

Opción de grado I
POWER

Yenny camila Tamayo
Lorena patricia castaño soto
Ezequiel David Herrera Peñaranda

Corporación unificada nacional de educación superior “CUN”
2020

opción de grado 1

Power



Yenny Camila Tamayo

Lorena Patricia Castaño Soto

Ezequiel David Herrera Peñaranda

Nombre del curso:

Corporación unificada nacional de educación superior “CUN”

2020

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Lorena patricia castaño soto con célula de identidad 1120355401 y alumno del programa académico, Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Lorena patricia castaño peñaranda

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, yenny camila Tamayo con célula de identidad 1075287499 y alumno del programa académico, Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Yenny camila Tamayo

-

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Ezequiel David Herrera Peñaranda con cédula de identidad 1148706218 y alumno del programa

académico, Administración de Empresas declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Ezequiel David Herrera Peñaranda

-

Contents

Resumen ejecutivo.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
JUSTIFICACIÓN.....	10
OBJETIVOS.....	11
MISIÓN.....	12
VISIÓN.....	12
VALORES.....	13
Problemática.....	14
Posible solución.....	14
Oportunidad.....	15
IDEA DE NEGOCIO.....	16
Objetivos de desarrollo sostenible.....	17
1.1. Teoría de valor compartido.....	18
Recursos económicos.....	18
Recursos humanos.....	18
a. Análisis PESTEL.....	19
Político:.....	19
Económico:.....	19
Tecnológicas.....	20
Ecológicas:.....	20
Social:.....	21
Legal:.....	21
Tecnologías disruptivas.....	21
árbol de problemas.....	22
Árbol de objetivos.....	23
1. Descripción de la idea de negocio.....	24
Figura.....	26
Innovación.....	31
Segmenta el mercado.....	41
BUYER PERSONA.....	42

Diseña la propuesta de valor	48
Diseño del producto	53
Requerimientos, especificaciones y estándares de calidad	60
Ficha tecnica	61
Prototipo.....	63
Desarrollo del modelo Running lean	65
Valida tu idea de negocio	67
Aplica tu encuesta	68
Determine el Tamaño de la muestra.....	71
Tabula y analiza la información.	72
BIBLIOGRAFIAS.....	Error! Bookmark not defined.

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de grado tiene como propósito identificar los factores que intervienen en el proceso de creación de una idea de negocio para así conocer si dicho proyecto es posible de hacerlo realidad. Para dar cumplimiento a este objetivo se planteó una investigación de todos los sectores que influyen la creación de una empresa desde conocer el público objetivo, sus necesidades y cómo resolverlas, hasta los recursos materiales y el modelo de producción que se necesitarán para que dicho proyecto funcione de la mejor manera.

Somos una empresa que se dedica a la fabricación y venta de ropa deportiva personalizada. Nuestro enfoque son todas las prendas deportivas para hombre y mujer con el toque personal que cada uno le quiera implantar como son tipo de prenda, colores, apliques y demás. Este es el resultado de la combinación de estilo y tecnología deportiva de punta. Con la aplicación de la nanotecnología al mundo de la indumentaria, **power** introduce al mercado un producto para aquellas consumidoras que se desempeñan en actividades físicas. A esto se suma la concientización de la marca sobre el cuidado de medio ambiente, ya que los materiales utilizados durante el proceso de fabricación incorporan plásticos reciclados. Gracias a la implementación

de la nanotecnología.

INTRODUCCIÓN

Euforia es una compañía que desarrolla una idea de negocio nueva como las ideas de sus clientes. Contamos con un amplio portafolio en ropa deportiva para hombre y mujer en todas las tallas, estilos y colores, adicional como valor agregado de la compañía diseñamos y creamos todas las ideas en cuanto a estampados para nuestros clientes nada mejor que lo original.

La empresa se ubicará en la ciudad de Ibagué, barrio el salado es allí donde se concentra nuestro mayor segmento de mercado y donde comercializaremos nuestros productos en el primer canal de distribución, manejaremos los dos artículos principales que son las camisetas y las pantalonetas para modificar y/o diseñar en materiales cómodos como la fibra natural, el orión y el poliéster, todo bajo pedido anticipado.

Adicional contamos con un sentido ecológico fundamentado en el cuidado del medio ambiente, haciendo uso de papelería y empaques amigables con el medio ambiente como las bolsas biodegradables y el papel reciclable biodegradable.

JUSTIFICACIÓN

Con la idea de crear empresa, se busca satisfacer una necesidad que permita generar un negocio rentable, se escogió el sector de ropa deportiva con miras mejorar la accesibilidad de las personas al momento de comprar la indumentaria adecuada para la actividad física que desean realizar, debido a que la variedad en diseño es alta pero en cuanto a funcionalidad no lo es, Esto representa una gran oportunidad para mejorar la imagen y el crecimiento de la empresa. Con los anteriores factores y otros que se van a estudiar en el presente proyecto se espera lograr un cambio positivo en los consumidores de indumentaria deportiva y generar un posicionamiento impactante en el mercado al estar presentes en la mente de los consumidores a la hora de adquirir ropa deportiva de una forma cómoda y confiable. Con la tendencia actual hacia el ejercicio cualquier persona es un potencial consumidor por lo que se puede obtener un gran progreso como empresa una vez que se logre generar confianza en los clientes y así ser una de las marcas más reconocidas para comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Ibagué y en un futuro próximo expandir la marca a nivel nacional e internacional. También se espera generar innovación en el futuro tanto en la forma en que funcionaría la empresa como el modelo de

negocio, y hacer la investigación respectiva para empezar la producción de nuevos productos para este mercado.

OBJETIVOS

Objetivo General.

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de ropa deportiva personalizada en la ciudad de Ibagué.

Objetivos Específicos.

Los objetivos específicos son: – Realizar el estudio de mercados para determinar la oferta y demanda de cada uno de los productos. – Diseñar el plan de operación de los productos a ofrecer de la forma más competitiva posible. – Establecer el desarrollo organizacional de la empresa junto con las diversas normativas del marco legal vigente para la creación de empresa. – Desarrollar el estudio financiero para la puesta en marcha

MISIÓN

Brindar soluciones en las prendas deportivas a nivel nacional e internacional a través de la innovación, servicio y calidad de los productos que ofrecemos, nuestros recursos están destinados a contribuir con el desarrollo de la salud física y mental logrando así cumplir con el compromiso adquirido con nuestro público meta.

VISIÓN

Power para el 2024 quiere ser una empresa líder en el mercado de implementos y artículos deportivos que busca posicionamiento en el Continente Americano, brindando productos de alta calidad para la práctica del deporte tanto a nivel profesional como recreativo, ofreciendo soluciones para las distintas necesidades, utilizando una plataforma tecnológica que simplifique y facilite los procesos de las distintas áreas, comprometidos a apoyar a nuestros consumidores.

VALORES

- **Respeto:** Es reconocer, apreciar y valorar a mi persona, así como a los demás, y a mi entorno. Es establecer hasta dónde llegan mis posibilidades de hacer o no hacer, como base de toda convivencia en sociedad.
- **Integridad:** Es la demostración constante de actitudes positivas, aspirando a la eficacia, a la calidad y a la perfección humana de manera transparente.
- **Perseverancia:** Es alcanzar lo propuesto y buscar soluciones a las dificultades que puedan surgir.
- **Humildad:** Es reconocer nuestras debilidades, cualidades, capacidades y aprovecharlas para obrar en bien de los demás.
- **Honestidad:** Es armonizar las palabras con los hechos, es tener identidad y coherencia para estar orgulloso de sí mismo para con la empresa.

de la empresa para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad financiera.

Problemática

En la actualidad nos encontramos con diversas tiendas deportivas estándar para hombres mujeres y niños, donde manejan un catálogo general tanto en precios como en diseños adicional encontramos falencias frente a la calidad del material dado su precio económico, algunas falencias comunes son la rotura fácil y rápida del material y en cuanto a la práctica con el producto es la sensación sofocante que este produce al ser utilizado, lo que obliga a el consumidor a elegir entre una opción u otra en las tiendas estándar, y esto a su vez encierra su opción en un solo color, estilo y diseño, sin permitir “crear” o “diseñar” un estilo único y original para tener una identidad que marque la diferencia.

