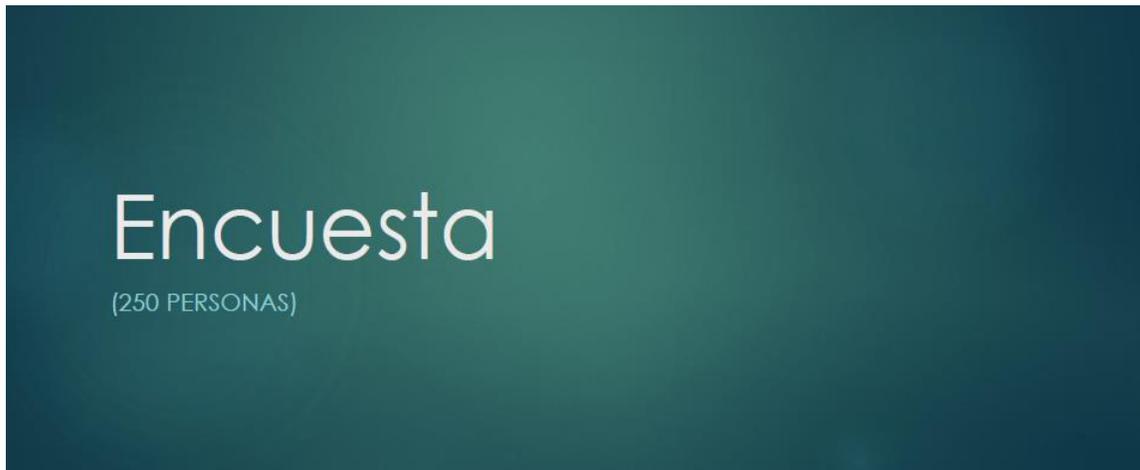


Anexos

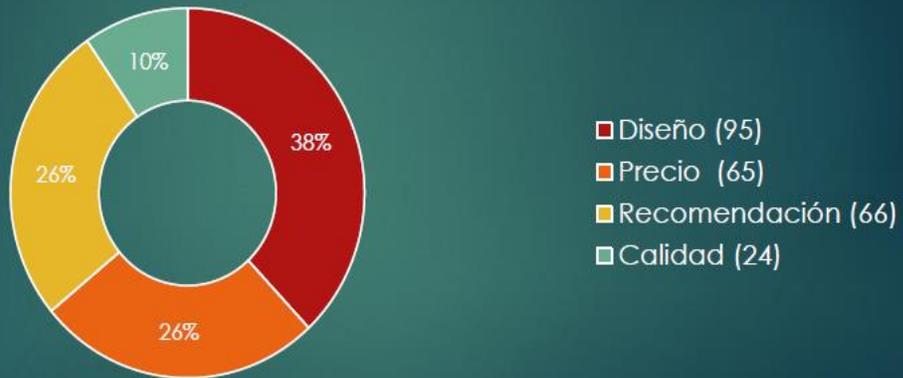
Anexo 1:

Encuestas resueltas en el 2019 por clientes de Industrias Bicicletas Milán

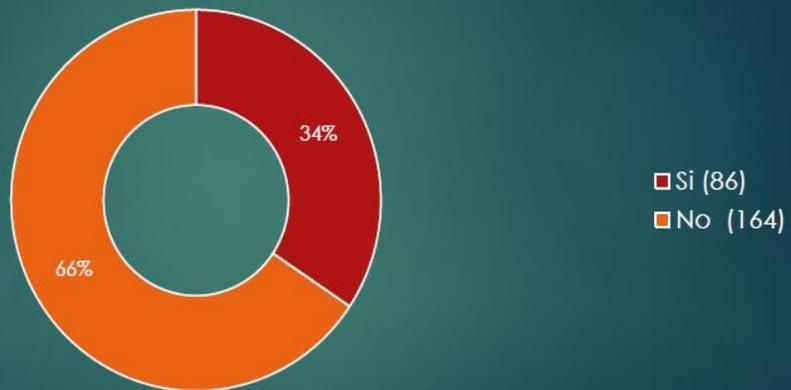
Industrias Milán desarrolló las siguientes encuestas durante el 2019 por internet a consumidores que adquirieron la bicicleta de la marca de la compañía. Estas encuestas permitieron tomar datos muy precisos como edad, género, gustos, formas en como conocieron la marca para estructurar diferentes apartados o gráficos de este trabajo. Por ejemplo, el mercado objetivo, la edad de ese segmento de mercado, los tipos de cliente, entre otros. Al respecto, las encuestas y comparativos de respuestas:



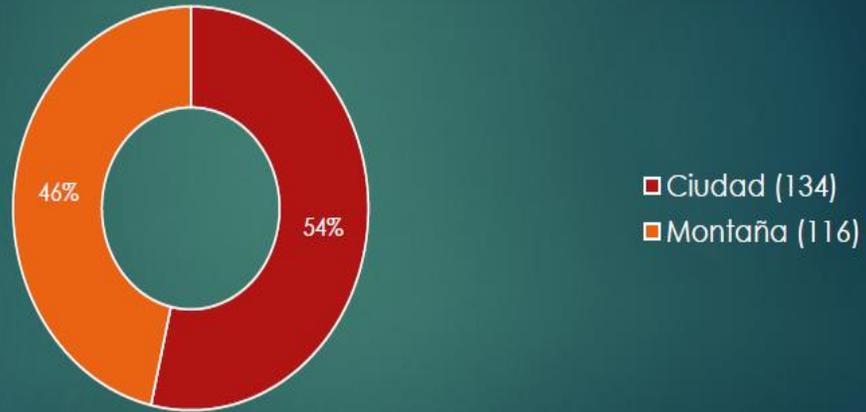
¿Por qué elegiste la marca optimus al momento de adquirir tu bicicleta?



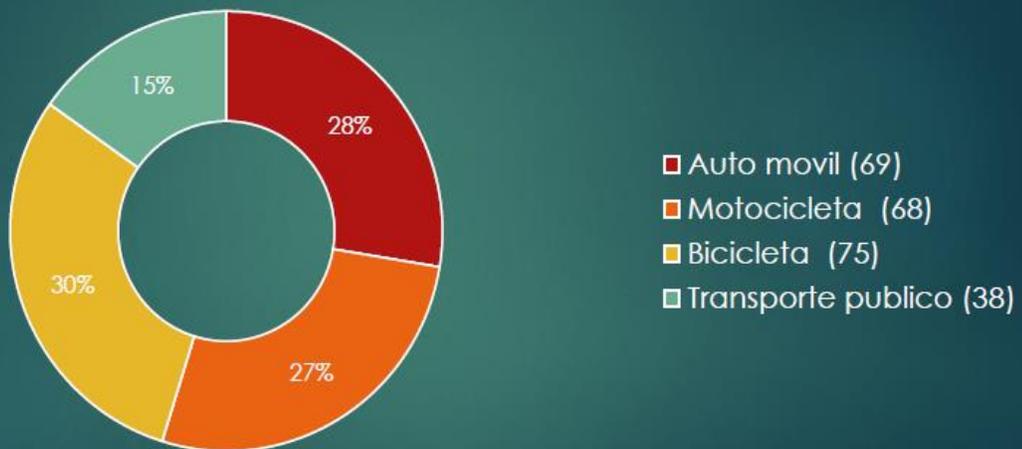
¿Conocías la marca antes de comprarla?



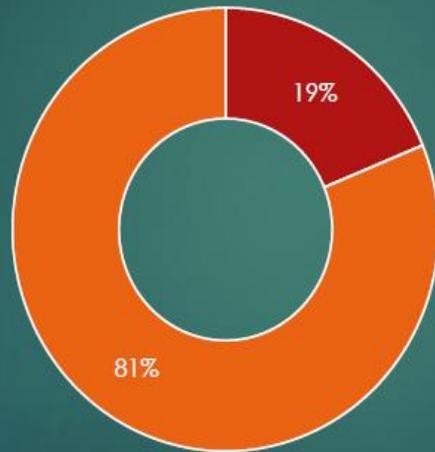
¿Cuál es el principal uso que usted le da su bicicleta?



¿Cómo se moviliza usualmente?

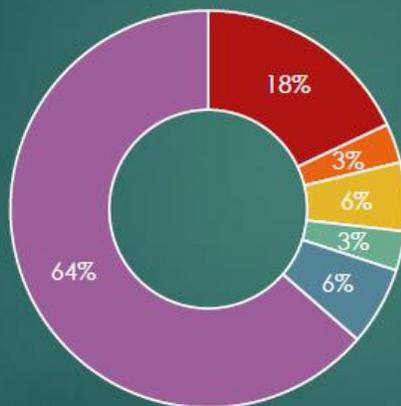


¿Haces parte de algún colectivo (grupo de ciclismo) en tu ciudad?



