



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

Plan de negocios para la creación de una Skateshop

Diseño de un sistema o proyecto

**Que para obtener el título de:
Licenciado en Administración**

Presenta:

Castro Magaña Noé Alejandro

Asesor:

Dr. Barrón Pastor Juan Carlos

Cd. Mx

2021





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

Plan de negocios para la creación de una Skateshop

Diseño de un sistema o proyecto

Noé Alejandro Castro Magaña

México Cd. Mx. 2021



Índice

Dedicatorias.....	5
Agradecimientos.....	6
Introducción.....	7
Capítulo 1.....	8
Idea de negocio.....	8
1.1 Antecedentes.....	8
1.2 Idea de negocio.....	11
1.3 Variables de las operaciones.....	15
1.4 FODA.....	16
1.5 Lean Canvas.....	17
1.6 Descripción general del producto o servicio.....	18
Capítulo 2.....	19
Estudio de mercado.....	19
2.1 Ambiente social, económico y tecnológico.....	19
2.2 Análisis de la competencia.....	22
2.3 Investigación.....	29
2.4 Análisis de la demanda.....	42
2.5 Estimación de la demanda.....	44
2.6 4p's.....	47
2.7 Logotipo, imago tipo y eslogan.....	51
Capítulo 3.....	52
Estudio técnico.....	52
3.1 Maquinaria y equipo.....	52
3.2 Listado de bienes.....	54
3.3 Capacidad.....	59
3.4 Proceso de adquisición.....	59
3.5 Pagina web y redes sociales.....	60
3.6 Características y especificaciones de los productos.....	60
3.7 Características y especificaciones de los servicios.....	64
3.8 Ofertas.....	65
3.9 Características y especificaciones del local.....	66

3.10 Políticas de venta y post-venta.....	68
Capítulo 4	70
Estudio de la organización	70
4.1 Estructura organizacional	70
4.2 Descripción de puestos	70
4.3 Razón social	73
Capítulo 5	76
Estudio Financiero	76
5.1 Pronostico de ventas	76
5.2 Presupuesto de inversión inicial	91
5.3 Financiamiento	93
5.4 Ingresos y egresos	97
5.5 Inflación	105
5.6 Punto de equilibrio	106
5.7 Balance general	108
5.8 Estado de resultados.....	110
5.9 Flujo de efectivo	112
5.10 V.A.N. y T.I.R.	113
5.11 Principales razones financieras.....	115
Conclusiones.....	116
Fuentes	119

Dedicatorias

Este trabajo surge gracias a los conocimientos y experiencias que la Universidad Nacional Autónoma de México me ha brindado a lo largo de estos 8 años en los que me he forjado en sus aulas; así como a la Facultad de Contaduría y Administración que me ayudo a formarme profesionalmente, y no solo a mí, sino a muchos compañeros de la comunidad UNAM. Es por ello que este trabajo está dedicado a la universidad por su gran labor que ha realizado a lo largo de más de 50 años formando profesionistas con un gran compromiso con la sociedad mexicana.

También quiero dedicar este trabajo a toda la comunidad nacional de skateboard para que encuentren motivación para seguir desarrollando en este deporte y en la profesionalización de diversas disciplinas que ayuden a impulsar a este maravilloso deporte, el cual nos ha dado mucha satisfacciones por muchos años y para que las futuras generaciones de patinadores cuenten con mejores condiciones para formarse como profesionales del skateboard y poder competir en las mismas condiciones a nivel mundial.

Agradecimientos

Agradezco a mi universidad por brindarme las herramientas y oportunidades necesarias para desenvolverme de manera óptima en el mundo laboral y ser un profesional comprometido con mi universidad y mi país.

También quiero agradecer a mi asesor Juan Carlos Barrón Pastor quien me instruyo y apoyo en la realización del presente trabajo y anteriormente deo en mi muchos de sus amplios conocimientos.

Gracias a mis padres que me han apoyado a lo largo de toda mi vida en aspectos académicos, deportivos y personales, ya que sin ellos no hubiera podido lograr convertirme en la persona que soy y que seré.

Gracias a todos mis amigos que me han acompañado, apoyado y ayudado a la realización de este trabajo, así como amigos que he conocido gracias al skateboard y me brindaron todos sus conocimientos sobre esta disciplina como es el caso de Raúl Mendoza.

Introducción

El trabajo que se presenta a continuación tiene como objetivo demostrar la rentabilidad que puede tener una tienda de patinetas (skateshop) acompañada de un servicio de clases de skateboard, ya que este ha sido un deporte que ha evolucionado año con año y ha tenido una mayor aceptación alrededor de todo el mundo haciendo crecer el mercado de forma importante, pero nos enfocaremos solo en la Ciudad de México y su área metropolitana ya que es aquí donde se concentra la mayoría de patinadores de toda la república mexicana.

Al ser un plan de negocios en la primera parte se mostrarán los antecedentes históricos del skateboard en México, como es que surge esta idea de negocio y en qué consistirá dicho desarrollo de la empresa que se planea crear.

Posteriormente se muestra el estudio de mercado realizado para comprender de una mejor manera hacia que segmento en específico de patinadores vamos dirigidos, las necesidades que ellos tiene, nuestro nombre, logos y demás características necesarias para desarrollar el proyecto como las famosas 4p's de la mercadotecnia.

Después encontraremos el estudio técnico que detalla características de nuestros productos y servicios, así como la maquinaria y equipo para hacer funcionales las clases y la venta de artículos de la tienda; mientras que en el estudio administrativo veremos cómo se compondrá la empresa legalmente y con el personal que se contará.

Por último, encontraremos el estudio financiero donde se proyectará las ventas de los primeros 5 años para poder hacer un análisis de la rentabilidad o no, de la creación de esta tienda, apoyándonos de herramientas como el balance general, estados de resultado, el valor anualizado neto, la tasa interna de retorno y algunas de las principales razones financieras.

Capítulo 1

Idea de negocio

1.1 Antecedentes

El *Skateboard* es un deporte que consiste en deslizarse en una patineta mientras que se van haciendo diversos trucos que tu capacidad e imaginación te permitan realizar en una gran variedad de obstáculos como escaleras, barandales, bancas, rampas, etc.



Fuente: Thrasher Magazine, SOTY, < <https://www.thrasher magazine.com/search/soty/page/5/> >

Este deporte nace en Estados Unidos en el estado de California comenzando como un medio de transporte en la década de los 50's donde los surfistas al querer seguir deslizándose en sus tablas por la ciudad como lo hacían en las olas, deciden colocarles ruedas a sus tablas de surf. A mediados de los 60's se convertiría en un deporte urbano formando así a los primeros *skaters*¹.

La llegada del skateboard a México cuenta con diversas versiones ya que no se tiene un dato en específico que explique cómo sucedió, pero se sabe que sus inicios fueron a principios de los años 70's, "El skateboard llega a México a principios de los 70's por jóvenes de diferentes partes de la Ciudad de México (en ese entonces Distrito Federal), aunque no se sabe en realidad quien lo comenzó. El skate empezó a ubicar en bosques de la loma, la colonia Balbuena y Cd. Nezahualcóyotl, principalmente por jóvenes que tenían familiares en Estados Unidos o que podían dirigirse a este país para adquirir sus patinetas."²

¹ Diario al momento, La escena skate en México, 2016, Ciudad de México (S/P) < <https://diarioalmomento.com/la-escena-skate-en-mexico-NTIze3Te3.htm> >

² R. Mendoza. Comunicación personal, 18 de enero del 2021.

Raúl Mendoza CEO y director de proyectos de AMPA (Asociación Mexicana de Patinadores) comenta que en los años 80's es donde hubo un incremento en la popularidad de este deporte en el país. "A principios de los 90's de tiene de nueva cuenta un boom en la popularidad del skate ya que por parte de Estados Unidos se populariza aún más este deporte con patinadores como Tony Hawk y Steve Caballero; este nuevo boom tuvo un gran impacto en la Ciudad de México y principalmente en Guadalajara, además se abrieron diversas tiendas de skate lo que facilito la práctica del skateboard. En 1994-1995 viene la crisis de la devaluación del peso en México lo que genera una caída del skate nacional ya que la gran parte de los artículos para patinetas venían de Estados Unidos, dando como resultaba un alza en los precios por lo que la escena skate se detuvo y prácticamente todas las tiendas tuvieron que cerrar, aunado a esto que el sector salud considero a este deporte de alto riesgo por lo que quito el seguro médico a las personas que tenían pistas de skate haciendo que cerraran y los patinadores no tuvieras lugares para practicar este deporte, dando origen al estilo de skate denominado *Street*.

Posterior a estos sucesos en el año 2000 comienza a resurgir el skate en México teniendo de 2003 a 2005 eventos de skate como los EMEDEPA, y el gobierno comenzó a apoyar un poco a este deporte ya que antes siempre había sido ignorado, realizando los primeros skateparks de concreto como el skatepark de Cabeza de Juárez en 2004, Skatepark Metro Puebla en 2006 y San Cosme en 2008. A la par marcas extranjeras como Red Bull, Vans, DC, entre otras, comenzaron a tener presencia en el país generando mayor publicidad a el skateboard.

La forma en que se empezó a promocionar el skate era a través de revistas como Thrasher Magazine y Transworld Skateboarding en los años 80's en Estados Unidos, aunque hubo revistas posteriores a estas como The Quartely Skateboarder en 1964 pero no tuvieron mucho tiempo de vida; también por medio de videos VHS de patinadores o concursos que se realizaban se comenzó a difundir lo que era el skateboard.

En México existieron algunas revistas que difundían este deporte como RE:Skate a principios de los 70's y se podían conseguir algunos VHS piratas de patinadores extranjeros."³

³ R. Mendoza. Comunicación personal, 18 de enero del 2021.

En los años 90 se empezaron a realizar competencias internacionales de skate como los X-Games (1995) que fueron un gran medio de difusión para que el skate fuera conocido en gran parte del mundo ya que se empezó a televisar en canales como ESPN. En 2006 con los avances tecnológicos como el internet y la creación de plataformas de video (principalmente YouTube) se podían compartir video partes de patinadores una forma más sencilla lo que popularizo el deporte en gran medida.

En la Ciudad de México se empezó a dar clases de skateboard desde hace 15 años de manera profesional en La Fuente Skatepark donde se impartían clases a niños para que aprendieran a patinar, aunque se sabe que desde antes se llegaban a dar clases, pero era de manera empírica⁴.

En 2015 se crea la primera (y única) escuela de skate publica por parte de Nike SB llamada "Honor Roll Skate" para enseñarle a cualquier niño a patinar de forma gratuita y brindándoles todos los equipos necesarios, pero no duro mucho tiempo.⁵

Pese a que la escuela de skate de Nike no perduro, fue un parteaguas para que muchas personas empezaran intentar dar clases de manera profesional y se vio un crecimiento en escuelas y profesores particulares que se esforzaban más y más para dar mejores clases por lo que desde el 2016 a la fecha se ha visto un incremento en este sector.

En los últimos años se ha presentado un aumento en la popularidad del skateboard en México y el mundo, pero se espera que esta popularidad crezca aún más debido a su introducción a los juegos olímpicos de Tokio 2020 (2021) generando mayor motivación en la población principalmente joven para que se practique esta nueva disciplina olímpica.

En nuestro país existe una gran demanda de productos y servicios relacionados con este deporte, pero no ha sido satisfecha al cien por ciento ya que hay productos de diversas marcas (principalmente extranjeras) que no se pueden conseguir en el país o su adquisición resulta complicada. Aunado a lo anterior, la pandemia del COVID-19 que se ha presentado desde el mes de marzo del año 2020 en nuestro país genero cambios importantes en la

⁴ R. Mendoza. Comunicación personal, 18 de enero del 2021.

⁵ 302 Skateboarding, Honor Roll Skate – Nike SB México, 2015, Ciudad de México, (S/P) , < <https://302skateboarding.com/honor-roll-skate-de-nike-sb-mexico/> >

población como el confinamiento en sus hogares, restringido sus actividades habituales como ir al trabajo o ir a la escuela.

Para muchos niños y jóvenes el hecho de no asistir a sus escuelas les ha generado tiempo libre para practicar nuevas disciplinas en sus hogares, y varios de ellos han optado por practicar algún nuevo deporte como el skateboard en sus patios o parques cercanos.

En el área metropolitana de la Ciudad de México muchos niños y jóvenes han empezado a practicar skate por cuenta propia pero la gran mayoría no cuentan con instructores capacitados que les enseñen las técnicas adecuadas y medidas de seguridad necesarias para practicar este deporte

1.2 Idea de negocio

Se decidió crear una tienda de skate que venda las mejores marcas nacionales de skateboard y las marcas extranjeras más demandadas por el mercado incluyendo las de difícil adquisición en el país, brindando a los patinadores de más opciones de adquisición y mejores especificaciones (calidad). Además, se brindará el servicio de clases de skateboard para ayudar a que más personas se involucren en dicha disciplina y aumentar el nivel competitivo del país.

La Skateshop tendrá dos ejes principales de negocio, los cuales consisten en la comercializar de diversos artículos de skateboard las clases de skate a niños, para que se introduzcan a esta disciplina desde una edad temprana y tengan mayores oportunidades de crecimiento en este deporte, ya que comparado con países como Estados Unidos, Brasil, Inglaterra, entre otros, el nivel de los patinadores de nuestro país es bajo ya que empiezan patinar a edades más avanzadas como a los 12-14 años mientras que en esos países es común que desde los 6-8 años se comiencen a patinar.

Los primeros 6 meses se creará una Skateshop online donde se ofrecerán los principales artículos de skate como tablas, trucks, llantas, baleros, tenis y equipos de protección de marcas que son muy solicitadas en la Ciudad de México. La tienda online se promocionará por medio de las redes sociales más utilizadas por los skaters mexicanos como Facebook e Instagram, siendo Facebook donde se venderán principalmente nuestros artículos.

El principal objetivo es brindar una amplia variedad de productos a precio justo para que los patinadores nacionales puedan practicar este deporte con los equipos y accesorios necesarios que ellos deseen sin tener que limitarse a la oferta local que puedan brindarle otras tiendas y mejoren su nivel competitivo a la par de que se sientan con la comodidad y estilo deseados.

La tienda online se planea abrir el 1 de abril del 2022 ya que a partir de esa fecha se empezará a crear publicidad para tener mayores ventas en fechas importantes próximas como el 30 de abril (día del niño y la niña) 21 de junio (día del skate) y las vacaciones de verano. Seis meses más tarde el 1 de octubre se planea abrir la tienda física para generar mayor impacto a las fechas posteriores que puedan generar mayores ingresos como el “Buen Fin”, Navidad, vacaciones de invierno y día de los santos reyes.

El motivo de contar con la tienda física es para que los patinadores tengan un lugar donde ir a comprar y observar los artículos con los que contamos, ya que se les dará una buena experiencia de compra, además de que al tener un establecimiento físico se tendrá mayor confianza por parte de los clientes y marcas extranjeras de skate para poder importar sus artículos.

Al lograr que se cuente con artículos de difícil adquisición en nuestra tienda nos posicionaremos en el mercado como una tienda especializada y de prestigio donde los skaters encontraran todos los artículos que desean, a la par que se intentara consolidar una escena del skateboard más fuerte en el país.

Otro pilar de la Skateshop serán las clases de skate que se impartirán a niños de 4 a 12 años de edad ya que así se fomentara este deporte en los mexicanos desde edades muy tempranas trayendo consigo diversos beneficios como una vida más saludable, ya que México ocupa el primer lugar mundial en obesidad infantil y el segundo en obesidad de adulto, por que el 8.2% de la población infantil de 0 a 5 años presenta problemas de sobrepeso y esto se agrava con los niños de 5 a 11 años que el 35.6% presentan este problema⁶, y de acuerdo a la Unicef este problema favorece el sobrepeso durante el resto de su vida y los pone en riesgo de sufrir enfermedades circulatorias, del corazón y de los

⁶ Ensanut. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018, 2018, México, (Pag.37,38) <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_presentacion_resultados.pdf>

riñones, diabetes, entre otras⁷. Otro tema de salud se refleja al enseñarles las medidas necesarias para disminuir lesiones en este deporte de alto riesgo ya que la mayoría de los patinadores nacionales aprenden a patinar por su cuenta y en ese camino sufren accidentes que afectan en su rendimiento posterior o incluso los obligan a dejar esta disciplina.

El principal objetivo de las clases de skate consiste en generar un mayor potencial en los skaters nacionales ya que empezaran a practicar este deporte desde edades tempranas con las enseñanzas adecuadas para evitar lesiones y que tengan una vida saludable, a la par de que crecerá el mercado nacional y obtendremos su confianza como escuela de patinaje y Skateshop creando un vínculo con los skaters desde que son niños.

Las clases de skate se darán en los skateparks más importantes de la Ciudad de México y se tomarán todas las medidas de seguridad pertinentes para eliminar riesgos para los niños. Aunado a este punto se buscará colaborar con el gobierno para tener su apoyo para brindar las clases en estos skateparks públicos y generar un impacto positivo en la sociedad ya que al permitirnos dar clases en estos lugares organizaremos campañas para darles el mantenimiento necesario y seguir teniendo espacios dignos para practicar skateboard.

Conforme transcurra el tiempo y tengamos mayor presencia en el mercado de las clases de skateboard (aproximadamente en 3 años) se buscará crear una escuela pública de skateboard con ayuda del gobierno de la Ciudad de México para que ellos solventen las clases de forma económica mientras que nosotros nos encargaremos de brindar habidos saludables y deportivos a los niños de la ciudad para combatir el problema de obesidad que existe en todo el país, además, se dará mantenimiento a los espacios públicos donde practiquemos este deporte para mejorar el paisaje urbano de la ciudad.

⁷ Unicef, Sobrepeso en los niños niñas y adolescentes. 2016, México, (S/P) <<https://www.unicef.org/mexico/sobrepeso-y-obesidad-en-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-y-adolescentes> >

1.2.1 Nombre

La Skateshop llevara por nombre “Back to Back” (Skateshop). Esta frase representa lo que queremos generar con nuestra tienda, un aliado para mejorar el skate nacional. Cuando dos patinadores están intentando el mismo truco o trucos distintos, pero en el mismo obstáculo suelen decirse que van a hacer un “back to back” para motivarse mutuamente y poder lograr su truco, ya que los dos se ven comprometidos a realizar sus trucos uno a tras del otro.

Por el motivo anterior se ha decidido utilizar esta frase que resulta común entre los patinadores, además de que resulta fácil recordar y al oírla se genera el sentimiento de compañerismo, el cual será muy útil en nuestras clases de skateboard.

1.2.2 Misión

Proveer al mercado de skateboard los mejores artículos para su práctica profesional, así como la enseñanza del mismo.

1.2.3 Visión

Ser la empresa nacional líder en venta de artículos de skateboard y fomentadora del desarrollo competitivo de alto rendimiento del skateboard.

1.2.4 Objetivos

Corto plazo

- Creación de skateshop online
- Contar con todos los productos básicos de marcas con gran impacto en el país.
- Que la marca sea ubicada por el mercado local.
- Brindar las primeras clases de patinaje
- Contar con la skateshop de manera física

Mediano plazo

- Contar con proveedores extranjeros de las marcas más solicitadas en el país de difícil adquisición.
- Realizar eventos con otras marcas para apoyar al skateboard nacional.
- Tener un grupo formal para clases de skateboard

Largo plazo

- Organizar eventos para apoyar al skateboard nacional
- Patrocinar a patinadores nacionales de gran talento.
- Contar con todos los productos solicitados por el mercado.
- Escuela pública de skateboard sustentada por el gobierno de la CDMX.
- Generar desde nuestras clases a patinadores de alto nivel competitivo.
- Empezar a incursionar en la fabricación de tablas de skateboard.

1.3 Variables de las operaciones

1.3.1 Variables internas

Una de las principales variables internas se encuentra en la parte del servicio de las clases de skate, ya que si la demanda sobrepasa nuestra oferta tendríamos que conseguir mayor número de instructores y contar con un espacio propio o privado bastante amplio para impartir las clases de forma satisfactoria, ya que en los skateparks debido a la fluencia de patinadores individuales se presentaría un sobre cupo para la capacidad de los parques para albergar tantos patinadores, lo que podría llegar a provocar accidentes.

1.3.2 Variables externas

Debido a la fuerte influencia del mercado extranjero en el deporte del skateboard, muchos productos vienen de otros países, principalmente de Estados Unidos, haciendo que las compras de nuestros proveedores sean en dólares, lo que en un momento dado podría aumentar el precio de la mercancía causándonos dificultades económicas, además de nuevas leyes de importación que dificulten el ingreso de la mercancía al país.

1.4 FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Se tiene relación con diferentes marcas y contactos de la industria del skateboard• Conocimiento de los gustos y tendencias del mercado nacional.• Además de brindar productos se brindan servicios de skateboard• Ubicación de las clases en puntos céntricos.• Conocimientos profesionales para la creación de empresas.• Enfoque en el bienestar común de la sociedad	<ul style="list-style-type: none">• Falta de contacto con proveedores extranjeros.• Falta de capital propio.• Pago de rentas.• Skateshop nueva
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la industria a nivel nacional e internacional• Aumento de popularidad en el deporte por su primera aparición en juegos olímpicos.• Países latinoamericanos en que carecen de fomento en el deporte.• Colaboraciones con diversos actores de la escena del skateboard.• Colaboración con el gobierno de la Ciudad de México.	<ul style="list-style-type: none">• Skateshop con gran impacto en el mercado nacional.• Nuevas skateshop• Ventas por internet de productos similares a precios más bajos.• Gran cantidad de productos falsificados.• Aumentos en el precio del dólar.• Contingencias ambientales• Pandemias

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

1.5 Lean Canvas

<p>Problema El skateboard en México y el mundo cada vez crece más y más, pero en México la industria de este deporte ha estado estancada desde hace varios años. Al buscar los diversos productos que se ofrecen en el mercado las skateshop de México no ofrecen una gran variedad. Además, no existe un fuerte fomento para practicar este deporte en los niños.</p>	<p>Solución Una skateshop diferente a las demás que tenga productos que el mercado busca pero que no encuentran fácilmente. Además de clases de patinaje para niños para que se adentren en esta disciplina</p> <p>Puntos clave Diversidad. Productos exclusivos. Precios accesibles. Apoyo a patinadores. Clases de skate</p>	<p>Valor único Tendrá productos exclusivos de diversas marcas que no se encuentran fácilmente en el país.</p> <p>Contar con clases de patinaje por parte de la tienda enfocadas en la salud y desarrollo competitivo de los niños.</p>	<p>Ventaja Al tener conocimiento de la demanda del mercado actual satisfacerlo con las marcas más demandadas. Se brindará apoyo con clases para que exista mayor difusión de la disciplina en el país.</p> <p>Canales Tienda física y ventas online en la CDMX</p>	<p>Segmento de mercado Hombres y mujeres que practiquen skateboard o gusten de vestir ropa cómoda y de calidad con estilo de la escena skate. El principal mercado se encuentra en jóvenes menores a 26 años.</p>
<p>Estructura de costos Renta del local Sueldos Mobiliario y equipo. Mercancía Publicidad</p>		<p>Fuente de ingresos Ventas de productos Clases de skateboard</p>		

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

1.6 Descripción general del producto o servicio

La Skateshop *Back to Back* tendrá como ejes principales la venta de artículos de skateboard y clases de patinaje que serán impartidas a niños de 4 a 12 años de edad.

Dentro del eje de las ventas se contará con los artículos y marcas más solicitadas por el mercado nacional de skateboard, además de que se buscara introducir ciertas marcas que son muy solicitadas por los patinadores pero que su adquisición resulta difícil ya que son marcas extranjeras que no exportan sus artículos a nuestro país como New Balance Numerics, HUF, Nike SB (hay muy pocos modelos disponibles) y modelos específicos de diversas marcas que solo encontramos en Estados Unidos y la Unión Europa.

En un inicio la Skateshop se creará únicamente de forma online, siendo la publicación y promoción de los artículos en redes sociales y nuestra página web. Las entregas de las compras se realizarán únicamente en estaciones de metro y metrobús de la Ciudad de México, mientras que los envíos a otras partes de la república se realizarán por paquetería cobrando un costo extra

Al contar con la tienda física las ventas se harán de la misma manera, pero ya podrán asistir a la tienda para ver y comparar los artículos que desean comprar, además se podrán realizar eventos y dinámicas entro de las instalaciones para promover de una mejor manera los productos.

Respecto a las clases de skate estas serán impartidas por patinadores que cuentan con un nivel competitivo y que estarán capacitados para impartir las clases a niños de forma segura y divertida. En este servicio se podrá rentar (si así lo desean) el equipo necesario para tomar las clases, como cascos, rodilleras y coderas

Las clases serán impartidas en Skateparks públicos que cuenten con el espacio y rampas adecuados para la enseñanza y práctica del deporte, en diferentes horarios que se acoplen a los tiempos de los alumnos y sus padres.

Capítulo 2

Estudio de mercado

2.1 Ambiente social, económico y tecnológico

La industria del skateboard se encuentra en un constante crecimiento en todo México, debido principalmente a la popularidad que ha alcanzado el deporte a través de las redes sociales y su reciente inserción en los juegos olímpicos ya que esto le da mayor seriedad como deporte y esto aumentara aún más su popularidad. Además, el apoyo por parte del gobierno de México ha sido muy importante ya que ha tomado acciones como la creación de nuevos *Skatepark*, como Templo Mayor Skatepark, Parque La Mexicana, Skatepark Constituyentes y Skatepark Miguel Hidalgo, brindando un mayor apoyo a estos deportistas con espacio aptos para practicar el deporte; además, se han creado comisiones que respalden este deporte y otros como el Instituto de la Juventud (Injuve).

Existen 140 skateparks en el país, siendo la Ciudad de México, Jalisco y Nuevo León los que cuentan con mayores áreas para practicar este deporte. Aunque existen muchos skateparks son muy pocos los que están hechos con calidad para practicar el deporte⁸. En la Ciudad de México se encuentran 4 skateparks elaborados por California Skateparks los cuales son Nike Templo Mayor Skatepark, La Mexicana Skatepark, Skatepark Azcapotzalco “Capital Joven” y Skatepark Barrio San Antonio. California Skatepark es una empresa constructora de skateparks del más alto nivel competitivo, la cual ha construido diferentes parques tanto públicos como privados en diversas partes del mundo, e incluso realizado escenarios de competencias internacionales como Street League, Vans Royal Series y los X-Game, lo cual refleja el interés que se le está poniendo a este deporte para tener la mejor tecnología y calidad en cuestión de deportes.

