



**PROYECTO
STOPPING THE RAIN**

PRESENTADO POR:

ERIKA JULIETH SOTO RAMOS

DUBERLYS MARIQUE

JOHANNA MORALES

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - DISTANCIA

BOGOTÁ

2018



**PROYECTO
STOPPING THE RAIN**

PRESENTADO POR:

ERIKA JULIETH SOTO RAMOS

DUBERLYS MARIQUE

JOHANNA MORALES

DOCENTE:

OSCAR JAVIER MORENO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - DISTANCIA

OPCIÓN DE GRADO 1

BOGOTÁ

2018

Tabla de contenido

1. Introducción -----	5
2. Justificación -----	7
3. Stakeholders -----	9
3.1 Internos -----	9
3.2 Externos -----	10
4. Desarrollo matriz estratégica -----	11
4.1 Objetivo general -----	11
4.2 Objetivos específicos -----	11
4.3 Misión -----	12
4.4 Visión -----	12
4.5 Valores -----	12
5. Análisis pestel -----	13
6. Análisis las cinco fuerzas de porter -----	13
6.1 Rivalidad entre los competidores del sector -----	13
6.2 La amenaza de entrada de nuevos competidores -----	14
6.3 Poder de negociación de los clientes -----	14
6.4 Poder de negociación de los proveedores -----	15
6.5 Amenaza d productos sustitutos -----	15
6.6 Matriz de porter -----	16
6.7 Análisis foda -----	17
6.8 Cadena de valor -----	18
7. Selección de la población objetivo -----	19
7.1 Selección de la técnica de recolección de información -----	22
7.2 Tabulación y análisis de los resultados -----	23
7.2.1 Resultado de encuestas -----	23
7.3 Análisis de los resultados de las encuestas -----	26
7.3.1 Tabulación y análisis de los resultados -----	26
8. Investigación de mercados -----	34

8.1 Estrategia del precio	34
8.2 Estrategia de distribución	35
8.2.1 Canal de distribución	35
8.2.2 Integrantes del canal	35
8.2.3 Técnicas relacionadas con la distribución	35
8.3 Estrategias de comercialización	36
8.4 Presupuesto de distribución	36
8.5 Estrategia de promoción	36
8.6 Estrategia de servicio	37
8.7 Estrategia de comunicación	37
9. Ficha técnica del producto	39
10. Conclusiones	40
11. Referencias web	41

Lista de figuras

Figura 1.	8
Figura 2.	9
Figura 3.	20
Figura 4.	34
Figura 5.	39

Lista de tablas

Tabla 1 Análisis pestel	13
Tabla 2 Matriz foda	17
Tabla 3 Cadena de valor	18
Tabla 4 Comparativo localidades Suba, Kennedy y Engativá	21
Tabla 5 Tabla resultado encuestas	23

1. Introducción

El propósito principal de este estudio es investigar la viabilidad que tiene la empresa STOPPING THE RAIN dedicada a la elaboración y venta de impermeables personalizados para montar bicicleta.

El uso de la bicicleta ha aumentado como medio de transporte y hoy en día son muchas las personas que la utilizan para como medio de transporte para evitar el tráfico del día a día, por economía y a la vez para hacer deporte mientras se traslada de un punto a otro, ofreciendo, igualmente, salud y bienestar.

Uno de los factores que más influyen en el momento de montar una bicicleta es el clima, especialmente en Bogotá, es variado, y de aquí nace la necesidad de encontrar y elaborar un producto para que los ciclistas se protejan de la lluvia que sea liviano, impermeable, personalizado y visible para disminuir el riesgo de accidentalidad en épocas de lluvia.

Este estudio es significativamente viable ya que se está buscando suplir una necesidad a los ciclistas de Bogotá especialmente en la localidad de suba, adicionalmente se estará aportando en la disminución de accidentalidad ya que los ciclistas serán más visibles para los demás conductores.

El material es el principal valor agregado que tiene este impermeable, ya que ofrece un sistema de protección adecuado y cómodo, Adicionalmente cuenta con un compartimento, hecho del mismo material, para proteger la maleta, adicionalmente su diseño personalizado se acomoda tanto ergonómicamente como al gusto de las personas que lo van a utilizar, en color y modelo, contando con los reflectivos de rigor ubicados tanto en las piernas, mangas y espalda.

Este estudio se ha desarrollado partiendo de un estudio de mercado donde se evidencia la gran necesidad que tienen los ciclistas para proteger su salud y su vida, además de un estudio financiero y legal ambiental que permitan probar su viabilidad como una opción de negocio.

Nombre del producto: Impermeable para ciclistas cómodo y personalizado STOPPING THE RAIN.

Aspectos innovadores:

- El material del que está hecho permite a la persona no se acalorarse, es decir, es muy fresco y flexible por lo que permite que la persona se mueva sin sentir incomodidad.
- Cuenta con un compartimento en la espalda para proteger el morral de la lluvia.
- Lleva bandas reflectabas en piernas, espalda y mangas

Bondades

- Por la composición del material, permite transpirabilidad, es decir, que el vapor de agua que produce el cuerpo durante el ejercicio pueda salir, haciendo que el cuerpo esté fresco sin mojarse de la lluvia.
- Es liviano e impermeable, es decir, que permite el movimiento del ciclista sin sentirse pesado.

Ventajas competitivas

- El material con el que está hecho, hace que sea diferente a los demás impermeables tradicionales que acaloran y no son cómodos de llevar.
- Cuenta con un espacio en la parte de atrás para que la maleta no se moje.

Usos

- Se usa para proteger a los ciclistas de la lluvia sin que sea incómodo, permitiendo la transpiración.
- Proteger la maleta del agua, ya que cuenta con un compartimento especialmente diseñado para tal fin.

2. Justificación

Teniendo en cuenta que las Manufacturas se encuentra el sector Textil y Confecciones que ingresó en el 2009, al programa de oportunidades (PTP) programa de transformación productiva,

Nace la idea del estudio de viabilidadde confesión, comercialización y venta de impermeables personalizados para ciclistas.

Este proyecto tiene como objetivo central la creación de una microempresa dedicada a la confesión y venta de impermeables para ciclistas personalizados en un material tipo tela de alta calidad que hace que la persona se sienta cómoda por lo liviano, por el material con que es elaborado no acalora como los demás impermeables que existen en el mercado, además cuenta con un protector para la maleta en la parte trasera de la chaqueta y un bolsillo para proteger la billetera y el celular de la lluvia por dentro de la misma.

La bicicleta se ha convertido en un medio de transporte muy importante para evitar trancones y optimizar tiempos de desplazamiento. En las principales ciudades de Europa, la bicicleta se ha convertido en un medio común para transportarse. En Colombia, aunque su uso no es tan notable como en dichos países, ha venido creciendo. Una ciudad como Bogotá, especialmente, ha sido escogida como la octava mejor ciudad en el mundo para transportarse en bicicleta (EroskiConsumer).

Según la revista PyM el uso de la bicicleta está en auge y ha aumentado en los últimos 10 años, con una conciencia de los beneficios que suministra este medio de transporte para la salud y el tiempo de movilización.

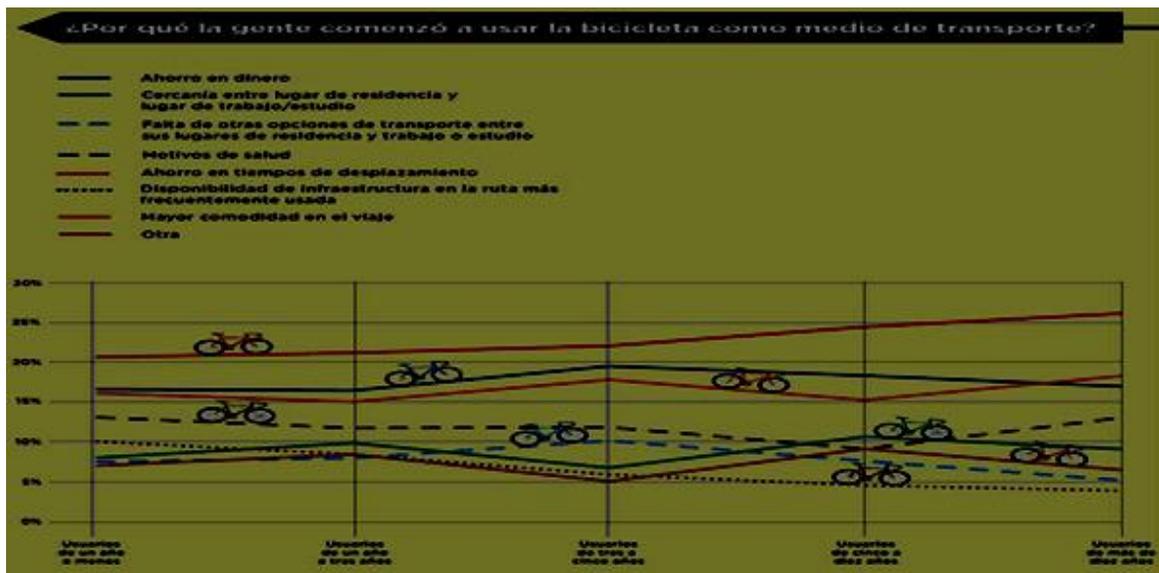
El ciclismo urbano es una tendencia en la actualidad, porque no solamente trae beneficios para la salud sino también para el medio ambiente; sin dejar a un lado el tema económico.

