

Proyecto Creación de empresas I

Viviana Lizeth Vargas Moreno

Maria Johana vargas alarcon

Daniel Felipe Camelo Herrera

Grupo: 50101

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

COMPROMISO DE AUTOR

Yo Viviana Lizeth Vargas Moreno identificada con C.C 1.032.508.817, estudiante del programa de Negocios Internacionales.

Maria Johana vargas alarcón con C.C 1073696769 del programa de administración de empresas

Daniel Felipe Camelo Herrera con C.C 1023952608 el programa de administración de empresas, declaró que:

Daniel Camelo

Maria Johana ✓

Viviana Vargas

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

TABLA DE CONTENIDO

I. Resumen ejecutivo..... 7

Introducción

Objetivos

Claves para el éxito

II. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....15

Planteamiento del Problema

Objetivos de desarrollo sostenible

Teoría de valor compartido

Tecnologías disruptivas

Análisis del sector económico

III. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....24

Árbol de problemas y objetivos

Pregunta de investigación

Justificación

IV. Segmentación del mercado.....30

Análisis de la demanda

Buyer Persona

V. Descripción de la idea de negocio36

Características tangibles del producto

Características intangibles del producto

Ficha Técnica Del Producto

Propuesta de valor

Fuerzas De Porter

Microentorno

Diagrama de flujo

Macro entorno

VI. Análisis de la oferta47

VII. Análisis del producto.....50

Núcleo

Calidad

Envase

Ciclo de vida del producto

VIII. Precio53

Precio

IX. Modelo Running Lean.....56

X. Investigación de mercado.....57

Objetivos

Tipo de investigación

Instrumento

Tamaño de la muestra

Tabulación y análisis Conclusiones

XI. Prototipo73

Maqueta

Mock up

Test Rig

Storyboard

Video

Brochure

Página web.

XII. Conclusiones y recomendaciones.....85

Conclusiones

Recomendaciones

XIII. REFERENCIAS87

Introducción

El presente trabajo se realizó principalmente teniendo en cuenta la lluvia de ideas “es una técnica de grupo para generar ideas originales y consiste en que cada miembro del grupo da sus ideas para generar nuevas”The memory jogger II, goal/QPC, 1994. Mediante esta técnica el grupo innovó un producto que ya se encontraba en el mercado. De acuerdo a la Policía de Tránsito y Transporte en el año 2020 se han registrado 88 muertes de ciclistas en la ciudad de Bogotá y se generaron 87.000 comparendos a Ciclistas por factores como maniobras peligrosas, irrespetar las señales de tránsito, no guardar una distancia entre vehículos, y en su mayoría el no uso de prendas de seguridad.

Teniendo en cuenta que las Bicicletas no cuentan con un sistema de direccionales y en su mayoría ni siquiera una luz que los haga visibles en la noche, teniendo así sólo un chaleco reflectivo. Así surge la idea de ofrecer este producto innovador una chaqueta reflectiva con luces direccionales “Viajoluz” que va dirigida especialmente a los ciclistas satisfaciendo plenamente la necesidad de estos directamente para la seguridad, es por esto que este producto ayudará a disminuir el índice de accidentabilidad además de ser una prenda personalizada que puede utilizar cualquier persona ya sea mujer, hombre, de cualquier edad, se va a contar con diversos colores para que se pueda utilizar dependiendo la ocasión.

Objetivos

Objetivo General

- Desarrollar un producto innovador que supla una necesidad y con este un plan de marketing que ayude a posicionar a “Viajoluz” en el mercado como la chaqueta reflectiva con luces direccionales de calidad, valor agregado que ayudará a satisfacer la necesidad de seguridad de los ciclistas de todas las edades.

Objetivos específicos

- Establecer una característica propia para poder posicionarla en el mercado.
- Proporcionar un producto de calidad y a un excelente precio.
- Crear un producto innovador con diferentes colores y estilos que puedan satisfacer al consumidor.

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Planteamiento del problema

*Se presentan muchos accidentes en las vías-ciclo vías *poca visibilidad, las personas que utilizan este medio no usan medidas de protección son pocos visible sobre todo en la noche

*Andan por los andenes peatonales

*problemática social en cuanto a la movilidad (buses, motos vehículos particulares)

*Clase trabajadora que usan su bicicleta para transportarse o por deporte.

*Bogotá es una de las ciudades que cuentan con más de 835.000 personas que se mueven en cicla.

*Bici usuarios de edades de los 15 a los 64.

*Todos los géneros.

La ciudad inicial para este proyecto es Bogotá, se contaría con todos los estratos, teniendo en cuenta que en esta ciudad el clima puede variar dependiendo de la hora se optaría por climas lluviosos, cálidos, fríos. Se abarcaría casi todas las culturas,tipos de vías normales, con huecos, terrenos toscos y estaturas promedio 1.50,tallas para todo tipo de cuerpos.

Objetivos de desarrollo sostenible

*la empresa aporta en el objetivo sostenible número dos hambre cero ya que capacitamos a personas sin experiencia y les brindamos un primer empleo, permitiendo que las personas lleven a sus hogares el alimento diario.

*Esto nos llevaría a un octavo objetivo trabajo decente y crecimiento económico, ya que la buena remuneración ayudará a los empleados a llevar una vida de calidad y un crecimiento personal.

*objetivo número 3 salud y bienestar, porque con nuestro producto se brinda la seguridad de la vida, reduciendo la tasa de accidentes o muerte.

Teoría de valor compartido

La teoría del valor compartido es una estrategia o herramienta empresarial que ayuda en la búsqueda constante de obtención de mayores ingresos pero a su vez otorga beneficios que busca en bienestar en el entorno social en específico se trata de un compromiso con la sociedad que lo rodea para alcanzar un crecimiento. (PLANMEPRENDEDOR, 2018)

La teoría del valor compartido aporta la solución de los problemas y la necesidad encuentra oportunidades de negocio que ayudan a superar los desafíos sociales y ambientales del mundo.

En nuestra empresa Chaqueta Viajoluz se busca el aumento de la productividad de la empresa o de sus proveedores, abordando las limitaciones sociales y ambientales en su cadena de valor.

Fortalecimiento del contexto competitivo en regiones clave donde la empresa opera de forma que contribuyan al crecimiento y la productividad de la empresa. Por ello se desarrolla en Bogotá ya que ha ido aumentando la población que utiliza bicicletas

- Reinventando los productos y mercados: mercados existentes de mejor calidad, productos innovadores y servicios que resuelven necesidades sociales.
- Mejorando los productos de la cadena de valor: mejorando la calidad, la cantidad, el costo y la confiabilidad, los procesos de producción y los sistemas de distribución, mientras que simultáneamente actúan como administradores de los recursos naturales.

La empresa Chaqueta Viajoluz busca exteriorizar un comportamiento responsable y honesto, que avale el mantenimiento del equilibrio entre la empresa y el medio ambiente en el proceso productivo.

- Dar valor (apoyo en situaciones problemáticas) a los proveedores y empleados implicados y consolidar las relaciones con la sociedad.
- Efectuar inversiones a largo plazo, que favorezcan a la comunidad y a los accionistas de la empresa.
- Cuidar y salvaguardar el medio ambiente ya que cualquier empresa está íntimamente relacionada con el futuro del planeta.
- Cambiar la mentalidad de todo el personal de la compañía incluyendo los CEOS para poder implementar este círculo.

Implementar el valor compartido en nuestra empresa Chaqueta Viajoluz trae consigo muchas ventajas como son:

- La preservación del medio ambiente
- La fidelidad y apoyo incondicional de sus empleados
- El mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades
- La concientización de las personas
- Disminución de costos
- Incremento en la productividad de la empresa, entre otros.

Para lograr este círculo virtuoso empresa-sociedad, se requieren líderes que desarrollen competencias y nuevas formas de conocimiento, así como una mayor consideración de las necesidades y desafíos de la sociedad misma. Donde van a haber personas especializadas .

Tecnologías Disruptivas

La tecnología disruptiva es cualquier tecnología o innovación que deja obsoleta la tecnología anterior. Se usa el término disruptivo porque produce una ruptura brusca, en ocasiones causando cambios profundos en nuestro modo de vida. Y aunque el término se usa con más frecuencia para describir aparatos y productos electrónicos, también se puede aplicar a conceptos y servicios.

Nuestro proyecto ViajoLuz tiene tecnología disruptiva ya que tiene el poder de cambiar la forma en que trabajamos, vivimos, pensamos y nos comportamos. mejorando el bienestar, seguridad y la movilidad ya que el impacto que tiene la implantación de una de estas tecnologías es muy importante ya que mejora en la realización de las tareas, las tareas que antes se realizaban con una máquina de escribir ahora se realizan con el un aparato más

pequeño, dejando obsoletas a las primeras. También tiene un mejor servicio y ofertas a los cliente se puede llegar a mercados que hasta la fecha eran inalcanzables realizando el servicio en mejores condiciones para los clientes. La tecnología disruptiva constituye una gran oportunidad para las empresas, ya que les permite llegar hasta mercados que eran imposibles hasta hace poco. La innovación disruptiva se convierte en una necesidad para las empresas para continuar mejorando y seguir siendo competitivas.