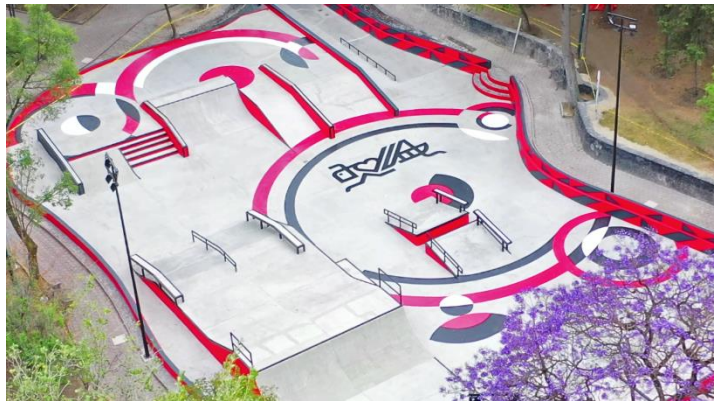
Skatepark Constituyentes y Parque Lira se han convertido en los dos skateparks públicos más populares para impartir clases en la Ciudad de México, los cuales se encuentran ubicados en la colonia Miguel Hidalgo. Parque Lira fue construida con una sección especial para poder impartir clases a principiantes contando con rampas de menor tamaño. Existen algunos skateparks con características idóneas para la enseñanza de skateboard distribuidos en otras delegaciones de la ciudad; estos lugares son Deportivo Bosques de

⁸ PXSport, El crecimiento del skateboarding en México, 2017, (S/P) < <http://pxsports.com/2017/08/el-crecimiento-del-skateboarding-en-mexico/> >

Aragón (Nezahualcóyotl), Deportivo Eduardo Molina (Venustiano Carranza), Parque de los Coyotes (Coyoacán) y Parque Cuitláhuac (Iztapalapa).

La importancia de contemplar más espacios además de Skatepark Constituyentes y Parque Lira para la enseñanza de este deporte son diversos, como la diversidad de obstáculos, ampliación de mercado y convivencia con mayor comunidad skate.

Parque Lira Skatepark



Fuente: AMPA, Parque lira skatepark, < <https://www.ampaskatemx.com/gestion-y-asesoria-de-skateparks-info> >

Skatepark Constituyentes



Fuente: Bosuqe Chapultepec, Skatepark Constituyentes, < <https://chapultepec.org.mx/actividad/skate-park-constituyentes/> >

Cuitláhuac Skatepark



Fuente: Reforma, Llevan a Iztapalapa plantas de humedal,
<https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?_rval=1&urlredirect=https://www.reforma.com/llevan-a-iztapalapa-plantas-de-humedal/ar1902079?referer=-7d616165662f3a3a6262623b727a7a7279703b767a783a-
: >

En México es muy común que surjan rápidamente tiendas de skate ya que frecuentemente son creadas por patinadores que lograron juntar un poco de dinero para comprar mercancía e intentar sobrevivir con algo relacionado a lo que les apasiona; es por ello es que estas skateshop suelen tener un tiempo de vida de uno hasta cinco años, debido a que se concentran en vender a los patinadores de su localidad y venden solo lo que les resulta más fácil conseguir y no lo que demanda el mercado, además no es suficiente su amplio conocimiento del mercado ya que en la mayoría de los casos carecen de conocimientos técnicos para dirigir un negocio y manejar adecuadamente sus recursos.

Son pocas las tiendas que han perdurado a través del tiempo y en especial hay una que ha ido más allá de una simple tienda de skate y ha innovado en el servicio que brinda como realizar funciones de películas relacionadas a la escena skate, convivencias con patinadores extranjeros, convenios y dinámicas con marcas nacionales e internacionales con las cuales salen beneficiados los patinadores e incluso algunos que nunca han patinado.

En la actualidad muchas personas que no patinan han sido grandes clientes de las tiendas de skate (principalmente jóvenes), porque se ha ido originando un mercado donde a los jóvenes les gusta vestirse con ropa de marcas de skate, aunque a ellos no les guste patinar, beneficiado a las tiendas dando la posibilidad de incrementar sus más allá de los patinadores, incluso impactando en niños y adultos que gustan de vestir con estilo de patinadores.

Además de las Skateshop es muy común que la comunidad skate compre artículos en grupos de redes sociales, donde diversas personas publican sus artículos nuevos o de segunda mano para ver a que personas les resultan interesantes para comprarlos y así generar ingresos extras, además que los mismos patinadores publican lo que están buscando esperando respuestas de vendedores que tienen ese artículo o alguno similar. Estos grupos se han vuelto muy populares ya que se encuentran productos muy baratos debido a que algunos son productos de imitación, o los vendedores están dispuestos a ganar poco con tal de vender, por lo que el bajo costo y facilidad de transacción ha popularizado estos grupos en los últimos años.

Cuando una persona decidía aprender a patinar la única forma de hacerlo era a través de muchas caídas y lesiones, o por medio de consejos que te podían dar algunos patinadores con más experiencia. En los últimos 15 años la enseñanza se ha ido transformando y han surgido algunos profesores con capacidades técnicas y pedagógicas para facilitar el aprendizaje y hacerlo de forma profesional, pero, aun así, son muy pocos los profesores que cuentan con los requerimientos necesarios para ser considerados como verdaderos instructores.

La forma adecuada en que se puede aprender este deporte es con ayuda de un maestro, que por medio técnicas especializadas logre que realices diversos trucos sin necesidad de caer en lesiones y aumentando tu competitividad profesional. La edad recomendada para aprender a patinar es entre los 4 y 12 años, aunque cabe aclarar que cualquier es buena para comenzar a aprender.

2.2 Análisis de la competencia

En la actualidad existe una gran competencia en el mundo de las ventas del skateboard, debido principalmente a la facilidad que se tiene para ofertar artículos con ayuda del internet y las redes sociales, ya que cualquier persona que posea algún artículo relacionado con el skateboard, que cuente con internet y una smarphone o computadora puede venderlo en diversos sitios web, siendo que hace algunos años todo esto era mucho más complicado, además de que para conseguir mercancía debías tener contactos muy cercanos que te ayudaran a localizar a marcas de skate para que te vendieran sus productos al mayoreo, pero además era necesario que contaras con tu propia tienda física, donde los principales

clientes que se tenían eran patinadores que se encontraban cerca de la localidad de tu skateshop.

Ahora resulta mucho más fácil conseguir mercancía para vender y tener un gran alcance con los clientes debido al avance tecnológico, por lo que dividiremos la competencia en 3 secciones principales: skateshop locales, vendedores online, Chilango Skateshop y Peach ando Bones.

Respecto a las clases de skateboard, aunque no hay un competidor muy grande es muy competida ya que hay muchas personas que se les hace fácil brindar este servicio, aunque no estén capacitados para hacerlo.

Nos concentramos en 3 competidores principales: Profesores particulares, Ollie School y Sk8topia; estas dos últimas son escuelas capacitada para brindar clases en cualquier época del año mientras que los primeros suelen ser patinadores o ex patinadores que buscas generar algunos ingresos extras y brindan estos servicios, principalmente en tiempo de vacaciones escolares.

Skateshop locales

A lo largo de todo el país se encuentran diversas skateshop, algunas con más relevancia que otras, pero la gran mayoría son skateshop que se enfocan a satisfacer a sus clientes más cercanos como conocidos y patinadores que vivan cerca de la localidad donde se encuentra su tienda. Suelen tener un tiempo de vida corto que puede ir de 1 año hasta 5 años.

Dentro de las principales ventajas que tienen este tipo de skateshop es que en un inicio ya tienen clientes seguros (amigos y conocidos), ya que los patinadores locales preferirán apoyar a estas tiendas por su relación con el dueño, además de que les brindara un costo de compra menor por su cercanía y accesibilidad al querer comprar sus artículos. Pero una gran desventaja es que estas tiendas no suelen tener suficiente variedad de productos o solo se concentran en tener artículos nacionales y productos piratas de marcas extranjeras.

Se estima que en la Ciudad de México hay más de 15 skateshop debido al registro de Google Maps que muestra la ubicación de estas tiendas, eso sin contar las tiendas que no están registradas y las tiendas online.

Vendedores Online

La compra y venta de artículos de skate por medio de páginas de internet y redes sociales aumenta cada año debido a la facilidad que esto representa. Una de las principales plataformas donde se hacen estas negociaciones es en la red social de Facebook, aquí podemos encontrar diversos grupos creados para la compra-venta de productos para patinadores. Uno de los principales grupos es “*Segundamano skate*” que cuenta con 46,800 miembros de la Ciudad de México.

La principal fortaleza que tienen los vendedores de este tipo de sitios es que su oferta de productos llega a muchas personas en cuestión de segundos aumentando su oportunidad de venta. Otro factor a considerar es que sus gastos de venta son bajos al no tener que pagar rentas u otros costos que deberían realizar si tuvieran un punto de venta físico, ya que las entregas suelen hacerse en alguna estación de metro de la CDMX.

Una de las principales desventajas que podemos encontrar es la gran cantidad de productos piratas y usados que se ofertan, además de los problemas de entrega como impuntualidad, ausencia del oferente o demandante o que el producto no cumpla con las expectativas del cliente.

Peach and bones

Tienda que cuenta con 15 años de experiencia por lo que se ha ido posicionando en la mente de varias generaciones de patinadores.

Está ubicada en la Ciudad de México y cuenta con una gran diversidad de productos, pero todos ellos de marcas extranjeras ya que se enfocan en exportar mercancía en grandes cantidades para vender en su tienda, pero también para fungir como distribuidora para otras tiendas.

Sus precios en su mayoría son acordes al promedio de mercado y unos cuantos precios están un poco elevados, pero no cuentan con ropa ni calzado más que algunas prendas ocasionales como calcetas, gorras y beanies.

Cuentan con dos sucursales, la principal cerca de metro patriotismo y la segunda cerca del deportivo Bosques de Aragón, además, cuentan con entregas personales en el metro de la Ciudad de México y envíos a toda la república.

Chilango Skate

Es la tienda de skate más popular entre los patinadores (y no patinadores) de la Ciudad de México y muy reconocida en otros estados de la república mexicana ya que han revolucionado el concepto de una tienda de skate.

Se fundó en el año 2010 pero después del 2014 fue que empezó a crecer de una forma más notoria ya que empezaron a experimentar nuevas estrategias hasta llegar al punto en el que actualmente cuentan con una tienda con más de 500m² y una gran variedad de productos nacionales y extranjeros, además, cuentan con su propio Skatepark dentro de sus instalaciones, hacen entregas a toda la república y colaboran con diversas marcas para hacer eventos deportivos y culturales en su tienda.

En el transcurso de la pandemia de Covid-19 optaron por realizar entregas a domicilio por medio de una Van en el centro de la Ciudad de México y sus alrededores para brindar un mejor servicio y que no disminuyeran sus ventas.

Su mayor desventaja radica en que sus precios en algunas ocasiones son altos, haciendo que sus clientes opten comprar esos productos en otros lugares.

En resumen, podemos ver las características de los principales competidores en el siguiente cuadro:

	Ventaja	Desventaja	Valor agregado
Chilango Skate	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio con muchas marcas extranjeras y nacionales. • Tiene su skatepark en la skateshop 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con todas las marcas solicitadas por patinadores. • Sus precios sin algo elevados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza eventos de todo tipo en su skateshop y hace varias promociones con ayuda de las demás marcas.
Pech and Banes	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor experiencia en el mercado. • Dos puntos de venta en lugares estratégicos e la ciudad. • Gran cantidad de artículos exportados 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con marcas nacionales. • No tienen una publicidad muy buena. • No cuentan con ropa ni tenis 	<ul style="list-style-type: none"> • Fungen como distribuidor a de marcas extranjeras para otras skateshop.
Vendedores por internet	<ul style="list-style-type: none"> • No pagan renta. • Dan precios bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuentan con pocas piezas para a vender • Los tratos no son 100% seguros 	<ul style="list-style-type: none"> • Entregas en puntos a convenir.
Skateshop locales	<ul style="list-style-type: none"> • Muy cerca de su mercado meta Precios bajos. • Mayor relación con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con gran variedad de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda a los patinadores locales

Fuente: Elaboración propia con base en la página oficial de Chilangoskate. Ciudad de México, (S/P), 2021, < <https://chilangoskate.com/shop/> >, página oficial Peach and Bones. Ciudad de México, (S/P), 2021, < <https://pbskateshop.com/> > y grupo de Facebook Segundamano Skate, Ciudad de México, (S/P), 2021, < <https://www.facebook.com/groups/segundamanoskate> >

Profesores particulares

Podemos encontrar a diversos profesores particulares en distintos skateparks de la CDMX, pero es más común encontrarlos en temporadas vacacionales ya que los niños y sus padres buscan en mayor medida practicar nuevas disciplinas.

Estos profesores tienen diversos precios dependiendo de su experiencia y localidad, pero por lo general suelen cobrar de \$50 a \$150 la hora, como lo podemos ver en una página web llamada superprof.com donde encontramos diversos profesores de todo tipo incluyendo skateboard, donde se reflejan estos precios.

Ollie School

Es una escuela de skateboard fundada por Carlos Haro en 2009 donde brinda clases a niños de 3 a 13 años en Jardín Morelos (Av. Progreso esq. Agricultura, Col. Escandón) aunque en ocasiones suele visitar otros skateparks de la ciudad. Cuentan con un equipo de 5 profesores (incluido C. Haro) que se encargan de enseñar en los diversos niveles que tienen como principiantes y avanzados.

Cada clase tiene una duración de 75 minutos y el costo por clase grupal es de \$150 por alumno, mientras que el costo de clase particular es de \$300. Ambas clases incluyen patineta y equipo de seguridad.

Ollie School asegura que llegan a recibir hasta 120 niños por semana dependiendo de la época del año.

Sk8topia

Nace en el año 2014 por parte de Humberto Paniagua encontrando una oportunidad de negocio en el skate dirigido a un segmento de la población de clase alta, ya que por lo general este deporte no era tan común para ese sector, pero con el tiempo se ha hecho más popular.

Sk8topia está dirigido para personas con nivel socioeconómico nivel A/B, C+ y C, contando con una sucursal en Interlomas (CDMX) y otra en Sayaverde (Edo. Mex.), pero debido a la dificultades económicas por la pandemia de COVID-19 han cerrado definitivamente la sucursal en Interlomas. En estas sucursales se cuenta con un espacio adecuado para dar clases de skate como rampas, cajones y tubos, además, cuenta con su propia tienda de skate y área de snacks.

Sus clases tienen una duración de una hora y se presta el equipo de protección y patineta. Sus precios son los siguientes:

	# Clases	Costo
Grupal	1	\$290
Particular	1	\$360
Grupal	4	\$870
Individual	4	\$1200
Grupal	8	\$1450
Individual	8	\$2100
Visita a una skatepark	1	\$400

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la página oficial de Entrepreneur < <https://www.entrepreneur.com/article/321752> >

En el siguiente cuadro podemos comparar las principales características de los competidores en clases de skate:

	Ventaja	Desventaja	Valor agregado
Profesores particulares	<ul style="list-style-type: none"> • Costos bajos • Precios accesibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Solo por temporadas • Falta de profesionalismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de brindar clases en casi cualquier lugar
Ollie School	<ul style="list-style-type: none"> • Profesores calificados. • Cuenta con mucho tiempo en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de espacios para dar sus clases 	<ul style="list-style-type: none"> • Salidas a otros skateparks sin costo extra.
Sk8topia	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio propio • Tienda de skate propia 	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de rentas. • Precios elevados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuentan con espacio propio y lo rentan para diversas actividades. (fiestas de cumpleaños de skate).

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de las páginas oficiales de Entrepreneur < <https://www.entrepreneur.com/article/321752> > Ollie School < <https://ollieschool.mx/Home/Clases> >

2.3 Investigación

Debido a que la realización de este proyecto busca satisfacer dos necesidades distintas peor que van de la mano (tienda y clases de skate) se realizaran dos investigaciones que nos llevaran a concretar una mejor idea de negocio teniendo en cuenta las necesidades y deseos de ambas partes. En ambos casos se realizará una investigación exploratoria, descriptiva y de campo para facilitar la comprensión de lo que requieren los clientes y usuarios.

2.3.1 Población

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 el territorio nacional cuenta con 126,014,024 habitantes componiéndose por 51.2% de mujeres y el 48.8% de hombres, de los cuales la mitad de la población es menor a los 29 años.⁹ Respecto estos estudios nos dicen que en la población se compone por segmentos de edad de acuerdo a la siguiente tabla:

Edad	Porcentaje
Menores de 15 años	25.2
15-29 años	24.9
30-59 años	37.7
Mayores de 60 años	12.2

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la página oficial del INEGI < https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf >

Debido a que una parte de nuestra investigación va enfocada en los padres de los niños que tomaran las clases de skate es importante conocer los rangos de edad en los que es más común que tengan hijos.

Tasa global de fecundidad (TGF) y tasas específicas de fecundidad (TEF), 2009, 2014 y 2018
(Hijos por cada 1 000 mujeres)

Grupos de edad	Tasas		
	2009 ^a	2014 ^b	2018 ^c
TGF	2.25	2.21	2.07
15 a 19	69.2	77.0	70.6
20 a 24	129.4	126.0	118.2
25 a 29	116.4	113.1	108.8
30 a 34	83.6	77.2	72.4
35 a 39	41.2	38.1	34.4
40 a 44	9.8	10.0	9.0
45 a 49	1.1	0.6	0.6

Fuente: INEGI, Estadísticas a propósito del día mundial de la población (11 julio), Ciudad de México, 2019, P.4, < https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf > (10/09/2020)

⁹ INEGI, Censo población y vivienda 2020, 2020, (S/P), < <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/tableros/panorama/> >

La skateshop y las clases de skate tendrán lugar en la Ciudad de México, la cual cuenta con una población de 9,209,944 millones de habitantes de acuerdo con los resultados del Censos de Población y Vivienda (2020)¹⁰ y los niveles socioeconómicos se dividen de la siguiente forma:

Nivel	Porcentaje
A/B	11%
C+	18%
C	18%
C-	15%
D+	13%
D	20%
E	5%

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la página oficial del NSE < <https://nse.amai.org/data2018/> >

2.3.2 Unidad de análisis

La unidad análisis para la recopilación de datos relacionados con la skateshop se realizará en la Ciudad de México y el área metropolitana la cual se compone de 21,804,515 habitantes.¹¹

Características	
Edad	15-29 años
Genero	Indistinto
Nivel educativo	Indistinto
Psicografía	Personas que patinen o tengan gusto por vestirse con ropa de marcas de skateboard

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la página oficial del INEGI < https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf >

La justificación de segmentación por edad en primer lugar se debe a que entre esas edades es más común que se practique este deporte, aunado a esto de acuerdo a cifras de la Encuesta Nacional de Dinámica Geográfica, (ENADID) en México hay 30.7 millones de

¹⁰ INEGI, Censo población y vivienda 2020, 2020, (S/P), < <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/tableros/panorama/> >

¹¹ INEGI, Censo población y vivienda 2020, 2020, (S/P), < <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/tableros/panorama/> >

jóvenes comprendiéndose como jóvenes a los habitantes de 15 a 19 años de edad y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo revela que en el cuarto trimestre del año 2019 el 67.3% de hombres jóvenes y 40.5% de mujeres jóvenes forman parte de la Población Económicamente Activa (PEA).¹²

Por otro lado, el género y el nivel educativo resultan indistintos ya que ambos generos pueden practicar este deporte y no es necesario que se cuente con un nivel educativo para hacerlo; mientras que en el rubro pictográfico es necesario que sean patinadores ya que son productos que solo ellos consumen o en su defecto personas que tengan un gusto por vestirse con ropa de marcas de skate lo que genera un hábito de compra en este tipo de establecimientos.

El nivel socioeconómico de las personas encuestadas deberá encontrarse preferentemente en los niveles C-, C y C+ de acuerdo a la clasificación de nivel socioeconómico por parte de Asociación Mexicana De Agencias De Inteligencia De Mercado Y Opinión Pública (AMAI).

La unidad de análisis para el cuestionario relacionado con las clases de skate se realizará de igual forma en la Ciudad de México y el área metropolitana.

Características	
Edad	24-49 años
Genero	Indistinto
Nivel educativo	Indistinto
Psicografía	Padres y madres con hijos en edades entre 4 y 12 años

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la página oficial del INEGI < https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf >

La edad designada se debe a que esa edad es donde se tiene mayor tasa de fecundidad, ya que al buscar a padres con hijos mayores a 4 años se debe esperar ese periodo para considerarlos y el primer rango de edad con alta fecundación es de 20 a 24 años por lo que sugiere que si al tener 24 años o más sus hijos e hijas contarán con la edad suficiente (4 años) para poder tomar nuestras clases.

¹² INEGI, Estadísticas a propósito del día mundial de la población, 2019, Pág. 1, <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf>

El nivel educativo resulta indistinto ya que existen personas que pese a no contar con algún tipo de estudio profesional cuentan con la solvencia económica suficiente para pagar actividades recreativas debido a que su trabajo así lo permite.

El género resulta indistinto debido a que tanto madres como padres pueden estar interesados en esta actividad, pero el perfil pictográfico deberá ajustarse a que sean padres de niños entre 4 y 12 años de edad, con un nivel socioeconómico que rondé preferentemente entre los niveles C-, C y C+.

2.3.3 Diseño de cuestionario referente a una skateshop

Cuestionario de una skateshop

1.- Sexo: Femenino Masculino Otro

2.- Edad:

- a) 15-19 años
- b) 20-24 años
- c) 25-30 años
- d) 31 años en adelante

3.- ¿Con que frecuencias compras artículos de skate? (Ropa, tenis. Patinetas, trucks, etc)

- a) Una vez al mes
- b) Dos o más veces en un mes
- c) Una vez cada dos o tres meses
- d) 1 vez en más de 3 meses
- e) Otro: _____

4.- Menciona tres marcas de skate que más consumes

- a) _____
- b) _____
- c) _____

5.- ¿Que articulo compras con mayor frecuencia? Selecciona dos opciones.

- a) Tablas de skateboard
- b) Tenis
- c) Trucks
- d) Llantas
- e) Baleros
- f) Playeras y sudaderas
- g) Pantalones, gorras, calcetas.
- h) Otro: _____

6.- ¿Cuál de las siguientes marcas de difícil adquisición te gustaría encontrar en una skateshop?

- a) New Balance
- b) Huf
- c) Nike
- d) Fucking Awesome
- e) Dickies
- f) Real
- g) Chocolate
- h) SK8Mafia
- i) Otra: _____

7.- ¿Cuál es el mayor problema al que te enfrentas al buscar artículos de skate?

- a) Precio
- b) Ubicación
- c) Método de pago
- d) Talla/medida
- e) Marcas
- f) Otro _____

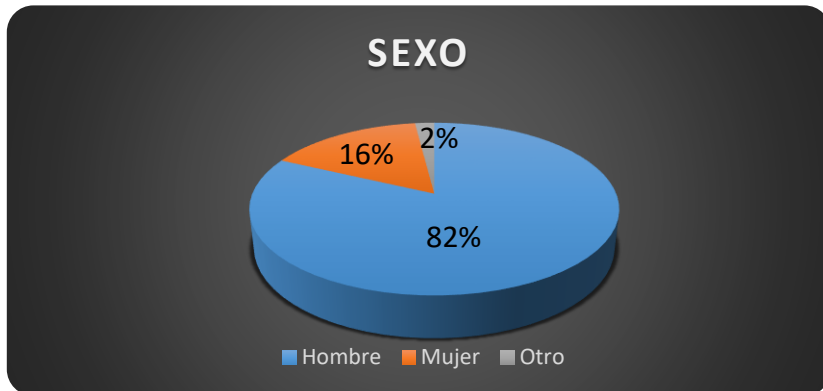
8.- ¿De qué forma sueles adquirir tus artículos?

- a) Presencial (ir a la tienda)
- b) Online
- c) Presencial y online
- d) Otra _____

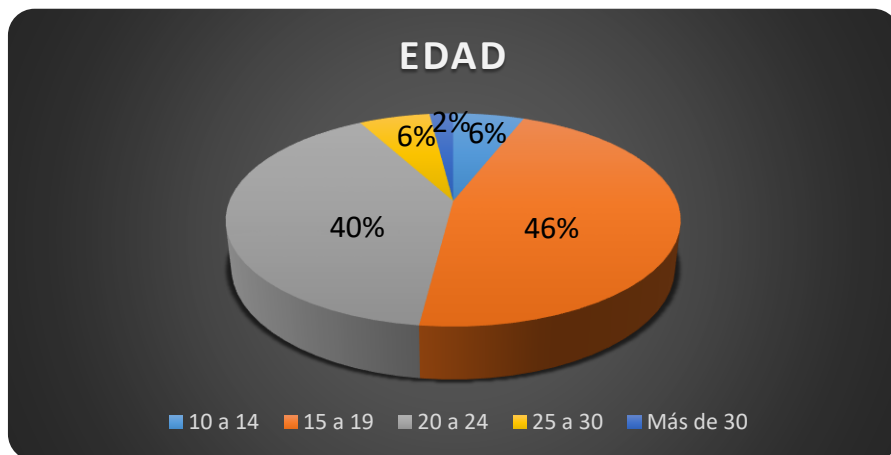
9.- Cuando realizas compras online o buscas productos en internet ¿qué plataforma utiliza?

