



**Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior**

Creación de una empresa

Presenta:

**Johan Arley Cruz Hormaza
Lorena Jazmin Maldonado Chaves
Jeimy Carolina Aguillon Alape**

**Asignatura:
Opción de grado I**

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Bogotá D.C

Noviembre 05 de 2018

Contenido

Introducción.....	4
Justificación.	5
Desarrollo de matriz de perfilación de clientes customer development	6
Stake Holders	6
Identificación de las Necesidades del Stake Holders.....	6
Identificación de los Beneficios y expectativas	7
Identificación de las Soluciones Actuales.....	7
Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.....	8
Mercado.....	8
Identificación de TAM, SAM y TM.....	9
Validación de mercados.....	10
Formato entrevista	10
Análisis de la información Resultados.....	12
Pregunta 1.....	12
Pregunta 2.....	12
Pregunta 3.....	12
Pregunta 4.....	13
Pregunta 5.....	13
Pregunta 6.....	13
Pregunta 7.....	13
Pregunta 8.....	13
Pregunta 9.....	14
Pregunta 10.....	14
Pregunta 11.....	14
Pregunta 12.....	14
Pentágono De Perfilación De Clientes.....	15
Prototipo.....	16
Descripción del Producto o servicio	16
Ficha técnica	18

Planeación estratégica generativa	18
Identidad estratégica	18
Futuro preferido	18
Objetivos empresariales	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos	19
Valores corporativos	20
Confianza	20
Pasión:	20
Calidad:	20
Análisis del macroentorno	20
Pestel	20
Análisis político	20
Análisis Económico.....	21
Análisis social	21
Análisis tecnológico.....	22
Análisis Ecológico	22
Análisis legal.....	23
Cinco Fuerzas De Porter	24
Conclusión	26
Bibliografía.....	27

Introducción.

Bag Rain es una empresa dedicada al servicio de creación y confección de morrales con chaquetas impermeables integradas, nuestra labor está enfocada principalmente a la comodidad y protección de los usuarios. Mediante la creación de morrales con chaquetas integradas se espera facilitar el día a día de los usuarios ya que con este producto se sabe que en cuestiones de días lluviosos estarán protegidos y cómodos ya que no tendrán que cargar accesorios adicionales.

Este trabajo busca innovar con un producto llamativo y pensado para la protección y comodidad del usuario que lo adquiera, lo que se pretende es variar y diferenciar de los típicos productos que pueden llegar a ser estorbosos e incómodos por su tamaño y textura.

Justificación.

En la actualidad no existe el tipo de mercadeo en la ciudad de Bogotá que pueda satisfacer la necesidad de diseño y confección de morrales con chaquetas impermeables integradas. Esto significa que existe un nicho en el mercado de confección innovadora de morrales en Bogotá que se planea explotar.

Con la información anteriormente recolectada nos damos cuenta que la tendencia ante la necesidad de comodidad y seguridad es alta. Todos los días nos encontramos con los retos de estar protegidos, seguros y cómodos todo esto a la vez. Siempre estamos buscando que nos da esa diferencia, que a la vez nos da comodidad que a la vez nos da un margen de utilidad.

Nuestro producto fue diseñado pensando en el día a día de un habitante de la ciudad de Bogotá, está pensado en lo que significa cargar bolso, sombrilla, impermeable, y los diferentes accesorios que se pueden llegar a usar para la protección. Es un producto diferente, innovador, practico, cómodo y de fácil portabilidad.