Análisis del sector económico

Nuestra idea de negocio pertenece al sector secundario.

El sector secundario es el sector de la economía que transforma la materia prima, que es extraída o producida por el sector primario, en productos de consumo, o en bienes de equipo.

El Dane informó que la producción industrial subió un 6,6 por ciento en junio, frente a igual mes del año pasado. De las 39 actividades industriales en la encuesta, la producción de 23 aumentó, precisó el organismo estadístico en un comunicado. El incremento de la actividad manufacturera fue superior al 4,4 por ciento de mayo y al 4 por ciento de junio del 2015. Sin embargo, fue inferior al 7,6 por ciento de enero y el 7,7 de febrero del 2016; al 8,5 de abril del mismo año, y superior al 1 por ciento de marzo también de este año. El componente más dinámico en junio fue refinación de petróleo, que registró un avance anual de 27,1 por ciento y una contribución de 4,3 puntos porcentuales al aumento del sector industrial.

No obstante, al excluir la refinación el aumento de la producción llegó al 2,8 por ciento. El departamento de investigaciones del Grupo Bancolombia consideró que varios segmentos de la

industria colombiana han incrementado su dinamismo como resultado de una mayor competitividad, frente a los bienes extranjeros producto de la depreciación del tipo de cambio. Además, en el primer semestre la producción industrial creció un 5,9 por ciento, en comparación con la caída de 0,4 por ciento en el mismo periodo del año anterior “Esta cifra refleja la tendencia de recuperación del sector manufacturero, producto de los factores antes mencionados, y a su vez sugiere que la proyección de crecimiento del sector en todo el 2016 (6,4 por ciento, por parte del Grupo Bancolombia) tiene implícito una mayor aceleración de la actividad en 2016, lo cual lo consideraría como el renglón de mayor dinamismo en el PIB este año”,

SOCIAL:

- Geográfico: Colombia, Bogotá.
- Demográfico: Todas las edades, no importa el género, cualquier estrato podría adquirirlo, todas las profesiones que puedan utilizar una bicicleta como medio de transporte.
- Psicográfico: Va dirigido a toda la población que guste de él ciclismo (bici-usuario, ciclista empírico).
- Conductual: En cualquier ocasión de deporte, transporte, Hobbies, asequible en precio con beneficio de seguridad.

TECNOLÓGICO:

- Inteligencia artificial (IA): El desarrollo de algoritmos y la velocidad para procesar datos permite que las computadoras realicen tareas que normalmente requerían de una o varias personas. La IA es un concepto paraguas que engloba el aprendizaje automático, el desarrollo de programas

que pueden enseñar, comprender, razonar, planear y actuar en base a los nuevos datos que reciben.

En algunas industrias es posible que asesoren a clientes sobre sus decisiones de compra.

- **Realidad Aumentada (RA):** A través de gráficos o audios superpuestos, distintos dispositivos (como lentes o celulares) mejoran la experiencia del trabajador con una tarea o producto. En un futuro mediato, los operarios podrían ensamblar piezas u objetos para los que van recibiendo la información al instante.
- **Blockchain:** Se trata de bases de datos compartidas que funcionan como un libro contable que registra operaciones de compraventa o cualquier otra transacción. El registro de eventos se comparte entre muchos usuarios y la información una vez introducida no puede ser alterada, ya que la cadena aguas abajo refuerza las transacciones ascendentes. Este desarrollo comenzó con la criptomoneda Bitcoin, pero su uso se extendió pronto a bancos. Otro uso posible es en compras virtuales.
- **Transportes no tripulados:** Vuelan o se mueven sin un piloto humano a bordo. Pueden funcionar de forma autónoma, con un plan de vuelo predefinido o controlados de forma remota. Coches autónomos o drones podrían realizar operaciones de logística.
- **Internet de las Cosas:** Dispositivos, electrodomésticos, vehículos y otros tantos objetos pueden levantar e intercambiar información, y así ofrecer un mayor control sobre el desempeño de una máquina o el de un producto o servicio. El IoT Industrial (IIoT) ofrece una multiplicidad de

beneficios en la supervisión de desempeño, control y producción, con datos que llegan a través de Internet.

- **Robots:** Se trata de máquinas electromecánicas o agentes virtuales que automatizan o asisten la actividad humana de acuerdo a un set de instrucciones, que suelen correr sobre un programa.
- **Realidad Virtual (RV):** Es una simulación generada por computadora de una imagen tridimensional o de un entorno completo. La RV provocará cambios profundos en muchas industrias. En el sector automotriz, su aplicación permite testear el desempeño de herramientas de montaje con un demo y anticipar el funcionamiento de las máquinas en la línea de ensamblado.
- **Impresión 3D:** Por medio de la fabricación aditiva, piezas de extrema delicadeza pueden ser construidas directamente desde la información acumulada en un plano digital. De la computadora y la realidad virtual a la fabricación y el mundo real. La impresión se hace con la sopladura de materiales en capas sucesivas. Las tintas, en estos casos, son plásticos, metales, vidrios y aserrín o madera

ECOLÓGICO:

- El área de mayor interés desde el punto de vista ambiental dentro de las industrias, es la fabricación y el acabado de textiles. En este proceso es donde se generan la mayor cantidad de

residuos y especialmente de residuos peligrosos. De particular interés son los procesos de pretratamiento - limpieza, descrude, etc.- blanqueo, teñido y acabado en los cuales se utilizan una gran variedad de soluciones y colorantes potencialmente peligrosos. En las etapas de fabricación de hilos y de confección, la mayor parte de los residuos no son peligrosos y resultan relativamente fáciles de reutilizar o reciclar. En general, la industria textil genera una gama relativamente estrecha de residuos peligrosos, la mayoría de los cuales son resultado de unos cuantos procesos

LEGAL:

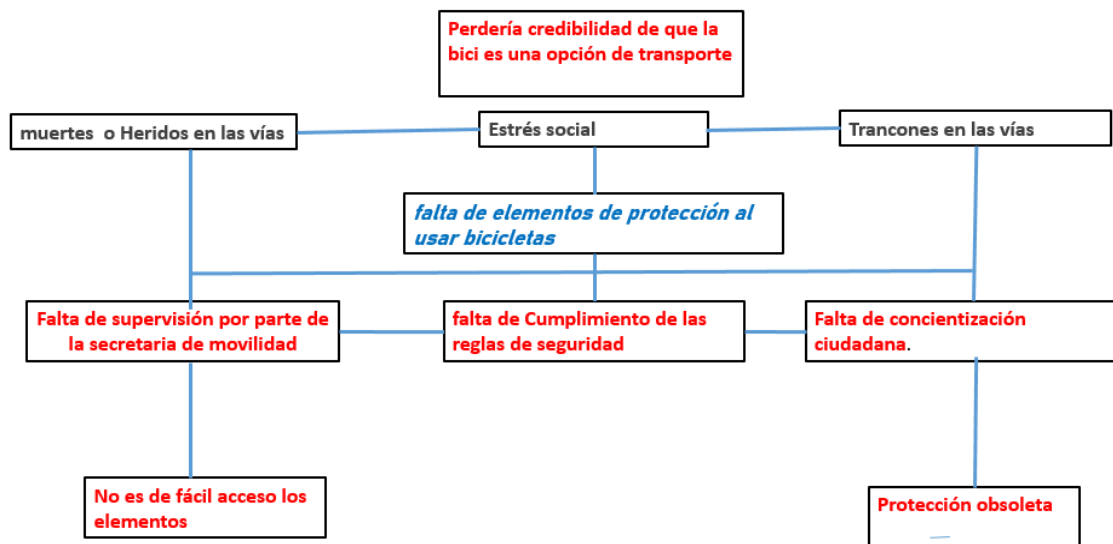
- Resolución 6398 de 1991 por la cual se establecen procedimientos en materia de salud ocupacional.
- Decreto 1295 de 1994 Establece la afiliación de los funcionarios a una entidad Aseguradora en Riesgos Profesionales (ARP).
- Decreto 1346 de 1994 Por el cual se reglamenta la integración, la financiación y el funcionamiento de las Juntas de Calificación de Invalidez.
- Decreto 1772 de 1994 Por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al Sistema General de Riesgos Profesionales Medidas de protección de salud
- Decreto 1832 de 1994 Por el cual se adopta la Tabla de Enfermedades Profesionales
- Resolución 2013 de 1986 Establece la creación y funcionamiento de los Comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial en las empresas.
- Resolución 1016 de 1989 Establece el funcionamiento de los Programas de Salud Ocupacional en las empresas.