La ley sancionada por el presidente de la república la ley “probici” 1811 del 2016 promueve, impulsa e incentiva el uso continuo de la bicicleta por parte de los habitantes de la ciudad de Bogotá, donde la norma establece que por cada 30 veces que un usuario valide su ingreso a los sistemas de transporte masivo usando la bicicleta, como modo alimentador del sistema, recibirá

un pasaje gratuito. De igual manera ordena la instalación de parqueaderos públicos y privados para las bicicletas.

El último trimestre del 2016 la Alcaldía de Bogotá hizo un sondeo sobre por qué la gente comenzó a usar la bicicleta como medio de transporte, donde se destacan que las razones para usar bicicleta son: el ahorro de tiempo y dinero, cuidado al medio ambiente y comodidad. De igual manera mostró que hay personas que llevan desplazándose en bicicleta hasta diez años.

Ilustración 1. Por qué la gente comenzó a usar bicicleta como medio de transporte?



Tomado de: Página del Alcaldía Mayor de Bogotá. <http://www.bogota.gov.co/content/temas-de-ciudad/movilidad/quienes-usan-bici-en-bogota-la-prefieren-porque-ahorran-tiempo>

Figura 1.

Fuente: Elaboración propia

Por lo anteriormente expuesto, el ciclista necesita contar con protección ante el clima, que le permita movilizarse con comodidad bajo la lluvia y que no sea impedimento ni una excusa para no usar la bicicleta. Esto favorecerá el desplazamiento de los ciclistas con condiciones de protección tanto para el cuerpo como para las pertenencias (morril o maleta).

Los impermeables que actualmente utilizan los ciclistas están hechos a base de cauchos y plastificados que no permiten la transpiración y que tampoco protegen los suficiente. Adicionalmente son pesados y no permite pedalear cómodamente.

3. Stakeholders

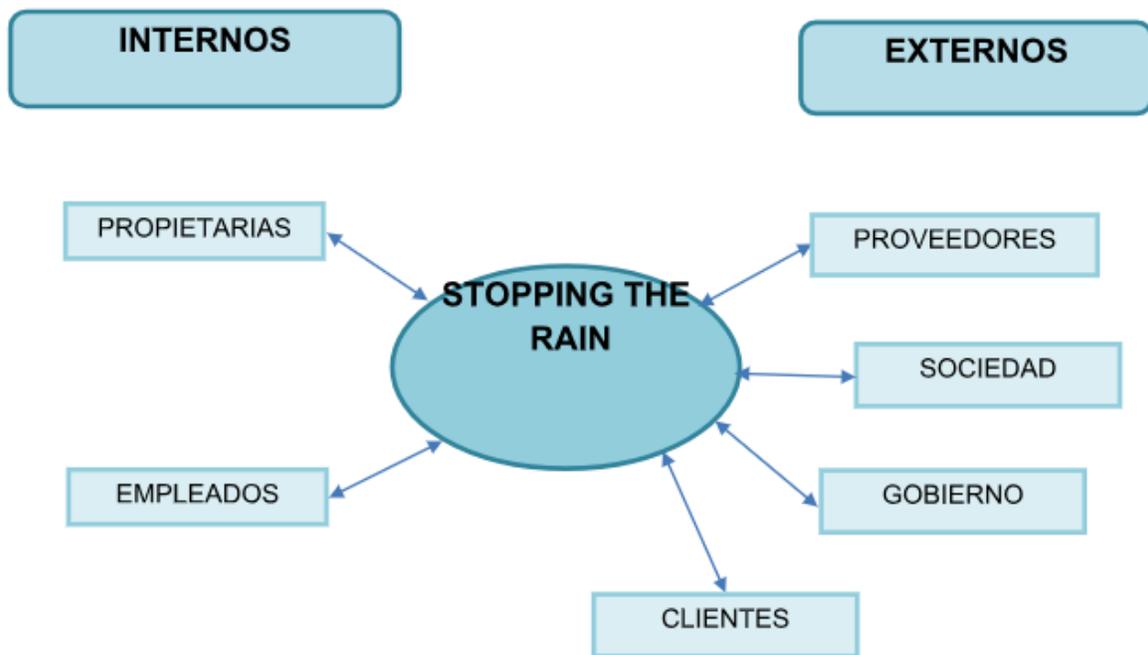


Figura 2.

Fuente: Elaboración propia

3.1 Internos:

Propietarias: Las creadoras de este proyecto, realizan los aportes intelectuales y económicos necesarios para poner en marcha su funcionamiento, logrando a través de la planeación estratégica que la empresa sea socialmente responsable, económicamente rentable y ambientalmente sostenible y que perdure con éxito en el futuro, dentro de un marco de administración de riesgos.

Empleados: Inicialmente contaremos con un equipo de trabajo de 2 empleados, los cuales se encargarán de los procesos de fabricación y despacho de los productos.

3.2 Externos:

Proveedores: Nuestros proveedores son los encargados de suministrarnos la materia prima y los insumos suficientes para la realización de nuestro producto final “impermeables para ciclistas”, dentro de los proveedores podemos encontrar: Comercializadora Quanto S.A, GrupotexCorp S.A.S, Fatelca S.A.S, entre otros. Es importante crear buenas relaciones con nuestros proveedores, para que los tiempos de entrega se cumplan.

Sociedad: Este proyecto nace con la ambición de ser socialmente responsable, porque a través el producto final se incentiva el uso de la bici, lo cual conlleva a que las personas la utilicen como medio de transporte sin importar el clima, debido a que ya cuentan con un impermeable perfecto y cómodo. El uso de la bici contribuye al buen estado físico de las personas y la facilidad para llegar a sus lugares de destino.

Gobierno: En la actualidad el gobierno apoya a la creación de empresas de confección con el objetivo de mejorar la competitividad del país y disminuir el índice de desempleo, es por esto

que Stopping the Rain quiere contribuir a este desarrollo, siendo una empresa sostenible en el mercado. Adicionalmente el gobierno incentiva el uso de la bicicleta como medio de transporte, contribuyendo el cuidado del medio ambiente, un ejemplo claro de esto lo podemos identificar el día sin carro.

Clientes: Para Stopping the Rain, lo más importante es el cliente, nosotros dependemos de nuestros compradores, por esto creamos las estrategias necesarias para su satisfacción y fidelización, para nosotros el reto más importante es el logro de tener y conseguir clientes, porque esto nos proporciona ventas, mayores ingresos y ante todo podemos sostenernos y seguir creciendo en un mercado tan competitivo.

4. Desarrollo matriz estratégica

4.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de impermeables personalizados para ciclistas en un material especial y liviano en la ciudad de Bogotá en la localidad de Suba.

4.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio técnico y tecnológico del proceso de producción de los impermeables con altos márgenes de calidad, teniendo en cuenta el material del que se estará elaborado.
- Analizar, financieramente, los costos del producto y los asociados al mismo, identificando las ganancias y pérdidas durante el proceso de elaboración, mercadeo y distribución de los impermeables.
- Contar con el personal idóneo tanto para la producción y manufactura como para el funcionamiento administrativo y financiero de la empresa.
- Estudiar los aspectos legales que conllevan la ejecución del proyecto.
- Analizar el impacto ambiental que se genera, derivado de la producción de estos impermeables.

4.3 Misión: Buscar ser un puente entre la comodidad y la seguridad de un ciclista bajo la lluvia. Estamos convencidos que el futuro en nuestro país va a girar en torno a mejorar la movilidad y esto se logra aumentando el uso de la bicicleta como medio de transporte, por eso venimos trabajando con pasión y profesionalismo en la creación de nuestros impermeables para ciclistas.

Nuestros impermeables son una opción segura y cómoda para los ciclistas que quieren protegerse de la lluvia y de los riesgos que conlleva manejar bajo ella, es por ello que día trabajamos en la elaboración de un producto que sea cómodo, flexible, anatómico y que cuente con todas las normas de seguridad para los ciclistas que quieren cambiar su estilo de vida y su manera de movilizarse en la ciudad.

4.4 Visión: Convertirnos en la primera empresa especializada en la elaboración y confección de impermeables para ciclistas personalizados para garantizar la comodidad, seguridad y estilo al momento de protegerse de la lluvia.

4.5 Valores

Respeto: Partimos del reconocimiento de los derechos y obligaciones y necesidades de cada uno de los miembros de la compañía y de nuestros clientes, garantizando relaciones armónicas y de confianza.

Honestidad: somos transparentes al momento de elaborar nuestros productos, por eso siempre hablamos claro generando credibilidad con nuestros empleados y clientes.

Servicio: Tener una actitud permanente de colaboración hacia los demás, trabajar con pasión día a día y demostrar sentimientos de gratitud hacia las personas hacen la diferencia.

Trabajo en equipo: Con el apoyo de todos los que intervienen en cada uno de los procesos de la elaboración del impermeable buscamos el logro de los objetivos organizacionales.

