

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA - CHAQUETA  
ROMPEVIENTOS “KANGURO”**

**CHAQUETA ROMPEVIENTOS “KANGURO”**

**PRESENTADO POR:**

**- JORGE JONATHAN PAGOTE TOVAR**

**- BAIRON FABIÁN SUÁREZ RAMÍREZ**

**- LUIS DAVID TRIANA RUEDA**

**DOCENTE: SIXTA RONCANCIO**

**CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**OPCIÓN DE GRADO**

**BOGOTÁ**

**2018**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. Justificación.....</b>	<b>Pág.3</b>
<b>2. Desarrollo de la matriz de perfilación de clientes .....</b>	<b>Pág. 5</b>
<b>2.1. Stakeholder.....</b>	<b>Pág. 5</b>
<b>2.2. Identificación de las necesidades Stakeholder.....</b>	<b>Pág. 5</b>
<b>2.3. Identificación de los Beneficios y expectativas.....</b>	<b>Pág. 6</b>
<b>2.4. identificación de las soluciones actuales .....</b>	<b>Pág. 6</b>
<b>2.5. Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones.....</b>	<b>Pág. 6</b>
<b>2.6. mercado .....</b>	<b>Pág. 6</b>
<b>2.6.1. Identificaron de TAM, SAM y TM .....</b>	<b>Pág. 6</b>
<b>3. Validación del mercado .....</b>	<b>Pág. 7</b>
<b>3.1. Formato entrevistas .....</b>	<b>Pág. 7</b>
<b>3.2. Análisis de la información resultados .....</b>	<b>Pág. 11</b>
<b>3.2.1. Validación de la identificación de las necesidades .....</b>	<b>Pág.11</b>
<b>3.2.2. Validación de los Beneficios y expectativas.....</b>	<b>Pág. 11</b>
<b>3.2.3. Validación de las Limitaciones, inconformidades, y frustraciones.....</b>	<b>Pág. 12</b>
<b>3.3. Pentágono de perfilación de clientes - Preguntas Clave .....</b>	<b>Pág. 13</b>
<b>Pentágono .....</b>	<b>Pág. 16</b>
<b>4. Prototipo.....</b>	<b>Pág. 17</b>
<b>4.1. Descripción de producto.....</b>	<b>Pág. 17</b>
<b>4.2. Ficha Técnica del producto .....</b>	<b>Pág. 18</b>
<b>4.3 Planos .....</b>	<b>Pág. 19</b>
<b>5. Planeación estratégica generativa.....</b>	<b>Pág. 20</b>
<b>5.1. Identificación estratégica .....</b>	<b>Pág. 20</b>
<b>5.2. Futuro preferido .....</b>	<b>Pág. 20</b>
<b>5.3. Objetivos empresariales .....</b>	<b>Pág. 20</b>
<b>5.3.1. Objetivos Generales .....</b>	<b>Pág. 21</b>
<b>5.3.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>Pág. 21</b>
<b>5.4. Valores corporativos.....</b>	<b>Pág. 21</b>
<b>5.5. Análisis del macroentorno .....</b>	<b>Pág. 21</b>
<b>5.5.1. Pestel.....</b>	<b>Pág. 23</b>
<b>6. Anexos .....</b>	<b>Pág. 24</b>
<b>7. Conclusiones.....</b>	<b>Pág. 25</b>
<b>8. Referencias.....</b>	<b>Pág. 26</b>

## 1. JUSTIFICACIÓN

La actividad deportiva ha venido tomando fuerza en la vida de las personas desde hace algún tiempo; las personas realizan actividades deportivas, generalmente, en horas de la mañana o de la noche, debido a que la situación laboral de una persona promedio comprende desde las 7 am a las 5 – 6 pm, lo que hace que el deportista ocasional realice sus actividades antes o después de su horario laboral. También están los deportistas de fin de semana y los que dedican su día a realizar deporte; estos últimos por lo general realizan actividades deportivas en centros especializados donde cuentan con todos los equipamientos necesarios para su labor.

En Bogotá muchas personas se mueven diariamente en sus bicicletas, ya que la movilidad de la ciudad y las elevadas tarifas en el sistema público de transporte no son las más idóneas para el estilo de vida de una clase social trabajadora, según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el año 2016 *“A pesar de todos sus problemas de movilidad, Bogotá es la mejor ciudad de América Latina para los ciclistas. Esa es una de las conclusiones de un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 56 ciudades de la región, que derivó en la construcción de 27 indicadores sobre el uso de la bicicleta y las políticas que incentivan el uso de este medio de transporte no motorizado. En la mayoría de ellos, la capital del país sale muy bien librada.”*(Semana S. , 2016)en este mismo estudio dice que en Bogotá se realizan alrededor de 611.000 viajes diarios en bicicleta a lo largo de la ciudad.

Las inclemencias del clima no pueden solamente resultar incómodas, generando frío, o exceso de calor al deportista, sino que también incurrir en una posible dificultad para su salud, ya que las bajas de temperatura pueden ocasionar problemas respiratorios, y el calor excesivo genera una sudoración extra, que resulta incómoda, y de no tener cuidado, puede presentarse un golpe de calor en el deportista que puede igualmente, resultar perjudicial para su salud.

