


|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 1 de 19</b> |

1. Programa Académico:

Especialización en gestión empresarial

2. Nombre del Proyecto de Plan de Negocio:

Branding Bike

3. Datos del (los) Autor(es):

| <b>Nombres</b> | <b>Apellidos</b> | <b>Correo Electrónico</b> | <b>Programa Académico</b>              | <b>Modalidad (Presencial / Virtual)</b> |
|----------------|------------------|---------------------------|--|---|
| Jairo Camilo   | Riaño Posada     | camilo_cisf@hotmail.es    | Especialización en Gestión Empresarial | Presencial                              |
| Magda Andrea   | Péres Salazar    | maps_832@hotmail.com      | Especialización en Gestión Empresarial | Presencial                              |

4. Fecha de documento

24


07

2017

entrega del Trabajo de Grado (DD/MM/AAAA):

Resumen Ejecutivo del Plan de Negocio


La temática utilizada en nuestro proyecto fue la publicidad no convencional debido a un vehículo innovador al cual le quisimos dar un uso diferente al que encontramos en la búsqueda por internet, la metodología utilizada fue el modelo de negocio canvas orientado por el profesor José Manuel Espitia Cifuentes el cual nos ayudo a aterrizar la idea de negocio esto se dio debido a todo el proceso que este modelo demanda, es decir pensamos que las validaciones con el mercado fueran la puntada real para impulsarnos a pulir la idea inicial y dejarla en la que hoy estamos presentando, los tópicos mas importantes siempre fue la publicidad no convencional o como siempre a

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 2 de 19</b> |

vimos publicidad innovadora, este servicio ayuda a las empresas a llegarles a los clientes de una manera divertida, positiva y ecológica, además que en la ciclo vía (“mapa ciclovía bogota - Buscar con Google,” n.d.) se encuentra por todo Bogotá lo cual hace que la publicidad llegue hasta donde las empresas no han podido llegar, este servicio se diferencia de los demás por ser único en Colombia hasta el día de hoy, es decir hasta este momento nadie en Colombia están haciendo publicidad no convencional en un vehículo de este tipo, el mercado que vamos a satisfacer son las medianas empresas que están ubicadas sobre la ciclo vía quienes invierten en publicidad, como por ejemplo las universidades, puesto que muchas universidades están ubicadas sobre la ruta de la ciclo vía y aquí la cantidad de jóvenes son la gran mayoría, de esta manera será una publicidad efectiva adicionando que los clientes potenciales se podrán divertir en el vehículo relacionando la diversión, el deporte y la ecología con la universidad que este pautando en ese momento, la proyección financiera se estima en cobrar por el servicio y los empleados con un incremento del 15% de utilidad para las ganancias o rentabilidad y se estima pautar todos los domingos y festivos en la ciudad e Bogotá, adicionalmente el proyecto se encuentra en espera de la respuesta del ministerio de transporte para poder poner a pautar la bicicleta el resto de días durante el mes es decir lunes, martes, miércoles, jueves viernes y sábados durante el día y la noche, la proyección es buena, adicional a esto se espera introducir el servicio en Corferias para que se presente el servicio en lugares de buena reputación para que sea una publicidad cotizada, con estilo.

Hacer contextualización del trabajo, indicando cómo fue la temática y la metodología empleada, cuáles fueron los tópicos más importantes y cómo puede ayudar el resultado alcanzado al sector en el que se desarrolló la propuesta. Debe incluir una breve información sobre el producto o servicio (tangible/intangible) y sus diferenciales frente a la competencia, el segmento de mercado al que se dirige, el equipo humano requerido para desarrollar el plan, si hay alguna trayectoria ya recorrida y según el caso, la proyección financiera, incluyendo la rentabilidad esperada. Se propone citar aquí si el lector requiere ahondar en algún tema especial para poder entender los resultados obtenidos, principalmente sobre procesos, aspectos legales o normativos, riesgos, finanzas, entre otros.

## 5. Planteamiento del Plan de Negocio

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 3 de 19</b> |


### 5.1. Identificación de la necesidad a resolver

Los principales hallazgos encontrados fueron que la publicidad tradicional ya no es confiable, las vallas, la televisión la radios son medios costos para pautar y no generan confianza en los consumidores, por otro lado las ciudades están proliferadas de publicidad exterior la cual es bastante plana y no llegue al consumidor, las redes sociales roban mucho la atención de estos medios de publicidad por ejemplo los periódicos físicos, estos ya no son efectivos incluso se ven sobre las calles principales ofreciendo suscripciones de estas a tan solo 1000 pesos mensuales, cuando esto era verdaderamente un lujo tenerlo, con este ejemplo actual se resume el problema que tiene la publicidad tradicional, y es precisamente en este punto en donde el street marketing coge fuerza y el proyecto de branding bike se ve una vez mas como una forma muy diferente de hacer publicidad y lograr efectos positivos en las empresas, en los consumidores y en el medio ambiente.