5. Análisis Pestel.

<p>P – POLÍTICOS</p> <p>El ministerio de transporte influye de manera positiva al uso de la bicicleta y por ende beneficia a nuestra empresa que busca diseñar impermeables que ayuden a que la actividad de montar bicicleta sea aun más agradable. El gobierno busca un incremento en la bicicleta como medio de transporte cotidiano, dando cumplimiento a la ley probici de 2.016 el grupo de asuntos ambientales y desarrollo sostenible del ministerio de transporte. De igual manera los ciclistas deben cumplir con el código nacional de transporte que especifica que deben utilizar chaleco reflectivo, o en sus prendas para ser visibles en las vías, casco abrochado de textura lisa revestido de icopor. Normas que rigen según el código nacional de transito para las bicicletas en Colombia articulo 94 y 95 capitulo V (5) Ciclistas.</p>	<p>E – ECONÓMICOS</p> <p>La bicicleta mejora la salud de los usuarios, con la consecuente disminución de gastos del estado en este ítem y la disminución del ausentismo laboral asociado. De igual manera se debe tener en cuenta la carga impositiva que se debe asumir como los son Impuestos nacionales (IVA impuestos sobre las ventas 19%. Impuestos regionales o departamentales (Impuestos de timbre y de rodamiento) Impuestos municipales (Impuesto industria y comercio, impuesto predial).</p>	<p>S – SOCIO-CULTURALES</p> <p>Los colombianos siempre buscando la economía, y teniendo en cuenta específicamente Bogotá que el transporte público en general ha tenido un incremento considerable, mas personas cada día optan por utilizar la bicicleta como un medio de transporte alternativo, ahorrando tiempo por trancones, optimizando tiempos de desplazamiento y una opción para hacer deporte y recreación.</p>
<p>T – TECNOLÓGICOS</p> <p>El gobierno en los últimos años a invertido en vías especiales para bicicletas en pavimentación, en saneamiento de las aguas lluvias, en iluminación, en paisajismo entre otros factores, para que el uso de la bicicleta sea una experiencia agradable y confortable.</p> <p>Hablando de tecnología el material del que está hecho nuestro producto le permite a la persona que no se acalore, es decir un material fresco y flexible. Es moderno porque tiene un compartimiento en la espalda que le permite proteger la maleta de la lluvia y adicional incorpora bandas reflectivas en piernas, espalda y mangas.</p>	<p>E – ECOLÓGICOS</p> <p>La bicicleta ayuda al cuidado del medio ambiente; una ciudad con alta circulación de bicicletas es una ciudad amigable con el medio ambiente, pues ayuda a reducir los niveles de contaminación ambiental y sus niveles de monóxido y dióxido de carbono, hidrocarburos, la misión de gases tóxicos para el ambiente y otras partículas que influyen en la contaminación del aire.</p>	<p>L – LEGALES</p> <p>El sector al que le pertenece el producto que estamos desarrollando según la clasificación de actividades económicas CIU de la DIAN es la fabricación de otros productos textiles (139 fabricación de otros productos textiles) 1392 confección de artículos con materiales textiles, De igual manera para la legalidad de la constitución y representación legal de la empresa como inscribirse a la cámara de comercio, la DIAN (Dirección de impuestos y aduanas nacionales), Secretaria de hacienda, Notaria civil del estado (Escritura pública) Y condiciones de seguridad o bomberos.</p>

Tabla 1.

Fuente: Elaboración propia

6. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

6.1 Rivalidad entre los competidores del sector.

Las empresas manufactureras de impermeables en Bogotá son en un 90% empresas que fabrican elementos de dotación industrial desarrollando elementos como botas, cascos, chalecos, capas, delantales industriales, guantes y uniformes de seguridad industrial. Por eso dentro de su

portafolio de servicios incluyen los impermeables, ya que son elementos de protección para el agua.

Competencia Directa: Almacenes de Grandes Superficies, Comercializadores de Almacenes Independientes, Comercializadores Online con producto similar que cumple con el mismo objetivo del Ciclo Impermeable

Competencia Indirecta: Comercializadores de productos impermeables para motociclistas

Productos Sustitutivos: Productores y comercializadores de productos elaborados con plástico

Alcance Geográfico a Nivel Local: Comercializadores en locales aledaños a la Avenida Suba, Avenida Cali, Portal de Suba, Centros Comerciales Al Paso, Centro Suba, Plaza Imperial, Almacén Éxito

Alcance Geográfico a Nivel On-line: Productos comercializados en Mercado Libre, OLX, Linio, EBay.

Concentración de Empresas competidoras en el Mercado: En el Sector de Suba, existen aproximadamente 27 Almacenes que comercializan productos con características similares.

Cartera de Productos: Trajes Impermeables de dos piezas, Capas, Enterizos, Chaquetas, Botines, Cubre Maletero, Pijamas para Moto y Bicicletas, Tulas y Guantes.

6.2 La amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de nuestro producto es la distribución e importación de impermeables fabricados en china los cuales llegan a costos demasiados bajos que en algunos casos son factor de influencia para los compradores.

6.3 Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes lo vamos a manejar con una distribución directa y personalizada buscando siempre saber lo que quiere nuestro cliente objetivo y llegar de una manera asertiva a nuestro cliente objetivo.

Otro factor son los clientes mayoristas a los cuales les vamos a vender nuestro producto al por mayor para su distribución detallada en sus puntos de venta creando un marketing que genere beneficios al punto de venta y a nuestro producto.

6.4 Poder de negociación de los proveedores

Nuestro poder de negociación con los proveedores es crear un vínculo de confianza donde se cumplan las garantías por las materias primas y suministros para el desarrollo de nuestro producto final para el consumidor, por ello la calidad de los insumos es fundamental, los tiempos de entrega de las materias primas también son básicas y los precios en comparación con la materias primas de la competencia.

6.5 Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos son las capas de una sola cobertura para el ciclista que cumple la función de protegerlo de las aguas lluvias pero no en un 100% debido a que esta capa tiene cobertura hasta la rodilla.

Otro producto sustituto son los impermeables de poliuretano que aunque son un impermeable de un material bastante delgado y su condición se facilita para ser usado tres veces de por un ciclista, su precio queda al alcance de todos el público en general por ser de costo muy bajo.

Este estudio de mercado es realizado en Suba. Es la cuarta localidad más grande la ciudad y está localizada al noroccidente de la capital. Cuenta con 1.620.700 habitantes fuente DANE (2015). En este sector se evidencia un alto desplazamiento de ciclista, ya que los habitantes de este sector, por factores como: el difícil tráfico en horas pico, los trancones y poco transporte público para la cantidad de personas que habitan el sector y que se ven obligados a utilizar otros mecanismos de transporte entre los que se encuentra bicicleta.

6.6 Matriz Porter

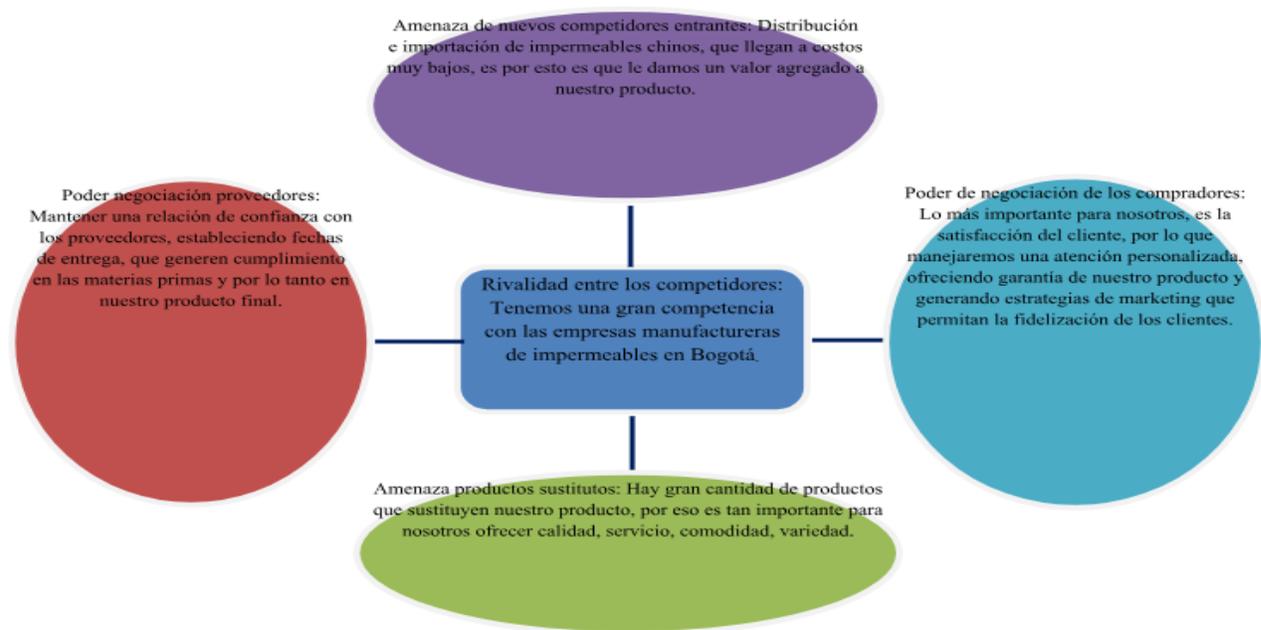


Figura 3.