Posible solución

Power es una compañía que escucha a el cliente y busca innovar en temas de diseño, priorizando las ideas del cliente en cuanto a comodidad, estilo, color y material manejando un canal de distribución que establece una comunicación directa con el cliente para así dar cumplimiento a sus necesidades puntuales, e ingresar en un amplio mercado con este valor agregado

Oportunidad

Ingresar al mercado de las confecciones deportivas con un valor agregado en cuanto a diseños personalizados, originales y a buen precio además de siempre teniendo como principal eje el cliente no ayuda a captar más y mayor público tanto por nuestro canal directo como por otros medios redes sociales. Lo que permitirá la rápida introducción al mercado, logrando una confianza y un lazo entre negocio cliente para perdurar en el mercado.

IDEA DE NEGOCIO

El planteamiento de un valor agregado como generador de una nueva idea de negocio trae consigo un análisis integro de un bloque de factores que intervienen en ello es decir la comunicación directa del cliente y la factibilidad que tiene la compañía para atender dicha solicitud.

Power es una empresa que se caracteriza por dar un toque de identidad y creatividad a las prendas de vestir, por ello nos dedicamos a complacer las necesidades del cliente con vestuarios deportivos a su gusto, de pies a cabeza. Utilizando tres diversos materiales de alta calidad como el poliéster, orión y la fibra natural y en tres tipos de prenda como las “camiseta, pantaloneta y medias comercializadas” todas sobre medidas y cubriendo toda la necesidad en cuanto a vestuario deportivo personalizado

Objetivos de desarrollo sostenible

Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

Esta idea de negocio consiste en aportar a la sociedad y al sector económico, inclusivo y sostenible, es poder ofrecer a sus consumidores algo que sea de su preferencia y con los que ellos se sientan cómodos de pagar por su vestuario que otra persona no podrá tener, brindando seguridad y generando mas autoestima. Apoyando el cuidado del medio ambiente porque muchas de estas prendas se elaboran con material reciclable

1.1. Teoría de valor compartido

Recursos materiales

Reducción de los desechos y uso de energía, innovación que mejore la parte integral de la maximización de utilidades y de la minimización de los costos de producción.

Recursos económicos

Análisis de planificación estratégica de los recursos para el proceso de producción con el fin de evitar el desperdicio de material como telas y demás que puedan ocasionar contaminación

Recursos humanos

Contratación y motivación del personal, capacitación y desarrollo de actividades que procuren y mantengan la salud en el trabajo, poner a disposición de los empleados los medios y recursos necesarios para que puedan cumplir con su trabajo en las mejores condiciones posibles

a. Análisis PESTEL

Político:

- Identificar y monitorear como están los acuerdos comerciales de nuestros principales proveedores de textiles para establecer mecanismo a un impacto futuro en nuestros productos.
- Crear y registrar formalmente la compañía ante la Cámara de comercio y el Rut para
- Acogernos en todos los aspectos en el reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones.
- Obtener concepto favorable de uso del suelo de Planeación Distrital o la Curaduría Urbana.
- Inscribir la compañía ante una Administradora de Riesgos Profesionales
- Notificar apertura del establecimiento comercial a Planeación Distrital (enviar carta por correo)

Económico:

- Crisis económica en el país
- Inflación
- Deuda pública
- Desempleo (10,8%)

Tecnológicas

- Nuevas tecnológicas de venta online
- Gracias a las redes sociales podemos obtener ampliación de mercado.
- Seguridad en nuestro punto de venta
- Utilización de máquinas que ayuden con el ahorro para el medio ambiente.
- Implementación de facturación electrónica

Ecológicas:

- Utilización de bolsas biodegradables para la entrega de los artículos
- Facturación en papel reciclado no químico preferencia del cliente
facturación electrónica
- Clasificación de los residuos en la fabricación del producto
- Reutilización de los retazos para crear producto para donar (cobijas)

- Intereses elevados en préstamo para créditos

Social:

- Ubicación centralizada del punto de venta
- Crecimiento de la población
- Aporte a comodidad, confort y personalidad al consumidor
- Seguir tendencias de buena salud

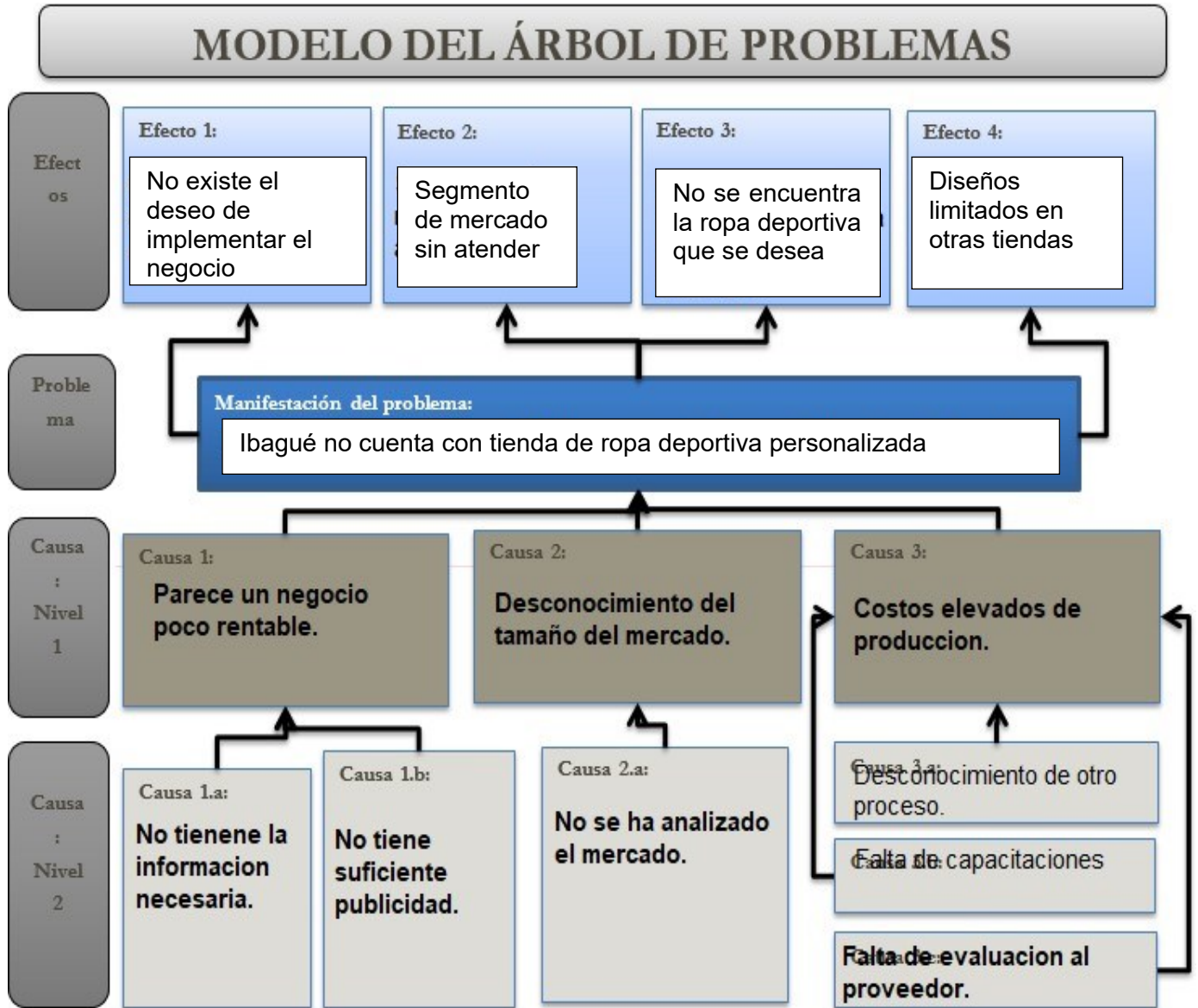
Legal:

- Acogernos a los parámetros de seguridad y salud en el trabajo
- Cumplir con el pago de tributos e impuestos.
- Notificar apertura del establecimiento comercial a
Planeación Distrital (enviar carta por correo)

