

Estudiante: Derly Carolina Guzmán Guapacho

Kelly Johanna Granja

Programa: Administración Turística y Hotelera

Profesor: José Toro

Asignatura: Opción de grado

DJ KINEG

2018

## INTRODUCCION

1. CUSTUMER DEVELOPMENT.....	1
1.1 DEFINICION IDEA DE NEGOCIO.....	1
2. STAKE HOLDERS.....	2
2.1 CLASIFICACIN DEL SEGMENTO.....	2
2.2 CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO.....	2
3. NECESIDAD.....	3
4. BENEFICIOS.....	4
4.1 NECESIDADES DEL STAKE HOLDERS.....	4
4.2 RAZON POR LA CUAL SE RESUELVE LA NECESIDAD.....	4
4.3 PASOS PARA GENERAL LA SOLUCION.....	4
5. SOLUCIONES ACTUALES.....	5
5.1 IDENTIFICACION DEL ENTORNO.....	5
5.2 IDENTIFICACION DE LOS CANALES DE DISTRIBUCION.....	5
6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES.....	6
7. ENTREVISTAS.....	7

## 1. CUSTOMER DEVELOPMENT (DESARROLLO DE LOS CLIENTES)

Teniendo en cuenta que los elementos del hogar son necesarios y que en 45% de los colombianos ya están utilizando las plataformas virtuales para comprar, el producto central en este caso son las persianas el cual es un artículo que ha creado una dependencia, la importancia para la privacidad y el buen diseño en un determinado lugar hace que sea un producto necesario.

1.1 DJ KINEG es una idea creada para la necesidad anteriormente expuesta pero de una manera ecológica que ayude al planeta y que al mismo tiempo a la necesidad requerida, por ello la idea de negocio se plantea en la creación de persianas elaboradas de plástico (PET o PETE (tereftalato de polietileno) como materia prima, con este proyecto se desea que el cliente esté 100% satisfecho con el producto puesto, que como valor agregado habrán opciones de crear su propio diseño de persianas, esto se logra por medio de la página Web que estará habilitada para comprar diseños ya existentes o para crearlo en la misma página y pueda ser elaborada.

## 2. STAKEHOLDERS (USUARIOS)

Empresas y organizaciones que un proyecto puede requerir ya sea para alianza o para certificados, aprobaciones, o permisos para ser ejecutado o poder realizar su actividad.

Usuarios: Que son las personas que van a usar el producto, resultado del proyecto, y que por tanto mostrarán su satisfacción o insatisfacción con este.

Afectados.: Personas que sin estar directamente implicadas con el proyecto ni con el producto resultante, están afectadas por la ejecución de este.

La propia organización que ejecuta el proyecto específicamente los integrantes de equipo del proyecto.

### 2.1 CLASIFICACIÓN DEL SEGMENTO (USUARIOS)

**Invitados:** Son los usuarios que llegan a nuestra empresa por medio de un voz a voz ya sea personal o por medio de la Web.

**Usuarios:** Son los usuarios normales que pueden llegar de cualquier forma, pero se vuelven permanentes.

Usuarios interactivos: Este grupo representa a todos aquellos usuarios que son muy activos a la hora de utilizar las plataformas tecnológicas para realizar compras.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO (DEMOG, PSICOG, SOCIAL, ECONOMICO...)

### 1. Demografía

**Edad:** Usuarios entre los 20 años a 66 años ya que realizan compras mucho más razonables entre estas edades.

**Sexo:** El producto va dirigido tanto a hombre como para mujer.

### 2. Economía

**Nivel Socioeconómico:** 3 a 6

**Estado Civil:** No es indiferente su estado civil.

**Geográfico:** Como el producto es principalmente vendido por la Web no es necesario que viva en Bogotá se puede enviar Nacionalmente.

### 3. NECESIDAD (AMBITO GENERAL)

Se puede decir que las persianas es un artículo realmente importante en el hogar ya por ello:

La correcta elección de unas persianas depende el aislamiento, el confort y la estética de una casa. Estas son las principales opciones. La importancia de las ventanas y del resto de cerramiento en el confort térmico y acústico en el hogar resulta fundamental. A menudo, tras elegir cuidadosamente un modelo de doble acristalamiento se descuida un aspecto que puede llegar a ser clave en función de la orientación de la vivienda: la **protección solar** del cerramiento o, lo que es lo mismo, la necesidad de elegir unas persianas adecuadas que contribuyan a **optimizar el nivel de aislamiento** de nuestra vivienda al tiempo que encajen con su estética. Estas son las claves para que acierten con el sistema elegido. (J. C. Galindo, 26 de diciembre, 2015)

## 4. BENEFICIOS

En los beneficios se encuentran muchas partes diferentes beneficiadas, una de ellas es el medio ambiente por el cual se extraerá la materia prima de nuestro negocio, el segundo es el usuario quien encontrara la privacidad y cubrimiento de forma gradual de sus ventanas y por último se darán oportunidades de empleo para el proceso de elaboración del producto.