- Decreto 614 de 1984 Crea las bases para la organización y administración de la Salud Ocupacional.
- Resolución 2400 de 1979 Conocida como el "Estatuto General de Seguridad".
- Ley 9 de 1979 Ley marco de la Salud Ocupacional en Colombia

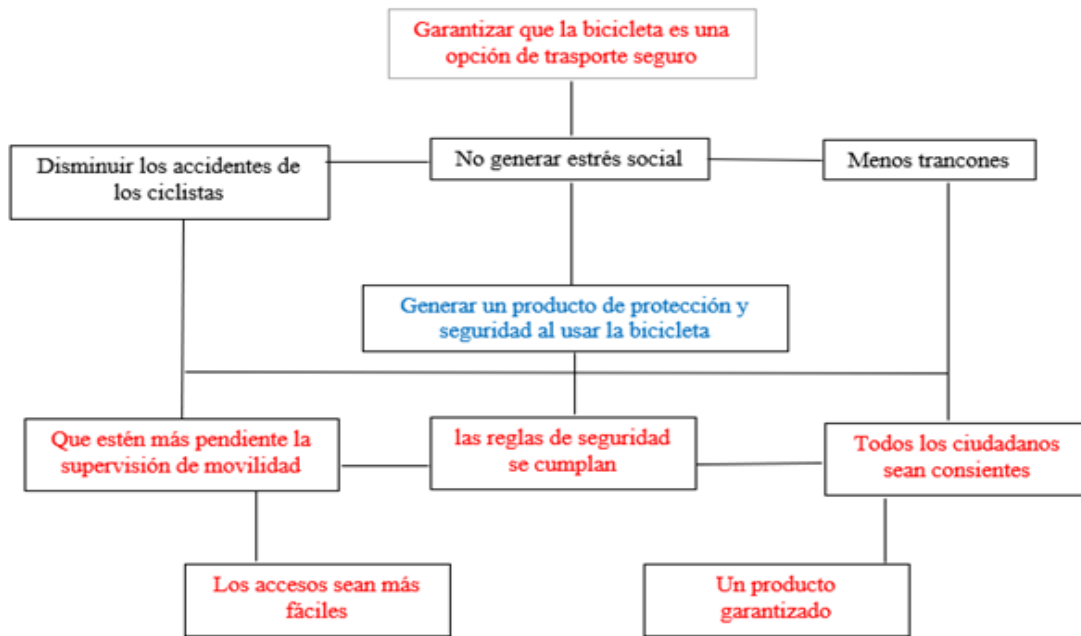
Identificación del problema,necesidad,reto u oportunidad

*Se presentan muchos accidentes en las vías-ciclo vías

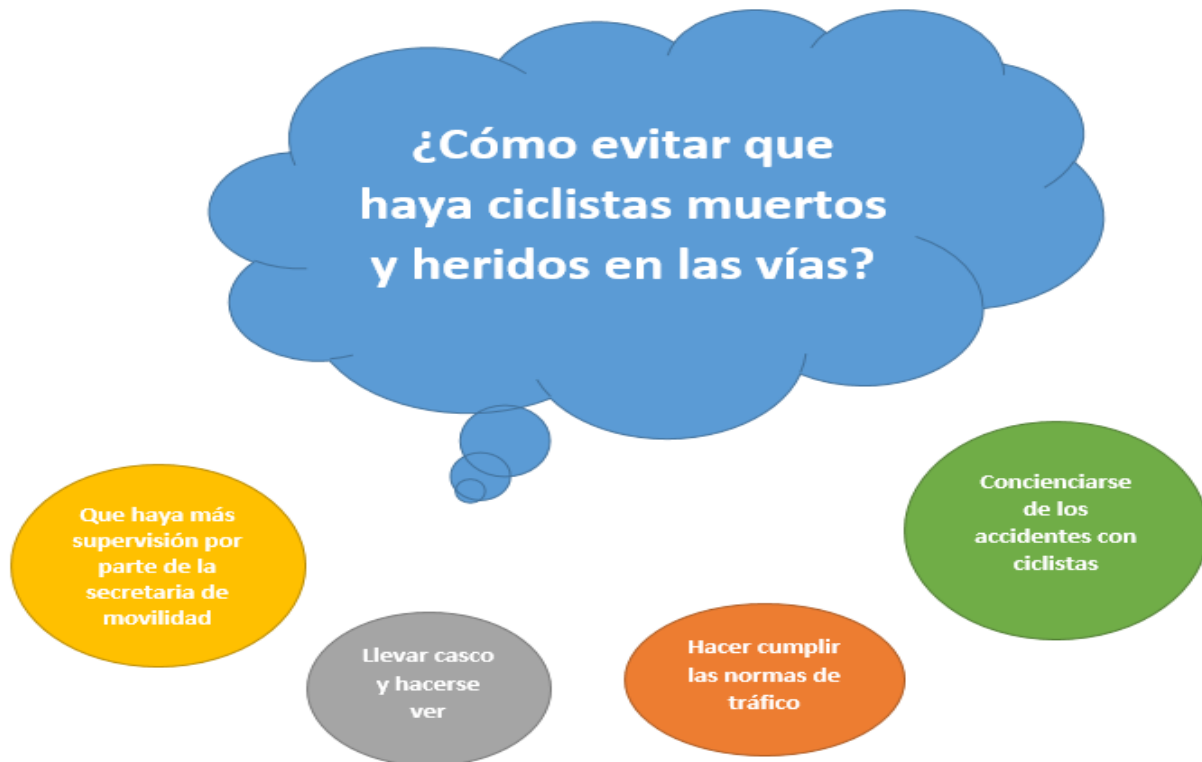
Árbol de Problemas



Árbol de objetivos



Descripción de la idea de negocio



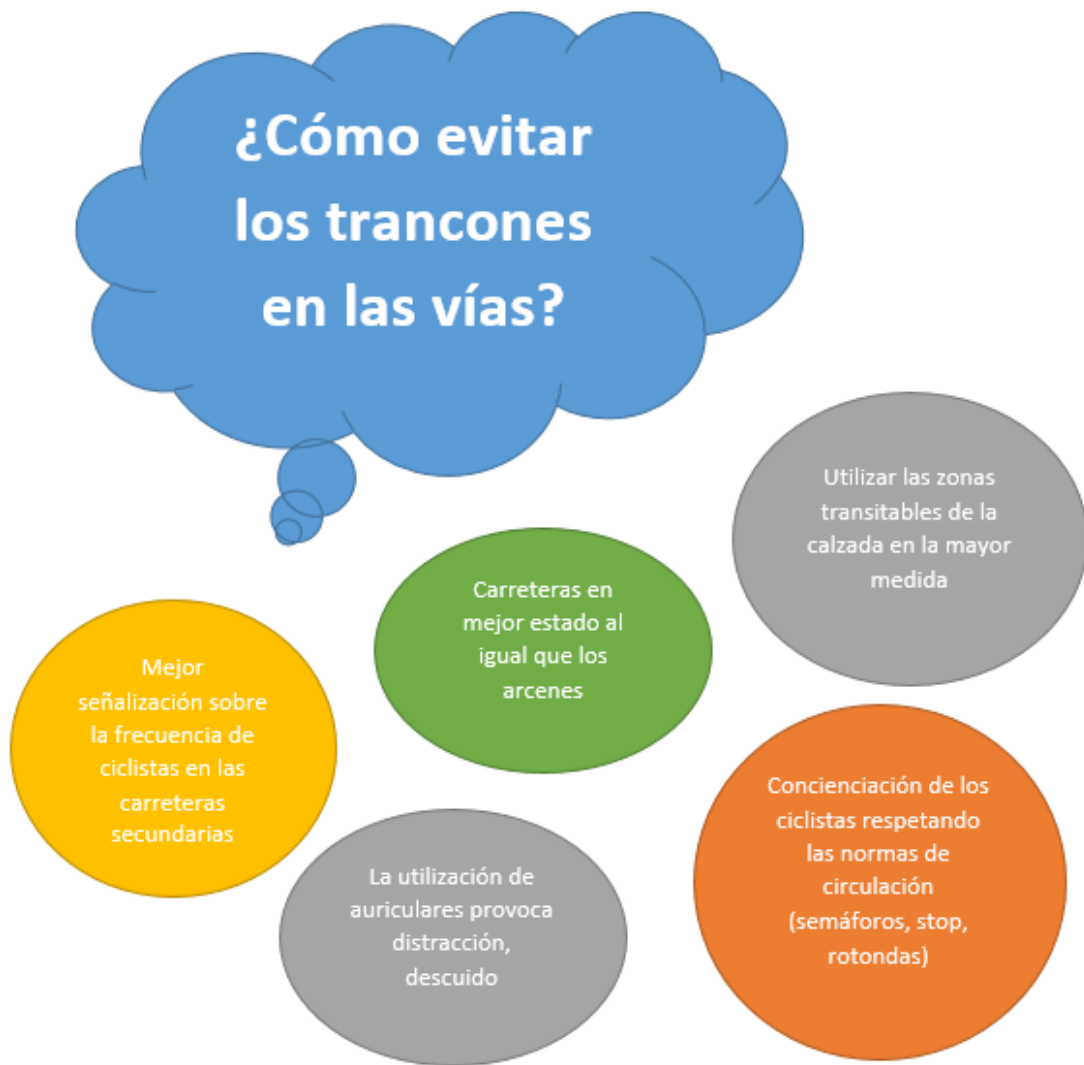
¿Cómo deben actuar los ciclistas cuando circulan por la carretera?