Describir los principales hallazgos en relación con las necesidades de tipo estructural, de infraestructura, psicológicas, de uso, de situación de compra, identificadas en el segmento empresarial o de consumo explorado.

### 5.2. Solución propuesta al problema planteado

El servicio de publicidad BTL y digital consiste en un vehículo de tracción humana el cual servirá de medio para pautar, en el podrán las personas del común usarla, montarla ya que ésta se ubicara inicialmente en la ciclo vía de Bogotá, a su vez dentro del vehículo se tiene un radio el cual ambientara el recorrido con música de esta manera el vehículo mas la publicidad generarán una recordación o un reposicionamiento de la marca pautando en los usuarios de la ciclo vía, de esta manera se están generando emociones nuevas u diferentes en los clientes y como es de saberse el ser humano recuerda con más facilidad cuando asocia un conocimiento nuevo con una emoción es decir, una vez más la marca pautando será recordada con las emociones de diversión, deporte y ecológica, logrando ubicarse positivamente en todos aquellos que logren verla y usarla.

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 4 de 19</b> |

Describir de la manera más precisa posible en qué consiste el producto o servicio (tangible/intangible) y cómo podrá dar solución a las necesidades identificadas en el punto 6.1. En otras palabras, se debe responder a inquietudes como: ¿qué podrán obtener los consumidores al adquirir este producto o servicio?, ¿Qué ventajas o atributos diferenciales posee frente a productos o servicios competidores o productos o servicios sustitutos ya presentes en el mercado?, ¿Qué posibles desventajas podría tener frente a productos o servicios competidores o sustitutos?

Hacer énfasis en los beneficios, características o atributos que pueden generar valor para los consumidores o al sector en el que se desarrolló la propuesta.


### 5.3. Ventaja Competitiva del proyecto

Definidamente este proyecto ofrece una ventaja competitiva en todo sentido, ya que es una forma única hasta el momento en Bogotá y Colombia para realizar publicidad, pues el medio que se usa o mejor dicho el vehículo inspirador es el punto clave de este negocio, mas a un que este proyecto generara empleo a personas reinsertadas, desplazadas de estratos 1 y 2, este proyecto no necesita empleados muy calificados lo cual genera una nómina muy económica, es dinámico porque es 100% móvil y se ubica en donde la empresa pautadora desee.

Describir si el proyecto ofreció una ventaja competitiva frente a diferentes opciones disponibles en el mercado y explicar por qué.

### 5.4. Definición del mercado a quien se dirigió


El mercado objetivo de este proyecto son empresas medianas tales como universidades (“Bogotá primero, Antioquia segundo,” n.d.), parques de diversiones, grandes superficies, el mercado de las universidades en Bogotá es el número uno, le sigue Medellín, tercero Caldas, con este pequeño ejemplo las universidades serian un mercado importante para ofrecer este medio de publicidad puesto que en la ciclo vía se encuentran los clientes potenciales de ellos, ahora bien los parque de diversiones, tales como mundo aventura, salitre mágico y piscilagos estos mueven muchas personas anualmente y están muy interesados en este proyecto estos respectivamente mueven mas de 1´000.000 de visitantes y la ciclo vía muestra un incremento positivo de los habitantes de la ciudad de

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 5 de 19</b> |

Bogotá lo cual genera una dupla importante para hacer este proyecto bastante prometedor, por otro lado están las grandes superficies las empresas de consumo masivo que también invierte bastante en publicidad tradicional y quienes también están muy interesadas en este nuevo proyecto.

La empresa más grande de Bogotá en temas de publicidad es Sancho BBDO Worldwide (“Sancho BBDO - Mover nos mueve,” n.d.), es una empresa muy grande con mucha reputación y muy efectiva en el tema de la publicidad, pero esta empresa aun no ha incursionado en el tema del street marketing, lo cual genera una gran ventaja sobre este grande de la publicidad.

| DOFA EMPRESA<br>SANCHO BBDO | POSITIVO  | NEGATIVO   |
|-----------------------------|---|--|
| INTERNO                     | Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal profesional.</li> <li>• Más de 70 años trabajando como la mejor empresa de Colombia en el mundo de la publicidad.</li> </ul>                 | Debilidades <ul style="list-style-type: none"> <li>• No han incursionado en el street marketing.</li> <li>• Personal profesional costoso.</li> </ul> |
| EXTERNO                     | Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento dentro del sector de la publicidad</li> <li>• Ubicación numero 1 dentro de las mejores agencias de publicidad en Bogotá.</li> </ul> | Amenazas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sus medios de publicitar son muy costosos.</li> <li>• Su servicio es muy costoso.</li> </ul>       |

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 6 de 19</b> |

Este proyecto no necesita un establecimiento u oficinas sofisticadas, pues su ejecución del trabajo será en las calles, se necesitara un parqueadero y una simple bodega inicialmente para resguardar el vehículo y papelería necesaria.


Describa el mercado objetivo (target group), tamaño del mercado (market size), crecimiento del mercado en los últimos 5 años, segmentos de mercado, participación de mercado (market share) de los competidores. Análisis DOFA de los principales competidores. Utilice en la medida de lo posible tablas, gráficos, diagramas, que ayuden a visualizar y entender mejor la información.

