

WindCut

Johanna Achila & Sergio Téllez

Mayo 2017.

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.

Bogotá D.C.

Opción de Grado I

Copyright © 2017 por Johanna Achila & Sergio Téllez.

Todos los derechos reservados.

Agradecimientos

Agradecemos a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior por brindarnos la posibilidad de crear y desarrollar este proyecto de emprendimiento, ya que es una posibilidad que le brindan a los estudiantes para que se puedan enfocar hacia lo que de verdad interesa, que es crear un negocio propio, generar ingresos propios y que podamos entrar en un mundo laboral y competitivo que cada día está creciendo de manera muy acelerada.

Resumen

Actualmente en el mercado existe bastante competencia, y podemos evidenciar que hay mucha población consumidora. Cada día se crean nuevas ideas, en donde se enfocan en brindar una satisfacción al público en general para su bienestar.

Queremos crear una solución de negocio para un problema común como es encender un cigarrillo, ofreciendo al cliente un producto de alta calidad y que sea accesible para él.

Creemos que nuestro producto no se ha implementado antes y de ser aceptado por la población o por los clientes será la principal alternativa para ellos.

Tabla de Contenidos

Introducción	7
WindCut.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
Logo.....	9
Misión.....	10
Visión.....	10
Conclusiones	10
Citas bibliograficas	10

Lista de figuras

Figura 1. Logo WINDCUT..... 9

Introducción

En el mercado actual la competencia es bastante ya que hay mucha población consumidora, así mismo podemos evidenciar que cada día se crean nuevas ideas de negocio nueva competencia está surgiendo día a día, cada quien debe ver en qué sector se enfoca y como puede aportar un plus para que su idea o negocio prospere, es en este punto donde queremos incursionar, creando una solución para un problema muy común pero que no ha sido atacado, creemos que muy posiblemente tendremos problemas al momento de incursionar, pero así mismo estamos convencidos de que con una buena publicidad y con un producto funcional podremos ver resultados satisfactorios en un futuro no muy lejano.

WINDCUT

Windcut nace de la necesidad de crear un producto innovador y satisfactorio para las personas que fuman cigarrillo. Es una herramienta que ayudara a los fumadores a encender de forma más fácil y sencilla este producto.

Objetivo General

Crear un producto de alta calidad que supla la problemática que se ve actualmente cuando una persona va a encender su cigarrillo y la llama es apagada por el viento.

Objetivos Específicos

1. Incursionar en el mercado de forma satisfactoria, teniendo un alto índice de satisfacción sobre nuestros clientes.
2. Tener puntos de venta en los principales sectores de la ciudad donde se ve el consumo de cigarrillo, universidades, discotecas, bares, etc....
3. General una línea de producción que supla la necesidad que se creara e el mercado al promocionar el producto.
4. Crear el producto con materiales económicos para que así mismo se vea reflejado en el precio que se le dará al público.
5. Garantizar que nuestros clientes puedan acceder al producto en los lugares que frecuentemente usan para consumir cigarrillo.

Logo



Figura 1. Logo.

El significado de este logo

Representa la variedad y forma que tendrá nuestro producto. Ya que será un producto innovador y agradable para el consumidor, su forma triangular nos da una demostración de cómo es nuestro producto sencillo y fácil de utilizar.

Misión

Proveer un producto de alta calidad a nuestros clientes, y que así mismo se vea reflejado en la accesibilidad que tiene el producto con respecto a su utilidad, para así tener una gran cantidad de clientela satisfecha, esto con el fin de que nuestra empresa sea reconocida por brindar productos funcionales y de muy buena calidad, así mismo queremos ofrecer la mejor impresión en el mercado ya que somos una empresa que incursiona en un mundo de mercado nuevo e innovador.

Visión

Ser la empresa líder en distribución de productos y mercancía “WindCut”, en el 2020 poder llevar nuestro producto a los principales puntos de Bogotá y para el 2025 llegar a distintas ciudades y tener distribuciones a toda Colombia.

Conclusiones

1. Se ha determinado que la población que domina al momento de consumir cigarrillos son los hombres entre los 18 y 23 años, estudiantes universitarios que suelen comprar sus cigarrillos en las respectivas tiendas de barrio.

2. Es apropiado aplicar el producto en la zona del centro de la ciudad de Bogotá, ya que la mayoría de las personas a las que se les hizo la aplicación de la encuesta coinciden que se movilizan a diario por el centro de la ciudad.

Lista de referencias

Andrews, S. Fastqc, (2010). A quality control tool for high throughput sequence data.

Augen, J. (2004). Bioinformatics in the post-genomic era: Genome, transcriptome, proteome, and information-based medicine. Addison-Wesley Professional.

Blankenberg, D., Kuster, G. V., Coraor, N., Ananda, G., Lazarus, R., Mangan, M., ... & Taylor, J. (2010). Galaxy: a web-based genome analysis tool for experimentalists. Current protocols in molecular biology, 19-10.

Bolger, A., & Giorgi, F. Trimmomatic: A Flexible Read Trimming Tool for Illumina NGS Data. URL <http://www.usadellab.org/cms/index.php>.

Giardine, B., Riemer, C., Hardison, R. C., Burhans, R., Elnitski, L., Shah, P., ... & Nekrutenko, A. (2005). Galaxy: a platform for interactive large-scale genome analysis. Genome research, 15(10), 1451-1455.