- a) Buscador de Google
- b) Facebook
- c) Instagram
- d) YouTube
- e) Otro: _____

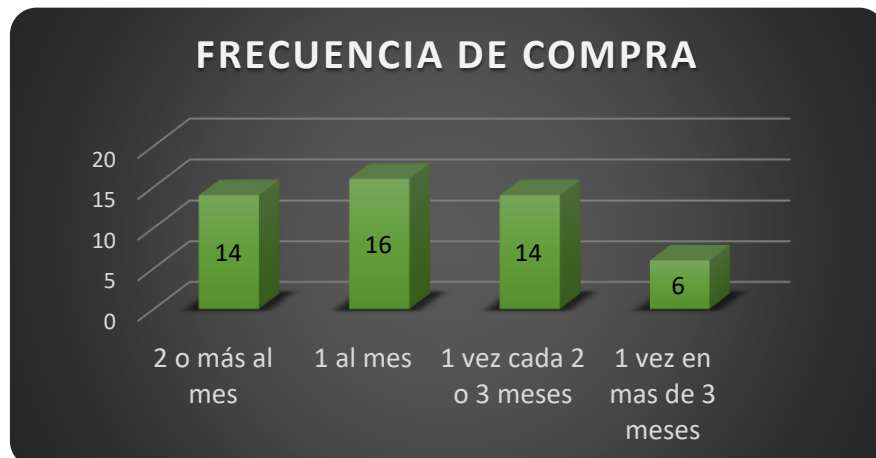
2.3.4 Resultados del cuestionario de la skateshop



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



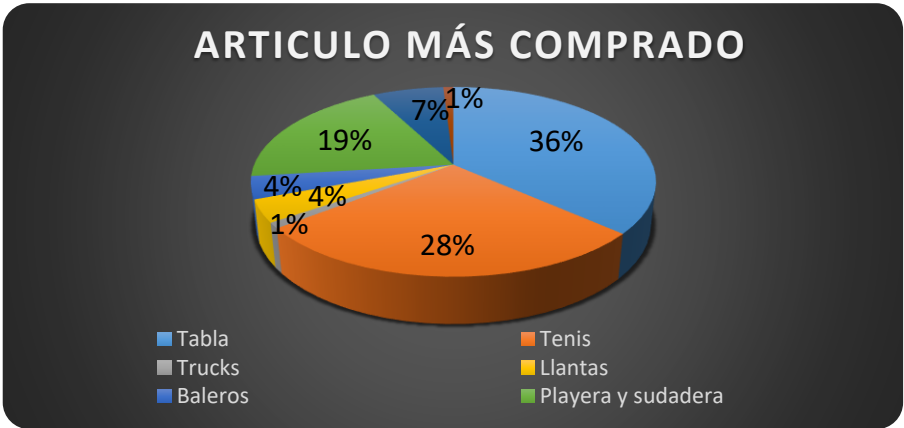
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



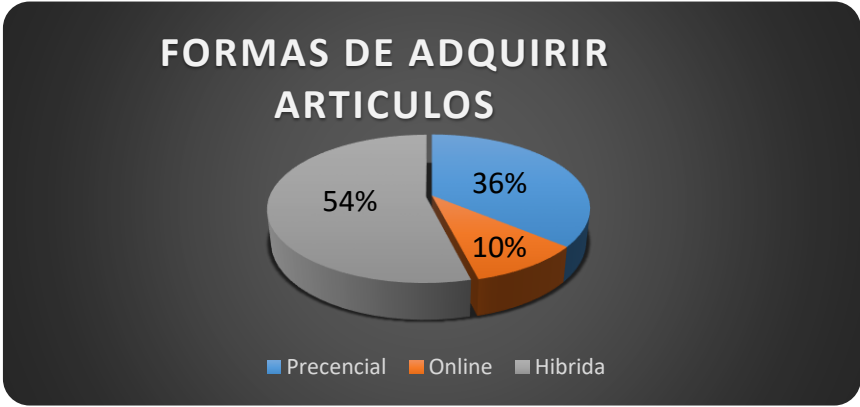
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta

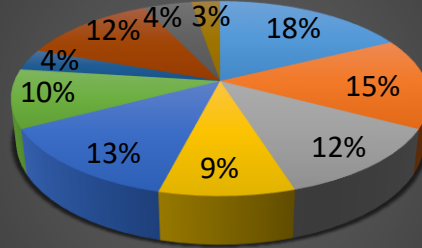


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta

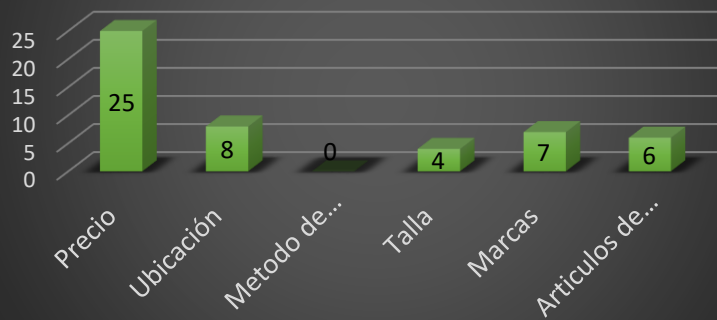
MARCAS DIFICILES DE ADQUIRIR.



■ NB ■ HUF ■ NIKE SB ■ Fucking Aw.
■ Dickies ■ Real ■ Chocolate ■ Sk8 Mafia

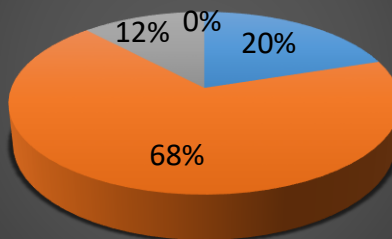
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta

PROBLEMAS AL ADQUIRIR ARTICULOS



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta

PLATAFORMAS PARA COMPRAR ONLINE



■ Google ■ Facebook ■ Instagram ■ Youtube

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta

2.3.5 Diseño de cuestionario referente a las clases de skateboard

Cuestionario de clases de skateboard

1.- Edad:

- a) 25-29 años
- b) 30-34 años
- c) 35-39 años
- d) 40-44 años
- e) 45-49 años

2.- ¿Te gustaría que tu hijo tomara clases de skateboard? ¿Por qué?

3.- ¿Te gustaría que las clases rentaran equipo de protección (casco, rodilleras, coderas) o tener un equipo propio?

- a) Rentar equipo de protección
- b) Contar con equipo de protección propio

4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una clase de skateboard con una duración de 1:15 hrs.?

- a) Con equipo de protección incluido: \$_____
- b) Sin equipo de protección incluido: \$_____

5.- ¿Preferirías pagar por cada clase o por mensualidad?

- a) Pago por clase
- b) Pago por mensualidad
- c)

6.- ¿En qué lugar te gustaría que se impartieran las clases?

- a) Deportivo bosques de Aragón (Nezahualcóyotl)
- b) Deportivo Eduardo Molina (Venustiano Carranza)
- c) Parque de los coyotes (Coyoacán)
- d) Parque Cuitláhuac (Iztapalapa)
- e) Parque Lira (Miguel Hidalgo)
- f) Skatepark Constituyentes (Miguel Hidalgo)

7.- ¿Cuántas clases a la semana sería conveniente tomar las clases?

- a) 1 vez a la semana
- b) 2 veces a la semana
- c) 3 veces a la semana

8.- ¿Qué días de la semana sería conveniente tomar las clases de skate? Seleccione 2

- a) Lunes
- b) Martes
- c) Miércoles
- d) Jueves
- e) Viernes
- f) Sábado
- g) Domingo

9.- ¿Qué horario consideras conveniente para las clases?

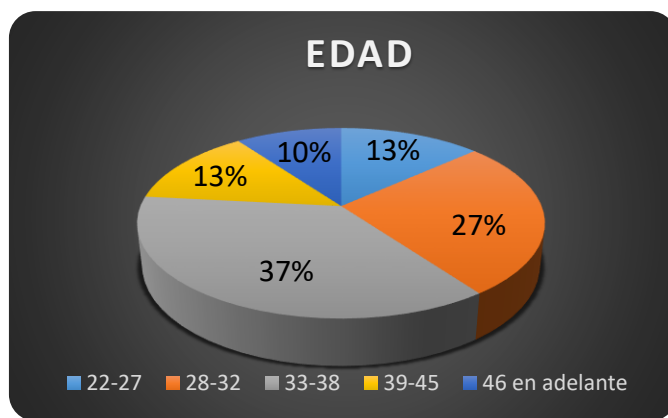
- a) 9:30 – 11:00 AM
- b) 10:00– 11:30 AM
- c) 3:00 – 4:30 PM
- d) 3:30 – 5:00 PM
- e) Otro: _____

10.- ¿Qué forma de pago prefiere?

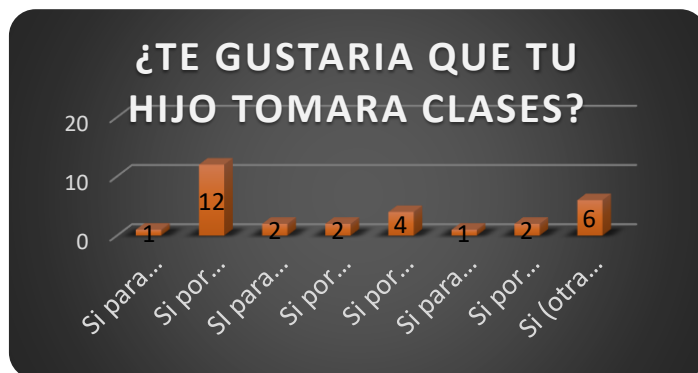
- a) Efectivo
- b) PayPal
- c) Tarjeta de crédito
- d) Transferencia Bancaria
- e) Otro

11.- ¿Qué valor agregado le gustaría que tuvieran las clases de skate?

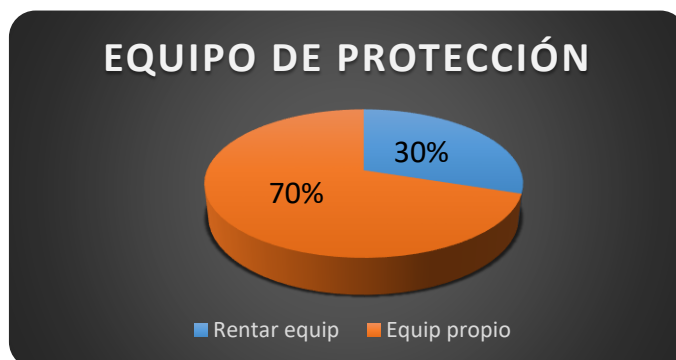
2.3.6 Resultados del cuestionario de clases de skateboard



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



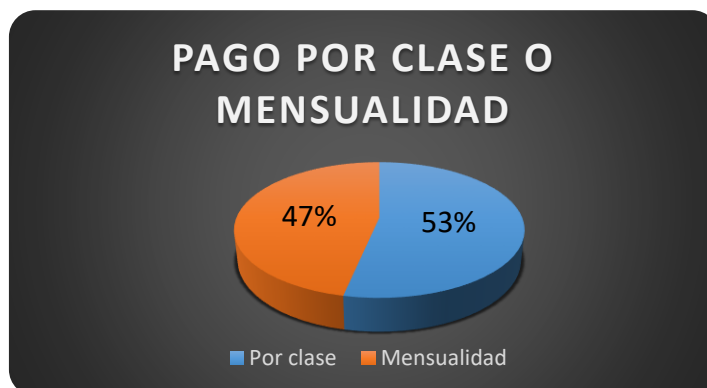
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



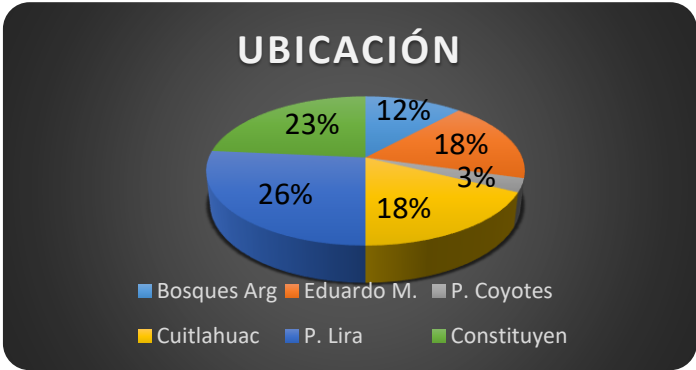
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



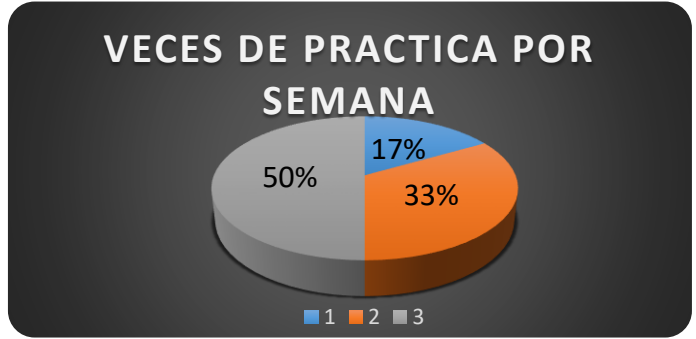
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



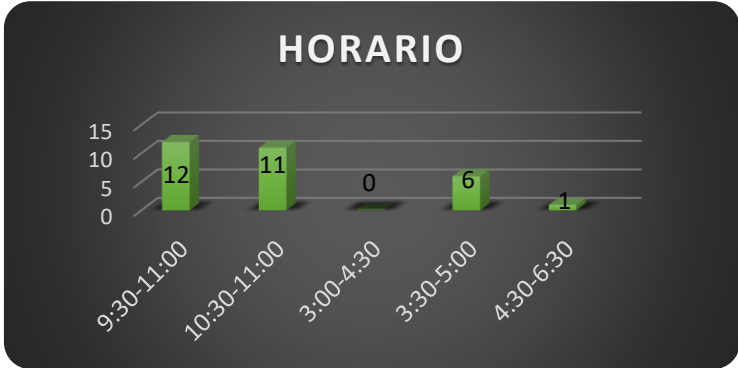
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



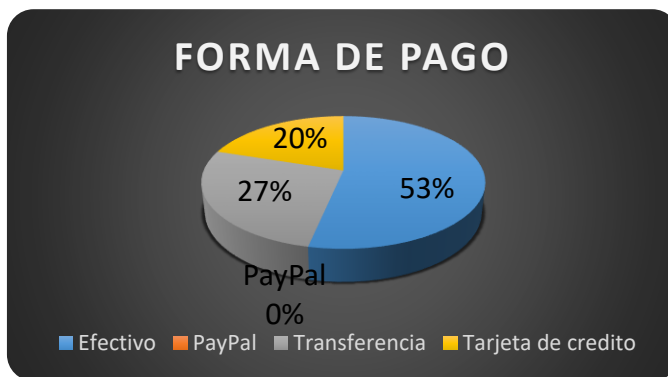
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



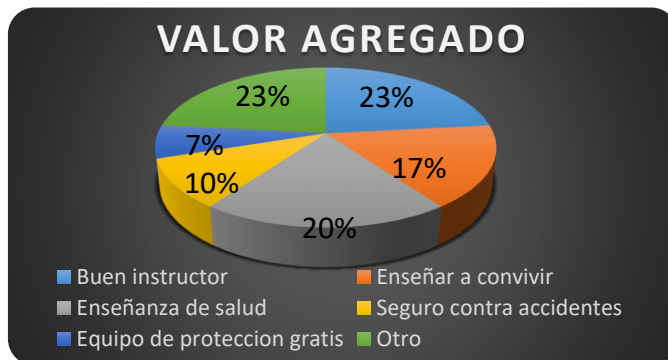
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la encuesta la encuesta

2.4 Análisis de la demanda

Debido a que no se cuenta con registros exactos de la demanda que se tiene en el mercado ni historial de ventas pasadas se utilizara un modelo de demanda push teniendo en cuenta la cantidad de patinadores que esperamos captar y la temporalidad de las ventas, siendo en principios de enero, julio, agosto y todo diciembre los meses con más demanda en el mercado, mientras que los principales meses donde la demanda cae se encuentra en los meses de febrero y septiembre

Con nuestros resultados de las encuestas realizada podemos observar que los artículos que se consumen con mayor frecuencia son las tablas y tenis, lo cual resulta con mucho sentido ya que son las que cuentan con un mayor tiempo de vida. Dada mi experiencia como patinador y la convivencia que he tenido con otros patinadores por mucho tiempo puedo estimar el tiempo promedio de cada elemento de las patinetas incluyendo los tenis:

Artículo	Tiempo de vida promedio
Tabla	3 meses
Tenis	3.5 meses
Baleros	18 meses
Llantas	18 meses
Trucks	24 meses

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

La ropa (principalmente playeras y sudaderas) son otro de los artículos que se venden con gran frecuencia ya que no solo los patinadores los compran si no otras personas que no necesariamente practican el deporte también lo hacen.

Más de la mitad de los patinadores prefieren comprar sus artículos en una tienda física, mientras que solo un 10% prefiere hacer sus compras en una plataforma digital, es por ellos que al contar con la tienda físicas nuestras ventas podrán aumentar en gran medida inclusive al doble.

Por último, es importante tener en cuenta el porcentaje de venta de los productos está directamente relacionado con la nacionalidad de los mismos, ya que este factor influye debido a la relación de calidad – precio que tienen, influyendo en la toma de decisión del patinador nacional ya que en muchas ocasiones están dispuestos a pagar más por un producto con mayor durabilidad o cumpla con requerimientos específicos, pero en otras ocasiones influye solo el precio del artículo ya que las características de los productos son muy similares.

Artículo	Origen	Porcentaje de compra
Tablas	Nacional	75%
	Extranjera	25%
Llantas	Nacional	35%
	Extranjera	65%
Baleros	Nacional	40%
	Extranjera	60%
Trucks	Nacional	30%
	Extranjera	70%
Lija	Nacional	90%
	Extranjera	10%
Tenis	Nacional	25%
	Extranjera	75%
Ropa	Nacional	30%
	Extranjera	70%

Fuente: Elaboración propia con base en experiencia de venta e históricos de ventas de competencia

Las clases de skate se realizarán principalmente en la delegación Miguel Hidalgo ya que con los resultados de las encuestas realizadas en el parque Lira y Skatepark constituyentes fueron los favoritos para impartir este deporte, pero en ocasiones se realizarán clases en el parque Cuitláhuac ya que es uno de los parques con mucha popularidad y permite que otras personas del oriente de la ciudad puedan tomar estas clases de manera más fácil.

Se darán 3 clases a la semana que en un inicio solo se brindarán en un horario de 9:30 a 11:00 de la mañana ya que el mercado demandó esa cantidad de días y ese era el horario que mejor se acomodaba para la mayoría de las personas.

Los principales niveles socioeconómicos interesados en estas escuelas de skateboard han sido las familias de nivel C y C+ ya que son los que están dispuestos a pagar para que sus hijos aprendan este deporte de forma segura reduciendo en gran medida las lesiones y accidentes que podrían tener¹³; pero también de otros niveles socioeconómicos están interesados en estas escuelas o en contratar instructores personales.

Debido a las vacaciones de verano e invierno aumenta la demanda en la práctica de este deporte aunado a que en diciembre y enero los niños reciben regalos por Navidad o día de los Santos Reyes que varios casos les regalan una patineta.

2.5 Estimación de la demanda

Se estima que hay 40 millones de patinadores en el mundo, concentrándose principalmente en Estados Unidos con un aproximado de 10 millones de patinadores, mientras que en México se estima que hay 1.5 millones de patinadores con un crecimiento de mercado del 15% anual como lo informa American Sports.¹⁴

Debido a que este deporte no ha sido tan popular como el fútbol, baloncesto, fútbol americano, entre otros, a nivel mundial se carece de información certera acerca de esta industria. En México es prácticamente nula la información que se puede obtener de fuentes oficiales, pero se puede hacer un rastreo con base en experiencia y otros datos generales una estimación de esta industria, como la cantidad aproximada de patinadores, pero otros

¹³ Entrepreneur, Todo lo que necesitas para abrir un negocio de clases de patinetas, 2018, (S/P), <<https://www.entrepreneur.com/article/321752> >

¹⁴ Entrepreneur, todo lo que necesitas para abrir un negocio de clases de patinetas, 2018, Ciudad de México (S/P) < <https://www.entrepreneur.com/article/321752> >

resultan de gran complejidad como los ingresos anuales que se generan por este deporte en el país.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda del INEGI realizado en 2020 la Ciudad de México es la segunda entidad federativa más poblada de la república con 9,209,944 habitantes con una tasa de crecimiento del 0.4% y segmentada en 52.2% mujeres y 47.8% hombres¹⁵. Respecto a estudios de la ONU es la cuarta ciudad más grande del mundo ya que diariamente circulan por sus calles alrededor de 21,558 millones de personas debido a su interacción con la población del Estado de México¹⁶.

Dentro del censo del INEGI también se informa que el 23% (2,118,287 habitantes) de la población de la Ciudad de México tienen entre 15 y 29 años de edad y en las alcaldías donde mayor población de este segmento se concentra son las delegaciones Iztapalapa (445,523), Gustavo A. Madero (267,358) y Álvaro Obregón (175,497)¹⁷.

Los patinadores en México son de diversos niveles socioeconómicos, tan diversos que abarcan desde el nivel E al A/B, esto debido a que es un deporte para todos, pero el nivel socioeconómico de los patinadores se concentra principalmente en los niveles D+, C- y C, con base en mi experiencia de más de 10 años patinando y relacionándome con otros patinadores.

En el área metropolitana de la Ciudad de México los niveles socioeconómicos están distribuidos de la siguiente manera de acuerdo con el AMAI: E 6%, D 25%, D+ 14%, C- 16%, C 17%, C+ 15%, A/B 8%.¹⁸

Un acercamiento a la cantidad de patinadores que compran sus productos en línea es refiriéndonos a dos grupos de Facebook donde diariamente se interactúa entre ofertantes y demandantes en el área metropolitana estos dos grupos se llaman “Skate segunda mano en el D.F” que cuenta con más de 27 mil miembros y “Segundamano Skate” la cual alberga casi 47 mil miembros.

¹⁵ INEGI, Presentación de resultados Ciudad de México, 2020, Ciudad de México, (Pag.9,12 y 20) <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/doc/cpv2020_pres_res_cdmx.pdf>

¹⁶ Forbes, CDMX, la quinta ciudad más habitada del mundo: ONU, 2018, (S/P), <<https://www.forbes.com.mx/cdmx-la-quinta-ciudad-mas-habitada-en-el-mundo-onu/>>

¹⁷ INEGI, Conjunto de datos: Población con 12 años y más, 2020, (S/P), <[¹⁸ AMAI, Niveles Socioeconómicos 2018, 2018, \(S/P\) <\[https://docs.google.com/forms/d/17sSGbri5qCImq1vRJ3lvU1bV54KNPG3uhay9_JNTOyE/edit\]\(https://docs.google.com/forms/d/17sSGbri5qCImq1vRJ3lvU1bV54KNPG3uhay9_JNTOyE/edit\)>](https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=)

Si se sabe que aproximadamente hay 1.5 millones de patinadores en todo el país se podría decir que hay 46,875 patinadores en cada entidad federativa (1,500,000/32), pero está claro que esto no es así ya que en ciertos estados la escena skate es muy baja mientras que en otros es muy alto, la cual tiene una relación con el desarrollo económico de la entidad, siendo la ciudad de México la que cuenta con la mayoría de patinadores, además es seguro que tiene más de 47 mil patinadores por el grupo de compraventa que se encuentra en Facebook, sin considerar otros grupos donde podrían repetirse los miembros entre grupos.

Con la información obtenida se podría estimar que en la Ciudad de México y sus alrededores hay aproximadamente 80 mil patinadores y se espera que este número siga creciendo.

En un inicio de 6 meses aproximadamente se contará solo con una tienda online para promocionar la marca y generar ingresos para solventar los primeros gastos de la tienda física, por ello solo estaremos contemplando como población total a los 47 mil miembros que existen en el grupo de compraventa online más grande del área metropolitana.

Al hacer una segmentación de nuestro mercado online podemos suponer que solo el 33% de la población entraría en nuestro segmento de mercado acorde a su nivel socioeconómico (C- y C).

$$80,000 * 33 = 2,640,000 / 100 = 26,400$$

Obteniendo así un mercado total de 26,400 patinadores. Del mercado total disponible se espera abarcar un .75% (198 patinadores) los primeros 6 meses con la tienda online y al inaugurar la tienda se espera aumentar un 1.5% del mercado total (396 patinadores) teniendo en el primer año una clientela aproximada de 1584 personas.

En un inicio en las ventas online solo se contará con los productos básicos como tablas, trucks, llantas, baleros, tenis y ropa.

En un promedio estimado de 6 meses después de la apertura de la tienda online se espera inaugurar la tienda física donde en total se captará un mayor segmento de mercado y se espera crecer un 10% en promedio cada año.

La demanda de las clases estará sujeta a nuestra capacidad de satisfacerla y al espacio de los lugares donde se impartirán las clases. El primer mes no se darán clases de skateboard en lo que se empieza a generar la idea de la marca en la mente de los consumidores y se busca a los primeros clientes para dar clases; después del mes se empezara a impartir clases a los primeros grupos formados. En un inicio solo se darán clases a grupos de máximo 8 niños dando 3 clases a la semana, aunque la demanda sea mayor, posterior a eso las clases se impartirán por grupos (mensualidad) o particulares (por clase) donde en cualquier caso cada instructor tendrá máximo 4 niños a su cargo esperando aumentar nuestra demanda hasta 10 niños por horario que es lo ideal para un skatepark de las dimensiones en las que nos encontramos teniendo de uno hasta dos horarios al día.

Con los datos recopilados en la encuesta e investigación se espera que la demanda se comporte de la siguiente manera (acorde a la capacidad de los espacios de práctica y personal):

- Primeros 6 meses entre 4 y 12 niños en un solo horario 3 días a la semana
- Sigüientes 6 meses 4 y 12 niños en un horario 2 y 3 días a la semana
- A partir del año crecer un 10% hasta alcanzar 5 clases a la semana donde cada día se tendrán dos horarios y en esos horarios un máximo de 10 alumnos
- Se debe considerar que en vacaciones de verano e invierno se aumentara la demanda hasta un 50%

2.6 4p's

2.6.1 Producto

Se venderán tablas de skate con todos sus accesorios, así como ropa, equipos de protección y tenis especiales para patinar. Se contará solo con las mejores marcas nacionales y las marcas extranjeras más demandadas por el mercado.

La mercancía será la más reciente ya que se acordará con las marcas nacionales regresar la mercancía que no se haya vendido y reemplazarla por las mercancías nuevas en cuestión de diseños mientras que la mercancía extranjera que no se haya podido vender se tendrá con rebajas para que abandone la tienda lo antes posible ya que se busca que solo se tenga la mercancía más reciente de todas las marcas, esto con una periodicidad de cada 2 meses.

Se ha decidido tener esta estrategia para no tener grandes cantidades de inventarios y que el cliente al visitar la tienda vea cosas distintas ya que esta fórmula les ha servido a diferentes empresas que se dedican a vender principalmente ropa o algunas tiendas extranjeras relacionadas con el skate como Pharmacy Boardshop y Ron Jon Surf Shop.

Dentro de los servicios que tendrá la tienda se llevará un asesoramiento gratuito para ayudar a los patinadores a elegir los artículos que más les convengan respecto a estilo de patinar (bowl, street, vertical, free) y las medidas que deberían usar, además, en la personalización de sus tablas con ideas de diseño para sus lijas y tablas.

TRUCK GUIDE

Truck Size	Axle Width (in)	Deck Size (in)
215	10.00	9.5 - 10.5
169	9.125	9 - 9.5
159	8.75	8.6 - 9
149	8.50	8.375 - 8.6
144	8.25	8.2 - 8.375
139	8.00	7.8 - 8.2
129	7.60	7.4 - 7.8
109	6.90	6.25 - 7.6

Fuente: Independen Trucks <<https://independenttrucks.com/truck-guide>>



Fuente: Lijas Lokas <<https://www.instagram.com/lijaslokas/>>

Para tener un mejor control de la mercancía que sale y entra se tendrá un sistema de código de barras para registrar de manera fácil todas las entradas y salidas de productos.

El equipo de protección para las clases de skate se venderá directo desde la tienda, pero también se podrá rentar si así lo desean contando solo con 3 equipos de protección completos (casco y rodilleras). Se tendrán dos patinetas que se prestarán gratuitamente.

2.6.2 Precio

En la tienda se contar con una gran variedad de artículos con precios diferentes ya que cada artículo tiene un cierto rango de precio dependiendo la marca y el tipo de artículo que se venda, un ejemplo de esto es que en una tienda podemos encontrar tablas de skate desde \$550 hasta \$1500, por ello se ha establecido un margen promedio del 34% de ganancia por producto, dependiendo siempre el tipo de producto y los rangos que se nos permitan manejar de acuerdo a la oferta de nuestros competidores.

