

Plan de marketing para caja fuerte digital portátil con sensor de anti desplazamiento

Richard Smith Oyola Santamaría

Ingrid Natali Morales

Viviana Carolina Orozco

Corporación Unificada Nacional CUN

Facultad de Opción de grado 2

Bogotá 2017

Contenido

1	Justificación	4
2	Matriz estratégica	5
2.1	descripción idea de negocio	5
2.2	Identidad estratégica	5
2.3	Futuro Preferido	5
2.4.	Objetivo general	5
2.5.	Objetivos específicos	6
2.6	Valores	6
2.7	Análisis de Pestel	6
2.8	Análisis Porter	8
2.9	Análisis Campo De Fuerzas	9
2.10.	Despliegue estratégico Generativa	11
2.11	Cadena de Valor	11
2.12.	Estrategia Competitiva	12
3.	Estudios de mercados	12
3.1.	Objetivos del estudio de mercados	14
3.2	Definición del mercado Objetivo	15
3.3	Metodología de Investigación	15

4. Plan de Marketing16

4.1 objetivos del plan de Marketing16

4.2 Estrategia de producto16

4.3 estrategia de precio17

4.4 Estrategia de publicidad18

4.4.1 Plan de medios18

5. Encuesta19

Justificación

Los sistemas de seguridad han sido una constante en la industria de un mundo en donde crece exponencialmente la tecnología que se adapta en un marco de necesidades para sus respectivas soluciones. Los diferentes sistemas de seguridad han sido enfocados en una alta gama de variantes que responden a una aplicación específica, pero con el inconveniente que muchos de estos sistemas tienen prestaciones muy semejantes que llevan a la industria a un alto grado de competitividad, en donde se innovan los productos de tal forma que contengan características únicas que los demás de su competencia no tenga, para de esta forma ganar la mayoría de mercados.

El manejo y diseño de cajas fuertes es muy importante en las empresas el proyecto tiene como finalidad una caja fuerte convencional como valor agregado es un sensor de desplazamiento ya que generalmente cuando ocurre un robo en establecimiento y los productos se encuentran en la caja con mayor facilidad se pueden llevarla sin ningún problema. Con esto se beneficiará a las personas para que puedan incursionar de mejor manera en el ámbito laboral.

En el caso de los sistemas de seguridad, estos presentan grandes opciones accesibles a cierto tipo de clientes para este caso en particular hemos creamos esta opción de seguridad para pequeñas empresas o negocios en donde no es justificada la implementación de un sistema de alta gama debido al poco flujo de dinero que se maneja en caja día a día en el desarrollo de su actividad económica, pero que si se hace necesario para protección de los recursos, objetos o documentos utilizados en este tipo de negocios.

Matriz estratégica

2.1 descripción idea de negocio

Nuestro producto consiste en una caja fuerte portátil con un sensor de anti desplazamiento que busca dar una garantía más eficaz al cuidado de los objetos, documentos o dineros allí depositados. El sensor es el valor agregado a este sistema que busca hacer más competitivo este producto en el mundo comercial, centralizado a clientes específicos tales como pequeñas empresas y negocios de barrio

Identidad estratégica

Misión

Fabricación de cajas fuertes Krilopton con sensor de desplazamiento relacionado con la industria metalúrgica y la seguridad de dinero, joyas títulos valores documentos de vital importancia para empresas o personas.

Brindamos productos y servicios innovadores de excelente calidad con tecnología de punta. Estimular la generación de empleo y riqueza de los colombianos

Futuro Preferido

En tiempo límite de dos años queremos desarrollar un software más avanzado con la una tecnología similar pero que pueda ser aplicada a grandes empresa o entidades del sector financiero. Este lapso de tiempo corresponde a finales del 2018 y comienzos de año 2019.

Objetivo general

Crear una estrategia de comercialización y adaptación a diferentes tipos de clientes en el sector de seguridad electrónica referente a cajas fuertes portátiles de seguridad mínima.

Objetivos específicos

- a. Conocer las necesidades más relevantes en la seguridad de los diferentes elementos de las personas en la mayoría de los sectores comerciales.
- b. Diseñar una caja fuerte digital portátil con un valor agregado que satisfaga la necesidad de las personas en la protección de sus objetos valiosos.
- c. Implementar diferentes diseños y estilos con una determinada estética que se adapten a las diferentes.

Valores

Calidad: trabajamos para que los productos o servicios ofrecidos sean de excelencia.

Responsabilidad: nos comprometemos a entregar bienes y servicios de calidad, en los tiempos establecidos cumpliendo con el compromiso de reducir al mínimo el daño al medio ambiente.

Originalidad: Procuramos día a día realizar innovaciones, cambios y nuevas creaciones tanto en los bienes y servicios, en las metodologías laborales y estrategias.