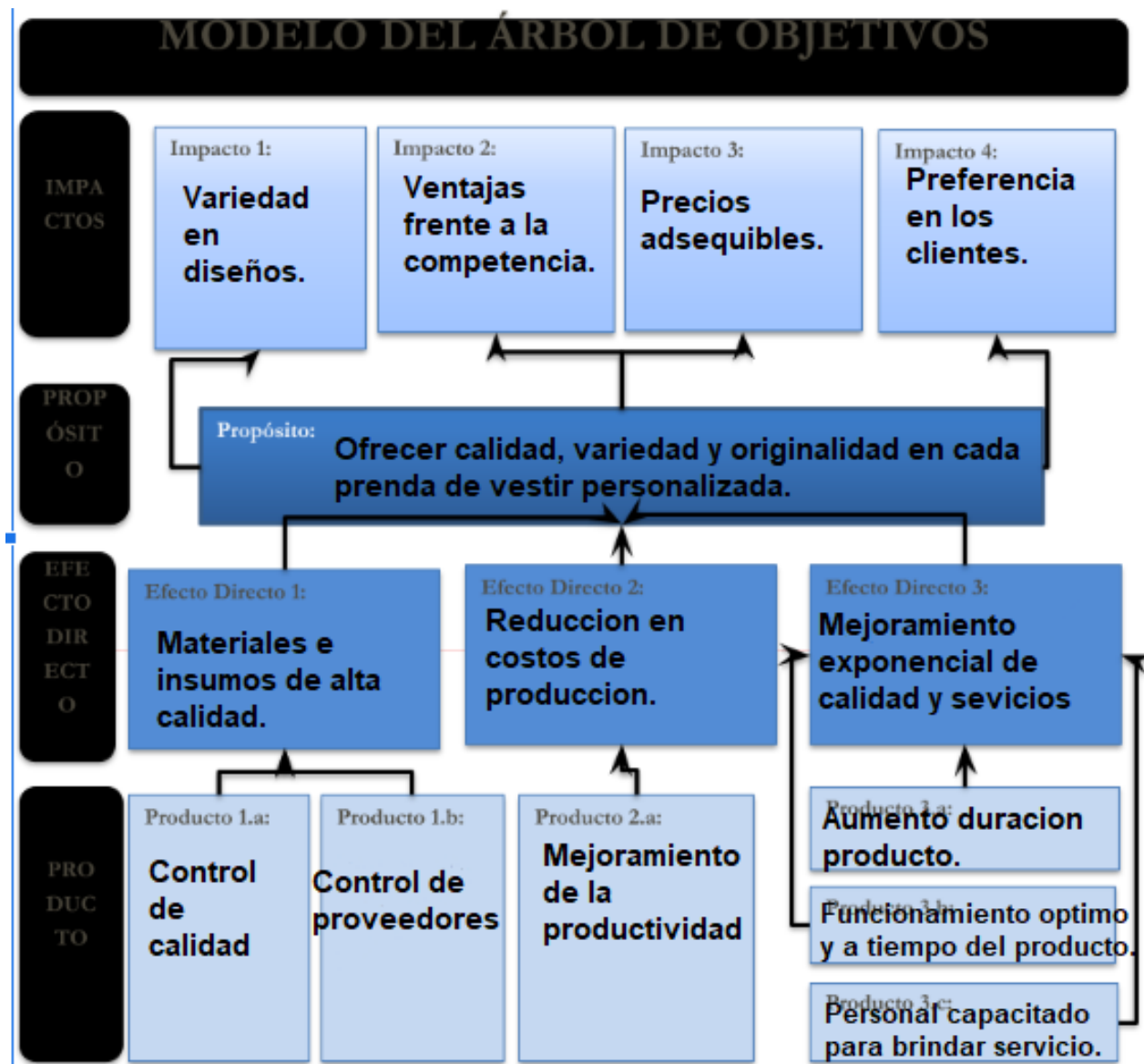
Tecnologías disruptivas

No tiene ninguna vinculación con las tecnologías disruptivas, pero si se emplea ejemplo en este caso el uso bolsas biodegradables y ropa personalizada y también plataforma virtual para estar en constante movimiento e innovación con nuestro producto para ofrecer un servicio de calidad

árbol de problemas



Árbol de objetivos



1. Descripción de la idea de negocio

Tabla 1

Cual es el producto o servicio

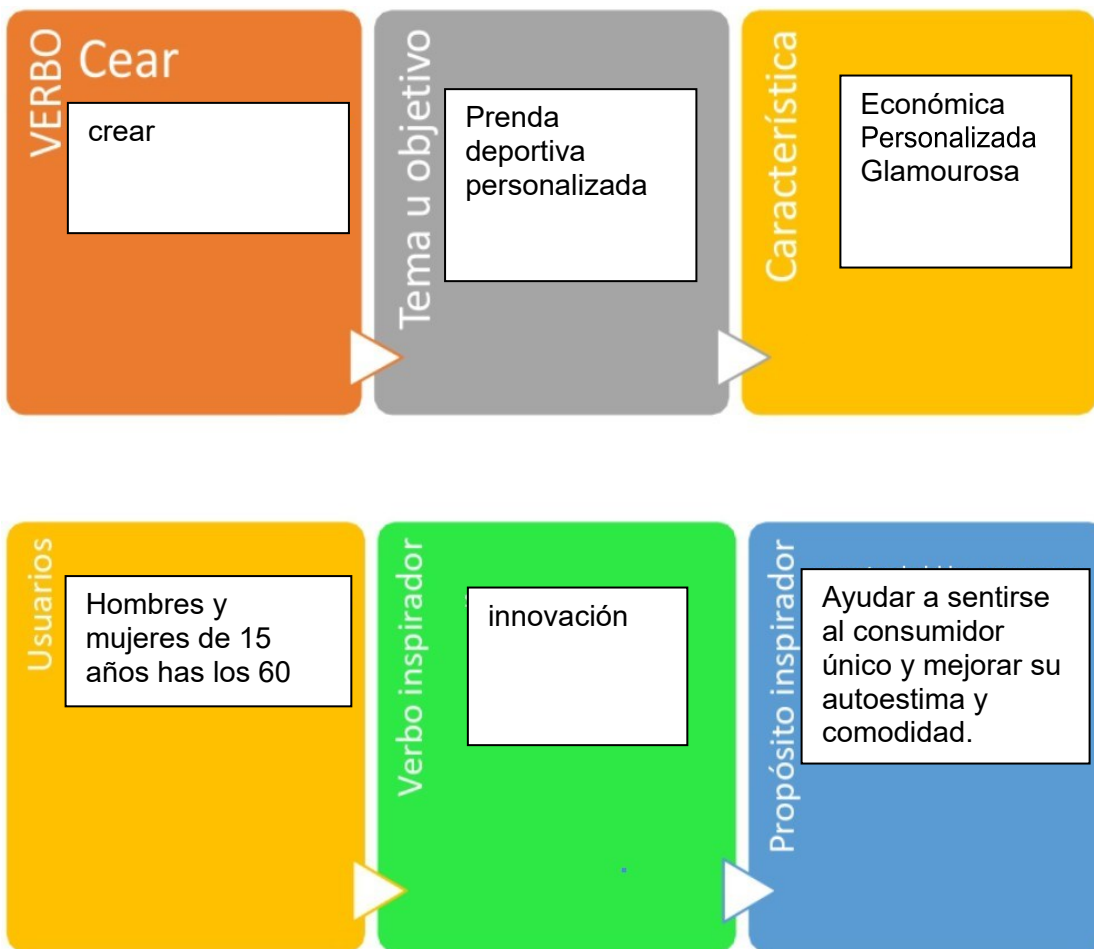
Quien es

<p>¿cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Tienda de ropa deportiva personalizada, en la que el cliente podrá escoger que apliques o como quiere que este conformado su vestuario deportivo, de que colos, tallaje, tipo de tela, forma para que sieta seguro y unico</p>
<p>¿quién es el cliente potencial?</p>	<p>Demográfica</p> <p>Los clientes principales para Euforia son hombres y mujeres desde los 15 a 50 años aproximadamente, con un ingreso de uno (\$828.116) a dos salarios mínimo legal vigente pertenecientes a estratos 2 a 3, sin restricción de religión.</p> <p>Psicográfica</p> <p>“Cada persona es un mundo”</p> <p>La selecta selección de los clientes para Euforia son aquellas personas atraídas por la actividad deportiva que les guste sentirse a gusto y únicos dentro del deporte que los identifica.</p> <p>Que busquen la calidad y la comodidad en su tiempo de practica y por qué no en sus momentos libres.</p> <p>Geográfica</p> <p>El punto de atención principal estará ubicado en Ibagué barrio el salado y nuestros clientes a los cuales acogeremos serán a todos los del barrio y sus alrededores.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hato viejo - Salado - Ciudadela Simón Bolívar - Santa Elena - Santa Rita - Calubaima
<p>¿cuál es la necesidad?</p>	<p>En Ibagué no se observa ninguna tienda de ropa deportiva personalizada, todo es muy común en las tiendas existentes, se busca que cada consumidor se sienta atraído con su estilo</p>

	de vida y su forma personal de vestir e ir a un gimnasio o estar en cualquier evento deportivo
¿Cómo?	Utilizando material reciclable para no dañar el medio ambiente, con telas y colores, apliques escogidos por los consumidores.
¿Por qué lo preferirían?	Porque como se menciona anteriormente en Ibagué no existe una tienda así, esta tienda deportiva será creada a favor y beneficio del cliente cumpliendo con sus necesidades.

