ANGIE GISELA GUTIÉRREZ RINCÓN

JAIRO ANDRÉS BABILONIA BANQUETT

https://www.facebook.com/Movil-Paran-Chanel-110900750805947

https://angiegutierrezr.wixsite.com/landingpage

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

COMPROMISOS DEL AUTOR

Nosotros ANGIE GISELA GUTIÉRREZ RINCÓN identificada con C.C 1.030.637.567, estudiante del programa Administración de Empresas y JAIRO ANDRÉS BABILONIA BANQUETT con C.C 1.003.142.045 estudiante del programa ingeniería de sistemas, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legales, económicos y administrativos sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma.

- ANGIE GISELA GUTIÉRREZ RINCÓN

  C.C 1.030.637.567

JAIRO A. BABILONIA B

- JAIRO ANDRÉS BABILONIA BANQUETT

  C.C 1.003.142.045

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro proceso de basa Producir en cantidad nuestras lámparas de sellamiento odontológico para que haga el proceso de las impresiones o panorámicas para así poder encontrar nuestros clientes potenciales utilizando nuestras estrategias de marketing.

Tener un buen impacto social con la trasformación de la idea de negocio en cuanto se inicie con el fin contar con un producto de calidad y así lograr buen resultado económico.

Nuestra competencia directa son las grandes compañías odontológicas, dado que estas cuentan con el capital y recursos necesarios por lo que existen un gran número de productos sustitutos como los son las grandes maquinas con tecnologías avanzadas y nuevos proyectos basados en máquinas odontológicas. Para esto debemos tomar estrategias de marketing, entre otras.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente proyecto daremos a conocer una idea de negocio, un proyecto que nace de la necesidad de las pequeñas y medianas empresas odontológicas como son los consultorios odontológicos, fijamos nuestra idea y visionamos una necesidad en unos de los tantos procesos que tiene la odontología como es el caso nuestro de las impresiones o panorámicas.

Lo que queremos es adecuar este prototipo de una lámpara de sellamiento odontológico para que haga el proceso de las impresiones o panorámicas, este es un factor innovador es una idea de negocio complementaria no tiene copia es una idea propia donde queremos ofrecer un proceso mucho más rápido y ágil.

Este proyecto nace porque encontramos en el entorno y contexto donde se desarrolla nuestra idea de negocio un gran déficit con respecto a la desigualdad que tienen las grandes empresas sobre las pequeñas y medianas empresas odontológicas que se están viendo afectadas por el numeroso capital potencial económico de las grandes empresas para obtener equipos o máquinas de gran nivel para ejercer sus procesos como el de impresiones o panorámicas.

OBJETIVOS

Producir en cantidad nuestras lámparas de sellamiento odontológico para que haga el proceso de las impresiones o panorámicas para así poder encontrar nuestros clientes potenciales utilizando nuestras estrategias de marketing.

Tener un buen impacto social con la trasformación de la idea de negocio en cuanto se inicie con el fin contar con un producto de calidad y así lograr buen resultado económico.

CLAVES PARA EL ÉXITO

Uno de los factores importantes para cumplir a cabalidad con este proyecto es el respaldo de un socio o familiar de profesión odontológica que cuenta con toda da información y características para desarrollar la idea de negocio.

Es decir contamos con toda la información respecto a las necesidades del sector donde estaremos presentes.

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es el producto o servicio?	Movil Paran Chanel es la idea negocio que se involucra en uno de los procesos odontológicos más complejos. El producto es la adecuación de un pequeño programa que se capaz de ejecutar impresiones o panorámicas que realice el proceso que hacen las grandes maquinas en las grandes empresas.
¿Quién es el cliente potencial?	Pequeños consultorios odontológicos.
¿Cuál es la necesidad?	Tener un proceso primordial sobre las impresiones panorámicas, teniendo en cuenta que es clave para la valoración de un cliente y continuar con su trabajo.
¿Cómo?	Esto se hará geográficamente en todas las zonas donde haya consultorios odontológicos pequeños, sabiendo que los protocolos de bioseguridad en dichos espacios son altos y de calidad.
¿Por qué lo preferirán?	Por la agilidad y rapidez con la que se consiguen los resultados finales para los pacientes en los que se ahorran tiempo y dinero.

