipios del oriente antioqueño también se reúnen los deportistas para practicar el patinaje en las placas deportivas, en los skates park o en las ciclo rutas o vías activas, siendo estos lugares donde se encuentran los clientes que atendería el emprendimiento.

Otro motivo por el que se escoge el Municipio de Rionegro para abrir la tienda de patines es el siguiente:

El último censo de población del DANE (Realizado en 2018 y actualizado en 2019), el municipio con mayor población del Oriente Antioqueño para el año 2021 es el municipio de Rionegro con 145.242 habitantes, equivalente al 20.56% del total de la población del Oriente Antioqueño, le sigue el municipio de La Ceja con 69.399 habitantes, representando el 9,82%, luego el municipio de Marinilla con 68.960 habitantes, equivalente al 9,76% de la población. (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, 2021, p.16)

Para el emprendimiento puede ser una ventaja que su ubicación esté en el municipio que es considerado el centro del Oriente Antioqueño, debido a que tendría más posibilidades de llegar a más clientes por su ubicación geográfica. Adicionalmente, como indica la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (2021): “En la actualidad, el municipio viene creciendo rápidamente tanto en extensión urbana como en el campo económico, y se viene proyectando como una de las ciudades intermedias con más expectativa de crecimiento a nivel departamental y nacional” (p.35), por lo tanto, la tienda de patines tendría mayores oportunidades de cumplir sus objetivos siendo más productiva, lo que la llevaría a generar nuevos empleos a nivel local y “el municipio de Rionegro con 29,56% es quien más aporta al PIB del Oriente Antioqueño, equivalente a 3.204 miles de millones, seguido por el municipio de La Ceja con \$1531” (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, 2021, p. 36).

Las actividades económicas en el sector industrial y comercial en la actualidad, más la urbanización del área rural, han hecho que Rionegro continúe su transformación a una cultura de ciudad, dónde no solo los Rionegreros, sino también los ciudadanos que se desplazan al

oriente cercano, buscan tranquilidad y adecuar sus vidas con mejores hábitos, esto hace que la actividad deportiva y recreativa se dinamice en los diferentes escenarios y espacios al aire libre por sus paisajes y clima, lo que permite mejores oportunidades para emprendedores del sector industrial y comercial del sistema deportivo.

La función principal a realizar para dar solución a la necesidad de los patinadores del oriente antioqueño con el emprendimiento, es la comercialización de patines completos y por separado, la asesoría y venta de repuestos, accesorios y protecciones y el servicio técnico de reparación y mantenimiento, de manera que los clientes puedan acceder al punto de venta en el Municipio de Rionegro, para adquirir los productos y servicios a su gusto, evitando así tener que trasladarse a otras ciudades o comprar en línea sin mayores garantías.

De acuerdo a lo anterior y en una primera exploración a partir de una encuesta realizada en el mes de noviembre del año 2021, ante el interés de los grupos y clubes de patinaje, se ha indicado la necesidad de una tienda física, especializada en la comercialización de artículos para practicar el patinaje en el municipio de Rionegro, que logre cubrir una gran necesidad alrededor de este deporte en cuanto a productos y servicios, no solo en este municipio sino también en los municipios del oriente cercano, como Guarne, Marinilla, Santuario, El Carmen de Viboral y La Ceja, donde los patinadores profesionales y aficionados podrán tener una experiencia deportiva diferente con la asesoría y venta personalizada de patines, donde podrían realizar comparaciones entre marcas, materiales y estilos, comprar accesorios por separado, acceder al servicio técnico de mantenimiento y lo más importante, tendrán un ahorro significativo de tiempo y dinero porque no tendrían que trasladarse a otras ciudades.

Metodología

Este proyecto de plan de negocios, de crear una tienda para la comercialización de repuestos, accesorios y mantenimiento de patines en el Oriente Antioqueño, se desarrolla inicialmente con una revisión documental, dónde se hace necesario consultar la Constitución Política de Colombia, el Código de Comercio, el Código Sustantivo del Trabajo y la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño.

Por consiguiente, se utilizan dos métodos, los cuales son: el manual de plan de negocios de la Cámara de Comercio de Medellín y el modelo Canvas de Alexander Osterwalder.

El primer método es el “Manual de Plan de Negocios” de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, versión 2019-02-04, que está propuesto por 6 módulos de trabajo:

1. La empresa
2. La organización.
3. Análisis del mercado y consumidor objetivo.
4. Canvas.
5. Información financiera.
6. Eventos importantes.

De los cuales se tomaron en cuenta los módulos 1, 2, 3 y 4 y se aplicaron así:

1. La empresa: se hace una descripción breve de la razón de ser de la empresa y sus productos y servicios, con el fin de brindar el marco por el que se registrará el plan de negocio, se identifica la oportunidad de negocio en el mercado, se describe el tipo de empresa que se desea tener y los productos y servicios.

2. La organización: se presenta la descripción de los miembros del equipo y roles clave, se hace referencia a la estructura que va a adoptar para hacer frente a las distintas

responsabilidades que se derivan de la operación y se describe detalladamente los principales elementos de los procedimientos administrativos.

3. Análisis del mercado y consumidor objetivo: se muestran datos relevantes sobre el mercado y quiénes serán los consumidores del producto o servicio, para dar solución a la problemática presentada.

Y el segundo método es el modelo CANVAS diseñado por Alexander Osterwalder:

4. Canvas: se describe las bases sobre las que se crea, proporciona y capta valor, que consiste en nueve bloques que muestran la lógica de, como la tienda intenta hacer dinero, teniendo en cuenta los aspectos externos de la empresa.

Segmento de mercado: se identifican los clientes más importantes para los que se está creando valor y que son el objetivo de la empresa.

Propuesta de valor: se mencionan los productos y servicios que crean valor para los consumidores.

Canales: Se determina como la empresa alcanzará a los clientes y distribuirá el valor creado.

Relación con los clientes: Se define qué tipo de relación tendrá la empresa con los clientes o qué tipo de relaciones deberían ser creadas.

Fuentes de ingresos: se describe como la empresa genera ingresos, ya sea por, la venta de productos o servicios o desde otras actividades.

Y los aspectos internos de la empresa como:

Aliados clave: se describen los proveedores y aliados de los cuales la empresa depende. Las alianzas son desarrolladas para reducir riesgos o para adquirir recursos claves.

Actividades clave: se definen las actividades más importantes que la empresa debe ejecutar para mantener la relación con los clientes.

Recursos clave: se definen las alianzas necesarias que complementen las capacidades de la iniciativa y que permiten potenciar la propuesta de valor.

Estructura de costes: Se determinan los costos más importantes inherentes al negocio.

Por otro lado, se utilizan las siguientes técnicas de generación de datos para comprender el comportamiento de los patinadores del Municipio de Rionegro y los demás municipios del oriente cercano:

1. Entrevista con expertos: en reunión con cada uno los líderes de grupos de patinaje y profesores de los clubes de patinaje, y por medio de WhatsApp, se realizó unas preguntas presentadas en la tabla 1, para indagar la cantidad de patinadores en el Oriente Antioqueño y el comportamiento de este mercado.

Tabla 1

Entrevista a grupos y club de patinaje.

ENTREVISTA A GRUPOS/CLUB DE PATINAJE
Después de la pandemia del COVID-19, ¿Aumentó el número de patinadores en el grupo o club ?
¿Cuántos patinadores hay en su grupo/club?
¿Qué modalidad de patinaje practican?
¿Qué días y en que horario practican el patinaje?
¿En que lugar se reúnen para practicar el patinaje?
¿Cómo se llama su grupo/club de patinaje?

Para lo anterior se hace necesario trabajar con una muestra exclusivamente de la población de patinadores de las diferentes modalidades ubicados geográficamente en los municipios del oriente cercano, Rionegro, La Ceja, El Carmen de Viboral, Marinilla y Guarne directamente, para obtener toda la información correspondiente a los patines, sus gustos,

hábitos de compra, frecuencia de compra, lugares de preferencia para adquirir los patines, capacidad adquisitiva, edades, marcas preferidas, entre otras. Para recopilar toda la información y datos se utiliza el método de muestreo estadístico, que consiste en:

Conocer determinadas características de una población en este caso del oriente antioqueño, a partir de una selección de unidades de ésta, los patinadores, con el menor coste posible en dinero, tiempo y trabajo. Mediante las técnicas estadísticas, las leyes probabilísticas y los diseños muestrales basados en varios métodos de muestreo, podemos aproximarnos al conocimiento de estas características sin necesidad de tener que obtener la información exhaustiva de toda la población, como en el censo, garantizando la representatividad y sabiendo que cometeremos un determinado error estadístico, que se puede determinar de antemano en cada caso, por el hecho de tener una parte del todo. (López-Roldán, P. & Fachelli, 2015, p. 6)

2. Método de muestreo estadístico: Se hace un trabajo de campo en cada uno de los diferentes municipios del oriente cercano, Rionegro, La Ceja, El Carmen de Viboral, Marinilla y Guarne, inicialmente buscando información en internet de los club y grupos de patinaje que existen en el oriente antioqueño, luego contactando a los diferentes institutos de deporte de cada municipio, por medio de llamadas telefónicas y por chat, logrando obtener un acercamiento con los profesores de los club de patinaje profesional y semiprofesional y con los líderes de patinaje urbano y patinaje artístico para conocer el tamaño de la población que practica el patinaje, en la tabla 2, se muestra la información obtenida.

Tabla 2

Lista de los clubes y grupo de patinaje.

LISTA DE LOS CLUBES Y GRUPOS DE PATINAJE					
NOMBRE	CONTACTO	TIPO	MUNICIPIO	MODALIDAD	CANTIDAD
					PATINADORES
JMC	3105038330	Club	RIONEGRO	Profesional	150
LEONES	3117099990	Club	RIONEGRO	Profesional	100
JAGUAR	3217263361	Club	GUARNE	Profesional	85
ESPARTA	3225192784	Club	MARINILLA	Profesional	80
ASLAN	3234733379	Club	LA CEJA	Profesional	130
JUMBO ACOSTA	3017823265	Club	LA CEJA	Profesional	250
CPATIN	Instagan	Club	LA CEJA	Profesional	0
CORREPATIN	3147967445	Club	EL RETIRO	Profesional	30
ESCUELA MUNICIPAL	3147967445	Grupo	EL RETIRO	Profesional	35
UNIPATIN	Instagan	Club	LA UNIÓN	Profesional	0
RIOROLLER	3045956747	Grupo	RIONEGRO	Urbano	17
KROLLER	3013611000	Grupo	RIONEGRO	Urbano	15
HALCONES	3206213725	Club	RIONEGRO	Profesional	0
FELIX SKATES	3196178790	Club	RIONEGRO	Artístico	0
COLISEO	Coliseo	Club	RIONEGRO	Artístico	0
CROW ROLLER	3225156233	Grupo	RIONEGRO	Agresivo	40
TOTAL					932

La información recolectada indica que de la población de los municipios del oriente cercano que practica el patinaje en las diferentes modalidades es de 932 personas, lo que nos da el tamaño de la población (N). Al tener esta información se elige utilizar la fórmula de poblaciones finitas para sacar la muestra de los patinadores a los que se les aplicaría el instrumento de recolección de información, para esto se utiliza la siguiente fórmula de cálculo que muestra la tabla 3.

Tabla 3

Fórmula de cálculo.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P y Q = Probabilidades con la que se presenta el fenómeno.

Z^2 Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido.

e^2 = Margen de error o de imprecisión permitido (Lo determina el asesor temático).

Se trabaja con un nivel de confianza (z) del **1,69%**, que es la probabilidad máxima con la que se podría asegurar que el parámetro a estimar se encuentra dentro del intervalo estimado, este valor es tomado de la tabla de nivel de confianza.

El margen de error (e^2), En términos estadísticos se refiere a la cantidad de error de muestreo aleatorio resultado de la elaboración de la encuesta, mientras más pequeños sean estos márgenes, el resultado de la encuesta será más exacto, para este caso es del **5%** debido a múltiples factores como por ejemplo que la encuesta sea diligenciada por otras personas que no practiquen el patinaje.

Y la probabilidad se trabaja bajo un **50%** ya que, es posible que sea o no sea elegido el patinador para diligenciar la encuesta. Como lo muestra la tabla 4.

Tabla 4

Datos de la muestra.

MUESTRA	
N=	932
z=	1,69
e=	5%
p=	50%
Muestra	219

El resultado nos indica que, de los 932 patinadores ubicados en los diferentes municipios del oriente antioqueño, como Guarne, Marinilla, El Carmen de Viboral, La Ceja y

Rionegro, 219 deben responder la encuesta para lograr recolectar la información necesaria para conocer su comportamiento frente al uso y compra de los patines y su mantenimiento.

3. Encuesta: Con lo anterior se procede a realizar un instrumento de recolección de información de manera virtual por medio de un formulario, que permite obtener la información de los patinadores de manera precisa y ágil. Se envía por correo electrónico y WhatsApp con un link, el cuál abre directamente el patinador o su acudiente ya que, también hay niños menores dentro de la población.

Para ello se procede a realizar el listado de las preguntas adecuadas para conocer en tiempo real las preferencias de los clientes respecto a las marcas preferidas, las frecuencias de compra, la duración de los patines y accesorios que usan, la inversión realizada para adquirir los nuevos accesorios y patines, preguntas para conocer la facilidad que tienen para acceder a los patines en el municipio donde viven. También se formulan preguntas sobre el lugar donde realizan la compra y el mantenimiento de los patines.

En total se redactaron 26 preguntas cerradas que se muestran en la tabla 5, con opciones de selección múltiple, ya que, son fáciles y flexibles y ayudan a obtener datos que son limpios y fáciles de analizar.

Tabla 5

Lista de preguntas de la encuesta a patinadores.

PREGUNTAS ENCUESTA A PATINADORES	
1	Por favor seleccione el municipio donde vive:
2	Es usted: Patinador/Acudiente
3	Seleccione la modalidad de patinaje
4	Seleccione la marca de los patines
5	¿Cuántos miembros del núcleo familiar practican el patinaje?
6	Por favor seleccione el rango de edad del patinador:
7	¿Dónde compra los patines?
8	¿En que municipio está ubicada la tienda de patines?
9	¿Qué accesorios se le gastan con más frecuencia?
10	¿Dónde compra los repuestos o accesorios?
11	¿Cuál es la marca de los repuestos o accesorios?
12	¿Cuál es la preferencia a la hora de comprar patines?
13	¿Qué presupuesto destina para la compra de patines?
14	¿Qué presupuesto destina para la compra de repuestos y accesorios mensualmente?
15	¿Cuál es la preferencia a la hora de comprar los repuestos y accesorios?
16	¿Generalmente hace reparación y/o mantenimiento a los patines en?
17	¿Cada cuanto se hace la reparación y/o mantenimiento a los patines?
18	¿Qué presupuesto destina para la reparación y/o mantenimiento de los patines mensualmente?
19	¿Cuánto tiempo tarda la reparación y/o mantenimiento de los patines?
20	¿Qué garantías le otorgan por? [Compra de patines]
21	¿Qué garantías le otorgan por? [Repuestos]
22	¿Qué garantías le otorgan por? [Mantenimiento y reparación]
23	¿Qué medio pago utiliza para su compra usualmente?
24	¿En cuánto tiempo le llega el pedido de patines, repuestos o mantenimiento?
25	¿Quién lo asesora al momento de adquirir los patines, los repuestos y el mantenimiento?
26	¿Qué beneficios obtiene por la compra de patines, repuestos o por el mantenimiento?

Se prosigue a realizar el trabajo de campo, inicialmente la encuesta se envía por correos a los club de patinaje y grupos, luego se envía a los profesores y líderes para que la compartan a los grupos de WhatsApp y como no le lograba reunir las 219 encuestas, se procedió a ir personalmente a los municipios del oriente cercano, Rionegro, La Ceja, Guarne y Marinilla, que son los que tienen pista de patinaje profesional y donde se reúnen los patinadores a practicar, allí se logró recolectar correos electrónicos de padres de familia de patinadores menores y el WhatsApp de varios patinadores, donde se les envió la encuesta y así lograr completar las 219.