Desarrollo de matriz de perfilación de clientes customer development

Stake Holders

Identificación de las Necesidades del Stake Holders

La comodidad y seguridad es la principal necesidad de nuestros usuarios, el buscar los utensilios de su uso diario que sean prácticos, cómodos y de fácil acceso es lo que se considera hoy en día de vital importancia. En muchas ocasiones en el día a día una de los eventos más frecuentes en la ciudad de Bogotá es la lluvia y ante este evento la ausencia de una sombrilla sea porque no se tiene o porque su tamaño no permite guardarlos en el bolso o morral lo que ocasiona incomodidades y molestias al tener que enfrentar este evento si ningún tipo de protección. Nuestro producto está diseñado para suplir todas estas necesidades, es un impermeable integrado en el morral, este impermeable tiene la función de proteger tanto el morral como a la persona que lo lleva este producto cuenta con una capota para mayor protección, adicional a esto es removible lo que permite que al momento de sé que desee ponerlo a secar se separe del morral y se pueda seguir haciendo uso de este. Nuestro morral ofrece todo tipo de diseños así mismo en caso que se requiera se realizaran diseños personalizados y a gusto de cada usuario, este impermeable es muy práctico y discreto ya que este se ubicara en un compartimiento oculto en la parte superior del morral, adicional a esto esté impermeable contara

con unos reflectivos especiales para los usuarios que se desplacen en motocicletas o bicicletas, estos reflectivos serán removibles.

Identificación de los Beneficios y expectativas

- Beneficios

Nuestro producto cuenta con múltiples beneficios alguno de ellos es la protección que brinda tanto para los objetos como para el usuario ya que esta chaqueta es impermeable de manga larga y con capota para mayor protección, a esto se le adiciona que para aquellos que la usen en un medio de transporte como motos y bicicletas brinda mayor visibilidad e iluminación por los reflectivos que tiene incorporados a esto se le añade la comodidad del producto por su fácil portación y ubicación en el morral, así mismo que es un producto independiente ya que permite que el morral se pueda seguir usando mientras el impermeable se seca y a esto se le añade los diseños que son innovadores, diferentes y en caso que se desee personalizados.

- Expectativas

Lo que se espera es que el producto sea bien recibido por la comunidad ya que este es de gran utilidad e innovador, es un producto diferente a los ya existentes ya que es integrado lo que permite que sea cómodo y llevadero.

Identificación de las Soluciones Actuales

Actualmente los productos disponibles para la protección de mochilas y de la persona como tal son: Sombrillas pero la protección con este utensilio depende del tamaño ya que si se

compra pequeña para fácil desplazamiento la protección no es la misma que una de tamaño grande la cual se debe cargar como un objeto adicional lo que puede provocar incomodidad y así mismo que se debe en cualquier parte ya que se puede descargar. Así mismo para las personas que se movilizan en bicicletas o motocicletas existe el impermeable pero este puede llegar a ser incomodo ya que por su tamaño ocupa demasiado espacio y no es de fácil porte. Así mismo también están los impermeables plásticos los cuales no son tan factibles ya que por su material se pueden dañar fácilmente.

Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones

Los posibles impedimentos serian: que los usuarios no se sientan augusto con la ubicación del compartimiento de la chaqueta impermeable, así mismo que no se sientan conformes que solo sea la chaqueta y para los usuarios que se movilizan en moto o en bicicleta les haga falta el pantalón el mismo inconveniente se presentarían con los transeúntes ya que bien o mal la sombrilla alcanza a proteger una parte de los pies, también puede ser que a pesar de que los reflectivo sean removibles a las personas que no se movilicen en moto no les agrade este detalle, teniendo en cuenta que va dirigido especialmente a población juvenil y universitarios que el precio no se ajuste a su presupuesto.

Mercado

Según el estudio de mercadeo realizado con anterioridad el producto será ofrecido a la población juvenil, teniendo en cuenta el tipo de diseño y la portabilidad del mismo, el producto estará enfocado a estudiantes universitarios que se movilicen en servicio público, así mismo se

direccionara el producto a los usuarios cuyo medio de transporte sea la motocicleta o bicicleta, esto haciéndolo posible con el reflectivo con el que cuenta nuestro producto.

Identificación de TAM, SAM y TM

Nuestro lugar de distribución del mercado estará ubicado en la ciudad de Bogota en la zona centro para ser más específicos en la zona de la candelaria. Nuestro producto está dirigido para toda aquella persona que desee hacer uso de este ya que brinda protección, comodidad y seguridad. Pero el público principal como ya se ha mencionado anteriormente es la población juvenil, estudiantes universitarios por ende se escoge la zona universitaria como punto para distribución del producto.