Por esta razón es necesario brindar a los deportistas un equipo ligero, seguro, que facilite su porte en uso y desuso, y, que adicionalmente sea elegante, ayude a su visibilidad por parte de conductores, peatones y demás deportistas.

Durante las prácticas deportivas que a menudo realizan el grupo de trabajo de manera personal, se encuentra que al hacer deporte resulta como obligación llevar algún elemento que proteja del clima, ya que la ubicación geográfica de la ciudad de Bogotá hace que el clima y la temperatura no sean factores constantes; ya que la ciudad posee dentro de sí varios microclimas, también dependiendo de la hora del día la temperatura en la ciudad puede ser de 5 – 8 °C y en ocasiones llegar a 18 – 20 °C; *“Bogotá se caracteriza por tener un clima moderadamente frío, con cerca de 14°C en promedio. Aun así, por ser un clima tropical, el frío se acentúa en jornadas de lluvia o de poco sol. Por otro lado, en los días muy soleados la sensación térmica puede incrementarse hasta los 23°C o más”*(Bogotá, 2017) lo que obliga al deportista a estar preparado para cualquier eventualidad, pero un deportista que entrene de 6am a 9am se va a encontrar con el contraste de temperaturas de la ciudad; y llevar un abrigo o sudadera puede resultar incómodo después de algún tiempo de actividad física, esto hace que el deportista se vea en la necesidad de cargar con el abrigo en la mano, o en una maleta (la cual puede resultar igualmente incómoda).

Por esa razón nace la idea de llevar a los deportistas un producto que les permita mantenerse protegidos del clima, principalmente del frío, y que, de ser necesario, puedan llevar puestos de una manera más cómoda, que no obstruya su actividad física y no entorpezca sus movimientos. En el año 2017 los días totales de lluvia fueron de 197, lo que equivale al 53.9% del año total. (tutiempo.net, 2018)

La chaqueta “KANGURO” es una chaqueta de material sintético, que aísla la temperatura para mantener una temperatura agradable para el deportista; esta chaqueta cuenta con un sistema

de guardado especial que ayuda a que sea más fácil transportar cuando no se está usando, ya que queda almacenada dentro de un canguro especial que hace parte de la misma chaqueta; esto se detalla más adelante.

## **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT**

**2.1. Stakeholder:** El mercado que se piensa atacar con este producto es el de los deportistas, tanto a compañías mayoristas como personas naturales; personas que salen a correr, montar bicicleta, trotar, hacer ejercicio, aeróbicos en un parque en horas de la mañana o de la noche principalmente, pero aplica para cualquier deportista que requiera una prenda cómoda, liviana, de fácil transporte y que no incomode al usuario.

**2.2. Identificación de las Necesidades del Stakeholder:** Para el Stakeholder se logran identificar 2 necesidades principales:

- **Protección:** Como se ha mencionado anteriormente, es necesario proteger al deportista de las inclemencias del clima, ayudándolo a que su actividad sea realizada sin que el deportista se preocupe por el clima, bien sea frío o calor excesivo, ya que como se ha mencionado, las variaciones de temperatura pueden afectar la salud del deportista.
- **Comodidad:** Resulta incómodo realizar la actividad física deseada si tenemos una maleta en la espalda, o si estamos cargando nuestra chaqueta en la mano, y dejarla por ahí puede resultar en un robo inminente; es por eso por lo que se ha desarrollado este tipo de chaqueta, que busca evitar que el deportista cargue su chaqueta en la mano o llevar una maleta extra.

**La hipótesis es:** ¿es posible diseñar una prenda que satisfaga las necesidades presentadas?

**2.3. Identificación de Beneficios y Expectativas:** La necesidad de proteger la salud de los deportistas, ocasionales o permanentes, surge por el clima tan variable de la ciudad, es necesario que ellos se protejan contra el clima y que a su vez les resulte cómodo. Se espera que el producto cumpla con la necesidad del cliente, y que se pueda llegar a un público muy extenso y que puedan adquirirla de manera fácil y rápido. Se busca que se genere una satisfacción económica y emocional para ambas partes, el cliente final y el de los desarrolladores de la idea de negocio.

**2.4. Identificación de las Soluciones Actuales:** Las soluciones actuales que se encuentran en el mercado son chaquetas rompevientos estándar que al estar en desuso deben ser guardadas en una maleta, o llevadas en la mano, son chaquetas que si bien ayudan con el tema del frío, no ofrecen el abrigo necesario para el deportista; otra solución que se encuentra, especialmente en el caso de los ciclistas, son los impermeables, pero son demasiado calurosos y no permiten que el cuerpo respire con tranquilidad, además de ser demasiado grandes.

**2.5. Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones:** Una de las limitaciones que siempre se encuentran es el dinero, las soluciones actuales suelen tener precios elevados y no cumplen del todo con las necesidades de protección y comodidad que necesita el cliente, por lo general las chaquetas rompe vientos estándar no comprenden una zona reflectiva en la misma que ayude a los deportistas a ser visibles a los automóviles y demás deportistas; y aquellas que comprenden este tipo de material reflectivo suelen ser costosas.

## **2.6. Mercado**

**2.6.1.** Nuestro universo de mercado es un universo muy amplio, ya que se calcula que en Colombia se venden anualmente unas 440 o 450.000 bicicletas (Ballesteros, 2017) lo que nos da un amplio margen de clientes posibles a los cuales les pueden interesar el producto final, sin contar con las demás personas que practican otros deportes como atletismo,

natación, basquetbol, football, entre otros; por lo que se estima que nuestro TAM sea de alrededor de 1.000.000 de personas.