En caso de empresa, describir además el objetivo empresarial, el nicho de mercado en el que se desenvuelve. Indique la ubicación de sus sedes corporativas y describa posibles competidores.

#### 5.5. Equipo humano que se requirió para llevar a cabo el proyecto

En principio para llevar a cabo este exitoso proyecto, se requirio de un equipo de trabajo que consta de los siguientes socios y empleados:

- **Emprededor:** el encargado de visualiar una idea incial con alto potenvial para llevar a cabo y asi mismo hacer realidad un modelo de proyecto.
- **Diseñador:** este tuvo una participacion importante al desarrollar los planos de la bicicleta que hacian de este modelo algo nuevo y unico dentro de su segmento
- **Ingeniero mecanico:** encargado de avalar y participar en la contruccion de los planos y del modelo en fisico conforme a lo requerido.
- **Abogado:** quien con el tiempo se encargo de la consecucion de permisos y demas para la utilizacion e implementacion de la bicileta. Adicionalmente encargado de la realizacion de contratos para su produccion y mantener la confidencialidad de planos y materiales con los que fue hecho la bicictea.
- **Administrador:** siempre esta realizando nuevos contactos y visitando clientes potenciales para la apertura de nuevos mercados y enfocandose en hacer crecer el nicho de mercado, adicionalmente se encarga de velar por que se le realicen los mantenimientos necesarios para su buen y optimo servicio.

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 7 de 19</b> |

- Conductor: este es el encargado de realizar los recorridos de la bicicleta según las necesidades del cliente.
- Asesor comercial: es el encargado de las ventas con los clientes existentes y nuevos, en el momento que el administrador crea nuevas relaciones y mercados este llega a explotarlos y explorarlos donde se espera que mediante las ventas del servicio se haga la retención de clientes ya de bikebranding.
- Tecnico: encargado de realizar los mantenimientos del bike branding y así mismo que este siempre se encuentre en condiciones optimas tanto tecnicas como esteticas (lavado).
- Impulsadora: una señorita en ocasiones dos quienes se ocupan de ir dentro de la bici haciendo apertura de marca para los usuarios y así mismo recolectando datos que son fundamentales para las empresas que toman el servicio .


## 5.6. Plan financiero

Este es un proyecto que conto con una inversion inicial superior a los \$30.000.000 millones de pesos ta como se muestra a continuacion:

| Inversión | Precio     |
|-----------|------------|
| Bicicleta | 30.000.000 |

Asi mismo es importante el ver el desgloce de los costos de inversion inicial con relacion a bike branding.

| Descripción            |            |
|------------------------|------------|
| Diseño de la Bicicleta | 500.000    |
| realización de planos  | 500.000    |
| materiales             | 10.000.000 |
| mano de obra           | 19.000.000 |

|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 8 de 19</b> |

Posteriormente para determinar datos como reuperacion de la inversion entre otros se realizo los gastos con relacion a cada servicio tal como se muestra a continuacion

| Gastos Variables       | Precio         |
|------------------------|----------------|
| Alquiler de Caminata   | 127.000        |
| Gasolina               | 100.000        |
| Parqueadero            | 50.000         |
| Personal ( 4 x 40.000) | 160.000        |
| Retención (6%)         | 32.220         |
| Imprevistos            | 500.000        |
| <b>Total</b>           | <b>969.220</b> |

| Gastos Fijos Mensuales | Precio         |
|------------------------|----------------|
| Parqueadero Mes        | 120.000        |
| Seguro Bicicleta       | 58.333         |
| <b>Total</b>           | <b>178.333</b> |


A continuacion los costos del servicio neto sin ganacia:

| Servicio   | Precio    | Costos de Venta | Precio    |
|------------|-----------|-----------------|-----------|
| Publicidad | 1.147.553 | Costos de Venta | 1.147.553 |

Y con una de las opciones más rentables para este modelo esta un ejemplo que esta realizado con el IDRDR alcanzo asi un nivel de rentabilidad del 30% por servicio.

|                           |         |
|---------------------------|---------|
| Activación de Marca IDRDR | 2000000 |
|---------------------------|---------|



|   |  |                        |
|---|--|------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>           |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>      |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 9 de 19</b> |


|       |           |
|-------|-----------|
| TOTAL | 3.598.583 |
|-------|-----------|

### 5.7. Plan de mercadeo


Dentro del plan de mercadeo se desarrollaron varias estrategias y durante su implementación nos dimos cuenta que siempre se necesitaron realizar ajustes, a medida que el proyecto iba cogiendo forma y forma.