- Si (47)
- No (203)

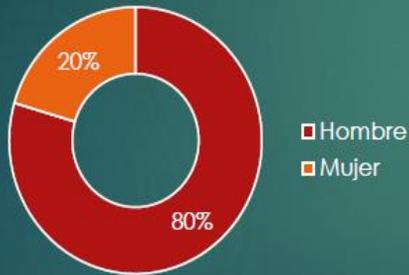
¿Ademas del ciclismo que otro deporte practica o sigue en su tiempo libre?



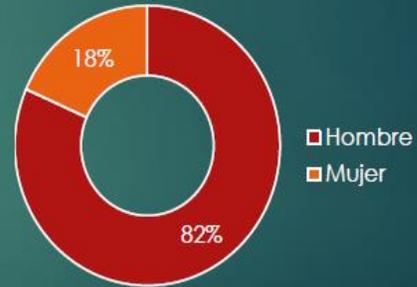
- Futbol (45)
- Baloncesto (8)
- senderismo (14)
- natacion (8)
- Otros (16)
- ninguno (159)

Genero

JULIO

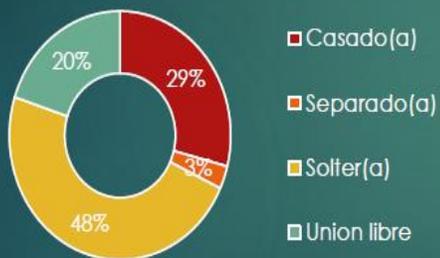


NOVIEMBRE

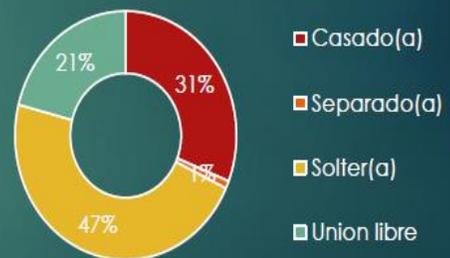


Estado civil

OCTUBRE

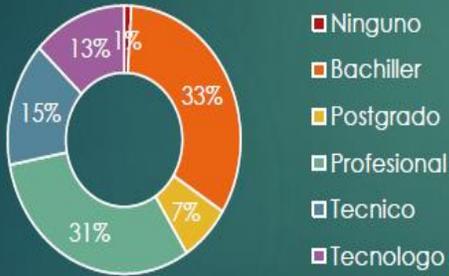


NOVIEMBRE

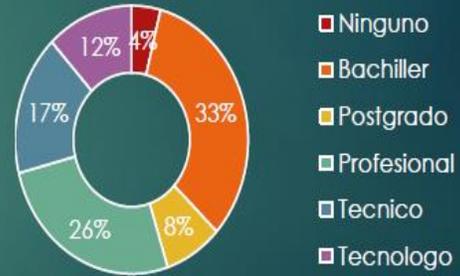


NIVEL DE ESCOLARIDAD

OCTUBRE



NOVIEMBRE



INGRESOS MENSUALES

OCTUBRE

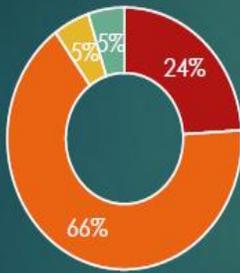


NOVIEMBRE



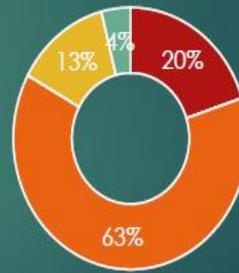
Bicicleta de usuarios

OCTUBRE



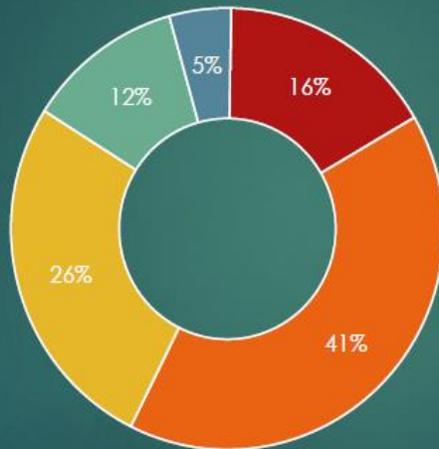
- Tucana
- Sirius
- Sagita
- Corvus

NOVIEMBRE



- Tucana
- Sirius
- Sagita
- Corvus

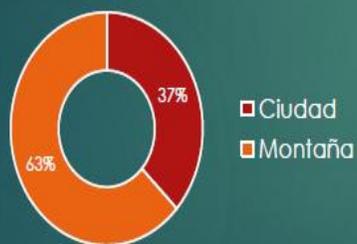
Rango de Edad (registro Octubre/Noviembre)



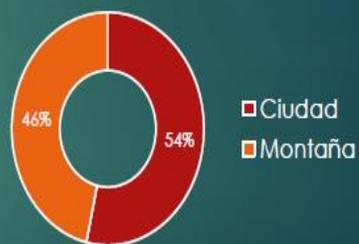
- 18-24 años
- 25-33 años
- 34-42 años
- 43-51 años
- 52 en adelante

¿Cuál es el principal uso que usted le da su bicicleta?