4. Análisis de la información: con los datos obtenidos después de aplicar las técnicas de recolección de información, se procede a interpretar los resultados, cruzando las respuestas de las preguntas de la encuesta, con cada uno de los objetivos, como muestra la tabla 6, para dar cumplimiento a los mismos y se elabora el lienzo CANVAS.

Tabla 6

Relación de los objetivos con las preguntas de la encuesta.

OBJETIVOS		RELACIÓN DE OBJETIVOS CON PREGUNTAS DE LA ENCUESTA																										
		NÚMERO DE PREGUNTA																										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
O B J E T I V O S E S P E C I F I C O S	1	Analizar el mercado en el Municipio de Rionegro y su oriente cercano de la comercialización y mantenimiento de patines y sus repuestos en el segundo semestre del año 2022.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	2	Establecer los aspectos de orden administrativo requeridos para configurar la tienda de patines.	X			X			X	X	X	X	X	X			X	X			X	X	X	X			X	
	3	Evaluar la viabilidad financiera de la operación comercial de la tienda de patines en el Municipio de Rionegro y su oriente cercano.									X		X	X	X	X	X	X	X	X					X	X		

5. Consideraciones éticas: La actividad realizada en el trabajo de campo a los patinadores del Oriente Antioqueño, se basó de acuerdo a unos principios éticos básicos, respetando sobre todo a las personas involucradas en la encuesta.

Para ello se informó con claridad que era una encuesta voluntaria, que el objetivo era únicamente educativo y que no se iba a recolectar ningún dato personal y sensible que los pueda perjudicar.

Se recolectaron datos de circunstancias sociales, competentes para realizar la indagación de manera justa, ya que, se pretendía obtener unos resultados transparentes.

Por lo anterior el presente plan de negocios contiene un enfoque de investigación mixto, ya que, desde el planteamiento de los objetivos, el desarrollo del plan de negocios y los resultados, encontramos asuntos de contexto para comprender la dinámica social, el comportamiento del mercado, medir datos numéricos y hacer presupuestos.

Desarrollo

Requerimientos Legales Para La Creación De La Tienda

Para el desarrollo de la presente propuesta se identifican las leyes, normas y medidas generales formuladas por el gobierno colombiano para el fomento de la creación de nuevas empresas, los códigos para lograr las relaciones entre empleadores y trabajadores y los principios y criterios del derecho mercantil más relevantes. Con el propósito de comprender las políticas públicas como derechos y deberes para la creación de la tienda de patines, se nombran las siguientes:

La Constitución Política Colombiana

La Constitución política de Colombia (1991), en el artículo 58 la Constitución Política de Colombia, hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria.

En el Título XII del Régimen económico y de la hacienda pública indica:

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

Ley 1480 de 2011

La Ley 1480 del Estatuto del Consumidor, tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos.

Ley 1581 de 2012

El Gobierno nacional expidió la Ley 1581 de 2012 de política de tratamiento de datos personales, la cual regula la recolección y el tratamiento de datos personales efectuado por

entidades públicas o privadas, dentro del país o cuando el responsable o encargado de la información no está establecida en el territorio nacional, le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales.

Código de Comercio

Para el plan de negocios es importante tener en cuenta la normativa básica aplicable a las relaciones mercantiles, que regulan todos los actos de comercio, como la compra de mercancía para revender, ya sea de cualquier naturaleza, como semielaborados, elaborados o solo para alquilar o rentabilizar.

La tienda de patines pertenecería al sector comercial y de servicios. Aquellas firmas que se dedican a la comercialización, reventa y distribución de mercancía, y en aquellos casos donde se producen bienes semielaborados destinados para su venta como mejora y recomercialización.

Al respecto se presentan los Artículos estipulados por el Código de Comercio, los cuales hacen referencia a los actos mercantiles y la definición de la empresa.

Artículo 21. Otros actos mercantiles: se tendrán relaciones mercantiles con empresas como canariam y city run para la compra y venta de patines.

Artículo 25. Definición de Empresa: se entiende que la tienda de patines sería una empresa, ya que, su actividad económica sería la de circulación, administración o la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de un establecimiento de comercio.

Código Sustantivo del Trabajo

El presente código regula las relaciones entre el empleador y el trabajador, colocándolas sobre una base de justicia social a fin de garantizar al trabajador las condiciones necesarias para una vida normal y al empleador una compensación equitativa de su inversión.

El Código Sustantivo del Trabajo, indica:

Artículo 3. Relaciones que regula: El presente Código regula las relaciones de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del Trabajo, oficiales y particulares.

Artículo 23. Elementos esenciales: La tienda de patines manejará

contratos de trabajo, ya que, estos cumplen con los elementos esenciales:

- a) La actividad personal del trabajador.
- b) La continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del empleador y c) Un salario como retribución del servicio.

Artículo 46. contrato a término fijo inferior a un año: Se manejarían contratos a término fijo para sus empleados directos, cumpliendo los requisitos de tiempo mencionados en este artículo.

Artículo 59. Prohibiciones a los empleadores: Se prohíbe a los empleadores:

No se podrá deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores de la tienda de patines, sin autorización previa escrita de éstos para cada caso, o sin

mandamiento judicial.

Artículo 60. Prohibiciones a los trabajadores. Los trabajadores de la tienda de patines no podrán sustraer ningún producto de la tienda, los elementos de trabajo, ni los artículos que allí se vendan, no podrán llegar en estado de embriaguez y no podrán faltar al trabajo sin justa causa.

Trámites y Procedimientos Administrativos para la Creación de una Empresa en Colombia

Siguiendo a Urbano, los trámites para la creación de una empresa se dividen en trámites registrales, específicos y laborales. Los trámites registrales son aquellos a través de los cuales la empresa deja constancia de sus actos mediante determinados documentos. Se dividen en trámites que se realizan hasta el momento de la inscripción en el registro correspondiente, y los requeridos para iniciar la actividad económica. Los trámites específicos corresponden a la ubicación física de la empresa y a la actividad económica. Los trámites laborales hacen referencia a todo lo relacionado con la contratación de personal (Urbano, 2003, como se citó en Gómez, L., Martínez, J. & Arzuza B., p.10).

Trámites requeridos para la creación de una empresa en Colombia

Continuando en el orden del marco legal, los emprendedores que se dedican a la comercialización, reventa y distribución de mercancía, y en aquellos casos donde se producen bienes semielaborados destinados para su venta como mejora y recomercialización deben acogerse al decreto 1074 de 2015, por el cual se expide el decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo. En la tabla 7, se presenta los trámites registrales, específicos y laborales que se deben realizar.

Tabla 7

Trámites Requeridos para la Creación de una Empresa en Colombia.

TRÁMITES REGISTRALES		TRÁMITES ESPECÍFICOS		TRÁMITES LABORALES	
Trámites hasta el registro correspondiente	Código	Trámites relacionados según la ubicación de la empresa	Código	Trámites relacionados con la vinculación de personal	Código
Certificado de homonimia	TR1	Certificado del uso del suelo	TRE1	Aportes parafiscales	
Escritura pública	TR2	Paz y Salvo y/o recibo de pago de Impuesto de Industria y Comercio	TRE2	Afiliación en la Caja de Compensación Familiar	TRL1
Inscripción ante la Cámara de Comercio	TR3	Certificado de Condiciones de Sanidad	TRE3	Afiliación en la EPS	TRL2
Registro mercantil	TR4	Certificado de Seguridad y Prevención	TRE4	Afiliación en las Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP	TRL3
Matrícula mercantil	TR5	Certificado de Condiciones ambientales	TRE5	Registro de los contratos laborales	TRL4
Certificado de Existencia y Representación Legal	TR6	Certificado de Sayco y ACIMPRO	TRE6		
Registro Único Tributario, RUT	TR7	Otros Trámites para iniciar la actividad			
Apertura de cuenta corriente	TR8				
Registro de libros de comercio	TR9				
Registro único de proponentes	TR10				

La materialización de este plan de negocio, desde los trámites registrales deben de observar la normatividad vigente en materia comercial y sus trámites deben ajustarse a los establecidos por la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño para el año 2022, que en su página web (ccoa.org.co), señala los siguientes pasos:

Paso 1:

- a) Consultar el nombre con el que se quiere registrar la tienda de patines (Rioroller), está disponible y se puede usar, esto se realiza en la página <https://www.rues.org.co/>.
- b) Solicitar la matrícula del establecimiento del comercio.
- c) La inscripción debe realizarse dentro del mes siguiente a la fecha en que se empezó a ejercer el comercio o en que el establecimiento de comercio fue abierto.
- d) Consulta de uso de suelos ante la autoridad del municipio de Rionegro.

Paso 2:

- Definir la forma en que se va a inscribir la tienda de patines en la cámara de comercio ya sea como persona natural o jurídica (pago de impuestos de registro solo persona jurídica).
- Inscripción del Registro Único Tributario (RUT).
- Inscripción de libros de comercio.
- Sistema preventivo de fraudes (SIPREF). Se establece con el fin de prevenir y evitar que terceros ajenos al titular del registro, de manera fraudulenta, modifiquen la información que reposa en ellos.

Paso 3:

- Inscripción de industria y comercio del municipio. Por requisito de ley todos los comerciantes que ejerzan una actividad comercial, industrial y/o de servicios, deben cumplir con la obligación de pagar el impuesto de Industria y Comercio.

Notificar a planeación municipal, las secretarías de Salud y Gobierno y al cuerpo de bomberos, de la apertura del establecimiento de comercio para el control posterior. En la figura 1, se muestran los aspectos a tener en cuenta para la operación de la tienda de patines.

Figura 1

Aspectos a tener en Cuenta para la Operación de la empresa.

En la operación de su empresa...							
Para la operación de la empresa usted debe tener en cuenta los siguientes aspectos:							
LISTAR EN SU ESTABLECIMIENTO	ASPECTO	ENTIDAD	CANAL DE CONTACTO	LISTAR EN SU ESTABLECIMIENTO	ASPECTO	ENTIDAD	CANAL DE CONTACTO
	 Horario de funcionamiento	Secretaría de Gobierno	Alcaldía Municipal		 Norma de Impacto Ambiental	Secretaría de Medio Ambiente, Cornare	WWW. comare.gov.co
	 Pago de derechos de autor	Sayco Acinpro	WWW. saycoacinpro.org.co		 Registro de marcas y de patentes	Superintendencia de Industria y Comercio	WWW. sic.gov.co
	 Cumplimiento de normas sanitarias	Secretaría de Salud	Alcaldía Municipal		 Registro de derechos de autor	Dirección Central de Derechos de Autor, Ministerio del Interior y de Justicia	WWW. derechosdeautor.gov.co
	 Cumplimiento normas de seguridad física	Cuerpo Oficial de Bomberos	Alcaldía Municipal		 Registro Nacional de Turismo	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	WWW. mincomercio.gov.co
	 Registro Sanitario de Medicamentos, Cosméticos, Alimentos y/o Bebidas	INVIMA	www. invima.gov.co				

Nota. Tomada de <https://ccoa.org.co/tramites-registrales/crea-tu-empresa/> (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, 2022).

Sector Económico

El sector se refiere al conjunto de empresas que hay dentro de un sector económico, es decir que la tienda de patines pertenecería al sector terciario ya que no produciría una

mercancía, pero abastecería al mercado deportivo, con la distribución de patines y el servicio de mantenimiento y reparación. Por este motivo, se denomina también sector servicios.

La actividad económica es cualquier actividad relacionada con la producción, el intercambio y el consumo de bienes o servicios e incluso información.

La tienda de patines según lo dispuesto por la DIAN en su página de trámites y consultas, tendría la siguiente actividad económica:

- 4762 comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados.
- 3230 fabricación de artículos y equipo para la práctica del deporte.

Partiendo de que se desea realizar un plan de negocios para estructurar una tienda deportiva especializada en la comercialización de patines, se desarrollan los siguientes puntos que permitirán comprender fundamentalmente, la articulación de las oportunidades de la tienda de patines con el entorno, para obtener elementos que permitan analizar los resultados con información verídica.

La Empresa

Rioroller sería un establecimiento dedicado a la venta de patines y repuestos profesionales, semiprofesionales, urbanos y artísticos. Que estaría ubicado en el municipio de Rionegro y atendería a los municipios del oriente cercano como La Ceja, El Carmen de Viboral, Marinilla y Guarne, con el propósito de satisfacer las necesidades de los deportistas de los diferentes clubs de patinaje, entre ellos, niños, jóvenes y adultos que deben trasladarse hasta Medellín o solicitar por páginas web sus productos, lo que les genera gastos adicionales en dinero y tiempo. Con la tienda de patines los clientes tendrían un ahorro significativo y un valor

agregado, ya que, podrán no solo comprar patines y repuestos, sino, también contar con asesoría personalizada y solicitar mantenimiento y reparación de sus patines.

Objetivo general

Estructurar un plan de negocio de una tienda especializada para la comercialización y mantenimiento de artículos relacionados a la práctica del patinaje, ubicada en el municipio de Rionegro Antioquia, con alcance para los residentes de los demás municipios del oriente cercano, Guarne, Marinilla, Santuario, El Carmen de Viboral y La Ceja.

Productos y Servicios

Los productos que se ofrecerían en la tienda de patines son:

Las botas son uno de los implementos más importantes a la hora de elegir el tipo de patín y de acuerdo a la modalidad a practicar, ya que ésta debe ser cómoda y ajustarse a la medida del pie del patinador para que no tenga lesiones y pueda patinar cómodo, por ello es importante medírselas antes de tomar la decisión de compra.

El chasis, las ruedas y las balineras son los que, de acuerdo a la modalidad del patinaje a practicar, le van a dar esa estabilidad y/o velocidad al patinador.

A la hora de elegir unos patines completos, es decir, que ya estén armados con la bota, el chasis y las ruedas, los patinadores tienen en cuenta la modalidad que van a practicar, la medida que se ajuste a su talla, el estilo de los patines y otros temas que tienen que ver con gustos y preferencias en cuanto a diseños y colores.

Los patinadores por lo general gastan o extravían con más frecuencia algunos accesorios y repuestos como: bucles, pasadores, adaptadores, correas o tornillos. Estos implementos es importante tenerlos a la mano y se hace muy costoso conseguirlos a domicilio, ya que deben comprarlos por cantidad y pagar por el envío.

Finalmente, están las protecciones, como: los cascos, los guantes, las muñequeras, las coderas, tobilleras y rodilleras que, para todas las modalidades, es importante utilizarlas para evitar lesiones en el cuerpo, sobre todo los patinadores profesionales que deben estar en forma y deben cumplir un reglamento para asistir a sus competencias.

Crear una tienda especializada en la comercialización de patines, que disponga de un inventario competente, que no solo satisfaga las necesidades de los patinadores del oriente antioqueño, sino, que, al mismo tiempo, le dé al cliente la oportunidad de tener una experiencia agradable a la hora de elegir los patines, y que se acomoden no solo a la modalidad que van a practicar sino, también al estilo de vida de cada uno.

Adicionalmente, como estrategia competitiva, se pretende contar con el servicio de mantenimiento y reparación de patines. Este servicio no solo será para los clientes que compren en la tienda, quienes por su compra recibirán este beneficio, sino que también, estará disponible para aquellas personas que lo requieran.

La Organización

La figura 2, hace referencia sobre la estructura que adoptaría la tienda de patines frente a las responsabilidades que debe tomar para operar. Se describen los procedimientos administrativos con el fin de dar cumplimiento al primer objetivo del plan de negocios.

El organigrama se define de manera vertical para mayor control y comunicación dentro de la tienda de patines, de esta manera se pueden definir con mejor claridad las funciones del equipo de trabajo que se observan en la tabla 8.

Figura 2

Organigrama.

