

**TRABAJO DE GRADO
(MULTIMARKERS)**

Leidy Bernal, Camilo Andrés Martínez & Nathalia Torres Camacho.
Mayo 2018.

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

BOGOTÁ D.C.

OPCIÓN DE GRADO 1

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo plantea una idea nueva, en la cual se sugiere la posibilidad de fusionar en un marcador acrílico un borrador de tablero y un apuntador láser, en el cual para su desarrollo utilizaran elementos ecológicos. Su objetivo principal es exponer una idea de negocio de fusión de un producto multifuncional y materiales reciclados, los cuales aporten al desarrollo sustentable.

MULTIMARKERS ECO

(Colores de la naturaleza)

1. JUSTIFICACIÓN

La idea nace después de analizar la problemática que tienen los docentes y personas al tener que invertir mucho dinero para la compra de varios marcadores, de apuntadores y borradores, elementos que son fundamentales para la actividad que realizan. Son necesarios como medio para escribir en los tableros acrílicos los cuales en la actualidad son los más usados en las instituciones u organizaciones, generando en un producto varios usos, beneficiando el ahorro de espacio y dinero, así mismo reduciendo la producción de abundantes desechos. Enfocando el producto especialmente a instituciones educativas, profesores y aquellas personas que utilizan frecuentemente este medio en sus actividades.

2. DEFINICIÓN DE IDEA DE NEGOCIO

Somos un grupo de emprendedores, que diseñamos un producto enfocado en facilitar la manipulación, versatilidad, eficacia y comodidad al realizar un solo producto con varias funciones. Diseñamos una estrategia de utilización de materiales reciclables para el desarrollo sostenible, en búsqueda de implementar este diseño en otros productos.

3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

MULTIMARKERS, es un marcador borrable que cuenta con varias funciones, tiene en su parte superior un apuntador y adicionalmente cuenta con compartimiento que cumplen la

función de borrador. Este multi-marcador no mancha las manos, ahorra dinero y es fácil de llevar. Nuestro producto cuenta con un modelo llamativo para cada tipo de cliente, la venta se realizará principalmente en la localidad de la Candelaria, luego de analizar la aceptación, se realizarán promociones por internet en búsqueda de atraer más clientes y dar a conocer más nuestro producto, para incursionar en mercados de otras ciudades.

4. DESARROLLO DE LA MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

4.1 Stakeholders (Cliente)

Este marcador está diseñado para personas que se dediquen a actividades en las cuales necesiten comunicarse en forma escrita en tableros de acrílico borrables, se proyecta inicialmente el producto para docentes de colegio, universidades e instituciones educativas.

4.2 Identificación de las Necesidades Stakeholders (Hipótesis)

La principal necesidad que se busca cubrir es, la facilidad de llevar varios productos en uno ya que, al llevar varios siempre algo se olvida o se pierden el transcurso de la actividad diaria. Adicionalmente a esto se busca suplir las siguientes necesidades: ahorrar espacio y dinero.

4.3 Identificación de los beneficios y expectativas (Hipótesis)

Como beneficios primarios destacando que el producto está diseñado para lograr tres usos en un solo producto, esto beneficiará en la compra de menos productos, lo cual disminuirá la

cantidad de residuos sólidos, ofrece ser en materiales de reciclaje contribuyendo al impacto ambiental y aportando al desarrollo sostenible. Entre otros beneficios se puede destacar que se podrá tener en un solo marcador varios colores y en un único producto varios usos (Borrador, Marcador y apuntador), entre otros beneficios que brinda el producto, es el ahorro de espacio, tener a la mano todos los accesorios necesarios para desarrollar la actividad adecuadamente e impecablemente.

4.4 Identificación de la Soluciones actuales (Hipótesis)

No se encuentran un competidor que directamente cumpla con todos los beneficios que ofrece MULTIMARKERS, pero encontramos productos que pueden solucionar individualmente cada una, para escribir la compra de marcadores acrílicos por unidad de diferentes colores, marcadores permanentes (sólo se pueden usar en papel, cartulina, hojas etc), para borrar encontramos elementos como borradores de tablero, papel higiénico, paños, tela, para apuntar información apuntadores laser. Pero algunas de las soluciones actuales no son apropiadas usarlas en situaciones como reuniones formales, empresariales entre otras.