JULIO

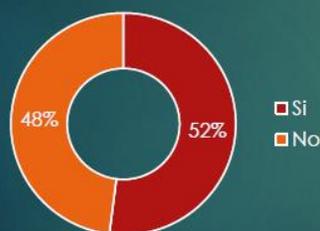


NOVIEMBRE

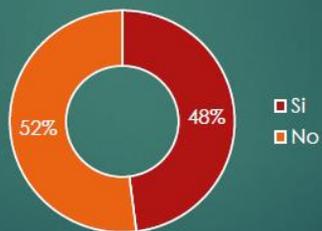


¿Conocías la marca antes de comprarla?

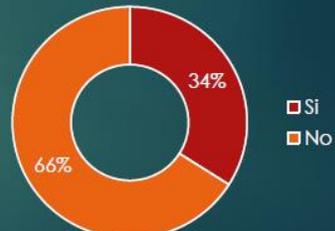
MARZO



JULIO



NOVIEMBRE



¿Por qué medio la conociste?

MARZO



JULIO



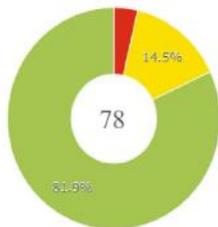
NOVIEMBRE



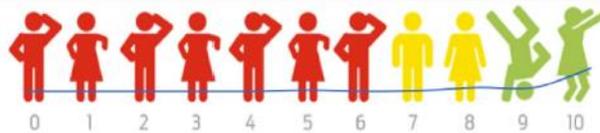
Encuesta de Recomendación

1 Julio

Estimado cliente, por favor ayudenos a responder esta pregunta sobre el suervicio al cliente de la marca OptimusBikes:
 ¿En una escala de 1 a 10. Que tan probable es que usted recomiende las bicicletas optimus a sus amigos o familiares?
 Donde 10 es altamente probable y 1 es totalmente improbable

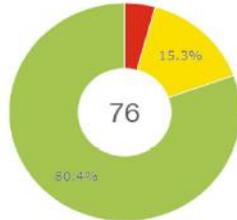


Qué tan probable es que usted recomiende nuestra empresa a un amigo o colega?

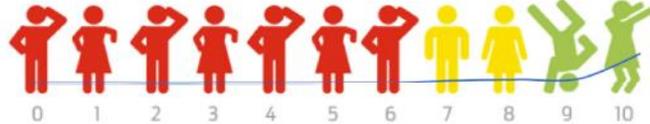


Encuesta de Recomendación

Estimado cliente, por favor ayudenos a responder esta pregunta sobre el suervicio al cliente de la marca OptimusBikes:
 ¿En una escala de 1 a 10. Que tan probable es que usted recomiende las bicicletas optimus a sus amigos o familiares?
 Donde 10 es altamente probable y 1 es totalmente improbable



Qué tan probable es que usted recomiende nuestra empresa a un amigo o colega?



(encuesta realizada por mensaje de texto)

Anexo 2:

Encuestas del Customer journey

Las siguientes encuestas fueron propuestas para dar soporte a la creación del gráfico “Customer journey” (2.3) de este proyecto de emprendimiento. Se hicieron tres encuestas a diferentes clientes para poder integrar las respuestas y crear un solo gráfico según las apreciaciones de los clientes. Ahora, en cuanto a las acciones visibles o no visibles, estas sí fueron propuestas por los autores a consideración de ellos. A continuación, las encuestas:

Acción (acto o hecho durante la compra)	¿Lo considera positivo?	¿Lo considera negativo?	¿Por qué?
1. El consumidor ingresa a la tienda deportiva.	X		Hay una motivación por ver los productos y el deseo de poder llevar el que uno quiere.