Los ciclistas tienen permitida la circulación en paralelo, siempre y cuando lo hagan de dos en dos y no obstaculicen la marcha normal de otros vehículos

No está permitido circular en bicicleta utilizando el teléfono móvil o haciendo uso de auriculares

Realizar ciclismo bajo los efectos del alcohol o de otras sustancias psicotrópicas es una falta grave que acarrea el pago de una multa

En las vías interurbanas, es obligatorio el uso del casco homologado



(Instituto oficial de formación profesional, 2017)

Fuente: <https://medac.es/blogs/teco/10-normas-evitar-los-accidentes-la-practica-del-ciclismo/>

Estructura de idea de negocio con la tabla No1

Actividad 1

¿Cuál es el producto o servicio?	Chaquetas Reflectoras Con Direccionales
¿Quién es el cliente potencial?	personas que utilizan su bicicleta como medio de transporte para ir a sus trabajos
¿Cuál es la necesidad?	cubrir la necesidad de los ciclistas de visibilidad y seguridad vial en horas de poca iluminación en todo el territorio nacional
¿Cómo funciona el producto o servicio?	La chaqueta está diseñada con dos flechas en la espalda uno señala la derecha y la otra la izquierda, al momento de girar se presiona alguno de los dos botón que esta puesto en las magas de pendiendo para donde valla a girar se presiona la manga de recha o izquierda
¿Por qué lo preferirían?	Es una chaqueta que tiene barias funciones y les ofrece seguridad su seguridad

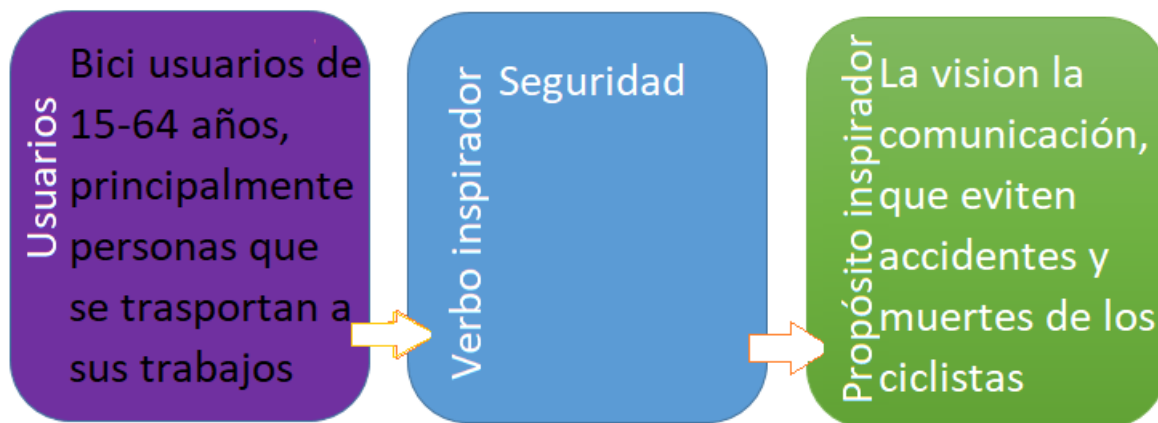
Describa la solución “idea de negocios estructurada” con el gráfico No 1.

Grafica 1

¿Cómo podemos...



Para que los...



Innovación

1 * En el mercado podemos encontrar elementos de seguridad con reflectivos pero ninguno con tecnología incluida en chaquetas con direccionales.

2 *la chaqueta se podría hacer con plástico resistente incorporando luces de neón las cuales se verán solo cuando el ciclista quiera realizar cualquier movimiento.

3*implementar sólo las luces, las cuales se adaptan a cualquier tipo de ropa.

4 *implantar sensores a la chaqueta la cual vibra si un objeto se acerca demasiado

5*que su fuente de recarga también sea solar.

punto 3

- Entidades como: TuBici Bike shop, empresa fundada en el 2015, tienda ubicada en Bogotá (Av. Carrera 19 # 153 – 40. Bogotá – Colombia), los envíos son a nivel nacional.

- CHAQUETA GW CHANGSHA CORTAVIENTOS I con valor de \$119.990: hecho en tela liviana, impermeable, con reflectivos en la parte trasera en colores blanca y verde.

- CHAQUETA GW FASH CORTAVIENTOS: valor comercial \$ 129.900: hecho en tela liviana a prueba de viento, impermeable, con manga corta o larga, reflectivos en la parte trasera y de color negro

- CHAQUETA CORTAVIENTOS ADRIANI REFLECTIVO BOLSILLO: valor comercial \$89.900, esta prenda absorbe y expulsa la humedad, cremallera reflectiva frontal y trasera.

Estos son los productos que venden en cuanto a similitud con nuestro producto.

movva nacida en el 2016 , distribuye a diferentes paises, valor comercial 175 usd (652.575)

es una chaqueta con tres usos impermeable, cómoda, reflectivos en mangas y parte trasera, de colores verde fosforescente, naranja y negro.

en Colombia se pueden encontrar dispositivos con direccionales morrales como por ejemplo en la universidad de medellín fue creado un dispositivo que se pega con velcro a la parte trasera de una chaqueta este aparato tiene luces led la cual indica la función de la derecha izquierda y pare.

punto 4

En conclusión los elementos de seguridad son muy importantes, el producto que manejamos es novedoso ya que implementa la comodidad, y tranquilidad de viajar en la ciudad, con respecto a la competencia todas se enfocan en estilo, accesorios para la bicicleta y en el precio inalcanzable. viajoluz se enfoca en todo seguridad, precio razonable, estilo y comodidad. con respecto a las alternativas se puede validar la opción de recarga solar,

punto 5

Este producto maneja tres capas: la primera será en tela suave, impermeable reflectivo ajustable la cual llevará las direccionales en el espaldar, con opción de carga tanto eléctrica como solar. la segunda en tela más gruesa pensada para momentos de invierno, con sensores de vibración los cuales se emitirán si un objeto se acerca demasiado, y la tercera absorberá la humedad del cuerpo especialidad en combatir los malos olores y hongos. se manejan en colores rojo, amarillo y azul.

Fuerzas de la Industria

Contextualización de la empresa

- Escribe el nombre de la empresa, actividad económica

Nombre de la empresa= Viajoluz

Actividad Económica= 1410 Confección de prendas de vestir

Tamaño= Pyme pequeñas y mediana empresa

Ubicación= Bogotá D.C, Barrio Chapiner

Análisis de la demanda

- Investiga las influencias internas,externas; determina el tamaño y cuota del mercado

Influencias internas:

En la personalidad de los usuarios las características individuales y las actitudes que se puedan aplicar mediante a los usuarios que utilizan ciclas como medio de transporte ya que esas persona están muy

La motivación que se brindará serán ofertas y rebajas para que los usuarios tengan mayor motivación para comprar nuestras chaquetas

Aprendizaje al momento de comprar las chaquetas se enseña como se usa y la importancia que tiene para proteger las vidas de los ciclistas

Influencias externas:

la cultura se debe analizar las actitudes, lenguaje, mitos que identifican la persona que va a comprar nuestro producto

Se debe analizar el grupo social de personas, aunque nuestro producto o puede utilizar cualquier persona que use bicicleta, no se tiene como tal una estructura familiar es

generalmente para todas las personas, especialmente ciclistas profesionales o personas que se trasladan a sus trabajos y lugares de estudio.

La clase social o estrato social no influye en los usuarios que pueden comprar la chaqueta todos en general pueden adquirirla si tienen el dinero.

Tamaño del mercado:

- Mercado potencial

La población en Bogotá es de aproximadamente 7.743.955 millones de habitantes de los cuales más de 835.000 mil personas se están movilizandando en ciclas

Las personas jóvenes son las que en su mayoría utilizan la bici como medio de transporte, el 21% están entre los 12 y los 19 años, seguido por los de 25 a 34 años (19%) y 14% están entre los 20 y los 24 años, aunque las personas mayores también tienen un peso importante, 18% de este grupo de personas tienen entre 45 y los 55 años de edad.

Cuota de mercado:

La cuota del mercado es la comparación de otras chaquetas para bici usuarios

Análisis de la oferta

el número de empresas investigo son 4 las cuales esta repartidas por todo Bogotá su tamaño son gh pequeñas y medianas empresa

1. SAETA Sport
2. MOVA Cycling

3. Decathlon Plaza Claro

4. Ropa Deportiva Jb

El sector se encuentra fragmentado en toda la ciudad hay lugares donde se concentra el comercio y hay más cantidad de tiendas pero en general.

El proyecto tiene innovación ya que ayuda a los ciclistas a mantenerse con protección y seguridad con unas chaquetas que les permite y les indica cuándo girar en una curva y avisarles cuando los carros está muy cerca con una vibración, dándole direccionales una de las debilidades es ya que tiene tanta tecnología avanzada el precio puede ser un poco elevado para algunos usuarios pero es una buena inversión para protegerse. para crear las chaquetas el proceso de creación es complicado ya que se está implementado con tecnología avanzada la cual se va actualizando, se va ha hacer un punto venta y se realizarán las ventas también por vía virtual, la competencia no es tan amplia ya que posee tecnología avanzada entonces nuestro objetivo es sobresalir entre las pocas empresas que comercializan este tipo de chaquetas o similares con nuestra buena calidad vamos sobresalir.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio	Ubicación
			(Ventaja competitiva)	
SAETA Sport	chaqueta	\$ 139.900	que es mas economica	Bogotá
MOVA Cycling	chaqueta	\$ 380.000	tiene tecnología similar	Cra. 27a Bis #61c - 06 bogota
Ropa Deportiva Jb	chaqueta	\$ 112.000	que es mas economica	Cl. 37 Sur #52C04, Puente Aranda, Bogotá
Ropa térmica Thermos	chaqueta	\$ 354.000	tecnología térmica	Bogotá

Análisis de la comercialización

- Precio= \$380.000
- Localización geográfica= Bogotá D.C Barrio chapinero
- Posibilidad de alianzas= Nuestro objetivo es tener alianzas con empresas que comercialicen chaquetas y que tengan buenas fábricas de producción para unirnos al momento de fabricar y distribuir las chaquetas a los diferentes puntos de venta.

