

Proyecto Creación De Empresas

Presentador Por:

SILVIA CASTRO GUERRERO

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior Cun

Bogotá D.C.

Octubre 18 De 2020



INDUSTRIAS DRAGONS S.A.S.

COMPROMISO DE AUTOR

Nosotros, **Silvia Castro Guerrero** con cedula de ciudadanía No. **1.023.916.747** de Bogotá, alumna del programa académico de Contaduría Pública, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directores legales, económicos y administrativos 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: _____

Tabla de contenido

I.	Resumen ejecutivo	1
	<u>Introducción</u>	
	Objetivos	
	Claves para el éxito	
II.	Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	1
	Planteamiento del problema	
	Objetivos de desarrollo sostenible	
	Teoría de valor <u>compartido</u>	
	Tecnologías disruptivas	
	Análisis del sector económico	
III.	Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad	1
	<u>Descripción del problema</u>	
	Árbol de problemas	
	Pregunta de investigación	
IV.	Descripción de la idea de negocio	1
	<u>Nombre de la idea</u>	
	Descripción detallada de la misma	
	Factores innovadores	
	<u>Características tangibles e intangibles de la misma</u>	
	Propuesta de valor	
	Fuerzas de PORTER y entorno de la empresa.	
V.	<u>Estudio de mercado</u>	1
	<u>Contextualización.</u>	
	<u>Análisis de la demanda.</u>	
	<u>Análisis de la oferta.</u>	
	<u>Análisis de la comercialización.</u>	
	<u>Análisis del producto.</u>	
	<u>Precios.</u>	
	<u>Análisis de la distribución.</u>	

	<u>Análisis de Proveedores.</u>	
VI.	<u>Modelo Running Lean</u>	1
VII.	<u>Investigación de mercados</u>	1
	<u>Objetivos.</u>	
	<u>Tipos de investigación.</u>	
	<u>Instrumentos.</u>	
	<u>Tamaño de la muestra.</u>	
	<u>Aplicación de la encuesta.</u>	
	<u>Tabulación.</u>	
	<u>Conclusiones.</u>	
VIII.	<u>Producto Mínimo Viable</u>	¡Error! Marcador no definido.
	<u>Validación.</u>	
IX.	<u>Conclusiones y recomendaciones</u>	1
X.	<u>Bibliografía</u>	1

Lista de tablas

Tabla 1 PESTEL Análisis del Sector Económico.....	20
Tabla 2 Identificación del Problema, necesidad o Reto.....	23
Tabla 3 Valorización Idea de Negocio.....	27
Tabla 4 Idea de Negocio Estructurada.....	29
Tabla 5 Contextualización de la Empresa.....	32
Tabla 6 Estudio del Mercado – Competencia.....	39
Tabla 7 Buyer Persona- Perfil Cliente.....	40
Tabla 8 Tecnología y Materiales.....	48
Tabla 9 Materiales Elaboración BYOHANDBAGS.....	48
Tabla 10 Morfología y funcionamiento BYOHANDBAGS.....	48
Tabla 11 Costo Total UnitarioBYOHANDBAGS.....	52
Tabla 12 Ficha Técnica BYOHANDBAGS.....	56

Lista de figuras

Figura 1 Árbol de problemas, Aumento de contagios por covid-19.....	24
Figura 2: Árbol de Objetivos, Disminución Contagio Covid-19 y Demas Virus.....	25
Figura 3 Lluvia de ideas para estructurar Negocio.....	26
Figura 4 Plan de Negocio.....	30
Figura 5 Ideas para el Mercado Innovación.....	31
Figura 6 Propuesta de Valor.....	45
Figura 7 Mapa de Valor - Perfil Cliente.....	46
Figura 8 Proceso de Producción BYOHANDBAGS.....	49
Figura 9 Cadena Distribucion BYOHANDBAGS.....	50
Figura 10 Costo Materia Prima BYOHANDBAGS.....	51
Figura 11 Costo Operario Elaboración BYOHANDBAGS.....	51
Figura 12 Costos Administrativos.....	52
Figura 13 Precio de Venta BYOHANDBAGS.....	52
Figura 14 Diseño y Características BYOHANDBAGS.....	55

RESUMEN

INDUSTRIAS DRAGON SAS es una Organización establecida para la elaboración y comercialización de bolsos esterilizantes con luz ultravioleta, que surge por la necesidad e iniciativa de los integrantes de esta sociedad de colocar en el mercado una propuesta de valor totalmente competente, de alta calidad y beneficios para la salud.

Esta organización se destaca por la elaboración y comercialización de bolsos esterilizantes, que posee beneficios higiénicos y de salud al ser un producto que contribuye a enfrentar y terminar la producción de bacterias, especialmente al COVID – 19.

Queremos brindar a nuestra comunidad en general, el mejor y más conveniente producto, que alcance un alto reconocimiento y al mismo tiempo satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Contamos con los estándares, protocolos y garantías de calidad.

PALABRAS CLAVES

Protección, rentabilidad, comercializar, ahorro, eficiencia

INTRODUCCIÓN

Colombia es un País en crecimiento, el cual está lleno de oportunidades de mercado el cual deben ser aprovechadas, mostrando un dinamismo positivo en muchos sectores productivos y sobre todo aprovechar las situaciones coyunturales. Estas oportunidades se pueden cristalizar en ideas de negocios las cuales se pueden proyectar con personas que las estructuren como Empresas.

En esta asignatura de Creación de empresas de la Corporación Unificada Nacional CUN, formadores de Emprendedores, como competencia transversal de este Modelo Educativo, fomenta el desarrollo empresarial de sus Estudiantes, generando como opción de presentar un trabajo de investigación y creando una ruta de para abordar estas oportunidades coyunturales que presenta el mercado. De allí la presentación de esta propuesta de negocio, el cual servirá como parte del proceso de preparación de un negocio que enfrentará obstáculos, esperados e inesperados, pero necesarios para la conformación exitosa del negocio en este mercado competitivo.

Esta propuesta busca la aplicación de todos y cada uno de los contenidos explicados en el presente semestre de esta asignatura, basados en un modelo propuesto desde El Docente y que puede ser un documento inicial para el desarrollo de una idea que puede trascender a través del tiempo como un verdadero negocio prospero.

JUSTIFICACIÓN

El Propósito del presente estudio es evaluar la efectividad del BOLSO DE ESTERILIZACION UV en el proceso de higienización a fin de obtener valores que soporten y que contrarresten la acción efectiva contra todo virus (COVID – 19). Esta problemática ha generado una preocupación mundial y es por ello que se han desarrollado estrategias de desinfección alternativa para minimizar los impactos.

La luz ultravioleta es particularmente efectiva para destruir el material genético de microorganismos como virus y bacterias, impidiendo su replicación desde su hallazgo en 1878, se ha convertido en un método básico de esterilización, siendo utilizado todos los días en hospitales, aviones, oficinas e incluso en fábricas de alimentos. Es el desinfectante con el más alto grado de desinfección eliminando en cuestión de segundos bacterias, hongos, esporas y otros microorganismos peligrosos a la salud humana, además, puede llegar a desinfectar con gran eficacia desde ropa hasta espacios públicos.

La luz ultravioleta no usa agua, no usa químicos es más limpia, un detalle especialmente importante al desinfectar el agua o los alimentos. Además, tampoco necesita ser procesado, por lo que destaca por poseer ciertas ventajas frente a otros sistemas de desinfección.

De acuerdo con lo anterior el proyecto tiene una gran importancia puesto que a partir de este se dará a conocer un producto que brindara soluciones a problemas ambientales que afectan la salud humana y el cual será de fácil adquisición ya que su costo no es muy elevado, pues este pretende brindar economía.

OBJETIVO GENERAL

Ser una marca líder en el mercado de los productos de esterilización y desinfección ante la prevención de enfermedades provenientes del contacto con virus y bacterias, con su innovación quiere promover la protección y prevención del consumidor, con el valor agregador de estilo, innovación y el de promocionar la salud, incrementando las ventas mes a mes, para así obtener una mayor rentabilidad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un análisis de mercado donde se defina las estrategias para atacar el mercado, realizar encuestas a los futuros clientes con el fin de conocer cuáles son las necesidades en el mercado actualmente.
- Diseñar un plan operativo, para precisar cómo va a operar el negocio en cada una de sus áreas, para que en un largo plazo esta sea una de las empresas líderes en el mercado de fabricación, venta y distribución de las válvulas de pie en bronce.
- Tener un posicionamiento del producto a nivel nacional
- Fomentar al usuario la importancia y calidad que BYOHANDBAGS para su protección
- Generar una eficiencia en la productividad de nuestro producto.
- Fortalecer nuestra marca mediante favorables canales de distribución
- Comercializar el producto no solo a familias, también a empresas y sobre todo sectores de mayor vulnerabilidad.

PRIMER PROBLEMA – SALUD

Actualmente, Colombia atraviesa un problema de salud debido a la emergencia sanitaria a nivel mundial generada por el COVID-19, ningún país estaba preparado para el impacto de este virus incluyendo a Colombia, siendo claro que hasta países subdesarrollados han sufrido mucho con esta pandemia porque es un reto muy grande.

Colombia a pesar de ser el país de América Latina con la cobertura mas alta en salud superando el 95% de su población, aun así los servicios de salud no responden adecuadamente, esto ha llevado a que el país tome medidas radicales y extremas con la cuarentena nacional, pero hay personas que han salido a protestar porque se han sido afectados sus ingresos, pero no comprenden la magnitud del problema.

Colombia alcanzó nuevas cifras en lo que respecta a la pandemia derivada del covid-19: superó el medio millón de contagiados, el 22 de agosto de 2020 registró el día con más fallecidos (400 fallecimientos) llego a 16.968 muertes y contabilizó a más de 359.000 personas recuperadas de la enfermedad. Cualquiera de esas cifras nos ubica en la parte de arriba de las clasificaciones mundiales, a pesar de completar cinco meses de restricciones.

Ante esta situación las entidades de salud y las empresas se enfrentan a nuevos retos, tanto financiero, como el de exigir de forma clara y precisa las medidas que deben tomar los empleados, por tanto, deben innovar para enfrentar esta crisis.

SEGUNDO PROBLEMA – DESEMPLEO

Este problema se ha presentado durante muchísimos años, pero más debido a la pandemia, las empresas han realizado recorte de personal, la gente que trabaja de forma independiente se le han disminuido sus ingresos al punto de desempeñar oficios varios, y los que trabajan de la informalidad no pueden salir a hacer lo de su diario vivir, ya que en su gran mayoría los vendedores informales son personas de tercera edad, o que ya no pueden trabajar, sea por alguna enfermedad o discapacidad. sin contar los múltiples jóvenes que, a partir de los 18 años, que salen de estudiar y no cuentan con alguna experiencia formal en algún ámbito profesional o administrativo.

Pandemia ha llevado al desempleo a 41 millones de personas en la región, circunstancia que afecta al sistema de prima media o al de cuenta individual.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la pandemia ha llevado al desempleo a 41 millones de personas, circunstancia que afecta al sistema de prima media o al de cuenta individual. Para el mes de junio de 2020, la tasa de desempleo del total nacional fue 19,8%, lo que significó un aumento de 10,4 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (9,4%). De acuerdo con la PILA, en junio de 2020 el 4,0% de los puestos de trabajo dependientes presentaron novedad de suspensión del contrato, y el 6,0% registraron novedad de vacaciones.

Gracias al conocimiento del desempleo que cada vez va en aumento, por motivos de la pandemia nuestro reto sería enorme, aunque sabemos que no darle un trabajo a todo el mundo, pero si podemos llegar a solventar a bastantes personas y sus familias integrándoles un ingreso mensual para que de esta forma la tasa de desempleo baje, aportando a bastantes familias, pero al mismo tiempo recibir un apoyo de mano de obra y así lograr cumplir los propósitos de nuestra compañía.

Como oportunidad queremos ser incluyentes, sin importar género, edad, raza, orientación sexual o discapacidad, otorgando la oportunidad a aquellos que no la han tenido en otra parte, buscando candidatos con o sin experiencia, aprovechando los beneficios que nos traerá esa persona a nosotros como empresa, a su vez prevalemos de nuestra buena imagen corporativa en el campo comercial e impulsar nuestros productos.

TERCER PROBLEMA- INSEGURIDAD

la inseguridad es uno de los mayores flagelos que afectan a los habitantes en Bogotá, y de acuerdo con un artículo publicado en el diario el tiempo el pasado 28 de junio de 2020 mencionan: “La más reciente encuesta de percepción y victimización de seguridad de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) muestra que la apreciación de inseguridad se redujo en 3 puntos porcentuales entre el segundo semestre del 2018 y el mismo período del 2019, pasando del 61 al 58 %. Es decir, los datos más actualizados sobre este indicador que le inquieta a la mandataria dejan ver que había una leve mejoría.

Pese a esto, las cifras delictivas a la baja no dejan tranquilas a las autoridades, que anunciaron una serie de estrategias para contener el aumento de la delincuencia que el fiscal

general de la Nación, Francisco Barbosa, advierte puede ocurrir una vez se supere la cuarentena, pero que ya empieza a dar algunas pinceladas de lo que se podría venir para la capital del país.”

La disminución en las estadísticas anteriormente mencionadas se presentan de acuerdo a lo que estamos viviendo actualmente, la pandemia y las cuarentenas sectorizadas y estrictas que hemos vivido, han hecho que la población esté confinada en sus casas, es por esto que las cifras tienden a la baja, no obstante, los delincuentes no han disminuido su accionar delictivo, al contrario hay muchas personas que han manifestado que los han robado en varias oportunidades ya que la ciudad se presta por su soledad para que los ladrones estén al acecho en diferentes localidades.

Uno de los lugares en donde se presentan mas hurtos a personas es en el transporte público y la principal modalidad de hurto es el denominado “cosquilleo”.

Según el SIEDCO, 8.633 de estos robos se dieron mediante el popular cosquilleo. Más de 1.822 se efectuaron con armas blancas o cortopunzantes. Finalmente, 105 casos fueron con armas de fuego.

Los viernes en la mañana son los días en los que más se cometen robos, según estas estadísticas. Fuente Sistema Integrado Digital

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Objetivo 3: Salud y Bienestar

Así, INDUSTRIAS DRAGONS contribuye al objetivo número 3, "garantizar una vida sana y promover el bienestar", con sus actuaciones en materia de prevenciones de enfermedades provenientes de virus y bacterias.

Anunciamos nuestra su intención de convertirse en una compañía que responda a los gustos y necesidades de los consumidores. Esto traducirá fundamentalmente en el lanzamiento de una mayor variedad productos esterilizantes para la protección de virus y bacterias de acuerdo al estilo de vida, al tiempo que los esfuerzos se centran en disminuir la propagación del COVID-19.