Figura.

En la siguiente figura encontrara una forma de como deseamos desarrollar nuestro objetivo.



Innovación

Tipos de innovación:

De Mercadotecnia: se hará por medio de promociones para darnos a conocer con el público y posicionarnos en el mercado, ejemplo por compra de las bolsas biodegradables que la persona lleve que se entregarán en la primera compra obtendrán un descuento, si es cliente fidelizado es decir que en el mes ha realizado diferentes compras para el día de sus cumpleaños obtendrá un bono regalo en su prenda o por una cantidad específica.

Estrategias de innovación.

- Innovación en sistema de producto: es innovador porque no tenemos en esta ciudad un competidor directo, porque nosotros como empresa realizaremos prendas personalizadas al gusto del cliente sin excedernos en el precio.
- Innovación en canales: nuestro producto estará en redes sociales como Instagram, Facebook y tendrá un portafolio en la página web, contará con publicidad en la zona centro de Ibagué que es una de las más transcurridas por personal de diferente clase
- Innovación en modelo de negocio: nuestra idea de negocio como ya es mencionada existe en el mercado, pero no tiene competencia directa, queremos es que por medio de las

bolsas biodegradables para que no se utilicen bolsas plásticas que ocasionan un daño grande al país y por medio de nuestros materiales reciclables seguir ayudando más.

- Innovar analizando la competencia: analizamos todas las tiendas de ropa que existen en la ciudad de Ibagué donde manejan un gran número de prendas, pero nuestro beneficio es la forma en la que estamos innovando al realizar prendas personalizadas

Estudia el mercado

Fuerzas de la industria

A. Contextualización de la empresa:

Nuestra empresa se llamará Power es un nombre que genera poder y autonomía

Su actividad económica será los servicios de productos de consumos.

Por otro lado, la empresa cuenta con una planta de personal no superior a los diez trabajadores y sus activos totales son menores a quinientos SMMLV (Finalmente, se destaca que el valor del arriendo en el centro de la ciudad será de aproximadamente 10 a 120 metros cuadrados y en esta zona se tiene un costo mensual de aproximadamente \$ 2.000.000 de pesos.

Estará ubicado en 12 con 3 zona céntrica de la ciudad de Ibagué.

B. Análisis de la demanda

la ropa deportiva se encuentra dentro de los bienes necesarios para realizar actividades

deportivas, haciéndose indispensable su adquisición. Hay que tener claro que la compra de ropa deportiva por parte del cliente dependerá del gusto o necesidad que tenga en ese momento. Es decir, la demanda dependerá de las necesidades de los individuos y de la situación económica del cliente.

1.4.2 Factores que afectan la demanda El objeto fundamental con el análisis de la demanda es determinar cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al producto.

a) Necesidad del Producto Es importante establecer la necesidad en el consumidor de ropa deportiva de calidad a un precio accesible y que además satisfaga la necesidad o deseo del cliente. Esto, se logra incentivando a que las personas realicen actividades deportivas, ya que es de beneficio para la salud y mantener un buen estado físico.

b) Precio Es relevante su estudio ya que a través del precio se determina los ingresos de la empresa, el precio debe estar justificado con un producto de buena calidad para ser competitivo en el mercado empresa, así se verá reflejado el precio

PRENDA	COSTO DE ADQUISICIÓN	PRECIO DE VENTA
CAMISAS LICRA HOMBRE	\$ 18.000,00	\$ 35.000,00
CAMISAS DAMA	\$ 13.000,00	\$ 30.000,00
PANTALON HOMBRE	\$ 16.000,00	\$ 45.000,00
PANTALON DAMA	\$ 16.000,00	\$ 40.000,00
BUSO LICRADO	\$ 18.000,00	\$ 40.000,00
SUDADERA COMPLETA	\$ 65.000,00	\$ 110.000,00

C. Análisis de la oferta.

Queremos satisfacer las necesidades del cliente y es ahí donde ofrecemos productos a

precios cómodos y de excelente calidad y observamos en el mercado a nuestros competidores que son los que ya mencionamos en nuestro trabajo como lo son ADIDAS, FILA, JANSPOORT que son tiendas deportivas con gran renombre y que tienen precios elevados pero que ya tienen fidelizado a su segmento ellos realizan todo tipo de prendas deportivas para hombres y mujeres

También observamos que como son tiendas deportivas sus precios son muy altos no alcanzo a abarcar a segmentos de personas y sobre todo que ellos realizan en cantidad y es ropa que todos tienen porque por prenda se venden muchas iguales entonces se aprovecha que no todo el segmento esta conforme porque quisieran algo más a su estilo y que marcara la diferencia.

Otras marcas.



desde 1949 es una compañía multinacional alemana fundada en 1937 dedicada a la fabricación de equipamiento deportivo y productos de moda. La empresa también es patrocinadora de eventos y figuras deportivas a nivel mundial.

Su target son mujeres, hombres y niños desde los 3 meses de edad su lema es tecnología, alto rendimiento, comodidad, calidad.

Sus productos son prendas deportivas, zapatillas y accesorios, sus canales de distribución son tiendas propias, internet y distribuidores de mercado internacional y su manera de darse a conocer es por patrocinios de eventos, redes sociales.



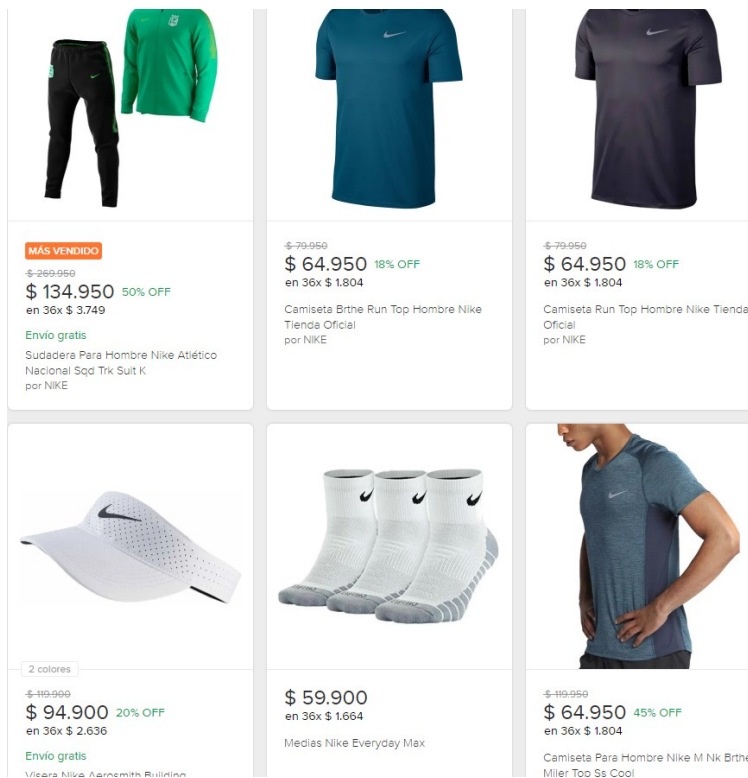
Su precio, si es variable dependiendo de que tipo de tela y como es el estilo oscilan entre \$ 55.000 hasta \$350.000



Nike, Inc. es una empresa multinacional estadounidense dedicada al diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de equipamiento deportivo: balones, calzado, ropa, equipo, accesorios y otros artículos deportivos, 25 de enero de 1964, Eugene, Oregón, Estados Unidos.

Lema pasión por el deporte, motivación, innovación, calidad, servicio y diseños su target son jóvenes, niños adultos, deportistas que practican alguna actividad física.

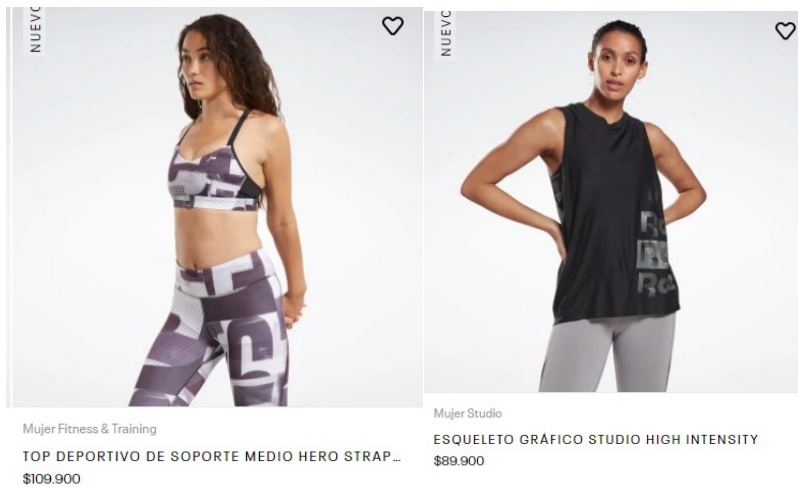
Productos, zapatos, ropa deportiva, su comunicación va por medio de patrocinios con deportistas de alto rendimiento, redes sociales propias.