- Canales: mayorista-distribuidores-almacenistas-minoristas.
- Medios de venta: punto de venta en chapinero, catálogo, internet, domicilio.

Análisis de los proveedores

-Proveedores: Se eligen según el Rendimiento, económico, adaptación, legal.

Vamos a buscar proveedores que cumplan con nuestras expectativas al momento de fabricar, comercializar y distribuir las chaquetas, donde nos vendan los productos al por mayor y económicos pero de buena calidad

Se analiza a la industria y mercado donde se invertirá y analizo si existen Clientes que estén dispuestos a comprar dicho producto y/o servicio, está lista para analizar a los proveedores que tiene a su disposición. Este análisis es muy importante, ya que de él dependen los costos de la empresa. Por eso, se debe tomar en cuenta cualquier información que sea relevante pero como mínimo

Propuesta de valor

Trabajos del Cliente

- Funcionales
- Sociales
- Emocionales

¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida laboral o personal?

- Llegar al sitio a donde se dirigen en corto tiempo
- -Ejercitarse por salud

¿Qué problemas creo tiene mi clientes de los que tal vez ni siquiera estén al tanto?

- Salud y seguridad

¿Qué necesidades emocionales están tratando de satisfacer tus clientes?

- Su vida y seguridad

¿Cómo se quiere sentir tu cliente?

- Seguro, cómodo, confiable, feliz

Frustraciones

- Efectos Secundarios
- Obstáculos
- Riesgos / Resultados no deseados

¿Cómo definen mis clientes demasiado costoso? ¿Mucho tiempo, demasiado dinero o requiere esfuerzos sostenido?

- Precio alto, mucho dinero, precio mucho más alto que mi presupuesto

¿Qué hace que mis clientes se sientan mal?

- La inseguridad en las ciclovías, alto porcentaje de accidentabilidad

¿Cuáles son las principales dificultades y desafíos que tienen mis clientes?

- Transitar por las vías o ciclovías sin protección adecuada

¿Qué le preocupa a mis clientes?

-Los accidentes

Alegrías

- Necesarias
- Esperadas
- Deseadas

¿Qué niveles de calidad esperan, y qué desearían más o menos?

- Buen material, de buena calidad, seguros y confiables

¿Qué le facilitará la vida a mis clientes?

- obteniendo este producto estarán más seguros, cómodos y confiados

¿Cómo miden mis clientes el éxito y el fracaso?

- Obteniendo un producto bueno y seguro, producto de mala calidad

Productos y Servicios

- Tangibles
- Intangibles

- Digitales

¿Qué capacidades, recursos y habilidades tienes o puedes conseguir para el desarrollo de tus nuevos productos y servicios?

- Material de buena calidad para la producción de las chaquetas

Aliviadores de Frustraciones

Piensa en el segmento de cliente busca aliviadores para sus frustraciones más importantes.

¿Genera ahorros de dinero, tiempo, esfuerzo? ¿Hacer que mis usuarios se sientan mejor?

- Se sentirán mucho más seguros en las vías o ciclovías

¿Arreglar soluciones de bajo rendimiento?

- Este producto dará soluciones al crecimiento de la accidentabilidad

¿Pone fin a las dificultades y retos con los que se encuentran mis usuarios?

- Si

¿Elimina un riesgo que les asusta?

- Elimina el riesgo a los accidentes

¿Limita o erradica errores habituales que cometen?

- Si, con las direccionales sabrán las personas que van detrás hacia donde se dirige

Generadores de Alegrías

Piensa en el segmento de cliente busca generadores de alegrías que superen sus expectativas.

¿Producir resultados que tus usuarios esperan o que superan sus expectativas?

- Obtener resultados en el porcentaje de disminución de accidentes

¿Facilitar el trabajo o la vida de tus usuarios?

- Transitan seguros y confiados en las vías

¿Hace algo específico que tus usuarios están buscando?

- Sensores de vibración y direccionales que facilitaran el camino por las vías

¿Cumple un deseo que tus usuarios sueñan?

- El deseo de sentirse seguros y confiados

Diseño del producto

8.1 Ficha técnica

A Chaqueta Viajoluz

B Materias primas: tela impermeable, hilo cremalleras, batería, cables, reflectores, cordura, protecciones, pilas recargables

C está formada con una tela resistente y de buena calidad la cual te protege de la lluvia y te avisa cuando un objeto está demasiado cerca vibra y puedes avisar cuando volteas

D presentación comercial va hacer en paquetes por unidad de chaqueta

E Empaque con bolsas de 45cm de largo y 30cm de ancho

F El material del empaque es de tela la cual puede ser reutilizable para los clientes

G mantener la limpia y no mantenerla con mucha ropa y no lavarla en lavadora

H Duracion de 1 a dos años

I Es un buen producto que les sirve para su protección

Ciclo de vida

- **Introducción**

“Viajoluz” se encuentra en esta etapa ya que el producto se va a lanzar al mercado, es una etapa en la cual es un poco riesgosa y complicada ya que es la primera vez que el producto se encontrará con el consumidor, esta etapa puede tener un gran curso ya que es factible el apoyo a la innovación y al producto colombiano, respectivamente la chaqueta es especial ya que cualquier personas no importa la edad la puede utilizar y tendrá un precios asequible.

- Crecimiento

Cuando “Viajoluz” esté en esta etapa se establecerá que este producto y la marca está siendo reconocida, entonces las chaquetas pueden producir ventas de al menos un 50%, sin embargo también debemos de tener en cuenta que existirán otras empresas que quieran hacer una especie de “Competencia” y es allí cuando los consumidores van a diferenciar nuestras chaquetas con las de otras empresas, por lo tanto es donde pueden llegar a haber posicionamiento de marca.

- Madurez

En esta etapa “Viajoluz“ es cuando tendrá mayor distribución en el mercado, se distribuirá a diferentes almacenes donde tenga mayor impacto y las ventas se podría decir que son de al menos el 100% de fabricación, se contara con que el producto es de alta calidad para poder entrar a la competencia, es decir que aquí nuestro producto ya ha llegado prácticamente a la cima y que no solamente se habla de competencia en producto si no también en precios, en esta etapa es muy bueno tener en cuenta añadirle algo al producto para que vuelva a ser innovador, añadir algo que la competencia no esté manejando.

- Declive

El declive es la etapa final del producto esperando que “Viajoluz” no llegue al final, aunque llegue a esta etapa se puede decir que la chaqueta ya la mayoría de consumidores la tienen, entonces bajaría la demanda y por lo tanto la oferta, se puede contar con diferentes factores como pueda que la competencia tenga productos mejores, baja calidad en el producto, aumentó inmensurable del precio, allí se tendrá que reinventar el producto para continuar en el mercado.

Precio de venta

INSUMO	COSTO
Tela cortaviento	\$15.000
Cremallera	\$4.000
Velcro	\$500
Hilos	\$700
Interruptor	\$3.500
Luces resistentes al agua	\$2.000
Cables	\$1.000
Reflectivos	\$12.000
Resorte	\$900

Costo:

Partiendo de que el costo es la inversión que se tiene que realizar para obtener un producto

Para la confección, según Ronald Coase “costos son los que incurre para poder llevar a cabo una transacción de mercado” “Viajoluz” tiene unos costos de producción de \$28.800 pesos colombianos.

Segmento del mercado

- 1 Permite una protección ante la parte climática, ya que se puede acomodar cuando hace mucho frio o calor.
- 2 ayuda a que si la persona o cliente transpira los olores o sudor se incorporen al producto (chaqueta)
- 3 fácil de lavar y secar, ya que el sensor viene cubierto con un plástico protector que no permite que se dañe o deteriore.
- 5 fácil acceso al producto ya que se encuentra en páginas de la empresa, redes sociales y medios masivos
- 6 es asequible, al validar en el mercado está chaqueta ofrece un diseño novedoso, moda y estilo.
- 7 al ser doble fas permite que se pueda reutilizar más tiempo, para una mejor comodidad.
- 8 permite que al viajar, o estar en la vía, de sobre aviso de un objeto que se acerque demasiado.

9 es fácil de llevar, ya que no ocupa demasiado espacio en el bolso y objeto donde se piense llevar.

10 es ajustable al cuerpo permitiendo, que sea al gusto del cliente.

11 las luces direccionales que están en la parte de atrás no son tan brillantes, permitiendo que se vea exactamente la acción del ciclista.

12 proporciona seguridad, confiabilidad, y confortabilidad.

13 permite que una persona externa pueda visualizar al ciclista, así los dos estar muy pendientes de su seguridad.