Las clases tendrán dos precios, \$120 el pago por clase y \$100 el pago por clase al contratar una mensualidad dentro de la que se tendrán dos opciones de 8 y doce clases al mes teniendo como pago de mensualidad \$800 y \$1200 respectivamente.

El precio de estas clases se debe a los resultados de las encuestas realizadas ya que el 40% de los padres estarían dispuestos a pagar \$100 por clase y el 33.3% pagaría más de los \$100 pesos, estableciendo así estos dos precios por clase y por clase de mensualidad ya que en las encuestas está muy competido la preferencia a pagar por clase o por mensualidad por lo que se ha decidido agregar estas dos opciones.

Referente a la mensualidad se contemplaron este número de clases por mes debido a los resultados arrojados por la encuesta realizada donde la mitad de los encuestados preferirían 3 clases por semana y el 33% dos clases por semana.

El precio para rentar de equipo de protección será de \$30 que incluye casco y rodilleras.

2.6.3 Promoción

Dado a los resultados de nuestras encuestas el principal medio de difusión será por redes sociales como Facebook e Instagram donde la mayoría de los patinadores interactúan y buscan artículos para adquirir.

Se realizarán videos donde se enseñará a realizar diversos trucos en patineta desde nivel básico hasta avanzados, siguiendo técnicas específicas para facilitar su aprendizaje. Lo anterior con la finalidad de originar en la mente del consumidor la importancia que tiene para la marca aumentar el nivel competitivo de los patinadores nacionales.

Conforme avancen las ventas de la tienda se llevarán a cabo diversos eventos para regalar productos como torneos de skate en diferentes categorías con ayuda de otras marcas patrocinadoras y dinámicas con empresas para regalar productos o beneficios a los patinadores, además de realizar convivencias como días de proyección de películas dentro de la tienda o convivencias con patinadores para que los clientes tengan un mayor acercamiento a nuestra tienda.

2.6.4 Plaza

La tienda se ubicará en la delegación Miguel Hidalgo por su cercanía con los segmentos que buscamos captar y por qué dos parques importantes como parque lira y skatepark constituyentes se encuentran en esta delegación, donde se impartirán las clases y tienen diversas vías de acceso como transporte público o particular.



Fuente: Google Maps < <https://www.google.com/maps/place/Skatepark+Constituyentes/@19.4073942,-99.1971302,16z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xcfc4edb4469047c3!8m2!3d19.4085835!4d-99.1993322> >

2.7 Logotipo, imagotipo y eslogan

Logotipo



Imagotipo



Eslogan

“Lo que importa es divertirse”

El skateboard es un deporte que genera muchas emociones y sentimientos como felicidad, tristeza, alivio, frustración, etc. dando origen a una de las principales razones por lo que la gente comienza a practicar este deporte que es la diversión y libertad que les da practicarlo. Es por ello que nuestro slogan hace referencia a lo más simple e importante del skate, por lo que empezamos a practicar este deporte, por diversión.

Capítulo 3

Estudio técnico

3.1 Maquinaria y equipo

Se necesitará una computadora para poder realizar la compraventa y publicidad de artículos, además de equipamiento en la tienda para brindar un mejor servicio y artículos de decoración dando una mejor experiencia de compra.

Descripción	Viusualización
<p><i>Computadora de escritorio</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Windows 10 • Core 5 en adelante • 5gb o más en memoria RAM • Disco duro de 1tb. 	
<p><i>Sistema de código de barras</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa • Lector de códigos • Impresora de códigos 	
<p><i>Mostrador de vidrio</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos divisiones • Triplay de 12mm. • 1.30m. de largo por 1.10m. de alto 	
<p><i>Estante de ropa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Metal de 1 por 2 pulgadas • Base de triplay de 12mm. • Llantas con seguro • 1.10m. de largo por 1.25m. de altura • Dos piezas 	
<p><i>Banca/cajón</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Banca / cajón de madera • Triplay entintando de 16mm • Llantas • 2m. de largo por .40m. de alto • Grabado el nombre de la tienda • PTR de 2 por 3 pulgadas 	
<p><i>Estantes hechos con tablas usadas.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Con buena forma • Pintadas y barnizadas • Medida 8.25 pulgadas • 10 piezas 	

Sujetadores de tablas

- Plástico o madera
- .85m. de ancho por 1.80m. de alto
- En cada estante cabrá 9 tablas
- 5 piezas



Estantes para tenis

- Plástico
- 16cm de ancho por 32cm de largo y 4cm de grosor
- 20 piezas



Rampa

- Skateline
- Llantas
- 1.22m de ancho por 1.m de alto
- Coping de 6 cm de diámetro
- Lamina de 30cm de ancho por 1.22 de largo
- Grabada con el nombre de la tienda



Probadores

- Un espejo de 35 cm de ancho por 90 de ancho
- Dos bancas de triplay de 12mm con ancho de 80 cm y 40 cm de alto
- Dos cortinas de 80 cm de ancho por 1.75 de alto



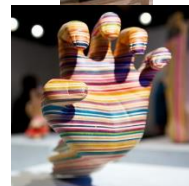
Espejos

- *Dos espejos de 1.10 metros de ancho y 30 cm de alto*
- *Un espejo de 40cm de ancho y 1.10m de alto*



Decoración

- *Esculturas*
- *Posters*
- *Fotografías*
- *Artículos especiales de venta*



Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

3.2 Listado de bienes

Concepto	Precio de compra	Precio de venta 1	Precio de venta 2	Nuestro precio	Ganancia	Utilidad %
Tenis						
Gremio 1	\$ 445.00	\$ 899.00	\$820.00	\$850.00	\$405.00	47.65%
Gremio 2	\$ 455.00	\$ 899.00	\$700.00	\$850.00	\$395.00	46.47%
Gremio 3	\$ 460.00	\$ 899.00	\$899.00	\$850.00	\$390.00	45.88%
Nike Bruin React	\$ 1,343.36	\$2,099.00	-	\$2,000.00	\$656.64	32.83%
Nike SB Shane	\$ 1,151.36	\$1,799.00	-	\$1,750.00	\$598.64	34.21%
Nike SB Zoom Blazer	\$ 1,151.36	\$ 1,799.00	-	\$1,700.00	\$548.64	32.27%
Nike SB Zoom Janoski	\$ 1,215.36	\$ 1,899.00	-	\$1,800.00	\$584.64	32.48%
Adidas Matchbreak Super	\$ 1,151.36	\$ 1,799.00	-	\$1,700.00	\$548.64	32.27%
Adidas Busenitz	\$ 1,239.38	\$ 1,999.00	-	\$1,900.00	\$660.62	34.77%
Adidas Busenitz Vulc II	\$ 1,115.38	\$ 1,799.00	-	\$1,700.00	\$584.62	34.39%
Adidas 3ST.005	\$ 1,673.38	\$ 2,699.00	-	\$2,550.00	\$876.62	34.38%
Vans Rowan Pro	\$ 991.38	\$ 1,599.00	-	\$1,550.00	\$558.62	36.04%
Vans Kyle Walker	\$ 1,053.38	\$ 1,699.00	-	\$1,650.00	\$596.62	36.16%
Vans Kyle Pro 2 Blk	\$ 1,115.38	\$ 1,799.00	-	\$1,750.00	\$634.62	36.26%
Vans BMX Old Skool Fed.	\$ 991.38	\$ 1,599.00	-	\$1,550.00	\$558.62	36.04%
Vans Skate Old Skool Brena	\$ 1,115.38	\$ 1,799.00	-	\$1,750.00	\$634.62	36.26%
Vans Skate-SK8 Low Black	\$ 929.38	\$ 1,499.00	-	\$1,450.00	\$520.62	35.90%
Vans SK8 - Hi	\$ 991.38	\$ 1,599.00	-	\$1,550.00	\$558.62	36.04%
Vans Old Skool Violet M.	\$ 929.38	\$ 1,499.00	-	\$1,450.00	\$520.62	35.90%
Vans Lowland Court True	\$ 1,177.38	\$ 1,899.00	-	\$1,850.00	\$672.62	36.36%
Vans Ave Pro Beatrice D.	\$ 1,549.38	\$ 2,499.00	-	\$2,400.00	\$850.62	35.44%
Vans Retro Sport Port R.	\$ 743.38	\$ 1,199.00	-	\$1,150.00	\$406.62	35.36%

Vans Retro Sport Port B.	\$ 991.38	\$ 1,599.00	-	\$1,550.00	\$558.62	36.04%
Vans Berle Pro Rainy Day	\$ 1,053.38	\$ 1,699.00	-	\$1,650.00	\$596.62	36.16%
Vans Skate Grosso Forever	\$ 991.38	\$ 1,599.00	-	\$1,550.00	\$558.62	36.04%
Vans TNT Pro Oak Buff	\$ 991.38	\$ 1,599.00	-	\$1,550.00	\$558.62	36.04%
Vans SK8-Mid Pride M.	\$ 867.38	\$ 1,399.00	-	\$1,350.00	\$482.62	35.75%
Vans Old Skool Wave True	\$ 805.38	\$ 1,299.00	-	\$1,250.00	\$444.62	35.57%
Vans Old Skool	\$ 805.38	\$ 1,299.00	-	\$1,250.00	\$444.62	35.57%
Vans Ultrage EXO	\$ 1,177.38	\$ 1,899.00	-	\$1,250.00	\$72.62	5.81%
Patinetas						
Tricolor	\$ 435.00	\$ 690.00	\$600.00	\$535.00	\$100.00	18.69%
Skate Libre	\$ 430.00	\$ 700.00	\$650.00	\$535.00	\$105.00	19.63%
Deza	\$ 420.00	\$ 690.00	\$550.00	\$535.00	\$115.00	21.50%
Deza Espejo	\$ 450.00	\$ 700.00	-	\$595.00	\$145.00	24.37%
Delix	\$ 435.00	\$ 650.00	\$600.00	\$535.00	\$100.00	18.69%
Distreeto	\$ 450.00	\$ 600.00	\$550.00	\$545.00	\$95.00	17.43%
Ludica	\$ 550.00	\$ 999.00	\$700.00	\$695.00	\$145.00	20.86%
DGK	\$ 890.00	\$ 1,400.00	-	\$1,095.00	\$205.00	18.72%
April	\$ 850.00	\$ 1,200.00	-	\$1,095.00	\$245.00	22.37%
Baker	\$ 950.00	\$ 1,380.00	-	\$1,145.00	\$195.00	17.03%
Santa Cruz	\$ 850.00	\$ 1,690.00	-	\$1,145.00	\$295.00	25.76%
Fucking A.	\$ 890.00	\$ 1,400.00	\$1,050.00	\$1,065.00	\$175.00	16.43%
DeathWish	\$ 900.00	\$ 1,380.00	\$1,050.00	\$1,145.00	\$245.00	21.40%
RIPNDIP	\$ 950.00	\$ 1,400.00	-	\$1,195.00	\$245.00	20.50%
Trucks						
RAW	\$ 500.00	\$ 890.00	\$750.00	\$850.00	\$350.00	41.18%
RAW x EIRotulista	\$ 550.00	\$ 799.00	-	\$850.00	\$300.00	35.29%
Independent MID	\$ 760.00	\$ 1,590.00	\$1,050.00	\$1,180.00	\$420.00	35.59%
Independent Stage	\$ 790.00	\$ 1,180.00	-	\$1,200.00	\$410.00	34.17%
Independent Hollow	\$ 875.00	\$ 1,590.00	-	\$1,280.00	\$405.00	31.64%
Thunder Polish	\$ 780.00	\$ 1,390.00	\$1,190.00	\$1,190.00	\$410.00	34.45%
Thunder Hollow	\$ 940.00	\$ 1,690.00	-	\$1,250.00	\$310.00	24.80%
Tunder Hollow Night	\$ 1,075.00	\$ 1,350.00	\$1,190.00	\$1,350.00	\$275.00	20.37%
Llantas						

Ricta	\$ 560.00	\$ 990.00	\$730.00	\$800.00	\$240.00	30.00%
OJ W.	\$ 560.00	\$ 840.00	\$690.00	\$800.00	\$240.00	30.00%
Spitfire F.4	\$ 695.00	\$ 1,090.00	\$800.00	\$930.00	\$235.00	25.27%
Baleros						
Yoyo	\$ 175.00	\$ 350.00	\$320.00	\$320.00	\$145.00	45.31%
Arre	\$ 165.00	\$ 390.00	\$320.00	\$320.00	\$155.00	48.44%
Shake Junt L.	\$ 240.00	\$ 320.00	-	\$400.00	\$160.00	40.00%
Shake Junt N.	\$ 290.00	\$ 450.00	-	\$450.00	\$160.00	35.56%
Shake Junt T.	\$ 310.00	\$ 499.00	-	\$500.00	\$190.00	38.00%
Indep. GP-R	\$ 260.00	\$ 450.00	\$370.00	\$420.00	\$160.00	38.10%
Indep. GP-B	\$ 280.00	\$ 460.00	\$390.00	\$430.00	\$150.00	34.88%
Spitfire Cheapshot	\$ 180.00	\$ 390.00	\$280.00	\$350.00	\$170.00	48.57%
Spitfire Burner	\$ 375.00	\$ 400.00	-	\$500.00	\$125.00	25.00%
Bronson Raw	\$ 395.00	\$ 950.00	\$650.00	\$650.00	\$255.00	39.23%
Bronson Erick W.	\$ 555.00	\$ 790.00	-	\$750.00	\$195.00	26.00%
Lijas						
Catrina pza. pliego	\$ 40.00	\$ 80.00	\$40.00	\$55.00	\$15.00	27.27%
Catrina suelta	\$ 40.00	\$ 100.00	\$80.00	\$100.00	\$60.00	60.00%
Jessup pza. pliego	\$ 41.50	\$ 80.00	\$50.00	\$55.00	\$13.50	24.55%
Jessup Suelta	\$ 41.50	\$ 150.00	\$70.00	\$110.00	\$68.50	62.27%
Grizzly	\$ 190.00	\$ 320.00	-	\$290.00	\$100.00	34.48%
Mob Grip	\$ 190.00	\$ 340.00	\$200.00	\$290.00	\$100.00	34.48%
Mob Grip T	\$ 230.00	\$ 350.00	-	\$330.00	\$100.00	30.30%
Tape Color	\$ 110.00	\$ 190.00	-	\$210.00	\$100.00	47.62%
Shake Junt	\$ 180.00	\$ 320.00	-	\$290.00	\$110.00	37.93%
Tornillos						
Ahua	\$ 52.00	\$ 100.00	-	\$100.00	\$48.00	48.00%
Madera Verde	\$ 50.00	\$ 100.00	-	\$100.00	\$50.00	50%
Diamon/Allen	\$ 120.00	\$ 180.00	-	\$180.00	\$60.00	33%
Elevadores						
Real 3play	\$ 115.00	\$ 200.00	-	\$200.00	\$85.00	43%
Playeras						
Classic	\$ 190.00	\$ 350.00	-	\$350.00	\$160.00	46%
Classic M/L	\$ 220.00	\$ 390.00	-	\$390.00	\$170.00	44%
Fucking A.	\$ 530.00	\$ 900.00	\$800.00	\$800.00	\$270.00	34%
Grizzly	\$ 380.00	\$ 600.00	\$500.00	\$550.00	\$170.00	31%

Grizzly 2	\$ 410.00	\$ 600.00	\$550.00	\$600.00	\$190.00	32%
Girl	\$ 360.00	\$ 520.00	-	\$520.00	\$160.00	31%
RIPNDIP	\$ 560.00	\$ 900.00	-	\$850.00	\$290.00	34%
RIPNDIP 2	\$ 590.00	\$ 1,000.00	\$880.00	\$900.00	\$310.00	34%
RIPNDIP M/L	\$ 630.00	\$ 1,000.00	\$900.00	\$950.00	\$320.00	34%
RIPNDIP M/L 2	\$ 650.00	\$ 1,000.00	\$900.00	\$1,000.00	\$350.00	35%
Slime Balls	\$ 410.00	\$ 620.00	\$600.00	\$620.00	\$210.00	34%
Creature	\$ 410.00	\$ 640.00	\$550.00	\$600.00	\$190.00	32%
Santa Cruz	\$ 380.00	\$ 620.00	\$600.00	\$620.00	\$240.00	39%
Santa Cruz 2	\$ 410.00	\$ 620.00	\$600.00	\$620.00	\$210.00	34%
Thrasher	\$ 340.00	\$ 590.00	\$580.00	\$550.00	\$210.00	38%
Thrasher 2	\$ 350.00	\$ 690.00	\$620.00	\$600.00	\$250.00	42%
SK8 Mafia	\$ 380.00	-	-	\$600.00	\$220.00	37%
SK8 Mafia M/L	\$ 390.00	-	-	\$620.00	\$230.00	37%
Primitive	\$ 330.00	\$ 700.00	\$520.00	\$520.00	\$190.00	37%
Primitive 2	\$ 360.00	\$ 700.00	\$550.00	\$550.00	\$190.00	35%
Primitive 3	\$ 390.00	\$ 700.00	\$550.00	\$600.00	\$210.00	35%
Primitive 4	\$ 450.00	\$ 750.00	\$700.00	\$700.00	\$250.00	36%
Primitive 5	\$ 480.00	\$ 799.00	\$700.00	\$750.00	\$270.00	36%
Primitive M/L	\$ 480.00	\$ 840.00	\$700.00	\$800.00	\$320.00	40%
Primitive M/L 2	\$ 550.00	\$ 840.00	\$700.00	\$840.00	\$290.00	35%
Hockey M/L	\$ 480.00	\$ 1,000.00	-	\$780.00	\$300.00	38%
Diamon	\$ 380.00	-	-	\$600.00	\$220.00	37%
DGK	\$ 330.00	-	-	\$550.00	\$220.00	40%
DGK 2	\$ 380.00	-	-	\$600.00	\$220.00	37%
DGK M/L	\$ 360.00	-	-	\$620.00	\$260.00	42%
HUF	\$ 390.00	-	-	\$600.00	\$210.00	35%
HUF 2	\$ 467.00	-	-	\$700.00	\$233.00	33%
HUF 3	\$ 495.00	\$ 850.00	-	\$750.00	\$255.00	34%
HUF 4	\$ 550.00	\$ 900.00	-	\$850.00	\$300.00	35%
HUF 5	\$ 605.00	\$ 900.00	-	\$900.00	\$295.00	33%
DeathWish	\$ 340.00	\$ 550.00	\$500.00	\$550.00	\$210.00	38%
Sudaderas y chamarras						
Santa Cruz	\$ 750.00	\$ 1,380.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$450.00	38%
Creature	\$ 740.00	\$ 1,200.00	\$1,100.00	\$1,200.00	\$460.00	38%
Thrasher	\$ 790.00	\$ 1,590.00	\$1,150.00	\$1,250.00	\$460.00	37%
Hockey	\$ 850.00	-	-	\$1,300.00	\$450.00	35%
Hockey 2	\$ 950.00	-	-	\$1,450.00	\$500.00	34%
Fucking A.	\$ 950.00	\$ 1,400.00	\$1,300.00	\$1,400.00	\$450.00	32%
Shake Junt	\$ 690.00	-	-	\$1,100.00	\$410.00	37%
Primitive	\$ 850.00	\$ 1,400.00	\$1,300.00	\$1,400.00	\$550.00	39%

Primitive 2	\$ 1,000.00	\$ 1,600.00	-	\$1,500.00	\$500.00	33%
Girl	\$ 690.00	\$ 1,100.00	\$980.00	\$1,050.00	\$360.00	34%
Grizzly	\$ 710.00	\$ 1,000.00	-	\$1,050.00	\$340.00	32%
HUF	\$ 1,378.00	\$ 1,900.00	-	\$1,900.00	\$522.00	27%
Gorras y Beanies						
B. Baker	\$ 380.00	-	-	\$550.00	\$170.00	31%
B. Shake J.	\$ 380.00	-	-	\$550.00	\$170.00	31%
G. Baker	\$ 390.00	\$ 600.00	-	\$600.00	\$210.00	35%
G. Slime B.	\$ 370.00	\$ 600.00	-	\$600.00	\$230.00	38%
G. Oj Wheels	\$ 370.00	-	-	\$580.00	\$210.00	36%
B. Crimes	\$ 230.00	\$ 300.00	-	\$330.00	\$100.00	30%
B. Fucking A.	\$ 530.00	\$ 680.00	\$550.00	\$680.00	\$150.00	22%
G Fucking A.	\$ 550.00	\$ 780.00	\$700.00	\$750.00	\$200.00	27%
B. Primitive	\$ 350.00	\$ 600.00	\$500.00	\$550.00	\$200.00	36%
G. Primitive	\$ 500.00	\$ 700.00	\$650.00	\$700.00	\$200.00	29%
G. RIPNDIP	\$ 558.00	\$ 880.00	-	\$850.00	\$292.00	34%
B. HUF	\$ 330.00	\$ 480.00	-	\$500.00	\$170.00	34%
G. HUF	\$ 540.00	-	-	\$700.00	\$160.00	23%
G. HUF 2	\$ 600.00	-	-	\$800.00	\$200.00	25%
Calcetas						
Chocolate	\$ 230.00	-	-	\$350.00	\$120.00	34%
Fucking Awesome	\$ 280.00	-	-	\$450.00	\$170.00	38%
Primitive	\$ 250.00	\$ 380.00	\$280.00	\$380.00	\$130.00	34%
HUF	\$ 240.00	-	-	\$380.00	\$140.00	37%
HUF 2	\$ 270.00	\$ 500.00	-	\$450.00	\$180.00	40%
Equipo de protección						
Casco	\$ 550.00	\$ 900.00	\$800.00	\$850.00	\$300.00	35%
Rodilleras	\$ 500.00	\$ 900.00	\$800.00	\$800.00	\$300.00	38%
Total						33.85%

Fuente: Elaboración propia con base en precios de nuestros proveedores.

Observación: Los precios sombreados son aquellos que se obtuvieron en otras tiendas debido a que no nuestra competencia directa no los tiene, al igual que los productos donde ambas casillas se encuentran vacías porque en ninguna otra skateshop maneja esa mercancía.

3.3 Capacidad

Debido a que en un inicio solo se tendrán ventas online se espera vender en el primer semestre 982 productos, pero se comprará un 3% más (1012 productos) para poder atender una posible sobre demanda de productos o simplemente para que los clientes tengan un poco más de opciones de elección, principalmente en tablas.

Las cantidades antes mencionada son bajas ya que en la tienda online no se contará con todos los productos porque resulta más difícil adquirirlos y venderlo. Los artículos que se venderán serán tablas, llantas, baleros, trucks y tenis, pero solo nacionales (Gremio).

En el segundo semestre cuando se cuente con la tienda física se tendrá una capacidad para vender 3018 pero de igual forma se tendrá un 3% más (3109) para tener mayor variedad de elección y por si la demanda aumenta.

Nuestra capacidad ira aumentando conforme aumente nuestra presencia en el mercado con un promedio anual del 10% más un 5% adicional para seguir teniendo una mayor variedad de elección y por si la demanda aumenta hasta el promedio estimado que se tiene del 15% anual.

La capacidad para la clase de skate dependerá del número de instructores que se tengan. En un inicio se contará solo con dos instructores por lo que la capacidad máxima será para atender a 8 alumnos, pero esta capacidad ira incrementando semestralmente hasta un punto donde no se puedan tener más alumnos por cuestiones del espacio, por lo que la capacidad máxima que se podría tener en un futuro seria de 100 alumnos por mes.

3.4 Proceso de adquisición

La mercancía en un inicio se comprará a 7 proveedores que serán Gremio, Lucky 13, Códice, Lúdica, Madera verde, Distreeto y Grabasa, los cuales en piden un promedio minimo de compra de \$5,000 excepto Grabasa que es donde se compraran la mayoría de los tenis por lo que el mínimo de compra es de \$50,000.

Estas empresas se encuentran en la Ciudad de México por lo que el envío es gratis exceptuando a Grabasa y Códice que se encuentran en Jalisco y Querétaro respectivamente.

Conforme pase el tiempo y se tenga un historial de ventas podremos contactar nuevos proveedores que tengan costos más bajos o mercancía diferente que en otros lados no se vendan.

En cuanto al mobiliario y equipo todo se comprará por medio de contactos personales que brindan costos bajos y otros serán realizados por parte de la skateshop ya que se tienen conocimientos y herramientas para elaborarlos.

3.5 Pagina web y redes sociales

Al inicio de operaciones las ventas online se realizarán únicamente por medio de redes sociales que incluirán Facebook e Instagram ya que de acuerdo a nuestras investigaciones son las redes sociales donde más productos se venden y la mayoría de patinadores las usa para buscar productos.

Cuando se cree la tienda física se generará una página web para brindar un mejor servicio y aumentar las ventas en línea de la tienda.

Para crear esta página se consultó a un diseñador profesional de páginas web con el que se estará trabajando, el cual nos desglosó los gastos que tendremos que cubrir para la creación, desarrollo y funcionamiento de la página. Los costos de esta página se distribuyen de la siguiente manera:

Concepto	Costo	Periodo de pago
Diseño y desarrollo Web	\$42,000	Único
Soporte de diseño y desarrollo	\$4,300	Anual
Obtención de dominio con extensión comercial (.com)	\$0	Único
Renovación de dominio	\$300	Anual
Hosting	\$300	Anual

Fuente: Elaboración propia con base en asesoría de diseñador de páginas web

3.6 Características y especificaciones de los productos

Cada artículo tiene diversas tallas o medidas ya que cada patinador se acomoda a ciertos tamaños y características de su patineta, por ello es importante diferenciar las particularidades de cada elemento y conocer los tamaños que manejaremos en la tienda para tener un mejor control de nuestros artículos y asesorar de forma adecuada a nuestros clientes.

Observación: A continuación, en cada apartado se mencionarán las medidas y tallas que se manejaran en la tienda, pero se tendrá la posibilidad de obtener tallas y medidas diferentes a las que se manejaran, pero solo bajo pedido especial del cliente.

3.6.1 Tabla

Las tablas de skate tienen por lo regular una longitud de 31 o 32 pulgadas, lo cual no representa una diferencia importante para los patinadores ya que el verdadero cambio viene en el ancho de la tabla.

Las medidas de las tablas de skate son de 6.5 hasta 10 pulgadas, pero las medidas más comunes son 7.5, 7.75, 8.0, 8.125, 8.25, 8.5 y 8.6. Son muchos los tipos de medidas que se tienen y aunque podría parecer poca la diferencia entre ellas para el patinador representa un gran cambio al momento de realizar sus trucos ya que dependiendo de su complejidad y el número del calzado que utilice será como debería elegir el tamaño de su patineta, además, depende el estilo de patinaje que más practique porque esto también influye en la medida que debe utilizar.

Para ser más claros mientras menor sea el número de calzado que utilice, menor será el ancho de su tabla y mientras más grande sea su calzado más cómodo le resultara utilizar medidas mayores. Los niños entre 4 y 6 años deberían utilizar tablas de medida 7.5 pulgadas o inferiores, los niños de 7 a 11 años deberían usar tablas de 7.5 a 7.75 pulgadas y los mayores de 12 años tablas de 8.0 pulgadas en adelante.