En la ciudad de Bogotá, donde se trabajará inicialmente, se estima que hay alrededor de unas 800.000 personas se mueven diariamente en bicicleta, (Semana R. , 2018) lo que nos ofrece un amplio margen inicial de potenciales clientes a los cuales les puede interesar nuestro producto (SAM).

Finalmente, y de manera inicial nuestro TM será de la mitad de nuestro SAM, ya que necesitamos iniciar de a poco para tener una aceptación gradual por parte de los bici usuarios, y así, lentamente posicionar el producto como uno de los preferidos por los deportistas del país.

### 3. VALIDACIÓN DEL MERCADO

#### 3.1. ENTREVISTAS

Preguntas entrevista.					
¿Cómo te llamas y qué haces?	¿Cuántas veces a la semana montas en bicicleta o práctica algún deporte?	¿Cuándo fue la última vez que te mojaste montando bicicleta o practicando algún deporte?	Normalmente, ¿qué usas ante las inclemencias del clima?	¿Cuál es su opinión frente a las chaquetas rompevientos que se encuentran en el mercado?	¿Qué propondría para mejorar la calidad de estos productos?
<b>Juan Jesús Tovar</b>  Me dedico a jugar futbol y partir piedra.	3 veces, bicicleta.	El sábado, me dirigía a un partido de fútbol.	Sacos, chaquetas.	Sirven, pero son incómodos.	Mejorar en estilos, que sea impermeable pero que parezca ropa.

<b>José Michael Rojas</b> Trabajo en el aeropuerto en bodega, y despacho mercancías.	Lunes a sábado.	El viernes.	Impermeable.	Muy funcional.	Un material que no se arrugue.
<b>Juan Carlos Rincón</b> En un parqueadero, lo administro.	Ninguno.	Hace como un mes.	Abrigo, saco chaqueta.	Es de buen uso, nos cuida de no mojarnos.	Que estéticamente no es bueno, algo que sea más funcional y sirva como ropa.
<b>Daniela Pérez</b> Estudiante derecho.	Por ahí cuando salgo a ciclovía.	El lunes.	Sombrilla.	Casi no utilizó.	La verdad no sabría que arreglar.
<b>María Camila Escobar</b> En el ministerio, abogada	Rara vez.	No me acuerdo.	Sombrilla, abrigo.	No utilizó	No tengo nada que agregar.
<b>María Moreno</b> Ingeniería civil.	Cuando tengo pico y placa, por lo general dos veces a la semana.	El jueves.	Abrigos gruesos, paraguas	No abrigan lo suficiente.	Que abrigan un poco más
<b>Andrea Gómez</b> Estudiante de matemáticas	Generalmente los fines de semana salgo a montar bicicleta.	El fin de semana pasado.	Chaquetas o impermeables.	Son livianas, pero no abrigan lo suficiente.	Que abrigan más y fueran reflectivas.
<b>Marco Salazar</b> Docente de biología.	Todos los días, voy en ella al trabajo.	El lunes pasado.	Llevo un impermeable.	Son algo incómodas cuando no sé están usando.	Que fueran más fáciles de cargar.
<b>Alejandro Palacios</b> Estudiante de arquitectura.	Los lunes y miércoles, (entra tarde a la universidad)	El miércoles hace quince días.	No atajan frío.	Deberían cubrir más el frío.	Sin comentarios

<b>Esteban Pinillos</b> Bartender o “barman”	Los domingos voy a ciclovia a trotar.	Hace un mes en ciclovia.	Suelo llevar una chaqueta rompevientos.	Me agradan.	Creo que solo las haría más calientes.
<b>Natalia Rojas</b> Estudiante de ciencias políticas.	Todos los días monto en bicicleta.	La semana pasada en la noche.	Llevo un impermeable pesado.	Cuando no sé usan, hay que guardarlos en la maleta o llevarlos en la mano.	Que sean más portables.
<b>Alejandra Mateus</b> Estudiante de biología.	Voy a la universidad en bicicleta.	Hace un mes en bicicleta.	Las chaquetas me incomodan, al igual que los impermeables.	Son cómodas cuando se usan.	Podrían ser reflectivas, para ir en la noche con un poco más de seguridad.
<b>Arnulfo Suarez</b> Guarda de seguridad.	Todos los días.	Hace 20 días.	Uso un impermeable, pero es muy pesado.	Me gustan, pero deberían ser reflectivas como un impermeable.	Podría ser de material reflectivo.
<b>Tatiana Pérez</b> Diseñadora gráfica.	Los fines de semana salgo a correr.	Hace una semana.	Suelo usar una sudadera de tela, y una chaqueta impermeable.	Me gustan pero no las uso seguido.	Deberían tener material reflectivo para cuándo sale uno en la noche.
<b>Francisco Rodríguez</b> Estudiante de comunicación social.	Sólo bicicleta, cuándo entró tarde a la universidad.	Cuando veo que va a llover no uso bicicleta.	Por lo general una sombrilla o abrigo.	No suelo usarlas.	Creo que deberían ser más cálidas
<b>Pilar Torres</b> Asesora comercial.	Salgo a correr el fin de semana.	Hace un mes.	Por lo general salgo en sudadera.	No las uso mucho.	Deberían ser reflectivas para los automóviles.