14 telas de alta calidad hechas con materia que aporta al cuidado del medio ambiente permitiendo que el producto dure mucho más.

15 permite que todos sus objetos personales puedan estar a la mano, aporta bolsillos adicionales para mayor seguridad.

Buyer Person

	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>No poder llegar a casa, estrés laboral, quiere llegar a hacer trabajos o, inseguridad en las vías cuida de su salud.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>Llegar rápido, segura a su hogar.</p> <p>Terminar su carrera, comprar casa tener una familia.</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Vive en Bogotá, de clase media, en el barrio chapinero, las vías son muy oscuras y con baches.</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porqué es importante para</p> <p>Lleva mucho tiempo en la empresa y quiere que la asciendan, con esto cambia subida</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Está capacitando, cada día aprende más y es una ayuda grande ara su jefe</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p> <p>Con esfuerzo se logra todo, la actitud lo cambia todo, las ideas siempre fluyen</p>	<p>Siempre hay que marcar la diferencia, es bueno dejar huella, el trabajo en equipo ayuda a alcanzar los objetivos, nunca es tarde para empezar, siempre se debe ser mejor en lo que se hace, el deporte es mi pasión. Es bueno verse joven.</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Tiene 24, vive con los padres, conoce muy bien Bogotá, adora las redes sociales, le gusta viajar en cicla, por salud, y medio ambiente</p>	

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

Universidades, son personas jóvenes le gusta ejercitarse, en los gimnasios, son personas que están en constante actividad, los ciclistas de profesión o personas que tienen ese hobbies de andar en cicla. Las familias que utilizan estos medios para pasear.

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

1 no le importa el valor a pagar siempre y cuando sea útil lo que compra.

2 apoya la industria colombiana y le gusta las cosas novedosas

3 es una persona que le gusta estar activa física, y cuida de su salud.

4 le gustan las cosas nuevas y creativas

5 admira la naturaleza, le gusta cuidar el medio ambiente.

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

En su núcleo familiar padre, madre y sus dos hermanos, en lo laboral con personas compañeras de ruta, compañeros de trabajo, personas que conoce y está muy pendiente de sus redes sociales, amigos que comparten fines de semana cuando sale de laborar.

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

Tener todos los elementos de seguridad, para viajar, conocer todas las rutas de Bogotá, pagar un techo y comida que sería a sus padres, tener una estabilidad económica.

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

1 es un cliente que le gusta cuidarse, por ende esta chaqueta ayuda a que en los momentos de frío lluvia se proteja de estos factores externos.

2 es una persona que debe cuidar su imagen personal por ende la chaqueta la ayuda a estar a toda hora fresca limpio sin malos olores o sudoración.

3 es una persona muy ocupada, debe sacar tiempo para sus padres amigos estudio y trabajo. Por ende necesita de un producto que se seque rápido que no le quite tiempo a la hora de lavar.

5 utiliza mucho redes sociales, lo que permitirá que encuentre este producto más fácil.

6 es un producto como para la compra, de igual forma este cliente verá el valor agregado ya que es muy útil.

7 es doble faz le permite más comodidad al ser tan joven se va a sentir protegida a la moda y más joven

8 al tener los sensores de proximidad le van a permitir estar más segura, este cliente, vive en una ciudad con mucho flujo vehicular.

9 no ocupa espacio, al tener tantas cosas que hacer es más fácil que olvide las cosas.

10 se ajusta al cuerpo la hace ver más juvenil y cómoda.

12 le permite afrontar su miedo al estar expuesta en las calles no solo por vehículo también por personas que le gustan lo ajeno, ya que ella vive en un barrio un poco inseguro.

13 le ayuda a estar más visible en cualquier parque que este, aporta a estar segura

14 el cliente apoya cuidar el medio ambiente la chaqueta está hecha en parte de material reciclable.

15 permite que sus cosas estén siempre a la mano y más segura en cualquier momento.

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

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

Todas las personas jóvenes adultos mayores que les gusta el deporte, negocios que venden elementos de accesorios

Cuántas personas o negocios definitivamente suplirán sus necesidades con su producto

Personas que quieran proteger su seguridad, ya que los conductores no son muy gratos con los ciclistas.

Prototipo

Características del producto: chaqueta Viajoluz.

- El producto es una chaqueta la cual se encarga de dar una seguridad y alertar a nuestros clientes al momento de estar usando una bicicleta.
- Al momento de que el ciclista gira ala derecha presiona el botón derecho para encender la flecha que señala la derecha y de igual forma cuando gira a la derecha, pero presiona el botón izquierdo.
- Al momento de que se acerque un objeto las mangas de la chaqueta alumbran y vibra si está demasiado cerca.
- Protege de la lluvia.

Características del prototipo: chaqueta Viajoluz.

- Esta elaborada con tela rompe viento la cual protege de la lluvia

- Tiene incorporado cables los cuales funcionales para que la chaqueta alumbre las flechas que están colocadas en el espaldar de la chaqueta los cuales funcional al presionar el botón que este puesto en las mangas, también sirven para que alumbren las mangas y vibre cuando se le acerca un objeto a la chaqueta.
- Tiene tres cremalleras las cuales una es la principal la cual cierra la chaqueta y las otras dos son los bolsillos incorporados al frente.
- Esta escrita la marca de nuestro producto al frente y atrás.
- Es de color blanco y verde.

Como va interactuar la gente con el prototipo

Se realiza una bienvenida con un saludo muy cordial con el cliente le explicamos nuestro objetivo, el problema que queremos resolver que es disminuir los accidentes de los ciclistas, le mostramos el prototipo a nuestro cliente, interactuó con el después de eso le indico el coste del producto, todo lo debo decir muy concreta menta sin trabarme, estar muy pendiente de lo que dicen los clientes ya que eso me sirve para mejorar añadir y eliminar las características, también le preguntar cuales dudas tienen.

Evidencia del prototipo:



Modelo running lean

Problema Personas que tiene miedo al trasportarse en bicicleta	Solución Una chaqueta que presente seguridad al trasportarse en bicicleta	Propuesta de Valor única Chaqueta reflectiva que garantiza seguridad y albertenci con tevnologia, luces y vibración	Ventaja injusta -Amenaza de nuevos competidores -Comunidad -Patente	Segmento de clientes Hombres y mujeres que utilicen bicicletas para treasportarce de 15-60 años.
	Métricas Clave Es un producto nuevo e innovador		Canales Boutique Web Anuncios en redes sociales	
Estructura de costos Arriendo Material Maquinaria		Fuentes de ingresos Venta de la chaqueta Viajoluz Pago en efectivo Plazo de pagos		

¿Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio?

Que la propuesta de valor, soluciones el problema que tiene el cliente, permitiendo así enfocar el producto a un cliente objetivo

Para esta semana necesitamos que determines qué parte del LeanCanvas quieres validar por medio de las encuestas que le vas a practicar a tus stakeholders, bajo qué hipótesis se realizarán, y a que stakeholders se va a proceder a encuestar.

Es importante conocer los clientes por ende la parte que se empezará será la relación con los clientes, segmentos de clientes y canales.

Hipótesis:

¿Las personas que se transportan en bicicleta lo hacen porque les gusta ejercitarse o les gusta reducir gastos?

Las personas lo ven como un doble beneficio, mientras se ejercitan reducen gastos de transporte

¿Cuál es el mayor miedo de las personas que no usan el transporte público, pánico a los hurtos o accidentes que se puedan generar en el camino?

¿A las personas que utilizan las bicicletas les disgusta llegar con malos olores?

¿A un gran porcentaje de personas les gusta cuidarse cuando salen de su hogar, no les importa cuánto les toque invertir?

¿Existen personas que realmente les gustaría invertir en una chaqueta que les brindara protección?

¿Estas personas les será fácil el manejo del producto o en momentos de pánico no reaccionan bien?

¿Conocen o utilizan estas personas mayores la tecnología por la cual quiero comunicarme y efectuar mi servicio ejemplo (ventas en línea)?

¿Qué género utilizarían más el producto los hombres o mujeres?

Las encuestas se realizarán a personas que utilizan la bicicletas y a conductores vehiculares.

Se quiere conocer las opiniones de las dos partes.

Realice el test del prototipo del producto

1. Defina los objetivo de la investigación:
 - Recolectar información importante y determinar a qué usuarios les gustaría usar y comprar la chaqueta Viajoluz y sus preferencias hacia ella.
 - Indagar qué usuarios quieren adquirir la chaqueta viajoluz
 - Averiguar que precio están dispuestos a pagar los usuarios por la chaqueta
 - Conocer las preferencias de los usuarios en las características y modelo de la chaqueta

Conociendo que la chaqueta tiene una tecnología incorporada en ella, la cual es vibrar cuando un carro se acerca demasiado, y tiene direccionales en la espalda las cuales sirven al momento de girar y las enciende con un botón que está ubicado en la manga

2. Determine el tipo de investigación a realizar:

El tipo de investigación que se va a realizar es cuantitativo por ello se realizara una encuesta.