Lámpara foto curado

Lámpara foto curado que ejerce un proceso de sellamiento con una interfaz de 20 segundos y manejos de robótica

2. MODELO DE NEGOCIO

- ¿Cuáles su modelo de venta por internet?

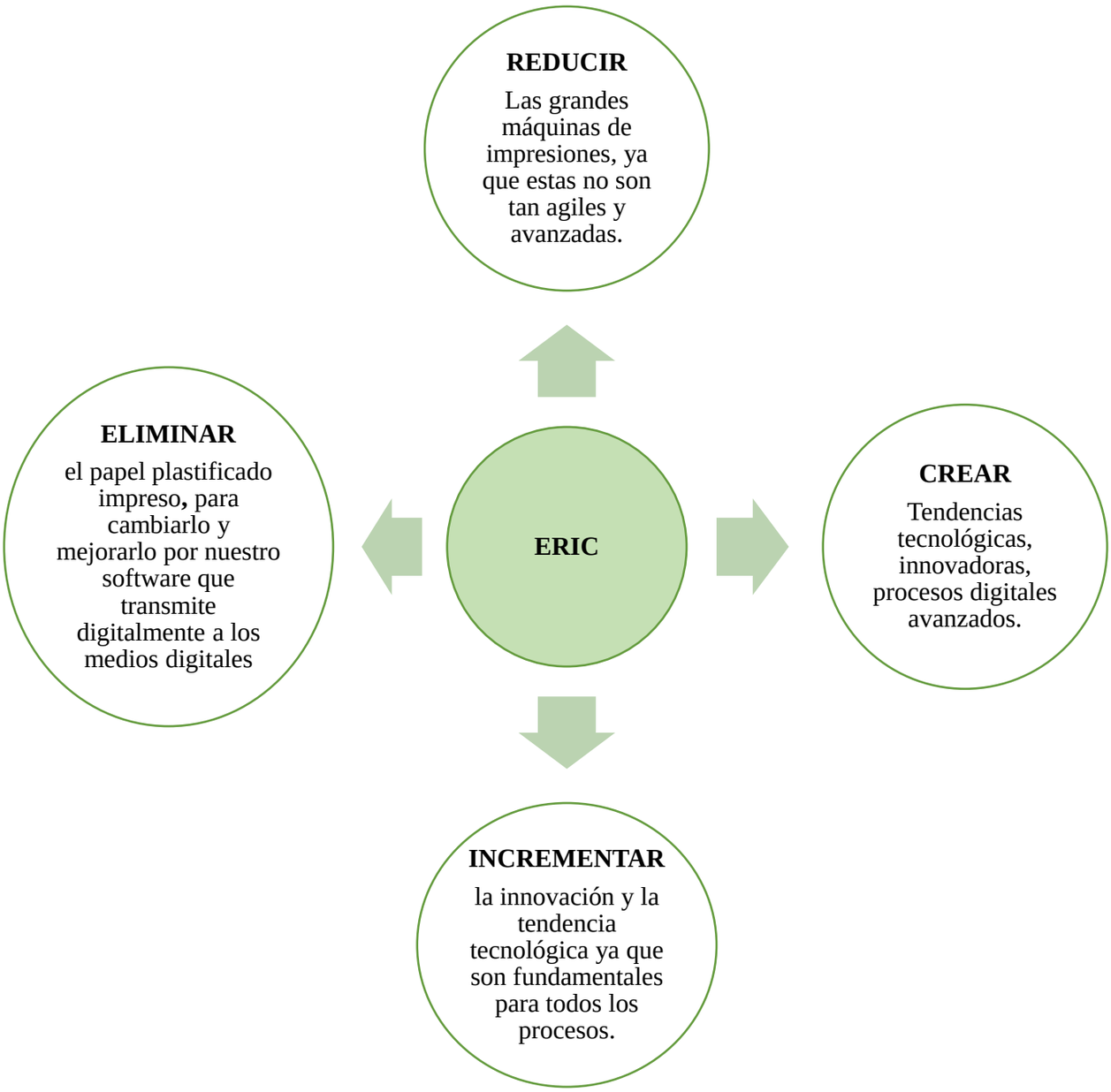
* ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido? Rta. Nuestro modelo de ventas por internet serán las redes sociales, en donde se virilizan búsquedas y resultados. Además en estas plataformas se puede pagar por publicidad, haciendo que nuestro contenido sea más exequible al público en general.
* ¿Cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido? Rta: El uso de las redes sociales es indispensable en cualquier negocio, dado a su gran

