

**IMÁGEN; MATERIAL POP Y PERSONALIZADOS**

**YULIANA ALEXANDRA APONTE RINCON,  
SANDRA MARCELA GALLEGO AMAYA  
DANGERIS GEIAR CORDOBA CELIS**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN  
TECNICO PROFECIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
BOGOTA D.C.  
2018**

## **CONTENIDO**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1. JUSTIFICACION**

#### **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES**

#### **CUSTOMER DEVELOPMENT**

##### **2.1 Stake Holders**

##### **2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)**

##### **2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)**

##### **2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)**

##### **2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)**

##### **2.6 Mercado**

##### **2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM**

#### **3. VALIDACION DEL MERCADO**

##### **3.1 Formato Entrevista**

##### **3.2 Análisis de la información Resultados.**

##### **3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades**

##### **3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.**

##### **3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.**

#### **4. Prototipo**

##### **4.1 Descripción del Producto o servicio**

##### **4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.**

#### **5. Planeación Estratégica Generativa**

##### **5.1 Identidad Estratégica.**

##### **5.2 Futuro Preferido**

##### **5.3 Objetivos empresariales**

##### **5.3.1 Objetivo General**

##### **5.3.2 Objetivo específicos**

**5.4** Valores corporativos.

**6.** Análisis del Macroentorno

**6.1** PESTEL

**6.2** Cinco (5) Fuerzas de PORTER

**7.** Conclusiones

**8.** Bibliografía

## INTRODUCCION



### IMÁGEN; MATERIAL POP Y PERSONALIZADOS

Esta empresa se dedicara a la personalización de productos como pocillos, calendarios, porta mouse, etc. Para vender a empresas pyme con e l fin de que estas den como obsequio a sus clientes y así crear una recordación posicionado su marca.

Para comenzar este proyecto plateamos unas hipótesis de lo que pensamos podría brindar soluciones a las Pymes en cuanto al posicionamiento de marca, fidelización y recordación de sus clientes; para validar estas realizamos un estudio de mercado a través de encuestas a diferentes Pymes del sector de chapinero. Al realizar el análisis de las encuestas, identificamos que efectivamente para las Pymes nuestro producto cumple las expectativas para alcanzar dichos objetivos.

## 1. JUSTIFICACION

Esta idea de negocio surge al identificar en las empresas pyme, la dificultad al lograr un posicionamiento de su marca, la intención es con nuestros productos lograr que tengan el reconocimiento de sus clientes, que se fidelicen con su marca, nuestros clientes al lograr el reconocimiento y posicionamiento de su marca empezaran a aumentar sus ventas y así mismo sus ganancias, esta idea va dirigida a las empresas pyme de Colombia.

Nos dedicaremos a personalizar productos como pocillos, calendarios, esferos y demás accesorios de oficina con la marca de la empresa pyme colombiana que estemos atendiendo, para que obsequien a sus clientes, de forma que estos tendrán un recuerdo de la empresa y así mismo empezaran a ganar un posicionamiento dentro del mercado. Contáremos con un equipo de diseñadores que se encargaran de hacer los diseños de los diferentes productos que ofreceremos. También ofreceremos el transporte de los productos al lugar donde el cliente lo necesite.

Esta idea de negocio se llevara a cabo en Bogotá, Colombia donde se encontrara ubicada la primera sucursal de la empresa.

## **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES – CUSTOMER DEVELOPMENT**

**2.1 Stakeholder:** Empresas PYME de Chapinero

### **2.2 Identificación de las Necesidades del Stakeholder.**

Creemos que las empresas Pymes necesitan:

- Recordación de sus clientes.
- Posicionamiento de la marca.
- Fidelizar sus clientes.

### **2.3 Identificación de Beneficios y Expectativas de Resultado**

Si se soluciona las necesidades de las empresas Pyme:

- Sus clientes recordarán la marca
- La marca se posicionara en el mercado
- Los clientes se fidelizaran con la marca

### **2.4 Identificación de Soluciones Actuales:**

La solución que las empresas Pyme le dan a las necesidades actualmente son:

- Realizando descuentos y promociones.
- Haciendo publicidad diaria, como volantes o avisos.
- Teniendo un excelente servicio al cliente.