<b>Daniel García</b> Estudiante de derecho.	Hago ciclomontañismo en mis tiempos libres, (generalmente los fines de semana).	Hace un mes.	Llevo mi equipo de protección y un impermeable.	Me gustan bastante.	Creo que deberían tener elementos reflectivos.
<b>Andrés Gómez</b> Ingeniero electrónico.	No suelo Hacer mucho deporte.	Hace un mes y medio.	Cuando salgo a caminar o algo así, me voy en jeans, tenis y camiseta.	Por lo general no las utilizo mucho.	Deberían ser muy compactas.
<b>Yatzjani Sánchez</b> Química Bacterióloga Parasitóloga.	No utilizo bicicleta, practico deporte 4 días a la semana.	El miércoles, iba al gimnasio.	Abrigos, chaquetas o gabardinas y paraguas.	No tengo comentario al respecto, puesto que no los utilizo.	No suelo utilizarlos, sin embargo, propondría que la tela fuera resistente, térmica e impermeable para esos momentos de lluvia, hay materiales no tan pesados que asimismo proporcionan comodidad. Algo de suma importancia es que la prenda permita transpirar.

**3.2. Análisis de la información resultados:** Viendo los resultados de la encuesta que realizamos, nos podemos dar cuenta cómo la mayoría de las personas tienden a decir algo respecto a mejorar sobre los impermeables comunes, eso es en lo que queremos enfocarnos nosotros. Nuestro producto tiene amplias características para dar un mejor funcionamiento y portabilidad al cliente, para que se sienta cómodo y sin ser un encarte para él. Basándonos en las respuestas dadas, creamos el producto con la mejor calidad y las mejores soluciones para que el cliente sienta comodidad y sus necesidades sean cumplidas a perfección.

**3.2.1. Validación de identificación de necesidades:** Las principales necesidades que presenta nuestro cliente es inclemencias climáticas, y el frío, ya que nuestro producto se enfoca hacia deportistas que dado a su horario laboral realizan sus actividades en horas críticas donde el frío en la ciudad de Bogotá es mayor. Por eso con nuestra chaqueta canguro nos enfocamos en brindar esa facilidad de manejo, portabilidad y que no sea una carga para el cliente.

Al ser una chaqueta delgada, que protege de la lluvia y se transforma en canguro para la portabilidad sin ser una carga, nuestro producto será innovador y de muy buena aceptabilidad por el cliente.

Dado que, al realizar el deporte, si el cliente siente calor y desea retirar su abrigo no tendrá donde dejarlo y será incómodo. Nosotros le brindamos poder retirar la chaqueta doblarla hasta convertirla en canguro y la puede ubicar en la cintura o pierna, donde podrá seguir realizando sus actividades sin tener que llevarla en las manos, lo cual resultaría incómodo para su actividad física.

**3.2.2. Validación beneficios y expectativas:** Chaqueta Kanguro nace de una idea de brindar portabilidad al cliente, ya que realizamos estudios en la ciudad de Bogotá y a diario

vemos como los deportistas y aún personas que andan en bicicleta o motos tienen alguna incomodidad con el abrigo que los acompaña.

Por eso queremos brindar este beneficio con lo cual nuestro cliente ya no se preocupará por su abrigo o dónde llevarlo, ya que es muy beneficioso para él, poder llevarlo en su cintura o pierna sin ninguna incomodidad y seguir en su actividad sea cual sea, ya que el producto se enfoca principalmente hacia deportistas, pero también con los motociclistas y personas que andan en bicicleta. Es un producto muy útil, porque protege contra el frío, lluvia, es rompevientos y muy liviano.

Tenemos expectativas muy grandes, con nuestro producto queremos innovar el mercado, un producto nuevo y de buena aceptabilidad en la ciudad de Bogotá. Ya que a diario vemos las inclemencias climáticas y nuestro producto brinda protección contra ellas, y sí es el caso contrario es de fácil adaptabilidad y se puede llevar sin ser incómodo y no ocupa mucho espacio. Por ese motivo será de gran aceptabilidad por el cliente.

**3.2.3. Validación de las limitaciones, inconformidades y frustraciones:** Es un producto nuevo que hasta ahora saldrá al mercado, no es conocido, podría ser una limitación. Para ello tendremos canales donde se dará a conocer nuestro producto para que el cliente tenga una idea de lo que les queremos brindar.

También que en el mercado hay chaquetas rompevientos y es nuestra principal competencia, pero nosotros innovamos al mejorarla y hacer de ella una chaqueta canguro de fácil portabilidad.

La principal inconformidad podría ser que el cliente no quiere llevar o cargar nada en su cintura o pierna, pero si lo miramos desde otro punto de vista, qué es preferible, llevar un objeto en la cintura lo cual deja sus manos libres para seguir en sus actividades, o seguir ocupándose sus manos sin la facilidad de desarrollar lo que se encuentre haciendo.

Y nuestra frustración es que el producto no se vendiera. Pero para ello como lo mencionamos con anterioridad a través de canales de comunicación estamos incentivando al cliente a que conozca nuestro producto y cuándo salga al mercado sea de buena aprobación.