expansión a nivel nacional y hasta internacional. Estaremos en plataformas como Facebook, Instagram y con números de contacto en whatsApp. Será fácil dar a conocer nuestro producto y así mismo dar información sobre el mismo,
* ¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo? Rta. La venta se cierra fácilmente, cuando un cliente nos contacta este tendrá la posibilidad de pagar a contra entrega en las grandes ciudades o cuando sea a municipios lejanos, estos tendrán la oportunidad de recibir su producto por mensajería y pagar por medio de Nequi, Daviplata o PSE. Esto les da una mayor confianza para obtener nuestro producto.

3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
es un producto rediseñado con una versión mejorada	No se hace uso del agua para este producto	Si reduce energía ya que es una lámpara de foto curado	Reduce los insumos ya que es un producto portátil. Transmite un rayo láser. Empaque de plástico.	No tiene uso del carbono	
La campaña se realiza por medio de páginas web y redes sociales, de esta manera ahorramos el uso de papel.		No se utilizan medios de transporte			

4. ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL



FUERZA 2
Nuestros proveedores son grandes empresas como Amazon y B2B Líder. Así que nuestros artículos no tienen poder de negociación.
FUERZA 5
Ante una rivalidad entre nuevos competidores tendríamos que retomar o actualizarnos según avances tecnológicos.
FUERZA 5
Ante una rivalidad entre nuevos competidores tendríamos que retomar o actualizarnos según avances tecnológicos.
FUERZA 4
Existen un gran número de productos sustitutos como los son las grandes maquinas con tecnologías avanzadas y nuevos proyectos basados en máquinas odontológicas. Para esto debemos tomar estrategias de marketing, entre otras.
FUERZA 1
Nuestros clientes tienen poder negociación ya que es un producto esencial para clínicas odontológicas, además de que tiene un beneficio en su costo a diferencia de otras máquinas.

MARKETING MIX

Primeramente damos a conocer nuestro producto o servicio como idea innovadora de las necesidades que se emplean en el campo o el ámbito de la odontología un servicio del sector salud al cual debemos las garantías de un hermoso diseño de sonrisa,

Núcleo: nuestro producto o servicio es una idea innovadora que ejerce fuerza con las necesidad de innovar sobre las grandes maquinas que prestan el servicio de impresiones a panorámicas donde nuestra idea toma potencial en términos significativos sobre un producto o equipo más pequeño o moderno ágil y compacto que permita realizar las mismas tareas de las grandes maquinas

Calidad: nuestro producto es un equipo de funcionalidad de uso odontológico que se usa para un proceso de sellamiento con una calidad excelente y con una versión mejorada del proceso que queremos poner en funcionalidad de nuestra idea innovadora

Envase: nuestro envase o elemento de protección que está dotado el producto es un lámpara de foto-curado de material plástico-mush que tiene unos prototipos de nivel tecnológico avanzados como tarjetas de arduinos

Diseño: el diseño o forma der nuestro equipo es una lámpara de 25.centimetros de forma obtangular que encontramos en el mercado como uso odontológico de diferentes colores o prototipos

Servicio: el conjunto de valores que permiten marcar la diferencia de nuestro producto de los demás que hay en el mercado serían las siguientes, las lámparas están en el mercado pero no como el mismo proceso que estaríamos adecuando para nuestro producto que sería el del proceso de generar una imagen inmediata sobre el proceso de una panorámica