Objetivo 4: Educación de Calidad

Garantizar una Educación de Calidad y promover oportunidades de aprendizaje. Entre sus metas específicas incluye “aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento”. DARGONS contribuirá a ello con diversas iniciativas:

Así, el proyecto Jóvenes Emprendedores capacita personal y profesionalmente a los jóvenes con menos oportunidades para que tomen las riendas de su propio futuro y puedan convertirse en lo que deseen. Además, también busca impulsar la empleabilidad y el emprendimiento juvenil en Colombia.

En esta apuesta por el talento joven, la organización también ofrecera a los chicos y chicas experiencias inolvidables a través del teatro y la escritura con las que complementar su formación y mejorar sus habilidades personales y competencias profesionales.

Objetivo 3: Acción por el clima

Con su desempeño INDUSTRIAS DRAGONS SAS también contribuye al objetivo número 13: "adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos"

Siguiendo con el modelo de la economía circular de reducir al máximo la utilización de materias primas, la compañía hara un uso eficiente de la electricidad en sus plantas y oficinas centrales. No solo usando energía limpia y produciendo su propia energía renovable, sino con la sustitución de equipos por otros de nueva generación, lo que evita la emisión a la atmósfera de gases de efecto invernadero. Con medidas así, conseguiremos rebajar un las emisiones directas de sus operaciones principales.

TEORIA DE VALOR COMPARTIDO

En nuestra organización vemos de manera diferente, buscando llegar a todo el mundo y más aquellas personas de bajos recursos, por tal razón haremos que nuestros productos sean accesibles en el mercado, se busca integrar a las personas más vulnerables para que lo puedan adquirir a bajo costo, tomaremos una iniciativa que sea encabezada por mujeres cabeza de familia que ofrezcan nuestros productos de casa en casas a los hogares del país, una vez vendidos los productos se enviaran a domicilio por personas que también formen parte de la organización y de esta forma generar más empleo.

También tenemos como objetivo dar capacitaciones a estudiantes emprendedores para que puedan desarrollar competencias y desempeñar cargos en la organización, esta iniciativa generara la incursión de trabajadores capacitados contribuyendo a su crecimiento y al de la compañía.

<p>Político</p>	<p>En Colombia desde la posesión política del actual presidente Ivan Duque, busca incentivar la economía naranja; Gracias al paquete de incentivos fiscales creados por el Gobierno Nacional, a través de la política de Economía Naranja, y el Plan Nacional de Desarrollo (PND), nuestra organización busca aplicar a la convocatoria del beneficio de exención de renta por un periodo de siete años (Ley 2010 de 2019, art. 91).</p> <p>Nos acogernos a la Ley 1780 de 2016 que busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, obteniendo beneficios tales como Exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación para el primer año.</p> <p>Nuestros productos estarán exentos de IVA de acuerdo con el Decreto 551 de abril 2020, porque son elementos de protección.</p>
<p>Económico</p>	<p>En Colombia El Dane informó este jueves que la producción industrial de Colombia en junio de 2020 bajó 9,9% en comparación con el mismo mes del 2019. Las ventas reales de la industria cayeron 11,3% y el personal ocupado disminuyó en 8,1%.</p> <p>El Dane informó que el Índice de Precios del Productor (IPP) de Colombia en julio de 2020 aumentó 1,52% en comparación con el mes inmediatamente anterior.</p>
<p>Social</p>	<p>Con este novedoso invento la idea de nuestro producto es dirigirnos desde niños de 8 años que ya sepan manipularlo hasta las personas adultas que lo adquieran y de esta misma manera ya puedan obtenerlo cualquier miembro de la familia común colombiana, ya viendo la problemática al covid 19 podemos intuir y aclarar de forma informativa que un gran parte de la población cambio sus ámbitos diarios para o estudiar en casa, o trabajar en casa sin tener una gran necesidad de salir de los hogares, pero nuestro producto lo que busca es que podamos brindarle a cualquier persona que salga de su hogar la seguridad de poder estar protegida a cualquier tipo de contagio</p>

<p>Tecnológico</p>	<p>El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.</p> <p>Nuestro producto va a contar con las especificaciones técnicas necesarias para brindar la seguridad de desinfección que buscamos con las bondades que nos ofrece la Luz Led UVC. Está es un gran avance comparándolo con los métodos tradicionales de desinfección (alcohol, jabón y desinfectantes que pueden ser irritantes al contacto con la piel o generar resequedad).</p> <p>Con esta tecnología vamos un poco más allá de desinfección de nuestras manos o partes del cuerpo, vamos a desinfectar es los implementos, utensilios u objetos que manipulamos en nuestro diario vivir y con esto evitamos que nuestras manos toquen directamente los virus y bacterias en especial el COVID-19.</p> <p>"Fundamentalmente, estoy de acuerdo con la premisa de que los rayos UV tienen un gran potencial para reducir la transmisión de COVID", afirmó el Dr. Edward A. Nardell, profesor de salud global y medicina social en la Escuela de Medicina de Harvard.</p> <p>Recientemente, muchas investigaciones demostraron que la luz UV-C (longitud de onda a 260-280 nm) es sensible a Covid-19.</p>
<p>Ecológico</p>	<p>Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental. La Ley suscita: "Todas las empresas a nivel ambiental deben tener un departamento de gestión ambiental dentro de su organización para velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental de la República,"</p> <p>La luz ultravioleta o UV, como usualmente se refiere, es uno de los medios probados para tratar aguas, aire o superficies contaminadas biológicamente. Esta simple y segura tecnología es conveniente para</p>

	pequeños flujos residenciales, así como también grandes flujos en proyectos comerciales e industriales.
Legal	<p>La empresa debe implementar SG-SST Decreto 1072 2015, tiene la obligación de cumplir o brindar toda la protección en temas de seguridad y la salud para los trabajadores.</p> <p>Así mismo, cumplimos con lo dispuesto el marco legal de emergencia sanitaria Res. 385 de 2020, Protocolos de Bioseguridad Res. 666 de 2020, entre otros. Con el fin de aplicar las normas que dispone la normatividad actual como medidas de la pandemia por COVID -19</p>

Tabla 13 PESTEL Análisis del Sector Económico Fuente: www.portafolio.co, DANE, DIAN

Identificación Del Problema, Necesidad, Reto U Oportunidad

La problemática que decidimos escoger fue la de la salud, ya que esta es una problemática que se ha presentado constantemente a lo largo del tiempo, afecta a todos por igual, desde niños hasta adultos de la tercera edad, y más con la emergencia sanitaria a nivel mundial nos damos cuenta de que estamos expuestos a cualquier virus, por tal razón tenemos que cuidarnos mucho, desinfectando todo lo que tocamos fuera de nuestro hogar. Llegando al punto de coger un trapo aplicarle alcohol para limpiar nuestros objetos, hasta que creemos que ya no existe rastros de ninguna amenaza. El problema es que como buenos humanos que somos,

podríamos hacerlo mal, por lo que nuestra compañía tiene como objetivo brindar productos más efectivos.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Riesgo de Contagios por COVID-19 y demás enfermedades virales	Aumentos de inseguridad en Bogotá	Aumento desempleo
Conocimiento o experiencia	4	2	0
Asesoramiento de un experto (¿si se requiere, lo tenemos?)	3	1	2
¿Alcance técnico tenemos las herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? Tenemos acceso a información / datos/ cifras, puedo darle alguna solución?	5	2	1
Tiempo (posible solución)	4	2	1
Costo (posible solución)	3	0	0
¿Impacto es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	2	0	0
¿Qué tanto les llama la atención del desarrollo de este problema?	5	3	1
Total	26	10	5