4.5 Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

Se encuentran como inconformidades en estos productos tener que usar los productos por separado y de no tenerlos usar diferentes métodos para lograr escribir, borrar o apuntar la información, se evidencia como limitación que en los tableros acrílicos solo se pueden usar marcadores borrables y si es necesario escribir información con diferentes colores deben usar varios marcadores y como frustración no tener en el momento los implementos necesarios a la mano para la actividad que se va a desarrollar.

4.6 Mercado

Es un producto 3 en 1, enfocado a todas las personas que lo necesitan para escribir en tableros acrílicos, en el cual nuestro mercado objetivo se encuentra enfocado a los profesores, empresarios, estudiantes e instituciones educativas u organizaciones los cuales, adquieren marcadores de tablero para sus actividades diarias, con frecuencia y buscan la facilidad, la practicidad y la economía a la hora de comprar estos elementos.

4.7 Identificación de TAM SAM y SOM

TAM:

La comercialización del producto en otras ciudades de Colombia, realizando ventas por internet, entregas en el sitio a convenir, y para aquellos lugares donde no llega la información de internet, se busca realizar alianzas con almacenes de grandes, medianas y pequeñas superficies para lograr la venta del producto.

SAM:

Se llega principalmente al mercado de Bogotá, el cual es el sitio donde nuestro producto se desarrolla, y la captación de clientela será más fácil de atraer ya que la nos encontramos en esta ciudad y cuentan con los medios para darles a conocer el producto, volantes e internet.

SOM:

Dada nuestra inversión actual y capacidad para abarcar el mercado; basada en publicidad e internet, pensamos que el primer año nos enfocaremos en la localidad de la Candelaria donde se encuentra gran afluencia de estudiantes y profesores, puesto que en esta localidad

encontramos más de 50 instituciones educativas aproximadamente entre colegios, universidades e instituciones informales. Con lo cual estudiaremos la aceptación y cantidad de compra del producto. De este modo analizar adecuadamente la estrategia de Marketing que se usará para incursionar al resto de mercado.

5. VALIDACIÓN DEL MERCADO

Análisis General:

Con los resultados obtenidos podemos determinar que, de las personas entrevistadas, son más las personas que utilizan los marcadores, su respectivo borrador y el apuntador, por lo que se encuentran con muchas inconformidades con los productos actuales, en cuanto a la presentación, los precios y de adquisición de muchos elementos, pero aun así son herramientas que suplen las necesidades para las actividades que realizan. Se da a conocer la implementación del producto MULTIMARKERS y cómo sería el diseño de este, y expresan que les gustaría probarlo para validar si este si suple al 100% sus necesidades. De igual manera los entrevistados manifiestan que sería muy útil tener los tres objetos en uno, también aclaran que se han acostumbrado a suplir sus necesidades con otras alternativas, pero que si tuvieran a la mano MULTIMARKERS les sería muy útil.

6. PROTOTIPO

MULTIMARKER es un producto que tiene 3 funciones en uno: La Facilidad de cambiar los colores de los marcadores para lograr una mejor comunicación escrita, el apuntador laser que facilita resaltar lo importante de una exposición y cuenta con su respectivo borrador.



7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

7.1 Misión:

Proporcionar una nueva opción de productos multifuncionales para el desarrollo de actividades diarias, en busca del desarrollo de productos innovadores y que aporten en el desarrollo sostenible para el país.

7.2 Visión:

Para el 2022 lograr ser reconocidos como empresa que utiliza métodos eficaces e innovadores en la fabricación de sus productos y con aportes significativos en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.

7.3 Objetivos

7.3.1 Objetivo General

Brindar una opción diferente a los clientes que utilicen marcadores borrables, ofreciendo productos multifuncionales y de calidad, los cuales están comprometidos con el desarrollo sostenible. Así mismos cumplir con los estándares de calidad creando confianza y lealtad a nuestros usuarios.

7.3.2 Objetivos Específico

- ✓ Buscar la acogida y uso de nuestro producto de un 80% de la población de la localidad de la Candelaria inicialmente, luego de verificar y validar la aceptación para empezar la distribución por el resto del territorio colombiano.