### **2.5 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:.**

Las inconformidades que las empresas Pyme tienen con las soluciones actuales son:

- Que los clientes se quejan cuando las promociones y descuentos cambian o se acaban.
- Se necesita de un presupuesto alto para realizar la publicidad.
- En algunas ocasiones el producto puede salir de mala calidad por algún inconveniente en la producción.

## **2.6 Mercado**

### **SAM:**

**Geográfico:** Bogotá D.C., Localidad de Chapinero.

**Demográfico:** Se trata de las pequeñas y medianas empresas, mercantiles, industriales o de otro tipo que tienen un número reducido de trabajadores y que registran ingresos moderados.

**Psicográfico:** Son empresas que buscan posicionamiento de su marca en el mercado, con el fin de crear recordación y fidelizar sus clientes, bien sea por que están empezando aparecer en el mercado o porque quieren expandirse.

**TAM:** Empresas pyme de Bogotá. (694.000)

**TM:** Empresas Pyme de Chapinero. (19.128)

## CAPÍTULO 3

### 3. VALIDACIÓN DEL MERCADO

#### 3.1. FORMATO ENTREVISTA



#### FORMATO DE ENTREVISTA

Esta entrevista se realiza con fines académicos, somos estudiantes de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, de la carrera administración de empresas de tercer semestre, para la materia

¿Cree usted que para su empresa es importante el posicionamiento de marca, porque?

---

---

¿Siente usted que sus clientes están fidelizados con su empresa?

---

---

---

¿Qué estrategia utiliza para posicionar su empresa en el mercado?

---

---

---

¿Siente usted que esta estrategia logra posicionar su empresa como usted lo desea?

---

---



¿Usted invertiría en productos que puedan posicionar su marca y/o darles a sus empleados un reconocimiento o motivación de parte de su empresa?

---

---

---

---

---

¿Cree usted que sus clientes tienen recordación de su marca? ¿Porque?

---

---

---

---

---

¿Cuáles son las estrategias que utiliza para crear recordación de su marca en sus clientes?

---

---

---

---

---

¿Qué le ha incomodado o cree usted no es lo que deseaba, cuando trata de generar recordación de su empresa?

---

---

---

---

---

¿Opina usted que si su negocio fuese más recordado entre sus cliente, adicional a crear fidelización también mejoraría sus ventas?

---

---

---

---

---

### 3.2 Análisis de la información Resultados.

#### 3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades

A continuación se validaran las hipótesis planteadas anteriormente por medio del formato de la entrevista.