Fuente: Elaboración propia

6.7 Análisis Foda

Matriz FODA

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>FORTALEZA</p> <p>Es un impermeable personalizado y elaborado en un material especial que soluciona el problema que tienen los ciclistas cuando llueve y no tienen un mecanismo de protección fresco, liviano y transpirable.</p>	<p>DEBILIDAD</p> <p>Como el material es especial, los costos asociados a la elaboración del impermeable pueden estar por encima del precio de un impermeable elaborado en plástico o en caucho.</p>
<p>FACTORES EXTERNOS</p> <p>OPORTUNIDADES</p> <p>La bicicleta se está convirtiendo en una necesidad de transporte oportuno, que es ágil, evita los trancones, es saludable y a la vez económico. Por lo que el uso de la misma está en aumento. El clima, especialmente el de Bogotá, es muy variable, por lo que el ciclista debe contar con un mecanismo de protección liviano, transpirable y que cubra todo el cuerpo (de pies a cabeza) y los objetos personales (morrall, billetera, audífonos etc.).</p>	<p>(ESTRATEGIAS FO)</p> <p>Diseñar mecanismos de difusión y promoción del producto en las ciclo rutas, ciclo vías y en los sitios donde vendan bicicletas.</p> <p>Hacer énfasis en la calidad del material y en los beneficios de protección que tiene, especialmente para proteger los objetos personales que actualmente no tiene ningún impermeable.</p>	<p>(ESTRATEGIAS DO)</p> <p>Asociarse con proveedores que puedan entregar materia prima a buen precio y con la calidad requerida para la elaboración de los impermeables</p> <p>Desarrollar productos derivados del material con el que se hacen los impermeables, como por ejemplo, mochilas, canguros, cachuchas, y pañoletas.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>La tela del impermeable es importada, por lo que el aumento del precio del dólar puede hacer que la materia prima suba y por consiguiente el precio del impermeable. Por otro lado hay impermeable a precios más económicos que pueden llegar a ser una competencia fuerte.</p>	<p>(ESTRATEGIAS FA)</p> <p>Aprovechar al máximo el material en el proceso de corte, para reducir costos y evitar los desperdicios.</p> <p>Resaltar las cualidades de resistencia, impermeabilidad, transpirabilidad y duración del impermeable, como valor agregado.</p>	<p>(ESTRATEGIAS DA)</p> <p>Indagar sobre materiales sustitutos hechos en Colombia que cumplan con las características de protección de la lluvia y que sean transpirables, haciendo que los costos de la materia prima bajen usando un material de calidad similar.</p>

Tabla 2.

Fuente: Elaboración propia

6.8 Cadena de Valor

INFRAESTRUCTURA:				
En esta área controlaremos la contabilidad de Stopping the Rain, administración y finanzas de nuestra empresa.				
RECURSOS HUMANOS:				
En esta área vamos a buscar al personal idóneo para ocupar los cargos correspondientes en la empresa, contratación, motivación personal, capacitaciones, evaluación de desempeño y objetivos.				
DESARROLLO TECNOLÓGICO:				
Tendremos un sistema de inventario completo para llevar un control de los productos. Y optimizaremos recursos de información y telecomunicaciones.				
COMPRAS, PUBLICIDAD, SERVICIOS:				
Evaluaremos a nuestros proveedores, Administración de orden de compras de insumos, publicidad para nuestra compañía.				
LOGÍSTICA DE ENTRADA:	OPERACIONES; PRODUCCIÓN:	LOGÍSTICA DE SALIDA:	MARKETING Y VENTAS:	SERVICIO POSTVENTA:
Recepción del material exportado para la elaboración de los impermeables, revisión, almacenamiento y control de inventarios. También tendremos proveedores locales que nos suministrarán los demás recursos para la elaboración de nuestro producto.	Necesitaremos maquinaria especial para la elaboración de impermeables, mano de obra necesaria para que la demanda sea atendida oportunamente, creación en su totalidad de nuestro producto, empaquetado del producto final.	Atención de pedidos, empaque, despacho a nuestros canales de distribución, transporte, preparación de informes para llevar un control.	Promocionar nuestro producto, aquí tendremos que ser muy cuidadosos en el dinero destinado para realizar nuestra publicidad, también destinaremos recursos para el diseño y ejecución de una página web, también seremos cuidadosos en la elección, desarrollo y control de canales de venta.	Atenderemos consultas, peticiones, quejas o reclamos de nuestros clientes, Administrar un portafolio de pedidos, garantía del producto.

Tabla 3.

Fuente: Elaboración propia

7. Selección de la Población Objetivo

En la actualidad el uso de la bicicleta se ha hecho más frecuente debido a que genera en el ciclista una sensación y percepción de confianza al momento de utilizar este medio de transporte ya que los riesgos que tiene el ciclista son menores en comparación con otros medios de transporte; Adicionalmente las últimas tendencias indican que la bicicleta es el instrumento más utilizado para practicar actividad física que le permite a las personas llevar un estilo de vida saludable.

La bicicleta puede ser utilizada como medio de transporte puerta-puerta, como medio de transporte complementario, medio de trabajo (mensajería, domicilios), medio de transporte complementario al sector educativo/universitario o como medio de transporte público. Si bien las condiciones económicas, culturales, climáticas, tecnológicas, ambientales y sociales hacen que el uso de la bicicleta en una ciudad sea un caso particular.

En Bogotá la infraestructura de ciclo rutas cuenta con las siguientes características:

- Está conformada por 340km
- Se ha convertido en una herramienta para masificar el uso de la bicicleta
- Cuenta con una topografía relativamente uniforme y plana
- Cuenta con un 45% de tiempo lluvioso
- Predominan los estratos 1, 2 y 3.

Teniendo en cuenta las características anteriores podemos inferir que el producto se acomoda a un público objetivo que comprende las edades entre los 18 a los 55 años ya que son ellos la población activa de la sociedad; Sin embargo la población que no se encuentra dentro de este

rango de edad no dejan de ser un nicho de mercado interesante por explorar y satisfacer sus necesidades.

Comparación de localidades para la población a elegir.

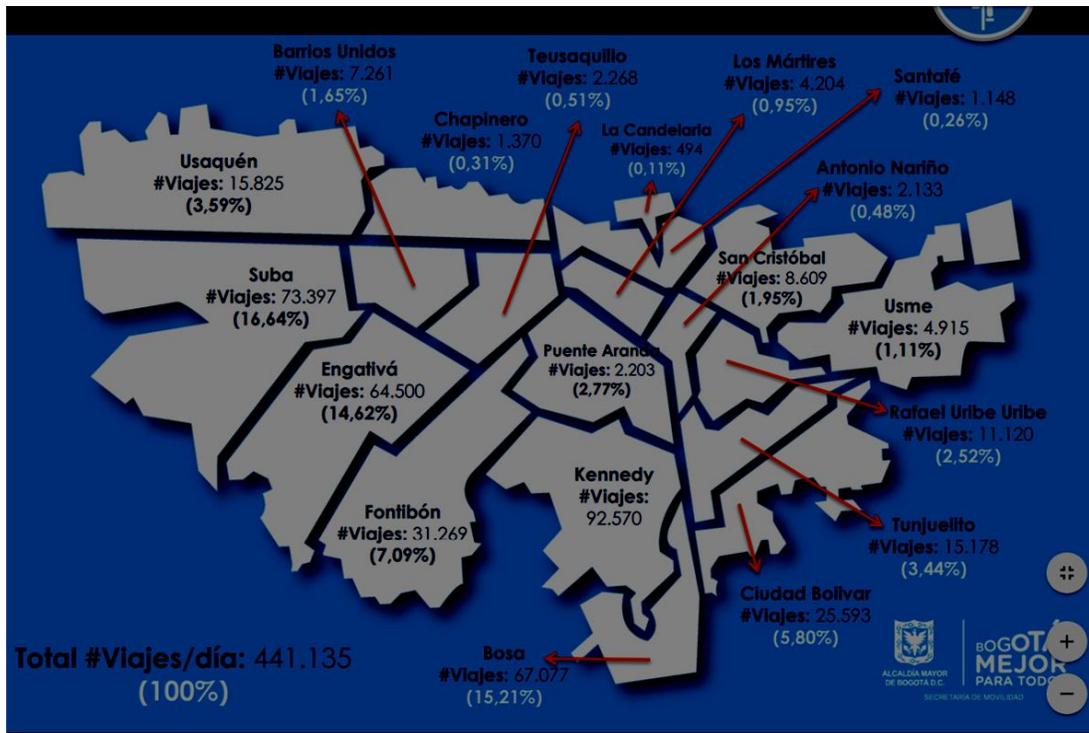


Figura 3.

Recuperado de la web: julio 24- 2017

<http://www.simur.gov.co/documents/10180/100374/Plan+Bici/cc9f22a4-4375-4f22-8aaf-c3229d31f3d6>

Los barrios que se tuvieron en cuenta para el estudio de la localización de la empresa en la ciudad de Bogotá, por el número de habitantes y la participación de sus usuarios de los usuarios de bicicletas son las siguientes localidades.