2. El dueño o vendedor le da la bienvenida.	X		Uno se siente importante.
3. El consumidor busca la bicicleta o artículo que quiere elegir entre las distintas opciones que hay.		X	Hay muchas opciones, y las más bonitas son las más costosas.
4. Pregunta cuál es el precio del artículo que le gustó.		X	Generalmente a uno siempre le gusta la más costosa y es decepcionante.
5. El distribuidor le explica que también hay la posibilidad de que haga su compra a crédito.	X		Es muy buena noticia, porque a veces a uno no le alcanza el presupuesto para comprar lo que uno desea.
6. El distribuidor abre la plataforma, entra con su cuenta e ingresa los datos del cliente que quiere solicitar el crédito.		X	Por lo general se tardan mucho esas páginas web.
7. Al consumidor le llega un mensaje de texto con un código para autorizar que sí desea el crédito.		X	Esto no es tan bueno porque uno está con ansias por saber si se aprobó o no.
8. El tiempo de viabilidad de respuesta de la solicitud dura como máximo 30 minutos.	X		Es poco tiempo comparado con el que se requiere para solicitar otro tipo de crédito.
9. Si el estudio es satisfactorio, al cliente le llega al correo el contrato con los acuerdos de pago y el número de cuotas correspondiente.	X		Es bueno saber con propiedad en cuánto queda cada cuota y el interés que cobran por la compra.
10. El consumidor compra su bicicleta o artículo deportivo.	X		La felicidad de estrenar el artículo que a uno más le gustó.

Acción (acto o hecho durante la compra)	¿Lo considera positivo?	¿Lo considera negativo?	¿Por qué?
---	-------------------------	-------------------------	-----------

1. El consumidor ingresa a la tienda deportiva.	X		Porque cuando uno va a ver cosas que le gusta en una tienda, uno entra feliz.
2. El dueño o vendedor le da la bienvenida.	X		Siempre es bueno saber que hay alguien que puede despejar dudas.
3. El consumidor busca la bicicleta o artículo que quiere elegir entre las distintas opciones que hay.		X	Uno nunca está totalmente de acuerdo con un solo artículo, sino que le gustan muchos, entonces sin poder llevar todos, es difícil.
4. Pregunta cuál es el precio del artículo que le gustó.		X	Siempre el más costoso es el que tiene mejor material, mejor color, mejor diseño y para uno es difícil adquirirlo.
5. El distribuidor le explica que también hay la posibilidad de que haga su compra a crédito.	X		Porque es una gran noticia que uno pueda diferir una compra que uno tanto quiere en cuotas.
6. El distribuidor abre la plataforma, entra con su cuenta e ingresa los datos del cliente que quiere solicitar el crédito.		X	Los dueños o vendedores por lo general argumentan que no hay sistema, que se cae y eso requiere de esperar mucho tiempo.
7. Al consumidor le llega un mensaje de texto con un código para autorizar que sí desea el crédito.		X	Pienso que es negativo porque si uno está allá con su cédula original pasando los datos, es porque uno quiere comprarlo, entonces me parece que sobraría este paso.
8. El tiempo de viabilidad de respuesta de la solicitud dura como máximo 30 minutos.	X		Porque realmente es poco tiempo.
9. Si el estudio es satisfactorio, al cliente le llega al correo el contrato con los acuerdos de pago		X	Es agradable saber que se pudo comprar el producto, pero no ver el interés que

y el número de cuotas correspondiente.			generan estas entidades por la compra a crédito.
10. El consumidor compra su bicicleta o artículo deportivo.	X		No creo que alguien diga que este paso es negativo, la verdad.

Acción (acto o hecho durante la compra)	¿Lo considera positivo?	¿Lo considera negativo?	¿Por qué?
1. El consumidor ingresa a la tienda deportiva.	X		Porque me atrajo los productos exhibidos en la tienda.
2. El dueño o vendedor le da la bienvenida.	X		Porque el personal da las bienvenidas a las tiendas de forma amable o con buena actitud.
3. El consumidor busca la bicicleta o artículo que quiere elegir entre las distintas opciones que hay.		X	La que más me gusta, siempre es la que tiene un costo más alto.
4. Pregunta cuál es el precio del artículo que le gustó.		X	Por lo mismo, porque siempre el que a uno más le atrae, se sale del presupuesto.
5. El distribuidor le explica que también hay la posibilidad de que haga su compra a crédito.	X		Porque en el momento se puede complementar con el dinero que uno lleva y comprar el que a uno realmente le gusta más.
6. El distribuidor abre la plataforma, entra con su cuenta e ingresa los datos del cliente que quiere solicitar el crédito.		X	Porque en ese momento a veces uno tiene afán, y a veces demoran mucho en ese proceso.
7. Al consumidor le llega un mensaje de texto con un código para autorizar que sí desea el crédito.		X	Porque esos mensajes siempre demoran mucho en llegar, por el sistema, o problemas de la página.