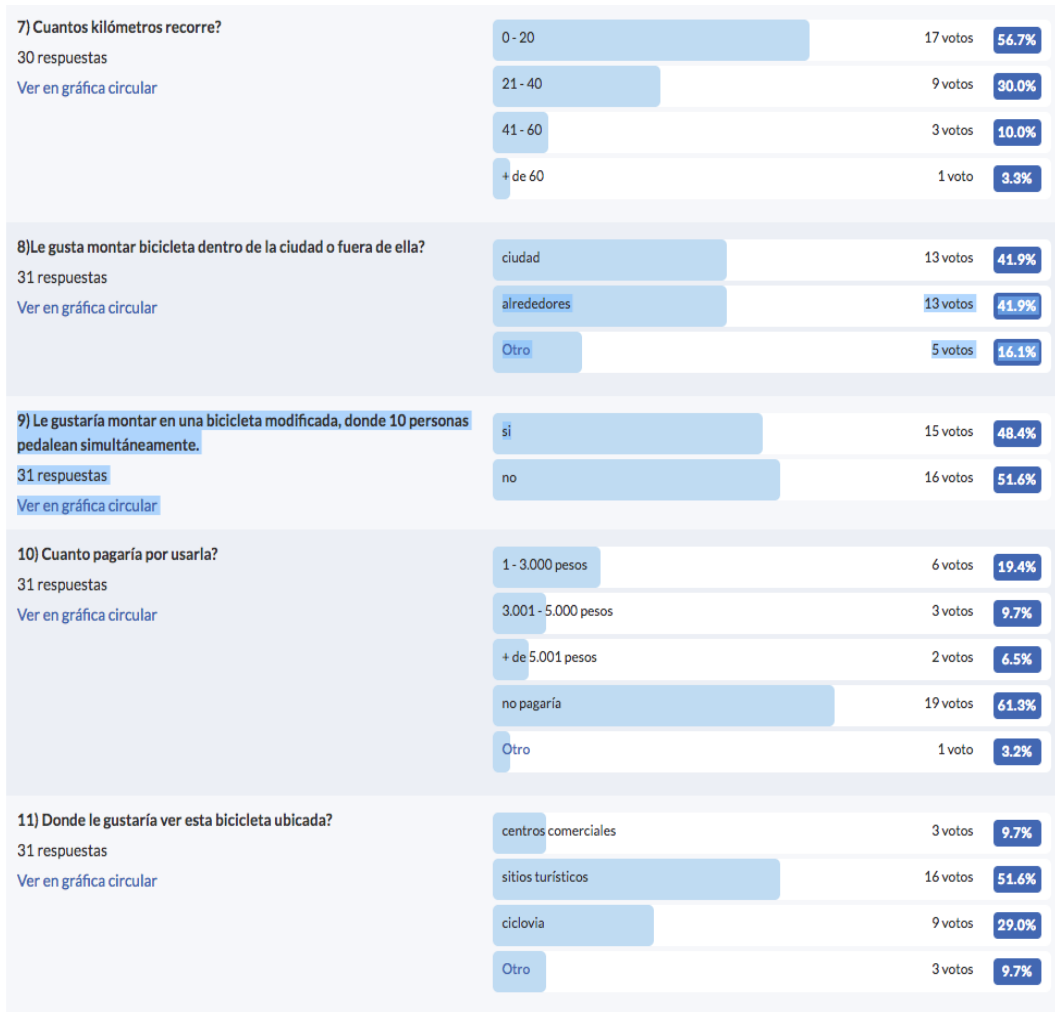
Inicialmente se optó por aplicar una estrategia de precio pero al darnos cuenta que este era un producto nuevo e innovador notamos que al parecer no era la estrategia más indicada.


Se planeó la forma de introducir en el mercado y para esto se realizó una encuesta a más de 70 personas en la ciclovía y una virtual en Facebook a personas pertenecientes a grupos donde la bicicleta hace parte de su vida y estos fueron los resultados:

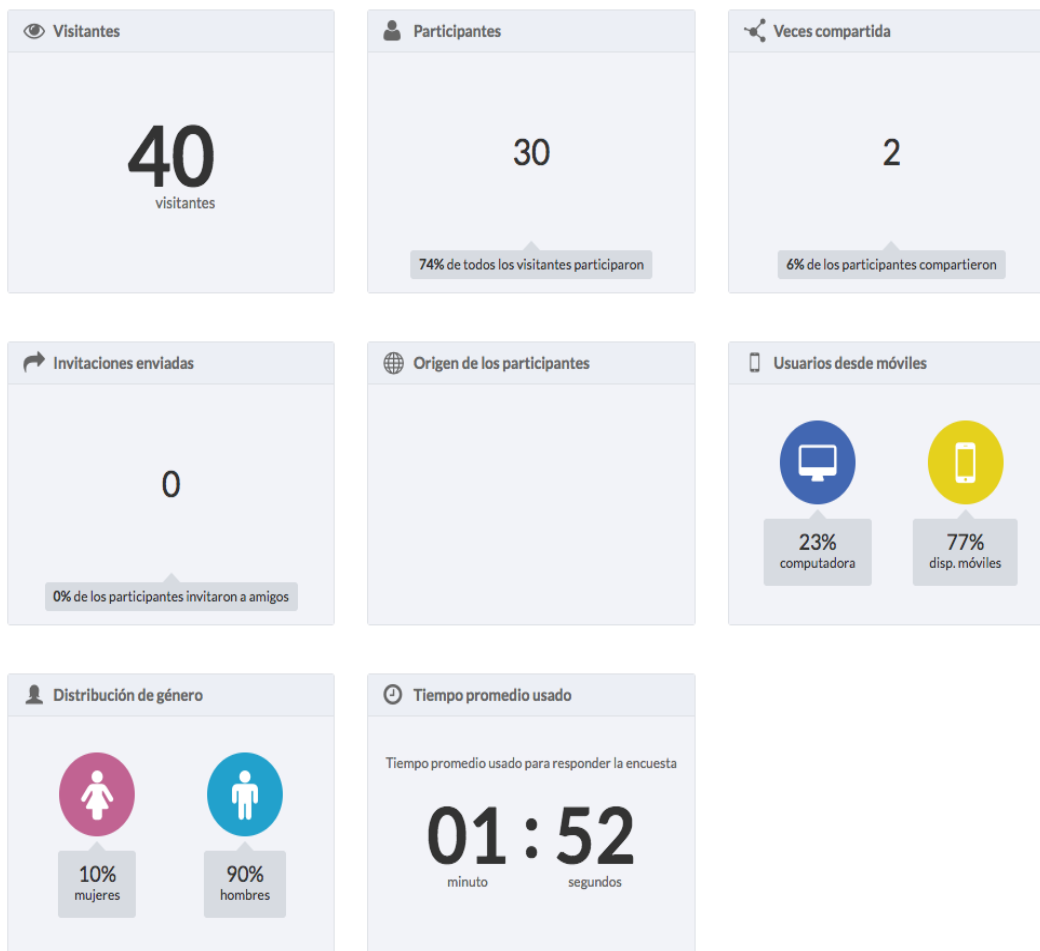
|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 10 de 19</b> |

|  |   |
|--|---|
| <p>1) Sabe montar bicicleta?</p> <p>31 respuestas</p> <p><a href="#">Ver en gráfica circular</a></p>   | <p>si 31 votos <b>100%</b></p> <p>no 0 voto <b>0%</b></p>   |
| <p>2) Le gusta montar bicicleta?</p> <p>31 respuestas</p> <p><a href="#">Ver en gráfica circular</a></p>                                       | <p>si 30 votos <b>96.8%</b></p> <p>no 1 voto <b>3.2%</b></p>  |
| <p>3) Con que frecuencia monta bicicleta?</p> <p>31 respuestas</p> <p><a href="#">Ver en gráfica circular</a></p>                              | <p>casi nunca 8 votos <b>25.8%</b></p> <p>una vez al mes 6 votos <b>19.4%</b></p> <p>mas de tres (3) veces al mes 9 votos <b>29.0%</b></p> <p>regularmente (todos los días) 7 votos <b>22.6%</b></p> <p>Otro 1 voto <b>3.2%</b></p> |
| <p>4) Monta bicicleta por diversión o por perder calorías o por ambas?</p> <p>31 respuestas</p> <p><a href="#">Ver en gráfica circular</a></p> | <p>diversión 10 votos <b>32.3%</b></p> <p>quemar calorías (deporte) 4 votos <b>12.9%</b></p> <p>ambas 14 votos <b>45.2%</b></p> <p>Otro 3 votos <b>9.7%</b></p>   |
| <p>5) Que días de la semana prefiere para montar bicicleta?</p> <p>31 respuestas</p> <p><a href="#">Ver en gráfica circular</a></p>            | <p>cuando tiene pico y placa como medio alternativo de transporte 3 votos <b>9.7%</b></p> <p>fines de semana 18 votos <b>58.1%</b></p> <p>entre semana 5 votos <b>16.1%</b></p> <p>Otro 5 votos <b>16.1%</b></p>                    |
| <p>6) Que horas del día prefiere montar bicicleta?</p> <p>31 respuestas</p> <p><a href="#">Ver en gráfica circular</a></p>                     | <p>mañana 25 votos <b>80.6%</b></p> <p>tarde 2 votos <b>6.5%</b></p>  |