1. La localidad de Suba
2. La localidad de Kennedy
3. La localidad de Engativá

Localidad	Vías de acceso	Número de población	productos para bici usuarios del sector
Suba	Esta localidad cuenta con 1.163,5 kilómetros de vías, con 424,54 de calzada que funcionan como vías primarias son la autopista Norte, av. Suba, av. Ciudad de Cali y la calle 170, vía Cota, vía al Quirigua, calles 138,127,116,139,avenida Boyacá, calle 133, calle 100 y avenida 68 son las principales vías de acceso de la localidad de suba.	El departamento administrativo Nacional de estadística (DANE) y la secretaria distrital de planeación de Bogotá según convenio N° 0698 - 2017 donde pueden obtener proyecciones de la población para el año 2017 para la localidad de suba es de 1.282.978 habitantes.	Por el aumento de participación de los bici usuarios en la Ciudad de Bogotá esta localidad se debe en la necesidad de ampliar el mercado para estos productos como lo son lasbicicleterias y tiendas o puntos de venta de productos relacionados con esta actividad, en suba son pocos los lugares donde venden ropa e impermeables para los bici usuarios lo encontramos en algunas tiendas para motos, pero no en la variedad de se requiere.
Kennedy	La localidad de Kennedy cuenta con la Avenida las Américas, Centenario, Ciudad de Quito, Ciudad de villa Vicencio y Ciudad de Cali, Avenida Bosa, Primero de Mayo, Ferrocarril, estos son las principales vis de la localidad de Kennedy.	El departamento administrativo Nacional de estadística (DANE) y la secretaria distrital de planeación de Bogotá según convenio N° 0698 - 2017 donde pueden obtener proyecciones de la población para el año 2017 para la localidad de Kennedy es de 1.208.980 habitantes.	En esta localidad se encuentra tiendas de deportes donde se encuentran variedad de productos para los bici usuarios, deportistas como almacenes ybicicleterias.
Engativá	La localidad de Engativá cuenta con vías de acceso como son avenida Jorge Eliecer Gaitán, Avenida Ciudad de Cali, Medellín, José Celestino Mutis,	El departamento administrativo Nacional de estadística (DANE) y la secretaria distrital de planeación de	En esta localidad la participación de bici usuarios es más baja comparada con Suba y Kennedy, en los centros comerciales se

	Chile, Avenida Calle 68, Calle 80, Ferias, Boyacá, estas son las principales vías de acceso a la localidad de Engativá.	Bogotá según convenio N° 0698 - 2017 donde pueden obtener proyecciones de la población para el año 2017 para la localidad de Engativá es de 878.434 habitantes.	en cuentan tiendas que venden ropa para deportistas pero para ciclistas específicamente muy poco.
--	---	---	---

Tabla 4.

Fuente: Elaboración propia

Se escogió la localidad de suba para hacer el proyecto de la elaboración de impermeables personalizados después del estudio a tres localidades como son Engativá, Kennedy y Suba, por encontrarse un nivel de participación de bici usuarios bastante grande, y notamos que en el sector no hay suficientes tiendas para cubrir la demanda por el aumento de personas que utilizan la bicicleta como medio de transporte para trabajar, ir a sus trabajos, estudios y hacer deporte, esta localidad cuenta con un alto nivel de participación de personas que se movilizan en bicicleta quienes serán nuestros clientes potenciales para el producto que se quiere introducir al mercado con la creación y puesta en marcha del proyecto.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el análisis de la población está orientado a la localidad 11 de suba, una zona de la ciudad de Bogotá capital de Colombia que concentra una población significativa de ciclistas.

7.1 Selección de la técnica de recolección de información.

La técnica de recolección de información es la encuesta.

Esta técnica nos permitirá obtener información de un grupo significativo de personas acerca de las variables más importantes relacionadas con el producto que se quiere comercializar:

Impermeable personalizado para ciclista.

La encuesta tendrá un cuestionario dirigido a tener información estadística de forma clara y concisa sobre lo que realmente quieren encontrar las personas en un impermeable.

Adicionalmente se podrá medir variables económicas, sociales, edad, preferencias y opiniones que puedan tener las personas en cuanto al producto.

7.2 Tabulación y análisis de los resultados

Los siguientes fueron los resultados obtenidos de aplicar 221 encuestas a ciclistas del sector de Suba.

7.2.1 Resultado encuestas:

PREGUNTA	# PERSONAS QUE CONTESTARON	PORCENTAJE
1. Sexo		
a) Femenino	56	25%
b) Masculino	165	75%
2. Estrado Social		
a) 1 a 2	156	71%
b) 3 a 4	65	29%
3. ¿Qué edad tiene?		
a) Entre 18 y 28 años	80	36%
b) Entre 29 y 40 años	77	35%
c) Entre 40 y 50 años	46	21%
d) Entre 50 y 60 años	18	8%
4. Su ingreso mensual en salarios mínimos mensuales vigentes se encuentra entre:		
a) 1 y 2 SMMLV	148	67%
b) 3 y 4 SMMLV	63	29%
c) 4 y 5 SMMLV	8	4%
d) Más de 6 SMMLV	2	1%
5. Utiliza la bicicleta para:		
a) Ir a estudiar	42	19%

b) Ir a trabajar	86	39%
c) Hacer deporte	80	36%
d) Para trabajar	13	6%

PREGUNTA	# PERSONAS QUE CONTESTARON	PORCENTA JE
6. ¿Qué utiliza para protegerse de la lluvia?		
a) Plásticos o capa	70	32%
b) Chaqueta de caucho (el de los motociclistas)	90	40%
c) No usa nada	61	28%
7. Qué aspectos tendría en cuenta al momento de comprar un impermeable?		
a) Color, Diseño, calidad del material	96	44%
b) Que proteja todo el cuerpo	68	30%
c) Los acabados	20	9%
d) El precio	37	17%

PREGUNTA	# PERSONAS QUE CONTESTARON	PORCENTAJE
8. De qué manera protege de la lluvia su maleta y objetos personales?		
a) Con una bolsa	51	24%

b) No se lleva sus cosas cuando llueve	30	15%
c) Con una capa para la lluvia	128	55%
d) No usa nada,	12	6%
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un impermeable personalizado, transpirable (no acalora), cómodo y que proteja tanto su cuerpo como sus objetos personales?		
a) Entre \$80.000 y \$100.000 pesos	119	53%
b) Entre \$100.000 y \$130.000 pesos	87	38%
c) Entre \$130.000 y \$150.000 pesos	14	6%
d) Entre \$150.000 y \$200.000 pesos	1	3%
10. ¿Dónde le gustaría comprar un impermeable con las características mencionada de la pregunta 8?		
a) Centros comerciales	34	15%
b) Almacén de barrio	74	33%
c) Tiendas de cadena	52	24%
d) Pagina Web	60	27%
e) Otros. Cuál? Todas las anteriores	1	1%

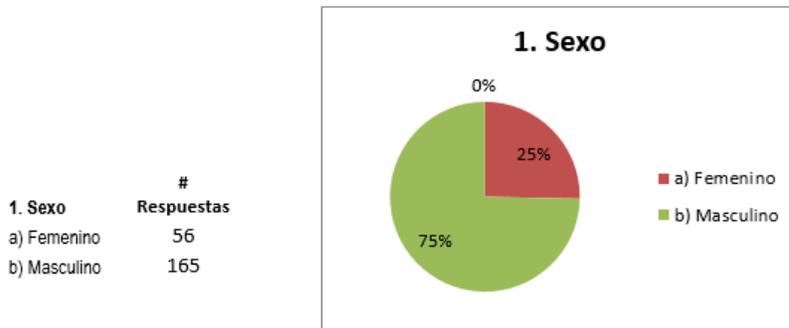
Tabla 5.

Fuente: Elaboración propia

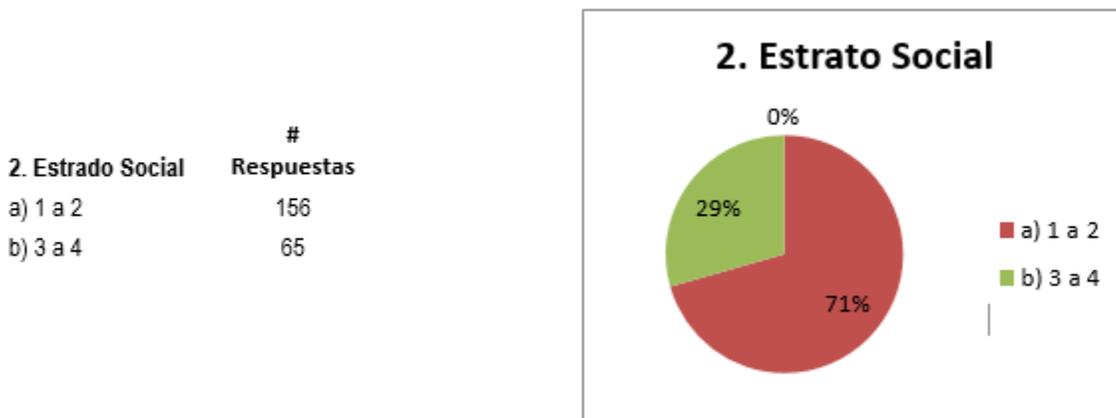
7.3 Análisis de los resultados de las encuestas

7.3.1 Tabulación y análisis de los resultados

Los siguientes fueron los resultados obtenidos de aplicar 221 encuestas a ciclistas del sector de Suba:



La encuesta se llevó a cabo en el sector de Suba a una muestra de 221 personas de las cuales 156 fueron hombres y 56 mujeres. Esto indica que el porcentaje de personas que utilizan más la bicicleta son hombres, por lo que tenemos que pensar que nuestro cliente potencial son los hombres pero hay una oportunidad con el segmento de las mujeres.