Reebok International Limited es una productora estadounidense de zapatillas deportivas, ropa, y accesorios, subsidiaria del grupo alemán Adidas. La sede central global se encuentra en Canton, Massachusetts, y tiene oficinas regionales en Ámsterdam, Montreal, Hong Kong y Panamá.

Lema, auténticos, relacionamiento, personalización de los productos motivación por

el deporte, su target son mujeres y hombres, maneja diversos productos como tops, camisetas, buzos, pantalones sus canales de distribución son tiendas propias, internet, distribuidores y su publicidad es por medio de patrocinios de eventos, filthub, pagina web y redes sociales propias.



Prendas entre los \$85.000 a los \$350.000

Existen otros, pero estas estas son las marcas más reconocidas y competencia principal. Porque estan muy posicionados en el mercado.

D. Análisis de la comercialización y de los proveedores:

El canal de distribución principal de este proyecto será en la planta del barrio

salado allí se organizara para conformar nuestra planta para que inicie sus labores, los lugares estratégicos serán los diferentes gimnasios del barrio salado de la ciudad de Ibagué donde esta nuestras prendas.

Una vez este posicionado y se logre recuperar la inversión se pensaría en abrir otra planta en la zona centro de dicha

ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

Para que una empresa tenga éxito en el mercado, es imprescindible tener una buena relación con sus proveedores. Gracias a esto se pueden conseguir buenas compras para el negocio, mejorar la calidad de los insumos y lograr futuros acuerdos beneficiosos. De su adecuada gestión depende el precio final del producto, su calidad e incluso la potencial oferta al mercado, lo cual ayuda a producir un mejor producto o servicio final, generando de esta manera una mayor satisfacción del cliente y, por lo tanto, mayores ventas para la compañía. El empresario debe ser consciente de la importancia de escoger bien a sus proveedores y establecer con ellos acuerdos claros y específicos.

Para la selección de proveedores y terceros, la empresa tendrá una lista de chequeo con las principales características que ambos deben cumplir para ser contratados, entre estas están: años de experiencia, con qué marcas ha trabajado y qué productos les ha fabricado, definición de tiempos de entrega, procesos internos, estado de maquinaria, seguridad y salud en el trabajo,

calidad de los productos que ha producido, entre otros.

Proveedor	Producto e insumo	Precio unitario	Criterios para escogerlos
MC DAVID (Bogotá)	Rodilleras y coderas	<ul style="list-style-type: none"> • 22.000 	Es una empresa dedicada a la comercialización de rodilleras y coderas importadas para baloncesto, lleva ocho años en el mercado, posee una tienda virtual donde los clientes pueden realizar sus pedidos, es reconocida y sus productos son de buena calidad
Andrewsports (Cali)	Fabricación de todas nuestras prendas. telas	Por cada buzo cobrara \$8.000 en la tela que desee y por personalización \$8.000	lleva siete años en el mercado y distribuye su mercancía en diferentes locales

Mi bisuteria Ibagué	Todos los apliques y demás que puedan tener una prenda	\$ 300 por cada aplique	Productos de buena calidad y ofrecen un precio rentable
La 25 (Bogotá)	Estanterías. Vitrinas. Sillas mesas	\$150.000 \$2.500.000 \$250.000 \$85.000	Dependiendo de la cantidad del producto nos hacen descuentos
Monte zion (Ibagué)	Botellones de agua	• \$8.000	Años en el mercado.


Segmenta el mercado

DESCRIBA 15 BONDADES DE SUS PRODUCTO.


- Ofrecer seguridad a su consumidor
- Clase y glamour
- Su propio estilo
- Confianza y seguridad
- Pasión
- Comodidad

- Prendas que reducen el daño ambiental
- Promociones que te harán comprar
- Belleza
- Se ajusta para todo tipo de cuerpo
- Pagina web donde con un solo clic tendrás una persona dispuesta a tender tus solicitudes.
- Precios adsequibles
- Punto de venta bien ubicado
- Calidad en las prendas
- Los consumidores tendrán su único estilo sin que otros lo repitan

BUYER PERSONA

<p>Inserta una foto del cliente</p> <hr/> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fracaso -Quiebra -Muerte 	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <ul style="list-style-type: none"> -que xistan medidas rígidias para quien le hace daño a un animalito -crecimiento personal
<p>Demográficos y geográficos</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay</p>

<p>-35 años</p> <p>-masculino</p> <p>-Soltero</p> <p>-Bogota, Colombia</p> <p>-Universitaria</p> <p>-Barrio perdomo</p>	<p>importante para ellos?</p> <p>Terminar mi carrera universitaria, para demostrarme a mi que no importa los años si no el esfuerzo y las ganancias</p>	<p>alguna barrera en su camino?</p> <p>Estudiando y siendo constantes, el poco tiempo es la barrera principal</p>
---	--	--

<p>Inserta una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>-soledad</p> <p>-perder</p> <p>-muerte de alguien cercano</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>-que nos generen los derechos y que estos se nos respeten</p> <p>-sabiduría</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>-25 años</p> <p>-Femenino</p> <p>-casada</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?</p> <p>Poder trabajar en mi profesión</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>El poco reconocimiento</p>

-Ibagué -Universitaria -el carmen Frases que mejor describen sus experiencias perseverancia		frente a lo que hago
--	--	----------------------

A. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?

Mis clientes similares, se encontrarán en las universidades, centros deportivos, y zona centro de la ciudad, donde está el flujo de personas que se necesitan para el segmento y también por medio de redes sociales

B. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

- Su interés por conseguir sus objetivos
- que con disciplina se logran los objetivos
- la empatía por los más vulnerables
- el amor por el progreso

- la disciplina con la que han venido trabajando

C. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

Mis clientes generalmente

detalladamente se observa que en mi cliente pasa mucho tiempo acompañado por su trabajo, entonces mantienen en continuo contacto, de compañeros de trabajo de sus clases de su familia y a veces unos tienen bastante tiempo libre

D. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Terminar sus estudios, poder crecer a nivel personal lograr conseguir un producto diferente y que si le aporte beneficios a su salud, que no sea muy elevado para poder consumir., su trabajo estudio. Contribuir con productos que tengan una razón sociable amigable con su ciudad.

Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

- Buen precio: en el mercado y más deportivo todas las prendas tienen un costo muy elevado nosotros mientras nos posicionamos manejaremos un precio que se ajuste y por debajo de nuestros competidores.
- Ofrecer seguridad a su consumidor: se sabe que no es bueno salir a la calle y tener tener la misma prenda que otra persona eso te hace sentir inseguro y avergonzado, eso quiere cambiar Power con su personalización en prendas.
- Clase y glamour: nuestras prendas para el consumidor siempre los hará lucir muy bien
- Su propio estilo: tendrán un estilo propio y diferente

- Confianza podrán tener confianza en el material
- Comodidad: el tipo de prendas serán muy cómodas por el diseño y la tela
- Prendas que reducen el daño ambiental: apoyaran a que cada prenda que compren será realizada con material reciclable
- Promociones que te harán comprar: mi cliente es alguien que le gusta el trabajo y salir adelanté pero que tiene poco tiempo para él, por eso las promociones que como empresa le vamos a ofrecer nos va a elegir siempre como su prioridad
- Belleza: podrán lucir bellos y en todo el tallaje
- Página web donde con un solo clic tendrás una persona dispuesta a tender tus solicitudes. La página web tendrá que al revisarla conocerá nuestro portafolio y podrá comunicarse con un asesor para aquellos que no cuentan con el tiempo de ir hasta el punto de venta

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades de este.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto. •

En cuanto a prendas de ropa es un sector muy amplio en el mercado y mas en la zona centro donde se ubica todo el comercio, desde lugares ya reconocidos a nivel nacional como los que son de la ciudad

2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo. Nuestro producto será distribuido

y promocionado en la ciudad de Ibagué, Tolima donde existe una población aproximada de 564.100 A partir del estudio de mercado y el crecimiento de la industria en la confección de ropa deportiva, se estima que alrededor de 43 157 mujeres de estrato 4, 5 y 6 del Área Metropolitana de Ibagué y el Tolima podrían practicar algún deporte. Por lo anterior, se realizará un análisis de sensibilidad. El volumen de ventas esperado mensualmente es de 719 unidades, donde la producción se distribuirá en partes iguales