### **3.3.Pentágono de perfilación de clientes:**

Preguntas clave:

#### **Necesidades / Jobs**

- ¿Cuál es la necesidad que quiere suplir?: Planeamos suplir la necesidad de nuestros clientes de tener una prenda cómoda, fresca y que los proteja del clima mientras realizan algún deporte, sin importar si son profesionales, aficionados o amateurs.
- ¿Qué verbo representa la acción?: Implementar materiales que faciliten el porte de la prenda y que ayuden al deportista a ser visible a los conductores, protegerse del clima y llevar la prenda de manera cómoda mientras está en desuso.
- ¿Bajo qué contexto se da?: Diseñada para todo público, deportistas, trabajadores, aficionados o amateurs.

#### **Beneficios / Expectativas de resultados – KPI'S**

- ¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la necesidad?: Queremos disminuir el impacto del clima en los deportistas profesionales y aficionados; además de ayudarlos a ser visibles a los vehículos.
- ¿Qué metas debe cumplir al final del ejercicio?: Queremos que se tome conciencia de las inclemencias del clima y de los riesgos que el cambio brusco de clima puede

causar a un deportista también que el producto sea aceptado por sus cualidades y beneficios.

- ¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emocionales que busca alcanzar?: El principal beneficio que se desea lograr es la comodidad, ya que es una prenda que se puede portar con facilidad cuando no se usa; igualmente buscamos la seguridad y la protección contra el clima

### **Soluciones Actuales:**

- ¿Qué soluciones compran o contratan actualmente?: Actualmente se consiguen chaquetas rompevientos tradicionales, o impermeables de cuerpo entero; ayudan a proteger al usuario, pero resultan incómodas de llevar cuando no se usan.
- ¿A través de que canales adquieren estas soluciones?: Estos pueden ser adquiridos de manera presencial (tienda física) o por sitios web como mercadolibre.com.co.
- ¿Cuál es la razón principal por la que lo han escogido?: El clima no perdona a nadie, y es necesario que todos los deportistas se protejan sin importar por cuanto tiempo o que tan frecuentemente realizan la actividad deportiva.
- ¿Cuánto dinero están invirtiendo en ellas?: Creemos que los deportistas adquieren estas prendas ya que son las que más se acercan a cubrir sus necesidades.
- El costo total de una prenda de esta ronda los \$60.000 y \$140.000 cop

### **Inconformidades / Frustraciones / Limitaciones**

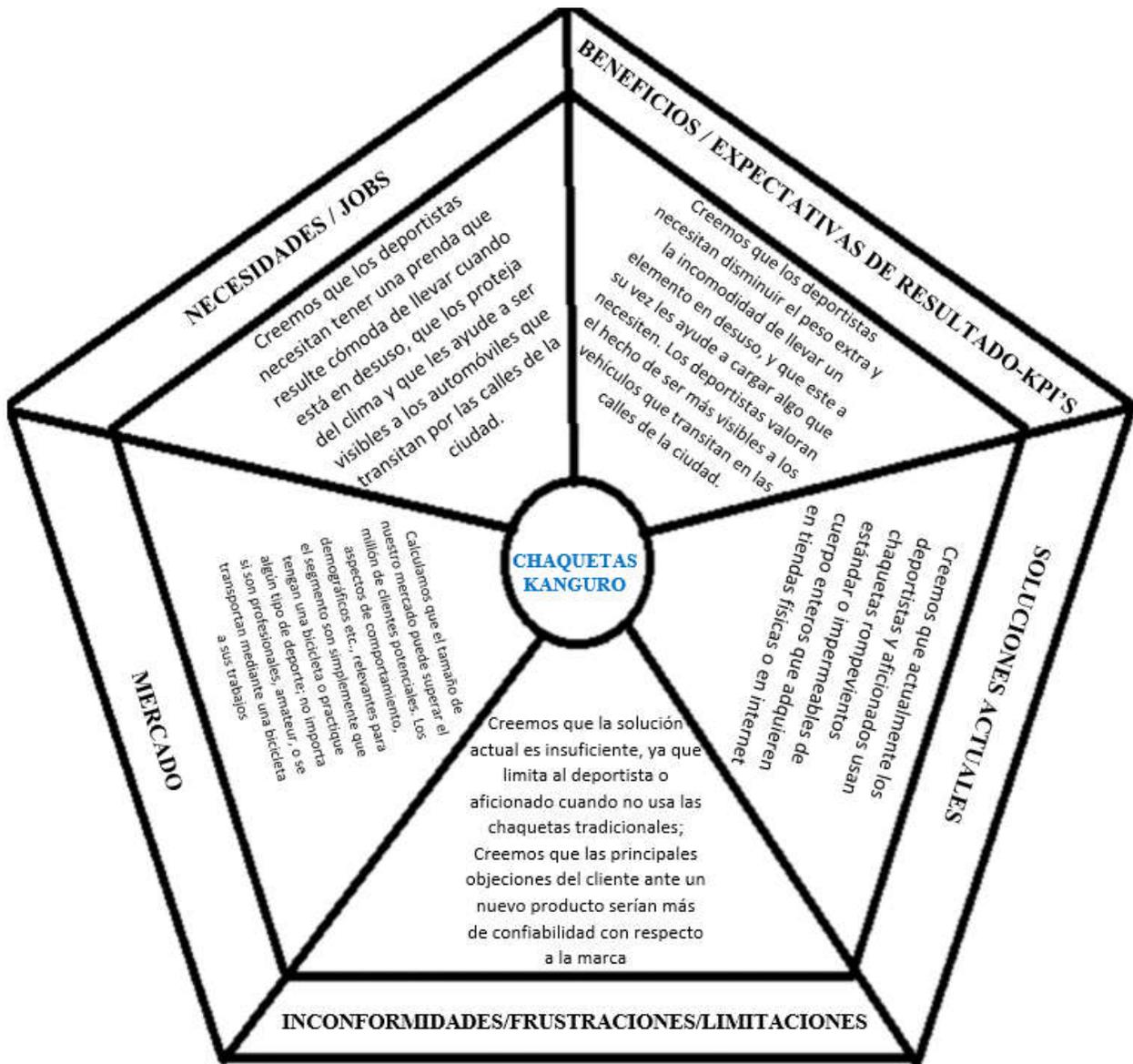
- ¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?: las soluciones actuales son muy incómodas de cargar cuando no se usan, obligan a llevarlas en la mano o en una maleta o morral para tener las manos libres

- ¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo a la solución o el proceso que se lleva actualmente?: es limitante para el usuario ya que como se menciona con anterioridad, obliga a cargarla en la mano o en un morral.
- ¿Qué es limitado de la solución actual?: El peso es un factor exagerado en algunas de las opciones disponibles actualmente en el mercado
- ¿Qué es exagerado en la solución actual?: en algunos modelos de impermeables el peso es ridículamente alto, y en las chaquetas rompevientos resultan en una carga extra incómoda para un deportista cuando no se usa.
- ¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor?: Podrían objetar de nuestro producto por la falta de experiencia en el campo, y quizá por la falta de certificaciones. (ambas se lograrán en el transcurrir de la actividad.)

### **Mercado:**

- ¿Cuánto es el TAM, SOM y TM estimados?: Creemos que nuestro mercado es de aproximadamente 1.000.000 de personas, entre aficionados, profesionales y ocasionales.
- ¿Existen aspectos demográficos/socioeconómicos relevantes para calcular el tamaño del segmento?: Nuestro mercado está dirigido a todo el público que practique deporte, o a aquel que desee tener una prenda curiosa e innovadora. No tenemos un aspecto restrictivo para nuestros clientes.
- ¿Existen aspectos de comportamiento /contextos relevantes para calcular el tamaño del segmento?: No tenemos excepciones para nuestros clientes, solo deben adquirirlas, sin ningún tipo de restricción.

Pentagrama:



## 4. PROTOTIPO.

### 4.1.DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

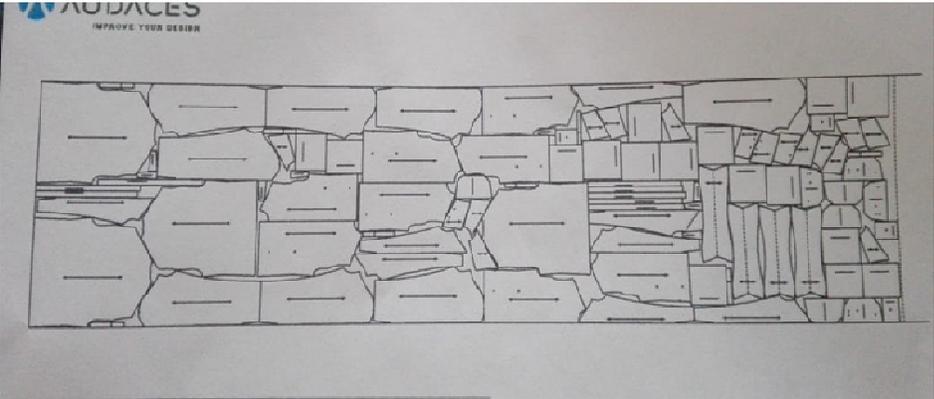
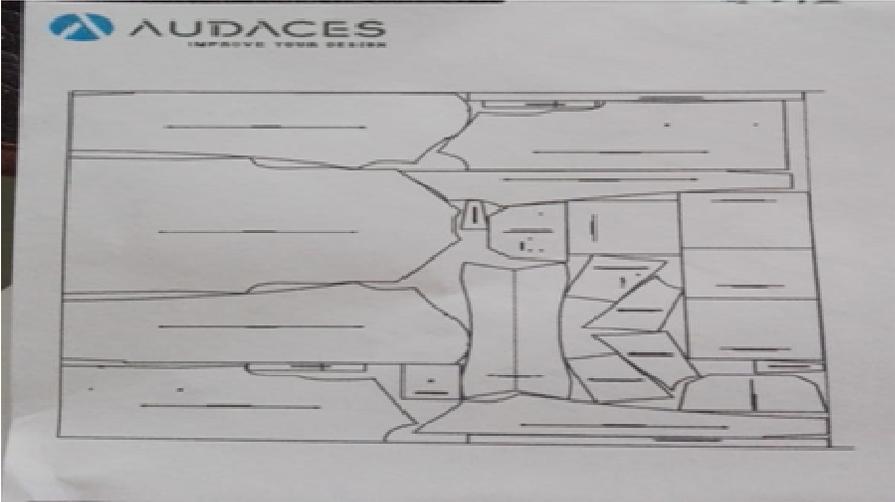
Es una chaqueta impermeable cortada en tala nailon y confeccionada por operarios de maquina plana que usan hilos calibre 75 de 5000 yardas diseñada especialmente pensando en los ciclistas y su visibilidad en la vía teniendo en cuenta que esta chaqueta cuenta con cinta Reflectiva añadiendo que esta chaqueta cuenta con un bolsillo especial para que se doble y se guarde, convirtiendo esta chaqueta en un ágil y liviano canguro que le permite al ciclista su transporte y su fácil comodidad al hacer ejercicio o montar bicicleta