3. Diseñe el formulario de encuesta:

A. Sexo

Masculino

Femenino

Otro

B. ¿En qué rango de edad se encuentra?

15-25 años

26-36 años

37-47 años

>48 años

C. ¿Cuál medio de transporte es más inseguro?

Carro particular

Bus

Taxi

Moto

Bicicleta

D. ¿Utilizarías la bicicleta como medio de transporte?

- SI
- NO

E. ¿Con qué frecuencia utiliza la bicicleta?

- 1 vez a la semana
- 2 a 7 veces a la semana
- Más de 5 veces al mes
- No sabe montar bicicleta

F. ¿Ha tenido un accidente montando bicicleta?

- SI
- NO

G. ¿A qué hora usualmente monta o se transporta en bicicleta?

- Por la mañana
- Por la tarde
- Por la noche
- Por la mañana y la noche
- Por la tarde y noche
- Por la mañana y tarde

- No monta bicicleta

H. ¿utilizas los elementos de seguridad al montar o trasportarse en bicicleta?

- SI
- NO

I. ¿Estarías dispuesto a comprar una chaqueta que le de mayor seguridad al momento de transportarse en la bicicleta?

- SI
- NO

J. ¿Qué opina si sale al mercado una chaqueta con direccionales para utilizar al momento de transportarse en la bicicleta?

- Interesante
- No me interesa

K. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la chaqueta ya que tiene una tecnología incorporada en ella la cual es vibrar cuando un carro se acerca demasiado, y tiene direccionales en la espalda la cuales sirven al monte de girar y las enciende con un botón que está ubicado en la manga?

- Entre \$100.000 - \$150.000
- Entre \$160.00 - \$200.000
- Entre \$210.000 - \$250.000

Entre \$260.000 - \$ 300.000

Más de \$300.000

L. ¿Cuáles serían las características más importantes para usted al momento de comprar la chaqueta Viajoluz con direccionales? seleccione una o más?

Precio

Tamaño

Diseño

Calidad

Durabilidad

Comodidad

Funcionalidad

M. ¿Ha visto esta chaqueta igual o algo parecido en el mercado?

SI

NO

N. ¿Qué color te gustaría que fuera la chaqueta?

Negra

Blanca

Roja

Verde

Gris

Otro

O. ¿En qué sitio le gustaría comprar la chaqueta Viajoluz?

Sitio web

En un almacén

A domicilio

Otro

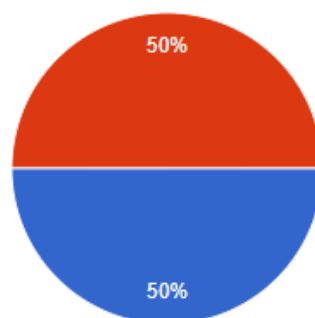
4. Determine el tamaño de la muestra:

El tamaño de la muestra es de 30 personas

Tabulación y análisis de información

1. Sexo

30 respuestas

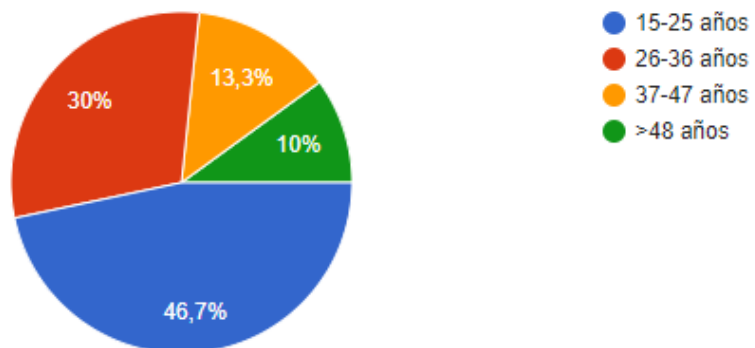


● Masculino
● Femenino

Se evidencia que en el tamaño de la muestra hay una igualdad en al género en las personas que respondieron la encuesta

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

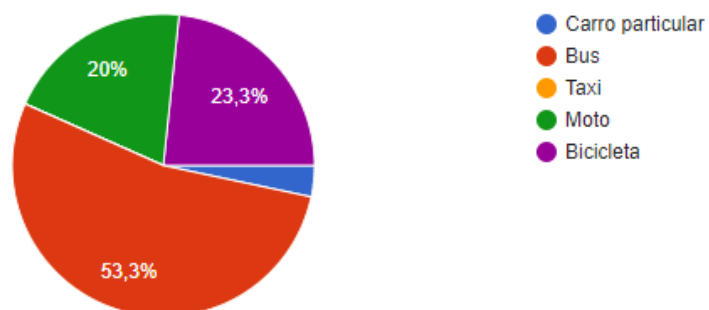
30 respuestas



Como nos afirma la muestra el rango de edad 15-25 años y 26-36 años se encuentra más alto entre los encuestados

3. ¿Cuál medio de transporte es más inseguro?

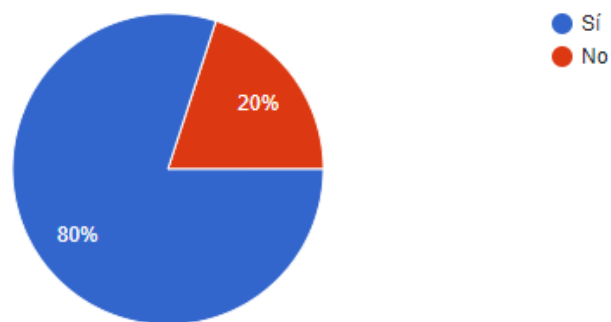
30 respuestas



Según los encuestados el medio de transporte más inseguro es

4. ¿Utilizarías la bicicleta como medio de transporte?

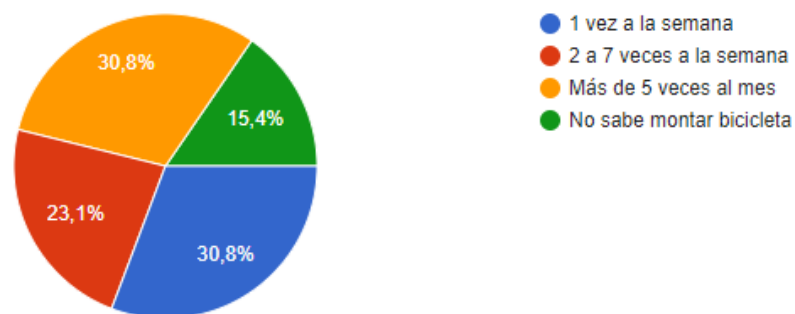
30 respuestas



La mayoría de las personas si les gustaría transportarse en bicicleta

5. ¿Con que frecuencia utiliza la bicicleta?

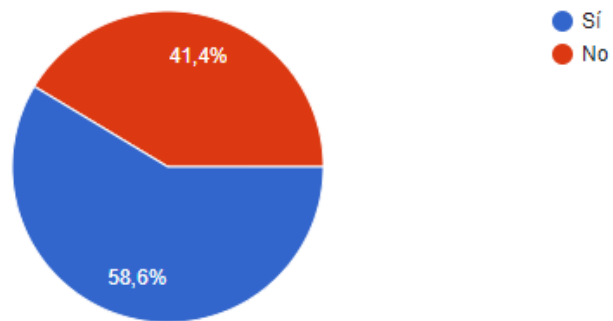
26 respuestas



Evidenciamos que en los resultados hay dos respuestas empatadas las son que utilizan 1 vez la bicicleta a la semana y más 5 veces al mes

6. ¿Ha tenido un accidente montando bicicleta?

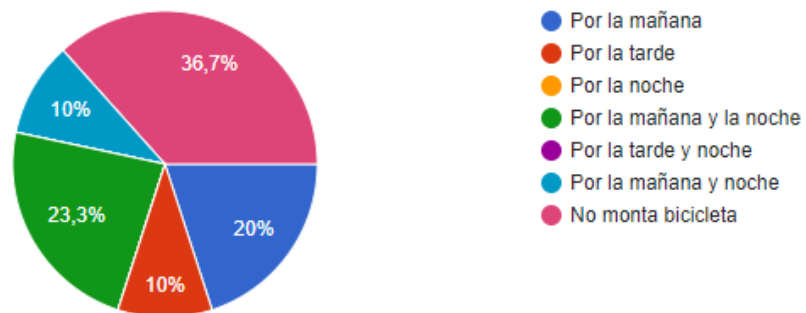
29 respuestas



Al momento que evidenciamos que han sufrido accidentes montando bicicleta es más factible que quieran nuestro producto

7. ¿A qué hora usualmente utiliza o se transporta en bicicleta?

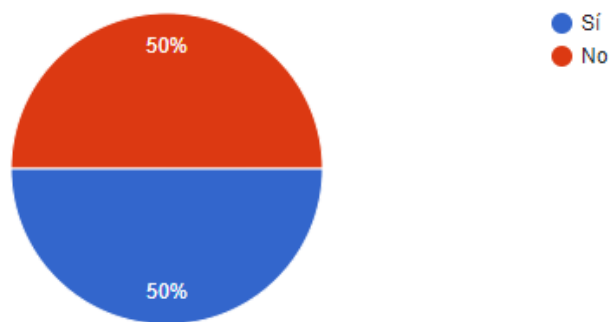
30 respuestas



Esto genera una desventaja para nuestro producto ya que la mayoría no monta bicicleta

8. ¿Utilizas los elementos de seguridad al montar o trasportarse en bicicleta?