|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 11 de 19</b> |



|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 12 de 19</b> |




| Encuesta # 1:  | 1  | 2  | 3  | 4  | 5                            |
|--|--|--|--|--|------------------------------|
| Preguntas:   | RESPUESTAS   | RESPUESTAS   | RESPUESTAS   | RESPUESTAS   | RESPUESTAS                   |
| 1) Sabe montar bicicleta?  | si   | si   | si   | si   | si                           |
| 2) Le gusta montar bicicleta?  | si   | si   | no   | si   | si                           |
| 3) Con que frecuencia monta bicicleta?   | una o dos veces por semana   | casi nunca   | casi nunca   | hace mucho que no  | 3 veces por semana           |
| 4) Monta bicicleta por diversión o por perder calorías o por ambas?                            | Diversión y transporte   | por ambas  | diversión  | ambas  | perder calorías              |
| 5) Qué días de la semana prefiere para montar bicicleta?                                       | Miércoles a viernes  | fin de semana  | domingos   | fin de semana  | Miércoles, jueves y domingos |
| 6) Qué horas del día prefiere montar bicicleta?  | 6:00 p.m.  | manana   | noche  | 6 - 7 pm   | 5:00 a.m.                    |
| 7) Cuantos kilómetros recorre?   | 4 km   | 3 - 4 km   | 0 km   | 0 km   | 30 - 40 km                   |
| 8) Le gusta montar bicicleta dentro de la ciudad o fuera de ella?                              | dentro y fuera   | ambas  | fuera  | fuera de la ciudad   | fuera                        |
| 9) Le gustaría montar en una bicicleta modificada, donde 10 personas pedalean simultáneamente. | NO   | SI   | SI   | SI   | NO                           |
| 10) Cuanto pagaría por usarla?   | NADA   | no se  | 5.000  | 30 pesos Mexicanos   | no responde                  |
| 11) Donde le gustaría ver esta bicicleta ubicada?  | NO RESPONDE  | ciclovía - Feria   | la sabana  | Cierra de la playa   | no responde                  |
| 12) Cual es su edad?   | 25   |  | 32 33  |  | 33 37                        |
| 13) Cual es su nombre completo?  | Santiago Molano de la Barrera                                      | Andrés Barvo Montroy   | Gicella Maria Gomez  | Carlos Manuel Hernandez  | Cristian Garcia              |
| 14) Cual es su correo?   | <a href="mailto:molanito8526@gmail.com">molanito8526@gmail.com</a> | <a href="mailto:andresbradock19@hotmail.com">andresbradock19@hotmail.com</a> | <a href="mailto:gicellamg83@hotmail.com">gicellamg83@hotmail.com</a> | <a href="mailto:uc.carlos@hotmail.com">uc.carlos@hotmail.com</a> | crijag_928                   |
| 15) Cual es su whatsapp?   | 3046118993   |  | 3144446525   | 3005681560   | 52 1 938 123 56 33           |
| 16) En que ciudad vive   | Bogota   | Bogota   | Bogota   | Ciudad del carmen, MX  | Barranquilla                 |

|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 13 de 19</b> |

Esto con el fin de tener una idea clara de hacia donde debía ir orientado este negocio.

Para dar a conocer la marca y empezar ese proceso de introducción de Branding Bike se realizó un brochure donde se muestra la idea fundamental del negocio y obviamente el nombre.


|  |   |   |
|--|---|---|
| <p style="text-align: center;"><b>Branding Bike</b></p> <p>La idea se fundamentaba en una máquina en forma de barra, donde 10 pedalean para que esta "Bicicleta", "Vehículo de tracción humana", "Multi-Bici", "Bici-tren" y un conductor que controla frenos y dirección para que se pueda mover y así poder vender y tomar cerveza en ella.</p> <p>Generalmente, puede darse que una compañía o una persona poseerán la Bike Branding y la alquilarán hacia fuera al público para los recorridos de turismo.</p> | <p style="color: #FFA500; font-size: 1.2em;"><b>Una Idea Revolucionaria</b></p>  <p>Es una forma nueva de realizar publicidad, NO vista antes en Colombia aplicada al Street Marketing.</p> | <p style="text-align: center; color: #FFA500; font-size: 1.2em;"><b>Cientes Potenciales</b></p> <p>BIKE BRANDING tendría una cantidad de clientes potenciales superior a los 3 millones de personas anuales, más de 250.000 clientes potenciales mensuales y 8.333 clientes diarios.</p> <p style="text-align: right; font-size: 0.8em;"><small>Cifras ACDIAP</small></p>  |
|--|---|---|

|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 14 de 19</b> |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>Un proyecto realizado por estudiantes de la especialización en Gestión Empresarial Del Politécnico Grancolombiano</p>  | <p>Realizado por:</p> <p><b>Magda Andrea Pérez Salazar</b></p> <p><b>Camilo Riaño Posada</b></p> | <p><b>BRANDING BIKE</b></p> <p>Una Idea Revolucionaria en la La Industria del Marketing</p>  |
|--|--|--|

5.8. Aspectos legales y societarios

Dentro de las principales acciones legales a realizar por parte de nosotros para la implementación de bike branding en bogota fue a través de varios oficios al RUNT y al Ministerio de transportes:

|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 15 de 19</b> |

Bogotá, 6 de Julio de 2017


Respetada Doctora  
 María Claudia Bohórquez  
 Ministerio de Transporte



Asunto: Concepto Técnico

Cordialmente reciba un cálido saludo de mi parte, yo soy Magda Andrea Pérez Salazar estudiante de la universidad Politécnico Gran Colombiano, cursando actualmente una especialización en gestión empresarial, me encuentro realizando mi proyecto de grado y por el cual decido escribirle y contactarla, Doctora Maria Claudia mi proyecto de grado esta enfocado en la publicidad, pero es un medio de publicidad diferente, innovador, generador de empleo a personas desplazadas, reinsertas y por sobre todo amigable con el medio ambiente, este medio de publicidad se trata de un vehículo de 4 ruedas impulsado por tracción humana, el cual lo tengo proyectado a transitar por las calles de Bogotá, pero antes de ejecutar este novedoso proyecto, primero deseo validar la opción legal de poderlo movilizar por la ciudad, es decir poder tener el permiso de transitarlo sin ningún inconveniente y así sacar adelante mi proyecto de grado, he visitado varios entes como lo son el IDRD (ciclo vía en Bogotá), la secretaria de ambiente (Publicidad exterior visual), con quienes he tenido aval de movilizarlo dentro de la ciclo vía los domingos, visite la secretaria distrital de movilidad y por último el ministerio de transporte, en donde recibí asesoría especializada aquí, se reviso la resolución 5443 del 2009 en la cual no aparece regulado este tipo de vehículo, puesto que aquí en Bogotá y me atrevo a decir que en Colombia no están implementados, ya que ésta es una idea que vi fuera del país por internet, por tal motivo deseo saber si es posible movilizar este tipo de vehículo en las calles de la ciudad de Bogotá, claro está que la idea es poderlo movilizar en calles secundarias y en horarios que no interfieran con las horas picos de la ciudad, pues vivo en Bogotá y conozco por experiencia propia estas reglamentaciones, seguidamente le dejo unas fotos del vehículo para darle una idea más aterrizada de esto:




|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 16 de 19</b> |

Bogotá, 6 de julio de 2017.

Señores Concesión RUNT de Bogotá


Presento ante ustedes el siguiente derecho de petición

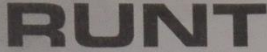
Cordialmente reciba un cálido saludo de mi parte, yo soy Magda Andrea Pérez Salazar estudiante de la universidad Politécnico Gran Colombiano, cursando actualmente una especialización en gestión empresarial, me encuentro realizando mi proyecto de grado y por el cual decido escribirles y contactarlos, Señores Concesión RUNT mi proyecto de grado está enfocado en la publicidad, pero es un medio de publicidad diferente, innovador, generador de empleo a personas desplazadas, reinsertas y por sobre todo amigable con el medio ambiente, este medio de publicidad se trata de un vehículo de 4 ruedas impulsado por tracción humana, el cual lo tengo proyectado a transitar por las calles de Bogotá, pero antes de ejecutar este novedoso proyecto, primero deseo validar la opción legal de poderlo movilizar por la ciudad, es decir poder tener el permiso de transitarlo sin ningún inconveniente y así sacar adelante mi proyecto de grado, he visitado varios entes como lo son el IDRD (ciclo vía en Bogotá), la secretaria de ambiente (Publicidad exterior visual), con quienes he tenido aval de movilizarlo dentro de la ciclo vía los domingos, visite la secretaria distrital de movilidad y por último el ministerio de transporte, en donde recibí asesoría especializada aquí se revisó la resolución 5443 del 2009 en la cual no aparece regulado este tipo de vehículo, puesto que aquí en Bogotá y me atrevo a decir que en Colombia no están implementados, ya que ésta es una idea que vi fuera del país por internet, por tal motivo deseo saber si es posible movilizar este tipo de vehículo en las calles de la ciudad de Bogotá, claro está que la idea es poderlo movilizar en calles secundarias y en horarios que no interfieran con las horas picos de la ciudad, pues vivo en Bogotá y conozco por experiencia propia estas reglamentaciones, seguidamente les dejo unas fotos del vehículo para darles una idea más aterrizada de esto:



Respuesta del RUNT



|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 17 de 19</b> |



**RUNT**  
REGISTRO ÚNICO NACIONAL DE TRÁNSITO

CSR.5380.2017/R201708805

Bogotá D.C., 17 de julio de 2017

Señora(ita)  
**Magda Andrea Pérez Salazar**  
Calle 56 No. 85 i – 06, torre 2, apartamento 502  
Ciudad  
Celular: 317 8554124

**Asunto:** registro de un vehículo de pedal de 8 pasajeros

Respetada señora (ita) Magda Andrea:

En atención a su petición radicada el 6 de julio de 2017, en la cual solicita información para el registro y circulación de un vehículo impulsado por el esfuerzo humano y con capacidad de ocho (8) pasajeros, sea lo primero manifestar que la Concesión RUNT S.A. es una sociedad de naturaleza privada que actualmente ejecuta el contrato de concesión 033 de 2007, suscrito con el Ministerio de Transporte, pero no constituye autoridad de tránsito de las descritas en el artículo 3 de la Ley 769 de 2002 (Código Nacional de Tránsito Terrestre).