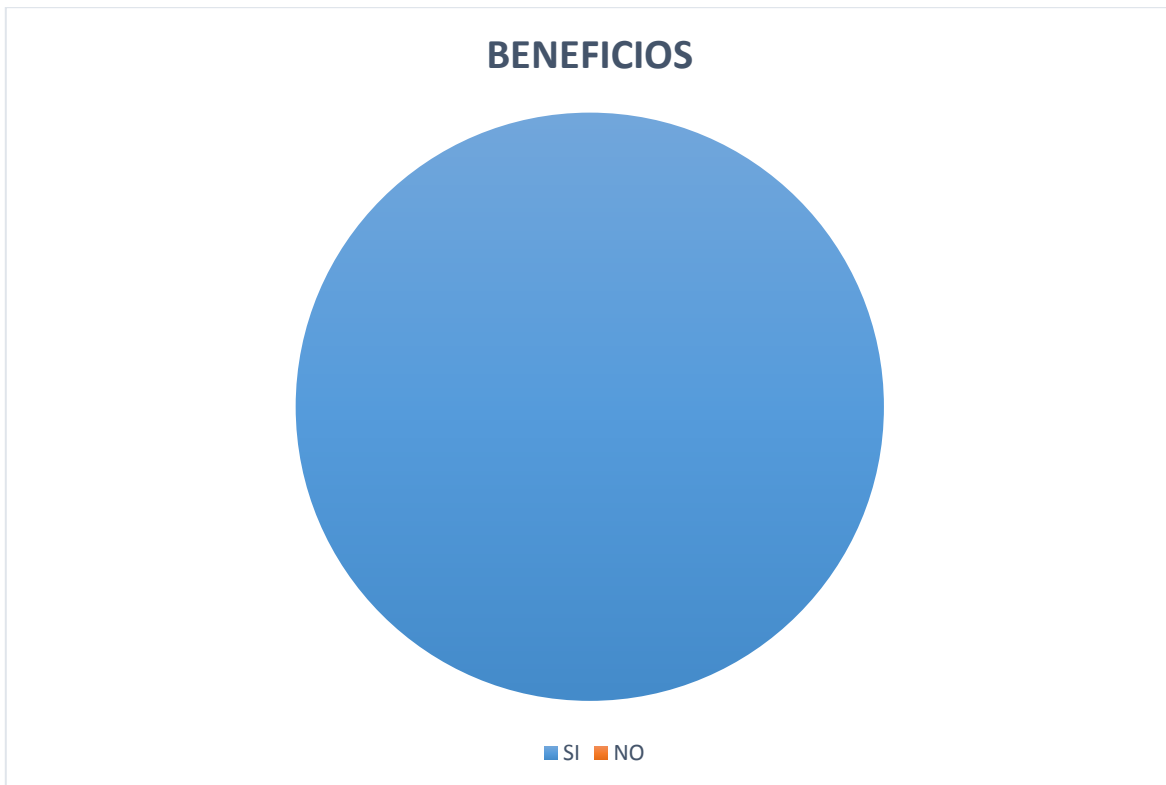
HIPOTESIS NECESIDADES	ANALISIS
1. Recordación de sus clientes	Todas las Pymes creen en la importancia de ser recordados por sus clientes.
2. Posicionamiento de la marca	Las Pymes si identifican como una necesidad el posicionamiento de su marca.
3. Fidelizar sus clientes	Más de la mitad de las Pymes creen que en el proceso de fidelizar sus clientes.



### 3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.

A continuación se validaran las hipótesis planteadas anteriormente por medio del formato de la entrevista.

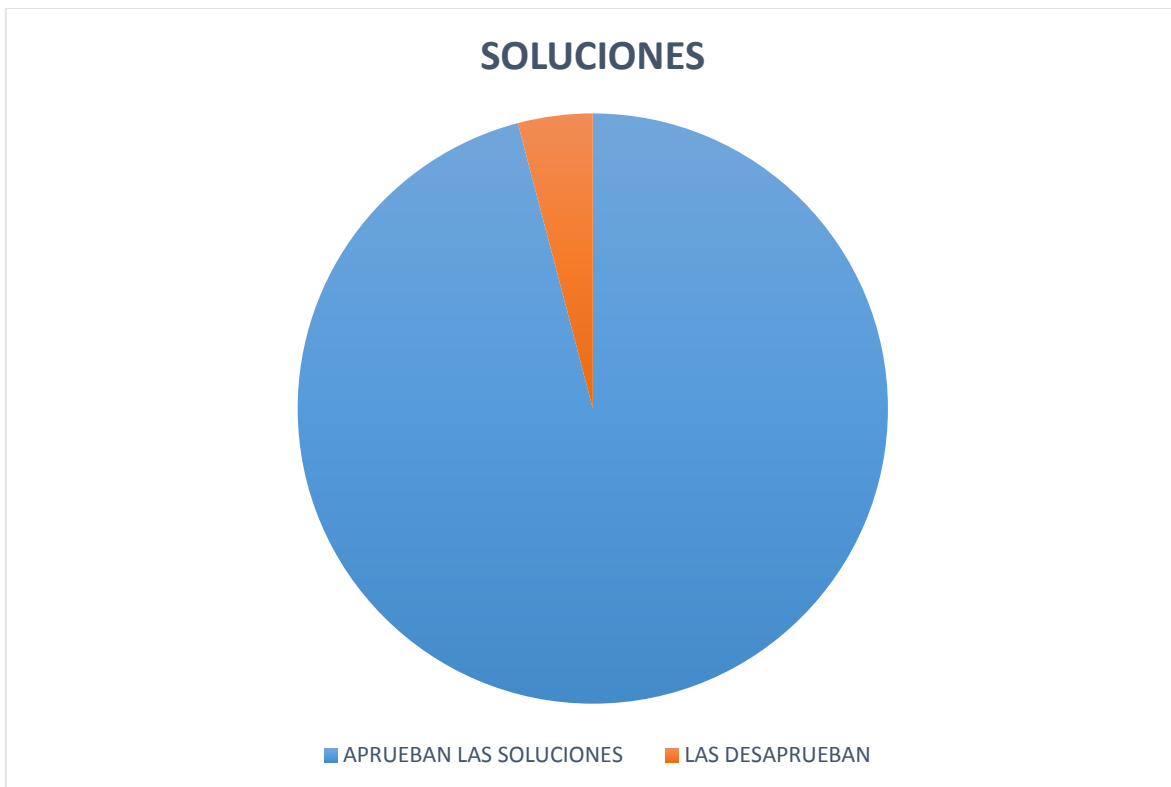
HIPOTESIS DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS	ANALISIS
1. Sus clientes recordarán la marca	El 100% de las Pymes dice que es un beneficio muy grande la recordación de la marca.
2. La marca se posicionara en el mercado	El 100% de las de las Pymes creen que sería beneficioso para su labor beneficiar su marca.
3. Los clientes se fidelizaran con la marca	El 100% de la Pymes creen que al generar recordación sus clientes se fidelizaran con su marca.