Existe otro factor importante a considerar que es el estilo de patinar, podríamos clasificar 3 estilos principales de patinaje: street, bowl y vertical. Cada estilo tiene ciertas características por lo que resulta conveniente usar algunas medidas; empezando por el street es un estilo de patinaje que se enfoca en realizar trucos en tubos, cajones, escaleras y obstáculos de esta índole que resulta común encontrar en la calle, ya que se debe tener mucha ligereza para saltar es conveniente usar tablas ligeras de 8.0 a 8.25 pulgadas, teniendo como máximo tablas de 8.5 pulgadas.

El bowl y el vertical tienen cierta similitud ya que ambos se practican sobre rampas, las rampas de vertical siempre son de madera mientras que los bowls son de concreto, aunque existen algunos de madera. Para estos estilos es más cómodo utilizar tablas más anchas para tener una superficie mayor que facilite los trucos. Para bowl y vertical las medidas

recomendadas son de 8.5 pulgadas en adelante. Si se quiere tener un equilibrio entre todas las modalidades lo mejor sería utilizar tablas 8.25 a 8.5 pulgadas.

Las medidas más utilizadas son 8.0, 8.25 y 8.5 en las cuales nuestra tienda se enfocará, pero se tendrá en existencia algunas tablas 7.5, 7.75, 8.12, 8.34, 8.6 y 8.8.

3.6.2 Trucks

Los trucks son ejes metálicos que unen a la patineta con las llantas y estos se conforman de diferentes medidas para tener una simetría con la tabla de patinar. Estas medidas cambian conforme a la marca de trucks, pero pondremos un listado de las dos principales marcas de trucks que manejaremos y su relación con la medida de la tabla de skateboard.

Marca	Medida	Medida de tabla
Independent	109	6.25-7.6
Independent	129	7.4-7.8
Independent	139	7.8-8.2
Independent	144	8.2-8.375
Independent	149	8.375-8.6
Independent	159	8.6-9
Independent	169	9-9.5
Independent	215	9.5-10.5
Thunder	143	6.25-7.4
Thunder	145	7.4-7.9
Thunder	147	7.9-8.12
Thunder	148	8.12-8.38
Thunder	149	8.38-8.62
Thunder	151	8.62-8.85
Thunder	161	8.9-10.5

Fuentes: Independent Trucks, Guía de trucks, < <https://independenttrucks.com/truck-guide> >, Thunder Trucks, Catalogo de tamaños, < <https://www.thundertrucks.com/sizing/> >

No contaremos con toda la gama de medidas, pero tendremos trucks de las medidas 129,139,149 y 159 ya que con estas medidas podemos cubrir nuestra demanda y nos enfocaremos solo en las medidas 139 y 149 que son las más vendidas.

3.6.3 Llantas

Las llantas de la patineta tienen diversos tamaños, formas y durezas, la elección de las llantas dependerá principalmente de gustos y estilos de patinar.

Las llantas tienen diversos tamaños que van de 50mm a 60mm, e inclusive un poco más grandes o chicas. Si se tienen unas llantas grandes se obtendrá mayor velocidad pero menor maniobrabilidad, por otro lado, si las llantas son chicas tendrán mayor maniobrabilidad, pero menor velocidad. Es recomendable usar ruedas anchas para patinar bowl y vertical, por otro lado, si son angostas sirve de mejor manera para patinar street.

La dureza de las llantas se mide por el durómetro donde se tienen diversas escalas, pero la escala “-A” es la más común para las ruedas de skate. Mientras mayor sea el número de la escala mayor será la dureza y si es menor serán más blandas¹⁹.

La forma que tienen las llantas depende principalmente del agarre que se desea tener con la superficie que se patina, mientras mayor superficie mayor será su agarre, pero no será tan fácil de maniobrar y mientras menor superficie abarque la maniobrabilidad será mayor, pero tendrá menor agarre al suelo.

Como vemos se involucran muchos aspectos a considerar al seleccionar unas llantas, pero nos enfocaremos solo en los aspectos más comunes que los patinadores nacionales consideran al momento de comprar llantas. La mayoría de los patinadores solo eligen sus llantas acordes al tamaño de sus tablas, siendo las medidas más comunes 52mm y 54 mm por lo que nosotros manejaremos esas dos medidas y 58mm, ya que las otras medidas no son muy solicitadas. En cuanto a la forma y dureza no tendremos mayor enfoque ya que la mayoría de los patinadores no consideran tanto estos rubros ya que usan la dureza más común (99-A y 101-A) y la forma la seleccionan de acuerdo a sus gustos y los modelos disponibles.

3.6.4 Baleros

Los baleros son las piezas metálicas que se colocan dentro de las llantas para que estas puedan girar. La mayoría de los baleros están hechos de acero y algunos de cerámica.

El principal diferenciador de los baleros es el ABEC que es la fuerza de presión que ejercen para brindar velocidad, mientras mayor sea el ABEC mayor será la velocidad que puedan alcanzar, pero a la vez tendrán menor durabilidad y viceversa.

¹⁹ SKATEPRO, Guía para ruedas de skateboard, Dinamarca, (S/P) < <https://www.skatepro.com.mx/a536.htm#:~:text=Ruedas%20duras%20proporcionan%20mayor%20velocidad,lentas%20y%20ofrecen%20menor%20durabilidad> >

Respecto a los baleros de acero y cerámica la principal diferencia es que los baleros de cerámica serán más rápidos, pero se romperán pronto si no se usan adecuadamente; los baleros de cerámica están recomendados para vertical y un poco para bowl ya que en street se romperán fácilmente.

El ABEC de los baleros se maneja en 1, 3, 5, 7 y 9 pero las medidas más comunes son 5 y 7 ya que están más equilibrados entre velocidad y tiempo de vida, siendo estas medidas las principales que manejaremos.

3.6.4 Calzado

La mayoría de las marcas manejan un serial de calzado que va desde el número 25Mx hasta el 29 Mx teniendo números intermedios entre cada entero. Las medidas más solicitadas son 26.5 y 27 que son las tallas en las que nos enfocaremos, pero tendremos también medidas desde el 25 hasta el 28.5 pero en menores cantidades.

Para las tallas inferiores al 25Mx suelen ser modelos especiales que sacan las marcas para niños y mujeres ya que suelen calzar número menores que los hombres. Tendremos disponibles tallas entre el 23Mx y 24.5Mx, pero en menor cantidad y sujetos a la disponibilidad de los proveedores.

3.6.5 Ropa

Las prendas de vestir se clasifican por tallas desde XS, hasta XXL que representa que tan grande o chica es una prenda. Solo nos enfocaremos en las 3 tallas más comunes que son S (chica), M (mediana) y L (grande).

3.7 Características y especificaciones de los servicios

3.7.1 Clases de skate

Las calases de skate tendrán una duración de hora y media o en su defecto un tiempo menor en caso de que los alumnos se cansen pronto.

Los primeros 10 minutos de las clases se utilizarán para hacer ejercicios de calentamiento para que posteriormente cada alumno vaya con su instructor. Cada instructor tendrá a su cargo a 3 alumno y en caso de que el instructor sea experimentado podrá tener como máximo a 4 alumnos a su cargo.

Al finalizar cada clase los últimos 10 minutos se utilizarán para brindar retroalimentación a alumnos y padres, recomendando ejercicios que pueden realizar en casa para mejorar sus destrezas motrices, así como información para tratar lesiones moderadas y dietas alimenticias que deberían seguir para que se encuentren en las mejores condiciones físicamente.

Se formarán grupos de alumnos dependiendo del nivel de experiencia que tengan con la patineta para que la enseñanza sea pareja y todos progresen por igual acorde a sus habilidades. Se tendrán dos niveles principales que serán principiante e intermedio, pero en caso de que se integren nuevos alumnos que superen los rubros de esos dos niveles se generara el nivel avanzado donde se tendrá un tipo de entrenamiento muy distinto a los otros dos niveles done los instructores se fijaran en mejorar la técnica del patinador y su condición física para que logre tener todos los elementos necesarios para seguir desarrollándose.

Los equipos de protección, así como patinetas se rentarán en caso de ser necesario y se formarán grupos y clases con las personas que paguen mensualidad o las que prefieran pagar por clase.

3.7.2 Asesoramiento en compras y diseños

El personal de la tienda tendrá los conocimientos necesarios para brindar acompañamiento al momento de que el cliente desee realizar una compra brindando toda la información posible del artículo para que el cliente tenga la certeza de que desea realizar esa compra, además, se brindaran ideas para personalizar sus tablas con sticker, cortes de lijas y combinaciones de colores para que cada cliente personalice sus patinetas

3.8 Ofertas

Ya que solo se quiere tener los mejores artículos cada cambio de temporada se realizarán ofertas para vender todos los artículos de temporadas pasadas y no generar aumentos en el almacén que resulten contraproducentes, además de que se llegara al acuerdo con proveedores de marcas nacionales que se cambiara la mercancía que no se haya vendido en la temporada correspondiente por mercancía nueva.

Los descuentos podrán llegar a ser tales que el precio de venta sea igual al precio de compra por mayoreo ya que en ocasiones esta técnica les resulta benéfica a diversos negocios para recuperar lo invertido de manera rápida y volver a surtir los negocios con mercancía nueva, pero en la mayoría de los casos se harán descuentos donde se recupere la inversión más una pequeña parte de ganancia.

Se realizarán colaboraciones con diferentes marcas para regalar artículos en fechas importantes como el día del skate, navidad, día de reyes, día del niño y la niña, etc. generando vínculos con los patinadores y puedan ver a la tienda como un aliado.

3.9 Características y especificaciones del local

Se localizó un local ubicado en la colonia Miguel Hidalgo muy cerca del metro patriotismo de la línea 9 del metro de la CDMX, lo cual resulta benéfico además de su cercanía con parque lira y skatepark constituyentes.



Fuente: Google Maps < <https://www.google.com/maps/@19.4033914,-99.1797535,20z?hl=es-US> >

Cuenta con una extensión de 35m² más un segundo piso de 14m² el cual es perfecto para utilizar como almacén. La renta de este local tiene un costo de \$13,000 donde en un inicio se piden pagar los primeros dos meses de renta.

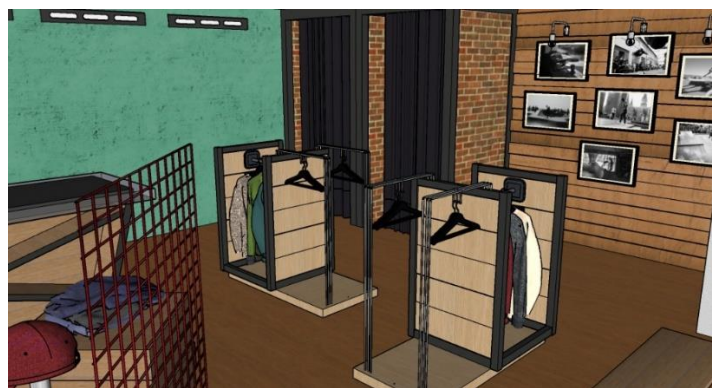
La visualización de la tienda será parecida al de las siguientes imágenes:



Fuente: Elaboración propia con base en diseño de la tienda



Fuente: Elaboración propia con base en diseño de la tienda



Fuente: Elaboración propia con base en diseño de la tienda



Fuente: Elaboración propia con base en diseño de la tienda



Fuente: Elaboración propia con base en diseño de la tienda

3.10 Políticas de venta y post-venta

- Los pagos se realizarán en efectivo, tarjeta de crédito y transferencia bancaria al momento de la compra.
- Si algún artículo viene dañado antes de que se utilice se realizara el cambio pertinente sin costo alguno.
- En caso de que la compra sea en línea y las características del artículo no sean las deseadas se podrá realizar el cambio del mismo por otro artículo del mismo precio siempre y cuando el primer elemento de compra este en las condiciones exactas de la entrega y corra por cuenta del cliente los pagos de envío correspondientes.
- A los clientes que hayan realizado compras en nuestra tienda se les brindará asesoría gratuita para elegir sus artículos de skate con la mayor certeza, aunque la compra no se realice en nuestro establecimiento.
- Los pagos de clases se realizarán en efectivo o transferencia bancaria antes o durante la clase. En los casos de mensualidad tendrán la primera semana de la mensualidad para realizar su pago correspondiente.

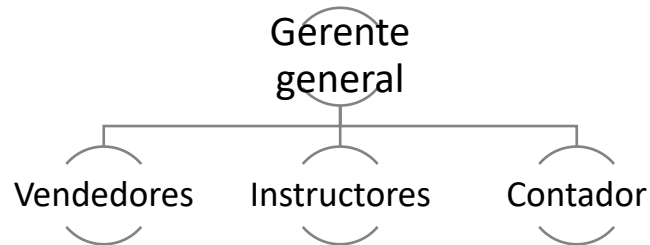
- Si desea abandonar la mensualidad por motivos personales no se le podrá regresar el pago correspondiente a las clases restante excepto en casos de salud del alumno.
- En casos de accidentes la tienda se deslinda de responsabilidades ya que es un deporte extremo y los accidentes pueden resultar en cualquier momento.
- En caso de ausencia a las clases de mensualidad por lesión física o problemas de salud se respetará las clases a las que faltó por dichos motivos y se les repondrá sin costo extra.
- Se asesorará a los padres durante y fuera de clase para mejorar hábitos alimenticios y físicos de los alumnos para apoyarlos a tener un bienestar integral sin costo alguno.
- Se asesorará a los padres para la compra de artículos de skate que tengan las condiciones y características idóneas para sus hijos sin costo alguno.

Capítulo 4

Estudio de la organización

4.1 Estructura organizacional

Se necesitar de una plantilla laboral sencilla donde se tendrán cuatro perfiles que manejarán todas las operaciones de la tienda. En el caso de vendedores e instructores el número de plazas ira aumentando conforme la demanda lo exija.



Fuente: Elaboración propia con base en diseño de la tienda

4.2 Descripción de puestos

Gerente general

Número plazas	1
Estudios	Lic. Administración o pasante, Lic. Fianzas o pasante, Lic. Mercadotecnia o pasante.
Edad	22 a 40 años
Horario	10:00-18:30
Salario	\$10,000
Experiencia laboral	Preferentemente haber trabajado con emprendimientos anteriormente y en área de ventas
Objetivo del puesto	Dirigir y controlar todas las operaciones del negocio, así como planificar y generar estrategias para aumentar la rentabilidad del mismo.
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Comunicación asertiva • Trabajo en equipo • Enfocado en resultados • Pro-activo • Planificación estratégica • Capacidad de análisis y toma de decisiones • Control de inventarios • Manejo de estados financieros • Conocimientos básicos de mercadotecnia • Conocimientos básicos de selección de personal • Conocimientos básicos de skateboard
Manejo de herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Excel avanzado

	<ul style="list-style-type: none"> • Ingles intermedio
Tramo de control	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte directo a accionistas • Responsable de vendedores e instructores
Funciones de puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Planear estrategias de venta • Controlar y renovar inventario • Trato directo con proveedores • Realizar compras de mercancía • Supervisar y dirigir a instructores de clases de skateboard • Supervisar y dirigir a vendedores • Generar estrategias de publicidad • Manejo de Merchandising • Ventas de producto • Estrategias de logística • Llevar contabilidad de la tienda • Realizar reportes de la situación financiera de la empresa • Selección y capacitación de personal • Realización de pagos • Control de nomina • Búsqueda de clientes de clases de skateboard

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de aptitudes y capacidades

Vendedor

Número plazas	2
Estudios	Bachillerato
Edad	18-30 años
Horario	10:00-18:30
Salario	\$5200
Experiencia laboral	Atención a clientes
Objetivo del puesto	Atender a los clientes para ofrecerles una mejor experiencia de compra
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Comunicación efectiva • Escucha activa • Persuasión • Amabilidad • Respeto • Planificación y organización • Manejo de efectivo • Generación de reportes • Honestidad • Conocimientos básicos de mercadotecnia • Conocimientos de skateboard
Manejo de herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Excel intermedio • Ingles básico

	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales
Tramo de control	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte directo a gerente general
Funciones de puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes en sus necesidades • Cobro de mercancía • Actualización de publicidades en redes sociales y pagina web • Atención a clientes online • Reparto de mercancía vendida • Acomodo de artículos en la tienda • Limpieza de la tienda • Generación de reportes financieros y de inventario • Actualización de inventarios • Apertura y cierre de tienda • Evitar hurtos en la tienda

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de aptitudes y capacidades

Instructores

Número plazas	2
Estudios	Bachillerato
Edad	20-35 años
Horario	9:30-17:30 (depende del horario de clases y la cantidad)
Salario	<ul style="list-style-type: none"> • \$50 por niño a su cargo por clase de mensualidad • \$60 por niño a su cargo por clase
Experiencia laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Instructor de clases de skate • Patinador nivel intermedio
Objetivo del puesto	Brindar conocimientos teóricos y prácticos a los alumnos y cuidar su integridad
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación efectiva • Escucha activa • Atención a clientes • Respeto • Conocimientos básicos de ejercicios de calentamiento • Conocimientos básicos de primeros auxiliaos • Nivel intermedio de patinaje en street y bowl
Manejo de herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales
Tramo de control	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte directo al gerente general
Funciones de puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Instruir a los alumnos para que desarrollen habilidades y capacidades para patinar • Promoción de clases • Impartir platicas de hábitos saludables • Impartir platicas de ejercicios básicos para tratar lesiones leves • Estar atento de las necesidades de alumnos y padres

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de aptitudes y capacidades

Contador

El contador se integrará empezando el segundo año de operaciones.

Número plazas	
Estudios	Licenciatura
Edad	23-50 años
Horario	10:00-18:30
Salario	<ul style="list-style-type: none">• \$50 por niño a su cargo por clase de mensualidad• \$60 por niño a su cargo por clase
Experiencia laboral	<ul style="list-style-type: none">• Realización de estados financieros• Facturación•
Objetivo del puesto	Contabilizar las finanzas de la empresa y el pago de impuestos y nóminas.
Competencias	<ul style="list-style-type: none">• Atención al detalle• Trabajo bajo presión• Trabajo en equipo• Organizado• Proactivo• Contabilidad general• Conocimiento medio de la ley federal del trabajo• Conocimientos fiscales
Manejo de herramientas	<ul style="list-style-type: none">• Excel Avanzado
Tramo de control	<ul style="list-style-type: none">• Reporte directo al gerente general
Funciones de puesto	<ul style="list-style-type: none">• Llevar la contabilidad de la empresa• Realizar estados financieros• Pago de nomina• Realizar facturas• Atender obligaciones fiscales mensuales y anuales

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de aptitudes y capacidades

4.3 Razón social

La empresa se formará bajo la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) debido a que tiene diversos factores que facilitarían su constitución y operación. Esta figura tiene como objetivos eliminar la informalidad, simplificar el proceso de constitución para micro y pequeñas empresas, establecer un proceso de constitución administrativa con todos los efectos legales, y fomentar el crecimiento de estas empresas para que, en lo futuro, adopten formas más sofisticadas de operación y administración²⁰.

²⁰ Gobierno de México, Sociedad por Acciones Simplificada, Ciudad de México, (S/P) < <https://www.gob.mx/tuempresa/articulos/crea-tu-sociedad-por-acciones> >

Algunos beneficios de esta forma jurídica son los siguientes:

- Se conforma a partir de una persona
- Puedes crear tu empresa por medios electrónicos, de manera gratuita y sin la necesidad de acudir con un notario o corredor público para formalizar la constitución
- Tiene un costo aproximado total de \$4500

Los requisitos de que deben cumplir son:

- Se compone por una o más personas físicas.
- Contar con firma electrónica de todos los accionistas.
- Que alguno de los accionistas cuente con la autorización de la denominación de la sociedad que puedes obtener en línea.
- Los ingresos anuales no deben exceder los 5 millones de pesos.
- En ningún caso, los accionistas podrán ser simultáneamente accionistas con toma de decisión de otro tipo de sociedad mercantil (por ejemplo: administrador, mayoría accionaria, etc.).
- Todas las acciones deberán pagarse en el plazo establecido por los accionistas, en menos de un año.
- Cambiar de tipo de sociedad una vez que se rebase el monto de ingreso anual de 5 millones de pesos²¹.

Al constituir la empresa se deben tomar en cuenta lineamientos generales a la hora de realizar el trámite como:

- Denominación
- Nombre de los accionistas
- Domicilio de los accionistas
- Registro Federal de Contribuyentes de los accionistas
- Correo electrónico de cada uno de los accionistas
- Domicilio de la sociedad
- Duración de la sociedad

²¹ Diputados.gob. Ley General de Sociedades Mercantiles, Ciudad de México, Pag. 44, <
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618.pdf >

- La forma y términos en que los accionistas se obliguen a suscribir y pagar sus acciones
- El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social
- El número de votos que tendrá cada uno de los accionistas en virtud de sus acciones
- El objeto de la sociedad
- La forma de administración de la sociedad
- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad.
- El objeto de la sociedad.
- Su razón social o denominación.
- Su duración, misma que podrá ser indefinida.
- El importe del capital social.
- Como se administrará y las facultades del mismo
- Nombramiento del administrador
- Distribución de utilidades²²

²² Diputados.gob. Ley General de Sociedades Mercantiles, Ciudad de México, Pag. 45, <
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618.pdf >

Capítulo 5

Estudio Financiero

5.1 Pronostico de ventas

5.1.1 Pronostico de ventas de tienda online

De nuestro mercado esperado (198 personas) se segmentó por porcentajes la cantidad de personas promedio que compraría un cierto número de veces dentro de un periodo determinado, dicho periodo fue de 6 meses, pero al segmentar el número de clientes correspondiente a la frecuencia de compra se redondeó a 197 clientes por cuestión de decimales. La ponderación de los porcentajes se designó acorde a los resultados de nuestra encuesta de mercado donde resultó que la mayoría de los patinadores compran al menos 1 vez al mes

Frecuencia de compra	Clientes	Porcentaje de compra
Total	197	100%
Entre 1 y 2 veces al mes	55	28%
1 vez al mes	63	32%
1 vez cada 2-3 meses	55	28%
1 vez cada 3 meses o más	24	12%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado. Posteriormente se obtuvo el número de compras anuales por parte de cada segmento de clientes, multiplicando la cantidad de clientes de cada segmento por el número de compras anuales que realizarían, por ejemplo, las personas que compran en promedio una vez al mes realizarían por ende 12 compras anuales y los que compran entre 1 y 2 veces al mes realizarían en promedio 18 compras al año ($((12+24) / 2) = 18$).

Clientes	Compra anual por persona	Compras promedio realizadas anualmente
55	18	990
63	12	756
55	4.8	264
24	3	72
Total		2082

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Finalmente se designó la cantidad de compras para cada artículo acorde a los resultados de las encuestas donde las tablas y los tenis son los artículos que se compran con mayor frecuencia.

En los tenis se multiplico la cantidad original por .25 ya que el 25% de las compras de tenis son solo de marcas nacionales correspondiéndole el 75% a las marcas extranjeras, y en este periodo solo manejaremos calzado nacional por lo que el número disminuye.

Referente otros artículos (equipo de protección, tornillo y elevadores) se designaron cantidades acorde a la experiencia que se tiene en el mercado ya que estos son artículos secundarios y que solo se compran en raras ocasiones, pero es importante tenerlos.

Las lijas están estrictamente relacionadas a la cantidad de tablas que se tengan, pero se aumentó un poco más ya que en ocasiones el mercado solicita lijas sueltas.

Articulo	Porcentaje de compra	Ventas anuales promedio	Ventas primer semestre
Total	100%	2082	1041
Tablas	36.89%	768	384
Tenis	28.15%	147	73
Llantas	3.88%	81	40
Baleros	3.88%	81	40
Trucks	0.97%	20	10
Lijas	-	818	409
Otros	-	50	25
Ventas reales por falta de productos			982
Agregado del 3% para mayor variedad			1012

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado
Se agregó un 3% más de artículos (en partes proporcionales al total de la variedad de artículos con los que se cuenta) para tener una mayor variedad de elección para los patinadores y para poder reaccionar si la demanda aumentara.

5.1.2 Pronostico de ventas tienda física y online primer semestre

Al tener la tienda física se captará el doble del segmento de mercado por lo que nuestras ventas aumentaran ya que se tendrá un 1.5% del mercado disponible (369 patinadores).

El proceso para designar las cantidades correspondientes al número de clientes acorde a la frecuencia de compra y ventas totales fue el mismo que en el pronóstico de ventas online, en un periodo de 6 meses para tener un pronóstico total de un año de labores sumando los 6 meses de ventas online y los 6 meses de ventas online y tienda física.

Frecuencia de compra	Clientes	Porcentaje de compra
Total	396	100%
Entre 1 y 2 veces al mes	111	28%
1 vez al mes	127	32%
1 vez cada 2-3 meses	111	28%
1 vez cada 3 meses o más	48	12%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Clientes	Frecuencia de compra anual	Compras promedio anuales
111	18	1998
127	12	1524
111	4.8	532.8
48	3	144
Total		4199

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Articulo	Porcentaje de compra	Ventas anuales promedio	Ventas primer semestre
Total	100%	4199	2100
Tablas	36.89%	1549	775
Tenis	28.15%	1182	591
Playera sudadera	19.41%	815	408
Gorras, gorros, calcetas	6.79%	285	143
Llantas	3.88%	163	81
Baleros	3.88%	163	81
Trucks	0.97%	41	20
Lijas	-	1679	840
Otros	-	160	80
Total de artículos			3018
Agregado del 3% para mayor variedad			3109

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

5.1.3 Pronostico de ventas de clases de skate

Acorde a los resultados de las encuestas realizada y la experiencia de mercado que se tiene, se designó el número de alumnos, clases y horarios por mes que se espera recibir, adaptándonos a nuestra capacidad de operación.

En segundo lugar, el pronóstico se segmento por semestres para que coincida con el semestre de ventas en línea y el semestre en el que se cuenta con la tienda física ya que se espera un aumento en las clases, aunque esta no será del doble como en el caso de las ventas de artículos.

Primer semestre				
Mes	Alumnos	Horarios	Clases	Total
Abril	0	0	0	0
Mayo	3	1	8	8
Junio	4	1	8	8
Julio	3	1	8	20
	4	1	12	
Agosto	5	1	12	12
Septiembre	6	1	12	12
Total	25	-	60	1500

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Segundo semestre				
Mes	Alumnos	Horarios	Clases	Total
Octubre	6	1	12	12
Noviembre	3	1	8	20
	3	1	12	
Diciembre	5	1	8	32
	3	2	12	
Enero	4	1	8	20
	4	1	12	
Febrero	3	1	8	20
	3	1	12	
Marzo	3	1	8	20
	3	1	12	
Total	40	-	112	4480

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

5.1.4 Costos e ingresos de ventas online

En la tienda online los ingresos se perciben únicamente de la venta de los artículos para patinar de los cuales solo se venderán en este periodo partes de la patineta completa y tenis de marca nacional.