Seguridad: nuestros clientes tendrán satisfacción en cuanto a sus necesidades en seguridad mínima.

Honestidad: Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

Análisis de Pestel

Factores políticos. Estas son predicciones que se hacen dependiendo a los posibles acuerdos comerciales que realicen nuestro gobierno, tasas de interés, la inflación, divisas.

Estos factores son solo estimaciones en un determinado tiempo, que en nuestra idea de negocio resulta favorable, ya que la economía se va a mantener estable en este 2017 y muchos

acuerdos comerciales se van a materializar en el 2018, permitiendo también el crecimiento de nuestro producto, ya que, si en unos sectores industriales crecen económicamente, también otros crecerán en forma proporcional.

Factores económicos. En Colombia los factores económicos están en expansión por eso es que resulta más favorable el comercio de diferentes servicios y productos que van originando una demanda que es la oportunidad en el crecimiento económico.

Factores sociales. El comportamiento de las personas en cuanto a la seguridad de sus negocios esta reducido a sistemas de seguridad que cuiden sus bienes en forma más general, para ello solo se emplean sensores de movimiento, alarmas, en si sistemas que solo cumplen con una señal de advertencia, por eso se hace necesario mostrarle el dispositivo de la caja fuerte portátil como un elemento que no solo tiene la capacidad de alarmar, sino también de proteger.

Factores tecnológicos. Existen gran cantidad de cajas fuertes portátiles en el mercado, en donde la mayoría de los casos solo tienen la función de proteger y tener acceso a una clave de seguridad con una alarma que se activa con un número limitado de aciertos, pero en nuestro caso se tuvo en cuenta otro factor muy importante, y es que a estas cajas fuertes también pueden ser hurtadas por su reducido tamaño, por eso se optó por agregarle un sensor de desplazamiento que proporciona un tercer frente de defensa, advirtiéndolo al usuario.

Factores ecológicos. Los factores ecológicos que de alguna forma afectara nuestro proyecto, tendría que ver con la energía, ya que si se va la electricidad y la caja fuerte no está cargada, se hace necesario el uso de baterías externas, esto implicaría un gasto extra para solucionar este inconveniente, pero este problema sería solo una eventualidad.

Factores legales. Esto hace referencia a posibles cambios en la normativa impositiva de cada país. Solo hay que cumplir con los requisitos del producto, esto implicaría más dinero para ir actualizando la información durante un determinado lapso de tiempo.

Análisis Porter

Poder de negociación de los clientes o compradores. Aquí se vive la guerra directamente por el cliente, ya que este opta por comprar productos de igual calidad, pero a menor precio, esta sería una negociación directa con el cliente, por eso la estrategia que manejaríamos con respecto a otras marcas sería manejar un precio estable y promedio. Solo cambiaría el valor de la caja fuerte más alto o más bajo dependiendo de las demás marcas, para mantenerlo en un nivel competitivo.

Poder de negociación de los proveedores. La negociación con los proveedores en términos de concentración resulta muy fácil de hacer una elección; solo hay que tener en cuenta el precio impuesto por ellos sobre las materias primas, por eso para mantener un precio estable se buscaría hacer la compra de estas materias primas al por mayor ya que se mantendría un precio muy bajo, bastante beneficioso, pero el inconveniente es que no siempre se va a poder mantener una compra estándar, por eso se negociaría un precio estable con el proveedor en términos de lapsos de tiempo, que en nuestro caso hace referencias a temporadas divididas en cuatro meses durante todo el año.

Amenaza de nuevos competidores. Porter ofrece siete barreras que permiten tener ventajas competitivas, pero nosotros optamos por emplear solo dos que son las siguientes:

Diferenciación del producto. Consideramos el hecho de la siguiente afirmación:

“Todo entra por los ojos”. Para nosotros es fundamental llamar la atención de los clientes mediante diseños interesantes de nuestras cajas fuertes, que vayan acorde al gusto de cada cliente, garantizando siempre su correcta funcionalidad.

Acceso a canales de distribución. Ampliaríamos la distribución del producto en almacenes de cadena, sectorizándolo de tal forma que quede accesible al consumidor, claro está haciendo el respectivo estudio de mercado el cual se haría por medio de encuestas.