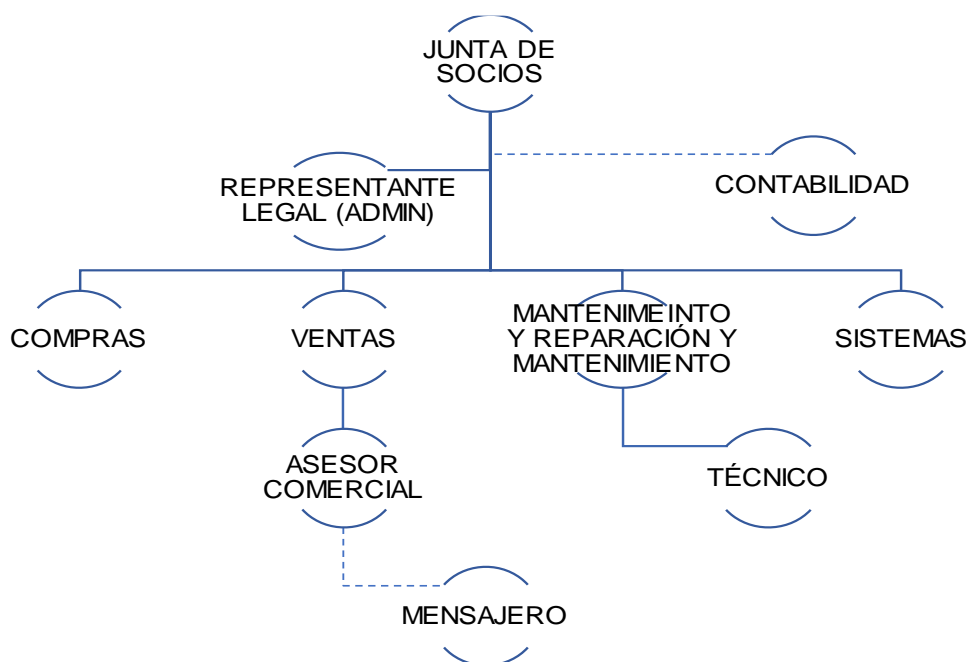


Tabla 8

Equipo de trabajo.

EQUIPO DE TRABAJO				
CARGO	PERFIL	TIPO DE CONTRATO	SALARIO	FUNCIONES
Representante legal (Adm)	Profesional en administración de empresas.	Termino fijo.	mínimo con todas las prestaciones mas 1.5% sobre las ventas del negocio.	planear, organizar, dirigir y controlar los recursos de la tienda, (humanos y tecnológicos) para conseguir el logro de los objetivos de la misma, decidir las políticas, misión, visión, valores y gestionar las finanzas. Conseguir negociaciones con proveedores y clientes. Establecer y hacer cumplir las metas de venta mensuales. Debe ser un líder con mentalidad emprendedora, con buen relacionamiento y buena presentación personal.
Asesor comercial	Técnico o tecnólogo en mercadeo, ventas o servicio al cliente.	Termino fijo a 3 meses.	Mínimo legal vigente más comisiones sin techo.	Asesorar cordialmente y con empatía a los clientes que ingresen a la tienda, cumplir la meta de ventas, conseguir nuevos clientes.
Tecnico de mantenimiento	Bachiller o técnico en mantenimiento de artículos deportivos	Obra labor	Mínimo legal vigente.	Realizar la reparación mantenimiento de los patines, de las estanterías e implementos de oficina y se encargará del aseo y orden de la misma.
Contador	Profesional en contaduría	Prestación de servicios	El vigente	Ordenar las operaciones de la empresa
Mensajero	Bachiller	N/A, será externo.	Pago por domicilio.	Recoger y entregar los productos

Análisis de Mercado y Consumidor Objetivo

Se analiza el mercado y el consumidor objetivo para detallar como se va a dar cumplimiento al segundo objetivo del presente plan de negocios, para esto, se realiza un

trabajo de campo, estableciendo contacto directo con los patinadores de los diferentes municipios del oriente cercano, quienes son el cliente prospecto para la tienda de patines, con el fin de conocer sus verdaderas necesidades y establecer estrategias para dar solución a las mismas.

Presentación de Resultados Obtenidos en el Trabajo de Campo

A continuación, se analiza la información recolectada en cada una de las preguntas de la encuesta realizada a los 220 patinadores del oriente antioqueño, con el fin de entrelazar los resultados obtenidos, con los objetivos plasmados en el plan de negocios.

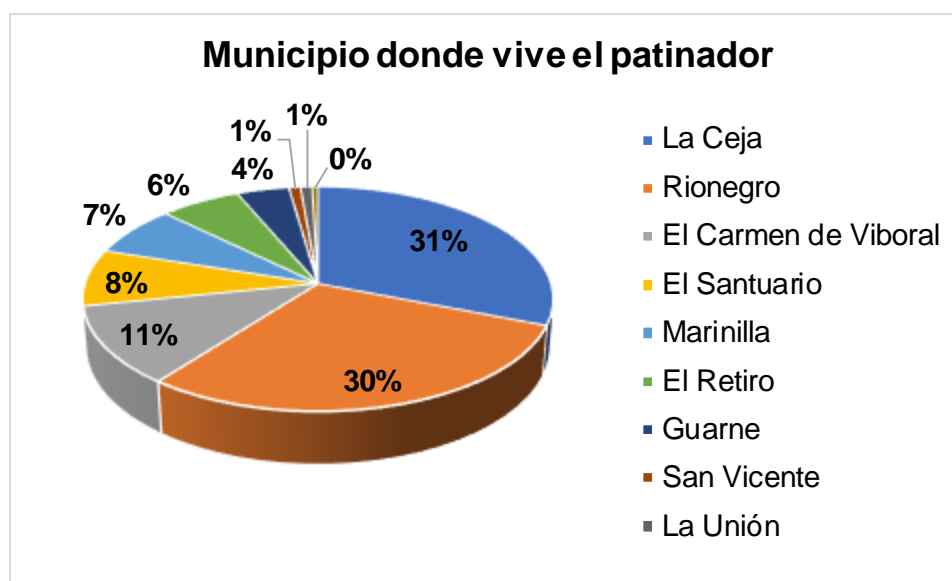
Las tasas de respuesta a la pregunta 1 Por favor seleccione el municipio donde vive, se muestran en la Figura 3. Los resultados indican que, de las 220 respuestas obtenidas, 68 personas viven en la Ceja lo que equivale al 31%, 65 personas viven Rionegro, lo que equivale al 30%; 25 personas viven El Carmen de Viboral lo que equivale al 11% y 18 personas viven en el Santuario lo que equivale al 8%.

Se reconoce la ubicación geográfica de clientes patinadores al que se debe dirigir la tienda de patines, la mayoría ubicados en los municipios de La Ceja, Rionegro, El Carmen de Viboral, El Santuario y Marinilla.

Se identifica como los clientes podrán acceder a los productos, ya que, por su ubicación podrán acercarse directamente a la tienda de patines, lo que permite asesorar al cliente de manera personal.

Figura 3

Resultados de la Pregunta número 1 de la Encuesta.

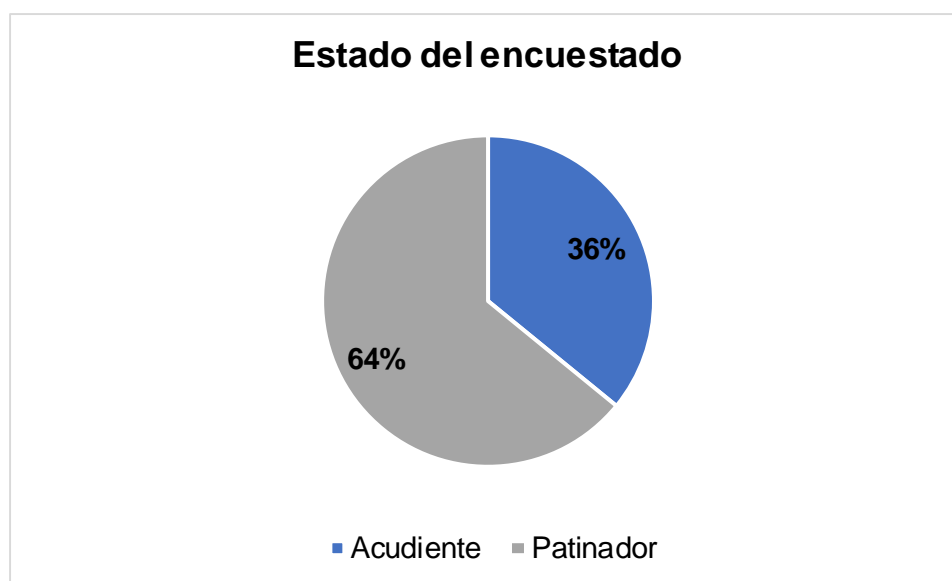


Las tasas de respuesta a la pregunta 2 es usted: Patinador/Acudiente, se muestran en la Figura 4. De los 220 encuestados, 141 personas, es decir, el 64% practican directamente el patinaje y el resto 36% (79 personas), son los acudientes que se encargan de los menores que patinan en los diferentes club o grupos de patinaje.

El resultado de esta pregunta permite detallar las necesidades que se cubren a los patinadores respecto a la persona que vaya a pagar por los productos, ya sea el mismo patinador o su acudiente, también se identifica la relación de clientes, ya que, no es lo mismo asesorar a un patinador que a su acudiente, la actividad clave en cuanto a la asesoría personalizada y los recursos clave, debido a, que se debe contar con el personal idóneo para cubrir esta necesidad.

Figura 4

Resultados de la Pregunta número 2 de la Encuesta.

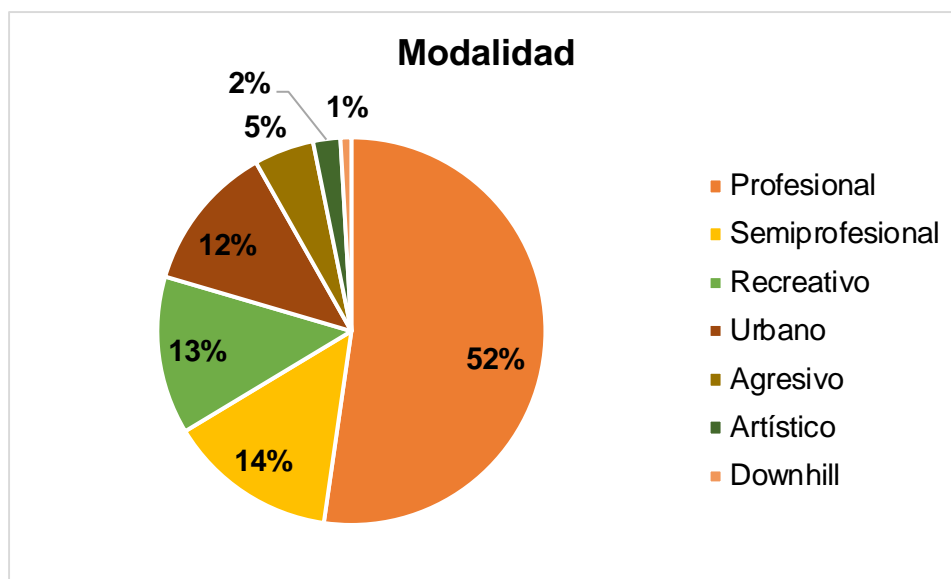


Las tasas de respuesta a la pregunta 3 seleccione la modalidad de patinaje, se muestran en la Figura 5. Este resultado indica que de los 220 encuestados, el 51% practican el patinaje profesional, seguido del 14% que practican el patinaje semiprofesional, el 13% el patinaje recreativo, el 12% el patinaje urbano y el 5% el patinaje agresivo, siendo estas las 5 primeras modalidades más practicadas en el oriente antioqueño.

Lo anterior, permite comprender que esas 5 diferentes modalidades de acuerdo al CANVAS, pertenecen al segmento de clientes que la tienda de patines va a atender.

Figura 5

Resultados de la Pregunta número 3 de la Encuesta.

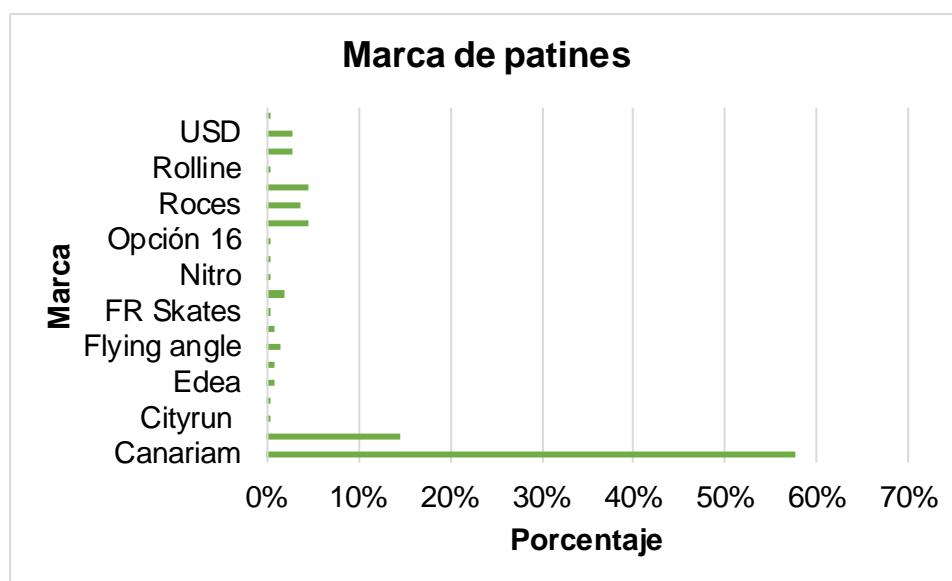


Las tasas de respuesta a la pregunta 4, Seleccione la marca de los patines, se muestran en la Figura 6. Según la información brindada por los encuestados, de los 220 patinadores, el 58% utiliza actualmente la marca de patines canariam, seguido por el 14% que utilizan la marca city run, el 5% power slide, el 5% Rollerblade y el 3% la marca SEBA, es decir que esas son las marcas más reconocidas en el oriente antioqueño.

De acuerdo con el cumplimiento de los objetivos y en relación con el modelo CANVAS esas marcas ocuparían la propuesta de valor que la tienda de patines va a ofrecer al brindar opciones de compra para los clientes, contando con unos aliados clave que la proveerán de los productos de las marcas más utilizadas de acuerdo a las respuestas aquí dadas, esto llevará a obtener unos ingresos que sostienen una estructura de costos y de ingresos.

Figura 6

Resultados de la Pregunta número 4 de la Encuesta.

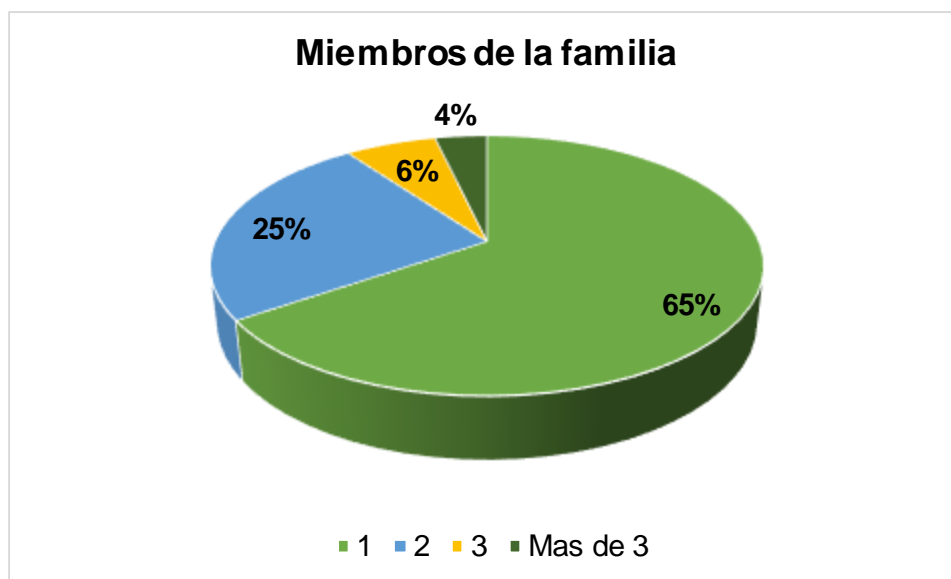


Las tasas de respuesta a la pregunta 5, ¿Cuántos miembros del núcleo familiar practican el patinaje?, se muestran en la Figura 7. En el oriente antioqueño de acuerdo a las respuestas obtenidas en esta pregunta, el 65% de los patinadores son los únicos en el hogar que practican el patinaje, sin embargo, el 25% de los patinadores pertenecen a un hogar donde 2 miembros practican el patinaje, el 6% dice que 3 miembros de la familia practican este deporte y el 4% pertenecen a un hogar donde más de 3 personas patinan.