Portafolio

En nuestro portafolio de servicio tenemos un modelo de adquisición de nuestra propia idea de negocio es una máquina de foto-curado que ejerce un proceso de sellamiento en métodos de odontología brindando más seguridad y calidad en el servicio , nosotros como innovadores vemos la oportunidad de mejor este producto brindando a los usuarios un servicio más completo y más rápido y ágil para manejar el debido proceso de las impresiones a panorámicas ejercida por maquinas muchas más grandes y complejas

Característica- nuestro producto es mucho más reducido a las maquinas actuales de impresiones que son de mayor tamaño

Foto-del-producto

Nombre del producto - móvil paran chanel

Descripción del producto- una máquina de foto –curado, con proceso de sellamiento de nivel odontológico con prototipo en hardware y software de nivel de excelente tecnología con características específicas supremamente avanzadas

Capacidad del producto- un producto que tiene capacidad para generar debidos procesos de sellamiento con nivel de carga full y manejo portátil

Medición –

Ficha técnica

Item	**LAMPARA COLTOLUX LED**
Longitud (Pieza de mano)	22,1 cm

Peso (Pieza de mano)	100 g
Batería	Batería de ión Litio
Batería extra	No

Precio por unidad

Esta ágil lámpara de foto-curado tiene un precio unitario en el mercado de 140.000

Estrategias de precios

Fijación de precio basado en costos- Nuestra lámpara de foto-curada alcanzara un precio basado en costos por todos los requerimientos y funcionalidades del paquete por el cual estaremos ofreciendo tenido en cuenta el tipo de precios

Costo unitario de materiales:

Cada material tiene un valor unitario agregado teniendo en cuenta la variación del mercado en el momento que se encuentre dicho producto podía variar no es muy relativo debido a que son objetos o equipos tecnológicos

Costo unitario de mano de obra

El costo unitario de mano de obra seria ejercido por el presupuesto empleado para desarrollar nuestro equipo en funcionalidad con todos los requerimientos y normatividad

Costo total

Brindando todas las garantías y los debidos procesos en funcionalidad tendríamos que tener en base todos los recursos y la implementación de los materiales que se llevaron a cabo para generar y proporcionar nuestra idea negocio

Fijación de precios por valor agregado

La fijación de precios por valor agregado consiste en ofrecer características y servicios de valor agregado para diferenciar las ofertas de una compañía, y cobrar precios más elevados.

Fijación de precios por diferentes tipos de mercado

La libertad para fijar precios del vendedor varía con los diferentes tipos de mercados. Los economistas reconocen cuatro tipos de mercados, y cada uno presenta un desafío de precios diferente. En la competencia pura, el mercado consta de muchos compradores y vendedores que hacen transacciones comerciales con un producto básico uniforme o cómodo (trigo, cobre o valores financieros, por ejemplo). Ningún comprador o vendedor por sí solo tiene mucho efecto sobre el precio corriente de mercado.

En un mercado puramente competitivo, la investigación de mercado, el desarrollo de productos, la fijación de precios, la publicidad y la promoción de ventas tienen poca o ninguna función. Por lo tanto, los vendedores en estos mercados no pasan mucho tiempo en la estrategia de marketing**.**

Tipos de precios

- **Precio Premium**

Esta estrategia de precios implica lanzar el producto con un precio más alto que la competencia para lograr un posicionamiento Premium.

En estos casos, es necesario que el bien o servicio que se promociona tenga características diferenciadoras que justifiquen el costo extra, como podríamos diferenciar nuestro producto o su característica especial nuestro dato curioso es mucho más ágil y con mayor manejo de facilidad

- **Precio psicológico**

El precio psicológico hace referencia a las técnicas que los vendedores usan para alentar a los clientes a responder de forma emocional, no de forma lógica o práctica.

Su objetivo consiste en aumentar la demanda mediante la creación de una ilusión de mayor beneficio para el consumidor.

- **Precio de paquetes**

Este tipo de precio se basa en la venta de varios artículos dentro de un paquete para ofrecerlo a los usuarios a un precio menor que si los compraran individualmente.