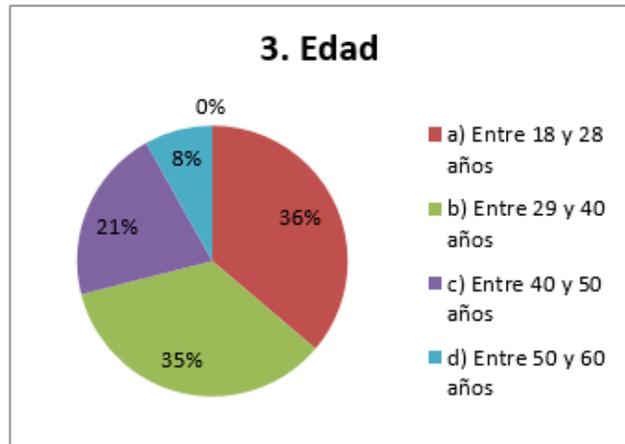


El estrato socioeconómico que más usa la bicicleta en este sector es el 1 y el 2 (71%) que utilizan la bicicleta para movilizarse a sus lugares de trabajo en su mayoría y para hacer deporte.

3. ¿Qué edad tiene?

- a) Entre 18 y 28 años
- b) Entre 29 y 40 años
- c) Entre 40 y 50 años
- d) Entre 50 y 60 años

Respuestas
80
77
46
18

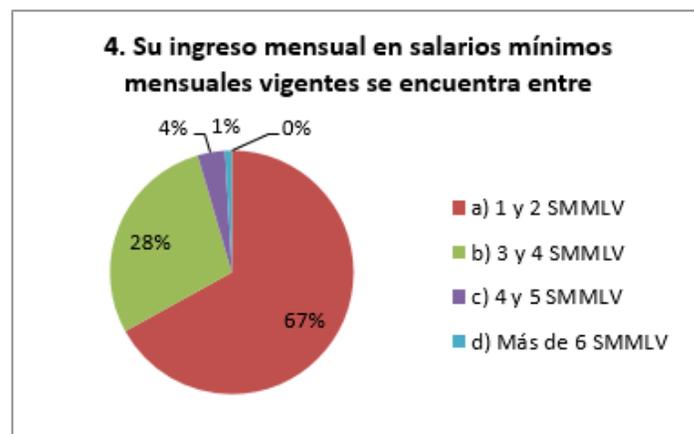


La edad de los encuestados está entre los 18 a 28 años (36%) seguido de los 29 a 40 años (35%) y su principal uso es para ir a trabajar con 39% seguido para hacer deporte con un con 39% seguido para hacer deporte con un 38%. Nos dice que el mercado al cual llegar con los impermeables oscila entre los 18 y 40 años de edad con un 71% en total.

4. Su ingreso mensual en salarios mínimos mensuales vigentes se encuentra entre:

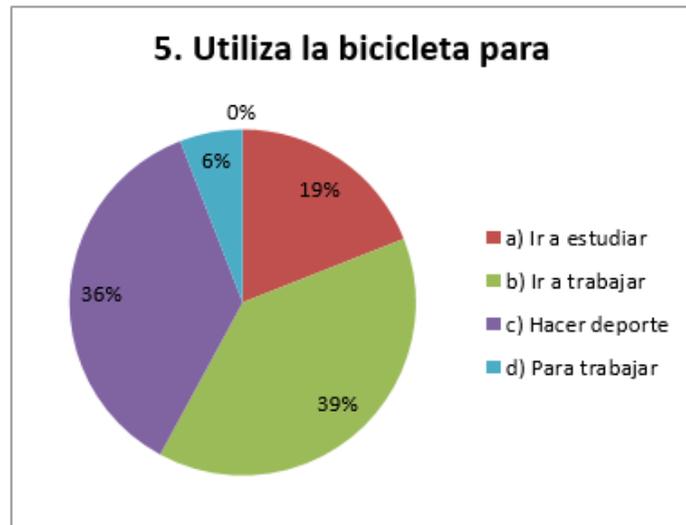
- a) 1 y 2 SMMLV

Respuestas
148



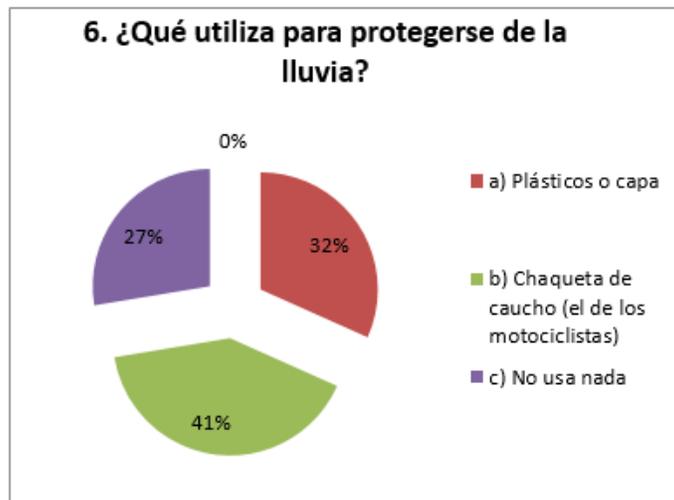
b) 3 y 4 SMMLV	63
c) 4 y 5 SMMLV	8
d) Más de 6 SMMLV	2

5. Utiliza la bicicleta para:	# Respuestas
a) Ir a estudiar	42
b) Ir a trabajar	86
c) Hacer deporte	80
d) Para trabajar	13



El 39% de la bici usuarios utiliza la bicicleta para ir a trabajar. Dado que el sector tiene vías de difícil acceso, las personas del sector han encontrado en la bicicleta una solución para transportarse a sus lugares de trabajo.

6. ¿Qué utiliza para protegerse de la lluvia?	# Respuestas
a) Plásticos o capa	70
b) Chaqueta de caucho (el de los motociclistas)	90
c) No usa nada	61
d) Otro. Cuál?	



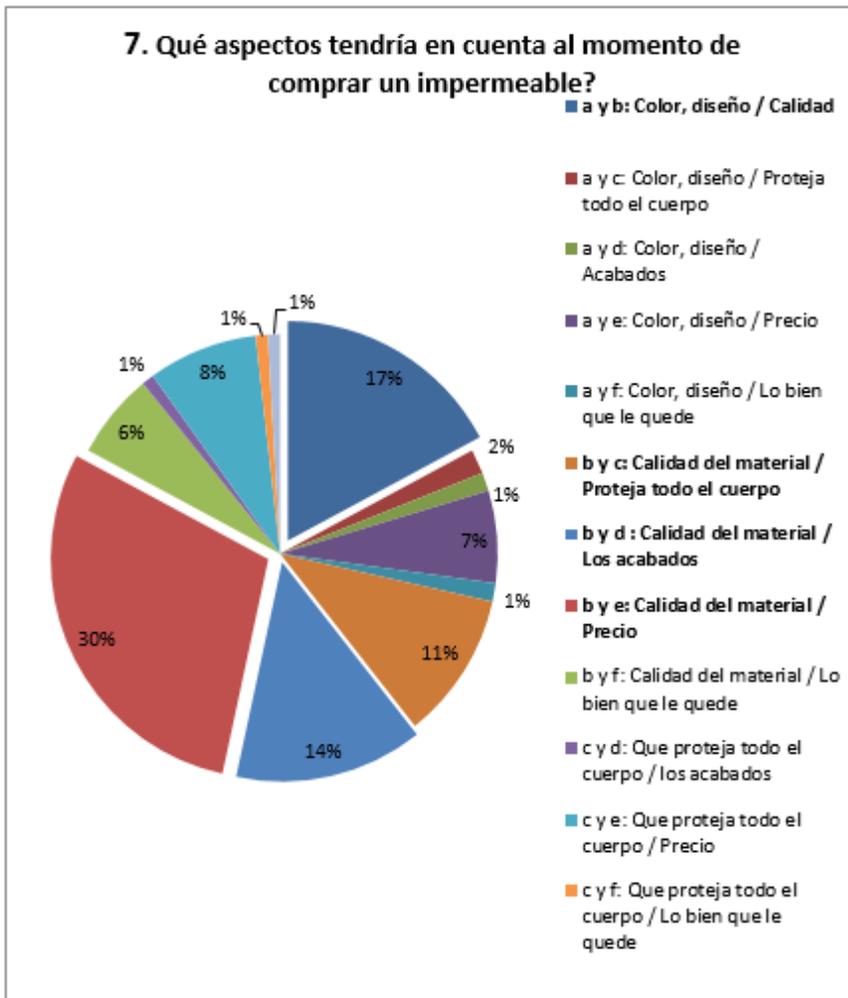
Para protegerse del agua, las personas usan principalmente chaquetas de caucho como las que usan los motociclista con un 41%, seguido de plásticos y campas con un 32%. Se evidencia que un

28% no usa nada para protegerse de la lluvia. Lo anterior representa una oportunidad para llegar a estas personas con el producto.