Con esta pregunta se entiende una cultura deportiva en el oriente antioqueño que va ligada a la familia, donde se puede aprovechar por medio de los recursos clave, como el local, por ejemplo, se atiendan a todos los integrantes del hogar, y realizando unas actividades clave como la venta y asesoría de patines.

Figura 7

Resultados de la Pregunta número 5 de la Encuesta.

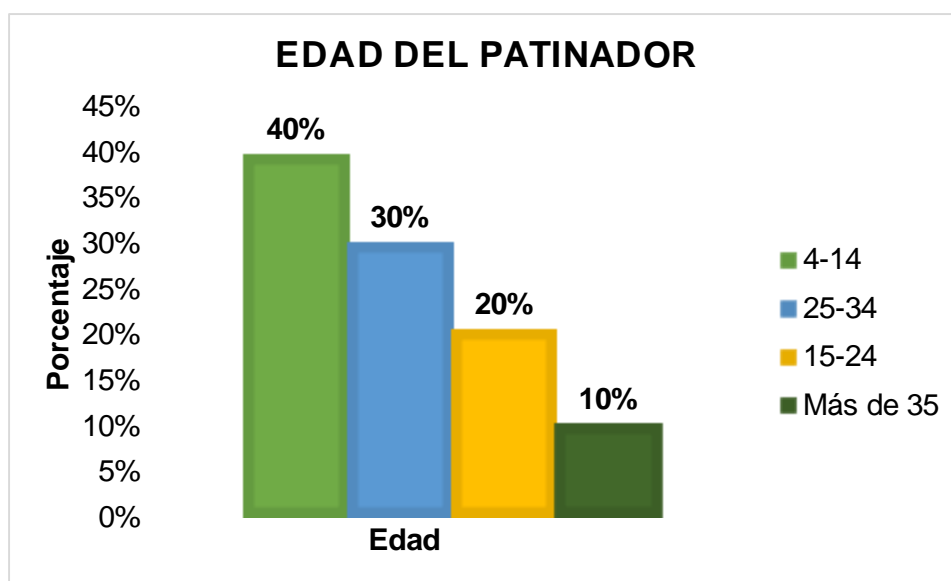


Las tasas de respuesta a la pregunta 6, Por favor seleccione el rango de edad del patinador: se muestran en la Figura 8. En las familias del oriente antioqueño de acuerdo a las respuestas obtenidas en esta pregunta, hay patinadores principalmente en edad de 4 a 14 años, representando un 40% del 100% de los encuestados, la edad que le sigue es de 25 a 34 años con un 30%, de 15 a 24 años un 20% y solo un 6% es mayor de 35 años.

Esto nos orienta en el segmento de clientes que atendería la tienda de patines, niños, jóvenes adultos, cubriendo sus necesidades con actividades clave ofreciendo los patines y la relación con el cliente de manera personalizada.

Figura 8

Resultados de la Pregunta número 6 de la Encuesta.

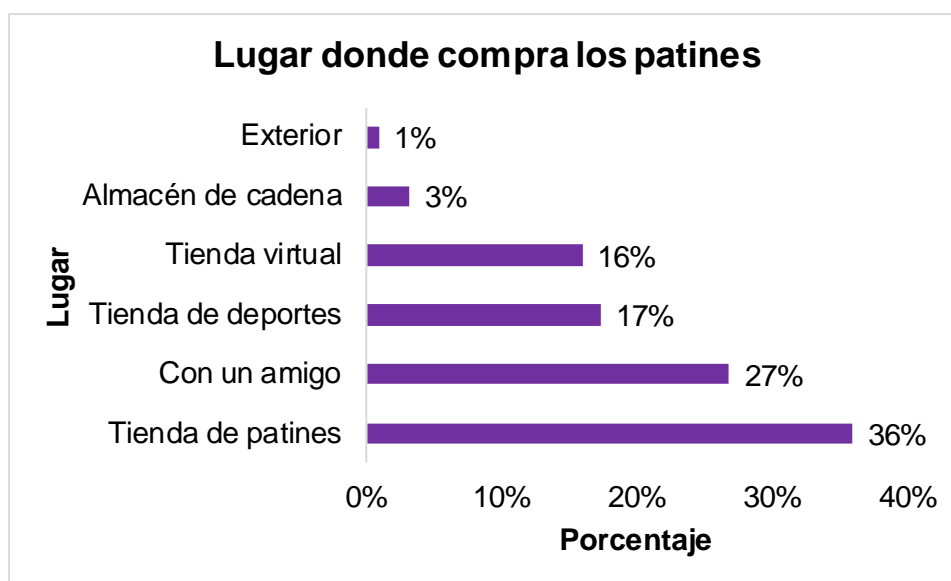


Las tasas de respuesta a la pregunta 7, ¿Dónde compra los patines?, se muestran en la Figura 9. De los 220 patinadores encuestados 36% de ellos compran sus patines en una tienda de patines, 24% los compran con un amigo, 17% en una tienda de deportes, 16% en una tienda virtual y 3% personas los compran en almacenes de cadena.

De acuerdo con el CANVAS se definen los canales de atención al cliente con estos resultados obtenidos, los aliados clave como proveedores, la estructura de coste con el personal y flujos de ingresos de acuerdo a las ventas.

Figura 9

Resultados de la Pregunta número 7 de la Encuesta.

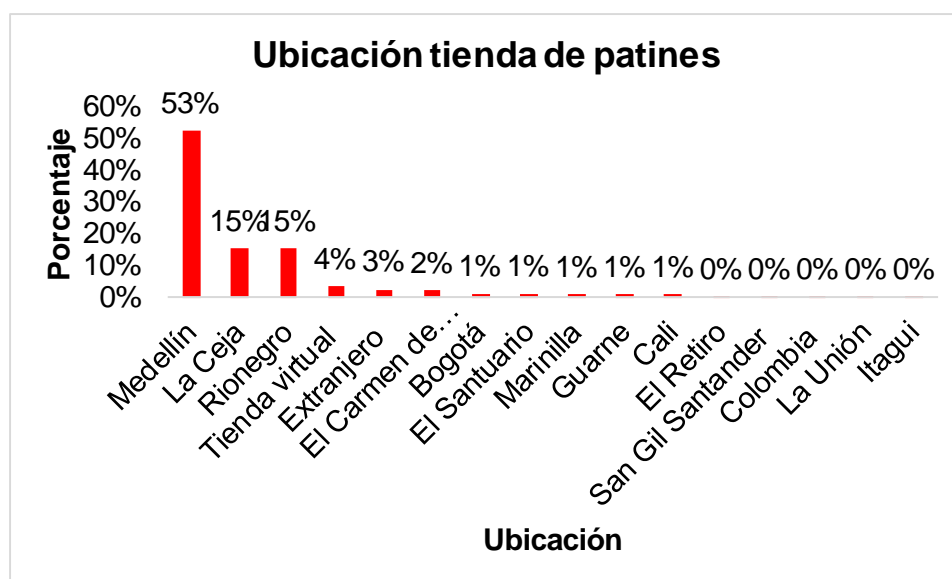


Las tasas de respuesta a la pregunta 8, ¿En qué municipio está ubicada la tienda de patines?, se muestran en la Figura 10. Los lugares donde los patinadores del oriente antioqueño compran sus patines están principalmente ubicados en Medellín con un 53% de las respuestas, en La Ceja y Rionegro los compran un 15% y en tiendas virtuales un 4%.

Esta respuesta se relaciona con los canales de atención, ya que, los patinadores prefieren cercanía para hacer sus compras, con los aliados clave para tener una variedad de ofertas, con la relación con el cliente de manera personalizada y con la propuesta de valor para vivir experiencias utilizando todos los sentidos.

Figura 10

Resultados de la Pregunta número 8 de la Encuesta.

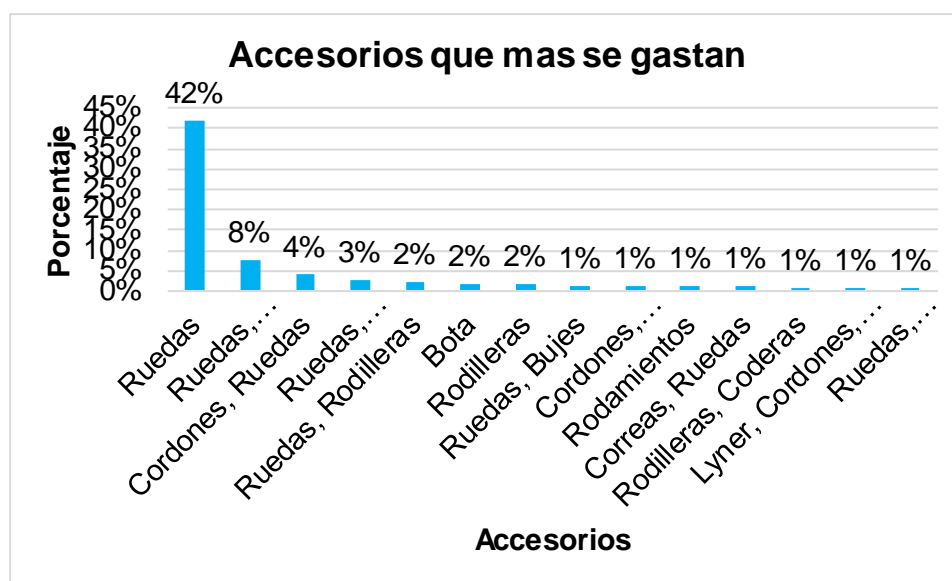


Las tasas de respuesta a la pregunta 9, ¿Qué accesorios se le gastan con más frecuencia?, se muestran en la Figura 11. De los 220 patinadores, el 42% respondió que el accesorio que más se les gasta son las ruedas, el 8% dice que se les gasta más las ruedas y rodamientos y el 4% respondió que los cordones y ruedas son los que más se les gasta.

La relación con los clientes para cubrir esta necesidad debe ser personalizada, los aliados clave deben proveer los productos más gastados por los patinadores, en la estructura de costos se debe tener en cuenta gastos de personal y para esto el canal debe ser directo en físico.

Figura 11

Resultados de la Pregunta número 9 de la Encuesta.

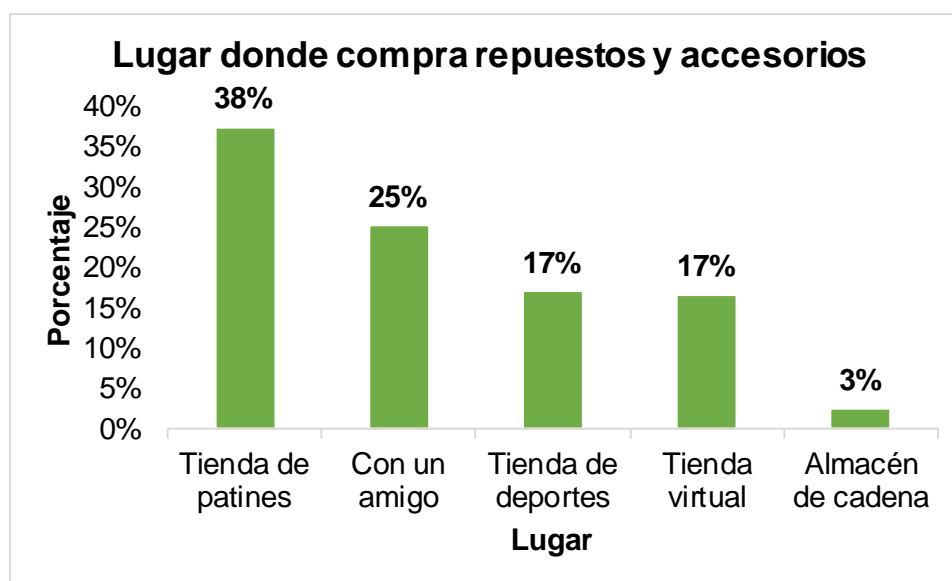


Las tasas de respuesta a la pregunta 10, ¿Dónde compra los repuestos o accesorios?, se muestran en la Figura 12. De los 220 encuestados; el 38% dice que compraron sus patines en una tienda de patines, el 24% dice que, con un amigo, el 17% dice que en una tienda de deportes y en una tienda virtual y solo el 3% informa que los compraron en un almacén de cadena.

De acuerdo con la mayoría de respuestas el canal de atención al cliente preferido por los patinadores del oriente antioqueño es directo en la tienda de patines, y se debe contar con recursos clave como un local adecuado y variedad de productos y los aliados clave como los profesores de los clubes de patinaje.

Figura 12

Resultados de la Pregunta número 10 de la Encuesta.

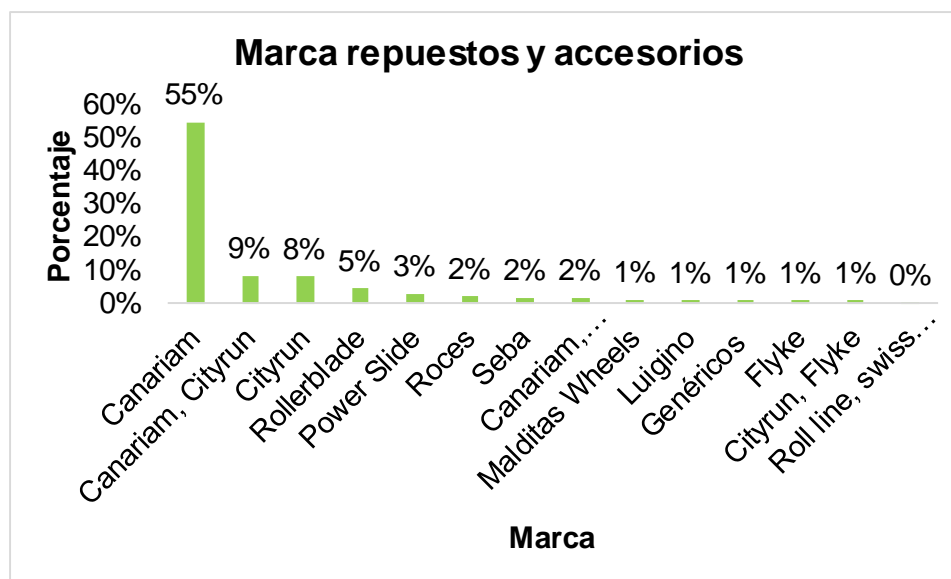


Las tasas de respuesta a la pregunta 11, ¿Cuál es la marca de los repuestos o accesorios?, se muestran en la Figura 13. A esta pregunta los patinadores responden así, el 55% que la marca de sus repuestos y accesorios es canariam; el 9% que es de canariam y Cityrun; el 8% de city run, el 5% rollerblade y el 3% de la marca seba.

Con estas respuestas damos cuenta del bloque de CANVAS de que la relación con el cliente, debe ser acorde a las preferencias de marcas, la propuesta de valor debe generar una ventaja competitiva brindando opciones de elección a los patinadores, los aliados clave para proveer la tienda con estas 4 marcas principales y las estructuras de coste de acuerdo con el pago a proveedores.

Figura 13

Resultados de la Pregunta número 11 de la Encuesta.