La zona del sector escogida para la ubicación del producto es la Candelaria esta es la localidad número 17 de la ciudad y se constituye como una de las más pequeñas de Bogotá, cuenta con una extensión de 183.89 hectáreas según datos suministrados por el Departamento de Planeación Distrital. Está ubicada en el sector centro–oriente de Bogotá, y es la localidad donde se ubican varios centros universitarios y de educación superior, así mismo la localidad está conformada por barrios como Belén, Las Aguas, Santa Bárbara, La Concordia, Egipto, Centro Administrativo y Catedral. Es una zona altamente concurrida por estudiantes y turistas lo que permite que la distribución del producto sea solvente y su divulgación sea de alto impacto. A pesar de ser un ser un sector turístico que nos puede permitir una distribución más amplia de nuestro producto, nosotros hemos decidido por temas de economía y adaptación escoger como nuestro TM la universidad CUN y la universidad Autónoma de Colombia.

Validación de mercados

Es necesario estudiar nuestra propuesta no solo desde nuestro punto de vista si no desde el punto de vista de nuestros clientes, por tal razón implementamos una entrevista de 12 preguntas en la cual se podría analizar las preferencias, los gustos, las tendencias, el poder adquisitivo, las conductas, los hábitos y las expectativas, que nuestros clientes potenciales podrían tener. De igual manera se podrá identificar si es necesario realizar mejoras en el diseño inicial de nuestro morral BagRain y comprobar la viabilidad de comercializar el morral en el mercado local.

Formato entrevista

ENTREVISTA SOBRE EL NOVEDOSO MORRAL BAG RAIN

Para nosotros como compañía es importante conocer su opinión sobre nuestro nuevo morral Bag Rain, por tal razón lo invitamos a contestar la siguiente entrevista.

1. **¿Qué beneficios busca en una maleta o morral al momento de adquirir el producto?**

2. **¿Dónde realiza la compra de estos artículos?**

3. **¿Qué tamaño de maleta es de su preferencia?**

4. **¿Cuál es su ocupación?**

5. **¿Cómo se transporta a su lugar de trabajo/estudio u otro?**

6. **¿Qué usa para protegerse de la lluvia?**

7. **¿Qué no le gusta de una maleta?**

8. **¿Le atrae una maleta con impermeable incorporado? SI/NO ¿Por qué?**

9. **¿Con que frecuencia cambia de maleta?**

10. **¿Cuál es la principal razón para cambiar de maleta o adquirir una nueva?**

11. **¿Cuánto pagaría por una maleta?**

12. **¿Utilizaría nuestra maleta ?SI/NO ¿Por qué?**

Se hace un muestreo aleatorio a 60 personas para la realización de esta investigación, correspondientes al grupo objetivo, ubicados en el centro de la ciudad de Bogotá, con estratos socioeconómicos diferentes, también se realiza la entrevista a estudiantes de educación superior y jóvenes ejecutivos con edades entre los 19 y 30 años, que debido a sus actividades, estilos de vida, preferencias y hobbies, encuentran en los morrales un artículo de uso diario.

Análisis de la información Resultados.

Pregunta 1

¿Qué beneficios busca en una maleta o morral al momento de comprarla?

Los resultados de la entrevista arrojan que los usuarios buscan que sus morrales tengan como beneficio el tamaño, quiere decir que sea grandes con compartimientos suficientes para evitar cargar artículos en la mano, adicional a esto que su material se resistente, ya que en ocasiones por el peso se troza el material y por último que el material utilizado sea impermeable evitando que en días de lluvia se mojen los artículos que van dentro de la maleta o morral.

Pregunta 2

¿Dónde realiza la compra de estos artículos?

A raíz de la entrevista realizada se evidencia que los usuarios adquieren este producto en almacenes no reconocidos sin tener en cuenta la marca ya que prefieren tener en cuenta la calidad y el costo del producto.

Pregunta 3

¿Qué tamaño de maleta es de su preferencia?

Los resultados de la entrevista muestran que los usuarios prefieren los morrales o las maletas medianas y grandes esto siempre y cuando cumplan con el requisito de compartimientos útiles.

Pregunta 4

¿Cuál es su ocupación?