7. Qué aspectos tendría en cuenta al momento de comprar un impermeable? (Escoja dos opciones). # Respuestas

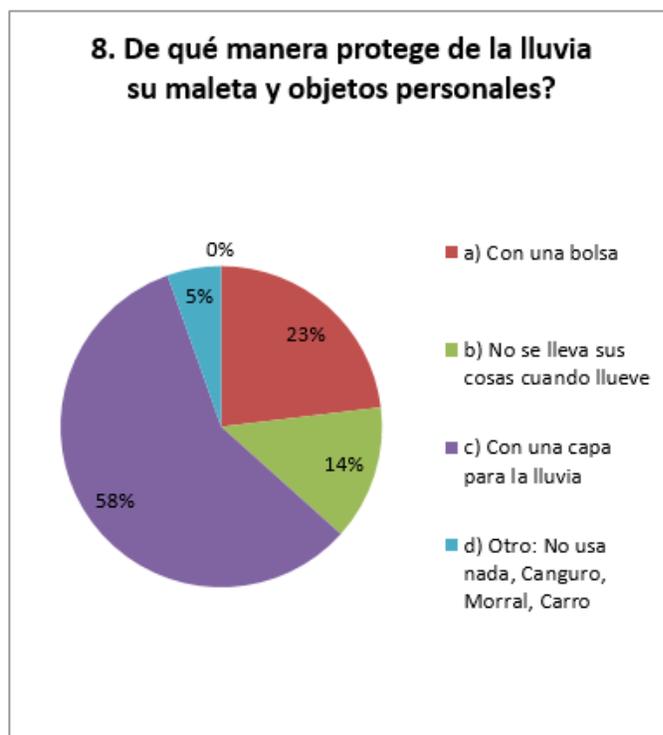
- a) Color y Diseño ()
- b) La calidad del material ()
- c) Que proteja todo el cuerpo ()
- d) Los acabados ()
- e) El precio ()
- f) Lo bien que le pueda quedar ()
- g) Otros. Cuáles? _

a y b: Color, diseño / Calidad	38
a y c: Color, diseño / Proteja todo el cuerpo	4
a y d: Color, diseño / Acabados	3
a y e: Color, diseño / Precio	15
a y f: Color, diseño / Lo bien que le quede	3
b y c: Calidad del material / Proteja todo el cuerpo	24
b y d : Calidad del material / Los acabados	31
b y e: Calidad del material / Precio	65
b y f: Calidad del material / Lo bien que le quede	14
c y d: Que proteja todo el cuerpo / los acabados	2
c y e: Que proteja todo el cuerpo / Precio	18
c y f: Que proteja todo el cuerpo / Lo bien que le quede	2
e y f: Precio / Lo bien que le quede	2



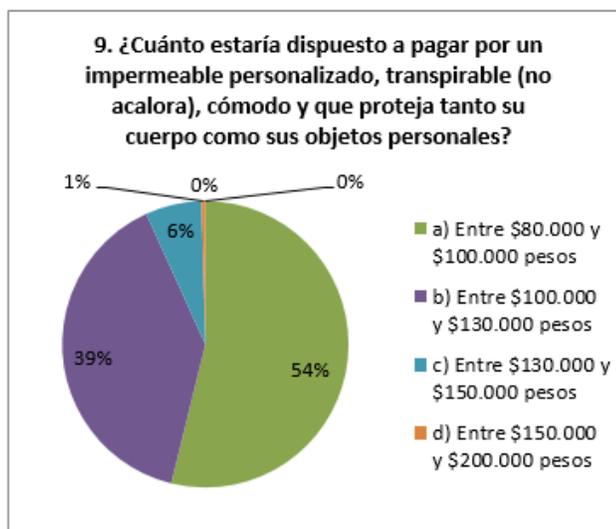
En cuanto a los aspectos que tendrían en cuenta las personas al momento de comprar un impermeable, se les pidió que escogieran dos ítems de la lista de opciones que se les dio, entre los que se encuentran la calidad, el diseño, que proteja todo el cuerpo y el precio. En los resultados se destacó la calidad del material y el precio con un, seguido de la calidad del producto vs los acabados del producto.

8. De qué manera protege de la lluvia su maleta y objetos personales?	# Respuestas
a) Con una bolsa	51
b) No se lleva sus cosas cuando llueve	30
c) Con una capa para la lluvia	128
d) Otro: No usa nada, Canguro, Morral, Carro	12
No usa nada	8
Canguro	1
Morral	2
Carro	1



La bici usuarios se protegen sus objetos personales de la lluvia con una capa para la lluvia. Esto ofrece una proyección parcial, ya que el resto del cuerpo está descubierto.

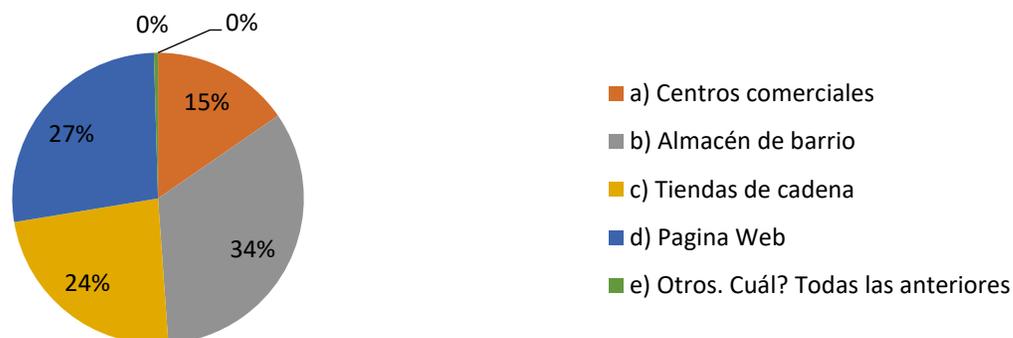
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un impermeable personalizado, transpirable (no acalora), cómodo y que proteja tanto su cuerpo como sus objetos personales?	# Respuestas
a) Entre \$80.000 y \$100.000 pesos	119
b) Entre \$100.000 y \$130.000 pesos	87
c) Entre \$130.000 y \$150.000 pesos	14
d) Entre \$150.000 y \$200.000 pesos	1



Los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$80.000 al \$100.000 con un 54% y otro porcentaje estaría dispuesto a pagar entre \$100.000 y \$130.000 (39%). Esto indica que se podría

optar por promediar dichos valores para sacar un valor estimado que se acomode a los ingresos, al estrato socioeconómico y a lo que estarían dispuesto a pagar por un impermeable personalizado los ciclistas

10. ¿Dónde le gustaría comprar un impermeable con las características mencionada de la pregunta 8?



10. ¿Dónde le gustaría comprar un impermeable con las características mencionada de la pregunta 8?

	# Respuestas
a) Centros comerciales	34
b) Almacén de barrio	74
c) Tiendas de cadena	52
d) Pagina Web	60
e) Otros. Cuál?	
Todo el ante anterior.	1

Por otro lado los encuestados prefieren comprar este tipo de artículos en almacenes de barrio con un 34%, seguido de página Web con un 27%. Podemos ver que otro medio por el cual podemos hacer presencia de mercadeo y ventas de los impermeables es por la web que representa una oportunidad de crecimiento.

Podemos concluir que hay viabilidad en el mercado para los impermeables (ciclo impermeables), ya que las personas no cuentan con un mecanismo de protección para el cuerpo y para los objetos

personales. Los ciclistas acuden a impermeables para ciclistas, bolsas y otro tipo de objetos para protegerse.

La encuesta se llevó a cabo en el sector de Suba a una muestra de 221 personas de las cuales 156 fueron hombres y 65 mujeres. Esto indica que el porcentaje de personas que utilizan más la bicicleta son hombre, por lo que tenemos que pensar que nuestro cliente potencial son los hombres pero hay una oportunidad con el segmento de las mujeres.

El estrato socioeconómico que más usa la bicicleta en este sector es el 1 y el 2 (71%) que promedia edades entre los 18 a 28 años (36%) seguido de los 29 a 40 años (35%) y su principal uso es para ir a trabajar con 39% seguido para hacer deporte con un 39% seguido para hacer deporte con un 38%. Nos dice que el mercado al cual llegar con los impermeables oscila entre los 18 y 40 años de edad con un 71% en total.

Para protegerse del agua las personas, en este momento, usan principalmente chaquetas de caucho como las que usan los motociclista con un 41%, seguido de plásticos y campas con un 32%. Se evidencia que un 28% no usa nada para protegerse de la lluvia. Lo anterior representa una oportunidad para llegar a estas personas con el producto.

En cuanto a los aspectos que tendrían en cuenta las personas al momento de comprar un impermeable, se les pidió que escogieran dos ítems de la lista de opciones que se les dio, entre

los que se encuentran la calidad, el diseño, que proteja todo el cuerpo y el precio. En los resultados se destacó la calidad del material y el precio con un 65%, seguido de la calidad del producto vs los acabados del producto con 31%.