Esta estrategia es eficaz para movilizar los productos que demoran mayor tiempo en venderse. Sin embargo, también ayuda a que los clientes perciban un mayor beneficio, ya que sienten que reciben algo de forma gratuita.

- **Precio geográfico**

La variación de los precios de acuerdo con la ubicación geográfica donde se ofertan los productos Suele estar influenciado especialmente por los cambios en la moneda al igual que los procesos de inflación de cada país.

Estrategia de distribución: en nuestro caso el punto de partida del canal de distribución es el producto, El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios**.**

Canal de marketing directo: en nuestro caso el canal de distribución directo implementamos la comunicación con el usuario que recibe el producto bien sea el consultorio odontológico. en el canal de distribución directo se establece cuando una empresa acerca y vende su producto al consumidor final, sin utilizar intermediarios. Se puede establecer cuando una empresa usa su fuerza de venta para promocionar y vender sus productos

Canal de marketing indirecto: En nuestro canal de distribución indirecto nos caracterizamos por no tener intermediarios para hacer llegar sus productos al consumidor final. Los canales de distribución indirectos pueden ser cortos o largos, dependiendo del número de intermediarios que haya en la cadena de distribución.

Estrategia de comunicación: La estrategia de comunicación es la herramienta que nos permite planificarnos en el tiempo de una forma organizada en nuestro caso estaríamos transmitiendo nuestro producto a través de un portafolio de comunicación vía tecnológica (páginas web, Facebook, WhatsApp) e impresa

Publicidad

Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de nuestro producto, de manera continua implementamos por medios audio visuales como grupos de WhatsApp, grupos de Facebook, páginas web para la visualización de nuestro producto

Promoción de ventas

En nuestras promociones de ventas haremos a cada paquete del producto sus derivadas promociones en cada paquete de ventas La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto

Relaciones públicas

En nuestras Relaciones Públicas encontramos un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en acciones presentes y futuras

Marketing directo

En nuestros marketing directo encontramos una forma de publicidad que utilizamos uno o varios medios para comunicarse directamente con un público objetivo y obtener de él una respuesta medible.

Estrategia	Objetivo- Brindar a los pequeños consultorios odontológicos una forma más ágil de impresiones a panorámicas	Como- Dando seguridad en el producto y la garantía suficiente para implementar este nuevo producto que ofrecemos	Donde – Tenemos como objetivo específico los consultorios odontológicos	Valor- Nuestro valor proporciona debido a las tendencias tecnológica implementadas a lo largo del producto	Quien- Nos apoyaremos en seminario odontológico para seguir con las debidas normar de seguridad
Producto	Lámpara de foto-curado que ejerce un proceso odontológico	El producto está situado en una lámpara de foto-curado plástica con	Nuestra lámpara de foto-curado se encuentra en venta al	Esta lámpara cuenta con un costo de 140.000 variable la zona	Contamos con el respaldo de profesionales en informática y robótica para