Tabla 14 Identificación del Problema, necesidad o Reto

ARBOL DE PROBLEMAS

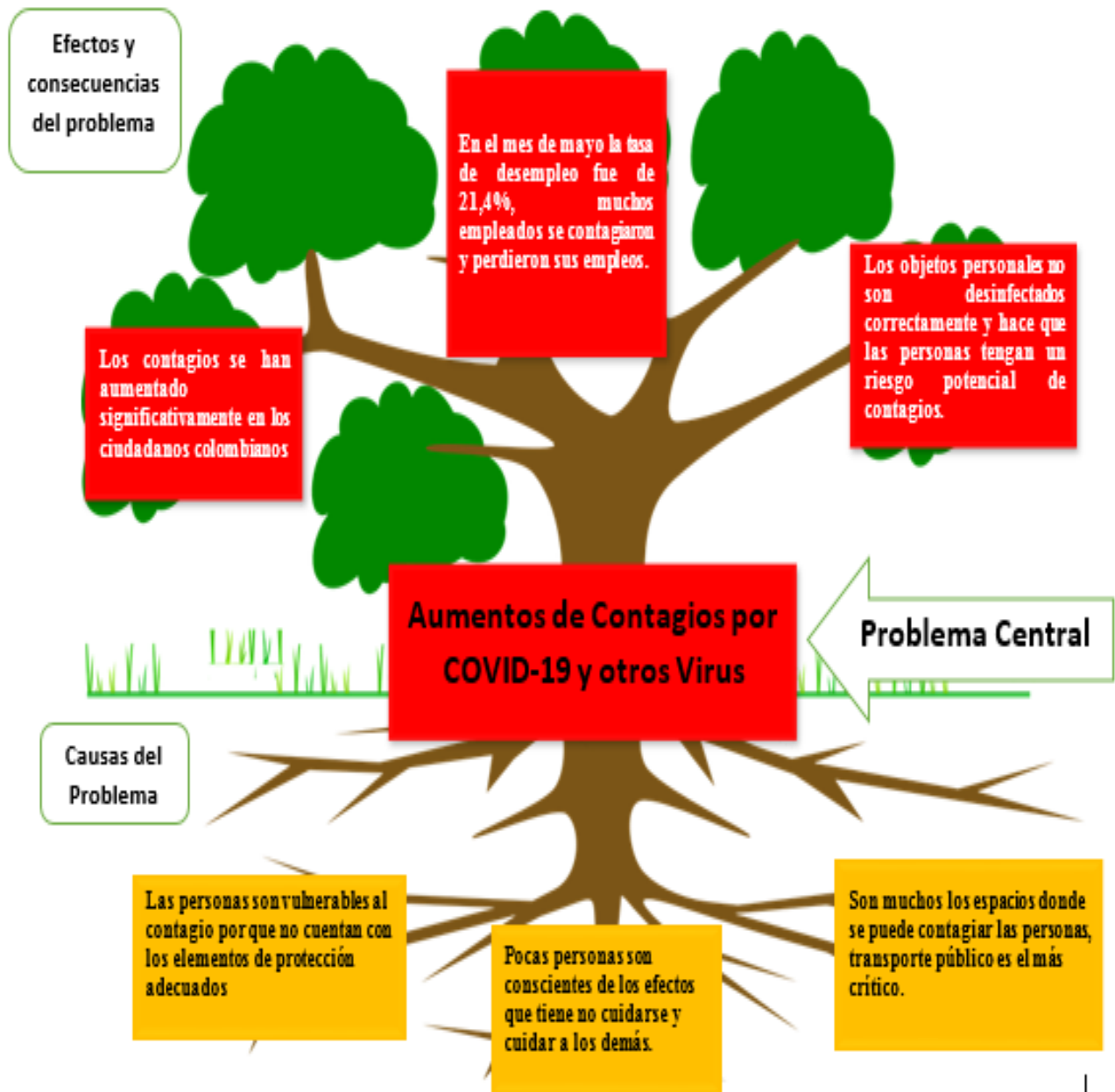


Figura 15 Árbol de problemas, Aumento de contagios por covid-19

ARBOL DE OBJETIVOS

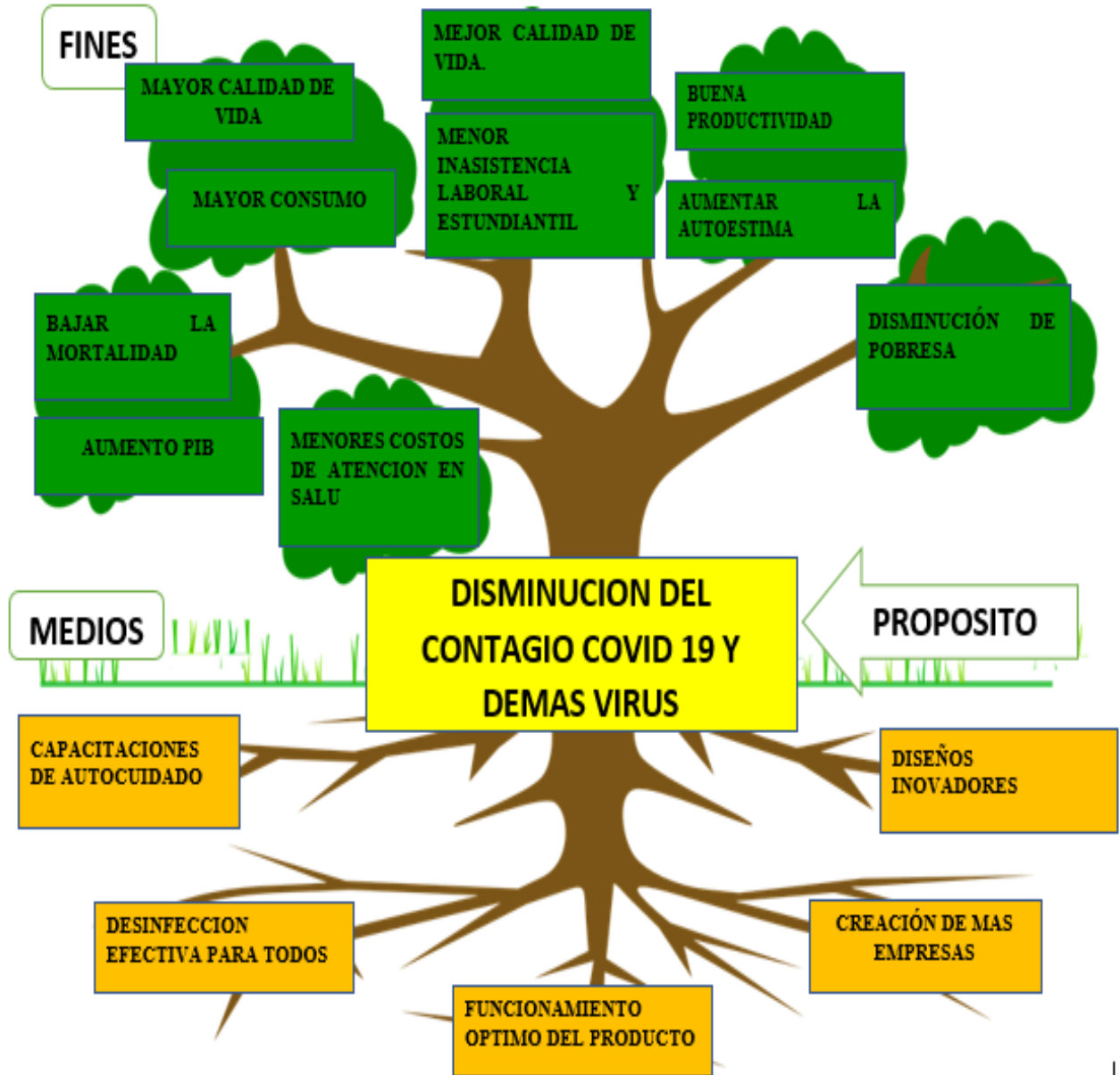


Figura 16: Árbol de Objetivos, Disminución Contagio Covid-19 y Demas Virus

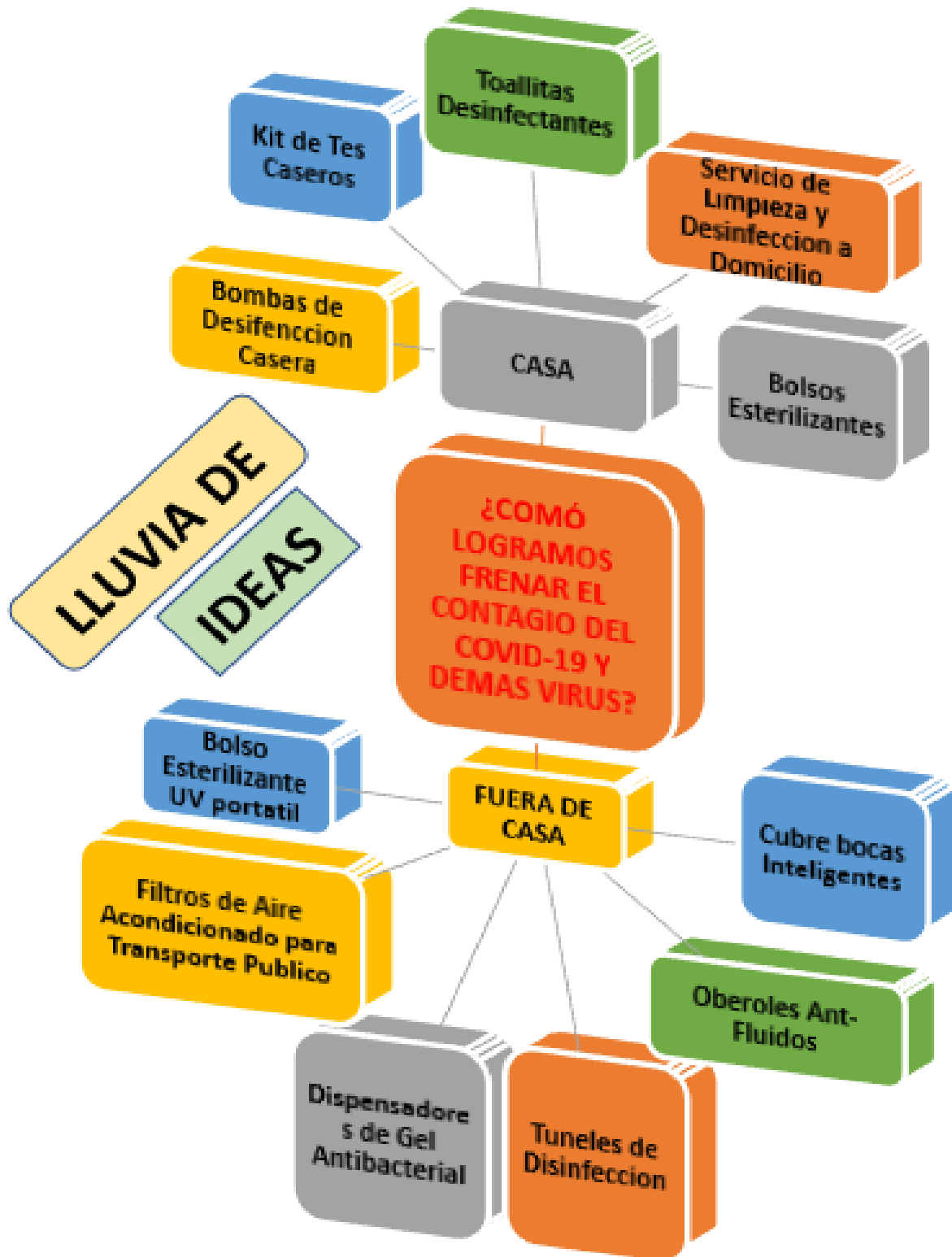


Figura 17 Lluvia de ideas para estructurar Negocio

INTERÉS/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
LA IDEA DE NEGOCIO QUE TENGO SE AJUSTA A LO QUE YO SIEMPRE HE QUERIDO HACER					5
NO ME INCOMODARIA DECIR A OTROS QUE ME DEDICO A ESTA ACTIVIDAD					5
ESTOY DISPUESTO A DEDICAR EL TIEMPO QUE SEA NECESARIO PARA DESARROLLAR EL NEGOCIO					5
CONSIDERO QUE EN 6 MESES PUEDO TENER EL NEGOCIO FUNCIONANDO			3		
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	3	0	15

Resultado de 18 puntos, lo cual significa que tenemos una idea de negocio que realmente nos

	A		B	=	C
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 1	0	X	1	=	0
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 2	0	X	2	=	0
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 3	1	X	3	=	3
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 4	0	X	4	=	0
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 5	3	X	5	=	15

PUNTAJE
TOTAL

18

Tabla 15 Valorizacion Idea de Negocio

IDEA DE NEGOCIO Y SEGMENTO DE MERCADO

El nombre es **INDUSTRIAS DRAGONS SAS** se ha especializado en crear bolsos esterilizantes con luz ultravioleta, con el fin de afrontar la problemática de salud a nivel mundial, nuestros productos se destacan porque destruyen de manera eficaz todo tipo de virus, bacterias y microorganismos que nos afecta a todos, se adaptan a las necesidades y objetivos de nuestros clientes, cuyo propósito es reducir la probabilidad de transmisión de la enfermedad al nivel más bajo posible, y así brindarles seguridad para que puedan compartir con sus seres queridos.

Nuestro producto **BYOHANBAGS (Bolso Esterilizador Luz Ultravioleta)** se encarga de "matar bacterias y eliminar alérgenos a base de carbono como moho, humo, bacterias y virus" con un índice de efectividad en estos casos que alcanza el 99%. Por lo que ya no tendremos que temer que ese lugar en el que se produjo un caso positivo de Covid-19 sea un foco potencial de infección. Solo hay que dejar que este trabaje para que en un espacio corto de tiempo se elimine cualquier amenaza.

Inicialmente trabajara bajo 1 segmento de mercado, abarcando hombres y mujeres de 18 a 38 años, ya sean empleados, estudiantes e independientes ya que estas requieren la protección y seguridad en cualquier lugar donde se encuentren, porque su misión es protegerse a si mismos y a las personas que los rodean; nuestra compañía se encarga de que puedan transmitirles a sus clientes seguridad al momento de adquirir sus servicios.

Según nuestras Fuentes externas (<https://www.eltiempo.com/bogota/numero-de-habitantes-de-bogota-segun-el-censo-del-dane-384540>) la capital tiene 7.181.569 habitantes , de los cuales 2.627.721 corresponden al rango de 18 a 38 años.

https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/7-Perfil_caracterizacion_localidad_Bosa_2018.pdf

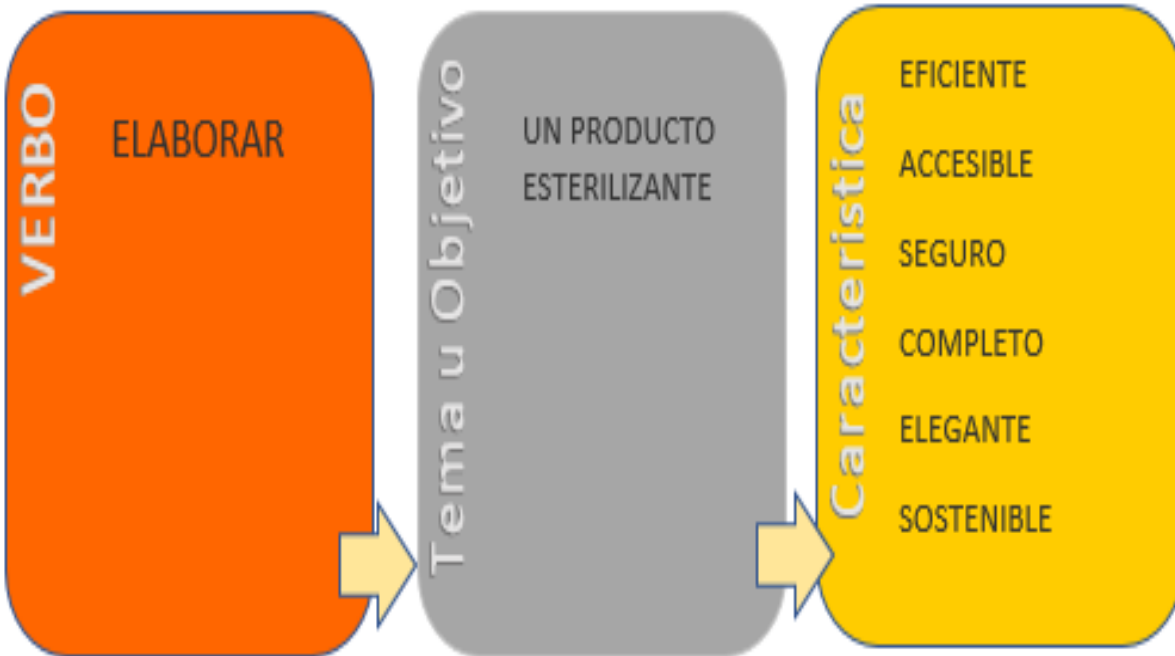
De manera demográfica nos enfocamos con las personas de los 18 a 38 años de edad en Bogotá, en la cual determinamos que un 10% de estas personas comprarían nuestro producto, hablamos de 262.772 productos vendidos basados en los siguiente:

- Nivel de uso: Estas personas son más activas, actualmente trabajan y estudian.
- Beneficios Buscados: buscan protección y seguridad para si mismos y las personas que los rodean.
- Frecuencia de Uso: deben desplazarse a diario para su trabajo o estudio, requieren de un producto que les brinde protección, comodidad y efectividad donde y cuando lo requieran.
- Actitud hacia el producto: Les gusta la comodidad y estilo, por tanto, adquieren nuestro producto con mayor facilidad.
- Disposición del producto: Les gusta andar a la moda y adquirir sus necesidades de la mano con la innovación y tecnología.

¿Cuál Producto?	Bolsos y bolsas Esterilizantes con Luz Ultravioleta multifuncional para la desinfección de cualquier objeto, instrumentos médicos, cosméticos, herramientas e incluso comida.
¿Quién es el Cliente potencial?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujeres y Hombres trabajadores, estudiantes, independientes de 18 a 38 años
¿Cuál es la necesidad?	<ul style="list-style-type: none"> • Con la llegada del coronavirus nos hemos encontrado, de repente, con el problema de que tenemos que cuidarnos muy mucho de desinfectar todo lo que tocamos fuera de nuestro hogar. Así que toca coger el trapo con la solución hidroalcohólica y restregar hasta que, creemos, ya no queda rastro de ninguna amenaza. El problema de ese método es que, como buenos humanos que somos, podríamos no hacerlo bien, por lo que son aconsejables otras medidas mucho más tecnológicas.
¿Cómo?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adquirir equipo especializado en la elaboración de bolsos de todo tipo de Tamaño. ▪ Abarcando un segmento del mercado empresarial ▪ Utilizando distintas estrategias de marketing ▪ Implementaremos neuromarketing
¿Por qué lo preferirán?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuenta con un índice de efectividad en esterilización es del 99%, elimina gérmenes y virus. ▪ Tiene un diseño seguro, un sensor de gravedad incorporado que apaga la luz ultravioleta cuando se abre la tapa. ▪ Alta Calidad y Durabilidad, la vida útil de la lampara ultravioleta es de 10.000 horas. ▪ Es fácil de usar, solo con el enchufe que se conecta a la corriente, o una batería portátil, no necesita filtros ni añadir productos para su funcionamiento, no necesita ningún mantenimiento ▪ Diseño portátil: El bolso de esterilización puede utilizarse de viaje de primera calidad ahorra espacio y te hace viajar a cualquier lugar libremente. es recargable por cable USB y es muy conveniente para viajar.

Tabla 16 Idea de Negocio Estructurada

COMO PODEMOS...



PARA QUE LOS ...

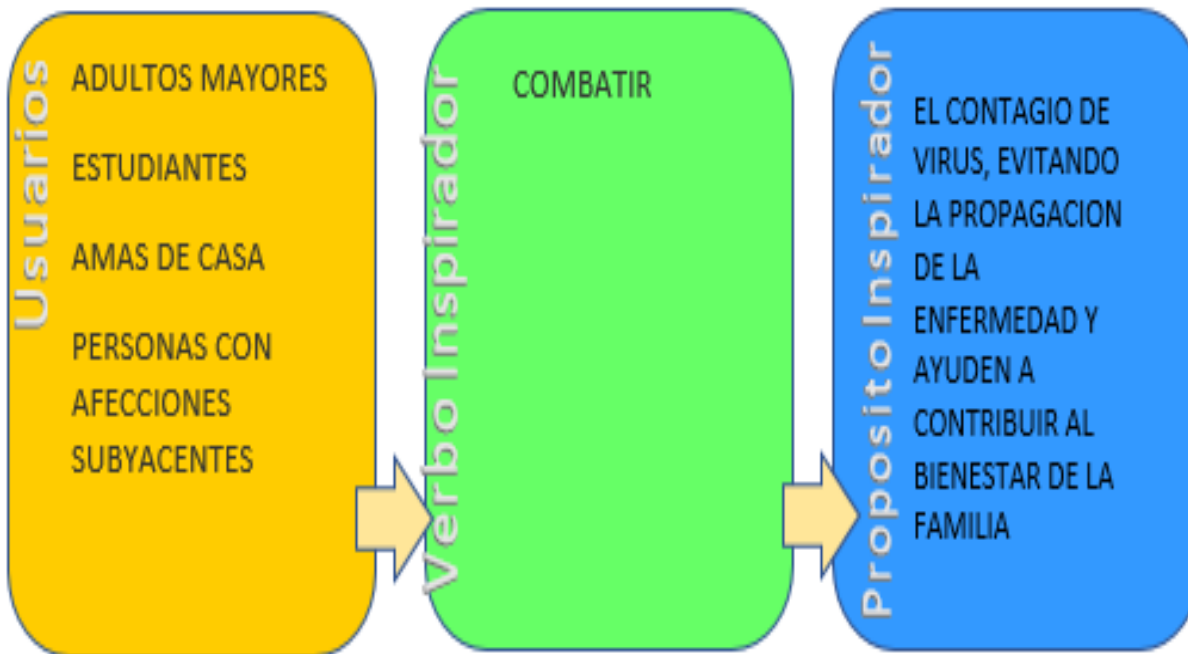


Figura 18 Plan de Negocio



Figura 19 Ideas para el Mercado Innovación

El consumidor actualmente tiene una elección difícil a la hora de adquirir un producto, por tanto, nuestra compañía busca la satisfacción del cliente, para lograrla tomamos la decisión de escoger la innovación de Diseño Personalizado, esto le permitirá a nuestro cliente diseñar en nuestra plataforma web, el bolso que se ajuste a su necesidad, pueden escoger: material, color, tamaño e incluso personalizarlos. No requiere tanta inversión, y está encaminada en la satisfacción total de nuestros clientes, permitiendo que crezca nuestro proyecto.