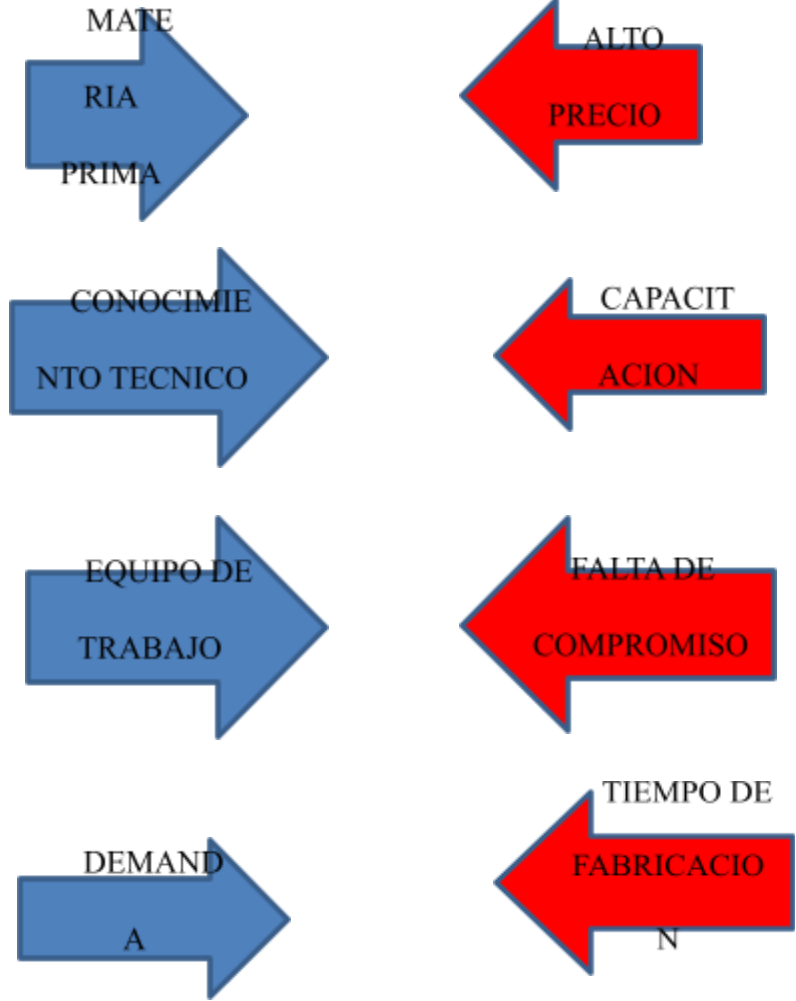
Amenaza de productos sustitutos. Las empresas buscan hacer productos a base de elementos difíciles de copiar lo que la hace muy rentable, pero hay muchos productos que no cuentan con esta ventaja como es el caso de nuestra empresa. En el mercado se cuentan con muchas cajas fuertes portátiles, inclusive algunas mejores que la de nosotros, por eso optamos por mantener un precio relativo que coincida con la compra y ahorro por parte del cliente.

Rivalidad entre competidores. Esta es la rivalidad por la rentabilidad en un sector específico. Por eso teniendo en cuenta que si hay muchos competidores las ganancias serían muy pocas, por eso optamos por la diferenciación de la caja fuerte mediante un diseño llamativo que resalte ante las demás de su tipo, además de tener un sensor que sirva como un tercer frente de defensa, además de ir implementándole mayores prestaciones para que logre ser más competitiva en el mercado, estableciendo una meta y objetivos y de esta forma tener un control de ventas.

Análisis Campo de Fuerzas

Fuerzas impulsoras

Fuerzas restrictivas



Despliegue estratégico Generativa

Estrategias Claves:

Publicidad visual por medio de redes sociales e internet.

Publicidad auditiva por medio de las emisoras más conocidas

Visita a posibles clientes con portafolio de servicios de nuestros productos

Objetivos estratégicos:

- a. Liderar el mercado de la seguridad en mercados pequeños
- b. Generar ventas anuales por 3000 unidades
- c. Aumentar ingresos anuales al presupuesto de la compañía

Cadena de Valor

cadena de valor para el sector metalmecánica se configura a partir de los proveedores de materias primas e insumos, quienes suministran para la fase de transformación de los fabricantes productos de acero, metal u otros, quienes elaboran piezas, laminas y suministran estas a otros fabricantes que elaboran distintas piezas, artículos o productos, entre ellos las cajas fuertes de seguridad, fase en la que emplean procesos de fundición, moldeo, cortes y uniones; finalmente se realiza la comercialización a partir de articulación con los canales para este fin, los cuales tienen distintas estrategias según el segmento al que se dirigen.

INFRAESTRUCTURA DE GESTION		ESTRATEGIA FINANCIERA			M A R G E N
RECURSOS HUMANOS		Operatividad, capacitación, Seguridad			
DESARROLLO DE TECNOLOGIA		Maquinaria, procesos productivos			
ABASTECIMIENTO		Materiales e insumos de calidad			
LOG. ENTRADA	OPERACIONES	LOG. SALIDA	MKTG. Y VTAS.	SERVICIO	
Proveedores	Registro material	REGISTROS	On line	Personalizado	
Ingresos	Verificación proce	INFORMES	E-marketing	Estandares de calidad	
	Control de inventa	REPORT. FINALES	Telemercadeo	Complementario	
	Archivo de produ	SIL	Exposiciones	Procesos	
			Directa		

Estrategia Competitiva

Nuestra caja de seguridad es un dispositivo capaz de solventar las necesidades básicas de seguridad, ya que cuenta con un sensor el cual contribuye a un tercer frente de defensa, alertando al usuario de un posible hurto. Este es el motivo por el cual los clientes nos preferirían perfilandonos en un marco de alta calidad.