Luego de realizar la entrevista a la población objetivo se determina que la población se encuentra dividida entre personas que estudian y trabajan y las que solamente estudian, lo que nos permite corroborar que la idea de negocio se encuentra bien segmentada.

Pregunta 5

¿Cómo se transporta a su lugar de trabajo/estudio u otro?

Se identifica que los medios de transporte más utilizados por la población entrevistada son el servicio público, la motocicleta y la bicicleta.

Pregunta 6

¿Qué usa para protegerse de la lluvia?

La entrevista implementada nos da como resultado que los artículos más utilizados por la población encuestada son las chaquetas semi impermeables y las sombrillas.

Pregunta 7

¿Qué no le gusta de una maleta?

Las personas entrevistadas expresan que no les gusta que su morral o maleta sea pesada, que no cuente con los suficientes bolsillos o compartimientos y que se le entre el agua fácilmente.

Pregunta 8

¿Le atrae una maleta con impermeable incorporado? SI/NO ¿Por qué?

La población encuestada coincide en que si le atrae gratamente una maleta con impermeable incorporado ya que serviría como protección tanto de la persona que porta el morral como de

los artículos que se cargan en la misma, adicional manifiestan que sería de gran ayuda ya que en ocasiones se olvida llevar la sombrilla en temporadas que no son de lluvia.

Pregunta 9

¿Con que frecuencia cambia de maleta?

Se evidencia a raíz de la entrevista realizada que el tiempo que los usuarios tardan en cambiar su maleta o morral es aproximadamente cada 6 o 12 meses máximo.

Pregunta 10

¿Cuál es la principal razón para cambiar de maleta o adquirir una nueva?

Se identifica que las razones por las que la población entrevistada hace cambio de sus morrales o maletas son por el deterioro principalmente en las cremalleras y en el material. Específicamente en la parte inferior del artículo.

Pregunta 11

¿Cuánto pagaría por una maleta?

La población entrevistada indica que lo mínimo que pagaría por un morral o por una maleta sería de 30 mil a 50 mil pesos y lo máximo de 70 mil a 100 mil pesos.