### 3.2.3 Validación de las soluciones actuales.

A continuación se validaran las hipótesis planteadas anteriormente por medio del formato de la entrevista.

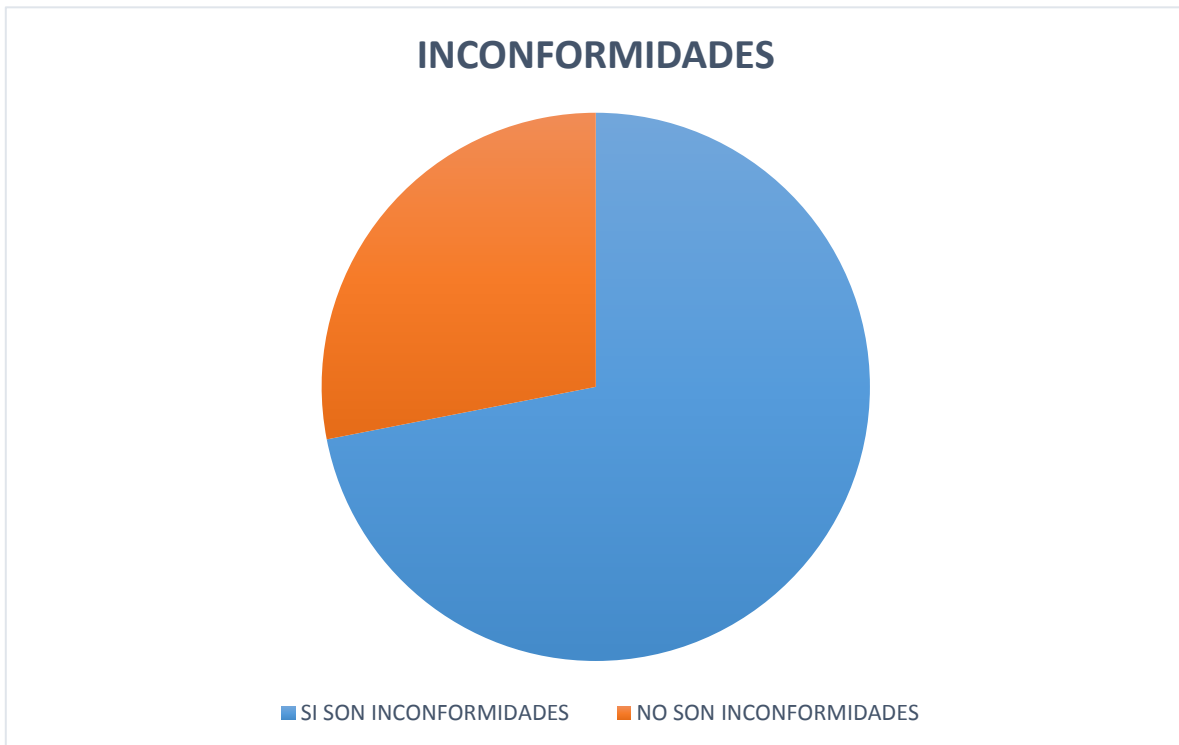
HIPOTESIS SOLUCIONES ACTUALES	ANALISIS
1. Realizando descuentos y promociones.	La mayoría de las Pymes dicen que esto sería bueno, pero no en exceso.
2. Haciendo publicidad diaria, como volantes o avisos.	La gran mayoría de las Pymes dicen que esto es muy bueno ya que ayudara a que personas que no conocen la marca la tengan en cuenta.
3. Teniendo una buena calidad en sus productos.	Todas de las Pymes dice que el tener buena calidad en sus producto ayudara a que sus clientes se fidelicen con ellos.