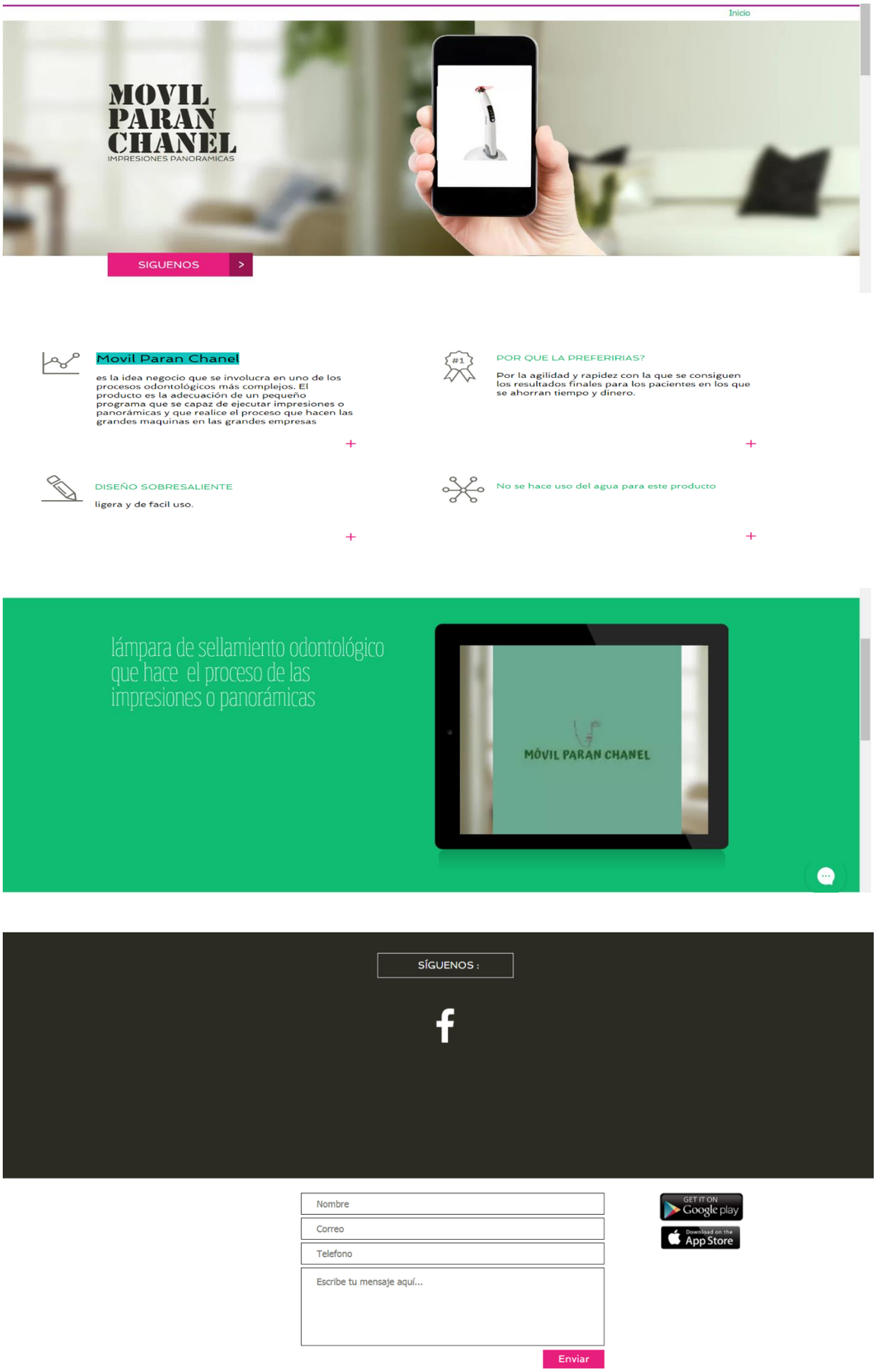
	de sellamiento, implementado Para generar una panorámica dental	tarjeta de alduinos	mercado odontológico	y el medio tecno	manejar las partes del hardware y software
precio	Nuestro precio inicial del producto será variable debido a los tipos de precios	Debido a la proyección en ventas será el valor en ganancias de producto	Este producto cuenta con un portafolio amplio de pagos e ingresos para la venta del mismo producto vía internet o en efectivo	Tendrá un valor inicial dependiendo de cada tipo de precio que se escoja para la venta	Nos apoyaremos con medios vía internet es decir pagos en línea , por tarjetas ,micro pagos o en efectivos
Promoción y comunicación	En las promociones del producto y comunicación estarán situadas en los diferentes tipos de precios y la comunicación que este ejerza al producto en determinada zona geográfica	El producto llegará a través de vía personal o vía tecnológica es decir medios como páginas web Facebook WhatsApp	La promoción y comunicación se llevara acabo de páginas web u otros medios tecnológicos y también físicos	Tener en cuenta el valor aproximado de cada página y cuanto genera por la publicidad y comunicación prestada	En esta parte de nivel nos apoyaremos con ingenieros que manejen a la perfección la parte de comunicación en línea