Las piezas totales adquiridas en este periodo se reflejan en las siguientes tablas, así como su costo y precio que se dará al público.

Patinetas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Tricolor	\$435	\$535	55	\$23,925	\$29,425	\$5,500
Skate Libre	\$430	\$535	45	\$19,350	\$24,075	\$4,725
Deza	\$420	\$535	28	\$11,760	\$14,980	\$3,220
Deza Espejo	\$450	\$595	25	\$11,250	\$14,875	\$3,625
Dexlix	\$435	\$535	45	\$19,575	\$24,075	\$4,500
Distreeto	\$450	\$545	55	\$24,750	\$29,975	\$5,225
Ludica	\$550	\$695	65	\$35,750	\$45,175	\$9,425
DGK	\$890	\$1,145	6	\$5,340	\$6,870	\$1,530
April	\$850	\$1,145	18	\$15,300	\$20,610	\$5,310
Baker	\$950	\$1,195	6	\$5,700	\$7,170	\$1,470
Santa Cruz	\$850	\$1,145	18	\$15,300	\$20,610	\$5,310
Fucking A.	\$890	\$1,145	9	\$8,010	\$10,305	\$2,295
DeathWish	\$900	\$1,145	6	\$5,400	\$6,870	\$1,470
RIPNDIP	\$950	\$1,195	12	\$11,400	\$14,340	\$2,940
Total			393	\$212,810	\$269,355	\$56,545

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Trucks						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
RAW	\$500	\$850	1	\$500	\$850	\$350
RAW x EIRotulista	\$550	\$850	2	\$1,100	\$1,700	\$600
Independent MID	\$760	\$1,180	3	\$2,280	\$3,540	\$1,260
Independent Stage	\$790	\$1,200	1	\$790	\$1,200	\$410
Independent Hollow	\$875	\$1,280	1	\$875	\$1,280	\$405
Thunder Polish	\$780	\$1,190	2	\$1,560	\$2,380	\$820

Thunder Hollow	\$940	\$1,250	1	\$940	\$1,250	\$310
Tunder H. Night	\$1,075	\$1,350	0	-	-	-
Total			11	\$8,045	\$12,200	\$4,155

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Llantas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Ricta	\$560	\$800	13	\$7,280	\$10,400	\$3,120
OJ W.	\$560	\$800	15	\$8,400	\$12,000	\$3,600
Spitfire F.4	\$695	\$930	14	\$9,730	\$13,020	\$3,290
Total			42	\$ 25,410	\$ 35,420	\$ 10,010

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Baleros						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Yoyo	\$175	\$320	7	\$1,225	\$2,240	\$1,015
Arre	\$165	\$320	10	\$1,650	\$3,200	\$1,550
Shake Junt L.	\$240	\$400	4	\$960	\$1,600	\$640
Shake Junt N.	\$290	\$450	3	\$870	\$1,350	\$480
Shake Junt T.	\$310	\$500	3	\$930	\$1,500	\$570
Indep. GP-R	\$260	\$420	3	\$780	\$1,260	\$480
Indep. GP-B	\$280	\$430	0	-	-	-
Spitfire Cheapshot	\$180	\$350	6	\$1,080	\$2,100	\$1,020
Spitfire Burner	\$375	\$500	0	-	-	-
Bronson Raw	\$395	\$650	3	\$1,185	\$1,950	\$765
Bronson Erick W.	\$555.	\$750	3	\$1,665	\$2,250	\$585
Total			42	\$10,345	\$17,450	\$7,105

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Lijas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Catrina pza. pliego	\$40	\$55	220	\$8,800	\$12,100	\$3,300
Catrina suelta	\$40	\$100	2	\$80	\$200	\$120

Jessup pza. pliego	\$41.50	\$55	170	\$7,055	\$9,350	\$2,295
Jessup Suelta	\$41.50	\$110	-	-	-	-
Grizzly	\$190	\$290	6	\$1,140	\$1,740	\$600
Mob Grip	\$190	\$290	-	-	-	-
Mob Grip T	\$230	\$330	-	-	-	-
Tape Color	\$110	\$210	10	\$1,100	\$2,100	\$1,000
Shake Junt	\$180	\$290	6	\$1,080	\$1,740	\$660
Total			414	\$19,255	\$27,230	\$7,975

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Tornillos						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Ahua	\$52	\$100	2	\$104	\$200	\$96
Madera Verde	\$50	\$100	5	\$250	\$500	\$250
Diamon/Allen	\$120	\$180	1	\$120	\$180	\$60
Total			8	\$474	\$880	\$406

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Equipo de protección						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Casco	\$550	\$850	10	\$5,500	\$8,500	\$3,000
Rodilleras	\$500	\$800	10	\$5,000	\$8,000	\$3,000
Total			20	\$10,500	\$16,500	\$6,000

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Elevadores						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Real 3play	\$115	\$200	3	\$345	\$600	\$255
Total			3	\$345	\$600	\$255

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Tenis						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Gremio 1	\$445	\$850	27	\$12,015	\$22,950	\$10,935
Gremio 2	\$455	\$850	26	\$11,830	\$22,100	\$10,270
Gremio 3	\$460	\$850	25	\$11,500	\$21,250	\$9,750
Total			78	\$35,345	\$66,300	\$30,955

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

5.1.5 Costos e ingresos de ventas online y tienda física

En este periodo se tendrán muchos más articulo por lo que se tendrán mayores costos de compra de mercancía, pero también mayores ingresos. En las siguientes tablas se reflejan los costos e ingresos de los siguientes 6 meses de ventas en la tienda física y online para tener el pronóstico de un año de ventas (con el pronóstico de ventas de 6 meses online).

Patinetas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Tricolor	\$435	\$535	100	\$43,500	\$53,500	\$10,000
Skate Libre	\$430	\$535	90	\$38,700	\$48,150	\$9,450
Deza	\$420	\$535	60	\$25,200	\$32,100	\$6,900
Deza Espejo	\$450	\$595	50	\$22,500	\$29,750	\$7,250
Delix	\$435	\$535	90	\$39,150	\$48,150	\$9,000
Distreeto	\$450	\$545	100	\$45,000	\$54,500	\$9,500
Ludica	\$550	\$695	105	\$57,750	\$72,975	\$15,225
DGK	\$890	\$1,145	20	\$17,800	\$22,900	\$5,100
April	\$850	\$1,145	40	\$34,000	\$45,800	\$11,800
Baker	\$950	\$1,195	30	\$28,500	\$35,850	\$7,350
Santa Cruz	\$850	\$1,145	43	\$36,550	\$49,235	\$12,685
Fucking A.	\$890	\$1,145	25	\$22,250	\$28,625	\$6,375
DeathWish	\$900	\$1,145	20	\$18,000	\$22,900	\$4,900
RIPNDIP	\$950	\$1,195	20	\$19,000	\$23,900	\$4,900
Total			793	\$447,900	\$568,335	\$120,435

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Trucks						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
RAW	\$500	\$850	3	\$1,500	\$2,550	\$1,050
RAW x EIRotulista	\$550	\$850	4	\$2,200	\$3,400	\$1,200
Independent MID	\$760	\$1,180	7	\$5,320	\$8,260	\$2,940
Independent Stage	\$790	\$1,200	4	\$3,160	\$4,800	\$1,640
Independent Hollow	\$875	\$1,280	2	\$1,750	\$2,560	\$810
Thunder Polish	\$780	\$1,190	3	\$2,340	\$3,570	\$1,230
Thunder Hollow	\$940	\$1,250	2	\$1,880	\$2,500	\$620

Tunder H. Night	\$1,075	\$1,350	0	\$-	\$-	\$-
Total			25	\$18,150	\$27,640	\$9,490

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Llantas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Ricta	\$560	\$800	30	\$16,800	\$24,000	\$7,200
OJ W.	\$560	\$800	31	\$17,360	\$24,800	\$7,440
Spitfire F.4	\$695	\$930	30	\$20,850	\$27,900	\$7,050
Total			91	\$55,010	\$76,700	\$21,690

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Baleros						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Yoyo	\$175	\$320	14	\$2,450	\$4,480	\$2,030
Arre	\$165	\$320	22	\$3,630	\$7,040	\$3,410
Shake Junt L.	\$240	\$400	12	\$2,880	\$4,800	\$1,920
Shake Junt N.	\$290	\$450	6	\$1,740	\$2,700	\$960
Shake Junt T.	\$310	\$500	6	\$1,860	\$3,000	\$1,140
Indep. GP-R	\$260	\$420	7	\$1,820	\$2,940	\$1,120
Indep. GP-B	\$280	\$430	0	\$-	\$-	\$-
Spitfire Cheapshot	\$180	\$350	13	\$2,340	\$4,550	\$2,210
Spitfire Burner	\$375	\$500	0	\$-	\$-	\$-
Bronson Raw	\$395	\$650	6	\$2,370	\$3,900	\$1,530
Bronson Erick W.	\$555	\$750	5	\$2,775	\$3,750	\$975
Total			91	\$21,865	\$37,160	\$15,295

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Lijas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Catrina pza. pliego	\$40	\$55	420	\$16,800	\$23,100	\$6,300
Catrina suelta	\$40	\$100	5	\$200	\$500	\$300
Jessup pza. pliego	\$41.50	\$55	360	\$14,940	\$19,800	\$4,860
Jessup Suelta	\$41.50	\$110	5	\$207.50	\$550	\$342.50
Grizzly	\$190	\$290	12	\$2,280	\$3,480	\$1,200
Mob Grip	\$190	\$290	6	\$1,140	\$1,740	\$600

Mob Grip T	\$230	\$330	0	\$-	\$-	\$-
Tape Color	\$110	\$210	30	\$3,300	\$6,300	\$3,000
Shake Junt	\$180	\$290	12	\$2,160	\$3,480	\$1,320
Total			850	\$41,027.50	\$58,950	\$17,922.50

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Tornillos						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Ahua	\$52	\$100	11	\$572	\$1,100	\$528
Madera Verde	\$50	\$100	18	\$900	\$1,800	\$900
Diamon/Allen	\$120	\$180	6	\$720	\$1,080	\$360
Total			35	\$2,192	\$3,980	\$1,788

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Elevadores						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Real 3play	\$115	\$200	21	\$2,415	\$4,200	\$1,785
Total			21	\$2,415	\$4,200	\$1,785

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Equipo de protección						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Casco	\$550	\$850	19	\$10,450	\$16,150	\$5,700
Rodilleras	\$500	\$800	19	\$9,500	\$15,200	\$5,700
Total			38	\$19,950	\$31,350	\$11,400

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Tenis						
Concepto	Costo	Precio	Cant.	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Gremio 1	\$445	\$850	49	\$21,805	\$41,650	\$19,845
Gremio 2	\$455	\$850	47	\$21,385	\$39,950	\$18,565
Gremio 3	\$460	\$850	47	\$21,620	\$39,950	\$18,330
Nike Bruin React	\$1,343.36	\$2,000	12	\$16,120.32	\$24,000	\$7,879.68
Nike SB Shane	\$1,151.36	\$1,750	24	\$27,632.64	\$42,000	\$14,367.36
Nike SB Zoom Blazer	\$1,151.36	\$1,700	12	\$13,816.32	\$20,400	\$6,583.68
Nike SB Zoom Janoski	\$1,215.36	\$1,800	24	\$29,168.64	\$43,200	\$14,031.36

Adidas Matchbreak Super	\$1,151.36	\$1,700	12	\$13,816.32	\$20,400	\$6,583.68
Adidas Busenitz	\$1,239.38	\$1,900	24	\$29,745.12	\$45,600	\$15,854.88
Adidas Busenitz Vulc II	\$1,115.38	\$1,700	12	\$13,384.56	\$20,400	\$7,015.44
Adidas 3ST.005	\$1,673.38	\$2,550	24	\$40,161.12	\$61,200	\$21,038.88
Vans Rowan Pro	\$991.38	\$1,550	12	\$11,896.56	\$18,600	\$6,703.44
Vans Kyle Walker	\$1,053.38	\$1,650	12	\$12,640.56	\$19,800	\$7,159.44
Vans Kyle Pro 2 Blk	\$1,115.38	\$1,750	24	\$26,769.12	\$42,000	\$15,230.88
Vans BMX Old Skool Fed.	\$991.38	\$1,550	24	\$23,793.12	\$37,200	\$13,406.88
Vans Skate Old Skool Brena	\$1,115.38	\$1,750	24	\$26,769.12	\$42,000	\$15,230.88
Vans Skate-SK8 Low Black	\$929.38	\$1,450	12	\$11,152.56	\$17,400	\$6,247.44
Vans SK8 - Hi	\$991.38	\$1,550	24	\$23,793.12	\$37,200	\$13,406.88
Vans Old Skool Violet M.	\$929.38	\$1,450	12	\$11,152.56	\$17,400	\$6,247.44
Vans Lowland Court True	\$1,177.38	\$1,850	24	\$28,257.12	\$44,400	\$16,142.88
Vans Ave Pro Beatrice D.	\$1,549.38	\$2,400	24	\$37,185.12	\$57,600	\$20,414.88
Vans Retro Sport Port R.	\$743.38	\$1,150	12	\$8,920.56	\$13,800	\$4,879.44
Vans Retro Sport Port B.	\$991.38	\$1,550	12	\$11,896.56	\$18,600	\$6,703.44
Vans Berle Pro Rainy Day	\$1,053.38	\$1,650	12	\$12,640.56	\$19,800	\$7,159.44
Vans Skate Grosso Forever	\$991.38	\$1,550	12	\$11,896.56	\$18,600	\$6,703.44

Vans TNT Pro Oak Buff	\$991.38	\$1,550	12	\$11,896.56	\$18,600	\$6,703.44
Vans SK8-Mid Pride M.	\$867.38	\$1,350	12	\$10,408.56	\$16,200	\$5,791.44
Vans Old Skool Wave True	\$805.38	\$1,250	12	\$9,664.56	\$15,000	\$5,335.44
Vans Old Skool	\$805.38	\$1,250	24	\$19,329.12	\$30,000	\$10,670.88
Vans Ultrage EXO	\$1,177.38	\$1,850	24	\$28,257.12	\$44,400	\$16,142.88
Total			611	\$586,974	\$927,350	\$340,376

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Playeras						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Classic	\$190	\$350	8	\$1,520	\$2,800	\$1,280
Classic M/L	\$220	\$390	8	\$1,760	\$3,120	\$1,360
Fucking A.	\$530	\$800	12	\$6,360	\$9,600	\$3,240
Grizzly	\$380	\$550	0	\$-	\$-	\$-
Grizzly 2	\$410	\$600	0	\$-	\$-	\$-
Girl	\$360	\$520	0	\$-	\$-	\$-
RIPNDIP	\$560	\$850	6	\$3,360	\$5,100	\$1,740
RIPNDIP 2	\$590	\$900	12	\$7,080	\$10,800	\$3,720
RIPNDIP M/L	\$630	\$950	6	\$3,780	\$5,700	\$1,920
RIPNDIP M/L 2	\$650	\$1,000	6	\$3,900	\$6,000	\$2,100
Slime Balls Creature	\$410	\$620	6	\$2,460	\$3,720	\$1,260
Creature	\$410	\$600	0	\$-	\$-	\$-
Santa Cruz	\$380	\$620	6	\$2,280	\$3,720	\$1,440
Santa Cruz 2	\$410	\$620	6	\$2,460	\$3,720	\$1,260
Thrasher	\$340	\$550	18	\$6,120	\$9,900	\$3,780
Thrasher 2	\$350	\$600	18	\$6,300	\$10,800	\$4,500
SK8 Mafia	\$380	\$600	6	\$2,280	\$3,600	\$1,320
SK8 Mafia M/L	\$390	\$620	6	\$2,340	\$3,720	\$1,380
Primitive	\$330	\$520	0	\$-	\$-	\$-

Primitive 2	\$360	\$550	0	\$-	\$-	\$-
Primitive 3	\$390	\$600	12	\$4,680	\$7,200	\$2,520
Primitive 4	\$450	\$700	12	\$5,400	\$8,400	\$3,000
Primitive 5	\$480	\$750	18	\$8,640	\$13,500	\$4,860
Primitive M/L	\$480	\$800	6	\$2,880	\$4,800	\$1,920
Primitive M/L 2	\$550	\$840	12	\$6,600	\$10,080	\$3,480
Hockey M/L	\$480	\$780	12	\$5,760	\$9,360	\$3,600
Diamon	\$380	\$600	6	\$2,280	\$3,600	\$1,320
DGK	\$330	\$550	6	\$1,980	\$3,300	\$1,320
DGK 2	\$380	\$600	6	\$2,280	\$3,600	\$1,320
DGK M/L	\$360	\$620	6	\$2,160	\$3,720	\$1,560
HUF	\$390	\$600	6	\$2,340	\$3,600	\$1,260
HUF 2	\$467	\$700	6	\$2,802	\$4,200	\$1,398
HUF 3	\$495	\$750	6	\$2,970	\$4,500	\$1,530
HUF 4	\$550	\$850	12	\$6,600	\$10,200	\$3,600
HUF 5	\$605	\$900	12	\$7,260	\$10,800	\$3,540
DeathWish	\$340	\$550	6	\$2,040	\$3,300	\$1,260
Total			268	\$118,672	\$186,460	\$67,788

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Sudaderas y chamarras						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Santa Cruz	\$750	\$1,200	12	\$9,000	\$14,400	\$5,400
Creature	\$740	\$1,200	6	\$4,440	\$7,200	\$2,760
Thrasher	\$790	\$1,250	24	\$18,960	\$30,000	\$11,040
Hockey	\$850	\$1,300	12	\$10,200	\$15,600	\$5,400
Hockey 2	\$950	\$1,450	18	\$17,100	\$26,100	\$9,000
Fucking A.	\$950	\$1,400	18	\$17,100	\$25,200	\$8,100
Shake Junt	\$690	\$1,100	6	\$4,140	\$6,600	\$2,460
Primitive	\$850	\$1,400	12	\$10,200	\$16,800	\$6,600
Primitive 2	\$1,000	\$1,500	18	\$18,000	\$27,000	\$9,000
Girl	\$690	\$1,050	0	\$-	\$-	\$-
Grizzly	\$710	\$1,050	0	\$-	\$-	\$-
HUF	\$1,378	\$1,900	18	\$24,804	\$34,200	\$9,396
Total			144	\$133,944	\$203,100	\$69,156

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Gorras y Beanies						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
B. Baker	\$380	\$550	5	\$1,900	\$2,750	\$850
B. Shake J.	\$380	\$550	3	\$1,140	\$1,650	\$510
G. Baker	\$390	\$600	14	\$5,460	\$8,400	\$2,940
G. Slime B.	\$370	\$600	8	\$2,960	\$4,800	\$1,840
G. Oj Wheels	\$370	\$580	8	\$2,960	\$4,640	\$1,680
B. Crimes	\$230	\$330	3	\$690	\$990	\$300
B. Fucking A.	\$530	\$680	6	\$3,180	\$4,080	\$900
G. Fucking A.	\$550	\$750	14	\$7,700	\$10,500	\$2,800
B. Primitive	\$350	\$550	7	\$2,450	\$3,850	\$1,400
G. Primitive	\$500	\$700	14	\$7,000	\$9,800	\$2,800
G. RIPNDIP	\$558	\$850	10	\$5,580	\$8,500	\$2,920
B. HUF	\$330	\$500	6	\$1,980	\$3,000	\$1,020
G. HUF	\$540	\$700	0	\$-	\$-	\$-
G. HUF 2	\$600	\$800	3	\$1,800	\$2,400	\$600
Total			101	\$44,800	\$65,360	\$20,560

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Calcetas						
Concepto	Costo	Precio	Cantidad	Costo total	Ingreso total	Utilidad
Chocolate	\$230	\$350	0	\$-	\$-	\$-
Fucking Awsome	\$280	\$450	10	\$2,800	\$4,500	\$1,700
Primitive	\$250	\$380	10	\$2,500	\$3,800	\$1,300
HUF	\$240	\$380	7	\$1,680	\$2,660	\$980
HUF 2	\$270	\$450	15	\$4,050	\$6,750	\$2,700
Total			42	\$11,030	\$ 17,710	\$6,680

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

5.1.6 Costos e ingresos de clases de skate

El único costo que se tiene en las clases de skate es el sueldo de los instructores que dependerá de la cantidad de alumnos que tenga cada uno, mientras que los ingresos se perciben por parte del pago de clases y la renta de equipo de protección.

El siguiente desglose tienen como base el pronóstico de clases que se estimó anteriormente.

Primer semestre						
Mes	Alumnos	Clases	Pago	Renta de equipo	Pago instructores	Utilidad
Abril	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	
Mayo	3	8	2560	210	1520	1250
	0	0	0	0	0	
Junio	4	8	3360	210	2000	1570
	0	0	0	0	0	
Julio	3	8	2560	240	1520	3560
	4	12	5040	240	3000	
Agosto	0	0	0	0	0	3330
	6	12	7680	210	4560	
Septiembre	0	0	0	0	0	3330
	6	12	7680	210	4560	
Total	26	60	\$ 28,880	\$1,320	\$17,160	\$ 13,040

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

Segundo semestre						
Mes	Alumnos	Clases	Pago	Renta de equipo	Pago instructores	Utilidad
Octubre	0	0	0	0	0	3330
	6	12	7680	210	4560	
Noviembre	3	8	2560	180	1520	2960
	3	12	3840	180	2280	
Diciembre	5	8	4320	210	2560	3740
	3	12	3840	210	2280	
Enero	4	8	3360	210	2000	3820
	4	12	5040	210	3000	
Febrero	3	8	2560	180	1520	2960
	3	12	3840	180	2280	
Marzo	3	8	2560	180	1520	2960
	3	12	3840	180	2280	
Total	40	112	\$ 43,440	\$ 2,130	\$ 25,800	\$ 19,770

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas realizadas y conocimientos del mercado

5.2 Presupuesto de inversión inicial

5.2.1 Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo	Costo
Computadora	\$6000
Sistema y maquinaria de código de barras	\$4700
Vitrina	\$5,000
Estante de ropa	\$2,000
Estante de tenis	\$3,200
Estante para tablas	\$2,500
Estantes hechos con tablas	\$800
Vestidores	\$2,300
Espejos	\$690
Banca/Cajón	\$5,000
Rampa	\$6,000
Decoración	\$2,000
Total	\$40,190

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

5.2.2 Gastos de tienda online

Al iniciar operaciones por ventas online solo se comercializará por redes sociales por lo que no se tendrá algún costo y las entregas se harán en estaciones de metro de la Ciudad de México por lo que el gasto será mínimo.

Los gastos que se tendrían serían el registro de marca ante el IMPI que tiene un costo de \$2,457.79 con una duración de 10 años,²³ el pago del gerente general de \$10,000 mensuales y el gasto en publicidad que sería de \$1000 bimestrales a excepción del primer bimestre que sería de \$2000 y en agosto que sería de \$1500 para aumentar la publicidad para la pronta apertura de la tienda.

5.2.3 Gastos tienda online y física

Al crear la tienda física se tendrán diversos gastos para consolidar la empresa y el negocio, los cuales se pueden ver en la siguiente tabla:

²³ Gobierno de México, Solicitud de registro de marca ante IMPI, 2021, México, (S/P), < <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88> >

Concepto	Monto	Temporalidad
Sueldos	\$20,400	Mensual
Renta de local	\$13,000	Mensual
Luz	\$400	Bimestral
Agua	\$184	Bimestral
Internet y línea telefónica	\$400	Mensual
Desarrollo y diseño de página Web	\$42,000	Único
Soporte de diseño de pagina	\$4,300	Anual
Renovación de dominio de página web	\$300	Anual
Hosting de página Web	\$300	Mensual
Constitución de la empresa	\$4,500	Único
Publicidad	\$2000	Bimestral

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

5.2.4 Gastos clases de skate

En las clases de skate los únicos gastos que se tendrían sería la compra de 3 equipos de protección (\$3,150) para rentarlos cuando sea necesario, dos patinetas completas (\$3,470) para prestar gratuitamente en los casos que sean necesarios y en publicidad que se destinaria \$1000 bimestrales.

5.2.5 Presupuesto total de inversión

Sera necesario invertir dinero en dos momentos específicos en la tienda, al iniciar operaciones con la tienda online y al realizar el paso de crear la tienda física ya que se necesitará de una inyección de capital.

La primera inversión será de \$200,000 para pagar la los costos y gastos necesarios que se muestran en la siguiente tabla, así como los pagos necesarios para pagar la deuda del préstamo de inversión

Concepto	Tiempo	Costo	Total
IMPI	1	\$2,458	\$2,458
Sueldos	2	\$10,000	\$20,000
Mecánica	1	\$96,758.70	\$96,758.70
Publicidad	2	\$2,000	\$4,000
Capital de préstamo	3	\$16,666.67	\$50,000.01
Intereses	3	\$972.22	\$972
Total			\$174,188.71

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

El segundo momento de inversión será un mes antes de abrir la tienda física por un monto de \$450,000 para pagar todos los costos y gastos necesarios para empezar operaciones, así como pagar las primeras deudas generadas por dicho préstamo.

Concepto	Tiempo	Costo	Total
Sueldos	1	\$20,400	\$20,400
Renta	1	\$13,000	\$13,000
Deposito	1	\$13,000	\$13,000
Agua	1	\$92	\$92
Luz	1	\$200	\$200
Teléfono	1	\$400	\$400
Desarrollo página web	1	\$42,000	\$42,000
Soporte técnico	1	\$4,300	\$4,300
Domino web	1	\$-	\$-
Hosting	1	\$300	\$300
Publicidad	0	\$-	\$-
Constitución empresa	1	\$4,500	\$4,500
Mobiliario y equipo	1	\$40,190.00	\$40,190
Capital de préstamo	3	\$7,500.00	\$22,500
Interés	3	\$1,327.50	\$3,982.50
Mercancía			
Total			\$164,864.50

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

5.3 Financiamiento

La inversión que se requiere para comenzar a operar la tienda en línea es de \$200,000, y se requiere una segunda inversión de \$450,000. El dinero requerido se obtendrá de dos formas, la primera será pidiendo un préstamo en el Fondo Para El Desarrollo Social de la Ciudad de México y el segundo se obtendrá por medio de dos inversionistas privados que dispondrán de ese capital a cambio de un retorno mínimo.

El Fondo Para El Desarrollo Social de la Ciudad de México brinda de préstamos para emprendedores de hasta \$200,000 a un plazo de 36 meses con una tasa del 6% anual fija sobre saldos insolutos²⁴.

Los inversionistas privados accedieron a prestarnos el monto requerido con las mismas condiciones que el Fondo Para El Desarrollo Social de la Ciudad de México con la diferencia que sea a un plazo de 60 meses.

5.3.1 Amortización

La primera tabla de amortización refleja los montos a pagar en cada periodo del préstamo de \$200,000 a 36 meses con una tasa del 6% anual fija sobre saldos insolutos. Este préstamo se terminará de pagar en febrero del año 2025.