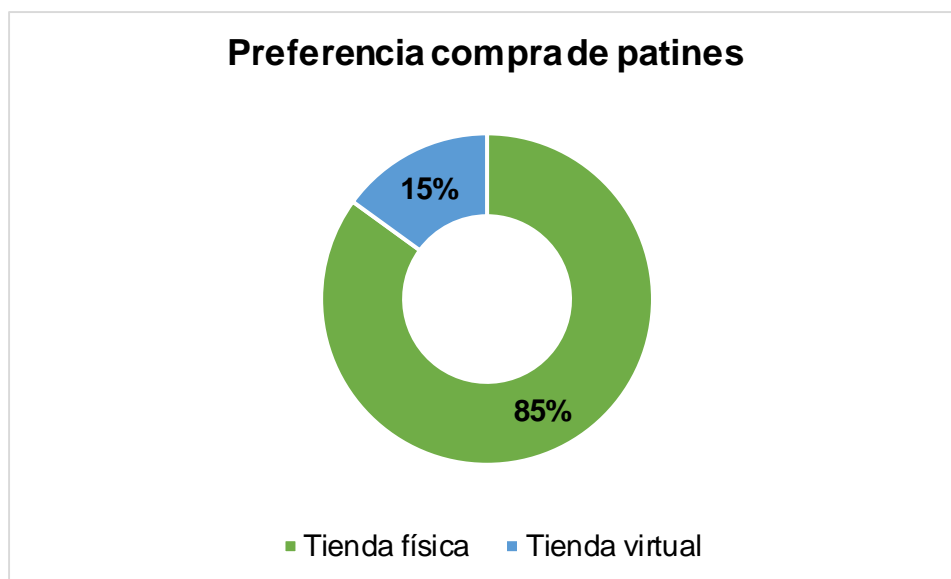


Las tasas de respuesta a la pregunta 12, ¿Cuál es la preferencia a la hora de comprar patines?, se muestran en la Figura 14. El 85% de los encuestados, es decir (187 personas) patinadores o acudientes, informan que prefieren realizar sus compras en una tienda de patines que sea física, solo el 15%, es decir, (33 personas) prefieren las compras virtuales.

Con relación a estas respuestas la propuesta de valor debe ser clara en cuanto a ofrecer los productos en una tienda física adecuada con todos los elementos necesarios para satisfacer las preferencias de los patinadores del oriente antioqueño, para esto sus aliados como proveedores son clave para surtir el local y contar con una sólida estructura de costos.

Figura 14

Resultados de la Pregunta número 12 de la Encuesta.

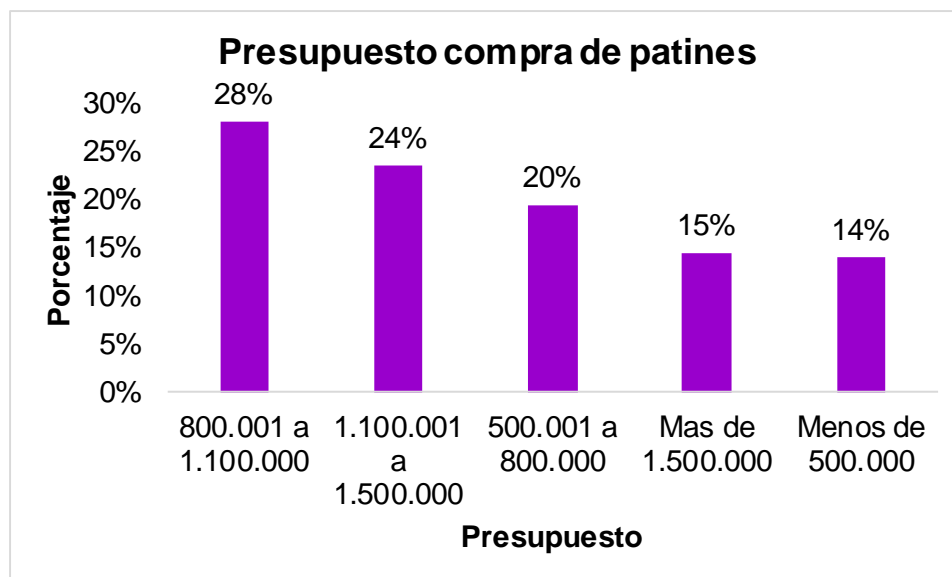


Las tasas de respuesta a la pregunta 13, ¿Qué presupuesto destina para la compra de patines?, se muestran en la Figura 15. De los 220 encuestados, el 28% indica que invierten entre \$ 800.0000 y \$ 1.100.000 para la compra de patines, seguido por el 24% de personas que invierten entre \$1.100.001 y \$1.500.000, luego está el 20% de los encuestados que invierten entre \$ 500.001 y \$ 800.000.

Con estas respuestas se puede entender cuál sería el flujo de ingresos promedio para la tienda por la venta de patines, la estructura de costos que se debe adecuar en cuanto a local, servicios, pago a proveedores, como también las actividades y recursos clave necesarios para atender a los clientes.

Figura 15

Resultados de la Pregunta número 13 de la Encuesta.

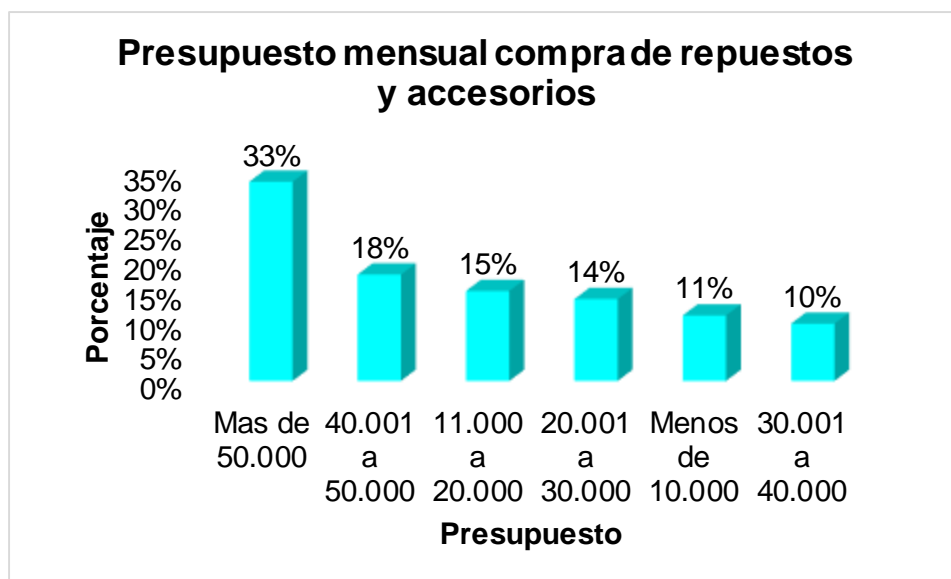


Las tasas de respuesta a la pregunta 14, ¿Qué presupuesto destina para la compra de repuestos y accesorios mensualmente?, se muestran en la Figura 16. De los 220 encuestados el 33% informaron que invierten mensualmente más de \$50.000 en compra de repuestos y accesorios, el 18% dijeron que invierten entre \$40.001 a \$50.000 y 15% indican que invierten de \$11.000 a \$20.000.

Con estas respuestas se puede entender cuál sería el flujo de ingresos promedio para la tienda por la venta de patines, la estructura de costos que se debe adecuar en cuanto a local, servicios, pago a proveedores, como también las actividades y recursos clave necesarios para atender a los clientes.

Figura 16

Resultados de la Pregunta número 14 de la Encuesta.

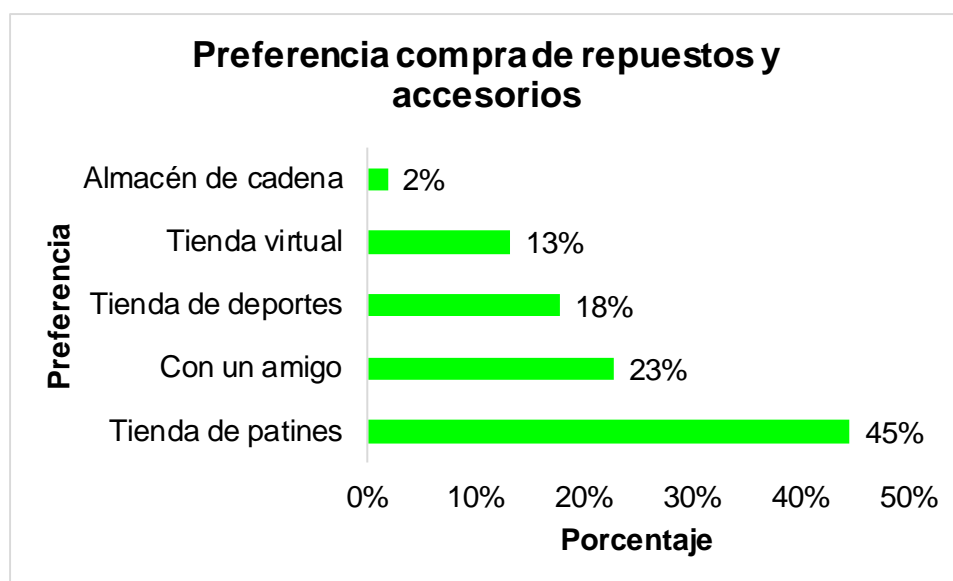


Las tasas de respuesta a la pregunta 15, ¿Cuál es la preferencia a la hora de comprar los repuestos y accesorios?, se muestran en la Figura 17. De las 220 respuestas obtenidas en esta pregunta, el 45% informa que prefiere comprar los repuestos y accesorios en una tienda de patines, el 21% prefiere comprarlos con un amigo, el 18% prefiere una tienda de deportes y el 13% prefiere realizar sus compras de manera virtual.

Con los resultados obtenidos en esta pregunta, se puede inferir que, para satisfacer las preferencias de la mayoría de los patinadores, la atención personalizada debe hacerse directamente en una tienda física especializada en patines y contar con unos proveedores para la comercialización de los repuestos y accesorios.

Figura 17

Resultados de la Pregunta número 15 de la Encuesta.

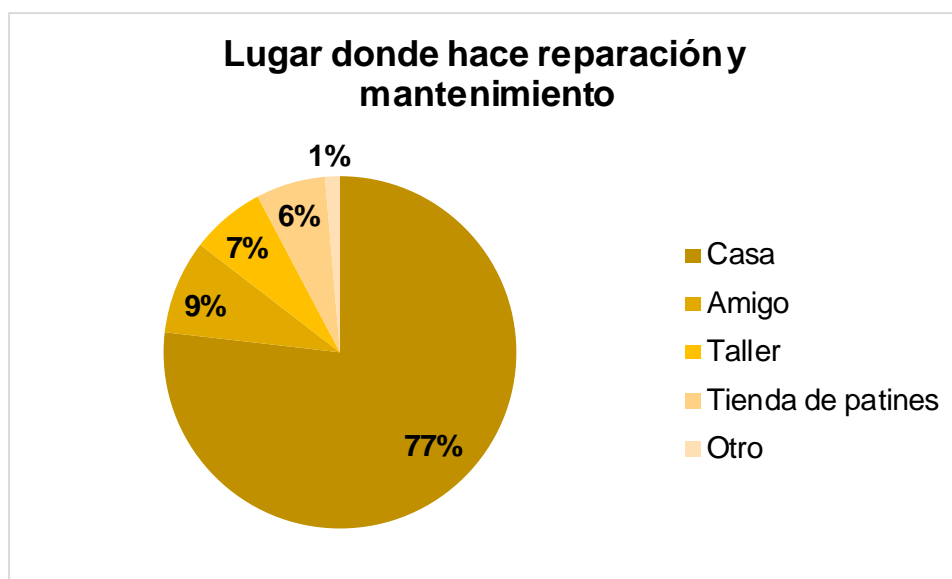


Las tasas de respuesta a la pregunta 16, ¿Generalmente hace reparación y/o mantenimiento a los patines en?, se muestran en la Figura 18. El 77% de los patinadores informa que la reparación y/o mantenimiento de los patines la realizan en casa, el 9% acude a un amigo, el 7% en un taller y el 6% en una tienda de patines.

Estas respuestas permiten revisar la estructura de coste de la tienda de patines para validar si sería necesario o no, contar con un técnico en reparación y mantenimiento de patines, de igual forma para definir la propuesta de valor y analizar si ésta es o no una necesidad que se debe cubrir.

Figura 18

Resultados de la Pregunta número 16 de la Encuesta.

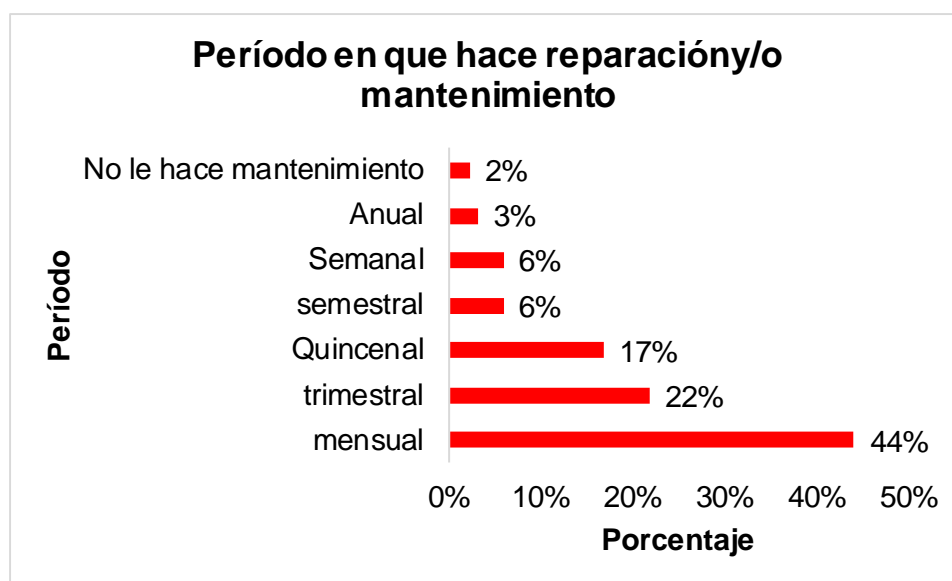


Las tasas de respuesta a la pregunta 17, ¿Cada cuánto se hace la reparación y/o mantenimiento a los patines?, se muestran en la Figura 19. El 44% de los encuestados informa que realiza de manera mensual la reparación o mantenimiento de sus patines, el 22% lo realiza trimestral, y el 17% lo realiza quincenal.

Con estos resultados se puede revisar la estructura de costes para la tienda de patines en cuanto a el horario del técnico de mantenimiento y los tiempos de respuesta al cliente para una mejor relación y así proporcionar una mejor propuesta de valor.

Figura 19

Resultados de la Pregunta número 17 de la Encuesta.

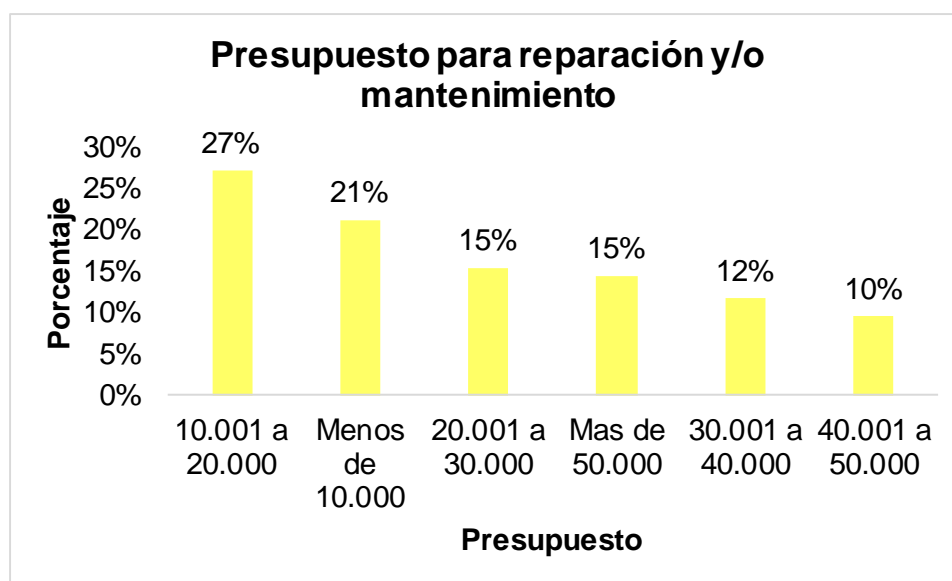


Las tasas de respuesta a la pregunta 18, ¿Qué presupuesto destina para la reparación y/o mantenimiento de los patines mensualmente?, se muestran en la Figura 20. El 27% de los patinadores del oriente antioqueño encuestados, indican que invierten mensualmente entre \$10.001 a \$20.000 para realizar el mantenimiento de sus patines, el 21% invierte menos de \$10.000 pesos, el 15% entre \$20.001 a \$30.000 pesos, otro 15% invierte más de \$50.000 pesos, el 12% entre \$30.001 a \$40.000 y el 10% invierte entre \$40.001 a \$50.000.