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

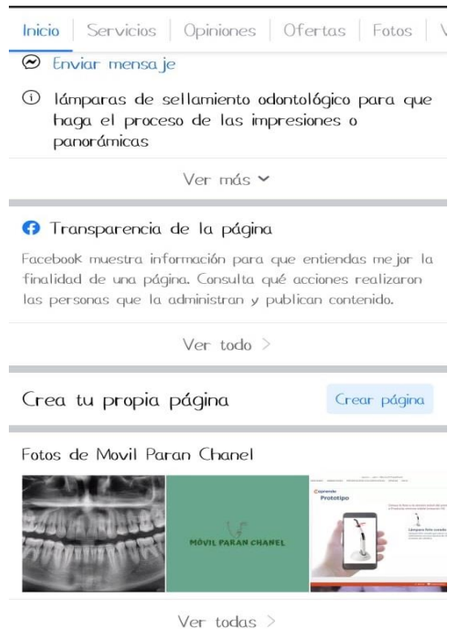
Nombre de la idea: **MOVIL PARAN CHANEL**

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer paso: Diagnostico del mercado.	A. Identificación del sector	Sector odontológico
	B. Identificar marcas en competencia	Elipse radiología digital- Photo Rapid Digital- Oralx
	C. Soluciones principales y alternativas	Mayor reconocimiento a nivel nacional.
	D. Tendencias del mercado	Diseños de Sonrisa.
	E. Arquetipo de la marca	El hombre corriente, forajido,
Segundo paso: realidad psicológica de la marca.	A. Percepción de las marcas de la competencia	Posicionamiento, liderazgo.
	B. Identificar variables de neuromarketing	Tamaño- curiosidad.
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar top of mind	Se puede lograr por el tamaño del producto.
	B. Identificar top of heart	Se puede lograr por la agilidad.
Cuarto paso: Realidad material de la marca.	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	agilidad, lapsos cortos de tiempo, impresiones instantáneas, fácil uso, ocupa poco espacio,
Quinto paso: Estrategia de comunicación.	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la producción tecnológica y de redes sociales.	El producto llegará a través de vía personal o vía tecnológica es decir medios como páginas web y Facebook,

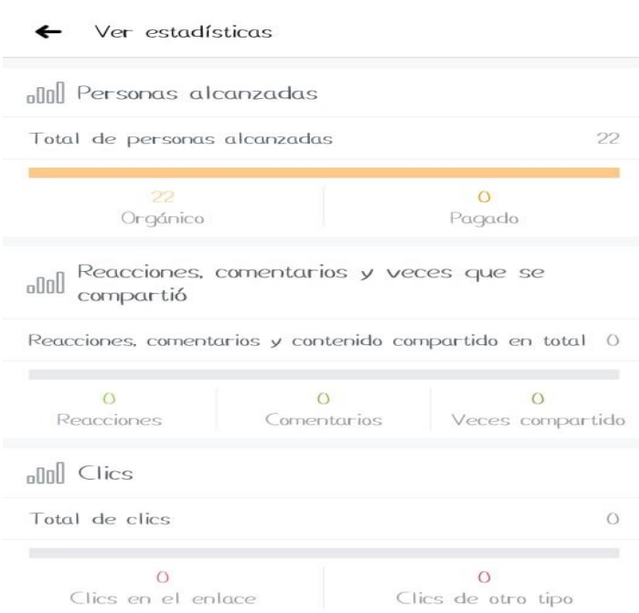
MARKETING DIGITAL



Landing page: https://angiegutierrezr.wixsite.com/landingpage



Estadísticas en solo un día de publicación.



https://www.facebook.com/Movil-Paran-Chanel-110900750805947

CAC (customer adquisiont cost):

Invertimos tres horas de trabajo en la creación de la página y Facebook empresarial y el alcance fue de 22 personas en un día.

LTV (life time Valué):

Dado a que este proyecto está creciendo y que aún no lleva el tiempo suficiente en el mercado, no podemos calcular cuánto le va a aportar un cliente.