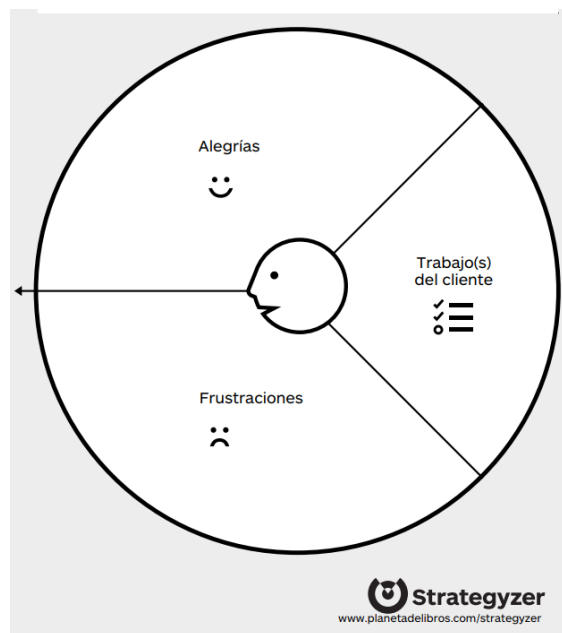
3. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

En el centro de la ciudad existen varias tiendas de ropa deportiva

4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto: como es una tienda que recién se esta abriendo paso en el mercado pero que esta con un toque que va a hacer personalizado entonces según análisis se proyecta de un 100% el 60%

Diseña la propuesta de valor.

Perfil del cliente



Trabajos del cliente.

FUNCIONALES

Le gusta estar siempre a la moda

Practicar deporte

Salud y físico

EMOCIONALES:

Sentirse únicos

Seguros y con estilo.

Confiabilidad en la prenda

Versen bien y cómodos

SOCIALES.

Que su vestuario deportivo sea cómodo al momento de usarlo.

Que se vean bien antes los demás

Que se resalte su vida deportiva

Ser únicos con la prenda que utilizan porque tiene su propio poder

Frustraciones.

EFECTOS SECUNDARIOS.

Que no les guste el diseño

Que no les satisface el precio

La prenda no es cómoda

El tipo de tela les produce alergia

Que por falta de tiempo no puedan asistir hacia nuestra planta

OBSTACULOS.

Falta de conocimiento de la empresa

Seguridad en la compra

Falta de tiempo para asistir a nuestra empresa

Malas experiencias por otras empresas

RIESGOS, RESULTADOS NO DESEADOS.

Que la prenda, otra persona la copie

Que le afecten el uso de las prendas

Quedar en ridículo dando buenas referencias.

Alegrías

NECESARIAS.

Qu les guste los diseños

Que el costo del producto no varía mucho

Que las telas son cómodas y no causan ningún daño de irritaciones o alergias

ESPERADAS

Que mejore, su autoestima y su elegancia

Que sea un producto como en realidad lo ofrecen

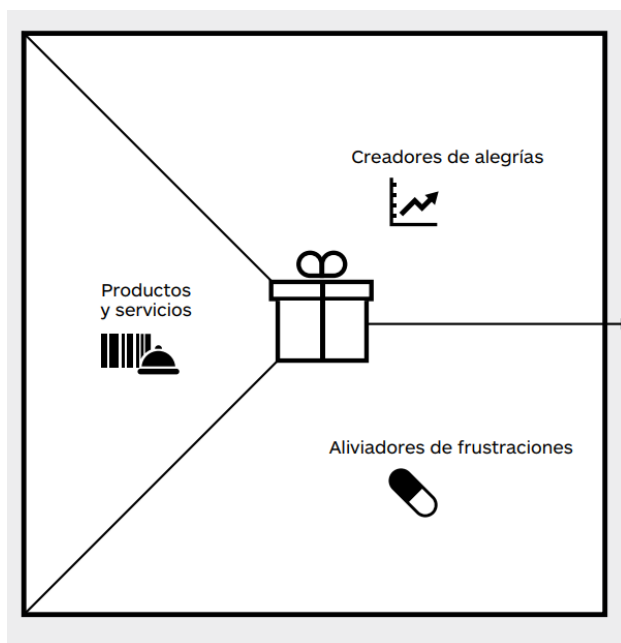
Que no lo este utilizando otra persona.

DESEADAS.

Les gustaria no tener que ir hasta el lugar, si no que fuera personalizado

Que no se demorara mucho la prenda que diseñan

Que no fuera tan lejos la planta



Productos y servicios

Tangibles.

Encontrar n los exhibidores, las telas, colores y apliques que los puedan observar

Encontrar en la tienda diversas prendas

Tener un ambiente fresco y muy sofisticado

Intangibles

Ofrecer los productos a sus clientes en centros comerciales y por telefonía.

Digitales

Por medio de nuestra plataforma, podrán ver la tienda online

Videos del lugar, de prendas

Pedir en línea.

Creadores de alegría.

Que nuestro cliente sienta la diferencia al probar nuestro producto,

Que sientan que no fue una mal inversión

Sentir que lo pone de prioridad al complacer sus gustos

Que la prenda no se repite en otros.

Que las telas no les cause ningún tipo de problema con su piel.

Aliviadores de frustraciones

Power es un producto que ingresa al mercado para satisfacer las necesidades de un segmento que muchos no manejan, como es la exclusividad y los deseos del cliente de ser diferentes a los demás marcando su propio estilo en las prendas que utilizan a momento de hacer deporte, para esto tenemos sitios estratégicos como lo mencionamos gimnasios de los barrios

Diseño del producto

DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nuestro producto está dirigido a todas las personas que mejoran su vestuario deportivo con prendas exclusivas, escogidas por ellos

Producto: prendas deportivas personalizadas

1. 100% algodón
2. poliéster
3. cómodas

Marca: Power

Slogan: seguridad, confianza y poder



Logotipo: palabra en ingles que significa poder, el rayo indica seguridad, electricidad.

Los colores para utilizar son:

- El negro que es un color sobrio, unisex y sobre todo exaltar

Buzo, pantalones.

- Colores escogidos por el consumidor
- Apliques escogidos por el consumidor
- Logo ira en la parte izquierda del buzo



PROCESOS DE DESARROLLO DEL PRODUCTO

No	Descripción	Tiempo (min)
1	Revisar ofertas de proveedores.	60
2	Escoger proveedores.	120
3	Seleccionar productos a vender.	60
4	Publicar oferta de productos en redes sociales.	120
5	Atender pedidos de productos.	60
6	Solicitar pedidos a proveedores.	15
7	Esperar productos	720
8	Recibir pedidos.	20
9	Inspección de productos elegidos.	10
10	Alistar productos a entregar.	10
11	Establecer acuerdo de entrega.	15
12	Trasporte de pedido.	40
13	Verficiar entrega de pedido.	10
14	Atender retroalimentación de experiencia de compra.	60

MATERIA PRIMA

Las prendas de vestir, serán escogidas por el cliente, color, tela, apliques, este diseño se enviara el mismo dia a ANDREWSPORT el cual trabajará en el diseño o en los diseños que le enviemos y tardará más o menos de 3 a 5 días en la prenda volver a nuestra empresa terminada esto se hará de llevar y traer las prendas por uno de los asociados para evitar gastos adicionales.

BODEGA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

En nuestro establecimiento, es decir empresa, será un ambiente como do, donde el cliente llegara observara telas, diseños y otros vestuarios para asi guiarse de lo qu quiere, estas prendas una vez terminadas volverán a nuestra bodega donde se tiene un estricto cuidado y archivo de cada prenda a su cliente para entregarla en la puerta de la casa.

CONSUMIDOR FINAL

El consumidor recibirá la prenda a su estilo en la puerta de su casa.

Estrategia de mejora:

- Establecer en la página de Facebook respuesta automática 24/7.
- Reducir los tiempos de entrega para los productos personalizados.

- Estudio constante al cliente (costumbres, hábitos, cultura en general), para estudiar sus comportamientos y establecer cambios a tiempo y rápidos.

PRECIOS. inversión inicial: \$40.000.000 Contrato de alquiler de local en

Unicenter.. Compra de camión de logística. Inversión en publicidad: \$2.000.000

Los márgenes de utilidad se establecerán entre un rango del 20% al 30%

dependiendo de la prenda, y se puede ir ajustando mes a mes a medida que se vaya

acercando a un punto estable y dependiendo de la cantidad de unidades vendidas,

si se aplican descuentos o estrategias de venta que modifiquen el precio de venta.