Estudios de Mercados

Estrategia de Producto: Caja fuerte digital portátil la cual se le agrego un sensor de movimiento esta caja está diseñada para empresas pymes o micro empresas la cual su beneficios son su tamaño y seguridad además el material el cual está diseñada es anti oxidable el cual proporciona más cuidado con sus documentos y el material es ultra resistente contra golpes o líquidos el empaque el cual se envía la caja fuerte es una caja en cartón y dentro trae icopor para protección con bolsa de burbujas la garantía que de la caja fuerte es de un año el valor es asequible a cualquier persona a comparación de los demás proveedores no les proporciona el sensor de desplazamiento de la caja fuerte.

Plaza: Este producto será distribuido en almacenes que manejen la sección de electrodomésticos, para que quede muy bien sectorizado y a la vista de los clientes como una novedad que debería ser utilizada.

Promoción: se haría un descuento del 10 % todos los fines de semana con el fin de promover una demanda llamativa se cuenta con página web la cual puede encontrar un catálogo de diferentes diseños con diferentes descuentos el cual por la compra de una caja fuerte a través de la página participa en un sorteo de donde se le obsequiará otro modelo o diseño de caja fuerte.

Precios: se manejaría un precio con un valor de \$200.000 como valor base, que solo cambiaría de acuerdo con el cambio de la divisa de la divisa.

Estrategia de Producto: Caja fuerte digital portátil la cual se le agregó un sensor de movimiento esta caja está diseñada para empresas pymes o micro empresas la cual sus beneficios son su tamaño y seguridad además el material el cual está diseñada es anti oxidable el cual proporciona más cuidado con sus documentos y el material es ultra resistente contra golpes o líquidos el empaque el cual se envía la caja fuerte es una caja en cartón y dentro trae icopor para protección con bolsa de burbujas la garantía que de la caja fuerte es de un año el valor es asequible a cualquier persona a comparación de los demás proveedores no les proporciona el sensor de desplazamiento de la caja fuerte.

Plaza: Este producto será distribuido en almacenes que manejen la sección de electrodomésticos, para que quede muy bien sectorizado y a la vista de los clientes como una novedad que debería ser utilizada.

La empresa está en pleno desarrollo que va creciendo poco a poco y tiene mucho que ofrecer hacia el futuro ya que muchas opciones están limitadas y no se encuentran bien desarrolladas.

Objetivos del estudio de mercados

Innovación

La innovación es uno de los métodos para ingresar al mercado logrando a su vez posicionamiento en la mente de los consumidores. El proyecto va enfocado en satisfacer las necesidades de un producto para detectar oportunidades de negocio en un tiempo preciso que ofrezcan características y valores A los clientes.

Personalización

La evolución de mercado ha llevado a que los clientes se han más exigentes para así poder suplir sus necesidades de la mejor manera ahora cada persona busca una identidad propia atreves del consumo. La personalización es un medio para lograr un acercamiento con el cliente para así poder atender sus necesidades y atender las exigencias.

Involucramiento

Ofrecer proporcionalmente además los servicios básicos como los servicios agregados que ofreces una buena experiencia así cumpliendo con cada una de sus expectativas como consumidores este servicio lo que hace es entablar una confianza entre la empresa y el cliente y es también un atributo diferenciador.

Es un servicio que ofrece una amplia lista en las principales ciudades con bastante tráfico, básicamente es un buscador de clases de cualquier tipo. Analizándolo más a fondo nos podemos dar cuenta que es un servicio cuyo mercado meta son: hombres y mujeres de 13 a 45 años que habitan en las diferentes ciudades de un nivel socioeconómico el cual se proporcionara en los 20 varios diferentes desde el más alto al bajo. El tiempo y el dinero son 2 de los recursos más escasos. Conocer nuestro mercado objetivo nos permitirá elegir los medios de comunicación,

distribución y promoción adecuados para comercializar nuestro producto con eficiencia en dicho mercado.

En una segunda instancia, nosotros podremos seleccionar un segmento particular de nuestro mercado objetivo, sumando a los criterios demográficos y socioeconómicos ciertas características culturales y de consumo puntuales.

Segmentar nuestro mercado objetivo nos permitirá entender mejor la demanda y orientar nuestra oferta y esfuerzos de marketing a satisfacer las necesidades específicas de ese segmento.