Con estas repuestas de los patinadores del oriente antioqueño se puede revisar los ingresos mensuales que tendría la tienda de patines por el servicio de reparación y mantenimiento de patines y definir la propuesta de valor y actividades clave.

Figura 20

Resultados de la Pregunta número 18 de la Encuesta.

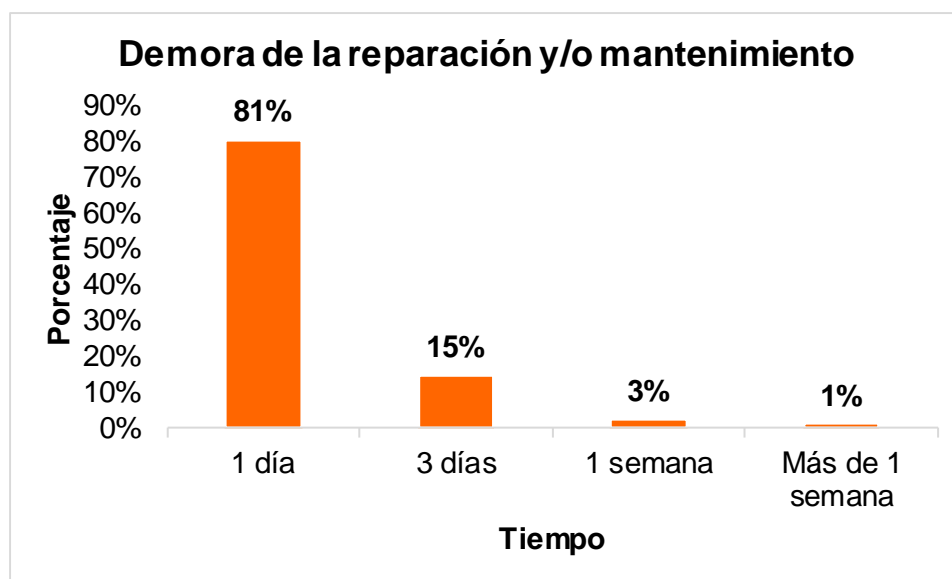


Las tasas de respuesta a la pregunta 19, ¿Cuánto tiempo tarda la reparación y/o mantenimiento de los patines?, se muestran en la Figura 21. El 81% de los patinadores encuestados informan que en 1 día realizan la reparación y/o mantenimiento de sus patines, el 15% dice que 3 días, el 3% 1 semana y el 1% más de una semana.

Con la anterior información se puede revisar los tiempos de espera para los clientes, también la necesidad o no de un mensajero y que alianzas estratégicas se pueden realizar.

Figura 21

Resultados de la Pregunta número 19 de la Encuesta.

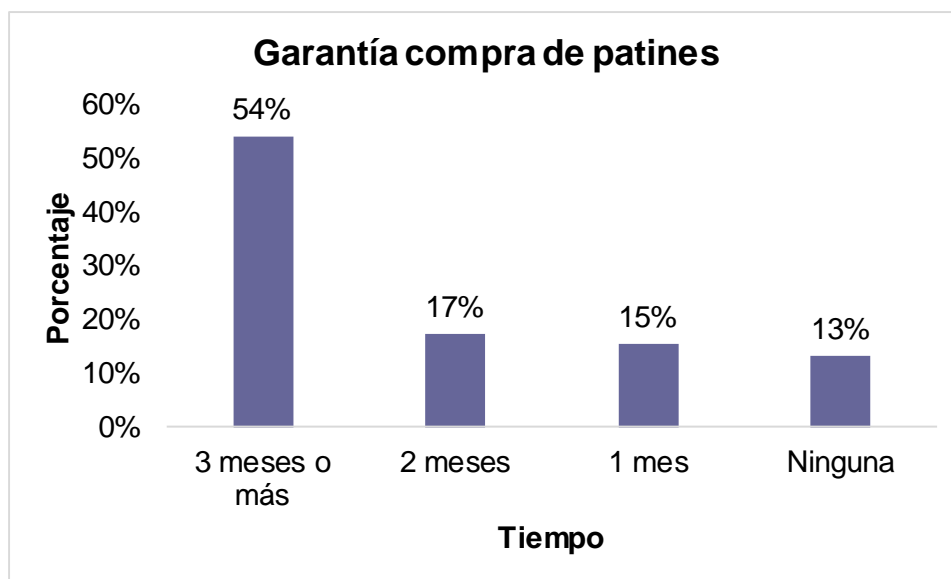


Las tasas de respuesta a la pregunta 20, ¿Qué garantías le otorgan por? [Compra de patines], se muestran en la Figura 22. El 54% de los encuestados informa que les ofrecen garantías de 3 meses o más por la compra de patines, el 17% dice que 2 meses, el 15% dice que 1 mes y el 13% informa que no les ofrecen garantías cuando compran sus patines.

Estos resultados permiten revisar los aliados clave como los proveedores para negociar las garantías para que la relación con los clientes sea de manera confiable y segura, también permite ofrecer una propuesta de valor acorde a sus necesidades.

Figura 22

Resultados de la Pregunta número 20 de la Encuesta.



Las tasas de respuesta a la pregunta 21, ¿Qué garantías le otorgan por? [Repuestos], se muestran en la Figura 23. El 53% de los encuestados informa que no les ofrecen garantías por la compra de repuestos, el 23% dice que les dan 1 mes de garantía, el 14% dice que 2 meses y el 11% informa que les dan 3 meses o más de garantía por la compra de repuestos de patines.

Estos resultados permiten revisar los aliados clave como los proveedores para negociar las garantías para que la relación con los clientes sea de manera confiable y segura, también permite ofrecer una propuesta de valor acorde a sus necesidades.

Figura 23

Resultados de la Pregunta número 21 de la Encuesta.

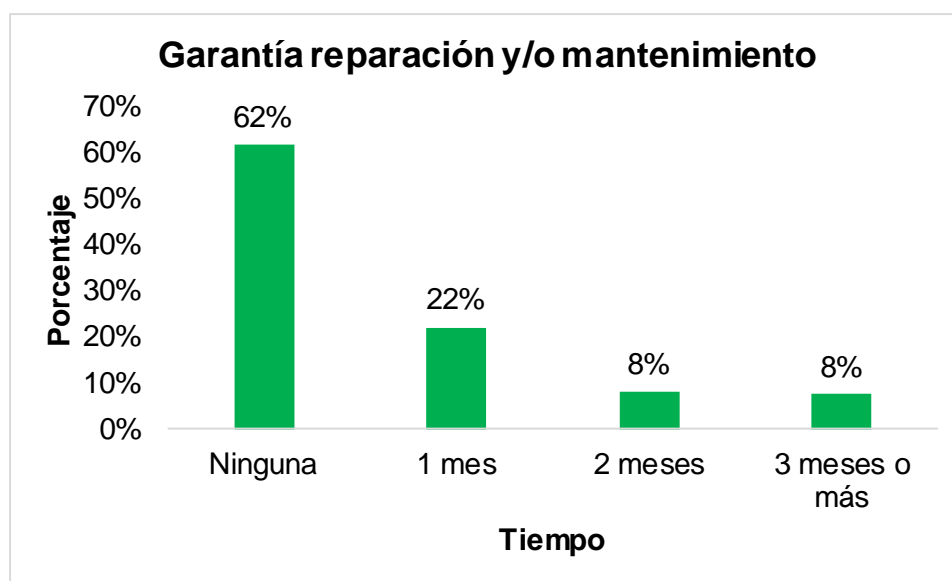


Las tasas de respuesta a la pregunta 22, ¿Qué garantías le otorgan por? [Mantenimiento y reparación], se muestran en la Figura 24. El 62% de los encuestados informa que no les ofrecen garantías por la compra de repuestos, el 22% dice que les dan 1 mes de garantía, el 8% dice que 2 meses y el 8% informa que les dan 3 meses o más de garantía por el mantenimiento y reparación de los patines.

Estos resultados permiten revisar los aliados clave como los proveedores para negociar las garantías que la relación con los clientes sea de manera confiable y segura, también permite ofrecer una propuesta de valor acorde a sus necesidades.

Figura 24

Resultados de la Pregunta número22 de la Encuesta.

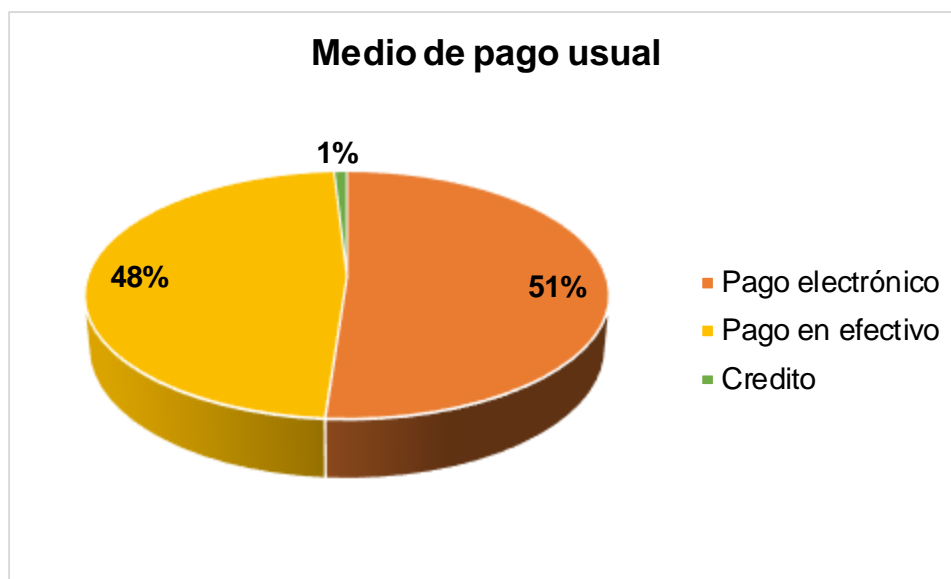


Las tasas de respuesta a la pregunta 23, ¿Qué medio pago utiliza para su compra usualmente?, se muestran en la Figura 25. En el oriente antioqueño el 51% de los 220 patinadores encuestados, manifiesta que usualmente pagan sus compras de manera electrónica y el 48% dice que paga en efectivo.

El resultado obtenido en esta pregunta permite revisar la relación con los clientes en cuanto a las opciones de pago que se les vaya a brindar, por ende, con que aliados clave contar en cuanto a sistema de pagos, la propuesta de valor a ofrecer con los medios de pago y recursos clave necesarios para llevar a cabo el cobro de los productos.

Figura 25

Resultados de la Pregunta número 23 de la Encuesta.

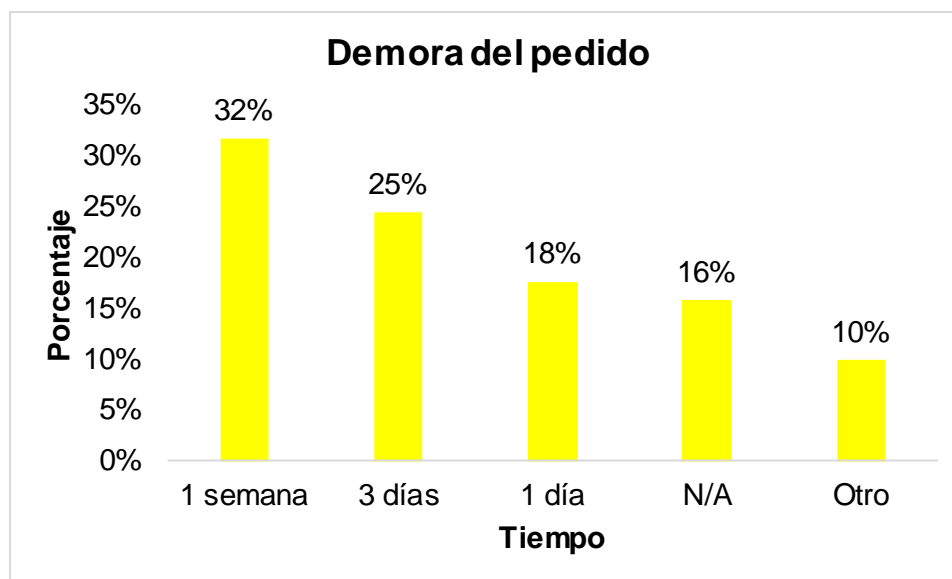


Las tasas de respuesta a la pregunta 24, ¿En cuánto tiempo le llega el pedido de patines, repuestos o mantenimiento?, se muestran en la Figura 26. Los patinadores del oriente antioqueño encuestados, respondieron que, su pedido tarda en llegar 1 semana, el 32%, tarda 3 días el 25% y que tarda 1 día el 18%.

Para ofrecer una propuesta de valor que permita que la tienda de patines tenga una eficiencia en los tiempos de entrega, fue importante contar con la anterior información, así la relación con los clientes podría generar un buen nivel de confianza y recomendación, también ejecutar ciertas actividades clave para lograrlo.

Figura 26

Resultados de la Pregunta número 24 de la Encuesta.



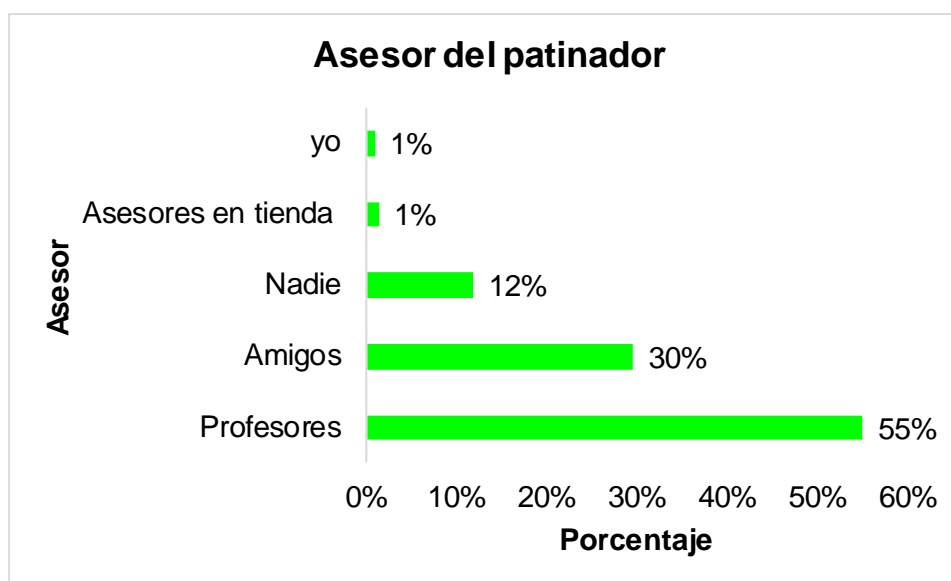
Las tasas de respuesta a la pregunta 25, ¿Quién lo asesora al momento de adquirir los patines, los repuestos y el mantenimiento?, se muestran en la Figura 27. Al 55% de los patinadores encuestados del oriente antioqueño los asesoran los profesores del club patinaje, al 30% los asesora los amigos, al 12% nadie los asesora. Se encontró también que los asesoran en una tienda, la mamá también asesora a un pequeño porcentaje, otros revisan comentarios en redes sociales para asesorarse y los líderes de las comunidades también asesoran a los patinadores.

Con la anterior información se pueden revisar los aliados que la tienda de patines pueda tener para tener las aptitudes requeridas para asesorar a los clientes y así su propuesta de

valor de ofrecer asesoría personalizada sea eficiente, del mismo modo revisar los recursos clave necesarios para brindar la mejor asesoría.

Figura 27

Resultados de la Pregunta número 25 de la Encuesta.