Tipos de precios	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos
Infraestructura Adecuaciones maquinarias	Tenemos diferentes tipos de máquinas con precios variados utilizaremos la más cómoda para generar ahorro en gastos	**1**	178.000	**Conectar cable de alimentación de energía**
Equipo de comunicación	Computador-pc	2	900.000	Tener siempre a la mano corriente eléctrica puesto que el producto es en base tecnológico
Muebles enseres y otros	Sillón y mesa de escritorio	2	80.000	Tener siempre a la mano corriente eléctrica puesto que el producto es en base tecnológico
Otros, incluido herramientas		1	100.000	Tener siempre a la mano corriente eléctrica puesto que el producto es en base tecnológico
Gastos preparativos		No definidos		Tener siempre a la mano corriente eléctrica puesto que el producto es en base tecnológico

/servicio =lámpara de foto-curado ,adecuada para ejercer un proceso de impresiones odontológicas			
Unidades a producir _nuestra idea parte de producir 2 prototipos de pruebas para dar claridad y experiencia de la misma			
Actividades de proceso	**Tiempo estimado de realización** **El tiempo estipulado para el debido proceso son 20 segundos**	**Cargos que participan en la actividad** **Jefe de manipulación del producto o encargado en este caso el odontólogo**	**equipos y maquinas que se utilizan, capacidad de producto**
Actividad 1	Realizar el proceso de sellamiento	Odontólogo	Lámpara de foto-curado
Actividad 2	Transmitir el proceso de sellamiento	Odontólogo	Lámpara de foto-curado
Actividad 3	Ver el resultado de la panorámica	Odontólogo	Computador -
Resultado	Obtener la impresión panorámica en el menor tiempo posible	Odontólogo	Impresión panorámica digital

Preguntas de desarrollo

Definir macro localización

Nuestra zona de localización general de proyecto varia de la manera como tenga evolución nuestro producto teniendo en cuenta la parte de soporte que se sostiene después de la iniciación del mismo, estaríamos dando inicio de la ciudad de montería Córdoba-y municipios aledaños.

Micro localización

En lo que respecta a la micro localización, aquí se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, es decir en donde se ubicará definitivamente nuestro plan de negocio teniendo en cuenta que es proceso tecnológico cabe resaltar que la instalación del mismo es vía tecnológica y no tendera lugar fijo sino un soporte donde brindaremos la solución de cualquier inconveniente que se presente.

Requerimientos de inversión

Introducción.

Antecedentes.

Objetivo.

El estudio de mercado.

El estudio técnico.

El estudio financiero.

El estudio de organización

MÓVIL PARAN CHANEL	**MOVIL PARAN CHANEL**	
	VERSIÓN 1	FECHA SEPTIEMBRE 10 DE 2020

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO

MOVIL PARAN CHANEL

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

* Lámpara de foto-curado
*Impresión panorámica digital

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Por unidad hasta 10 por cliente

D. TIPO DE ENVASE Y MATERIAL

Lámpara en plástico-mush

E. EMBALAJE

En caja tamaño 250 x250 x 100

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

Ninguna

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Delicado

H. VIDA UTIL ESTIMADA

3 años

I. PORCION RECOMENDADA

0

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

Horas ⟸ **Dedicacion y remuneracion**

Nombre del cargo ⟹ Almacenista y Repartidor

REQUISITOS DE CONTRATACIÓN

Prestacion de servicios ⟸ **Tipo de contratacion**

Perfil Requerido ⟹ Experiencia como repartidor y almacenista

K. GRUPO POBLACIONAL

Sector Odontológico
Firma del responsable del producto: JAIRO A. BABILONIA B
Nombre del Responsable del producto Jairo Andres Babilonia **Firma:** JAIRO A. BABILONIA B

LANZAMIENTO DE PRODUCTO minimo viable *(Edit Title)* by movilparanchanel Updated: 11/18/2020

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
Baja publicidad	El sector Odontologico	Saber explicar el Producto a mis clientes	Darle prioridad a las redes sociales de mi producto