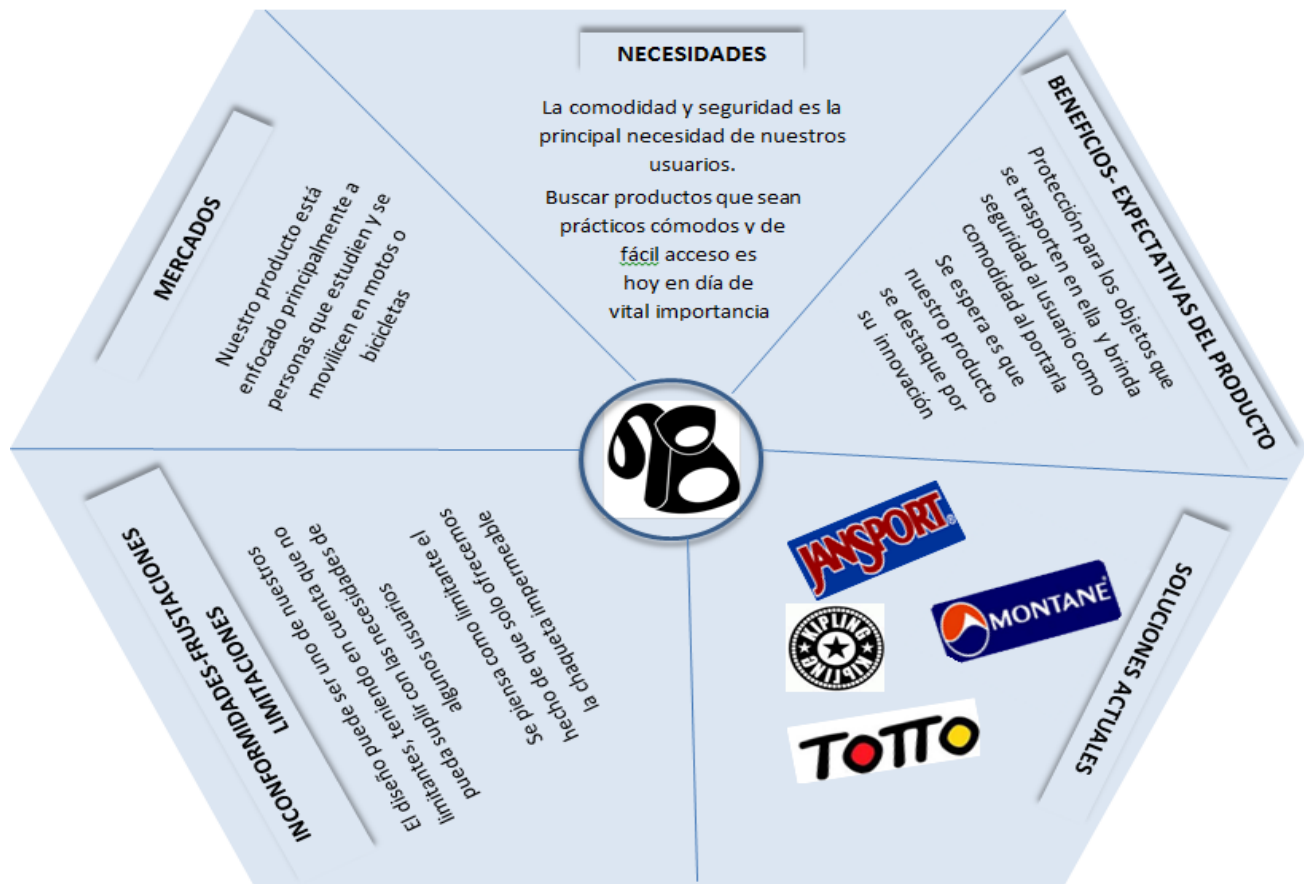
Pregunta 12

¿Utilizaría nuestra maleta ?SI/NO ¿Por qué?

Los resultados de la entrevista muestran que la población objetivo en la cual se implementó la entrevista se siente atraída por el hecho de hacer uso de un producto novedoso y practico el cual le brindara comodidad y seguridad al mismo tiempo.

Luego de analizar la entrevista realizada se tiene como resultado que nuestro producto BagRain va a generar un gran impacto en el mercado por su factor innovador supliendo las necesidades y expectativas que tienen los usuarios al momento de hablar de protección, seguridad y comodidad en épocas de lluvia. Adicional se obtiene de este análisis que nuestro morral BagRain alcanzara posicionamiento y reconocimiento por la innovación que presenta ya que a las personas entrevistadas indiscutiblemente les atrae la idea de un morral con impermeable incorporado lo que nos permite corroborar que la idea de negocio está alineada con las nuevas tendencias del mercado y acorde con la selección que se realizó inicialmente

Pentágono De Perfilación De Clientes



Prototipo

Descripción del Producto o servicio

BagRain es un morral con diferentes servicios que van enfocados a suplir las necesidades de la población segmentada. Está diseñado para facilitar el transporte seguro de artículos de uso diario tanto de estudiantes como de personas del común. BagRain será confeccionado con materiales de alta calidad que serán resistentes y capaces de soportar varios kilos de peso en caso de que sea necesario, esto teniendo en cuenta que en un morral común se transportan artículos tales como portátiles, agendas pesadas entre otros artículos que generan que el morral se torne pesado. Los múltiples compartimientos o bolsillos internos y externos que BagRain tiene estarán trazados finamente a fin de proteger los elementos que el usuario allí aloje, teniendo en cuenta su fragilidad. El factor innovador del morral BagRain es una práctica chaqueta impermeable manga larga, con capota la cual tendrá caucho en las muñecas y en el gorro para mayor protección. Esta chaqueta será elaborada con material liviano y resistente que permita la movilidad de la persona que haga uso del producto. La chaqueta será una extensión de la maleta o morral que tiene como fin proteger tanto la maleta como el usuario que la porte, estará ubicada en un compartimiento oculto en la parte superior al lado de las tiras del morral, tiene como beneficio dos cremalleras que irán sujetas al morral las cuales permitirán que al momento de que el usuario lo desea retire la chaqueta para su secado y por último y no menos importante BagRain tendrá cintas reflectivas que también serán removibles esto principalmente va dirigido para los usuarios que hacen uso de motocicletas y bicicletas.