INDUSTRIAS DARGONS

RAZON SOCIAL	INDUSTRIAS DARGONS SAS
FORMA JURIDICA	Sociedad por acciones simplificada
ACTIVIDAD	Industrial y comercial
FUNCION	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de material reciclable como materia prima para la fabricación de Maletas, bolsos de viaje y de mano. • Creación, Fabricación, embalaje y distribución de maletas, bolsos de viaje y de mano desinfectantes con UV. • Comercialización de productos hechos a mano a nivel nacional. • Brindamos alternativas de desinfección de objetos personales a los ciudadanos en diferentes focos del mercado. • Ofrecemos opciones de desinfección mediante luz UV a diferentes clínicas odontológicas en el país. • Distribuimos Bolsos, maletas de viaje y mano en el territorio nacional a ciudadanos interesados y que les preocupa desinfectar y proteger sus objetos personales de diferentes virus y bacterias que se eliminan con luz UV.
LOCALIZACION	Bogotá
TAMAÑO	Micro empresa

<p style="text-align: center;">DIMENSIONES</p>	<p>Activos: 3 equipos de cómputo, 1 maquina cortadora, 3 máquinas de coser industriales, 3 grapadoras industriales.</p> <p>Estimación: estimamos que 52% de los clientes han descargado la App.</p> <p>Trabajadores: 6 trabajadores.</p>
<p style="text-align: center;">MISION</p>	<p>Somos una organización con visión estratégica, producimos y comercializamos productos apropiados para la desinfección, brindando excelente calidad pensando en la satisfacción de nuestros clientes, garantizamos el desarrollo de una sociedad libre de microbios y bacterias, para cuidar nuestra salud y el de nuestro planeta.</p>
<p style="text-align: center;">VISION</p>	<p>Se proyecta para el 2023 como una compañía solida e innovadora enfocada al cliente con presencia a nivel nacional e internacional, logrando un balance social y ambiental positivo para nuestros clientes, colaboradores y accionistas. Aspira llevar sus productos a un sin límite de ventas y que pueda ayudar y proveer a todos los ciudadanos en Colombia y el mundo entero para mantener un ecosistema sano.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Ética • Calidad • Responsabilidad social • Innovación • Emprendimiento

VALORES	
----------------	--

Tabla 17 Contextualización de la Empresa

ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Uno de los mayores retos en la actualidad es mantenernos seguros y libres de infecciones por el tema de la pandemia que nos impacta mundialmente, en Colombia las cifras de infectados día a día van con tendencia al alta. Es por esto que Industrias Dargons está enfocado en suplir esta necesidad que tienen los ciudadanos colombianos, brindando productos de alta calidad, siendo amables con el ambiente y con un porcentaje confiable de efectividad en desinfección con luz UV.

Análisis del microentorno

Los odontólogos en Colombia conocen la importancia que tiene el manual de bioseguridad y esterilización para ejercer su profesión. Uno de los lineamientos que referencia este proyecto es el proceso de limpieza y desinfección en centros odontológicos, el cual tiene como principal objetivo minimizar los niveles de riesgos de propagación de infecciones tanto para los trabajadores de la salud como para todas aquellas personas que asistan a este tipo de lugares.

Partiendo de la importancia que tiene el proceso de limpieza y desinfección en los centros odontológicos, desarrollamos una idea de negocio que va dirigida a este sector, en donde ofrecemos la posibilidad a nuestros clientes de adquirir nuestro producto de forma fácil y sencilla para que puedan usarlo, desinfectar y limpiar toda su aparatología y con esto reducir gradualmente el riesgo de contagio que es latente en la actualidad.

Somos una compañía que busca ser amigable con el medio ambiente y pensando en esto estamos desarrollando nuestros productos con aliados estratégicos que nos brindan la materia prima con elementos reciclables logrando un beneficio reciproco con nuestra comunicad.

Microeconómico

1. Por la pandemia actualmente la desinfección de objetos de uso personal o común, está teniendo un crecimiento de ingreso al mercado debido a que se encuentra como una necesidad básica y elemental en cualquier espacio ya sea industrial, comercial o doméstico, su importancia es fundamental para mantener un entorno limpio de bacterias, libre de microorganismos y evitando enfermedades, virus y demás, por tal motivo hace que tenga una gran demanda.

2. Como factores de competitividad hacia otras empresas que ofrecen productos similares, tenemos como principal diferenciador, nuestra calidad humana apoyados por el talento y capacitación de cada uno de nuestros empleados, dispuestos siempre a asesorar y dar tranquilidad a los interesados en adquirir nuestros productos.

3. Podemos decir que encontramos una competencia perfecta, ya que, hay varias empresas dedicadas a ofrecer productos de desinfección con luz UV, no obstante, con la emergencia en la que nos encontramos actualmente, no hay una empresa que se dedique o que tenga un producto similar al de nosotros, lo que permite que tengamos un nicho de mercado en el cual nos enfocaremos.

4. Como barrera de entrada, podemos considerar que una de ellas es, la adquisición de nuestras lámparas desinfectantes con UV, sin embargo, estamos en la búsqueda de socios estratégicos que nos permitan acceder de una forma más eficiente a esta tecnología.

5. El poder de negociación de proveedores será reducido ya que debido a que se trata de un producto novedoso en el mercado el contacto con proveedores será reducido.

Factores tecnológicos

Se realizarán todos los cambios tecnológicos para que la fabricación de nuestros productos sea más eficiente, con calidad y rentable, por ejemplo, invertiremos en máquinas industriales y empezaremos a crear nuestras propias lámparas UV, para nuestros bolsos, maletas y maletines desinfectantes.

Político-legales.

En Colombia se encuentra la siguiente normatividad para la limpieza y desinfección: resolución 02183 de 2004 por la cual se adopta el manual de buenas prácticas de esterilización para prestadores de servicios de salud.

La resolución 737 del 9 de mayo 2020 por la cual, se adoptan los protocolos de bioseguridad Para la prevención del Coronavirus COVID 19.

La ley 1751 de 2015, regula el derecho fundamental a la salud y dispone en el artículo 5, que el Estado es responsable de respetar, proteger y garantizar el goce efectivo del derecho fundamental a la salud, como uno de los elementos fundamentales del Estado Social de Derecho.

Demográficos

Demográficamente, el perfil del cliente promedio al que queremos apuntarle, son las clínicas odontológicas y ciudadanos interesados en protección y desinfección con protocolos de seguridad.

- Sin definir un porcentaje específico, la mayoría de las pacientes de clínicas odontológicas (foco de nuestros productos) son mujeres.
- El rango de edad mayoritario está entre los 20 a los 45 años
- El 50% de los pacientes a los que pretendemos dirigirnos disponen de educación universitaria con ingresos anuales de \$10.800.000 en promedio y que cuentan con el interés de adquirir elementos de protección.
- El principal motivo para adquirir un producto de desinfección es la protección propia y de sus familias.

Datos geográficos

Según el Colegio Colombiano de Odontólogos, se estima que hay 60.000 profesionales activos en el país, de los cuales, el 50% trabajan como independientes o en entidades privadas y se han visto afectados por la pandemia, por esta razón, la propuesta de muchos actores del gremio de la odontología en el país es la apertura total del servicio odontológico.

De acuerdo con el experto de la salud bucal, el gremio de este sector no solo lo integran los odontólogos y especialistas “también hacen parte auxiliares de salud oral, personal administrativo, proveedores de insumos, vigilancia, laboratorios y radiologías dentales, los cuales se han visto altamente afectados y dependen específicamente de la reactivación y normalización de los servicios odontológicos en el país” concluyó Monroy.

Análisis Macroentorno

Factores económicos

La población Colombiana está envejeciendo y estamos transitando hacia un perfil de morbilidad más costoso, en donde las enfermedades crónicas de alto costo, como cáncer, diabetes, accidente cerebrovascular y enfermedad pulmonar obstructiva crónica, están ganando participación.

Nuestros cálculos indican que en un escenario de absorción acelerada de tecnología el gasto en aseguramiento en salud como porcentaje del PIB alcanzará a ser de 6,2%. El 44% de este crecimiento estará explicado por el cambio técnico, el 38% por el crecimiento de la población, el 12% por el 2 El sistema de salud colombiano en las próximas décadas cambio en la estructura demográfica (envejecimiento) y el 6% restante por el cambio proyectado en el perfil epidemiológico hacia enfermedades crónicas.

Factores socioculturales

Estar protegidos se ha convertido en un factor primordial y esencial en cualquier actividad diaria; Una persona consciente de la importancia del autocuidado genera un ambiente agradable y sano tanto para él o ella como para cualquier persona que tenga contacto con ella, esto permite incrementar la percepción de seguridad y ayudar a cuidarse los unos a los otros.

Por tal motivo se ha incrementado la demanda en este tipo de artículos de desinfección, actualmente las empresas prestadoras de estos servicios de limpieza y desinfección tienen una gran oportunidad en el mercado y generan un gran porcentaje de empleo formal, aportando al país mayores oportunidades laborales, siendo los más beneficiados personas de bajos recursos y madre cabezas de hogar, debido a que no requieren de formación académica para llevar a cabo

dicha función, pero si deben contar con una capacitación previa del manejo de los diferentes tipos de químicos, usos, aplicación y modo de empleo, de nuestros productos.


Estudio de mercado

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	SERVICIO (VENTAJA COMPETITIVA)	UBICACION
<p>SYNERTCH water technologies</p>	<p>Distintos productos con implementaciones de luz UVC, desde ductos de aires, cámara, túneles de desinfección y bombillas ultravioleta</p>	<p>Los precios que manejan son muy variables, desde el tipo de potencia de la lámpara, tipo de microorganismo que se va a tratar, y la distancia de desinfección, pero normalmente es variable desde el producto más económico puede costar 70 mil y ya el más costoso puede llegar a superar el millón de pesos.</p>	<p>Los productos que ellos ofrecen son productos más que todo para empresas, nuestra ventaja es ofrecer el mismo producto para cualquier persona que quiera adquirirlo y de tal manera es de manera personal el cual pueden llevar con sus implementos personales.</p>	<p>Esta empresa se encuentra ubicada en la Cra. 68, Barranquilla, Atlántico.</p> <p>Uno de los mayores proveedores de este producto se encuentra en estados unidos la empresa se llama 59S the pioneer of LEED sterilization</p>
<p>BIOMECC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lampara Handy • Lampara Mini • Lampara Bag • Lampara Room <ul style="list-style-type: none"> • Lampara Trolley 	<ul style="list-style-type: none"> • \$299000 • \$399000 • \$499000 • \$599000 • \$3990000 	<p>BIOMECC, empresa Colombiana importadora de equipos Biomedicos desde 2007 y su empresa aliada Ortomecc, estan actuando ante esta inesperada contingencia y desean</p>	<p>Cra 19B # 85-40 Bogotá - Colombia</p>

		<p>aportar a Colombia un método fácil, económico y de fácil acceso para ayudar a reducir los contagios en Colombia, seleccionando los productos más seguros, eficientes y certificados en el mercado para la desinfección en UV agrupándolos en 5 Productos.</p>
--	--	--

Tabla 18 Estudio del Mercado - Competencia

BUYER PERSONA

<p>Inserta una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contagiarse de algún tipo de virus ✓ No tener los elementos debidamente desinfectados. ✓ Protección insuficiente. ✓ Riesgo de contagio en la familia. 	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar protegido Siempre. ✓ Tranquilidad y confianza. ✓ Seguridad y efectividad al implementar un producto de desinfección. ✓ Comodidad y estilo. ✓ Estar libre de Virus. ✓ Sueña con la normalidad.
<p>Demográficos y geográficos</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p>

<p>Joven o mujer adulto, de 18 a 38 años, es Bogotana, madre y esposa vive con su esposo e hijos</p>	<p>Está tratando de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reactivar su economía ✓ Protegerse a si misma y seres queridos ✓ Tener la seguridad que sus elementos diarios va a estar completamente libre de virus. <p>Es importante porque desea empezar a laborar disminuyendo el riesgo de contagio para sus compañeros de trabajo y para su familia.</p>	<p>Siguiendo al ciento por ciento los protocolos de Bioseguridad.</p> <p>Es prioridad minimizar el riesgo de contagio y estar segura cuando y en donde quiera que se encuentre.</p> <p>Es difícil saber si donde se encuentra corre el riesgo de contagiarse.</p> <p>Los virus no se ven a simple vista y no es posible determinar si con la desinfección tradicional es suficiente.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>“Es mejor estar seguro, que ser confiado”</p> <p>“Cuando las prioridades están claras, las decisiones se hacen fáciles”</p>	

<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Cantidad de pacientes que atiende.</p> <p>Proceso de desinfección de la aparatología</p> <p>Embalado de la instrumentación desinfectada.</p> <p>Actividades que han tenido los pacientes en los últimos días antes de la consulta.</p>
---	---

Tabla 19 Buyer Persona- Perfil Cliente

BONDADES DE NUESTRO PRODUCTO

1. Ayudar al medio ambiente mediante métodos no contaminantes
2. Utilizar materiales reciclables
3. Generar empleo
4. Generar crecimiento dentro de la empresa
5. Ofrecer distintos beneficios a los empleados
6. Ofrecer un buen producto de calidad a los clientes
7. Al momento de ver el crecimiento empresarial, apoyar ideas culturales.
8. Brindar préstamos a empleados para su propio beneficio
9. Ofrecer oportunidades laborales a jóvenes recién salidos del colegio como su primera experiencia laboral

10. Intentar tener convenios con universidades o institutos universitarios para ofrecerles estudios a cada colaborador de la empresa
11. Al momento de poder adquirir un punto fijo para poner la empresa garantizar que sea grande y de esta manera brindarle una guardería para todas las madres que no tengan donde poder dejar sus hijos
12. Darle prioridad de contratación a madres solteras de bajo estrato
13. Poder identificar los conocimientos de los empleados y de tal manera poder otorgarle un puesto donde pueda desempeñar sus conocimientos en la organización
14. Hacer proyectos sociales con los colaboradores que quieran ayudar con esta idea.
15. Implementar cursos virtuales para los colaboradores para que tengan conocimientos sobre seguridad y salud en el trabajo.

CLIENTE IDEAL

Nuestros mayores clientes se encuentran en la clase obrera las cuales les toque salir día tras día a trabajar quieren asegurar su trascurso al trabajo al coger servicios públicos o tener contacto con extraños.

Nuestro negocio es B2B porque queremos brindarles nuestros productos a empresas que tengan atención al cliente y así asegurar la seguridad de sus clientes y los de sus trabajadores.