8. El tiempo de viabilidad de respuesta de la solicitud dura como máximo 30 minutos.	X		En realidad, porque me parece muy rápido y uno puede disponer de más tiempo para otras cosas.
9. Si el estudio es satisfactorio, al cliente le llega al correo el contrato con los acuerdos de pago y el número de cuotas correspondiente.		X	Porque se puede ver cómo se infla el interés y, muchas veces uno no tiene datos en el celular para confirmar esos valores.
10. El consumidor compra su bicicleta o artículo deportivo.	X		Después de todo el proceso, por fin se puede concluir la compra.

Anexo 3:

Fichas de distribuidores de Industrias Milán

En la ficha de los distribuidores, como se les determina desde la compañía Milán, están los datos personales del cliente (distintos clientes a los de las encuestas de satisfacción o del perfil del cliente), donde se puede constatar información general sobre los movimientos de la mercancía que ellos comercializan anualmente. En esta ficha se evidencian datos como dirección, nombre, cédula, el código del cliente para los créditos que le otorga la empresa, nombre del establecimiento, ciudad, nombre del asesor, el cupo que tiene en la empresa (valor de los productos que saca a crédito), número de hijos, entre otros.



ACTA COMITÉ DE CARTERA

Fecha: _____

Código: CNL31902396
 Cliente: VALLEJO LOPEZ NOHELMA
 Dirección: CR 8 21 56
 Teléfono: 3154195246

Asesor: JUAN PABLO AGUILERA SOLANO
 Sucursal: CALI F.C: 13/01/2016
 Nombre Comercial: BICICLETAS BICICROMO SALO
 Ciudad: CALI F.V: 07/07/2020

TEMAS

Aumentar Cupo Disminuir Cupo Mantener Cupo Apertura Cupo
 Condición Comercial Castigo Otro - Cuál ? _____

DOCUMENTOS

Copia Cédula Pagaré Consulta CIFIN Cámara Comercio
 Formato Excel RUT Cert. Lib y Trad Estados Financieros

LA VIGENCIA DE LOS CUPOS AUTORIZADOS CORRESPONDE A 12 MESES. LOS CASOS ESPECIALES DEBEN QUEDAR EXPRESAMENTE DESCRITOS EN EL ACTA

Línea	Condiciones de Pago	%Dcto Crédito	%Dcto Contado	Código Padre: CNL31902396	Cantidad Hijos: 2
MILÁN	Cl. 30 DVF	8,00	8,00	Nombre Padre: VALLEJO LOPEZ NOHELMA	
ÓPTIMUS	Cl. Optimus 45DV / 7% a 15D - 3% a 30D	0,00	7,00	Clasificación ABC N: AAA	22
				Clasificación ABC S: AAA	Suc: 03 5
				Días Promedio Compra:	4,31
				Valor Promedio Compra Mensual:	\$48.274.170,50
				V. Periodo Vigente: Cre: -84,46%	\$77.222.837,00
				V. Periodo Anterior:	\$496.837.262,00
				V. Año Vigente: Cre: -32,68%	\$579.290.046,00
				V. Año Anterior:	\$860.556.657,00
				Devoluciones Año Vigente:	
				Devoluciones Año Anterior:	\$-183.991,00
				SALDO A CUENTA CONSOLIDADO:	\$163.167.862,14
				# Facturas Vencidas:	17
				Saldo Vencido:	\$167.575.136,62
				Cant Facturas 365 días:	82 100%
				Cant Fact Fuera del Plazo 365 días:	33 40%
				Cant Fact Dentro del Plazo 365 días:	8 49 60%
				1° Fact. Mayor # días vencidos:	300022552 Días: 142
				2° Fact. Mayor # días vencidos:	300022569 Días: 141
				Días Promedio Pago Último Año:	15,00

CUPO NORMAL (01 de Febrero a 30 de Junio)	400.000.000,00
CUPO DORADO (01 de Julio a 31 de Enero)	500.000.000,00
NUEVO CUPO NORMAL \$ _____	
NUEVO CUPO DORADO \$ _____	

Autorizado Temporada: SI Aplica Plan Temporada: NO SI

Fecha Inicio: 01/07/2019 NO SI

Fecha Fin: 28/12/2019

Tipo de Cliente: AAA Desde 01 de julio
 AA Desde 15 de julio
 A Desde 01 de septiembre