Periodo	Deuda inicial	Tasa	Intereses	Amortización	Pago	Deuda final
1	\$200,000.00	6%	\$333.33	\$5,555.56	\$5,888.89	\$194,444.44
2	\$194,444.44	6%	\$324.07	\$5,555.56	\$5,879.63	\$188,888.89
3	\$188,888.89	6%	\$314.81	\$5,555.56	\$5,870.37	\$183,333.33
4	\$183,333.33	6%	\$305.56	\$5,555.56	\$5,861.11	\$177,777.78
5	\$177,777.78	6%	\$296.30	\$5,555.56	\$5,851.85	\$172,222.22
6	\$172,222.22	6%	\$287.04	\$5,555.56	\$5,842.59	\$166,666.67
7	\$166,666.67	6%	\$277.78	\$5,555.56	\$5,833.33	\$161,111.11
8	\$161,111.11	6%	\$268.52	\$5,555.56	\$5,824.07	\$155,555.56
9	\$155,555.56	6%	\$259.26	\$5,555.56	\$5,814.81	\$150,000
10	\$150,000	6%	\$250	\$5,555.56	\$5,805.56	\$144,444.44
11	\$144,444.44	6%	\$240.74	\$5,555.56	\$5,796.30	\$138,888.89
12	\$138,888.89	6%	\$231.48	\$5,555.56	\$5,787.04	\$133,333.33
13	\$133,333.33	6%	\$222.22	\$5,555.56	\$5,777.78	\$127,777.78
14	\$127,777.78	6%	\$212.96	\$5,555.56	\$5,768.52	\$122,222.22
15	\$122,222.22	6%	\$203.70	\$5,555.56	\$5,759.26	\$116,666.67
16	\$116,666.67	6%	\$194.44	\$5,555.56	\$5,750	\$111,111.11
17	\$111,111.11	6%	\$185.19	\$5,555.56	\$5,740.74	\$105,555.56
18	\$105,555.56	6%	\$175.93	\$5,555.56	\$5,731.48	\$100,000
19	\$100,000	6%	\$166.67	\$5,555.56	\$5,722.22	\$94,444.44
20	\$94,444.44	6%	\$157.41	\$5,555.56	\$5,712.96	\$88,888.89
21	\$88,888.89	6%	\$148.15	\$5,555.56	\$5,703.70	\$83,333.33
22	\$83,333.33	6%	\$138.89	\$5,555.56	\$5,694.44	\$77,777.78
23	\$77,777.78	6%	\$129.63	\$5,555.56	\$5,685.19	\$72,222.22

²⁴ Gobierno de México, Financiamiento para el emprendedor, 2021, Ciudad de México, (S/P), < <https://www.tramites.cdmx.gob.mx/fondoso/creditos/info/requisitos/5?fbclid=IwAR3MlrfZJqmjbACvUPBzujR9U7H58VgekJccCH6nfLbUOvZ65DD1U0onKFO> >

24	\$72,222.22	6%	\$120.37	\$5,555.56	\$5,675.93	\$66,666.67
25	\$66,666.67	6%	\$111.11	\$5,555.56	\$5,666.67	\$61,111.11
26	\$61,111.11	6%	\$101.85	\$5,555.56	\$5,657.41	\$55,555.56
27	\$55,555.56	6%	\$92.59	\$5,555.56	\$5,648.15	\$50,000
28	\$50,000	6%	\$83.33	\$5,555.56	\$5,638.89	\$44,444.44
29	\$44,444.44	6%	\$74.07	\$5,555.56	\$5,629.63	\$38,888.89
30	\$38,888.89	6%	\$64.81	\$5,555.56	\$5,620.37	\$33,333.33
31	\$33,333.33	6%	\$55.56	\$5,555.56	\$5,611.11	\$27,777.78
32	\$27,777.78	6%	\$46.30	\$5,555.56	\$5,601.85	\$22,222.22
33	\$22,222.22	6%	\$37.04	\$5,555.56	\$5,592.59	\$16,666.67
34	\$16,666.67	6%	\$27.78	\$5,555.56	\$5,583.33	\$11,111.11
35	\$11,111.11	6%	\$18.52	\$5,555.56	\$5,574.07	\$5,555.56
36	\$5,555.56	6%	\$9.26	\$5,555.56	\$5,564.81	\$0

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

La segunda tabla refleja los montos a pagar en cada periodo por el préstamo de \$450,000 a 60 meses con una tasa del 6% sobre saldos insolutos.

En el pago número 17 se realizó un pago anticipado de \$100,000 ya que se contempla una inversión de un socio de \$100,000 que redujo la deuda a 47 pagos y ya no a 60 como se había pactado en un inicio, terminando de pagar esta deuda en julio del 2026.

Periodo	Deuda inicial	Tasa	Intereses	Amortización	Pago	Deuda final
1	\$450,000	6%	\$450	\$7,500	\$7,950	\$442,500
2	\$442,500	6%	\$442.50	\$7,500	\$7,942.50	\$435,000
3	\$435,000	6%	\$435	\$7,500	\$7,935	\$427,500
4	\$427,500	6%	\$427.50	\$7,500	\$7,927.50	\$420,000
5	\$420,000	6%	\$420	\$7,500	\$7,920	\$412,500
6	\$412,500	6%	\$412.50	\$7,500	\$7,912.50	\$405,000
7	\$405,000	6%	\$405	\$7,500	\$7,905	\$397,500
8	\$397,500	6%	\$397.50	\$7,500	\$7,897.50	\$390,000
9	\$390,000	6%	\$390	\$7,500	\$7,890	\$382,500
10	\$382,500	6%	\$382.50	\$7,500	\$7,882.50	\$375,000
11	\$375,000	6%	\$375	\$7,500	\$7,875	\$367,500
12	\$367,500	6%	\$367.50	\$7,500	\$7,867.50	\$360,000
13	\$360,000	6%	\$360	\$7,500	\$7,860	\$352,500
14	\$352,500	6%	\$352.50	\$7,500	\$7,852.50	\$345,000
15	\$345,000	6%	\$345.00	\$7,500	\$7,845	\$337,500
16	\$337,500	6%	\$337.50	\$7,500	\$7,837.50	\$330,000
17	\$330,000	6%	\$330.00	\$107,500	\$107,830	\$222,500
18	\$222,500	6%	\$222.50	\$7,500	\$7,722.50	\$215,000
19	\$215,000	6%	\$215	\$7,500	\$7,715	\$207,500

20	\$207,500	6%	\$207.50	\$7,500	\$7,707.50	\$200,000
21	\$200,000	6%	\$200	\$7,500	\$7,700	\$192,500
22	\$192,500	6%	\$192.50	\$7,500	\$7,692.50	\$185,000
23	\$185,000	6%	\$185	\$7,500	\$7,685	\$177,500
24	\$177,500	6%	\$177.50	\$7,500	\$7,677.50	\$170,000
25	\$170,000	6%	\$170	\$7,500	\$7,670	\$162,500
26	\$162,500	6%	\$162.50	\$7,500	\$7,662.50	\$155,000
27	\$155,000	6%	\$155	\$7,500	\$7,655	\$147,500
28	\$147,500	6%	\$147.50	\$7,500	\$7,647.50	\$140,000
29	\$140,000	6%	\$140	\$7,500	\$7,640	\$132,500
30	\$132,500	6%	\$132.50	\$7,500	\$7,632.50	\$125,000
31	\$125,000	6%	\$125	\$7,500	\$7,625	\$117,500
32	\$117,500	6%	\$117.50	\$7,500	\$7,617.50	\$110,000
33	\$110,000	6%	\$110	\$7,500	\$7,610	\$102,500
34	\$102,500	6%	\$102.50	\$7,500	\$7,602.50	\$95,000
35	\$95,000	6%	\$95	\$7,500	\$7,595	\$87,500
36	\$87,500	6%	\$87.50	\$7,500	\$7,587.50	\$80,000
37	\$80,000	6%	\$80.00	\$7,500	\$7,580	\$72,500
38	\$72,500	6%	\$72.50	\$7,500	\$7,572.50	\$65,000
39	\$65,000	6%	\$65	\$7,500	\$7,565	\$57,500
40	\$57,500	6%	\$57.50	\$7,500	\$7,557.50	\$50,000
41	\$50,000	6%	\$50	\$7,500	\$7,550	\$42,500
42	\$42,500	6%	\$42.50	\$7,500	\$7,542.50	\$35,000
43	\$35,000	6%	\$35	\$7,500	\$7,535	\$27,500
44	\$27,500	6%	\$27.50	\$7,500	\$7,527.50	\$20,000
45	\$20,000	6%	\$20	\$7,500	\$7,520	\$12,500
46	\$12,500	6%	\$12.50	\$7,500	\$7,512.50	\$5,000
47	\$5,000	6%	\$5	\$7,500	\$5,005	\$ -

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de la empresa Back to Back

5.4 Ingresos y egresos

En las siguientes graficas podemos observar el total de los ingresos y egresos que se tendrían en los siguientes 5 años.

Ingresos 2022					
	Préstamo	Ventas	Clases	Renta de equipo	Total
Marzo	\$200,000				\$200,000
Abril		\$129,767.09			\$129,767.09
Mayo			\$2,560	\$210	\$2,770
Junio		\$148,199.07	\$3,360	\$210	\$151,769.07
Julio			\$7,600	\$480	\$8,080
Agosto		\$163,063.57	\$7,680	\$210	\$170,953.57
Septiembre	\$450,000		\$7,680	\$210	\$457,890
Octubre		\$647,519.13	\$7,680	\$210	\$655,409.13
Noviembre			\$7,600	\$360	\$7,960
Diciembre		\$376,882.35	\$9,360	\$420	\$386,662.35
Total	\$650,000	\$1,465,431.19	\$53,520	\$2,310	\$2,171,261

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Egresos 2022							
	Capital de préstamo	Intereses	Mercancía	Sueldos	Renta	Deposito	Mob. Y Equip.
Marzo	\$5,555.56	\$333.33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Abril	\$5,555.56	\$324.07	\$96,758.70	\$10,000	\$ -	\$ -	\$ -
Mayo	\$5,555.56	\$314.81		\$10,000	\$ -	\$ -	\$ -
Junio	\$5,555.56	\$305.56	\$107,509.67	\$10,000	\$ -	\$ -	\$ -
Julio	\$5,555.56	\$296.30		\$10,000	\$ -	\$ -	\$ -
Agosto	\$5,555.56	\$287.04	\$118,260.64	\$10,000	\$ -	\$ -	\$ -
Septiembre	\$13,055.56	\$727.78		\$10,000	\$ -	\$13,000	\$40,190
Octubre	\$13,055.56	\$711.02	\$451,178.90	\$20,400	\$13,000	\$ -	\$ -
Noviembre	\$13,055.56	\$694.26		\$20,400	\$13,000	\$ -	\$ -
Diciembre	\$13,055.56	\$677.50	\$501,309.89	\$20,400	\$13,000	\$ -	\$ -
Total	\$85,555.56	\$4,671.7	\$1,275,017.8	\$121,200	\$39,000	\$13,000	\$40,190

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Desarrollo pág. Web	Soporte técnico	Hosting	Teléfono	Luz	Agua	Publicidad
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$3,000
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$2,000
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$2,500
\$42,000	\$4,300	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$300	\$400	\$200	\$92	\$2,500
\$ -	\$ -	\$300	\$400	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500
\$42,000	\$4,300	\$900	\$1,200	\$600	\$276	\$12,500

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Constitución de la empresa	IMPI	Cascos de renta	Patinetas	Sueldos de clases	Total
\$ -	\$2,458	\$ -	\$ -	\$ -	\$8,346.89
\$ -	\$ -	\$3,150	\$3,470	\$ -	\$122,258.33
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$1,520	\$17,390.37
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$2,000	\$127,370.78
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,520	\$20,371.85
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,560	\$141,163.23
\$4,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,560	\$132,333.33
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,560	\$506,397.48
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,520	\$52,369.81
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,560	\$557,786.95
\$4,500	\$2,458	\$3,150	\$3,470	\$31,800	\$1,685,789.02

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Ingresos 2023				
	Ventas	Clases	Renta de equipo	Total
Enero	\$357,007.96	\$8,400	\$360	\$365,767.96
Febrero	\$647,966.82	\$7,600	\$210	\$655,776.82
Marzo		\$7,600	\$210	\$7,810
Abril	\$653,364.38	\$7,600	\$210	\$661,174.38
Mayo		\$7,663.31	\$480	\$8,143.31
Junio	\$666,431.67	\$7,727.14	\$210	\$674,368.81
Julio		\$8,360	\$210	\$8,570
Agosto	\$658,806.91	\$8,448	\$210	\$667,464.91
Septiembre		\$8,448.00	\$360	\$8,808.00
Octubre	\$652,912.96	\$8,448	\$360	\$661,720.96
Noviembre		\$8,360	\$360	\$8,720
Diciembre	\$380,021.77	\$10,296	\$420	\$390,737.77
Total	\$4,016,512.48	\$98,950.45	\$3,600	\$4,119,062.93

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Egresos 2023							
	Capital de préstamo	Intereses	Mercancía	Sueldos	Renta	Soporte técnico	Dominio Web
Enero	\$13,055.56	\$660.74		\$30,200	\$13,000		\$ -
Febrero	\$13,055.56	\$643.98	\$563,731.13	\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Marzo	\$13,055.56	\$627.22		\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Abril	\$13,055.56	\$610.46	\$568,427.01	\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Mayo	\$13,055.56	\$593.70		\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Junio	\$13,055.56	\$576.94	\$579,795.55	\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Julio	\$13,055.56	\$560.19		\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Agosto	\$13,055.56	\$543.43	\$573,162.01	\$30,200	\$13,000	\$ -	
Septiembre	\$13,055.56	\$526.67		\$30,200	\$13,000	\$4,300	\$300
Octubre	\$13,055.56	\$509.91	\$568,034.28	\$30,200	\$13,000	\$ -	\$ -
Noviembre	\$13,055.56	\$493.15		\$30,200	\$13,000		
Diciembre	\$13,055.56	\$476.39	\$661,237.89	\$30,200	\$13,000		
Total	\$156,666.67	\$6,822.78	\$3,514,387.9	\$362,400	\$156,000	\$4,300	\$300

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Renovación de dominio	Hosting	Teléfono	Luz	Agua	Publicidad	Sueldos de clases	Total
	\$300	\$400	\$-	\$-	\$-	\$4,998	\$62,614.30
	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500	\$4,522	\$628,936.67
	\$300	\$400	\$-	\$-	\$-	\$4,522	\$62,104.78
	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500	\$4,522	\$633,599.03
	\$300	\$400	\$-	\$-	\$-	\$4,559.67	\$62,108.93
	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500	\$4,597.65	\$645,009.70
	\$300	\$400	\$-	\$-	\$-	\$4,974.20	\$62,489.94
	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500	\$5,026.56	\$638,771.55
\$300	\$300	\$400	\$-	\$-	\$-	\$5,026.56	\$67,408.78
	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500	\$5,026.56	\$633,610.30
	\$300	\$400		\$-	\$-	\$4,974.20	\$62,422.90
	\$300	\$400	\$400	\$184	\$2,500	\$6,126.12	\$727,879.95
\$300	\$3,600	\$4,800	\$2,400	\$1,104	\$15,000	\$58,875.52	\$ 4,286,956.84

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Ingresos 2024				
	Ventas	Clases	Renta de equipo	Total
Enero	\$359,983.03	\$8,470	\$363	\$368,816.03
Febrero	\$653,366.54	\$7,663.33	\$211.75	\$661,241.63
Marzo		\$7,663.33	\$211.75	\$7,875.08
Abril	\$658,809.09	\$7,663.33	\$211.75	\$666,684.17
Mayo		\$7,727.17	\$484	\$8,211.17
Junio	\$671,985.27	\$7,791.54	\$211.75	\$679,988.55
Julio		\$8,429.67	\$211.75	\$8,641.42
Agosto	\$664,296.96	\$8,518.40	\$211.75	\$673,027.11
Septiembre		\$8,518.40	\$363	\$8,881.40
Octubre	\$658,353.91	\$8,518.40	\$363	\$667,235.31
Noviembre		\$8,429.67	\$363	\$8,792.67
Diciembre	\$383,188.62	\$10,381.80	\$423.50	\$393,993.92
Total	\$4,049,983.41	\$99,775.04	\$3,630	\$4,153,388.45

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Egresos 2024						
	Capital de préstamo	Intereses	Mercancía	Sueldo	Renta	Soporte técnico
Enero	\$13,055.56	\$459.63		\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Febrero	\$13,055.56	\$342.87	\$565,812.24	\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Marzo	\$13,055.56	\$326.11		\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Abril	\$13,055.56	\$309.35	\$570,525.46	\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -

Mayo	\$13,055.56	\$292.59		\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Junio	\$13,055.56	\$275.83	\$581,935.96	\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Julio	\$13,055.56	\$259.07		\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Agosto	\$13,055.56	\$242.31	\$575,277.93	\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Septiembre	\$13,055.56	\$225.56		\$30,311.49	\$13,047.99	\$4,315.87
Octubre	\$13,055.56	\$208.80	\$570,131.27	\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Noviembre	\$13,055.56	\$192.04		\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Diciembre	\$13,055.56	\$175.28	\$663,678.96	\$30,311.49	\$13,047.99	\$ -
Total	\$156,666.72	\$3,309.44	\$ 3,527,361.8	\$363,737.86	\$156,575.90	\$4,315.87

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Renovación de dominio	Hosting	Teléfono	Luz	Agua	Publicidad	Sueldos de clases	Total
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,039.65	\$62,616.90
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$401.48	\$184.68	\$3,000	\$4,559.68	\$631,418.57
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,559.68	\$62,003.42
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$401.48	\$184.68	\$3,000	\$4,559.68	\$636,098.27
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,597.67	\$62,007.88
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$401.48	\$184.68	\$4,000	\$4,635.96	\$648,551.54
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,015.65	\$62,392.35
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$401.48	\$184.68	\$3,000	\$5,068.45	\$641,292.48
\$301.11	\$301.11	\$401.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,068.45	\$67,028.61
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$401.48	\$184.68	\$3,000	\$5,068.45	\$636,112.30
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,015.65	\$62,325.31
\$ -	\$301.11	\$401.48	\$401.48	\$184.68	\$4,000	\$6,177.17	\$731,735.19
\$301.11	\$3,613.29	\$4,817.72	\$2,408.86	\$1,108.08	\$20,000	\$59,366.15	\$4,303,582.82

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Ingresos 2025				
	Ventas	Clases	Renta de equipo	Total
Enero	\$364,482.81	\$8,575.88	\$366.03	\$373,424.71
Febrero	\$661,533.62	\$7,759.13	\$213.51	\$669,506.26
Marzo		\$7,759.13	\$213.51	\$7,972.64
Abril	\$667,044.20	\$7,759.13	\$213.51	\$675,016.84
Mayo		\$7,823.76	\$488.03	\$8,311.79
Junio	\$680,385.08	\$7,888.93	\$213.51	\$688,487.53
Julio		\$8,535.04	\$213.51	\$8,748.55
Agosto	\$672,600.68	\$8,624.88	\$213.51	\$681,439.07
Septiembre		\$8,624.88	\$366.03	\$8,990.91
Octubre	\$666,583.33	\$8,624.88	\$366.03	\$675,574.23
Noviembre		\$8,535.04	\$366.03	\$8,901.06
Diciembre	\$387,978.48	\$10,511.57	\$427.03	\$398,917.08
Total	\$4,100,608.21	\$101,022.23	\$3,660.25	\$4,205,290.68

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Egresos 2025						
	Capital de préstamo	Intereses	Mercancía	Sueldos	Renta	Soporte técnico
Enero	\$13,055.56	\$158.52	\$ -	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Febrero	\$13,055.56	\$141.76	\$567,901.03	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Marzo	\$7,500	\$125		\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Abril	\$7,500	\$117.50	\$572,631.65	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Mayo	\$7,500	\$110		\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Junio	\$7,500	\$102.50	\$584,084.28	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Julio	\$7,500	\$95		\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Agosto	\$7,500	\$87.50	\$577,401.67	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Septiembre	\$7,500	\$80		\$30,423.39	\$13,096.16	\$4,331.81
Octubre	\$7,500	\$72.50	\$572,236.01	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Noviembre	\$7,500	\$65		\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Diciembre	\$7,500	\$57.50	\$666,129.04	\$30,423.39	\$13,096.16	\$ -
Total	\$101,111.12	\$1,212.78	\$3,540,383.67	\$365,080.66	\$157,153.93	\$4,331.81

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Renovación de dominio	Hosting	Teléfono	Luz	Agua	Publicidad	Sueldos de clases	Total
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,102.65	\$62,541.45
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$402.96	\$185.36	\$3,500	\$4,616.68	\$634,028.07
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,616.68	\$56,466.41
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$402.96	\$185.36	\$3,500	\$4,616.68	\$633,178.87
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$ -	\$ -	\$ -	4,655.14	\$56,489.86
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$402.96	\$185.36	\$6,000	\$4,693.91	\$647,193.74
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,078.35	\$56,898.07
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$402.96	\$185.36	\$3,500	\$5,131.80	\$638,434.02
\$302.22	\$302.22	\$402.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,131.80	\$61,570.56
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$402.96	\$185.36	\$3,500	\$5,131.80	\$633,253.36
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,078.35	\$56,868.07
\$ -	\$302.22	\$402.96	\$402.96	\$185.36	\$5,000	\$6,254.39	\$729,753.97
\$302.22	\$3,626.63	\$4,835.51	\$2,417.75	\$1,112.17	\$25,000	\$60,108.22	\$4,266,676.45

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Ingresos 2026				
	Ventas	Clases	Renta de equipo	Total
Enero	\$369,038.85	\$8,683.07	\$369.08	\$378,091.00
Febrero	\$669,802.79	\$7,856.11	\$215.29	\$677,874.20
Marzo		\$7,856.11	\$215.29	\$8,071.41
Abril	\$675,382.25	\$7,856.11	\$215.29	\$683,453.66
Mayo		\$7,921.56	\$492.10	\$8,413.66
Junio	\$688,889.90	\$7,987.54	\$215.29	\$697,092.73
Julio		\$8,641.73	\$215.29	\$8,857.02
Agosto	\$681,008.19	\$8,732.69	\$215.29	\$689,956.17
Septiembre		\$8,732.69	\$369.08	\$9,101.77
Octubre	\$674,915.62	\$8,732.69	\$369.08	\$684,017.39
Noviembre		\$8,641.73	\$369.08	\$9,010.80
Diciembre	\$392,828.21	\$10,642.97	\$430.59	\$403,901.77
Total	\$4,151,865.81	\$102,285	\$3,690.75	\$4,257,841.57

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Egresos 2026						
	Capital de préstamo	Intereses	Mercancía	Sueldos	Renta	Soporte técnico
Enero	\$7,500.00	\$50.00	\$ -	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Febrero	\$7,500.00	\$42.50	\$569,997.53	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Marzo	\$7,500.00	\$35		\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Abril	\$7,500.00	\$27.50	\$574,745.61	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Mayo	\$7,500.00	\$20		\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Junio	\$7,500.00	\$12.50	\$586,240.52	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Julio	\$7,500.00	\$5		\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Agosto	\$ -	\$ -	\$579,533.24	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Septiembre	\$ -	\$ -		\$30,535.70	\$13,144.51	\$4,347.80
Octubre	\$ -	\$ -	\$574,348.51	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Noviembre	\$ -	\$ -		\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Diciembre	\$ -	\$ -	\$668,588.17	\$30,535.70	\$13,144.51	\$ -
Total	52,500.00	\$192.50	\$3,553,453.58	\$366,428.42	\$157,734.09	\$4,347.80

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Renovación de dominio	Hosting	Teléfono	Luz	Agua	Publicidad	Sueldos de clases	Total
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,166.43	\$57,104.42
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$404.45	\$186.05	\$4,000	\$4,674.39	\$631,192.90
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,674.39	\$56,597.38
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$404.45	\$186.05		\$4,674.39	\$635,925.98
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$4,713.33	\$56,621.32
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$404.45	\$186.05	\$7,000	\$4,752.59	\$650,484.09
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,141.83	\$57,034.82
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$404.45	\$186.05	\$4,000	\$5,195.95	\$633,707.67
\$303.33	\$303.33	\$404.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,195.95	\$54,235.07
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$404.45	\$186.05	\$4,000	\$5,195.95	\$628,522.94
\$ -	\$303.33	\$404.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$5,141.83	\$49,529.82

\$	\$303.33	\$404.45	\$404.45	\$186.05	\$6,000	\$6,332.57	\$725,899.21
-							
\$303.33	\$3,640.02	\$4,853.36	\$2,426.68	\$1,116.27	\$29,000	\$60,859.58	\$4,236,855.62

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

La diferencia entre el total de ingresos y egresos da como resultado \$485,472 (\$1,685,789 - \$2,171,261) que sería el dinero que se tendría en bancos, pero cabe recordar que aún se debería gran parte del capital de préstamo.

5.5 Inflación

La inflación es el aumento en el precio de los bienes y servicio de una economía por lo que es importante considerarse al momento de hacer proyecciones. Para determinar la inflación promedio se tomará en cuenta el histórico de inflación anual de los 4 años anteriores y el pronóstico del año en curso (2021) proporcionado por el *Wordwide Inflation Data* que recopila información de los bancos centrales de diversos países económicamente importantes, a excepción del último perdido ya que ese se obtuvo del pronóstico realizado por el Banco de México.

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Inflación anual	6.77%	4.83%	2.83%	3.15%	4.58%

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en *Wordwide Inflation Data* < <https://www.inflation.eu/es/tasas-de-inflacion/mexico/inflacion-historica/ipc-inflacion-mexico.aspx> > y *El economista* < <https://www.economista.com.mx/economia/Inflacion-2021-en-4.58-especialistas-sector-privado-20210504-0021.html> >

Para poder pronosticar la inflación de los años siguientes se calculó la media de los años anteriores dando como resultado una inflación promedio de 4.43% anual, por lo que esta cifra se tomara para los siguientes años.

5.6 Punto de equilibrio

Se utilizó la fórmula de punto de equilibrio multiproductos debido a que se cuenta con la venta de diversos artículos, la cual se obtuvo de la siguiente manera:

- Se obtuvo la cantidad de piezas pronosticadas a vender de cada artículo del primer año (abril-diciembre 2022)
- Del total de artículos se designó el porcentaje correspondiendo a cada grupo de artículo.
- Era necesario obtener el precio de venta unitario de cada grupo de artículos, pero como dentro de cada grupo hay diferentes precios (aunque sea el mismo artículo) se promedió cual sería el precio de venta unitario y se hizo lo mismo para obtener el costo de variable unitario de cada grupo.
- Se calculó el margen de contribución unitario de cada grupo restando el precio de venta unitario menos el costo de venta unitario.
- Se calculó el margen de contribución ponderado multiplicando el margen de contribución unitario por el porcentaje de participación de cada artículo.
- Al tener los datos siguientes se obtuvo el punto de equilibrio total dividiendo los costos fijos totales entre el costo de contribución ponderado total ($372,351.22 / 217.98$) dando como resultado 1708 unidades.
- Finalmente se obtuvo el punto de equilibrio de cada artículo multiplicando el punto de equilibrio total entre el porcentaje de participación de cada artículo.