- ✓ Prestar el mejor servicio ofreciendo un producto de calidad y economía.

8. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

8.1 PESTEL:

Políticos:

Las reformas políticas y la facilidad de creación de empresa es una amenaza inminente para MULTIMARKERS, puesto que es mas competencia y puede incrementar los costos de producción y venta.

Económicos:

Las políticas económicas del gobierno influyen 100% en los costos del producto puesto que de ellas dependen el IVA, las retenciones y demás impuestos que deben pagar, por lo que se corre el riesgo en un aumento del precio en el producto.

Socio-Culturales:

Un factor que influye mucho socio-culturalmente es que las personas tienen miedo al cambio, a probar productos nuevos y prefieren lo que ya conocen.

Tecnológicos:

Como lo vemos venir la tecnología nos está invadiendo y probablemente en unos años ya no se utilizarán pizarras acrílicas si no que serán reemplazados por proyectos digitales, lo cual nos afectara notablemente.

Ecológicos:

MULTIMARKERS cuenta con ventaja de utilizar elementos ecológicos lo que ayuda al medio ambiente. Mientras que los marcadores que hay en el mercado actualmente no se enfocan en la conservación del medio ambiente.

Legales:

La empresa tendría una amenaza muy grande puesto que pueden haber mas empresas que hagan el producto con las mismas características que MULTIMARKERS, lo que implicaría costos legales por suplantación o plagio del producto.

8.2 FUERZAS DE PORTER:

1. **Rivalidad entre competidores:** Generar una estrategia competitiva comprometiendo a todo el personal que labore con nosotros a aprovechar al máximo los elementos utilizados para la creación de este y la ventaja que se tiene al ser un producto multifuncional. Debido a que los elementos actuales no están hechos o fabricados con materiales que le aporten al medio ambiente.
2. **Amenaza de la entrada de nuevos competidores.** La investigación que se realizará nos permitirá conocer que tan factible es la llegada de nuevos productos y empresas, de productos similares.
3. **Amenaza del ingreso de productos sustitutivos:** Al ser un producto nuevo e innovador en el mercado es probable que las empresas ya posicionadas en el mercado quieren hacer un producto sino igual, similar.
4. **Poder de negociación con los proveedores.** Buscar en los proveedores un apoyo tanto en precios, publicidad, así mismo aprovechando ofertas, obsequios y

compromiso, logrando mejores acuerdos que nos permitan adquirir más clientes al lograr vender los productos a un excelente precio.

5. **Poder de negociación de los consumidores:** MULTIMARKERS buscar la fidelización de los consumidores y empleados, incentivándolos bien sea con promociones u obsequios, así como con productos de calidad.

8.5 MATRIZ DOFA:

Para establecer las estrategias que se deben implementar es necesario desarrollar las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que servirán a la hora de desarrollar obstáculos o situaciones que puedan afectar el estudio, a continuación, se aplicara la matriz DOFA de MULTIMARKERS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Practicidad y Economía	Falta de información acerca del producto
Elementos ecológicos y Servicio multifuncional	Que las personas muchas veces no quieren probar cosas nuevas.
Versatilidad, eficacia y comodidad	
Único producto en el mercado con esas características	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ampliar canales de distribución.	Competencia desleal. Que las empresas ya posicionadas fabriquen un producto igual y lo vendan a menor costo
Fuente de generación de Empleo.	Reconocimiento de la competencia en el mercado, lo que dificulta el posicionamiento del nuevo producto.
	Competencia, aun cuando no manejan el mismo producto, ya tienen posicionamiento en el mercado

9. CONCLUSIONES

MULTIMARKERS, es un producto que pretende suplir las necesidades de los docentes de instituciones educativas al proporcionarle un marcador multifuncional, que así mismo sea económico, práctico y funcional.

La calidad de los productos utilizados combinados con la calidez y excelente servicio al cliente ofreciendo siempre productos de calidad harán que MULTIMARKERS tenga un reconocimiento especial dentro del mercado objetivo. Luego de la validación de entrevistas se pudo observar que el producto es viable y tendría aceptación en el mercado puesto que se cuenta con un mercado amplio y que utilizaría este producto de manera frecuente.