Definición del mercado Objetivo

Nuestro producto va dirigido a empresas pequeñas y negocios de barrio ubicados en la ciudad de Bogotá, donde el volumen de establecimientos es grande y se hace notable la necesidad de la caja fuerte a precios cómodos y acéptales a su presupuesto.

Metodología de Investigación

Se realizó una investigación cualitativa de nuestro producto en donde los encuestados contestaron las siguientes preguntas con respuesta abierta en donde logramos identificar las características faltantes más comunes en las necesidades del sector en cuanto a seguridad mínima.

¿Qué tan importante es para usted la seguridad de las cuantías mínimas que tiene en su establecimiento?

¿En cuanto a las cajas de seguridad que cree usted que se debería implantar para aumentar la productividad de la misma?

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una caja de seguridad que adicionalmente tenga un sensor de desplazamiento para evitar su robo?

Plan de Marketing

Este plan de marketing está dirigido para nuestro producto de seguridad. Que en este caso es la caja fuerte portátil digital en donde se establece los diferentes criterios de credibilidad y fundamento para satisfacer con un sólido sentido de seguridad las expectativas de nuestro cliente.

Objetivos del plan de Marketing

- a. Ampliar la cartera de productos en un 10% correspondiente al mes de enero hasta el mes de mayo del 2018.
- b. Crecer en un 5% en venta directa en pequeñas y medianas empresas en el tercer trimestre del próximo año 2018.
- c. Obtener un 23% de ahorro en costos para cubrir gastos fijos en el segundo semestre del 2019.

Estrategia de producto

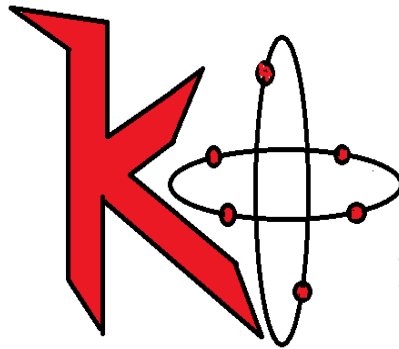


Imagen de la empresa

Nombre de la marca: Krilopton

Garantía: 1 año

Presentación:



Especificaciones:

son fabricadas en un metal extremadamente duro, lo que se hace que se conviertan seguras para cargar de forma portátil por lo que son muy pesadas. Constan de un sistema de cierre que solo se puede abrir mediante claves secretas.

Utilizan una especie de rueda numérica que da vueltas a la izquierda y a la derecha.

Usan sistemas de seguridad electrónicos, como una contraseña que generalmente son numéricas o método biométrico que viene a ser un lector de huellas digitales, lector del iris con unas dimensiones 25.cm de ancho 30cm de alto 25cm de fondo con un peso de 10kg y la podemos encontrar de color negro y gris

Estrategia de precio

Como la caja fuerte es un producto con un valor agregado que lo hace único, se optaría por buscar un precio de entrada basándose en el precio promedio de la demás competencia. Solo durante un lapso de tiempo en el que se busca dar a conocer sus ventajas sobre los demás

productos de su tipo para llegar de esta forma más fácil a las personas. El precio de entrada sería de 170000 pesos, no siendo muy cara y de esta forma estableciéndose una competencia en precio y calidad para más adelante llevarla al precio meta que es de 200000 pesos ya que si se mantiene la venta al precio de lanzamiento, no se podría cubrir el margen de costos de fabricación y transporte.

Estrategia de publicidad

-Estrategia promocional. Realizar una baja de precios equivalente al 10% los fines de semanas para motivar al cliente a comprar el producto, teniendo un conocimiento sobre las ventajas que este producto tiene sobre los demás, creando de esta forma un concepto de calidad asociado a nuestro producto que en este caso es una caja fuerte portátil. Después de este proceso ya se lograría en el cliente una necesidad de tener nuestro producto, y adquirirlo este o no este en promoción.

Plan de medios

a. objetivo

Crear un plan de medios para darnos a conocer en el mercado de los sistemas de seguridad de cajas fuertes.

b. Análisis target.

La caja fuerte portátil va dirigida a todas las pequeñas empresas y hogares que deseen la protección de sus artículos de valor.

c. Medios

Facebook

Avisos publicitarios

Volantes

d. Definición del formato.

Se desea realizar un anuncio estático referente a pancartas con colores y formas que llamen la atención de las personas a base de hologramas, En cuanto en Facebook se desea hacer un aviso animado en 3D con un fondo que lo resalte.