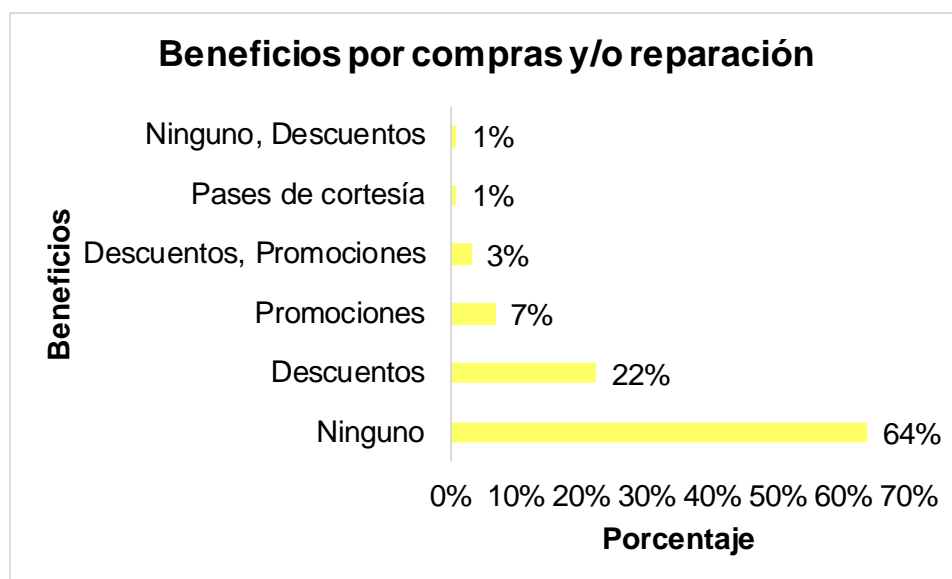


Las tasas de respuesta a la pregunta 26, ¿Qué beneficios obtiene por la compra de patines, repuestos o por el mantenimiento?, se muestran en la Figura 28. El 64% de los patinadores encuestados en el oriente antioqueño, informan que, no les brindan ningún tipo de beneficios a la hora de realizar sus compras relacionadas con los patines, el 22% dice que les ofrecen descuentos y el 7% que les ofrecen promociones.

Con la anterior información la tienda de patines puede estructurar una propuesta de valor que ofrezca lo que no les ofrecen a los patinadores en otras tiendas, del mismo modo reflexionar donde comenzaría y donde terminaría la relación con los clientes y con qué aliados trabajar para hacer posible esta propuesta.

Figura 28

Resultados de la Pregunta número26 de la Encuesta.



Canvas

En este punto se describen las bases sobre las que la tienda de patines planea crear, proporcionar y captar valor, está compuesto por nueve bloques que se observan en la figura 29 y muestran como en su operación pretende generar ingresos.

Figura 29

Lienzo CANVAS

CANVAS				
ALIADOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de patines como Canariam y City run. • Profesores de los clubes de patinaje. • Líderes de grupos urbanos y agresivos. • Centros deportivos del estado como el IMER y el INCERDE y las alcaldías municipales. 	ACTIVIDADES CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Venta de patines. • Venta de repuestos y accesorios. • Mantenimiento de patines. • Asesoría personalizada. 	PROPUESTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de interactuar con los patines físicamente, medírselos, comparar marcas, referencias y precios. • Reparación y mantenimiento. • Alianzas comerciales para aumentar las ventas. 	RELACIÓN CON EL CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría directa personalizada y especializada. • Asesoría por redes sociales, whatsapp business e instagram. 	SEGMENTO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Niños, jóvenes y adultos del Municipio de Rionegro y el oriente cercano. • Patinadores profesionales de los clubes deportivos del Oriente Antioqueño. • Patinadores aficionados de: agresivo, artístico y urbano.
	RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> * Recursos físicos. (Tecnológicos, técnicos y herramientas) * Recursos humanos. * Otros recursos. 		CANAL <ul style="list-style-type: none"> • Tienda física. • Canal corto indirecto. 	
ESTRUCTURA DE COSTOS Costos fijos. Costos variables.		ESTRUCTURA DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> * Ingresos por ventas de patines. * Ingresos por mantenimiento y reparación de patines. * Ingresos por venta de repuestos y accesorios para patines. 		

Segmento de Clientes

Con los resultados del trabajo de campo, se obtiene información importante para determinar el nicho de mercado y sus clientes. En este caso la edad, el municipio donde viven y la modalidad de patinaje que practican. A partir de los resultados obtenidos en la encuesta a los patinadores se define la ubicación de la tienda de patines en el Municipio de Rionegro. Ya que allí se concentra gran parte de los clientes y es considerado el centro del Oriente Antioqueño.

Se conoce la edad de la mayoría de patinadores encuestados, está entre 4 y 14 años de edad. Estos serían los principales clientes de la tienda de patines, por lo que la asesoría en productos y servicios debe ser enfocada en patinadores niños y jóvenes principalmente. La modalidad de patinaje que más practican es el patinaje profesional, de esta manera se tiene claro que la tienda debe contar con productos y servicios que cubran las necesidades de los patinadores profesionales.

De acuerdo a lo anterior el segmento de clientes de la tienda de patines son aquellos patinadores ubicados geográficamente en los Municipios del Oriente Antioqueño cercano, principalmente los que viven en el Municipio de La Ceja y el Municipio de Rionegro, que practican el patinaje profesional y que están en la edad entre 4 y 14 años.

Propuesta de Valor

Con el fin de dar solución a la problemática planteada de la necesidad de establecer una tienda física especializada para la comercialización de patines en el oriente antioqueño y que atienda a los municipios del oriente cercano, se toman en cuenta los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

- **Entregar una asesoría personalizada:** Los patinadores encuestados del Oriente Antioqueño practican patinaje Profesional, Semiprofesional, Velocidad, Urbano, Artístico, Downhill, Agresivo, recreativo y Formativo, (ver resultados de la pregunta 3). Para cada una de estas modalidades de patinaje se requiere unos patines, implementos, accesorios, repuestos, reparación y mantenimiento diferente, por ello la tienda de patines va a contar con un asesor comercial que oriente a los clientes desde que llegan a la tienda de patines hasta el servicio postventa. Este asesor estará capacitado en las diferentes modalidades de patinaje y en servicio al cliente y ventas.

- **Disponer de una tienda física de patines:** Los patinadores manifestaron que realizan sus compras en la ciudad de Medellín, lo que implica unos gastos de desplazamiento, tiempo y dinero. Con la tienda de patines ubicada en el Municipio de Rionegro, llamado también capital del Oriente Antioqueño, que atienda al oriente cercano, La Ceja, El Carmen de Viboral, Marinilla, Santuario y Guarne, los patinadores tendrían acceso cercano a los productos y servicios, lo que, les generaría un ahorro en pasajes, peajes y tiempo; que pueden destinar en otras cosas.

- **Contar con un amplio portafolio de productos y servicios:** Más del (50%) de los patinadores del Oriente Antioqueño encuestados, practican la modalidad profesional, la tienda debe disponer en su mayoría de patines, chasis, ruedas, repuestos, accesorios, reparación y mantenimiento para esta necesidad en particular, sin embargo, también debe contar con productos y servicios para atender las otras modalidades, Semiprofesional, Recreativo, Urbano, Agresivo, Artístico, Downhill, Formativo y velocidad.

El (57,73%) de los patinadores utilizan la marca de patines Canariam, el (14,09%) utiliza Cityrun, (ver pregunta 4). Para atender a estos clientes en cuanto a productos, servicios, repuestos, accesorios, reparación y mantenimiento, se debe disponer de inventario de estas dos marcas en especial. Y el (41,82%), dice que el accesorio que más gastan son las ruedas, (ver pregunta 9). Para ello se debe contar con inventario suficiente para cubrir esta necesidad.

- **Brindar beneficios por compras realizadas:** Los patinadores (63,64%), respondieron que, no les brindan beneficios, (ver pregunta 22). Por ello se entregaría reparación y mantenimiento gratuito por ser cliente. Adicionalmente, la tienda de patines va a destinar de las ventas mensuales un 12% para subsidiar parte de los gastos de envío que se generen por pedidos a domicilio y el resto lo asume el cliente.

En la tabla 9, se propone un inventario inicial, donde se relacionan los productos que la tienda de patines va a ofrecer a los clientes de la tienda de patines para satisfacer sus necesidades, este es realizado con base en las cotizaciones entregadas por los 2 principales proveedores de patines de la ciudad de Medellín, muestra el costo unitario, costo total, el precio de venta sugerido por los proveedores y las posibles ganancias con valores del año 2022.

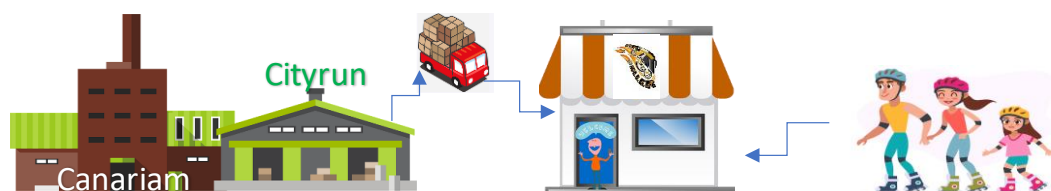
Tabla 9*Inventario tienda de patines 2022.*

INVENTARIO TIENDA DE PATINES 2022 EN MILES					
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO VENTA	GANANCIA
BOTAS	84	\$ 7.786.295	\$ 31.145.180	\$ 10.316.048	\$ 2.529.753
CHASIS	76	\$ 3.042.702	\$ 12.170.808	\$ 3.943.862	\$ 901.160
RUEDAS	136	\$ 2.523.669	\$ 9.987.338	\$ 3.340.032	\$ 816.363
PATINES COMPLETOS	24	\$ 1.634.000	\$ 4.902.000	\$ 2.197.000	\$ 563.000
BALINERAS	33	\$ 261.028	\$ 783.085	\$ 406.434	\$ 145.406
ACCESORIOS Y REPUESTOS	300	\$ 88.800	\$ 1.776.000	\$ 133.300	\$ 44.500
PROTECCIONES	505	\$ 746	\$ 3.729	\$ 936	\$ 190
TOTAL GENERAL	1158	\$ 15.337.240	\$ 60.768.139	\$ 20.337.612	\$ 5.000.372

Canal

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada, la mayoría de los patinadores (85%); manifestaron que prefieren realizar sus compras en una tienda de patines física, se puede atender al segmento de clientes en Rionegro, en una tienda física de patines, ya que, por temas de transporte y ubicación del municipio, este es el más adecuado. La atención sería personal y de acuerdo a la modalidad que practican, de la misma forma se puede ofrecer la atención por teléfono y WhatsApp business, para estar a la vanguardia y para agilidad en el servicio.

El canal sería indirecto corto, ya que, la mercancía pasa por unos intermediarios antes de llegar al consumidor final. Primero se realiza el pedido a las empresas fabricantes como Canariam y Cityrun, quienes por medio de transporte envían los productos que llegan a la tienda de patines, donde finalmente el consumidor, es decir, el patinador, adquiere los productos, como se muestra en la figura 30.

Figura 30*Canal indirecto corto***Relación con los Clientes**

La relación con los clientes principalmente será por medio de asesoría personal directamente en la tienda de patines, de acuerdo con las 187 respuestas de la mayoría de patinadores en la pregunta número 12, que indican preferir hacer las compras en tiendas físicas; en el caso de esta iniciativa, la relación con los clientes, va desde que el cliente consulta por algún producto, lo adquiere y quede satisfecho por la asesoría, la compra, la reparación o el mantenimiento de los patines y el servicio postventa por garantías, descuentos o beneficios.

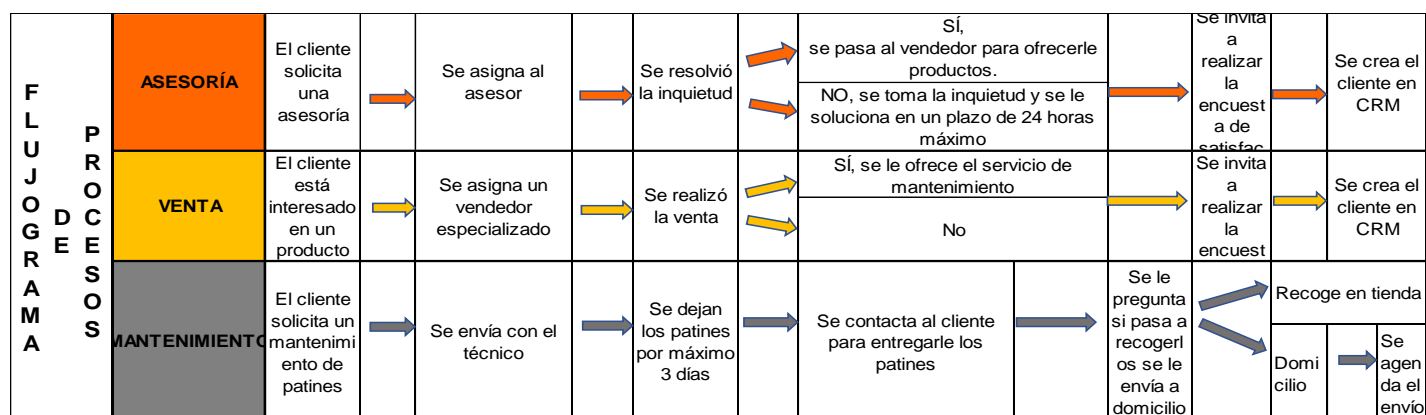
La comunicación en la relación tienda – cliente, debe ser asertiva, es decir, el asesor debe tener la habilidad de comunicarse de manera honesta y respetuosa con los clientes, durante la preventa, venta y postventa, dependiendo de la necesidad que tenga el cliente. En la figura 31 se observa el flujograma de los procesos que implementará la tienda de patines, con el fin de que todo quede documentado para un mejor control y eficiencia de los clientes y colaboradores. Los descuentos que se implementarán, están en relación directa con los clientes que practican el patinaje lo cual genera vínculos en el mediano y largo plazo.

La variedad de bienes y servicios y la disponibilidad de éstos, que son objeto de comercialización en la tienda, permite que el comprador tenga una opción de compra más

cercana a su sitio de residencia con los precios y marcas que él requiere para su práctica deportiva.

Figura 31

Flujograma de procesos



Flujo de Ingresos

Los ingresos están representados por las ventas de los bienes y servicios a los clientes y compradores del Municipio de Rionegro y Oriente cercano.

De acuerdo a la información obtenida, en total, en los Municipios del Oriente Antioqueño hay (932) patinadores, entre niños jóvenes y adultos, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada a los 220 patinadores, en las preguntas número 13 y 14, la mayoría de ellos invierte en la compra de repuestos y accesorios, así como en la reparación y mantenimiento de patines en promedio de \$165.000 pesos mensuales. Partiendo de este valor y el número de patinadores encuestados, si compran en la tienda mínimo ese valor mensual, los ingresos estarían cerca a los \$36.300.000 de pesos mensuales y \$435.600.000 anuales, obteniendo una utilidad neta de \$204.738.259 en el primer año de operación de la tienda de patines, como se puede observar detalladamente en la tabla 10, donde se realiza un estado de resultados con proyección a 5 años y un crecimiento anual en ventas del 5%, logrando con ello la sostenibilidad y viabilidad de crear la tienda de patines.

Tabla 10

Proyección estado de resultados tienda de patines.

ESTADO DE RESULTADOS TIENDA DE PATINES 2022 AL 2026					
	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas Totales	\$ 435.600.000	\$ 457.380.000	\$ 480.249.000	\$ 504.261.450	\$ 529.474.523
Costo Operacional	\$ 43.056.528	\$ 47.362.181	\$ 52.098.399	\$ 57.308.239	\$ 63.039.063
Utilidad Bruta	\$ 392.543.472	\$ 410.017.819	\$ 428.150.601	\$ 446.953.211	\$ 466.435.460
Gastos de Administración	\$ 18.000.000	\$ 18.360.000	\$ 18.727.200	\$ 19.101.744	\$ 19.483.779
Gastos de Ventas	\$ 69.333.988	\$ 72.800.687	\$ 76.440.722	\$ 80.262.758	\$ 84.275.896
EBITDA	\$ 305.209.484	\$ 314.986.937	\$ 328.918.975	\$ 343.321.819	\$ 358.195.551
Depreciaciones	\$ 3.685.900	\$ 3.870.195	\$ 4.063.705	\$ 4.266.890	\$ 4.480.234
UTILIDAD OPERACIONAL (EBITDA)	\$ 301.523.584	\$ 322.727.327	\$ 337.046.384	\$ 351.855.599	\$ 367.156.020
Intereses deuda financiera	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos No Operacionales	\$ 5.000.000	\$ 5.050.000	\$ 5.100.500	\$ 5.151.505	\$ 5.203.020
Total Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 310.209.484	\$ 320.036.937	\$ 334.019.475	\$ 348.473.324	\$ 363.398.571
Impuesto de Renta	\$ 105.471.225	\$ 108.812.559	\$ 113.566.621	\$ 118.480.930	\$ 123.555.514
Utilidad Neta	\$ 204.738.259	\$ 211.224.378	\$ 220.452.853	\$ 229.992.394	\$ 239.843.057

Recursos Clave

Para llevar a cabo la actividad de la tienda de patines, que permita entregar la propuesta de valor a todos los patinadores de Rionegro y el oriente cercano con los productos y servicios, se identifica la necesidad de disponer de recursos físicos y humanos para el funcionamiento de la operación.