### 3.2.4 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.

A continuación se validaran las hipótesis planteadas anteriormente por medio del formato de la entrevista.

HIPOTESIS LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES	ANALISIS
1. Que los clientes se quejan cuando las promociones y descuentos cambian o se acaban	La mayoría de las pymes dicen que esta es una de sus mayores inconformidades al momento de dar promociones o descuentos
2. Se necesita de un presupuesto alto para realizar la publicidad	La gran mayoría de las Pymes dicen que esta inconformidad se presenta mucho ya que ellos no pueden hacer publicidad durante todo el año.
3. En algunas ocasiones el producto puede salir de mala calidad por algún inconveniente en la producción	Casi ninguna pyme ve esto como una inconformidad ya que dicen que es de lo que más cercioran es de la calidad de sus productos antes de hacer entrega al cliente.



## 4. Prototipo

### 4.1 Descripción del Producto o servicio

Nuestro servicio está enfocado en la personalización de elementos publicitarios personalizados para las Pymes, con el fin de posicionar su marca y lograr la fidelización de sus clientes a través de elementos personalizados que estos obsequiaran a sus clientes.

### 4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.

<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>	
<b>DENOMINACION DEL SERVICIO</b>	Prestación de servicio integral de personalización de productos publicitarios y otros servicios afines.
<b>DENOMINACION TECNICA DEL SERVICIO</b>	Servicio integral de sublimación y personalización de objetos publicitarios.
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>PERSONAL.</b> Un asesor comercial para captar futuros clientes con experiencia comercial certificada en ventas, un operario con experiencia en manejo de máquinas sublimadoras y una persona con conocimientos de la zona para la entrega de los productos.
	<b>EQUIPOS.</b> Una impresora para sublimación, una plancha termo fijadora, una termo fijadora MUGS y una termo fijadora para gorras.

## PORTAFOLIO DE PRODUCTOS



### MUG PERSONALIZADOS:

MUG EN CERÁMICA DE 11 OZ, CON LA MEJOR CALIDAD, PERMITIENDO SUBLIMAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE SU EMPRESA CON LOS MEJORES COLORES, MANEJANDO DIFERENTES ESTILOS, BLANCO, NEÓN, MÁGICOS, CON COLOR INTERNO, CON BORDE Y OREJA DE COLOR,

PAD MOUSE CON EL DISEÑO QUE LA EMPRESA DESEA, PARA PERMITIR DE ESTA FORMA ESTAR SIEMPRE EN LA MEMORIA DE SUS CLIENTES



LAPICEROS MARCADOS PARA OBSEQUIAR A LOS CLIENTES, GENERANDO RECORDACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

CALENDARIOS IDEALES PARA ESTAR PRESENTES DURANTE TODO EL AÑO CON SUS CLIENTES, PROMOCIONANDO SUS PRODUCTOS DE UNA MANERA ESPECIFICA.