Lo anterior demuestra que es importante la calidad del material la protección que ofrezca y el precio. En cuanto a este último aspecto, los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$80.000 al \$100.000 con un 54% y otro porcentaje estaría dispuesto a pagar entre \$100.000 y \$130.000 (39%). Esto indica que se podría optar por promediar dichos valores para sacar un

valor estimado que se acomode a los ingresos, al estrato socioeconómico y a lo que estarían dispuesto a pagar por un impermeable personalizado los ciclistas.

Por otro lado, los encuestados prefieren comprar este tipo de artículos en almacenes de barrio con un 33%, seguido de página Web con un 27%. Podemos ver que otro medio por el cual podemos hacer presencia de mercadeo y ventas de los impermeables es por la web que representa una oportunidad de crecimiento.

8. Investigación de Mercados

Estrategias de marketing mix.



Figura 4.

Fuente: www.google.com

8.1 Estrategia de precio

Estos impermeables tiene un costo medio con relación a los precios de la competencia, por la calidad y además, cuentan con un valor agregado como lo es el bolsillo en la espalda de la chaqueta para proteger la maleta de la lluvia, la billetera y el celular tendrán cada bolsillo dentro de la chaqueta del impermeable para su protección y seguridad, el material con que es elaborado especial para que las personas que lo usan no sientan tanto calor porque gracias al material transpirable con el que están elaborados los impermeables, hace que sean diferentes a todos los demás impermeables que se encuentran en el mercado. Adicionalmente, el cliente lo pude mandar a hacer personalizado con su nombre y tipo de sangre, y sus respectivas cintas reflectivas.

El precio se escogió por la calidad del material con que es elaborado el producto y los beneficios que ofrece para los ciclistas. Cada impermeable tiene un valor de \$ 120.000. (Ciento veinte mil pesos), por impermeable.

8.2 Estrategia de Distribución

8.2.1 Canal de Distribución

Es directo porque somos quienes fabricamos el producto y su distribución será directa con los clientes en nuestra tienda. También buscaremos tiendas que puedan vender nuestros productos.

La empresa tendrá un sistema de distribución corto donde intervienen el fabricante, distribuidor y consumidor final.

8.2.2 Integrantes del canal

- Minoristas o detallistas que venden nuestro producto directamente al cliente final
- Contaremos con dos personas que nos ayudan a la fabricación de los productos en el punto de venta.

8.2.3 Técnicas relacionadas con la distribución

- Como usamos un canal de distribución directo nosotros mismos seremos los encargados de entregar a los clientes los pedidos en sus domicilios y puntos de venta
- Esto nos asegura el buen servicio al cliente y la calidad del producto

- Serán entregados los domicilios dentro de la ciudad personalmente y fuera de ella por empresas de mensajería confiable con quien tendremos convenios para mayor seguridad y economía.

8.3 Estrategias de comercialización

- Distribuir folletos en lugares donde haya ciclistas como ciclorrutas, eventos deportivos y afines.
- Patrocinar eventos deportivos como carreras de ciclistas en días feriados cada tres meses donde haya afluencia de público para dar a conocerlos y obtener nuevos clientes
- Hacer difusión del producto por internet y redes sociales creando una página para que los clientes nos sigan y nos recomienden con otras personas.

8.4 Presupuesto de distribución

Son los gastos que la empresa tiene que costear para distribuir los productos ya terminados como son: publicidad, gastos de promoción y estudios de mercado.

- Se presupuesta un 10% de las utilidades para tener como cubrir los gastos.

8.5 Estrategia de Promoción

Se utilizarán estrategias de empuje y atracción donde los comerciantes nos ayudaran para ofrecer los productos en sus tiendas y nosotros mismos ofrecer al cliente directo.

- La empresa contará con puntos estratégicos donde promociona el producto como las ciclo rutas, alto de patios en la calera, alto albino vía a la vega y más sitios concurridos

por deportistas aficionados a la bicicleta, quienes son los clientes potenciales para este producto.

- Ofreciendo un 10 % de utilidad a los puntos de venta como las tiendas de bicicletas y accesorios, para que ofrezcan y vendan este producto.
- Se utilizará, como estrategia de promoción, la voz a voz por los mismos clientes que usen este impermeable, quienes lo recomiendan por la comodidad y calidad.
- Se realizara campañas publicitarias en eventos deportivos, como carreras de bicicletas para dar a conocer y buscar nuevos clientes.
- Se publicará por las redes sociales como OLX y mercado libre e internet.
- También se maneja la publicidad por medio de volantes para dar a conocer el producto a nuevos clientes.

8.6 Estrategia de Servicio

- El servicio es potenciar las ventas, crecimiento y competitividad de la empresa, tenemos que satisfacer a los clientes, brindando lo que ellos esperan y necesitan en un determinado momento.
- Se realizará capacitación al personal para una buena atención al cliente
- Tendremos servicio a domicilio para nuestros clientes con un costo aplicado a los pedidos hechos fuera y dentro de la ciudad
- Se recibirán pagos por medios electrónicos, como datafonos, consignación a cuenta de ahorros, para mayor comodidad de nuestros clientes.

8.7 Estrategia de Comunicación

Esta estrategia va dirigida para todos los ciclistas en general, quienes utilizan la bicicleta como medio de transporte y deportistas.

La estrategia que se usará es para que los clientes recuerden nuestro producto como lo son los impermeables personalizados para la protección mientras se transportan en sus bicicletas, por la calidad de los materiales con que son elaborados, ya que son muy útiles y cómodo para los ciclistas, con bolsillos que brindan seguridad de la maleta, billetera y celular evitando el deterioro que causa la lluvia.

- Se utilizarán estrategias de promoción dos veces al año, por la compra de un impermeable lleve el segundo con 30% de descuento.
- Para nuestros clientes especiales se les hace un descuento del 10% en sus compras.
- Se tendrá una base de datos de nuestros clientes y una página en internet para estar en contacto frecuente con ellos e informarles de promociones y actividades de la empresa, nuevas colecciones y diseños de los productos nuevos donde ellos podrán participar y opinar sobre los productos.

9. Ficha Técnica del producto

Ficha técnica	
STOPPING THE RAIN	
IMPERMEABLES	
Modelo: Tempestad	País de origen: Colombia
Material: Top-Gon	Talla: Mediana hasta 2XL
Unidad de medida: unitario	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
Impermeable en Top-gon similar, modelo tempestad de colores negros, azul, verde, rosada, naranja esmeralda y blanco etc. de 30 micras de espesor, baja transpiración.	
Las líneas son de dos piezas con cremallera de cierre en la chaqueta	
Bolso para que el morral en la espalda quede cubierto al momento de su uso. Conformado por dos piezas: la chaqueta cuenta con una cremallera de 75.centímetros, pantalón con resorte y cubre toda la pierna hasta los pies.	
Reforzado en los puños y reflectivos en los puños, piernas y espalda.	
APLICACIONES	
Es un medio de protección para la lluvia y el medio ambiente dirigido especialmente para ciclistas, con unos beneficios importantes como son la protección de los objetos personales y transpirabilidad ofreciendo bienestar y comodidad.	
ADVERTENCIAS, MANTENIMIENTO E INSPECCIÓN	
Lave con agua y después de cada uso.	
Es responsabilidad del usuario determinar si el impermeable es adecuado para determinación pretendida.	

Figura 5.

Elaboracion propia.

10. Conclusiones

Después de realizar todo el proceso para el desarrollo de este proyecto, podemos concluir que la fabricación y comercialización de los impermeables para ciclistas es viable, puesto que el material con que se realiza permite al ciclista una mayor transpirabilidad y comodidad, además de brindarle diseños personalizados.

Con la realización de este proyecto, queremos contribuir al uso de la bicicleta, puesto que como se ha mencionado a lo largo del proceso, esto ambientalmente es beneficioso porque disminuye el uso de carros y motos que contaminan por su funcionamiento con gasolina, gas o ACPM, sin dejar de lado que es una muy buena alternativa para optimizar tiempos de desplazamiento, trancones y dándole uso a las vías que existen para la movilización en bicicleta.

Adicional es una forma de hacer ejercicio y mantener a las personas que utilizan este medio de transporte en buenas condiciones físicas, nos complace crear esta compañía Stopping the Rain que va a ayudar a que la experiencia de montar en bicicleta; sea mas cómoda y agradable.

Con la satisfacción que crearemos empresa para brindar trabajo, con un producto innovador, de alta calidad para las familias colombianas aportando un poco a la calidad de vida de nuestros usuarios.

11. Referencias Web

<http://www.eltiempo.com/bogota/ley-que-impulsa-uso-de-la-bicicleta-en-el-pais-42580>

<http://www.revistapym.com.co/destacados/tendencia-ciclismo-urbano-saludablemente-glamuroso>

http://www.cursosinea.conevyt.org.mx/cursos/mi_negocio/html/los_clientes.html

<http://www.dinero.com/pais/articulo/uso-bicicletas-colombia/208797>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12410761>

<http://www.bogota.gov.co/article/temas-de-ciudad/cultura-y-recreacion/movilidad/esta-caravana-llevara-la-gente-de-suba-a-la-ciclovía>

https://www.mintransporte.gov.co/asuntosambientales/Publicaciones/al_trabajo_en_bici