Valor. Ellos siempre desean saber que lo que están comprando tiene el precio justo.

Apoyo.

Actitud positiva.

Confiabilidad.

Un mensaje íntegro y tangible.

Aseguramiento y reaseguramiento.

Empatía.

Un servicio excepcional.

Nuestros clientes sus entornos semanales podemos decir que son al momento de adquirir los servicios públicos de ida a sus trabajos o universidades o ambas, el entorno laboral y estudiantil, su hogar y ya en ciertas ocasiones sus reuniones familiares, en estos entornos se relacionan con desconocidos, compañeros de estudios o trabajo y con sus familias.

La necesidad más grande de nuestro cliente es adquirir nuestro producto y de esta manera protegerse su entorno, como familia o amigos como a sí mismos.

Nuestro cliente ideal al querer adquirir nuestro producto fomentará el desarrollo de productos amigables con el medio ambiente y al momento de relacionarse en sus ambientes comunes fomentará la curiosidad de las personas cercanas sean desconocidos o no de saber de nuestro producto.

Por el momento la única empresa que se asemeja a nuestro producto es SYNERTCH water technologies que ofrecen artículos para empresas internas con luz desinfectantes.

Nuestro sector está enfocado para que personas como empresas lo adquieran, las personas para su cuidado personal y para empresas para salvaguardar la seguridad de sus empleados.

Las personas que necesariamente quieran adquirir nuestros productos son las personas que tengan que salir a diario a trabajar para de esta forma asegurar su integridad.

Las empresas que son más altas en adquirir nuestro producto son aquellas que prestan servicios de atención al cliente, servicios de salud o empresas del servicio privado.

Las empresas que definitivamente tienen que adquirir nuestro producto son las prestadoras de salud, como odontologías, centros de salud y hospitales para asegurar la salud de sus empleados como de sus clientes.

PROPUESTA DE VALOR

Proveer a los clientes una manera óptima al cuidado y desinfección por medio de un método más eficiente y accesible, con luz ultravioleta y multifuncional de manera estratégica y novedosa con bolsos diseñados en alta tecnología y estilo para crear conciencia y cultura de la importancia que es la desinfección de los objetos que tocamos a diario.

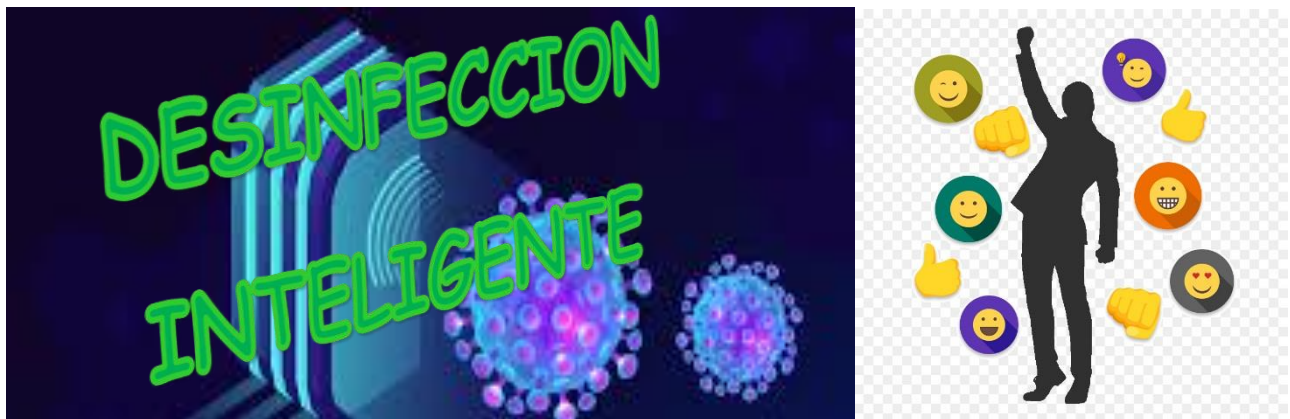


Figura 20 Propuesta de Valor

PROPUESTA DE VALOR

PERFIL DEL CLIENTE

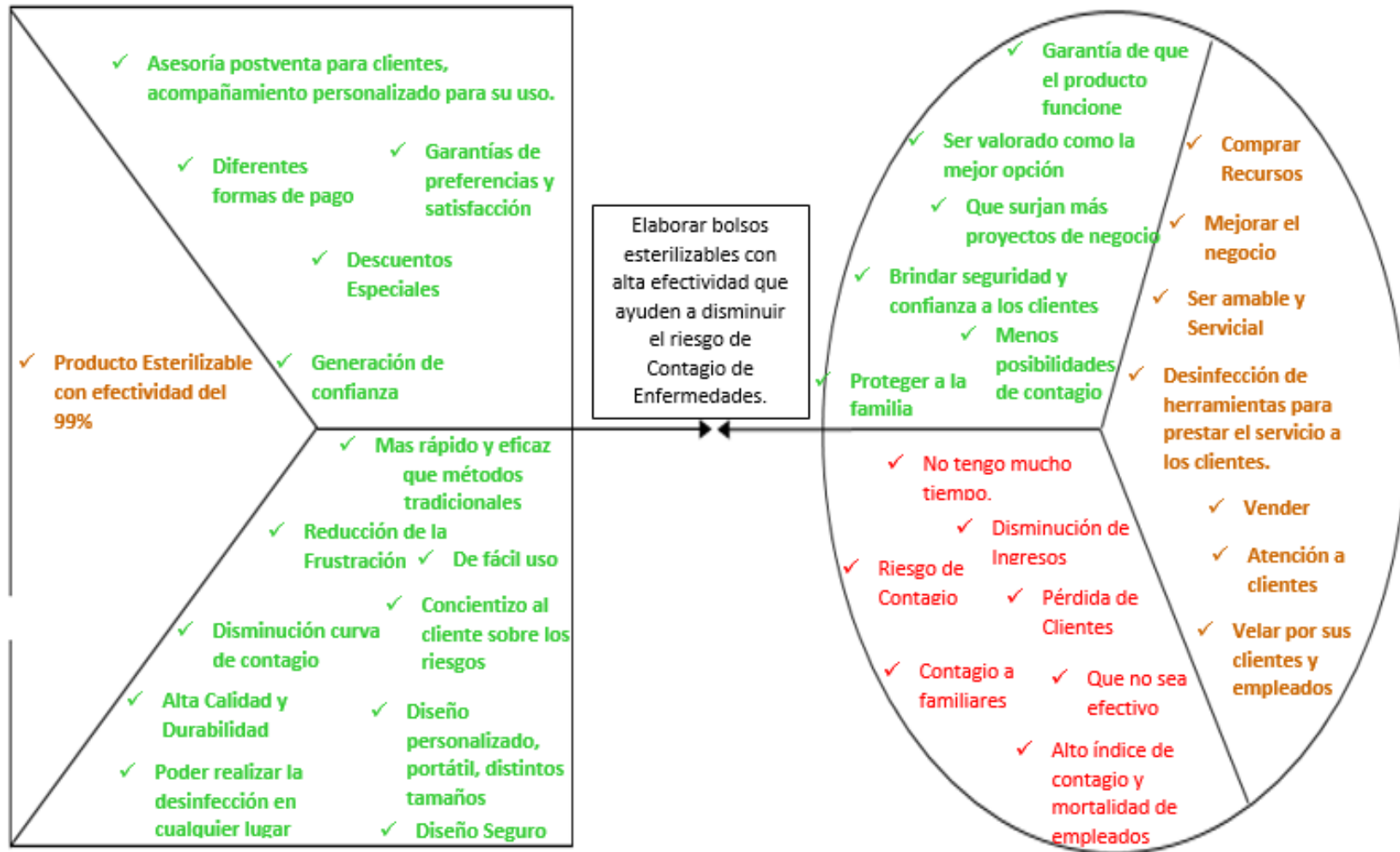


Figura 21 Mapa de Valor - Perfil Cliente

DEFINICION ESTRATEGICA – LEGISLACION

Resolución 522 de 2020

Por la cual se establecen requisitos para la importación y fabricación en el territorio nacional de reactivos de diagnóstico invitro, dispositivos médicos, equipos biomédicos y medicamentos, declarados vitales no disponibles, requeridos para la prevención, diagnóstico y tratamiento, seguimiento del Covid-19”.

Artículo 3, numeral 7 del Decreto 457

Este comunicado amplía el alcance del Decreto 457 y habilita a empresas del Macrosector Moda que han optado por fabricar/comercializar productos para atender las necesidades del sector salud, siempre y cuando cumplan con todas las medidas de seguridad y se acaten los requerimientos establecidos para la libre circulación de empleados, contratistas y proveedores, durante el aislamiento preventivo obligatorio.

Ley 09 de 1979

Art 28: Almacenamiento de basuras debe realizar en recipientes o por periodos que impidan la proliferación de insectos o roedores y la producción de olores

DISEÑO DE CONCEPTO

Tecnología Y Materiales

TECNOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
Maquina fileteadora	Tipo industrial cinco hilos
Maquina plana	Mecatrónica Industrial, luz led
Remachadora para broches	Material en Hierro, de 44 cm de altura
Maquina cortadora	Eléctrica, tipo industrial, 4 pulgadas

Tabla 20 Tecnologia y Materiales

MATERIALES	
Cuero	Charol sintético PU
Cremalleras	30 cm magnética
Interfaz de fuente de Alimentación	Micro USB Universal
Cuentas de Lampara LED	6 lámparas

Tela Interior	Revestimiento de Aluminio
Broches	x 4
Hilos e Hilazas	Del color determinado del cuero
Boton Power	Con función de apagado automático
Cable con Enchufe	USB de 12 Voltios
Bonbilla	Luz ultravioleta

Tabla 21 Materiales Elaboracion BYOHANBAGS

MORFOLOGIA	FUNCIONAMIENTO
Diseño Bolso cuadrado, color gris, negro, azul, rojo, rosa.	1. Abre la cremallera
Tamaño: compacto y ligero Aplicación 25x17x13,5 cm	2. Coloca los artículos en el soporte y tira de la cremallera
Carga de puerto universal, fácil y práctico	3. Hay una inducción magnética en la cremallera, que necesita ser tirado completamente para abrir eficazmente la esterilización
Incluye Cable de carga USB	4. Conecte la fuente de alimentación, haga clic en el botón de encendido y inicie la desinfección automática. El tiempo de desinfección es de 4 minutos

Tabla 22 Morfología y funcionamiento BYOHANBAGS

DISEÑO EN DETALLE

Proceso de Producción



Figura 22 Proceso de Producción BYOHANDBAGS

CANALES DE DISTRIBUCION



Figura 23 Cadena Distribucion BYOHANDBAGS

CANALES PROPIOS

Con el fin de controlar la imagen de nuestra marca, construir y fidelizar una relación a largo plazo con nuestros clientes, la organización a decidido implementar los siguientes canales propios de distribución:

- Venta a domicilio por Sitio web de la empresa:
<https://silviacastro0.wixsite.com/industriasdragons>
- Venta en Establecimiento ubicado en La Cra 45 A No. 93-29 La castellana – Bogota
- Venta por las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, canal de YouTube);
- Venta por revista y folleto digital

CANAL EXTERNO

buscamos una alianza con beneficio mutuo con los almacenes de cadena (Jumbo, Metro, Éxito Alkosto) para lograr que nuestros productos estén disponibles en diferentes ciudades, y que los clientes puedan acceder a ellos logrando así confianza y preferencia.

COSTOS DE PRODUCCION Y PRECIO DE VENTA

MATERIA PRIMA

ITEMS	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD PARA UN BOLSO ESTERILIZADOR UVC	VALOR M P PARA UN BOLSO ESTERILIZADOR UVC
1	Charon Sintético PU	mts	1	8,500
2	Tela Antifluido	mts	0.5	4,000
3	Hilo e Hilaza	mts	1	500
4	Broches	und	1	1,000
5	Cremallera	und	1	1,000
6	Corredera	und	1	500
7	Banco de poder al por mayor, incluye cable y enchufe	und	1	12,700
8	Luz portatil UVC	und	1	38,240
9	Etiquetas	UNIDAD	1	500
TOTAL			8.5	66,940

Figura 24 Costo Materia Prima

COSTO X OPERARIO													
C.C.	NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SUELDO MENSUAL	AUX. TRANSPORTE	SALUD EMPLEADO R 8.5%	PENSION EMPLEADO R 12%	CAJA 4%	ARL	CESANTIAS	INTERESES CESANTIAS	PRIMA	VACACIONES	TOTAL COSTO OPERARIO
44,444,444	Santiago Gomez	Operario	966,700	102,854	96207	135821	45,274	23549	102,892	1,029	102,892	47,160	1,624,378

SI EL EMPLEADO TRABAJA 8 HORAS DIARIAS SIGNIFICA QUE TRABAJA 480 MINUTOS AL DIA, SI ESTE SE DEMORA 30 MINUTOS PRODUCIENDO 1 BOLSOS ESTERILIZADOR UVC, ESO SIGNIFICA QUE PUEDE PREPARAR 416 UNIDADES EN UN MES.

Se contratan 3 empleados a los cuales se les paga con toda la carga prestacional un promedio de \$1.624.378

COSTOS



COSTOS FIJOS MENSUALES DE LA EMPRESA	VALOR
ALQUILER DE LOCAL	\$ 3.000.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 500.000
TRANSPORTE	\$ 90.000
AGUA	\$200.300
PAPELERIA	\$ 150.000
PUBLICIDAD	\$ 233.700
OTROS GASTOS	\$ 282.283
SALARIOS ADMINISTRATIVOS	\$ 13.000.000
TIEMPO MUERTO	\$ 367.440
GASTOS DE DEPRECIACION	\$ 97.217
TOTAL GASTOS	\$ 17.920.940

SALARIO X OPERARIO	1.624.378
valor por día	54.145.93
valor por hora	6.768.24
valor por minuto	112.80

Figura 26 Costos Administrativos

VALOR VENTA PRODUCTO BOLSO ESTERILIZANTE UVC	VALORES
VALOR MATERIA PRIMA POR UND	66,940
MANO DE OBRA	3,384
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,250
DEPRECIACION	100
TOTAL	72,674
UTILIDAD DEL 35%	25,436
VALOR VENTA POR UND	98,110

Tabla 23 Costo Total Unitario BYOHANDBAGS

SE ESTIMA QUE EL PRODUCTO BYOHANDBAGS ESTARIA EN UN PRECIO DE VENTA EN EL MERCADO DE 100.000 MAS EL 19% DE IVA

1 BYOHANDBAGS
\$119.000

Figura 27 Precio de Venta BYOHANDBAGS

Validación y verificación:

Ser medibles, es decir se puede conocer el grado de consecución de un objetivo (por ejemplo: beneficios después de impuestos).

Tienen una relación lo más directa posible sobre el concepto valorado con objeto de ser fieles y representativos del criterio a medir.