Modifica Condiciones Comerciales NO SI

Cuál ? _____

OBSERVACIONES DE LA AUTORIZACIÓN

HIJOS CONSOLIDADOS DE CNL31902396 - VALLEJO LOPEZ NOHELMA

Código SN	Nombre SN	Condición de Pago Milán	Condición de Pago Óptimus	Activo	Saldo a Cuenta
CNL31902396	VALLEJO LOPEZ NOHELMA	Cl. 30 DVF	Cl. Optimus 45DV / 7% a 15D - 3% a 30D		\$ 167.575.136,62
CNL16590570	ROSETO BURGOS CAMPO ELIAS	Cl. 60 DVF	Cl. Optimus 45DV / 7% a 15D - 3% a 30D	SI	-\$1.384.274,48
CNL16755131	VALLEJO LOPEZ JAVIER	Cl. 60 DVF	Cl. Optimus 45DV / 7% a 15D - 3% a 30D	SI	-\$3.023.000,00
CNL944682251	ROSETO VALLEJO LEONARDO	Cl. 60 DVF	Cl. Optimus 45DV / 7% a 15D - 3% a 30D	NO	\$ 0,00
CNL16892822	SANCHEZ RAMIREZ ROBERTO CARLOCI. Contado	Cl. Contado	Cl. Contado	NO	\$ 0,00
Total Registros: 4				Saldo a Cuenta Total	\$ 163.167.862,14



FOR-CC-008 REV:14

ACTA COMITÉ DE CARTERA

Fecha: _____

Código: CNL900430130
 Cliente: COMERCIALIZADORA CARDONA SAS
 Dirección: CR 8 21 53
 Teléfono: 8880384

Aseor: JUAN PABLO AGUILERA SOLANO
 Sucursal: CALI F.C: 13/01/2016
 Nombre Comercial: CICLO PACIFICO
 Ciudad: CALI F.V: 14/01/2021

TEMAS

Aumentar Cupo Disminuir Cupo Mantener Cupo Apertura Cupo
 Condición Comercial Castigo Otro - Cuál ? _____

DOCUMENTOS

Copia Cédula Pagare Consulta CIFIN Cámara Comercio
 Formato Excel RUT Cert. Lib y Trad Estados Financieros

LA VIGENCIA DE LOS CUPOS AUTORIZADOS CORRESPONDE A 12 MESES. LOS CASOS ESPECIALES DEBEN QUEDAR EXPRESAMENTE DESCRITOS EN EL ACTA

Línea	Condiciones de Pago	%Dcto Crédito	%Dcto Contado	Código Padre: CNL900430130	Cantidad Hijos: 0
MILAN	Cl. Milan 30DVF + 30/2% a 30D	8,00	10,00	Nombre Padre: COMERCIALIZADORA CARDONA SAS	
OPTIMUS	Cl. Optimus 45DV / 7% a 15D - 3% a 30D	0,00	7,00	Clasificación ABC N: AAA	23
				Clasificación ABC S: AAA	Suc: 03 7
				Días Promedio Compra:	2,42
				Valor Promedio Compra Mensual:	\$48.018.399,67
				V. Periodo Vigente: Cre: -29,22%	\$141.711.907,00
				V. Periodo Anterior:	\$200.208.538,00
				V. Año Vigente: Cre: 11,84%	\$576.220.796,00
				V. Año Anterior:	\$515.202.302,00
				Devoluciones Año Vigente:	
				Devoluciones Año Anterior:	\$-99.944,00
				SALDO A CUENTA CONSOLIDADO:	\$64.025.759,58
				# Facturas Vencidas:	2
				Saldo Vencido:	\$8.033.185,32
				Cant Facturas 365 días:	148 100%
				Cant Fact Fuera del Plazo 365 días:	24 16%
				Cant Fact Dentro del Plazo 365 días:	118 124 84%
				1° Fact. Mayor # días vencidos:	300023824 Días: 43
				2° Fact. Mayor # días vencidos:	300023829 Días: 42
				Días Promedio Pago Último Año:	-35,50

OBSERVACIONES DE LA AUTORIZACIÓN

Anexo 4:

Fotos de encuestas de satisfacción a partir del MPV

Las encuestas de satisfacción fueron desarrolladas personalmente por los distribuidores luego de hacer un abordaje sutil sobre esta entidad con el mínimo producto viable. Sin embargo, por estética del trabajo, se digitalizaron las respuestas de estas encuestas y se dejaron las que hicieron los propietarios de las tiendas como anexos.