El morral BagRain contará con un portafolio amplio en diseños y tamaños tanto del morral como de la chaqueta impermeable esto con el objetivo principal de suplir cualquier

necesidad de los posibles consumidores.



Ficha técnica

Material Exterior: Lona

Material Interior: Poliester

Material chaqueta: PVC poliéster

Tipo de cremallera: Cremallera de cadena continua diente de aluminio.

Dimensiones: 45*35*13

Colores: Personalizados

Garantía: 6 meses por daños o alteraciones ocasionadas por: fábrica, transporte, manipulación, mala calidad de los materiales o componentes empleados en la fabricación.

Planeación estratégica generativa

Identidad estratégica

Somos una compañía dedicada a la elaboración y suministro de un producto innovador, de alta calidad, comodidad y sobre todo excelente precio cumpliendo con sus expectativas mediante todos nuestros estándares de calidad para así lograr que nuestros clientes queden totalmente satisfechos con nuestro producto ofrecido

Futuro preferido

Ser la compañía líder en el mercado en la fabricación y distribución de chaquetas con maleta incorporada, que esta sea reconocida por sus altos estándares de calidad, variedad y exclusividad en sus diseños y la atención humana y de calidad que les podamos brindar a nuestros clientes.

Objetivos empresariales

Objetivo general

Crear una empresa productora y comercializadora de chaquetas con maleta incorporada, con amplia variedad de diseños en la ciudad de Bogotá, que sea nuestro producto realizado con materiales, maquinarias y mano de obra de alta calidad dando cumplimiento a las leyes establecidas actualmente para la creación legal de una empresa y así mismo estar constituida y reconocida bajo toda la normatividad y régimen político necesario.

Objetivos específicos

- a.) Cumplir con nuestro compromiso frente a los estándares de calidad ofrecidos con respecto al producto final.
- b.) Tener la capacidad de ofrecer variedad de diseños exclusivos para que nuestros clientes queden con experiencias memorables.
- C.) Garantizar que nuestro producto este elaborado con las mejores telas, costuras, maquinarias y mano de obra del mercado.
- d.) Incrementar la participación del producto en el mercado mediante el reconocimiento del producto por su alto nivel de calidad.
- e.) Potencializar el producto por medio de marketing y ventas y de canales de distribución logrando así un alto reconocimiento del mismo.

Valores corporativos

Confianza trabajaremos fuertemente para generar confianza a todos nuestros clientes al momento de adquirir nuestro producto demostrándoles así que nuestra chaqueta morral (BagRain) fue su mejor inversión.

Pasión: Seremos una empresa apasionada por nuestra labor, apasionada por entregar día a día el mejor producto a nuestros clientes trabajando así con la mejor disposición y entusiasmo comprometidos con el mejor futuro para la compañía.

Calidad: Para dar total cumplimiento a nuestros valores anteriormente mencionados es importante desarrollar nuestro producto con los más altos estándares de calidad del mercado dando así la satisfacción y confianza a nuestros clientes al momento de adquirir nuestro producto.

Análisis del macroentorno

Pestel

Análisis político

Colombia es un país que se adapta a cambios constantes es importante tener en cuenta los tratados de libre comercio tratados como Caricom, Mercosur, Alianza del Pacifico, entre otros, que le han permitido expandir su mercado, incrementando su producción y exportación. Lo cual nos pondría en una balanza de cosas negativas y positivas ya que podemos expandir nuestra empresa e iniciar una exportación de nuestro producto a otros países pero de esa misma manera el mercado puede incorporar importaciones de un producto similar que nos pueda afectar en cuanto a la competencia.

Análisis Económico

La economía colombiana se ha visto afectada por distintas variables que han impactado directamente el bolsillo de todos los ciudadanos, algunas en mayor medida que otras. El panorama visualizado a principios del 2016 no resultaba ser el más alentador: la inflación, el dólar y las tasas de interés continuaban en aumento, el peso colombiano se devaluaba y el barril de petróleo seguía a la baja.