Se realiza un presupuesto de capital de las inversiones a largo plazo de la tienda de patines llamado Capex, donde se identifican los recursos físicos necesarios para el desarrollo de la actividad económica de la tienda. Como se puede detallar, la tabla 11, hace referencia a la inversión previa que se requiere en tecnología, maquinaria, herramientas y equipos que ayudan al funcionamiento adecuado de la operación de la tienda de patines, para realizar la asesoría a los clientes, la venta de los productos, recibir y devolver dinero, documentar información de clientes, proveedores e inventario, vigilar y controlar la tienda y el personal, exhibir los productos o realizar reparaciones y mantenimientos.

Tabla 11

Capex.

CAPEX				
RECURSOS FÍSICOS	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	Lenovo 2.5 pulgadas, 7 mm / 9.5 mm SATA	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Caja registradora	320 GB / 500 GB / 1TB 5.400 rpm Dimensiones: 34 cm de frente, 37 cm de profundo y 25 cm de altura.	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Sistema de cámaras	Sannce 8 Ch 960h Cctv Dvr Grabadora Con 4 X 800tvi Fixed D	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
Celulares	Xiaomy /2.5 pulgadas, 7 mm / 9.5 mm SATA	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
Estanterías punto de venta	320 GB / 500 GB / 1TB 5.400 rpm Metalica 5 niveles	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
Escritorio	Madera color negro	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Silla de oficina	PC respaldo negro	1	\$ 149.900	\$ 149.900
Puff	puff baul	2	\$ 179.900	\$ 359.800
Televisor	LED 32 pulgadas Challenger/82,5 + 50,4 + 12,7 (Ancho x Alto x Profundidad)	1	\$ 859.900	\$ 859.900
Mesa de taller	Metalixa 4 patas	1	\$ 850.000	\$ 850.000
Silla de taller	PC respaldo negro	1	\$ 149.900	\$ 149.900
Estanteria bodega	Metalica 5 niveles	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Herramientas mantenimiento	kit de Llaves, martillo y brocha	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Insumos para mantenimiento	Kit de Lubricante y varsol	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Diseño y montaje de página web	Hosting año	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Vitrina	mostrador de vidrio	1	\$ 1.760.000	\$ 1.760.000
TOTAL		23	\$ 12.799.600	\$ 18.429.500

Asimismo, se realiza un Opex, donde se identifican los recursos humanos clave que generan gastos para llevar a cabo las funciones de la tienda, como resolver inquietudes a los clientes, asesorarlos, ofrecer los productos, cerrar ventas, organizar el inventario, mantener el orden y aseo de la tienda y la bodega, manejar la caja, entre otras tareas y del mismo modo se identifican otros recursos y gastos variables necesarios para el funcionamiento normal de la operación. La tabla 12, muestra la mano de obra directa y cuanto le valdría a la tienda de patines emplearla.

Tabla 12

Opex.

OPEX			
PERSONAL A TODO COSTO			
NÓMINA	SALARIO	MENSUAL	ANUAL
Representante legal	\$ 1.200.000	\$ 1.932.000	\$ 23.184.000
Asesor comercial	\$ 1.000.000	\$ 1.610.000	\$ 19.320.000
Tecnico de mantenimiento	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Contador	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Mensajero	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000
TOTAL	\$ 37.200.000	\$ 5.042.000	\$ 60.504.000

Por consiguiente, en la tabla 13, se puede observar otros recursos clave importantes para el funcionamiento de la tienda de patines, como arriendo del local, el cual se hizo con base en un local ubicado en una zona comercial del Municipio de Rionegro, los servicios públicos, el paquete de telefonía e internet, que se cotizó con un operador local, el plan de celular y la cámara de comercio que se paga 1 vez, industria y comercio mensual y una licencia de software anual.

Tabla 13

Otros recursos clave.

OTROS RECURSOS		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arriendo	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
servicios públicos	\$ 250.000	\$ 3.000.000
telefonía e internet	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Gastos de envío	\$ 1.815.000	\$ 21.780.000
Plan celular	\$ 50.000	\$ 600.000
Cámara y Comercio 1 sola vez	\$ 700.000	\$ 700.000
Industria y comercio mensual	\$ 27.000	\$ 324.000
Licencia de software	\$ 450.000	\$ 450.000
TOTAL	\$ 6.382.000	\$ 63.934.000

Finalmente, en la tabla 14, se muestran otros recursos claves identificados como gastos variables que también se consideran importantes, porque son los que incentivan a los clientes a conocer la tienda de patines y a realizar las compras.

Tabla 14

Gastos variables.

GASTOS VARIABLES			
CONCEPTO	VALOR		TOTAL ANUAL
Publicidad	\$	199.999	\$ 2.399.988
Mercadeo	\$	200.000	\$ 3.000.000
TOTAL	\$	200.000	\$ 5.399.988

Actividades Clave

La tienda de patines se dedicaría única y exclusivamente a la venta de patines, repuestos y accesorios, de igual modo a prestar el servicio de asesoría a los clientes que practiquen las diferentes modalidades, pero sobre todo los patinadores profesionales, semiprofesionales, recreativos, urbanos y agresivo. Las modalidades antes descritas son las que más se practican, (ver pregunta 3). Otra actividad clave a desarrollar consiste en ofrecer el servicio de reparación y mantenimiento de patines, con el fin de atender a los niños, jóvenes y adultos, aunque los resultados de la encuesta indican que los patinadores prefieren realizar en sus casas el mantenimiento y reparación de los patines.

Aliados Clave

De acuerdo con los resultados de la pregunta número 4 de la encuesta a los patinadores, donde manifiestan que las 2 marcas más utilizadas por ellos en patines y repuestos son Cityrun y Canariam, se requiere realizar alianzas estratégicas con estas dos empresas para proveer la tienda de patines y exhibir estos productos, así estas marcas se beneficiarían porque tendrán presencia en el oriente antioqueño. Al respecto, ya se cuenta con una cotización de ambas empresas.

Asimismo, se pretende también realizar alianzas estratégicas con los profesores de los clubes de patinaje profesional y semiprofesional, ofreciéndoles descuentos y refiriendo a los patinadores a esos clubes, a cambio de que la tienda pueda publicitar en los campeonatos de patinaje, ya que, con la respuesta a la pregunta número 25, se evidencia que, 121 de los patinadores son asesorados por los profesores.

Estructura de Costes

Los costos identificados para el funcionamiento de esta propuesta se reflejan y se materializan en un Balance General proyectado a 5 años. La cual comprende los activos por un valor de \$119.883.539 reflejados en el inventario (ver tabla 9), dinero en banco, efectivo en caja, planta y equipo que se muestra (ver tabla 11) y la depreciación correspondiente. Del mismo modo los pasivos \$96.056.528, que corresponden a obligaciones laborales que se muestran (ver tabla 12) y pago a proveedores e impuestos. Así al realizar la operación, ésta arroja un patrimonio de \$23.827.011 y al sumar el pasivo con el patrimonio se obtienen \$119.883.539. Tal y como se observa (ver tabla 15).

Tabla 15

Proyección balance general.

PROYECCIÓN BALANCE GENERAL A 5 AÑOS					
Proyección de inventario	5%				
Crecimiento proveedores	10%		Crecimiento obligaciones laborales	2%	
ACTIVOS	2022	2023	2024	2025	2026
Activos corrientes					
Inventario	60.768.139	63.806.546	66.996.874	70.346.717	73.864.053
Banco	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Caja	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Total activos corrientes	97.768.139	100.806.546	103.996.874	107.346.717	110.864.053
Activos No corrientes					
Cxc	0	0	0	0	0
Planta y equipos	\$ 18.429.500	\$ 19.350.975	\$ 20.318.524	\$ 21.334.450	\$ 22.401.172
Depreciación acumulada	\$ 3.685.900	\$ 3.870.195	\$ 4.063.705	\$ 4.266.890	\$ 4.480.234
Total activo No corriente	\$ 22.115.400	\$ 23.221.170	\$ 24.382.229	\$ 25.601.340	\$ 26.881.407
TOTAL ACTIVOS	119.883.539	124.027.716	128.379.102	132.948.057	137.745.460
PASIVOS					
Pasivos corrientes					
Obligaciones financieras a corto plazo	0	0	0	0	0
Obligaciones laborales	61.056.528	62.277.659	63.523.212	64.793.676	66.089.549
Proveedores	30.000.000	33.000.000	36.300.000	39.930.000	43.923.000
Impuestos	5.000.000	5.150.000	5.304.500	5.463.635	5.627.544
Total pasivo corriente	96.056.528	100.427.659	105.127.712	110.187.311	115.640.094
TOTAL PASIVOS	96.056.528	100.427.659	105.127.712	110.187.311	115.640.094
PATRIMONIO					
Capital	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Resultado del ejercicio	204.738.259	211.224.378	220.452.853	229.992.394	239.843.057
PATRIMONIO	23.827.011	23.600.058	23.251.390	22.760.746	22.105.367
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	119.883.539	124.027.716	128.379.102	132.948.057	137.745.460

Análisis financiero

Basado en los estados financieros y en el tiempo que se proyectó la tienda de patines, con el fin de evaluar la el beneficio que se puede obtener con la tienda de patines, respecto a los recursos que se invertirían, se analizan indicadores de rentabilidad como VPN, TIR, WACC, ROE Y ROA.

En la tabla 16 se muestran los años proyectados y el crecimiento anual esperado, con un costo de capital del 14%, con el que podemos obtener el resultado del valor presente neto (VPN), arrojando una cifra factible la creación de la tienda de patines.

Por otro lado, la tasa interna de retorno (TIR), muestra un porcentaje a favor superior, por lo que se asume que la tienda de patines sería rentable.

Tabla 16

VPN y TIR.

VPN Y TIR	
Ke	14%
AÑO	PROYECTO
0	-\$ 97.768.139
1	\$ 100.806.546
2	\$ 103.996.874
3	\$ 107.346.717
4	\$ 110.864.053
VPN	\$ 85.369.816
TIR	99%

En la tabla 17 se realiza WACC, costo promedio ponderado del capital, que tendría la tienda de patines, suponiendo que de los \$ 97.768.139, que se necesitan para abrir la tienda de patines, se requiera hacer un préstamo por \$50.000.000 en una entidad financiera a una tasa de interés

efectiva anual del 20% a 10 años on una suposición de impuestos del 30% y suponiendo que la tasa de interés que se espera obtener por la operación de la tienda de patines es del 12%.

Para esto inicialmente se saca el porcentaje de participación de la deuda y de los recursos propios y el costo de la deuda.

Luego multiplicamos cada participación por el costo, finalmente la suma de cada promedio ponderado de la deuda y de los recursos propios nos dan un WACC del 13%.

Tabla 17

WACC.

DETALLE	VALOR	PARTICIPACIÓN	COSTO	PROMEDIO PONDERADO
DEUDA	\$ 50.000.000	51%	14%	7%
RECURSOS PROPIOS	\$ 47.768.139	49%	12%	6%
TOTAL	\$ 97.768.139	100%		
TASA DE INTERÉS	20%			
IMPUESTO	30%	WACC	13%	
COSTO DE LA DEUDA	14%			
TIO	12%			

Finalmente, con el ROA, retorno sobre los activos y el ROE, retorno sobre el patrimonio, se pretende medir la rentabilidad de la tienda de patines. En la tabla 18 se realizan estos cálculos, donde con resultado del ROE del 859% y del ROA del 171%. Se puede decir que el apalancamiento sería positivo y la tienda puede llegar a ser solvente a largo plazo, por ende, sostenible.

Tabla 18

ROE Y ROA.

DETALLE	VALOR		
Total ventas anuales	\$ 435.600.000		
Utilidad Neta	\$ 204.738.259	ROE	859%
Total activos	\$ 119.883.539	ROA	171%
Total pasivos	\$ 96.056.528		
Total patrimonio	\$ 23.827.011		

Conclusiones

La necesidad de los deportistas patinadores del Oriente Antioqueño, de contar con accesibilidad a tiendas de patines en el oriente antioqueño, es una oportunidad para emprender el negocio de la tienda especializada en la venta, reparación y mantenimiento de patines.

Hechos los análisis de mercadeo, en el Oriente Antioqueño, con base al instrumento de recolección de información y la estructura de ingresos del lienzo Canvas, se concluye que el negocio es viable para la comercialización de patines, repuestos y accesorios.

Se recomienda no prestar el servicio de reparación y mantenimiento de manera permanente, debido a, que la mayoría de patinadores lo realizan en sus casas, aunque, posiblemente sea porque, no han tenido el fácil acceso a este servicio. Se puede iniciar como beneficio ofrecer el mantenimiento gratis por las compras realizadas en la tienda, para que los clientes lo conozcan y de acuerdo a los resultados, revisar la posibilidad de disponer del servicio de manera permanente.

El plan de negocios muestra una empresa potencial con las alternativas planteadas a nivel administrativo, ya que, su desempeño está basado en una articulación de la empresa con los clientes, propone un equipo de talento humano eficiente y una organización sólida, como elementos para que sea competitiva y sostenible a largo plazo.

De acuerdo a la información recolectada y analizada, con las herramientas financieras, se determina que la iniciativa es viable, por cuanto las ventas anuales reflejan ingresos que no solo cubren los gastos, sino también puede pensar en invertir o expandirse a otros municipios.

Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente (1991). Constitución Política de Colombia
- Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (2021). *Concepto económico para el Oriente Antioqueño 2019*. <https://ccoa.org.co/wp-content/uploads/2021/01/Concepto-Economico-2020.pdf>
- Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (2022). *Crea tu empresa. Estos son los pasos para que puedas crear tu empresa*. <https://ccoa.org.co/tramites-registrales/crea-tu-empresa/>
- Colombia. Ley 1581 de 2012 [Poder Público - Rama Legislativa], *Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales*. 17 oct, 2012 Núm. 48587.
- Colombia. Código de Comercio. Decreto 410 de 1971 [Presidencia de la República], *Por el cual se expide el Código de Comercio*. (marzo 27 de 1971) 27 Mar, 1971
- Colombia. Código Sustantivo del Trabajo. Decreto 2663 de 1950 [Presidencia de la República], *Por el cual se expide Código Sustantivo del Trabajo decretos 2663 y 3743 de 1950*, 05 ago., 1950.
- Colombia. Estatuto del Consumidor. Ley 1480 de 2011 [Poder Público - Rama Legislativa], *Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*. 12 oct, 2011 Núm. 48220.
- Gómez, L., Martínez, J., Arzuza B., M. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (21), 1-25.
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64602101.pdf>
- López-Roldán, P. & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona.

Posada López, Z. & Vásquez López, C. (2022). Beneficios de la práctica de actividad física durante la pandemia generada por el Covid-19. Revista U.D.C.A. Actualidad & Divulgación Científica, 8(1). DOI: 10.31910/rdafd.v8.n1.2022.2185

Vínculos

Encuesta a patinadores en <https://forms.gle/z9fMcMb5AmPH6qBi7>

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8IhuRbNbf3QziidqwrG40Dm7XhHWO83gRTdUzlLWKfudMXQ/viewform?usp=sf_link

[Plan de Negocios para la Creación de la Tienda de Patines Rioroller.xlsx](#)