Los resultados de los indicadores de calidad son cuantificables, y sus valores se expresan normalmente a través de un dato numérico o de un valor de clasificación.

El beneficio que se obtiene del uso de los indicadores supera la inversión de capturar y tratar los datos necesarios para su desarrollo.

Son comparables en el tiempo, y por tanto pueden representar la evolución del concepto valorado. De hecho, la utilidad de los indicadores de calidad se puede valorar por su capacidad para marcar tendencias.

Fiables, es decir proporcionan confianza a los usuarios sobre la validez de las sucesivas medidas.

Fáciles de establecer, mantener y utilizar; Compatibles con los otros indicadores del sistema implantados y por tanto permitir la comparación y el análisis.

Competitividad

El último indicador de gestión de calidad de una empresa es su nivel de competitividad. Cuando la compañía es capaz de hacer frente a la competencia, cuando puede explotar las cualidades que marcan la diferencia de sus productos y es capaz de adaptarse a los cambios del mercado hablamos de una empresa muy bien gestionada, mientras que si la empresa o el producto no pueden competir en el mercado es porque la gestión no ha sido de calidad.

4. Eficacia Cualquier producto o servicio que lance tu empresa debe servir para cubrir las necesidades de tus potenciales clientes, especialmente si no hay ninguna alternativa que la cubra. Pues bien, la eficacia no es otra cosa que la relación entre el producto y el grado en que cubre esa necesidad, y es otro de los indicadores de gestión de calidad de la empresa. Si la relación es positiva significa que el producto es muy eficiente, pero si no cubrimos la necesidad del cliente algo falla, y la gestión empresarial del proyecto no será de calidad.

DISEÑO BYOHANBAGS



Descripción:

100% nuevo y de alta calidad

Características:

Desinfección Ultravioleta: 6 Luces LED. Puede destruir la estructura molecular de ADN o ARN en las células de los organismos microbianos después de 3 minutos de desinfección UV, logrando el efecto de esterilización y desinfección.



Funcionamiento con un botón:

es fácil de usar, arranque con un botón, puede cuidar tu salud y tu familia.

Bolso esterilizador ultravioleta portátil: tamaño compacto y ligero, fácil de transportar y de usar en cualquier lugar. Diseño de carga de puerto USB Universal, práctico. Se puede utilizar en casa o durante el viaje.

Figura 28 Diseño y Características BYOHANDBAGS



Gran espacio de Esterilización:

adecuado para la esterilización de artículos personales como llaves, teléfonos móviles, gafas, juguetes, ropa interior, peluches, auriculares, relojes, biberones, herramientas de maquillaje, etc.

FICHA TECNICA BYOHANDBAGS		
A.	NOMBRE	Bolso esterilizador UVC
B.	COMPOSICIÓN	Charol Sintetico, Cremalleras 20 CM magnetica, fuente de alimentación por USB, Cargador de 12 Voltios, 5 lamparas LED UV, Tela interior Quirurgica con revestimiento, 3 Broches.
C.	NORMAS DE CALIDAD	Resolución 522 de 2020, Artículo 3, Numeral 7 del decreto 457, Ley 09 de 1979, ISO 9001
D.	PRESENTACIÓN	2 Presentaciones, Formal y Casual
E.	TIPO DE EMPAQUE	Primario, Secundario.
F.	MATERIAL DE EMPAQUE	(film alveolar de 50cmx100m), Caja de cartón sencilla.
G.	CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Se debe mantener en un lugar fresco y seco.
H.	VIDA ÚTIL ESTIMADA	Lamparas UV 10,000 Horas de vida útil, Bolso vida útil de 12 a 24 meses de acuerdo al uso
I.	RECOMENDACIONES	No dejar conectada a la corriente por mas de 4 Horas, Lavar a mano, No liquidos al interior, mantener fuera del alcance de los niños
ELABORÓ		
REVISÓ		
APROBÓ		

Tabla 24 Ficha Tecnica BYOHANDBAGS

PROTOTIPO

En este capítulo se detallan las características del bolso esterilizador y las experiencias de funcionamiento, tomando como modelo un bolso convencional centrándonos en la funcionalidad del producto, resaltando eficacia, tamaño y algunas de sus ventajas:

Efecto rapidísimo. En sólo 3 minutos los utensilios, prendas y objetos introducidos en este bolso quedan libres de microorganismos. No hay que esperar a que se enfríen los objetos porque no se calientan.

Simplicidad. Solo hay que introducir el objeto en el esterilizador.

Manejable. Ideal para llevarlo como bolso o auxiliar.

Confianza. El producto ha sido probado en laboratorios especializados.

Tecnología. La esterilización con luz ultravioleta se utiliza en el sector sanitario y aeroespacial.

Respetuoso. Reduce los olores de la ropa, juguetes, etc....sin necesidad de usar, calor, electricidad o productos desinfectantes.

Sin riesgos. El modelo cuenta con un sistema de apagado automático cuando se abre la tapa.

Cómo funciona

El bolso esterilizador lo puedes utilizar en cualquier lugar donde estés. El funcionamiento es muy sencillo:

1. Presiona la cavidad circular para abrir la tapa de la caja.

2. Coloca dentro los objetos que desees esterilizar.
3. Pulsa el botón y espera 3 minutos. Una luz intermitente indicará que está proceso.
4. Cuando la luz deje de parpadear, la esterilización habrá finalizado.
5. Para recargarlo, utiliza el cable USB.

Seguridad

Este esterilizador tiene un sistema de seguridad que interrumpe la emisión de luz LED UVC cuando se abre la tapa. Sigue algunos de los siguientes consejos para maximizar la seguridad:

- Antes de empezar, asegúrate de que la tapa está cerrada.
- Evita que los niños utilicen el producto.
- No expongas el producto a los ojos ni a la piel.
- No pises el esterilizador.
- No lo introduzcas en la lavadora ni lo mojes.

Características técnicas

Nombre del producto: BYOHANBAGS

Modelo: P26 Entrada: 5V 300mA (alimentado por USB).

Fuente superior de alimentación: por USB Número de células LED: 6

Dimensiones: 31x18x18Cm

Peso neto: 520g

Longitud de onda: 260-280 nm

Conector de entrada: Micro-USB

Vida útil de los LED UVC: 1 año

EVIDENCIA PROTOTIPO

Se realizó un video explicando las características del bolso esterilizador que fueron mencionadas en el párrafo anterior y se subió a la página web que relaciono a continuación:

<https://silviacastro0.wixsite.com/industriasdragons>

NOSOTROS

Nos hemos especializado en crear bolsos esterilizantes con luz ultravioleta que destacan porque destruyen de manera eficaz todo tipo de virus, bacterias y microorganismos que nos afecta a todos.


BYOHANBAGS

- Arranque con un botón
- Bolso esterilizador ultravioleta
- Tamaño compacto y ligero, fácil de transportar y de usar en cualquier lugar .
- Diseño de carga de puerto USB Universal
- Práctico adecuado para la esterilización de artículos personales
- 100% novedoso

NUESTROS DISEÑOS NOVEDOSOS Y CON LA LUZ ULTRAVIOLETA OPTIMIZAN LA DESINFECCIÓN EN TRES MINUTOS CON 99% DE EFECTIVIDAD.

← →

MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA INDUSTRIAS DRAGONS S.A.S.

<p align="center">PROBLEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problema de salud debido a la emergencia sanitaria a nivel mundial generada por el COVID-19 y que en Bogotá ha sido el mayor epicentro. • La poca cultura que tenemos en cuanto a la desinfección de objetos y lugares públicos que concurrimos habitualmente. • De manera práctica brindar métodos seguros y eficientes de desinfección ante el todo lo que tocamos. <p align="center"><u>ALTERNATIVAS EXISTENTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcohol • Gel antibacterial • Agua y jabón 	<p align="center">SOLUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • El BYOHANBAGS es un producto que nos da la facilidad de poder esterilizar todos los objetos que tengamos. • Nuestros diseños novedosos y con la luz ultravioleta optimizan la desinfección en tres minutos con 99% de efectividad. • Brindaremos un método más seguro, compacto, ligero y confiable de desinfección y prevención del virus en cualquier lugar. <p align="center">METRICAS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medición de ventas bimestrales. • Récor de producción mensual • Encuestas de satisfacción 	<p align="center">PROPUESTA DE VALOR ÚNICA</p> <p>Proveer a los clientes una manera óptima al cuidado y desinfección por medio de un método más eficiente y accesible, con luz ultravioleta y multifuncional de manera estratégica y novedosa con bolsos diseñados en alta tecnología y estilo para crear conciencia y cultura de la importancia que es la desinfección de los objetos que tocamos a diario.</p> <div align="center" data-bbox="869 922 1226 1214">  </div>	<p align="center">VENTAJA COMPETITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad y protección es lo más importante para estos tiempos, pero la seguridad y comodidad de que puedes prevenir cualquier virus en un sencillo y compacto Bolso en el que solo necesitas tres minutos esteriliza de manera ultravioleta portátil es lo mejor que necesitas. <p align="center">CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Sitio web • Contactos de primera fila (amigos y conocidos) • Almacenes de cadena 	<p align="center">SEGMENTO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • De manera demográfica nos enfocamos con las personas de 18 a 38 años de edad. En la cual determinamos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de uso ✓ Beneficios buscados ✓ Frecuencia del uso ✓ Actitud hacia el producto ✓ Disposición del producto <p align="center"><u>PRIMEROS ADOPTANTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Las personas en cuya labor tiene más contacto con público (trabajadores, estudiantes, transporte público) • Hombres y mujeres más propensos a adquirir el COVID-19 debido a enfermedades subyacentes.
<p align="center">ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos directos de producción (M.T.D- M.O.D) • Costos indirectos de producción (C.I.F) • Costos fijos (administrativos) 		<p align="center">FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión de los socios • Préstamo bancario 		

VALIDACIÓN

ENTREVISTA

En esta entrevista contamos con la participación de 15 personas que respondieron una serie de preguntas, este como un método de validación para el producto y la perspectiva que tienen los usuarios con esta innovación.

Logramos entender con mayor seguridad las necesidades de las personas, comprender su opinión respecto a la situación que vivimos y lo importante para ellos el estar protegidos.

Con nuestra innovación obtuvimos que para las personas es importante tener un bolso con la capacidad de guardar variedad de objetos, el tamaño es importante para personas que estudian, trabajan sobre todo para las mujeres es una prioridad que tengan gran capacidad. Para los hombres no es tan importante, muchos afirmaron que con una cangurera es suficiente para ellos ya que no suelen llevar muchos objetos.

La duración de un bolso en promedio para los encuestados es de 2 a 3 años con un uso contante, es importante la paleta de colores oscuros que sean impermeables por las lluvias y que cuenten con algún tipo de seguridad (bolsillos escondidos, candados, etc.) por el tema del transporte público.

La tecnología del bolso que ofrecemos ha sido interesante y del interés de los encuestados puesto que el desinfectar los objetos que guardan da mayor confianza en la desinfección que llevan a cabo actualmente, es algo nuevo y que ellos no pensaban que se pudiera implementar en un bolso, al tener la luz ultra violeta incorporada al bolso hace que sea llamativo, aunque





solicitud mayor variedad de diseños (mochilas, maletas, bolsos) ya que el diseño actual parece una lonchera a la vista de los entrevistados.

El agrado del producto es óptimo puesto que la mayoría de los entrevistados recomendarían el bolso a pesar de sugerir más diseños es innovador el hecho de desinfectar todo en tu propio bolso a un clic básicamente.



ANEXO PREGUNTAS

1. ¿Qué factor consideras importante a la hora de elegir un bolso?
2. ¿Cuánto es el tiempo de uso para un bolso?
3. Al elegir un bolso ¿qué considera que es mejor el color o la textura?
4. ¿Es mejor un tamaño grande o pequeño?
5. ¿La tecnología de uso de luz ultravioleta es de su interés?
6. ¿Considera el diseño actual válido para su gusto?
7. ¿Recomendaría el uso de este producto?

VALIDADOR EL BYOHANBAGS 				SUGERENCIAS DEL BYOHANBAGS
El producto es de su agrado visualmente (la presentación formal y casual)	X			Es lindo pero deberían tener más diseños como deportivo, carteras, etc.
Es mejor un tamaño grande o pequeño	X			Pequeño porque es más práctico y cómodo para utilizar en el día, pero el grande sería genial para viaje.
Piensa que el tiempo de 3 minutos es suficiente para la desinfección	X			Es tiempo suficiente para desinfectar los objetos, pero que cantidad puede desinfectar.
La tecnología de luz ultra violeta en el bolso es de su interés	X			Ya que se vivió la emergencia sanitaria por el virus es mejor métodos más eficientes en la desinfección.
Qué opina de que tenga un diseño de carga de puerto USB Universal	X			Es más práctico que tenga USB dependiendo de qué tiempo dure la batería del bolso en un día.
Qué piensa de que el bolso tenga una vida útil de 12 a 24 meses de acuerdo al uso		X		Debería tener una vida útil de mínimo de 5 años para poder hacer una buena inversión
Qué piensa del diseño actual que tiene el producto (botón de encendido)			X	El botón puede dañarse al llover, o por mayor uso desgastarse debería tener la tecnología para que desinfecte sin botón

VALIDACION NEGOCIO EN MARCHA

MEDICIÓN DE VENTAS BIMESTRALES.

Bimestralmente analizaremos los indicadores de número de compradores en nuestro sitio web, redes sociales y el número ventas físicas, ya que esto nos ayudara a evaluar como incrementan o decremento que tengamos con nuestros clientes, de igual forma si nos hemos dado a conocer con nuestra publicidad o necesitamos cambiar de estrategia de ventas.

En la página web y redes sociales habrá un espacio donde las personas en general y nuestros usuarios podrán valorar y dar sus opiniones acerca de nuestro producto, también evaluaremos todas las opiniones positivas y negativas para así mejorar nuestro producto y mantener las características de agrado para nuestros clientes.

RÉCOR DE PRODUCCIÓN MENSUAL

A partir de la producción del El BYOHANBAGS en nuestro inventario verificaremos mensualmente como van los indicadores de producción (diseño, color y tamaño) para evidenciar si los clientes tienen una buena aceptación del producto en sus diferentes presentaciones.

Nuestra compañía ofrecerá beneficios por referir a otros clientes y se evaluará la cantidad de referidos por cada cliente que se haya hecho la compra, esto se realizará periódicamente de manera bimestral.

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Tendremos las encuestas en cuanto satisfacción del producto de manera en la que podremos medir a los clientes por medio del sitio web, para la veracidad del que el producto BYOHANBAGS sea aceptado como un producto innovador, novedoso con luz ultravioleta y multifuncional.

Se hará la medición de aceptación del producto de manera mensual para ver que comportamiento tiene en el mercado y con los clientes adquirentes del producto

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Conocer las necesidades de nuestros futuros y posibles clientes al momento de adquirir el producto como alternativa de protección con propósito es reducir la probabilidad de transmisión de la enfermedad al nivel más bajo posible, y así brindarles seguridad para que puedan compartir con sus seres queridos. Queremos validar si las características de nuestro producto son adecuadas o tienen funciones de más que lo complican, a su vez validaremos si el segmento de mercado escogido si es viable.