GORRAS PERSONALIZADAS, TIPO CAMIÓN Y CERRADAS, MANEJANDO UNA GRAN VARIEDAD DE COLORES.

## **5. Planeación Estratégica Generativa**

### **5.1 Identidad Estratégica.**

#### **Misión**

Ser el mejor proveedor de material POP y personalizados de la localidad de chapinero, para lograrlo, hemos establecido una cultura que apoya los miembros de nuestro equipo, para que ellos puedan dar un servicio excepcional a nuestros clientes, ofreciendo así el mejor servicio, variedad, calidad y valor de productos.

### **5.2 Futuro Preferido**

#### **Visión**

En el año 2023 seremos una entidad líder coordinador y facilitadora de la creación, la promoción y el impulso de las micro, pequeñas y medianas empresas, para mejorar su posicionamiento de marca, fidelización y recordación de sus clientes

### **5.3 Objetivos empresariales**

#### **5.3.1 Objetivo General**

Ayudar a las Pymes de la localidad de chapinero a posicionar su marca y generar recordación y fidelización de sus clientes.

#### **5.3.2 Objetivo específicos**

- Fidelizar los clientes de las Pymes a las cuales prestamos nuestros servicios.
- Ayudar a estas Pymes a posicionar su marca.
- Ayudar a las Pymes a crear recordación de sus clientes.
- Mejorar la tasa de retención de clientes
- Ampliar nuestras actuales líneas de producto.

### **5.4 Valores corporativos.**

- **El trabajo en equipo:** Nuestro grupo de trabajo se destaca por realizar todas nuestras labores de manera conjunta, con el fin de alcanzar los objetivos comunes, todos con un mismo fin aportando para crear soluciones y resolver los conflictos dentro de los trabajos encomendados.



- **Colaboración:** Basados en el principio del trabajo en equipo, nuestro grupo se caracteriza por ser colaborador, buscando siempre el bien común para lograr nuestros objetivos.
- **Servicio:** Prestando apoyo a nuestros compañeros, aprovechando los medios que poseemos y así ayudando a mejorar la relación con nuestros clientes.
- **La innovación:** Partiendo de los conocimientos que ya se poseen nuestra empresa innova para solucionar los problemas y facilitar las actividades que como Equipo desarrollamos en el día a día.

## 6. Análisis del Macroentorno

### 6.1 PESTEL

	POSITIVO	NEGATIVO
<b>Político</b>	Mercados internacionales	Los impuestos que cobra el estado a las empresas, son demasiado altos.
<b>Ecológico</b>	El buen manejo de los desechos de las mezclas de tinta.	Consumo de energía de las maquinas utilizadas.
<b>Social / Cultural</b>	Se mantiene la imagen corporativa de las empresas.	Las clases sociales, ya que hay empresas que tiene una mayor posibilidad de adquirir mejor publicidad.
<b>Tecnológico</b>	Continuamente La tecnología avanza, permitiendo la mejora de las maquinas que se utilizan para la personalización de objetos publicitarios.	Estas nuevas maquinarias al ser tecnología de punta tienen un costo elevado y en ocasiones toca invertir en capacitación para el manejo de estas.
<b>Económico</b>	La inflación ya que los insumos y materia prima aumentan y esto provoca la elevación de nuestros precios.	Tasa del desempleo, porque las personas no tienen dinero para comprar.
<b>Legal</b>	Leyes de protección al consumidor.	Nivel de regulación del mercado.

## 6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER



## 7. Conclusiones

La evidencia que se mostró anteriormente demuestra que las empresas Pyme de chapinero necesitan posicionamiento de su marca, fidelización y recordación de sus clientes; para aumentar sus ingresos a través de las ventas.

Para esto imágenes, material pop y personalizados; tiene la solución innovadora e ideal para la solución de estas necesidades.

## 8. Bibliografía

Guía metodológica y lineamiento de grado (CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR – CUN)