#### 4.2. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

<b>CHAQUETA KANGURO</b>			
<b>INSUMOS</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UND</b>
<b>TELA</b>	<b>NAILON</b>	<b>1,38</b>	<b>MT</b>
<b>FORRO</b>	<b>ESPEED</b>	<b>6</b>	<b>CM</b>
<b>CREMALLERA SEPARABLE</b>	<b>NAILON 75</b>	<b>1</b>	<b>CM</b>
<b>CREMALLERA CONTINUA</b>	<b>NAILON GRIS PERLA</b>	<b>0,4</b>	<b>CM</b>
<b>CREMALLERA CONTINUA</b>	<b>NAILON CANGURO</b>	<b>0,21</b>	<b>CM</b>
<b>DESLISADOR</b>	<b>SENCILLO NACIONAL</b>	<b>3</b>	<b>UND</b>
<b>HEBILLAS</b>	<b>PLASTICAS NEGRAS</b>	<b>1</b>	<b>UND</b>
<b>CINTA</b>	<b>REFLECTIVA</b>	<b>0.40</b>	<b>CM</b>
<b>SESGO</b>	<b>ELASTICO DE 2 CM</b>	<b>1.25</b>	<b>CM</b>
<b>CAUCHO</b>	<b>ELASTICO DE 4 CM</b>	<b>0.76</b>	<b>CM</b>

4.3.PLANOS DEL PRODUCTO



## **5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA**

**5.1. Identidad estratégica:** Chaquetas Kanguro es una pequeña compañía que pretende llevar al cliente un producto nuevo, de la más alta calidad, que constituya una parte esencial en la actividad deportiva de una persona, con un compromiso social por la calidad del producto y con conciencia verde, para que nuestros procesos sean amigables con el medio ambiente. Nuestro grupo objetivo son aquellos deportistas que día a día entrenan por forjarse un mejor mañana, sin importar si es por salud, recreación, o por profesión, cualquier persona puede usar esta chaqueta, ya que nuestra intención es que sea de fácil acceso económico para el público en general, lo que nos permite ampliar nuestra gama de clientes. Lo que nos diferencia de otras compañías es el extremo compromiso por la calidad de nuestros productos estamos siempre a la vanguardia de la tecnología, lo que nos permite incursionar con nuevas materias primas o maquinaria para lograr un proceso más eficiente, más rápido, y de mayor calidad.

**5.2. Futuro preferido:** En 3 años chaquetas Kanguro será un producto con una fuerte posición en el mercado, contamos con presencia en gran parte del país, con aras a llevar nuestro producto más allá de las fronteras, pensamos que, a largo plazo, nuestro producto puede tener una fácil aceptación en mercados internacionales en países de América Latina, y posteriormente en mercados como el estadounidense y europeo; ya que estos son lugares donde el deporte ha tomado más presencia en los últimos años y la población está optando cada vez más por una vida más sana.

**5.3. Objetivos empresariales:** Para el buen desarrollo de esta empresa, y de la apropiada aceptación del producto por parte de nuestros clientes finales, y posibles clientes-distribuidores tenemos los siguientes objetivos:

**5.3.1. Objetivo General:** Desarrollar una prenda de vestir (chaqueta rompevientos) que sea de fácil acceso económico, cómoda, liviana, y que permita un fácil transporte cuando esta se encuentre en desuso para que los deportistas puedan desarrollar de manera más cómoda su actividad física.

**5.3.2. Objetivos Específicos.**

- Identificar la posible población deportista del país, habituales y ocasionales.
- Indagar sobre las posibles soluciones que se encuentran actualmente en el mercado.
- Obtener los materiales más adecuados y de mayor calidad para el desarrollo de la chaqueta
- Realizar pruebas piloto en deportistas al azar para comprobar la calidad y funcionamiento del producto.

**5.4. Valores:** En chaquetas kanguro es primordial que nuestros trabajadores conozcan los valores con los que nos regimos, los cuales son honestidad, respeto, calidad y buen trato al cliente. Por eso una (1) vez al mes hacemos una retroalimentación de los valores que nos rigen, para crear conciencia en los trabajadores al igual que auditorías escalonadas donde podremos saber si se cumple o no, y así poder mejorar cada día más. Con esto queremos que no solo sea aprender los valores, sino crear una conciencia en el diario vivir para que no solo sea aplicada en la empresa, también fuera de ella.

**5.5. Análisis macroentorno:**

**Entorno general:** Chaquetas kanguro nace de una idea de crear un producto el cual supla las necesidades del cliente, estamos ubicados en la calle 6c # 81b-24 Bogotá y tenemos grandes expectativas con nuestro producto.

**Entorno político:** Apoyo de pymes, reformas tributarias con el gobierno.

### **Factores económicos**

1. Aumento del precio.
2. Posibilidad de menor consumo del producto.
3. Incrementó en los materiales para la elaboración del producto.