Costos de producción

Activos y fijos	cantidad	Costo	Costo total
Sillas	10	80.000	800.000
mesas	10	55.000	550.000
Maquinas coser	5	1.334.000	6.670.000

Maquinas de bordado	2	3.100.000	6.200.000
precisalloras	2	4.200.000	8.400.000
telas	80	17.000	1.360.000
apliques	300	800	640.000
Bolsas de empaque	200	500	100.000
Total		8.787.300	24.720.000

Requerimientos, especificaciones y estándares de calidad.

- Tonalidades
- Verificación de colores (prueba RUB)
- Verificación de simetría
- Verificación de talla
- Prueba adhesiva (logotipos, impresión, la fuerza de la marca)
- Test de peso de tela (para prendas de punto)
- Test de pestillos y calidad de los cierres

- Prueba de desprendimiento de las costuras (para tejidos)
- Cuidado de etiquetado
- Las sustancias nocivas
- Identificación de fibras
- Colorantes azoicos prohibidos
- Pruebas de tiempo: a prueba de agua, a prueba de viento, temperatura

Ficha tecnica



Camiseta para hombre y mujer en estilos deportivos personalizadas

Material: Tejidos en tres diferentes materiales poliéster, orión y fibra natural, para garantizar la comodidad y la buena práctica deportiva

Medidas: Talla M, 70 cm alto, 60 cm ancho y estilo holgado

Colores: Estándar primarios, secundarios, neutros

ETIQUETA	XS/ 40 - 42	S/ 44 - 46	M/ 48 - 50	L / 52 - 54	XL / 56 - 58	2XL / 60 -62	3XL / 64 - 66
PECHO	82 – 87 cm	88 – 94 cm	95 – 102 cm	103 – 111 cm	112 – 121 cm	122 – 132 cm	133 – 144 cm
CINTURA	71 – 75 cm	76 – 86 cm	83 – 90 cm	91 – 99 cm	100 – 109 cm	110 -121 cm	122 – 134 cm
CADERA	83 – 86 cm	87 – 93 cm	94 – 101 cm	102 – 110 cm	111 – 119 cm	120 – 128 cm	129 – 138 cm







Material: Tejidos en tres diferentes materiales poliéster Orión y fibra natural, malla en tela.

Medidas estándar: Talla M 45 cm largo, 40 cm ancho

Colores: Estándar primarios, secundarios, neutros.

Personalizado: En este caso los uniformes se modificarán en los siguientes aspectos:

- **Color**    
- **Estampados:** Figuras estampadas a laser como dibujos animados o fotos personales.



Top y leggins para dama

Material: Tejidos en tres diferentes materiales poliéster, ori6n y fibra natural, para garantizar la comodidad y la buena pr6ctica deportiva

Medidas: talla desde la s o xl

Colores: Est6ndar primarios, secundarios, neutros

Prototipo.

POWER
deporte con estilo

"Si no te gusta tomar riesgos, debes salir corriendo del negocio"
Ray kroc

PERSONALIZA TU ROPA DEPORTIVA
3219353984
2745036
power.ropadeportiva@gmail.com



POWER

Calida y servicio

power es una empresa que esta creada para satisfacer la necesidades de ustedes los consumidores, personalizando y dando poder a su prendas deportivas



PRENDAS

encontraras prendas para hombre y mujer con el color, diseño, tela, estampado y apliques, que usted quiera para su vestuario deportivo

N



PRECIOS:

prendas entre los \$30.000 y los 85.000

en nuestra tienda virtual encontrara prendas con descuentos, y en nuestra empresa podra observar todo el materia

Desarrollo del modelo Running lean

Problema	Solución	Propuesta de	Ventaja	Segmento de clientes
<p>*Confiabilidad</p> <p>Generar confianza a nuevos clientes, será un gran problema dado que es un producto nuevo en el mercado</p>	<p>*Confiabilidad</p> <p>Iniciaremos nuestras primeras ventas con nuestros subordinados para que de allí se genere la publicidad inicial del producto.</p>	<p>valor única</p> <p>La empresa se dedica a diseñar y personalizar ropa deportiva como camisetas y pantalonetas, utilizando tres diversos materiales de alta calidad y cómodos. Los diseños incluyen</p>	<p>diferencial</p> <p>Nuestros valores adicionales es la innovación en los diseños de la ropa deportiva involucrando colores mezclados, estampados e imágenes propias de cada cliente</p>	<p>Los clientes principales son hombres y mujeres desde los 15 a 50 aproximadamente, con un ingreso de uno (\$828.116) a dos salarios mínimo legal vigente pertenecientes a estratos 2 a 3, aquellas personas atraídas por la actividad deportiva que les guste sentirse a gusto y únicos dentro del deporte que los identifica. Que busquen la calidad y la comodidad en su tiempo de practica y por qué no en sus momentos libres.</p>
<p>*Credibilidad</p> <p>Buscar que el cliente tome la decisión de elegirnos como primera opción.</p>	<p>*Credibilidad</p> <p>Con ayuda de nuestros subordinados y la publicidad inicial que será en campeonatos de barrio inicialmente disminuirémos este problema en un 30%, hasta aumentar nuestras ventas.</p>	<p>*Posicionarnos</p> <p>Manejar precio iguales o menores a nuestros competidores, nos dará la entrada inicial al mercado.</p>		

<p>Métricas claves</p> <p>*Encuestas Realizar encuestas de satisfacción en cuanto a las prendas tradicionales</p> <p>*Patrocinio Como primera actividad realizaremos un patrocinio a un equipo humilde para darnos a conocer e identificar si logramos generar atención.</p>	<p>incluso fotografías.</p>	<p>Canales</p> <p>Medios de comunicación</p> <p>*Volantes Diseñar volantes con un contenido interesante y llamativo para el menudeo</p> <p>*Pancartas En los campeonatos de barrio, gimnasios y demás lugares de público deportivo.</p>
<p>Estructura de coste</p> <p>nuestros principales costos se priorizan en la confección las prendas. -Hilos - Mallas -Volantes - Electricidad</p> <p>-Telas -Empleados –Tintas - Publicidad –Papelería</p>	<p>Fuente de ingresos</p> <p>Precio establecido para todos los artículos desde el más económico (\$50.000- hasta el más costoso \$100.000 precio sujeto a cambios según diseño).Medios de pago como son efectivo, tarjeta débito crédito, bonos sodexo y adicional sistema de abono para todos los tipos de artículos.</p>	

Valida tu idea de negocio

escogí el problema de mi modelo Canvas, porque eso pasa en la ciudad de Ibagué existen diferentes tiendas de ropa deportiva, pero ninguna se enfoca en priorizar al cliente y ofrecerle algo personalizado y al gusto de él, logrando que su seguridad, autoestima y criterio propio sobresalgan.

Este es un mercado de mucha competencia porque en esta ciudad ya están muy posicionados en diferentes partes de ella almacenes como Adidas, Nike, Reebok, Jet, entre otros por eso me enfoque en ese problema de que los consumidores quieran algo diferente y no común que todos tienen en mi encuesta realizo preguntas acerca de prendas deportivas haber que tanto el segmento me quiere,

Las diversas preguntas indagaban de gustos y preferencias.

Aplica tu encuesta

A continuación, realizaremos una encuesta con un grupo de personas acerca de ropa deportiva, sus gustos y preferencias.

Objetivos específicos de la investigación

- Con esta encuesta nos fijaremos que tanto conocimiento tienen los consumidores en ropa deportiva
- Detectar y evaluar la competencia en el mercado
- Conocer que esperan los consumidores de esta nueva innovación

2. Determine el tipo de Investigación a realizar (cualitativo y cuantitativo)

el tipo de investigación que se decidió adoptar es el cualitativo en el cual por medio de una encuesta conoceremos a nuestro segmento que esperan mediante ropa deportiva

ENCUESTA

La siguiente encuesta se realiza con el fin de conocer como es su preferencia ante la ropa deportiva, para ello se realizaron encuestas a 10 personas de la ciudad para conocer sus respuestas.

1. ¿le gusta la idea de personalizar sus prendas deportivas?
 - A. No
 - B. Si

2. ¿Qué opina de la calidad de los materiales en las prendas deportivas actualmente?
 - A. Buena
 - B. Mala

3. ¿Considera que utilizar colores, estampados y formas diferentes ayudan a identificar su personalidad?
 - A. SI
 - B. NO

4. ¿Apoyaría una nueva idea de negocio, dedicada a estampar las y personalizar ropa deportiva?