### 4.1 NECESIDADES DEL STAKE HOLDERS

La necesidad principal que desarrollan los usuarios es la privacidad ya sea para su hogar, su lugar de trabajo, u otros. Con diseños modernos y novedosos sacando de su mente los modelos tradicionales de persianas ya existentes.

### 4.2 RAZON POR LA CUAL SE RESUELVE LA NECESIDAD

Al comprar el producto se cubre la necesidad existente que sería la falta de privacidad y luz en momentos donde no se desea.

### 4.3 PASOS PARA GENERAR LA SOLUCIÓN

1. Revisar la página Web de DJ KINEG y escoger el diseño que más le guste
  - a. Puedes crear tu propia persiana en la página Web de DJ KINEG
2. Esperar de 8 a 10 días para que llegue el pedido.
3. Instalarlo donde más prefiera
4. Disfrutar de privacidad absoluta en el lugar que desee poner el producto



## 5. SOLUCIONES ACTUALES

### 5.1 IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO

El entorno donde se requiere del producto son los hogares, oficinas y locales ya que el producto es para lugares cerrados.

### 5.2 IDENTIFICACION DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El producto se distribuirá principalmente por Hogares, Oficinas y Hospitales

- ✓ Por medio de envíos Nacionales

Medios para adquirir el producto

- ✓ Por medio telefónico
- ✓ Por medio de la WEB, página principal de la empresa
- ✓ Voz a voz
- ✓ Por medio de envíos Nacionales

## 6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES

### LIMITACIONES:

1. La poca obtención de la maquinaria para la elaboración del producto
2. Problemas al conseguir la materia prima para la elaboración del producto
3. Poca aceptación del producto dentro del mercado

### INCONFORMIDADES:

Este factor se puede presentar al no cumplir todas las expectativas que espera el cliente con su producto.

### FRUSTRACIÓN:

Mucha competencia por macroempresas que tienen el mercado ya definido y sólido.

## 7. ENTREVISTAS

La Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, nos invita a desarrollar una idea de negocio a cargo de las estudiantes Carolina Guzmán y Johanna Granja. Basada en un artículo de gran necesidad para el hogar, oficina u otros. Pensando en ser más amigos con el medio ambiente queremos innovar en esta oportunidad elaborando persianas a base de botellas plásticas procesadas.

<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO</b>	<b>ENTREVISTA</b>
<b>LUCY MARIA OROBIO</b>	<b>¿De tener la posibilidad de aportar un grano de arena para ayudar al planeta conforme al medio ambiente lo haría?</b>  Si ya que me interesa mucho todo el tema del reciclaje.
<b>DIANA PAOLA GRANJA</b>	<b>¿Por qué razón adquiriría un producto de material reciclable?</b>  Adquiriría un producto de material reciclable, por el valor ambiental ya que esto significaría darles un

	<p>buen uso a aquellos recursos, realizando su transformación.</p>
<p><b>MARISOL OROBIO</b></p>	<p><b>¿Le gustaría que el producto fuera diseñado de forma personalizada?</b></p> <p>Si ya que me llama mucho la atención, la variedad de tonos y las figuras en los artículos que compro.</p>
<p><b>KEVIN DAVID GRANJA</b></p>	<p><b>¿Cuánto estaría dispuesto (a) a pagar por este artículo elaborado con material reciclable?</b></p> <p>Estaría dispuesta a pagar entre \$50.000 y \$70.000, considero que al ser un artículo elaborado con material reciclable debe salir más económico, que uno elaborado con tela.</p>
<p><b>MARIANA VIDAL</b></p>	<p><b>¿Estarías dispuesto a aportar material de reciclaje para el desarrollo de esta idea de negocio?</b></p> <p>Si me comprometería a iniciar en mi hogar con el reciclaje, y les pasaría una voz a voz a mis allegados para que me colaboren con ello.</p>

## **TAM**

En la organización DJ KINEG se cuenta con un potencial de clientes muy diversos ya que el producto que se ofrece es multicultural, el universo con el cual cuenta la compañía son los hogares de ahí se origina un gran número de clientes puesto que las familias u hogares son muy diversos, otro de nuestros potenciales son alianzas con empresas como, (hospitales y oficinas) que son lugares en los cuales requieren de luz natural gradual para el ambiente.

## **SAM**

En la organización DJ KINEG se cuenta con un cliente potencial en los hogares, el cual es tan diverso que se convierte en un voz a voz que amplía nuestros clientes de una forma más rápida pero también las empresas especialmente en el sector de oficina y hospitalario también se convierte en cliente potencial.

## **SOM**

Los clientes que podrían estar en la organización, son los establecimientos públicos ya que estos lugares no es usual la utilización de este elemento para cubrir las ventanas, ya que es en su mayoría remplazadas por calcomanías.