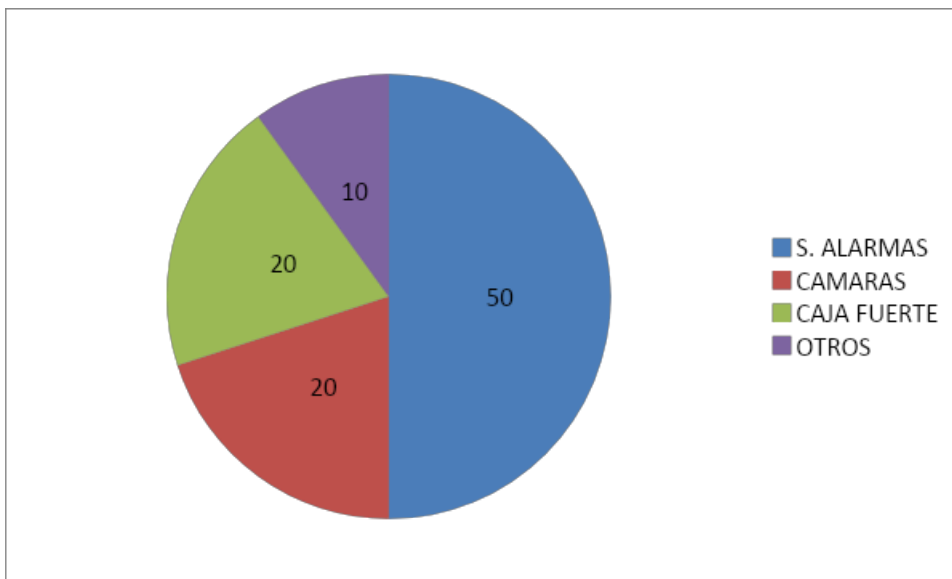
e. Timing.

El tiempo de duración de esta campaña de publicidad se haría por un lapso de 3 meses, y se volvería a repetir solo cuando el producto contenga otro valor agregado.

Encuesta

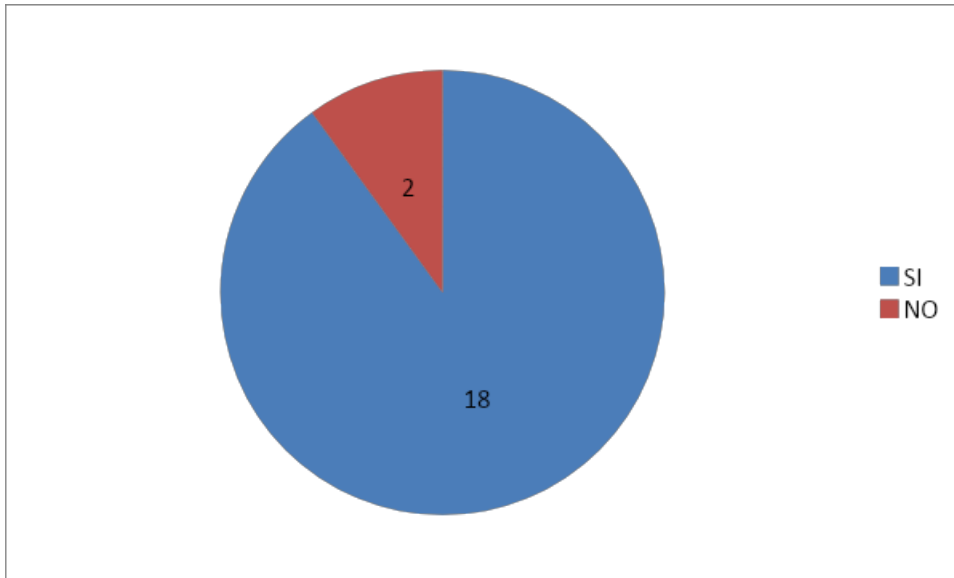
Total de encuestas 20

1. Actualmente que sistemas de seguridad adopta para la protección de sus artículos personales?
 - a. Sistemas de alarma,
 - b. Cámaras
 - c. Caja fuerte
 - d. Otros