A. SI

B. NO

5. ¿está de acuerdo en utilizar imágenes personales en prendas deportivas?

A. SI

B. NO

Determine el Tamaño de la muestra.

- el mercado objetivo, el cual estuvo conformado hombres y mujeres de 15 a 60 años de edad, del centro de la ciudad, la cual está conformada por una población de 529.635 personas, según fuentes estadísticas externas.
- un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Aplicando la fórmula de la muestra:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 529.635
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (529.635)) / ((529.635) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (529.635)) / ((529.635) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 50844.96 / 324.08 + 0.96$$

$$n = 50844.96 / 325.04$$

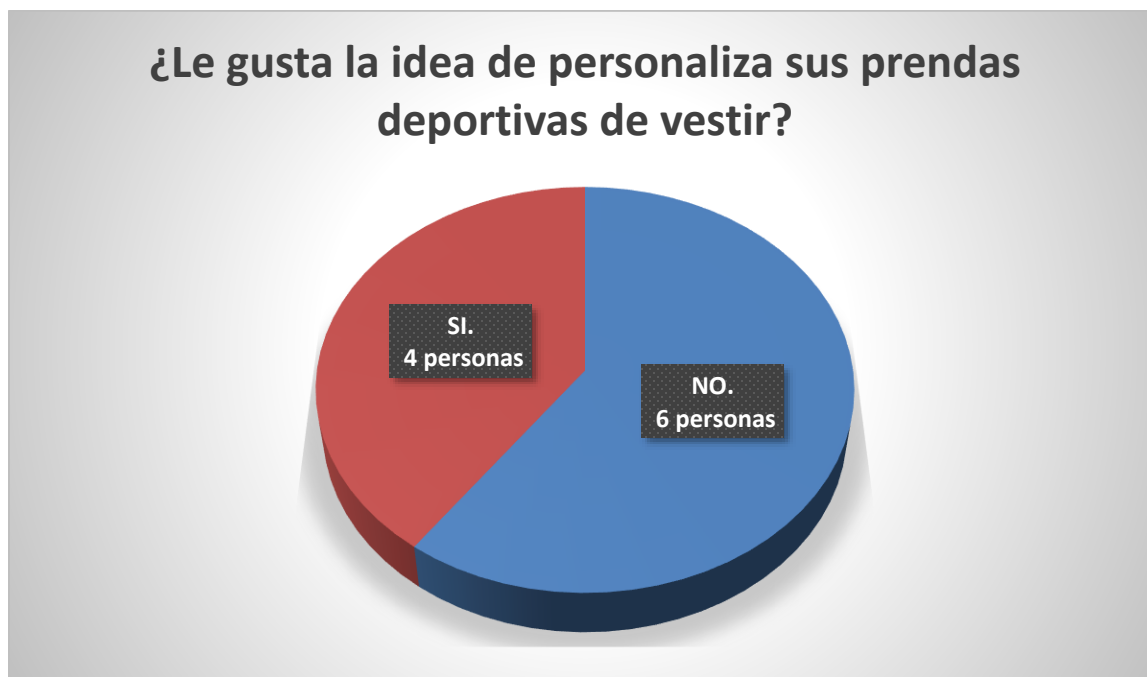
$$n = 156$$

Tabula y analiza la información.

- Graficas

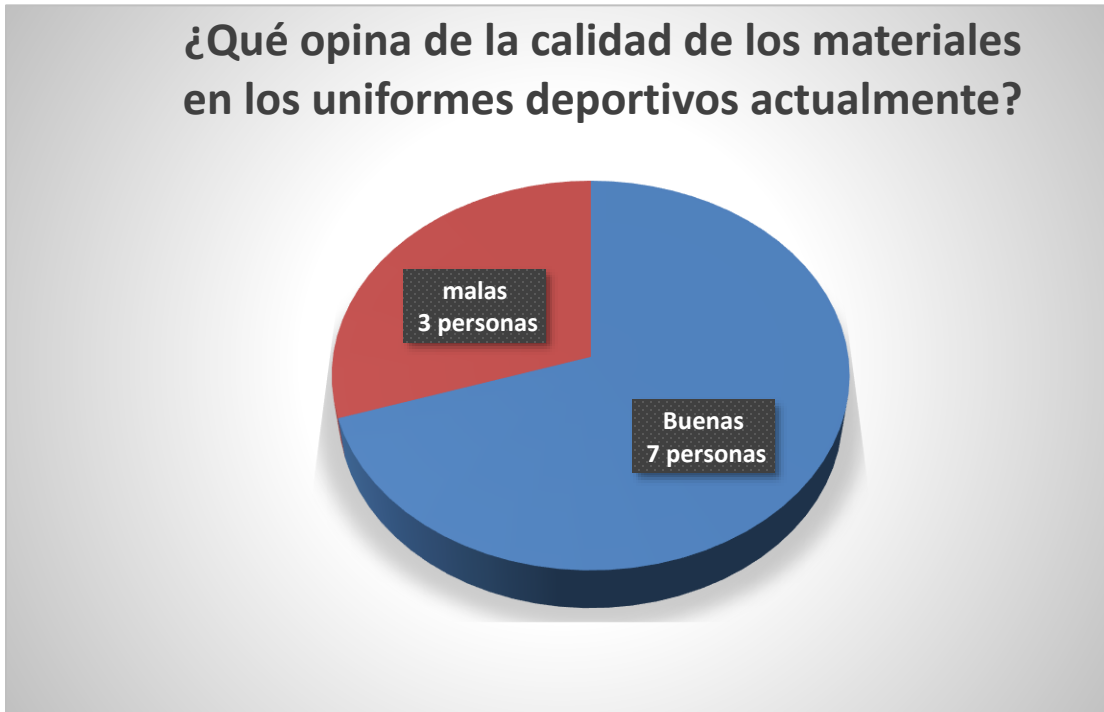
ESTADÍSTICAS

6. ¿Le gusta la idea de personaliza sus prendas deportivas de vestir?



De las 10 personas encuestadas 6 no les gustaria personalizar sus prendas deportivas y a 4 si les gusto la idea

7. ¿Qué opina de la calidad de los materiales en los uniformes deportivos actualmente?



De 10 personas a 7 les parece buenas y a los 3 restantes malas

8. ¿Considera que utilizar colores, estampados y formas diferentes ayudan a identificar su personalidad?

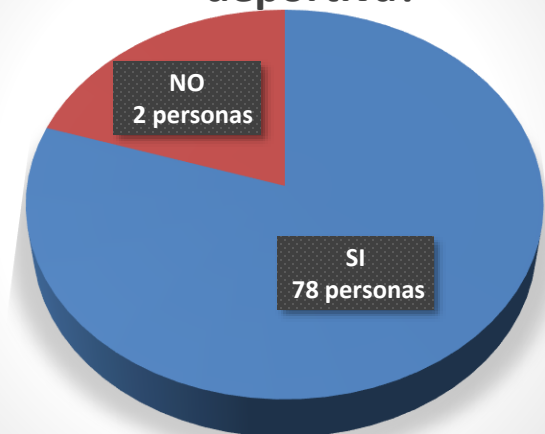
¿Considera que utilizar colores, estampados y formas diferentes ayudan a identificar su personalidad?



En esta respuesta se observa claramente que las personas 10 / 10 dicen que un estilo personalizado define una persona

9. **¿Apoyaría una nueva idea de negocio, dedicada a estampar las y personalizar ropa deportiva?**

¿Apoyaría una nueva idea de negocio, dedicada a estampar las y personalizar ropa deportiva?



Observamos claramente que de las 10 solo 8 personas apoyarían esta idea de negocio, dos personas No

10. ¿está de acuerdo en utilizar imágenes personales en prendas deportivas?



Esta pregunta nos refleja que la mitad esta a favor y la otra mitad en contra

BIBLIOGRAFIAS

<https://www.gestiopolis.com/analisis-de-la-demanda-del-mercado/>

<https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Servicios-Financieros/Noticias/2017/Mayo-2017/Asi-va-la-competencia-en-el-mercado-de-ropa-deportiva-en-Colombia>

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/17553/u713821.pdf?sequence=1>

<https://www.pricing.cl/conocimiento/fijacion-de-precios/>

<https://advenio.es/como-analizar-el-entorno-y-los-factores-externos-que-influyen-en-tu-modelo-de-negocio/>

<https://www.efdeportes.com/efd136/marketing-distribucion-del-producto-deportivo.htm>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Servicios-Financieros/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia>

<https://thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/>

<https://rockcontent.com/es/blog/propuesta-de-valor/>

<https://normasapa.com/formato-apa-presentacion-trabajos-escritos/>