En el país han confluído varios factores que comienzan a mostrar signos de una desaceleración económica. El peso colombiano, por ejemplo, según el índice Big Mac (publicado por 'The Economist') sufrió una devaluación de 50,8 por ciento en 2015, esta situación ha puesto en jaque a los importadores; el Fenómeno de El Niño 2015 – 2016 igualó la intensidad del de 1982 – 1983, uno de los más fuertes registrados hasta ahora por el Centro de Predicción Climática de la Administración del Océano y la Atmósfera (Noaa) de los Estados Unidos. Este hecho climático, sumado a que Colombia importa alrededor de 11.4 millones de toneladas de alimentos que están siendo afectados por el precio del dólar, han aumentado el costo de la comida y la inflación. En 2015, esta variable cerró en 6,77 por ciento y hasta marzo de 2016, aunque bajó por primera vez en 11 meses, ha tenido una variación de 3,55 por ciento según información del DANE.

Análisis social

BagRain es una idea de negocio que busca crear ideas de marketing efectivas que buscan ayudar al crecimiento de la empresa a través de la innovación y el correcto manejo del presupuesto de inversión conforme a las variables, también se contemplan factores como el

desarrollo tecnológico, y por lo tanto es necesario generar estrategias para fidelizar los clientes, estrategias que garanticen la satisfacción del usuario.

Actualmente un cliente busca que el producto cubra todas sus necesidades, que tenga un precio razonable y por otro lado que sea un producto distinguido con altos niveles de calidad ya que si se cumple con estos parámetros más alto nivel de oferta y demanda tendrá el producto.

Análisis tecnológico

La tecnología juega un papel importante en la vida cotidiana y más aún en la constitución de una empresa ya que de este factor dependen muchas cosas, como el marketing y la publicidad adicional a ello las estrategias de comunicación, transporte, educación, entretenimiento, producción, comercialización, es por eso que las empresas deben ser cambiantes y a medida que la tecnología avanza estas deben ir avanzando con ella.

Colombia cuenta con el ministerio de tecnología de la información y comunicación MIN TIC, el cual se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Por medio de este ministerio es factible generar estrategias de comunicación con los clientes, implementando el uso de la informática en lo que actualmente se conoce como marketing

Análisis Ecológico

En Colombia existen algunas leyes que protegen el medio ambiente, con el fin de cuidar y proteger la naturaleza y los animales a continuación voy a relacionar algunas de ellas

Decreto 1397 de 2016 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible “Por el cual se establecen las condiciones para el montaje, instalación y puesta en funcionamiento de zonas del territorio nacional para la ubicación temporal de miembros de las organizaciones armadas al margen de la ley en el marco de un proceso de paz”

Para información de derecho ambiental con una perspectiva interamericana por favor visite el sitio web de la Asociación Interamericana para la Defensa del Ambiente (AIDA)

Resolución 97 de 2017 “por la cual se crea el Registro Único de Ecosistemas y Áreas Ambientales y se adoptan otras disposiciones”

Resolución 0376 de 2016: casos que no requieren modificación de licencia ambiental.

Decreto 1076 de 2015. Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Resolución 6 de 2015. “Por la cual se ordena la suspensión del uso del herbicida glifosato en las operaciones de erradicación de cultivos ilícitos mediante aspersión aérea”.

Análisis legal

Si una empresa desea tener un desarrollo sin inconvenientes en el orden legal de su existencia, debe formalizar su situación ante las entidades correspondientes que el estado colombiano ha designado para ello, evitándose de esta manera. Se ve afectado el aspecto financiero de la misma, pues es muy difícil que las instituciones financie concedan créditos. Los trabajadores quedan desprotegidos laboralmente.

No puede participar en licitaciones públicas y privadas.

Dificultad para acceder a una clientela legal y estable por tal motivo no puede beneficiarse de las condiciones favorables que el estado en algunos aspectos otorga a las empresas. (Ejemplo: Ley 590 para las MIPYME) no puede formar parte de los gremios empresariales.

Si no contamos con algún parámetro legal exigido muy difícilmente podremos constituir nuestra empresa bajo parámetros legales vigentes y no podríamos operar en el mercado.