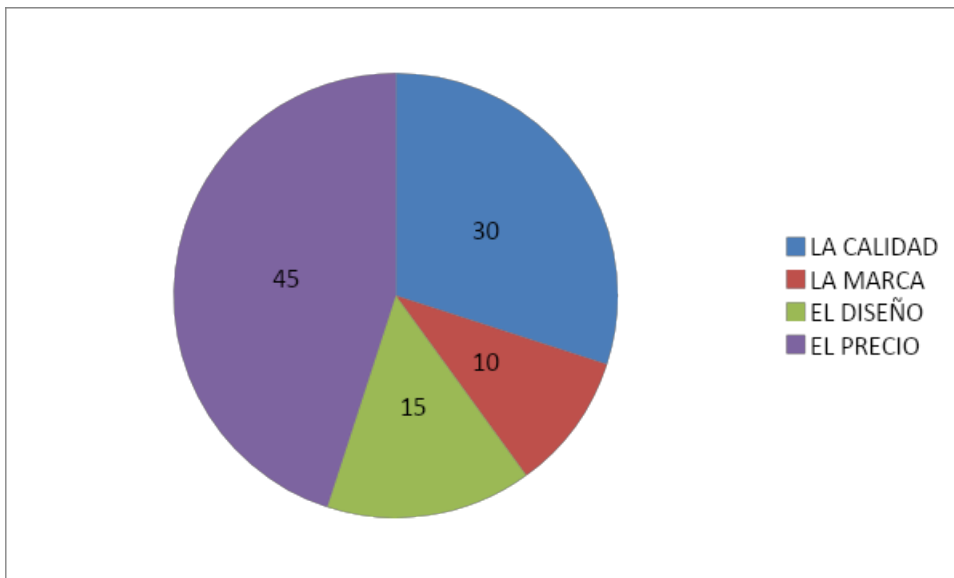
2. ¿Se siente satisfecho por la protección que ofrece estos dispositivos?

- a. Si
- b. No



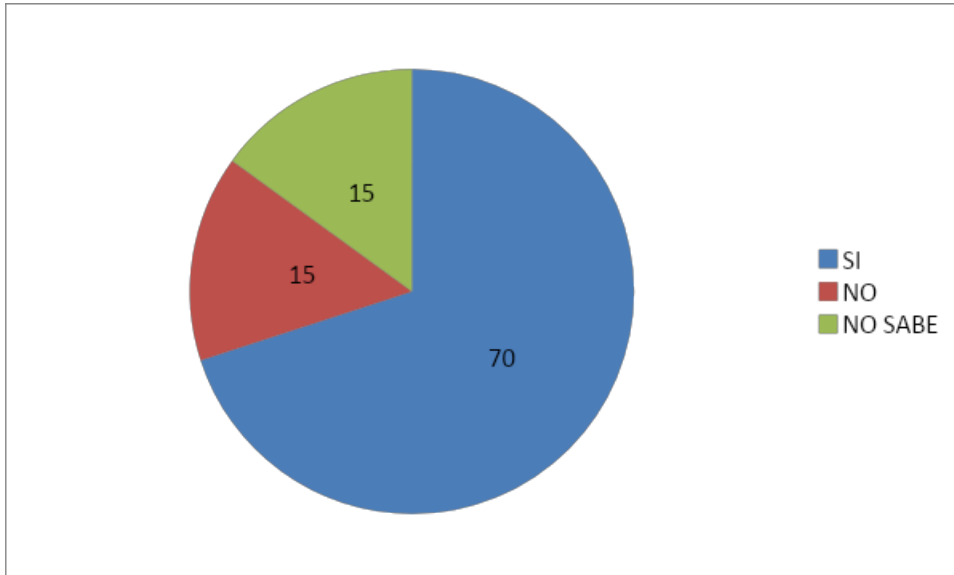
3. ¿Qué característica busca al momento de comprar un sistema de seguridad?

- a. La calidad
- b. La marca
- c. El diseño
- d. El precio



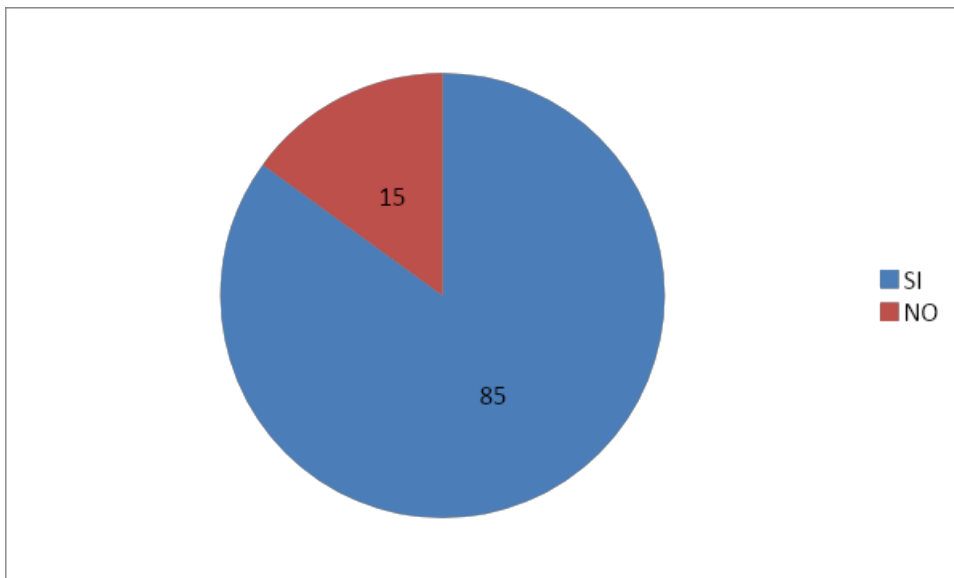
4. ¿Adoptaría el uso de las cajas fuertes portátiles para la protección de sus artículos personales?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe



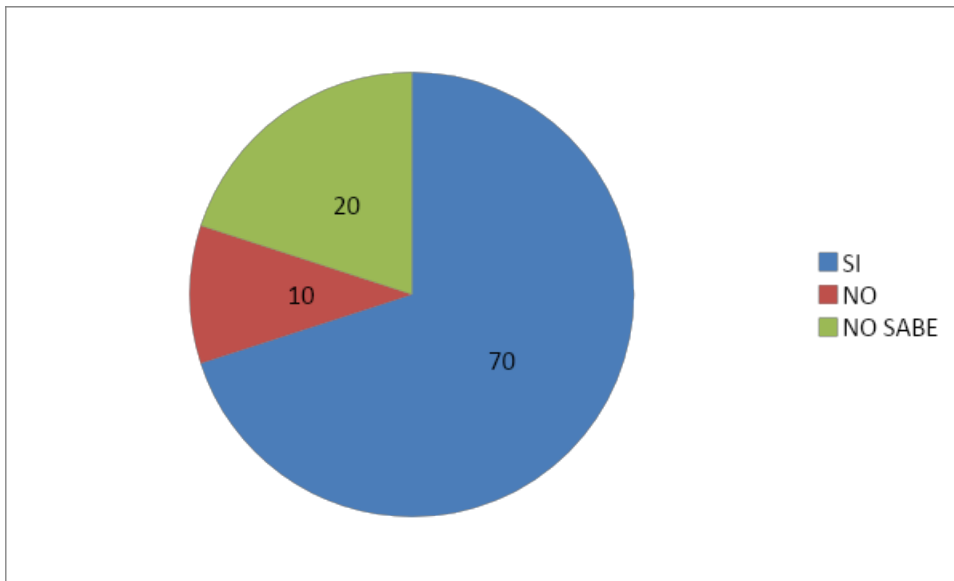
5. ¿Le gustaría que las cajas fuertes portátiles tuvieran algún un diseño y estilo determinado según su preferencia?

- a. Si
- b. No



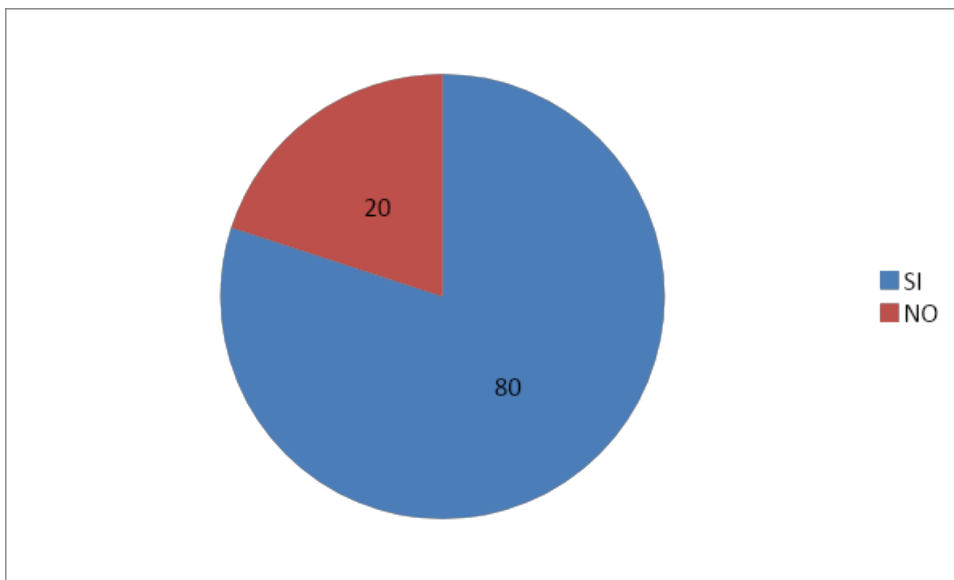
6 ¿Compraría este dispositivo por alguna característica especial que este tenga sobre productos similares sin importar el precio?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe



7. ¿Recomendaría su uso a diferentes establecimientos y hogares?

- a. Si
- b. No



Bibliografía

<file:///C:/Users/ingri/Downloads/GUIA%20METODOLOGICA%20Y%20LINEAMIENTO%20DE%20OPCION%20DE%20GRADO.pdf>

<http://www.praxis.com.pe/portal/?q=node/8>

http://www.acef.com.co/mat_virtual/albums/mat/Cap%202%20Estrategia.pdf

<http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>

<http://normasapa.net/2017-edicion-6/>

https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html