Nombre distribuidor: Gerardo González

Nombre tienda: SportFit

Nit: 7-2735458

Ciudad: Cali

Fecha: Enero 26

Fundación Multierédito	
Encuesta de satisfacción (MPV)	
Distribuidor: Gerardo González Nit: 7-2735458 Ciudad: Cali	
¿Considera fácil el acceso a la plataforma?	Si son bastantes datos que hay que poner del cliente pero es fácil suministrarlos.
¿Cree que con este servicio podrían aumentar sus ventas?	Yo creo que si porque muchas veces hay clientes que no tienen el dinero de contado para llevar su producto y generalmente solicitan un crédito para hacerlo tomar mucho tiempo.
¿Considera que es necesario más de una semana de capacitación para implementar este servicio en su tienda?	No porque si uno le explica bien durante ese tiempo y se repite varias veces, ya se puede manejar uno solo.
¿Le gustaría ofrecer el servicio de crédito con la fundación en su establecimiento comercial?	Si porque me parece moderno y se le ofrece otras posibilidades a los clientes para que puedan comprar su bicicleta.
¿Le haría alguna reforma a la plataforma de Multierédito? ¿Cuál? ¿Por qué?	Talvez que la letra fuera más grande.
Califícanos de 1 a 5 (siendo 5 lo más alto y 1 lo menor) cómo le parece este servicio que se va a ofrecer.	Pienso que es, porque es algo innovador tanto para el cliente como para los dueños de las tiendas.

Nombre distribuidor: Alejandro Portilla Mantilla

Nombre tienda: Sportplanet

Nit: 82337583-2

Ciudad: Cali

Fecha: Febrero 11

Fundación Multicrédito Encuesta de satisfacción (MPV)	
Distribuidor: <u>Alejandro Portilla Mantilla</u> Nit: <u>82337583-2</u> Ciudad: <u>Cali</u>	
¿Considera fácil el acceso a la plataforma?	Si esta sencillo y trabajable.
¿Cree que con este servicio podrían aumentar sus ventas?	Claro que si yo creo que esa es la parte que más podría interesarme como propietario de esta tienda.
¿Considera que es necesario más de una semana de capacitación para implementar este servicio en su tienda?	No, yo creo que una semana es suficiente pero si habría que hacer varias solicitudes para "ensayar".
¿Le gustaría ofrecer el servicio de crédito con la fundación en su establecimiento comercial?	Si la empresa me diera esa oportunidad por supuesto que si, porque con este metodo se pueden atraer más clientes.
¿Le haría alguna reforma a la plataforma de Multicrédito? ¿Cuál? ¿Por qué?	Yo la propondría con más color, como más llamativa, cosas de estética.
Califícanos de 1 a 5 (siendo 5 lo más alto y 1 lo menor) cómo le parece este servicio que se va a ofrecer.	Yo pienso que un 5, porque una idea de estas para un comerciante son buenas noticias porque podría haber más rotación de la mercancía que yo manejo.

Nombre distribuidor: Alirio Angarita Nova

Nombre tienda: Home training

Nit: 2467845-0

Ciudad: Cali

Fecha: Mayo 5/2020

Fundación Multicredito Encuesta de satisfacción (MPV)	
Distribuidor: <u>Alirio Angarita Nova</u> Nit: <u>2467845-0</u> Ciudad: <u>Cali</u>	
¿Considera fácil el acceso a la plataforma?	Si está claro y no se piden tantos requisitos.
¿Cree que con este servicio podrían aumentar sus ventas?	Si porque también podrían aumentar las ventas de bicicletas de mayor gama que por lo general dejan más ganancias, las personas ya no tendrían que optar por la más económica sino tendrían más opciones.
¿Considera que es necesario más de una semana de capacitación para implementar este servicio en su tienda?	Depende, es que aquí nos están presentando la idea sin ninguna dificultad y claramente se pueden presentar en el momento que uno este en el proceso. Yo creo que 15 días de capacitación se muestran los posibles problemas es suficiente.
¿Le gustaría ofrecer el servicio de crédito con la fundación en su establecimiento comercial?	Si porque además de tener beneficios para el cliente y puedan comprar su bicicleta, también piensan en los distribuidores.
¿Le haría alguna reforma a la plataforma de Multicredito? ¿Cuál? ¿Por qué?	No ninguna porque creo que así está bien.
Califícanos de 1 a 5 (siendo 5 lo más alto y 1 lo menor) cómo le parece este servicio que se va a ofrecer.	Yo los califico con un 5 porque creo que es una nueva oportunidad para todos.