Cinco Fuerzas De Porter

Para afrontar de manera exitosa las fuerzas del macroentorno más comunes, nuestra empresa BagRain tomara las siguientes medidas

- a.) **Amenazas de nuevos competidores** Esta se atacara directamente mejorando continuamente los procesos internos de la empresa con el fin de entregar un producto final de la mejor calidad para que de esta misma manera nuestros clientes estén satisfechos y confiados con lo que ofreceremos y no busquen otras alternativas en el mercado.

- b.) **Poder de negociación de los proveedores** Nuestra empresa BagRain ofrecerá siempre alternativas de negocio con los proveedores teniendo en cuenta la ganancia para cada una de las partes con el fin de que los proveedores puedan dar cumplimiento a lo estipulado con la entrega de insumos de primera mano y en tiempo oportuno evitando pérdidas a la compañía

c.) Rivalidad entre los competidores actuales En primera instancia analizaremos la competencia determinando sus fortalezas y debilidades y así mismo a nuestro BagRain le haremos las mejoras constantes y correspondientes con el fin de causar impacto en el mercado siendo así la preferencia de nuestros clientes teniendo en cuenta nuestro target group definido con anterioridad.

d.) Poder de negociación de los clientes Lo primero que debemos asegurar es que nuestros clientes se encuentren seguros y satisfechos del producto que les ofrecemos y así mismo poderles brindar ofertas de valor para fidelizarlos teniendo en cuenta sus condiciones socioeconómicas brindándole alternativas de acuerdo a sus necesidades y gustos brindando distintas alternativas de pago.

e.) Amenazas de productos o servicios sustitutos Ofrecemos alternativas de solución a varias necesidades en un solo producto como lo es BagRain, brindando soluciones novedosas y llamativas a los ojos y gustos de nuestros clientes teniendo en cuenta los altos estándares de calidad, comodidad, protección y variedad de coloridos diseños haciendo que nuestros clientes nos prefieran a nosotros por todos los beneficios que ofrecemos.

Conclusión

Al concluir este trabajo nos damos cuenta que nuestro proceso de formación está basado en un cambio continuo de conocimiento el cual es necesario para implementar cualquier idea de negocio. Es de vital importancia tener la certeza de si nuestra idea será o no lucrativa y si supe o no las necesidades que inicialmente se plantearon.

La planeación y elaboración de este proyecto nos permitió darnos cuenta que nuestro producto BagRain puede ir mas allá de una idea de negocio, ya que por medio de las entrevistas realizadas, de los estudios básicos de mercado implementados, pudimos observar que es una idea de negocio rentable y consistente al momento de constituir una empresa legal, claro está que se debería profundizar en estudios avanzados de mercadeo que nos alerten a un posible fracaso, que los resultados de los mismos nos orienten al momento de invertir en marketing y publicidad.

Aterrizando un poco más nuestro proyecto y llevándolo a la vida real, detectamos bases sólidas para iniciar con la creación de nuestro producto innovador BagRain, bases que nos ayudarían en un futuro no tan lejano a lograr objetivos propuestos tanto económicos y de superación personal. Por ultimo concluimos que esta clase de proyectos nos permite ser visionarios, nos impulsa a ver más allá de nuestros alcances, generando nuevas ideas de negocio con factores innovadores y lucrativos. Hemos aprendido que a nuestro alrededor siempre habrá la necesidad de algo y que las soluciones más llamativas son las que se encuentran por fuera de lo común.

Bibliografía

Otros columnistas mayo 20 2016 *www.portafolio.com.co* Bogotá:
[www.portafolio.com.co https://www.portafolio.com.co/opinion/otros-columnistas-1/analisis-situacion-economica-colombia-496149](https://www.portafolio.com.co/opinion/otros-columnistas-1/analisis-situacion-economica-colombia-496149)

LiberestudiosEnero182016 *www.libeRestudios.com* Bogotá:
<http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-que-sirven/>

Legislaciónambiental2018 *www.justiciaambientalcolombia.org* Bogotá:
<https://justiciaambientalcolombia.org/herramientas-juridicas/legislacion-ambiental/>