La Ley 769 de 2002 en su artículo 1º, inciso tercero, prescribe que:

*“Le corresponde al Ministerio de Transporte como autoridad suprema de tránsito definir, orientar, vigilar e inspeccionar la ejecución de la política nacional en materia de tránsito.”*

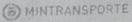
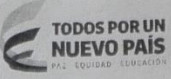
En concordancia con lo anterior, el Decreto 087 de 2011, por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Transporte y se determinan las funciones de sus dependencias, señala:

**ARTÍCULO 1º.- Objetivo.** El Ministerio de Transporte tiene como objetivo primordial la formulación y adopción de las políticas, planes, programas, proyectos y regulación económica en materia de transporte, tránsito e infraestructura de los modos de transporte carretero, marítimo, fluvial, férreo y aéreo y la regulación técnica en materia de transporte y tránsito de los modos carretero, marítimo, fluvial y férreo.

Así las cosas, la autoridad competente para absolver su inquietud es el Ministerio de Transporte, entidad a la que le sugiero dirigirse, para lo propio.


En armonía con lo anterior, el Ministerio de Transporte, en virtud de la Resolución 5443 de 2009, adoptó la parametrización y el procedimiento para el registro de información al RUNT y en su articulado previó:

**ARTÍCULO 5º. ACTUALIZACIÓN TABLAS DE PARAMETRIZACIÓN.** Cuando por cambios normativos, de producción o importación de nuevos prototipos de vehículos, u otros factores técnicos definidos por el Ministerio de Transporte, sea necesario actualizar o modificar las tablas de parametrización anexas a la presente Resolución, la Dirección de Transporte y Tránsito del Ministerio de Transporte deberá autorizar e informar por escrito al Concesionario del RUNT, para que éste realice los correspondientes ajustes tanto de las tablas como del manual.

Concesión RUNT S.A.  
Avenida Calle 26 No.59-41/65  
Edificio Cámara Colombiana de la Infraestructura (CCI)  
PBX: 587 0400 - Centro de Contacto: 01 8000 930060  
contactenos@runt.com.co  
Bogotá, D.C. - Colombia

**www.runt.com.co**

|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 18 de 19</b> |

# RUNT

REGISTRO ÚNICO NACIONAL DE TRÁNSITO

CSR.5380.2017/R201708805

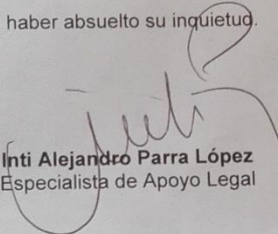
Finalmente, el parágrafo primero del artículo 68 del Código Nacional de Tránsito Terrestre, al respecto de este tipo de vehículos, dispone:

**"PARÁGRAFO 1o.** *Sin perjuicio de las normas que sobre el particular se establecen en este código, las bicicletas, motocicletas, motociclos, mototriciclos y vehículos de tracción animal e impulsión humana, transitarán de acuerdo con las reglas que en cada caso dicte la autoridad de tránsito competente. En todo caso, estará prohibido transitar por los andenes o aceras, o puentes de uso exclusivo para los peatones."*

En consecuencia, de requerir el registro y circulación del vehículo impulsado por el esfuerzo humano, como lo puede usted observar, debe remitirse al Ministerio de Transporte por ser la autoridad competente en la materia.

Esperamos de esta manera haber absuelto su inquietud.

Atentamente,

  
**Inti Alejandro Parra López**  
Especialista de Apoyo Legal


2

© MINTRANSPORTE

 **TODOS POR UN NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EQUIDAD

Concesión RUNT S.A.  
Avenida Calle 26 No.59-41/65  
Edificio Cámara Colombiana de la Infraestructura (CCI)  
PBX: 587 0400 - Centro de Contacto: 01 8000 930060  
contactenos@runt.com.co  
Bogotá, D.C. - Colombia

[www.runt.com.co](http://www.runt.com.co)

|   |  |                         |
|---|--|-------------------------|
|  | <b>PROCESO: INVESTIGACIÓN</b>  | <b>IC-04</b>            |
|   | <b>SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA</b>                           | <b>Versión :1</b>       |
|   | <b>FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO</b> | <b>Página: 19 de 19</b> |

Evidentemente aun esperamos algunas respuestas del Ministerio de Transportes y esperemos noticias positivas para que este proyecto pueda ser implementado de forma reglamentada en los espacios requeridos por el presador del servicio.

### Referencias Bibliográficas

Bogotá primero, Antioquia segundo. (n.d.). Retrieved from

<http://www.dinero.com/pais/articulo/las-regiones-mas-competitivas-colombia/202571>

Mapa ciclo vía Bogotá - Buscar con Google. (n.d.). Retrieved June 21, 2017, from

[https://www.google.com.co/search?q=mapa+ciclovia+bogota&newwindow=1&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgt\\_R2s\\_UAhWEJiYKHVxdBQ8Q\\_AUICigB&biw=1024&bih=491#imgrc=22qu5vkBIPAZfM:](https://www.google.com.co/search?q=mapa+ciclovia+bogota&newwindow=1&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgt_R2s_UAhWEJiYKHVxdBQ8Q_AUICigB&biw=1024&bih=491#imgrc=22qu5vkBIPAZfM)

Sancho BBDO - Mover nos mueve. (n.d.). Retrieved July 31, 2017, from

<http://www.sanchobbdo.com.co/#!/acerca>