Punto de Equilibrio 2022					
Concepto	Cantidad	%	PU Promedio	C.V.U Promedio	MCU
Lijas	839	32.70%	\$175.00	\$104.13	\$70.88
Tablas	790	30.77%	\$863.57	\$675.00	\$188.57
Tenis	384	14.95%	\$1,591.67	\$1,022.37	\$569.29
Playeras y sudaderas	206	8.03%	\$859.00	\$552.63	\$306.38
Gorras y calcetas	72	2.79%	\$570.59	\$386.94	\$183.65
Llantas	88	3.41%	\$843.33	605.00	\$238.33
Baleros	88	3.41%	\$462.22	\$285.56	\$176.67
Otros	78	3.04%	\$383.89	\$238.00	\$145.89
Trucks	24	0.92%	\$1,114.29	\$742.14	\$372.14
Total	2566	100%			

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Concepto	MCP	C.F.T	P.E.U
Lijas	\$23.17	\$372,351.22	559
Tablas	\$58.02		526
Tenis	\$85.08		255
Playeras y sudaderas	\$24.60		137
Gorras y calcetas	\$5.12		48
Llantas	\$8.13		58
Baleros	\$6.02		58
Otros	\$4.43		52
Trucks	\$3.41		16
Total	\$217.98		1708

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

5.7 Balance general

Balance general al 31 de diciembre de 2022					
Activo			Pasivo		
<i>Circulante</i>			<i>Largo Plazo</i>		
Bancos	\$438,038.30		Crédito	\$ 564,444.00	
Almacén	\$250,655.00		Total Pasivo		\$564,444.00
Total Activo Circulante		\$688,693.30	<i>Capital</i>		
<i>Fijo</i>			Utilidad neta después de impuestos		\$233,717.30
Equipo de oficina	\$ 40,190.00		Pasivo más capital		\$798,161.30
Equipo de entrenamien.	\$ 3,470.00				
Equip. Prot.	\$ 3,150.00				
Página Web	\$ 47,200.00				
IMPI	\$ 2,458.00				
Deposito	\$ 13,000.00				
Total Activo Fijo		\$109,468.00			
Total Activos		\$798,161.30			

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Balance general al 31 de diciembre de 2023					
Activo			Pasivo		
<i>Circulante</i>			<i>Largo Plazo</i>		
Bancos	\$ 265,196.00		Crédito	\$407,777.33	
Almacén	\$ 330,618.78		Total Pasivo		\$407,777.33
Total Activo Circulante		\$ 595,814.78	<i>Capital</i>		
<i>Fijo</i>			Util. de ejer. anteriores	\$233,717.30	
Equipo de oficina	\$ 40,190.00		Utilidad del ejercicio	\$ 63,788.15	
Equipo de entrenamien.	\$ 3,470.00		Utilidad neta después de impuestos		\$297,505.45
Equip. Prot.	\$ 3,150.00		Pasivo más capital		\$705,282.78
Página Web	\$ 47,200.00				
IMPI	\$ 2,458.00				
Deposito	\$ 13,000.00				
Total Activo Fijo		\$ 109,468.00			
Total Activos		\$ 705,282.78			

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Balance general 2024					
Activo			Pasivo		
<i>Circulante</i>			Corto Plazo		
Bancos	\$115,001.69		Imp. por pág.	\$260.40	
Almacén	\$331,839.12		<i>Largo Plazo</i>		
Total Activo Circulante		\$446,840.81	Crédito	\$151,110.61	
<i>Fijo</i>			Total Pasivo		\$151,371.01
Equip. Ofc.	40,190.00		<i>Capital</i>		
Equip. Entr.	\$3,470.00		Capital social	\$100,000	
Equip. Prot.	\$3,150.00		U. Ejer. 2023	\$297,505.30	
Página Web	\$47,200.00		U. Ejer. 2024	\$7,432.50	
IMPI	\$2,458.00		Utilidad después de impuestos		\$404,937.80
Deposito	\$13,000.00		Pasivo más capital		\$556,308.81
Total Activo Fijo		\$109,468.00			
Total Activos		\$556,308.81			

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Balance general 2025					
Activo			Pasivo		
<i>Circulante</i>			Corto Plazo		
Bancos	\$53,615.93		Imp. por pág.	\$3,054.08	
Almacen	\$333,064.52		<i>Largo Plazo</i>		
Total Activo Circulante		\$386,680.45	Crédito	\$49,999.67	
<i>Fijo</i>			Total Pasivo		\$53,053.75
Equip. Ofc.	\$40,190.00		<i>Capital</i>		
Equip. Entr.	\$3,470.00		Capital social	\$100,000.00	
Equip. Prot.	\$3,150.00		U. Ejer. 2024	\$305,198.40	
Página Web	\$47,200.00		U. Ejer. 2025	\$ 37,896.30	
IMPI	\$2,458.00		Utilidad después de impuestos		\$443,094.7
Deposito	\$13,000.00		Pasivo más capital		\$496,148.45
Total Activo Fijo		\$109,468.00			
Total Activos		\$496,148.45			

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Balance general 2026					
Activo			Pasivo		
<i>Circulante</i>			<i>Corto Plazo</i>	\$5,598.79	
Bancos	\$ 77,101.46		Imp. por pág.		
Almacén	\$334,294.08		<i>Largo Plazo</i>		
Total Activo Circulante		\$411,395.54	Crédito	\$ -	
<i>Fijo</i>			Total Pasivo		\$5,598.79
Equip. Ofc.	\$40,190.00		<i>Capital</i>		
Equip. Entr.	\$3,470.00		Capital social	\$ 100,000.00	
Equip. Prot.	\$3,150.00		U. Ejer. 2025	\$ 346,148.45	
Página Web	\$47,200.00		U. Ejer. 2026	\$ 69,116.30	
IMPI	\$2,458.00		Utilidad después de impuestos		\$515,264.75
Deposito	\$13,000.00		Pasivo más capital		\$520,863.54
Total Activo Fijo		\$109,468.00			
Total Activos		\$520,863.54			

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

5.8 Estado de resultados

Estado de resultados del 2022		
Ventas	\$1,465,431	
Costo de ventas	\$1,024,363	
Utilidad Bruta		\$441,068
Gastos de operación		\$215,747
Gastos administrativos	\$4,671.00	
Gastos financieros	\$211,076	
Utilidad de operación		\$225,321
Otros ingresos	\$55,830	
Utilidad del ejercicio		\$281,151
ISR	\$47,433.70	
Utilidad Neta		\$233,717.30

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Estado de resultados del 2023		
Ventas	\$4,016,512.48	
Costo de ventas	\$3,434,424.16	
Utilidad Bruta		\$ 582,088.32
Gastos de operación		\$ 615,902.30
Gastos administrativos	\$609,080	
Gastos financieros	\$6,822.78	
Utilidad de operación		-\$ 33,813.98
Otros ingresos	\$ 102,550.45	
Utilidad del ejercicio		\$ 68,736.47
ISR	\$4,948.32	
Utilidad Neta		\$ 63,788.15

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Estado de resultados del 2024		
Ventas	\$4,049,983.41	
Costo de ventas	\$3,526,141.22	
Utilidad Bruta		\$ 523,842.19
Gastos de operación		\$ 619,554.28
Gastos administrativos	\$ 616,244.84	
Gastos financieros	\$ 3,309.44	
Utilidad de operación		-\$ 95,712.09
Otros ingresos	\$ 103,405.04	
Utilidad del ejercicio		\$ 7,692.95
ISR	\$260.45	
Utilidad Neta		\$ 7,432.50

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Estado de resultados del 2025		
Ventas	\$4,100,608.21	
Costo de ventas	\$3,539,158.63	
Utilidad Bruta		\$ 561,449.58
Gastos de operación		\$ 625,181.68
Gastos administrativos	\$623,968.9	
Gastos financieros	\$1,212.78	
Utilidad de operación		-\$ 63,732.10
Otros ingresos	\$ 104,682.48	
Utilidad del ejercicio		\$ 40,950.38
ISR	\$3,054.08	
Utilidad Neta		\$ 40,950.38

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Estado de resultados del 2026		
Ventas	\$4,151,865.81	
Costo de ventas	\$3,552,224.02	
Utilidad Bruta		\$ 599,641.79
Gastos de operación		\$ 630,902.45
Gastos administrativos	\$ 630,709.95	
Gastos financieros	\$192.50	
Utilidad de operación		-\$ 31,260.66
Otros ingresos	\$105,975.75	
Utilidad del ejercicio		\$ 74,715.09
ISR		
Utilidad Neta		\$ 74,715.09

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

5.9 Flujo de efectivo

Podemos observar que los egresos han sido mayores que los ingresos debido principalmente al pago de la deuda que se había conseguido al principio de las operaciones para financiar los gastos futuros, por lo que cada vez que se pagaba mayor cantidad de la deuda el flujo fue aumentando hasta alcanzar en el quinto año un valor positivo e ir aumentando de ahí en adelante.

Flujo de efectivo						
Actividad	Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Operación	Ventas	\$1,465,431.19	\$4,016,512.48	\$4,049,983.41	\$4,100,608.21	\$4,151,865.8
	Mercancía	\$1,275,017.80	\$3,514,387.8	\$3,527,361.8	\$3,540,383.6	\$3,553,453.5
	Sueldos	\$153,000.00	\$421,275.52	\$423,104.01	\$425,188.88	\$427,287.99
	Renta	\$39,000.00	\$156,000.00	\$156,575.90	\$157,153.93	\$157,734.09
	Deposito	\$ 13,000.00				
	Página Web	\$47,200.00	\$8,500.00	\$8,230.27	\$8,260.66	\$8,291.15
	Servicios	\$2,076.00	\$8,304.00	\$8,334.66	\$8,365.42	\$8,396.31
	Publicidad	\$ 12,500.00	\$ 15,000.00	\$ 20,000.00	\$ 25,000.00	\$29,000.00
	Clases	\$53,520.00	\$ 98,950.45	\$ 99,775.04	\$101,022.23	\$102,285.00
	Renta de equipo	\$2,310.00	\$3,600.00	\$3,630.00	\$3,660.25	\$3,690.75
Inversión	Equipo y mobiliario	\$40,190.00				
	Constitución	\$4,500.00				
	IMPI	\$2,458.00				
	Equipo de protección	\$3,150.00				
	Patinetas	\$3,470.00				
Financiamiento	Capital de préstamo	\$85,555.56	\$156,666.67	\$156,666.72	\$101,111.12	\$52,500.00
	Intereses	\$4,671.67	\$6,822.78	\$3,309.44	\$1,212.78	\$192.50
Total		-\$164,527.83	-\$167,893.91	-\$150,194.37	-\$61,385.77	\$20,985.95

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

5.10 V.A.N. y T.I.R.

La tasa promedio que te ofrecen actualmente los bancos en México es del 4%²⁵ la cual sería la tasa de referencia que tomaríamos para la viabilidad para invertir en este proyecto.

Costo de deuda	
Valor nominal	\$200,000
Tasa anual	6%
0	\$ -200,000
1	\$ 58,472
2	\$ 68,944
3	\$ 67,611
4	\$ 11,139
TIR	1.42%
VNA	0.0

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

25 Banxico, Tasas y precios de referencia y Grupo de Trabajo de Tasas de Referencia (GTTR), 2021, (S/P),

< <https://www.banxico.org.mx/mercados/tasas-precios-referencia-valo.html> >

Para obtener el valor actual neto utilizamos la formula general:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Valor Actual Neto	
Periodo	VAN
0	-\$200,000
1	\$55,162.47
2	\$61,360.31
3	\$56,767.59
4	\$8,823.04
Total	\$182,113.42
VAN	-\$17,886.58

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

La T.I.R y V.A.N del segundo préstamo se ve de la siguiente forma

Costo de deuda	
Valor nominal	\$450,000
Tasa anual	6%
0	\$ -450,000
1	\$ 31,755
2	\$ 94,545
3	\$ 192,365
4	\$ 91,185
5	\$ 52,693
TIR	0.90%
VNA	0

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Valor Actual Neto	
Periodo	VAN
0	-\$450,000
1	\$ 29,957.55
2	\$84,144.71
3	\$ 161,513.36
4	\$72,227.06
5	\$39,374.90
Total	\$387,217.59
VAN	-\$62,782.41

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones de la empresa Back to Back

Es importante recordad que los financiamientos fueron por parte del gobierno y familiares del emprendedor es por ello que su principal objetivo no es la generación de ingresos si no el apoyo al proyecto.

5.11 Principales razones financieras

Liquidez:

2022: Activo Circulante/Pasivo a corto plazo = $688,693.30 / 1 = 688,693.30$

2026: Activo Circulante/Pasivo a corto plazo = $411,395.54 / 5,598.79 = 73.47$

Endeudamiento

2022: Total de pasivo/total de activo = $564,444 / 798,161.30 = 70.71\%$

2026: Total de pasivo/total de activo = $5,598.79 / 520,863.54 = 1.07\%$

Rendimiento de Capital

2022: Utilidad neta / capital = $233,717.30 / 650,000 = 35.95\%$

2026: Utilidad neta / capital = $515,264.75 / 750,000 = 68.70\%$

Conclusiones

Al realizar este trabajo pude comprobar ciertas hipótesis e ideas que tenía sobre la viabilidad acerca de este proyecto, comprendiendo de una mejor manera como se comporta el mercado nacional de este deporte, los factores que interfieren directa e indirectamente al proyecto y las implicaciones económicas que conlleva consigo, los cuales, están principalmente involucrados en el emprendimiento de una tienda de skate y ligados directamente con el éxito de la misma. A partir de la información recapitulada se pudieron concluir diversos puntos.

1. El skateboard es un deporte que ha ido creciendo cada año en el país y seguirá haciéndolo debido a su aceptación por la sociedad y su introducción como deporte olímpico, generando nuevos mercados y nuevas oportunidades de expansión tanto nacional como internacional.
2. Los padres de familia cuentan con mayor disponibilidad para que sus hijos practiquen skateboard, ya que se ha ido entendiendo la complejidad de esta disciplina y los beneficios que trae consigo su práctica, comenzando a verlo como cualquier deporte profesional como fútbol, basquetbol y otros más, por lo que es un mercado en constante crecimiento donde se estará dispuestos a pagar más por clases profesionales que aporten mayores beneficios a los usuarios en diversos aspectos de su vida cotidiana.
3. Los patinadores nacionales están muy interesados en comprar productos de marcas que ellos desean y no solo lo que les ofrece el mercado. Por ello la exclusividad y variedad de productos es un diferenciador importante donde podemos sobresalir de las otras tiendas existentes en la Ciudad de México, ofreciendo lo que la demanda desea y no solo lo que el mercado pueda ofrecer.
4. Al tener la tienda física las ventas aumentan de una forma importante, pero a su vez los gastos hacen los mismo. Si no se plantea la viabilidad de brindar clases de skate los egresos hubieran superado a los ingresos debido al pago de rentas, sueldos, intereses y capital de financiamiento. Gracias a las clases es de donde se obtenían ingresos extra para solventar los diversos gastos que se generan.

5. En la proyección financiera no se contempló la asociación con el gobierno de la ciudad para la creación de la escuela de skate gratuita, pero aun así resulta un servicio muy rentable que empata muy bien con la tienda, ya que crea confianza en la marca y brinda un servicio completo.
6. El principal problema para poder crear una skateshop con una gran variedad de productos es el financiamiento. En este trabajo se contemplan dos financiamientos, uno por parte del gobierno y otro por parte de inversionistas particulares (familiares). El retorno de inversión que obtuvieron fue negativo ya que tenían una tasa de interés muy baja. Si no se hubiera financiado el proyecto de esta forma muy probablemente se hubieran tenido pérdidas por los pagos de intereses y capital que se hubieran realizado con bancos u otros inversionistas privados con tasas de interés mucho mayores, ya que ellos tienen como fin generar mayor riqueza.
7. Las tiendas de skate tradicionales tienden a cerrar sus puertas por la falta de planeación financiera, ya que resulta muy costoso comprar mercancía y la mayoría de los proveedores no cuentan con financiamiento para la compra de sus productos obligan a los dueños de las tiendas a generar deudas que después no pueden pagar, de ahí la importancia de tener un plan de negocios bien estructurado.
8. El correcto manejo de entradas y salidas del almacén es de vital importancia ya que es aquí donde se puede generar perdidas por el exceso de mercancía o la falta de ella, apoyándonos de la correcta estimación de la demanda y los registros previos que tengamos de ella.
9. El proyecto como se plantea es rentable debido a los diversos factores que se pudieron presentarse, aunque en un inicio los flujos de efectivos son negativos a partir del quinto año cuando se salda la deuda de financiamiento, el flujo comienza a ser positivo e ira aumentando brindando mayores utilidades. Además, es aún más rentable ya que con base en mi experiencia como patinador y mi relación laboral con este deporte, he comprobado que en el transcurso del tiempo siempre se van presentando nuevos proyectos e ideas que permitan generar mayores ingresos a la par de nuestro giro principal, permitiendo apoyar a los patinadores nacionales.

10. Con este proyecto se tiene la posibilidad de captar un gran segmento de mercado, no solo en la venta de productos y el servicio de clases, si no de expandirnos a la generación de una marca de productos y creación de artículos de skate como patinetas, ya que estando dentro del mercado resulta más fácil transitar a otras áreas del mismo, teniendo el apoyo de nuestros clientes y algunos proveedores, por lo que la generación de utilidades puede ir creciendo consecutivamente cada mes desde diversos puntos del nicho de mercado.
11. Back to Back Skateshop es un proyecto que en los primeros años se deberá enfocar en pagar sus deudas la cual consistirán principalmente en el financiamiento (aunque si se irán generando utilidades menores) para después poder tener ingresos que permitan expandir el negocio y brindar rentabilidad a los socios.

Fuentes

1. *Rough Cut: Jamie Foy and Torey Pudwill's «Golden Foytime» Footage*. (2018, 27 abril). Thrasher Magazine. <https://www.thrasher magazine.com/articles/videos/rough-cut-jamie-foy-and-torey-pudwill-s-golden-foytime-footage/>
2. *Rough Cut: Jamie Foy and Torey Pudwill's «Golden Foytime» Footage*. (2018c, abril 27). [Fotografía]. Thrasher Magazine. <https://www.thrasher magazine.com/articles/videos/rough-cut-jamie-foy-and-torey-pudwill-s-golden-foytime-footage/>
3. Castillo, J. A. (2016, 9 marzo). *La Escena Skate en México*. Diario al momento. <https://diarioalmomento.com/la-escena-skate-en-mexico-NTIze3Te3.htm>
4. Silva, F., & Rizo, O. (2015, 14 abril). *Honor Roll Skate – Nike SB México*. (302) Trescientosdos skateboarding. <https://302skateboarding.com/honor-roll-skate-de-nike-sb-mexico/>
5. *Presentación de resultados censo 2020 Ciudad de México*. (s/f). INEGI. Recuperado marzo de 2021, de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/doc/cpv2020_pres_res_cdmx.pdf
6. *CDMX, la quinta ciudad más habitada en el mundo: ONU*. (2018, 16 mayo). Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/cdmx-la-quinta-ciudad-mas-habitada-en-el-mundo-onu/>

7. *Censo de Población y Vivienda 2020 de Población de 12 años y más.* (s/f). INEGI. Recuperado marzo de 2021, de <https://www.inegi.org.mx/sistemas/Olap/Proyectos/bd/censos/cpv2020/P12Mas.asp>
8. *Lijaslokas.* (2020, noviembre). [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/lijaslokas/>
9. *Skatepark Constituyentes.* (s/f). Google Maps. Recuperado marzo de 2021, de <https://www.google.com/maps/place/Skatepark+Constituyentes/@19.4073942,-99.1971302,16z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xcfc4edb4469047c3!8m2!3d19.4085835!4d-99.1993322>
10. *Truck Guide.* (s/f). Independent Truck Company. Recuperado abril de 2021, de <https://independenttrucks.com/truck-guide>
11. *Choose The Right Size For You.* (s/f). Thunder Trucks. Recuperado abril de 2021, de <https://www.thundertrucks.com/sizing/>
12. *Guía Para Ruedas De Skateboard.* (s/f). SKATEPRO. Recuperado abril de 2021, de <https://www.skatepro.com.mx/a536.htm#:~:text=Ruedas%20duras%20proporcionan%20mayor%20velocidad,lentas%20y%20ofrecen%20menor%20durabilidad>
13. *Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).* (s/f). Gobierno De México. Recuperado abril de 2021, de <https://www.gob.mx/tuempresa/articulos/crea-tu-sociedad-por-acciones>

14. *Ley General De Sociedades Mercantiles*. (2016, 4 junio). Cámara de Diputados. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618.pdf
15. *Solicitud de registro de marca ante el IMPI*. (s/f). Gobierno de México. Recuperado abril de 2021, de <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>
16. *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018*. (2018). ENSANUT. https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_presentacion_resultados.pdf
17. Ramos, M. (s/f). *Sobrepeso y obesidad en niños, niñas y adolescentes*. UNICEF. Recuperado Marzo de 2021, de <https://www.unicef.org/mexico/sobrepeso-y-obesidad-en-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-y-adolescentes>
18. Méndez, M. (2017, 3 agosto). *El Crecimiento Del Skateboarding en México*. PXSPORTS. <http://pxsports.com/2017/08/el-crecimiento-del-skateboarding-en-mexico/>
19. *Parque Lira Skatepark*. (2020, abril). [Fotografía]. Ampa Skate. <https://www.ampaskatemx.com/parque-lira-skatepark-info>
20. *Skate Park Constituyentes*. (s/f). [Fotografía]. Pro Bosque Chapultepec. <https://chapultepec.org.mx/actividad/skate-park-constituyentes/>

21. Sosa, I. (2020, 22 marzo). *Llevar a Iztapalapa plantas de humedal* [Fotografía]. Reforma.
https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?_rval=1&urlredirect=https://www.reforma.com/llevar-a-iztapalapa-plantas-de-humedal/ar1902079?referer=-7d616165662f3a3a6262623b727a7a7279703b767a783a-
22. *Chilango Skate*. (s/f). Chilango Skate. Recuperado marzo de 2021, de <https://chilangoskate.com/shop/>
23. *Peach and Bones Skateshop*. (s/f). Peach and Bones Skateshop. Recuperado marzo de 2021, de <https://pbskateshop.com/>
24. Segundamano Skate. (2021, 12 marzo). *Compra y venta de artículos de skate* [Grupo de Facebook]. Facebook.
<https://www.facebook.com/groups/segundamanoskate>
25. Calva, E. (2018, 16 octubre). *TODO lo que necesitas para abrir un negocio de clases de patineta*. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/321752>
26. *Nuestras clases Ollie School*. (s/f). Ollie School. Recuperado marzo de 2021, de <https://ollieschool.mx/Home/Clases>
27. *Estadísticas a propósito del Día mundial de la población (11 de Julio)*. (2019, 10 julio). INEGI.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Poblacion2019_Nal.pdf

28. *Panorama sociodemográfico de México*. (s/f). INEGI. Recuperado marzo de 2021, de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/tableros/panorama/>
29. *Distribución del Nivel Socioeconómico de los Hogares 2018*. (s/f). NSE. Recuperado marzo de 2021, de <https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=2018>
30. Tomasini, C. (2019, 17 enero). *Skateboarding en México*. López-Dóriga Digital. <https://lopezdoriga.com/deportes/skateboarding-en-mexico/>
31. Pacheco, J., & Urdapilleta, L. (2017, 11 noviembre). *Así es como el skateboarding está transformando la CDMX*. Chilango. <https://www.chilango.com/ciudad/skateboarding-en-la-cdmx/>
32. *Servicios*. (s/f). INJUVE CDMX. Recuperado abril de 2021, de <https://www.injuve.cdmx.gob.mx/servicios>
33. *Clases de Skate en Ciudad de México*. (s/f). superprof. Recuperado abril de 2021, de <https://www.superprof.mx/clases/skate/ciudad-de-mexico/>
34. García, F. (2019, 14 agosto). *Ollie school, skateboarding sin límite de edades*. Chilango. <https://www.chilango.com/ocio/ollie-school-escuela-de-skateboarding/>
35. Rabioso Mx [Rabioso Mx]. (2021, 8 abril). *Negocio Local* [Pagina de Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/rabiosomx/posts/526990381012839/>

36. *Sk8topia: Aprende a andar en patineta*. (2019, 11 marzo). Donde ir. <https://www.dondeir.com/colaboradores/sk8topia-aprende-a-andar-en-patineta/2018/06/>
37. *Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015 Estados Unidos Mexicanos*. (s/f). INEGI. Recuperado abril de 2021, de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825078966.pdf
38. *Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica ENADID 2018*. (s/f). INEGI. Recuperado abril de 2021, de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enadid/2018/doc/resultados_enadid18.pdf
39. *ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA JUVENTUD (12 DE AGOSTO) DATOS NACIONALES*. (2020, 10 agosto). INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/Juventud2020Nal.pdf>
40. *Censo Población y Vivienda 2020*. (s/f). INEGI. Recuperado abril de 2021, de https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Resultados_generales
41. *X GAMES*. (s/f). Wikipedia. Recuperado abril de 2021, de https://es.wikipedia.org/wiki/X_Games
42. https://mexico.as.com/mexico/2017/04/28/masdeporte/1493337290_528254.html
(POR SI OCUPO DATOS DE OBESIDAD EN NIÑOS)

43. López, E. (2017, 29 abril). *La gran mayoría de los niños en México no hace deporte*. Diario AS México. https://mexico.as.com/mexico/2017/04/28/masdeporte/1493337290_528254.html
44. RESULTADOS DEL MÓDULO DE PRÁCTICA DEPORTIVA Y EJERCICIO FÍSICO 2018. (2019, 28 enero). INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/EstSociodemo/mopradef2019.pdf>
45. VAN y TIR. (s. f.). EconomíaFinanzas. Recuperado 28 de abril de 2021, de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
46. *Cómo calcular el punto de equilibrio para varios productos*. (2020, 26 marzo). PlandeNegociosPerú. <https://plandenegociosperu.com/2020/03/calcular-punto-de-equilibrio-para-varios-productos/>
47. Jiménez, D. (2015, 23 junio). *Comparación entre VAN y TIR*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/comparacion-entre-van-y-tir.html>
48. *Inflación histórica México - inflación IPC*. (s/f). Inflation.eu WORLDWIDE INFLATION DATA. Recuperado 29 de abril de 2021, de <https://www.inflation.eu/es/tasas-de-inflacion/mexico/inflacion-historica/ipc-inflacion-mexico.aspx>
49. Tasas y precios de referencia y Grupo de Trabajo de Tasas de Referencia (GTTR). (s/f). Banco de México. Recuperado 8 de mayo de 2021, de <https://www.banxico.org.mx/mercados/tasas-precios-referencia-valo.html>