### **Entorno sociocultural;**

1. Comodidad a los deportistas, anexando ciclistas y moteros.
2. Un producto que puede ser adquirido por personas de cualquier edad. Ya que el producto su diseño permite proteger de la lluvia y lo puede utilizar cualquier persona, y no solo es exclusivo de deportistas, Aunque fue pensado para ellos.
3. Que el producto sea conocido en la población.

**Estudios tecnológicos:** Chaquetas Kanguro estará a la vanguardia de la moda y de la tecnología; siempre investigando y estando atento a cada innovación científica en cuanto al tema del desarrollo de tecnología en materia de textiles y demás; ya que es un producto de moda, estaremos atentos a los movimientos de nuestros competidores para siempre estar un paso al frente.

**Canales de distribución:** Publicidad por internet económica, fácil acceso a páginas web, volantes, Anuncios en sitios web, canales de vídeo, propagandas en tiendas deportivas.

**Entorno ecológico;** En Chaquetas kanguro queremos certificarnos con la ISO 14001 ambiental, para conservar la biodiversidad, implementar el reciclaje para un bajo impacto de contaminación, ser un producto de calidad, pero amigable con el medio ambiente. Los residuos serán reciclados acordes a la norma técnica colombiana, identificado por los colores de las canecas en las cuáles se implementa cada producto según su uso. Uno de los fines de chaqueta kanguro es que sea un producto durable, pero a su vez, al pasar de los años su degradación no genere percances en la flora y fauna del planeta.

### 5.5.1. Análisis de pestel

**Factores políticos:** nuestro producto no cuenta con ninguna restricción en Colombia para la compraventa y distribución, pero es importante señalar que pensamos con exportar nuestro producto y para su exportación cuenta con unas regulaciones en la pues debe ir bien identificada, empacada y relacionada en los documentos de la Dian para su salida del país y llegada al lugar de destino.

**Factores económicos:** nuestra empresa quiere contar con una gran planta operaria para ayudar a bajar el índice de pobreza creando más empleos en la confección hechas por mujeres cabeza de familia y que se les brindara todas las prestaciones de ley.

**Factores sociales:** ya que nuestro producto va dirigido a los ciclistas busca incentivar el uso de la cicla como medio de transporte en la ciudad y nuestro producto se exhibirá en el ciclo vías que se acostumbran a hacer los domingos en la ciudad de Bogotá

**Factores tecnológicos:** a largo plazo se quiere invertir en las redes sociales como Facebook para que el cliente esté más cerca de adquirir nuestro producto y pueda hacer sus pedidos a través de estas redes pues será atendido con personal muy amable y que entregara un producto de excelente calidad

**Factores jurídicos:** se tiene en cuenta que nuestra empresa está muy atenta al consumidor brindándole todas las garantías que exige el estatuto del consumidor en Colombia dándole a nuestro producto la garantía de un año por daños, malas costuras y daños con los insumos que lleva nuestro producto

**Factores ambientales:** para la producción de las chaquetas canguro se busca reducir el consumo de tela nylon para optimizar los metros consumidos en un corte los desperdicios son botados en bolsas especiales teniendo en cuenta que las telas se descomponen muy rápidamente por la naturaleza y hay materiales que se venden para su reutilización.

## 6. ANEXOS



Lo anterior corresponde a algunos de los materiales y equipo con el que se elabora una de las chaquetas rompivientos Kanguro.

## **7. CONCLUSIONES:**

A. Se puede concluir que nuestro producto innovador va a tener una gran aceptación pues resuelve la necesidad de cargar una chaqueta muy cómodamente y que no perjudica al ciclista que está en competencia o practicando ejercicio.

B. En la compra de insumos y confección del producto o mano va a ser muy económica dando una buena rentabilidad a tal producto y siendo muy factible para el consumidor final quien es el más beneficiado pues por la compra de un producto se lleva dos un canguro y una chaqueta muy cómoda y liviana para su uso en competencia.

C. A la hora de tener en cuenta el mercado que se quiere atacar se puede decir que nuestro producto va a ser muy adquirido basándonos que nuestro producto es doble propósito y satisface dos necesidades de los ciclistas que es el transporte de la chaqueta ya que se convierte en kanguro y que la chaqueta fuera de abrigar y calentar brinda a los conductores la visibilidad de dicho ciclista que va transitando por la vía

## 8.Referencias

Ballesteros, C. (27 de 07 de 2017). Mercado de Bicicletas en colombia . (D. L. Republica, Entrevistador)

Bogotá, A. (21 de 11 de 2017). *Alcaldía de Bogotá*. Obtenido de Alcaldía de Bogotá:  
<http://www.bogota.gov.co/ciudad/clima>

Semana, R. (22 de 06 de 2018). *Revista Semana*. Obtenido de Revista Semana :  
<https://www.semana.com/nacion/articulo/cuantas-personas-montan-bicicleta-en-bogota/572660>

Semana, S. (18 de 01 de 2016). *Semana - Sostenible*. Obtenido de Semana - Sostenible:  
<https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/bogota-es-la-ciudad-con-mas-kilometros-de-ciclovias-en-america-latina/34445>

tutiempo.net. (05 de 10 de 2018). *TuTiempo.net*. Obtenido de tutiempo.net:  
<https://www.tutiempo.net/clima/ws-802220.html>