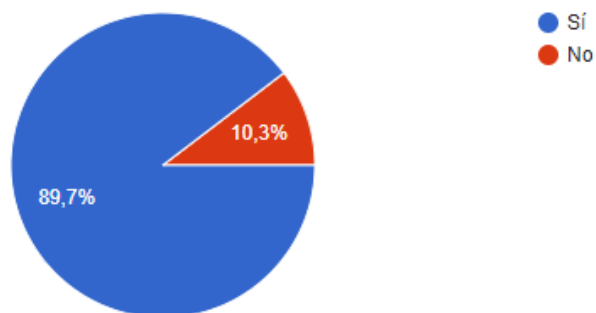
30 respuestas



Esta respuesta refleja que se representa una igual a las personas que utilizan y no utilizan los métodos de protección

9. ¿Estarías dispuesto a comprar una chaqueta que le de mayor seguridad al momento de transportarse en la bicicleta?

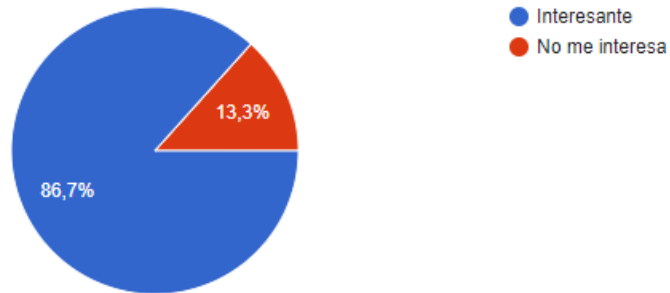
29 respuestas



Esto nos favorece ya que están dispuestos a comprar el producto

10. ¿Qué opina si sale al mercado una chaqueta con direccionales para utilizar al momento de transportarse en la bicicleta?

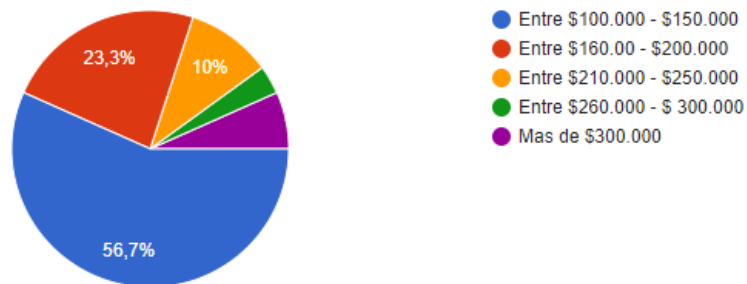
30 respuestas



A las personas les parece interesante que sal el producto

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la chaqueta Viajoluz, ya que tiene una tecnología incorporada en ella la cual es vibrar cuando un carro se acerca demasiado, y tiene direccionales en la espalda la cuales sirven al momento de girar y las cuales enciende con un botón que está ubicado en la manga?

30 respuestas

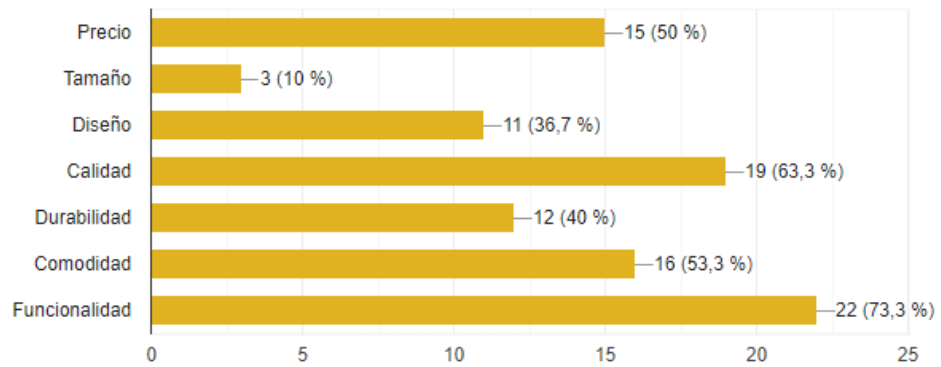


El precio que los usuarios estan dispuestos a pagar esta entre \$100.000-150.000 lo cual es un indicador para saber que precio colocar al producto.

12. ¿Cuáles serían las características más importante para usted al momento de comprar la chaqueta Viajoluz con direccionales? seleccione una o mas



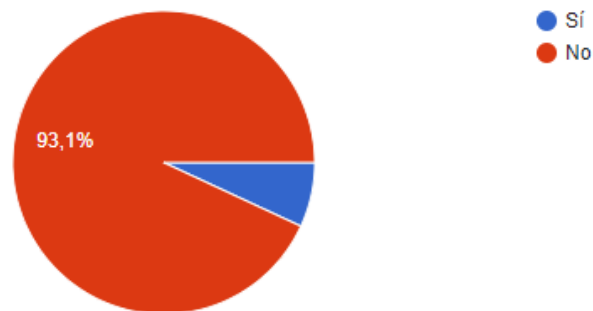
30 respuestas



Las características mas importantes para los usuarios son la funcionalidad y la calidad

¿Ha visto esta chaqueta igual o algo parecido en el mercado?

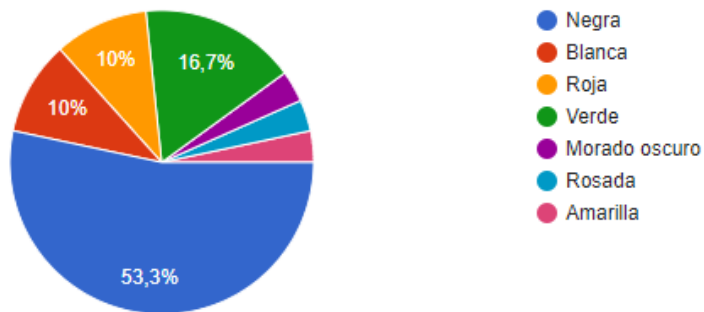
29 respuestas



Es un indicador favorable ya que la mayoría de los usuarios no han visto un producto igual

14. ¿De qué color le gustaría que fuera la chaqueta?

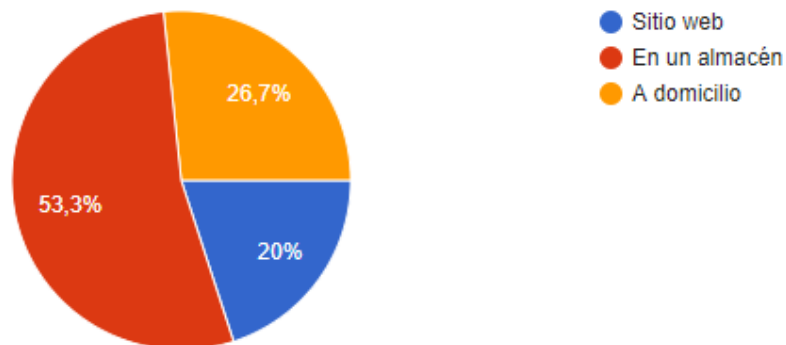
30 respuestas



El color preferido por los encuestados es el negro seguido del verde

15. ¿En qué sitio le gustaría comprar la chaqueta Viajoluz?

30 respuestas



El sitio donde los encuestados se sienten más a gusto para comprar la chaqueta es en un almacén

Enseñanzas

La actividad del proyecto nos guio en el proceso indicado para poder emprender, analizando cada punto de vista tanto del emprendedor, clientes o proveedores, ya con todas estas bases el día de mañana se podrá aplicar en nuestro ámbito laboral, personal y profesional.

Nos trajo muchas enseñanzas y retos al momento de analizar cada criterio y factores incitándonos a buscar como poder implementar cada proceso en nuestro producto.

Bibliografías

- Instituto oficial de formacion profesional. (2017). MEDAC Instituto oficial de formacion profesional. Obtenido de Las 10 Normas Para Evitar Los Accidentes En La Práctica Del Ciclismo: <https://medac.es/blogs/teco/10-normas-evitar-los-accidentes-la-practicadel-ciclismo/>
- PLANMEPRENDEDOR. (12 de 03 de 2018). Teoría de Michael Porter sobre el valor compartido. Obtenido de Teoría de Michael Porter sobre el valor compartido: <https://planemprendedor.co/teoria-de-michael-porter-valorcompartido/#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20del%20valor%20compartido,en%20el%20que%20se%20desempe%C3%B1a.>
- (Jaramillo, 2016-2020, pág. Copyright © 2020 TuBici Bike Shop. Todos los derechos reservados.)<https://tubici.com/product-category/ropa/chaquetas/>
-
- (mova, 2016, págs. 10625 AYRES AVE LOS ANGELES, CA 90064-3331 ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA)<https://tubici.com/product-category/ropa/chaquetas/>
- <https://superhabitos.com/como-validar-una-idea-de-negocio>

- <https://neetwork.com/como-redactar-una-hipotesis/#:~:text=%20Como%20redactar%20una%20hip%C3%B3tesis%20%201%20Como,lo%20que%20esperas%20encontrar.%20Escribe%20tu...%20More%20>
- <https://superhabitos.com/como-validar-una-idea-de-negocio>
- <https://movacycling.com/pages/mission>