Objetivos específicos

- Corregir o mejorar la idea inicial a partir de la opinión de nuestros clientes
- Verificar si nuestra innovación es atractiva para el mercado
- Determinar cuál es el tipo de cliente más interesado en nuestro producto
- Identificar si el diseño del producto es llamativo para el mercado
- Confirmar si los precios del producto son accesibles para nuestros clientes
- Verificar si el Segmento escogido es el más interesado por el producto

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN (ENFOQUE, TÉCNICAS Y MUESTRA)

Enfoque

Este enfoque va dirigido al segmento del mercado demográfico para las personas de entre los 18 y 38 años, en el que básicamente podremos verificar la funcionalidad y comportamiento que tendrá el producto este siendo otro segmento de enfoque que manejaremos con las personas del mercado demográfico reforzando el mercado de comportamiento.

Técnica

Las preguntas cualitativas se hacen basadas a la opinión de nuestra empresa y a las experiencias de las personas con el uso de otras maneras de desinfectar y la mayoría de las preguntas serán cuantitativas para recopilar informaciones concretas, como cifras exactas.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

- El mercado objetivo, en el cual realizamos la encuesta fue a personas de los 18 a 38 años, en una determinada zona en la cual se conforma por una población de 753.496 habitantes, según nuestras Fuentes externas.

https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/7-Perfil_caracterizacion_localidad_Bosa_2018.pdf

- Con un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

APLICACIÓN FORMULA DE MUESTRA

VARIABLES	VALOR	EXPRESIÓN MATEMÁTICA
Z	1,96	$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$
z ²	3,84	
P	0,5	$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 8181047}{0,0025 * (753469) + 3,84 * 0,5 *}$
q	0,5	
N	753.469	$n = \frac{723330,24}{1.883,6725 + 0,9600}$
e	0,05	
e ²	0,0025	$n = \frac{723330,24}{1884,6325}$
N-1	8.181.046	
		$n = 384$

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeMkfqnsenDys-0OsDc0PzQ6F2_kcWEnHx4ktEeAGUFdcXW4Q/viewform

1. ¿Cuál es su género?
- A. Mujer
 - B. Hombre

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- A. 18 - 26
- B. 27 - 34
- C. 35 - 45
- D. 46 - 60

3. ¿Cuál es su ocupación?

- A. Estudiante
- B. Empleado
- C. Independiente

4. ¿Cree usted que el manejo que tiene para desinfectarse en otros lugares es el correcto?

- A. Si
- B. No
- C. Tal vez

5. ¿Ha adquirido más conocimiento de protección antes el virus?

- A. Si
- B. No

6. ¿En qué te basas para adquirir un producto?

- A. Precio
- B. Calidad del Producto
- C. Marca
- D. Sencillez en Proceso de Compra
- E. Facilidad para el proceso de Devoluciones

7. ¿Piensa usted que podría ser más eficiente la desinfección de sus objetos por medio de nuestro producto?

- A. Si
- B. No

8. ¿El producto cubre tus necesidades?

- A. Si
- B. No

9. ¿Le gustaría obtener un bolso que tenga una desinfección del 99% más eficiente?

- A. Si
- B. No

10. ¿Por qué razón le interesa adquirir este bolso?

- A. El diseño, color y textura
- B. Innovación tecnológica
- C. Protección, seguridad y desinfección de sus objetos
- D. Todas las anteriores

11. Si este producto se encontrara en el mercado, ¿lo comprarías?

- A. si
- B. no

12. ¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características?

- A. Si cuál? _____
- B. No

13. ¿Qué mejorarías de este producto?

- A. Tamaño
- B. Textura
- B. Otro _____

14. ¿Qué tipo de bolso prefieres?

- A. Mochila
- B. Bolso
- C. Maletín o maleta
- D. Cartera o cangurero

15. ¿Te gustaría tener un catálogo amplio a la hora de elegir el tipo de bolso?

- A. Si
- B. No

16. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un bolso de este tipo?

- A. \$119.000
- B. \$150.000
- C. \$210.000
- D. Otros: _____

17. ¿Cómo prefieres adquirir el producto?

- A. Compra on line
- B. B. Compra en tiendas
- C. Otro Cual? _____

18. ¿Considera este es un buen producto para el mercado?

- A. Si
- B. No

19. ¿Qué color le gustaría mas en el BYOHANBAGS?

- A. Negro
- B. Verde
- C. Azul
- D. Lila
- E. Otros: _____

20. ¿Es de su agrado el nombre BYOHANBAGS para este producto?

- A. Si
- B. No

Si su respuesta fue NO ¿Qué nombre le gustaría?

21. compraría el bolso por:

- A. Seguridad
- B. Diseño e innovación tecnológica
- C. Protección de objetos ante la desinfección que brinda
- D. Gusto

22. ¿Considera este un buen producto para desinfectar sus objetos?



- A. Si
- B. No

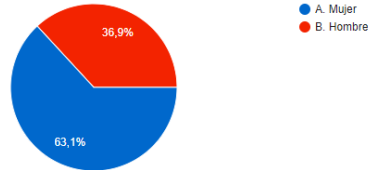
TABULACIÓN, ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Esta encuesta se realiza para determinar Como la población entrevistada observa, determina y cuestiona Este producto. Este para lograr tener una mayor seguridad en la investigación Del Mercado en los que queremos incursionar Como empresa INDUSTRIAS GARGONS

PREGUNTAS CUANTITATIVAS (103 RESPUESTAS)

¿CUÁL ES SU GÉNERO?

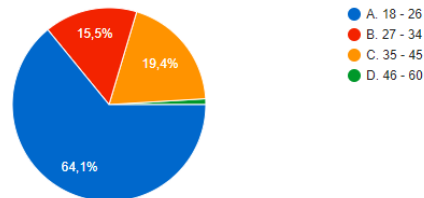
OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A MUJER	65	63,1%
B HOMBRE	38	36,9%



Determinamos que un gran número de mujeres contestaron la entrevista, y en su minoría el 36,9% fueron hombres, por tanto, determinamos que las mujeres serían las primeras adoptantes.

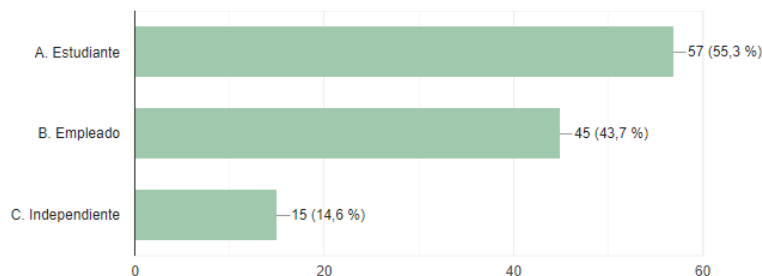
¿EN QUÉ RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA USTED?

OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A 18-26	66	64,1%
B 27-34	16	15,5%
C 35-45	20	19,4%
D 46-60	1	1,0%



Las personas de entre 18 y 26 años tuvieron una participación del 64,1%, en el cual determinamos que las personas de entre 35 y 45 años también gestionaron la encuesta. Y con un margen más pequeño contestaron 16 personas de entre 27 y 34 años. Con esto concluimos que nuestro segmento de mercado escogido es factible.

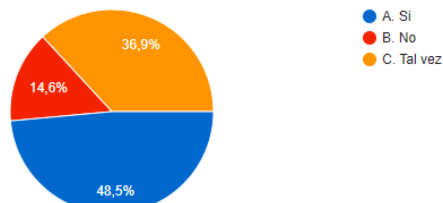
¿CUÁL ES SU OCUPACIÓN?



La ocupación de la mayoría de los encuestados es ser estudiantes con un 55,3%, y algunas ambas ocupaciones como lo es ser estudiante y empleado, y por último están los independientes con un 14,6%. Con este resultado la entidad ve factible enfocarse en la fabricación de bolsos esterilizadores tipo morrales para estudiantes.

¿CREE USTED QUE EL MANEJO QUE TIENE PARA DESINFECTARSE EN OTROS LUGARES ES EL CORRECTO?

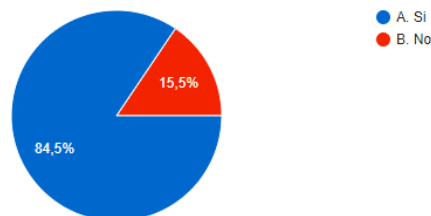
OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A SI	50	48,5%
B NO	38	14,6%
C TAL VEZ	15	36,9%



El mayor porcentaje lo obtuvo el sí, es decir, que las personas han mejorado y se han interesado en la desinfección que deben realizar. Por tanto nuestra compañía podría realizar campañas que generen más conciencia resaltando la efectividad de nuestro producto.

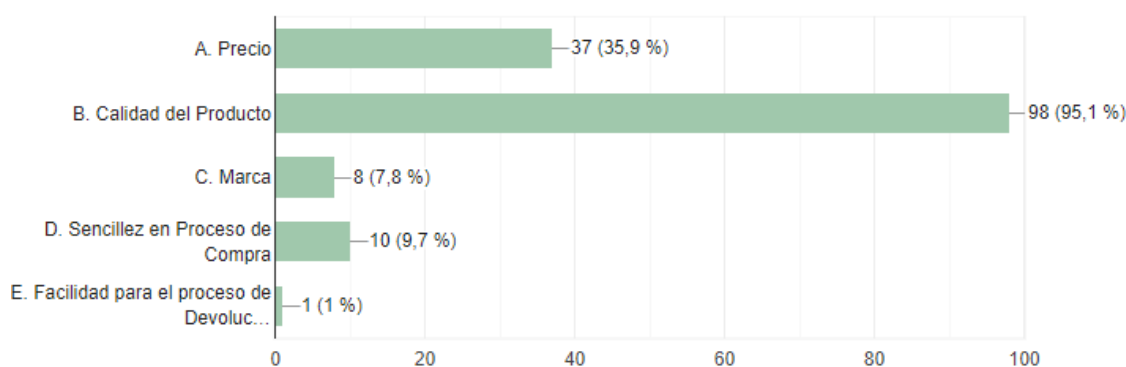
¿HA ADQUIRIDO MÁS CONOCIMIENTO DE PROTECCIÓN ANTE EL VIRUS?

OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A SI	87	84,5%
B NO	16	15,5%



Pudimos evidenciar que han adquirido mayor conocimiento como una cultura a la desinfección con un porcentaje del 84,5% que aprueban tener mayor conocimiento de protección ante el virus. Este resultado es positivo para la organización porque vemos la necesidad que tiene la población para protegerse a si mismo y a su familia.

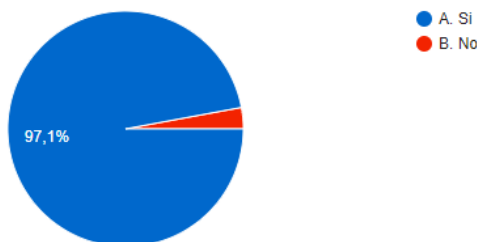
¿EN QUÉ TE BASAS PARA ADQUIRIR UN PRODUCTO?



Determinamos que las personas se basan en la calidad de cualquier producto al realizar su compra por tal motivo contamos con un 100% de alta calidad en nuestro producto para brindar mayor seguridad en la compra que realicen nuestros clientes

¿PIENSA USTED QUE PODRÍA SER MÁS EFICIENTE LA DESINFECCIÓN DE SUS OBJETOS POR MEDIO DE NUESTRO PRODUCTO?

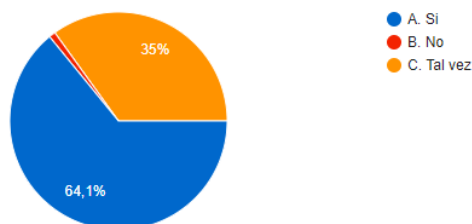
	OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A	SI	100	97,1%
B	NO	3	2,9%



Un población de 100 personas contestaron que si tendrían más desinfección en sus objetos al adquirir nuestro producto, esto es satisfactorio para la compañía ya que demuestra que hay confianza en la función del producto.

¿EL PRODUCTO CUBRE TUS NECESIDADES?

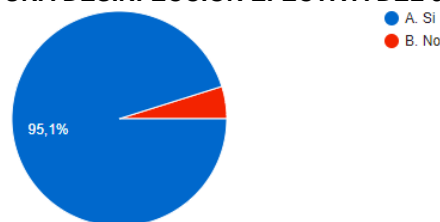
	OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A	SI	66	64,1%
B	NO	36	35,0%
C	TAL VEZ	1	1,0%



Un 64,1% de la población encuestada define que si cubriría la necesidad de desinfectar sus objetos por medio del producto y un 35% por ciento establece que tal vez, este porcentaje podríamos hacer que cambie de opinión con una muestra directa del producto para que vivan dicha experiencia.

¿LE GUSTARÍA OBTENER UN BOLSO QUE TENGA UNA DESINFECCIÓN EFECTIVA DEL 99%?

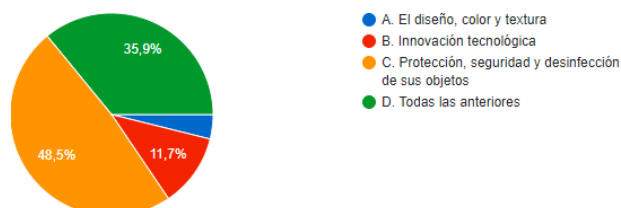
	OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A	SI	98	95,1%
B	NO	5	4,9%



EL 95,1% de la población opto por querer obtener este producto que garantiza un mayor desinfección en sus objetos, el otro 5% opto por un NO pero es un margen de error que contábamos.

¿POR QUÉ RAZÓN LE INTERESA ADQUIRIR ESTE BOLSO?

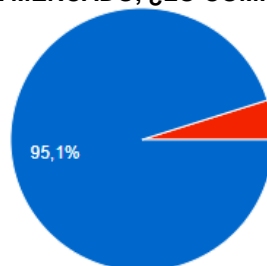
	OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A	EL DISEÑO, COLOR Y TEXTURA	4	3,9%
B	INNOVACION TECNOLOGICA	12	11,7%
C	PROTECCION, SEGURIDAD Y DESINFECCION DE SUS OBJETOS	50	48,5%
D	TODAS LAS ANTERIORES	37	35,9%



El 48,5% de la población opto por tener el bolso porque brinda protección, seguridad y desinfección de sus objetos que es lo que queremos brindar en el mercado como primera necesidad en la actualidad, también el que cumplan con diseño, color, textura y la innovación tecnológica que estamos promoviendo

SI ESTE PRODUCTO SE ENCONTRARA EN EL MERCADO, ¿LO COMPRARÍAS?

OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A SI	98	95,1%
B NO	5	4,9%



● A. si
● B. no

El 95,5% de la poblacion estan dispuestos a comprar este producto si lo encontraran en este momento en el mercado, el otro 5% estaba contemplado en nuestro grado de error.

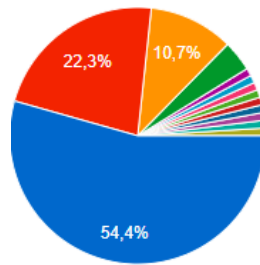
¿CONOCES ALGÚN OTRO PRODUCTO QUE OFREZCA LAS MISMAS CARACTERÍSTICAS?



En esta pregunta determinamos que no lo han visto, ni escuchado de este producto que teienen conocimiento de las lamparas ultravioleta UV que son portatiles pero no de que en un bolso puedan encontrar esta luz y que desinfecte de manera mas segura todos los objetos

¿QUÉ MEJORARÍAS DE ESTE PRODUCTO?

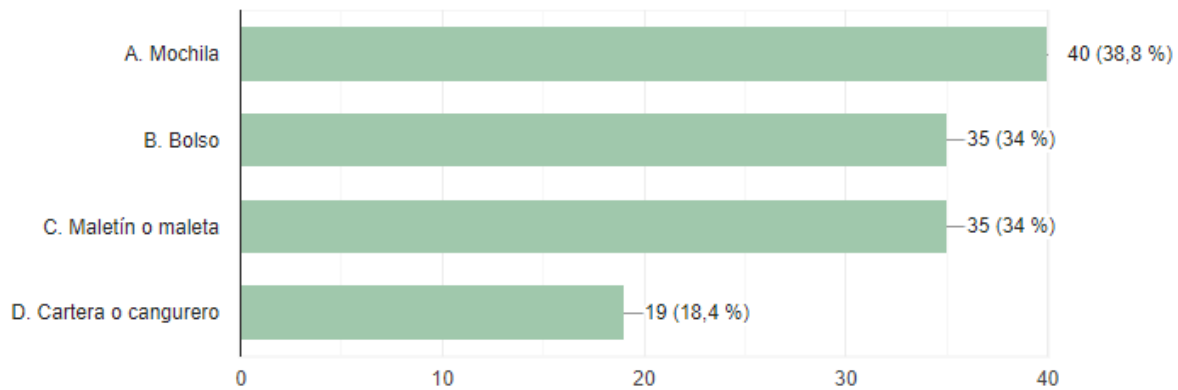
OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A TAMAÑO	56	54,4%
B TEXTURA	23	22,3%
C OTROS		
NADA	11	10,7%
COLOR	4	3,9%
DISEÑO	1	1,0%
TIPO DE NECESIDAD	1	1,0%
N/A	1	1,0%
SEGURIDAD	1	1,0%
MAS GRANDE	1	1,0%
IMPERMEABLES, CILCISTAS	1	1,0%
NINGUNO	1	1,0%
PRESENTACION	1	1,0%



- A. Tamaño
 - B. Textura
 - Nada
 - El color
 - Impermeable y para ciclistas.
 - Ninguno
 - diseño
 - Buscaria mochilas mas grandes
- ▲ 1/2 ▼

El cambio que sugirieron nuestros encuestados es el tamaño, textura y nada más puesto que el tamaño que tenemos actualmente es pequeño quisieran optar por uno de mayor tamaño, por tanto la compañía incluirá en el catalogo bolsos esterilizantes de mayor tamaño.

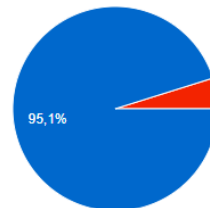
¿QUÉ TIPO DE BOLSO PREFIERES?



El 38,8% de la población optan por que el bolso fuese con diseño de mochila para mayor espacio y la versatilidad que tiene para la población joven y el 35% opto por bolso o maleta. Nuestra compañía se va a enfatizar en el diseño de bolso esterilizador estudiantil para cubrir el segmento de mercado de estudiantes.

¿TE GUSTARÍA TENER UN CATÁLOGO AMPLIO A LA HORA DE ELEGIR EL TIPO DE BOLSO?

OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A SI	98	95,1%
B NO	5	4,9%

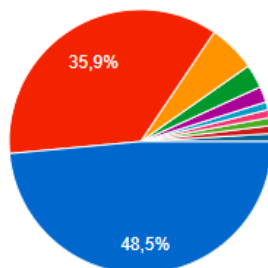


- A. Si
- B. No

EL 95,1% opta por tener un catálogo amplio del producto es decir que puedan determinar tamaño, diseño, textura, color, personalización en el momento de adquirir el producto. Dargons Se enfatizara en generar un catalogo amplio para que nuestros clientes tengan mas opciones y no duden a la hora de elegir nuestro producto.

¿QUÉ PRECIO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR UN BOLSO DE ESTE TIPO?

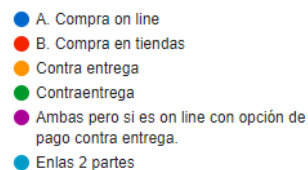
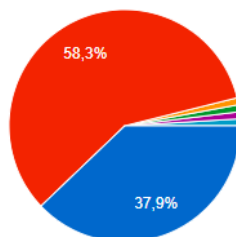
OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A 119.000	50	48,5%
B 150.000	37	35,9%
C 210.000	6	5,8%
D OTROS		
100.000	3	2,9%
90.000	2	1,9%
2.000	1	1,0%
80.000	1	1,0%
80.000	1	1,0%
MENOS	1	1,0%
MAS ACCESIBLE A PERSONAS DE BAJOS RECURSOS	1	1,0%



A 50 personas es decir un 48,5% en la encuesta está dispuesta a cancelar valor de 119.000 del producto teniendo en cuenta que es de alta tecnología y eficiencia al desinfectar los objetos. Con esto evidenciamos que están dispuestos adquirir el valor presupuestado de venta por valor \$ 119.000. y el 35% esta dispuesto a pagar un mayor valor, lo podríamos aprovechar para ampliar el tamaño de nuestro producto.,

¿CÓMO PREFIERES ADQUIRIR EL PRODUCTO?

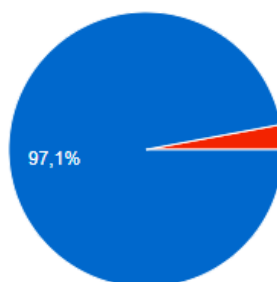
OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A COMPRA ON LINE	39	58,3%
B COMPRA EN TIENDAS	60	37,9%
C OTROS		
CONTRAENTREGA	1	1,0%
ONLINE OPCION CONTRAENTREGA	1	1,0%
EN LAS DOS PARTES	1	1,0%
CONTRAENTREGA	1	1,0%



Lo sorprendente es que a pesar de que estamos en una emergencia las personas desean ir presencialmente adquirir los productos les genera mayor confianza al observar y sentir dicho producto.

¿CONSIDERA ESTE ES UN BUEN PRODUCTO PARA EL MERCADO?

OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A SI	100	97,1%
B NO	3	2,9%



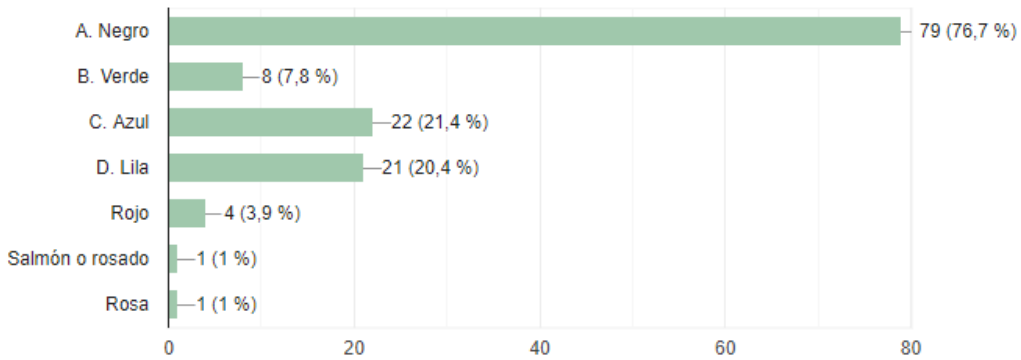
Un 97,1% consideran que este es un buen producto para el mercado es una ventaja que tenemos ya que estaríamos entrando al mercado con fuerza al promover este producto

¿QUÉ COLOR LE GUSTARÍA MÁS EN EL BYOHANBAGS?

Pág.79 de 84

Cra. 45 A # 93 – 29 La Castellana, Bogotá D.C. Colombia – Tel: (57 1) 7465384

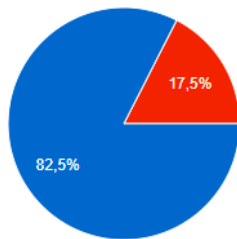
www.industriasgdragons.com // servicioalcliente@dragons.com



El color negro es el más llamativo para promover y distribuir el bolso BYOHANBAGS ya que se estableció el 76,7% de la personas optan por este color.

¿ES DE SU AGRADO EL NOMBRE BYOHANBAGS PARA ESTE PRODUCTO?

OPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
A SI	85	82,5%
B NO	18	17,5%



● A. Si
● B. No

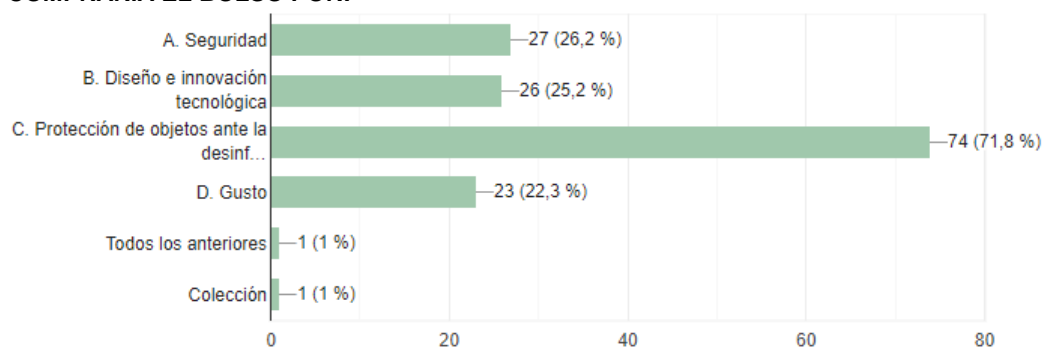
El 82,5% de las personas les agrada el nombre que tiene nuestro producto, de igual manera un 17,5% no les agrada pero dieron sus sugerencias al respecto

SI SU RESPUESTA FUE NO ¿QUÉ NOMBRE LE GUSTARÍA?

Jhojan
BYOBOLSO
Algo más simple. Cómo byobag
Uno más fácil de recordar
Bolso ultra violeta
Nosé
Byobags
Un nombre más fácil de recordar
No lo sé, pero buscaría uno corto y que recordará las personas a las que pretendo llegar
Por que ahí nombres mas innovadores y llamativos
Glowvbag
Byogs es mejor algo corto y fácil de pronunciar
Algo más corto y fácil de pronuncia
Bolso multi usos
Bolso esterilizante.
Bolvirus
Celestial
Celestial
Porque el nombre tendría que ver un poco con el producto

Las sugerencias que dieron las 18 personas que nos les agrado el nombre del producto que estamos revisando como muestra de mercado

COMPRARÍA EL BOLSO POR:

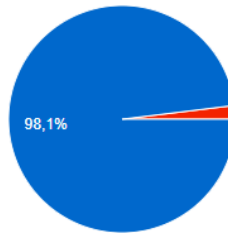


Al determinar por qué comprarían el bolso confinamos y comprobamos que el promover protección y desinfección a los objetos, dichas personas están dispuestas adquirir el bolso. Esto coincide con la solución del problema planteado.

¿CONSIDERA ESTE UN BUEN PRODUCTO PARA DESINFECTAR SUS OBJETOS?



OPCION		CANTIDAD	PORCENTAJE
A	SI	101	98,1%
B	NO	2	1,9%



- A. Si
- B. No

El diseño y que tenemos es del agrado de las personas encuestadas y si consideran que es un producto eficiente en la desinfección de los objetos.

CONCLUSIONES

- La demanda existente para cubrir la problemática de salud a nivel mundial, con sus tendencias, muestra que el producto en estudio tiene el potencial suficiente de desarrollo para sustentar la viabilidad del negocio.
- Llegue a la conclusión de que formar una empresa, se necesita una serie de pasos y esta genera metas u objetivos las cuales se van a realizar. Estas metas se alcanzarán con el buen manejo de los recursos de la empresa.
- Una empresa operando en forma organizada, combina la técnica y los recursos para elaborar productos o prestar servicios con el objeto de colocarlos en el mercado para obtener una ganancia.
- En conclusión, la empresa se basa en los recursos económicos que tenga para implementar la misma, así como tiene que estar acorde de los avances tecnológicos del momento, un estudio exhaustivo de mercado, para así iniciar un mejor desarrollo empresarial y así tomar un mejor manejo y rapidez en las diferentes fuentes de ingreso.

Bibliografía y anexos

1. Portafolio (2020, Febrero 04). El desempleo no cedería en el 2020 y llegaría al 10,6%.
2. Dinero (2019, Enero 31). Desempleo en 2018 subió a 9,7%.
3. Pulzo (2019, Mayo 01). Desempleo en Colombia es mayor entre jóvenes colombianos que entre migrantes venezolanos.
4. ONU (2015). Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
5. Seguro de desempleo, Art. 12 a 17 de la Ley 1636 de 2013; Art. 249 del Código del Trabajo de 1950, modificado en 2017.
6. ACNUR (2018, Agosto). ¿Qué es desigualdad, qué tipos existen y qué consecuencias tiene?.
7. ONU (2019, Julio 17). ¿Qué es la desigualdad?.
8. Disruptivo TV (s.f). 8 beneficios económicos de la igualdad de género para las empresas.
9. Dinero (2018, Octubre 25). Sector salud: ¿una década perdida?.
10. Tabla 1 Recuperado de:
11. PROPAGACION CORONAVIRUS
<https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/causas-del-coronavirus-su-origen-y-como-se-propaga>
12. Campuzano C, Villegas J (s.f). CAUSAS Y EFECTOS DEL DESEMPLEO EN EL MUNICIPIO DE CAICEDONIA VALLE. [Archivo PDF].
13. BBVA (2016). El impacto de los avances tecnológicos en el mercado laboral. [Archivo PDF].
14. Millán S, Loras J (s.f). Plan de negocio para la creación y puesta en marcha de una plataforma tecnológica que ofrece servicios online para la búsqueda de empleo: “Worksite”. [Archivo PDF]. .
15. King K (2012, Marzo 05). Valor compartido. Teoría de Michael Porter.
16. La calle Tv (s.f). ¿Qué es la tecnología ambiental? Características, avances y ejemplos.
17. Normatividad <https://www.mincit.gov.co/normatividad>