

Proyecto de opción de grado 1

CLAUDIA ROZO

Docente

Carlos David Widay Rivero Avendaño

CC: 1.010.211.259

Opción de grado 1

CUN

INTRODUCCION

A continuación se hará una presentación especificada del proyecto de opción de grado 1 denominado como masaje maleta, teniendo en cuenta cada uno de los parámetros y especificaciones dictados para este mismo, para así lograr conocer más a fondo las características, modelos, usos y mercados del producto, obteniendo una buena exposición y análisis para el surgimiento del proyecto.

IDEA DE NEGOCIO

- ▶ Esta idea de negocio surge ya que a lo largo de mi corta vida, me eh tenido que enfrentar con múltiples trabajos que me requerían soportar un peso considerable en la maleta esto para poder mantenerme, y así poder realizar mis estudios que me formen como un profesional, es por esto que siempre he tenido que cargar bastantes cosas en la maleta, quejándome por las molestas que esto generaba, gracias a esto y a mi necesidad de poder buscar una mejor forma de trasportarme si tener que estar quejándome que se me ocurrió la idea de negocio.
- ▶ Básica mente nuestra idea de negocio consiste en producir maletas que le proporcionen masajes relajantes a su portador mientras se trasladan con ellas a sus trabajos o estudios, incorporando a una maleta particular y ordinaria algo nuevo y extraordinario como lo es un sistema de motores con diferentes frecuencias e intensidad que proporcionen masajes a la espalda y hombros de los portadores.

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACION DEL SEGMENTO

- ▶ Tras el estudio de mercado realizado por medios de encuestas se pudo identificar el grupo estratégico a el cual se dirigirá y enfocara este proyecto, “sin cerrar las puertas a diferentes compradores”, los cuales son: jóvenes entre 18 a 26 años de edad que en su preferencia cursen una carrera administrativa o relacionada con la misma, con mayor afluencia al trabajo y el estudio ubicados en estratos dos, tres y cuatro.

NECESIDAD

- ▶ La necesidad que se pretende suplir es el estrés, el cansancio, y la molestias que genera cargar tanto peso, para los estudiantes que necesitan cargar sus objetos personales; y más a un para los estudiantes que también necesitan trabajar, por lo tanto requieren cargar más peso en sus maletas, generando mayos molestia muscular en la espalda y en sus hombros. Al implementar el sistema de motores en las maletas se proporcionara una serie de masajes que ayudaran a relajar los músculos, logrando así una mejor calidad de vida.
- ▶ Disminuir drásticamente el nivel de estrés y presión en los estudiantes que también trabajan o que solo se desempeñan en labores netamente estudiantiles.

BENEFICIOS

- ▶ Sin dudad alguna este producto revolucionara la forma y la manera de cargar nuestros objetos personales, convirtiendo una literal carga en una cómodo y placentera experiencia.
- ▶ Según expertos fisioterapeutas ayudara a mejorar la circulación de la sangres y por los tantos del mismo oxígeno, ayudando a tener una mejor capacidad motora e intelectual, elevando el rendimiento en sus diferentes labores diarias.

- ▶ Con bases en los múltiples beneficios que brinda este producto es correcto afirmar que el más importante de estos es sin duda es la mejora en la calidad de vida y el rendimiento del usuario.

NECESIDADES DE LOS STAKE HOLDERS

- ▶ La constante evolución que vive el ser humano lo lleva a buscar día a día una mejora continua, o también llamada reingeniería, es el porqué de todos los esfuerzos que el hombre soporta, es para vivir mejor para facilitar su propia existencia y este en un producto que sin duda lo ayuda a hacerlos. Las personas cada día quieren más y más no solo en forma física si no también intelectual, estudian ya trabajan al mismo tiempo.

IDENTIFICAR LA RAZÓN POR LA CUAL SE RESUELVE LA NECESIDAD.

- ▶ Según reportes de estudios clínicos hechos por reconocidas universidades, una persona en la actualidad es más propensa a sufrir tres grandes enfermedades, entre estas esta la llamada enfermedad del siglo veintiuno. El estrés, la cual se puede prevenir o curar con masajes relajantes, que es uno de los beneficios que brinda este producto.
- ▶ Una de las conclusiones a las cuales se llegó en el estudio de mercado es por la variedad no solo de productos sino de los modelos que pretende brindar el mismo con innovadores estilos que no solo brinden comodidad y clase.

PASOS PARA GENERAR SOLUCIÓN

- ▶ Se pretende ampliar el mercado no solo vendo las maletas que tengan este sistema ya aplicado si no también implementándolo a las actuales maletas que poseen nuestros compradores bajando su costo de inversión pero si aumentando nuestra ganancia y rentabilidad.
- ▶ Por el momento nosotros estaríamos dando solución por partes, pues ofreceríamos un producto el cual vamos a promocionar mediante redes sociales, internet, y será una tienda virtual, se tiene claro que de esta manera será un poco más complicado incursionar en el mercado y que se haga más conocido el producto. Pero al ser persistentes con la idea, ya luego se podrá poner puntos físicos, los cuales solucionarán las necesidades de nuestro mercado objetivo.

SOLUCIONES ACTUALES

- ▶ Actual mente se tiene la gran ventaja de la innovación del producto
- ▶ La comercialización que se le puede dar con gran facilidad y con gran rentabilidad en las universidades céntricas de la ciudad de Bogotá, ya que al encontrarse su gran mayoría en una misma localidad o sector demográfico de la capital de la república.
- ▶ Los sitios o carpas montables y desmontables que se pueden utilizar para hacer exhibiciones físicas y demostrativas del producto.
- ▶ La gran campaña cibernauta que se pretende realizar y ya que estamos en una época gobernada por las redes sociales y la influencia del internet, se pretende que tenga gran impacto.

INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES

- ▶ Una de las más grandes limitaciones que tenemos es que nuestro producto no tenga la respuesta que arrojó en las encuestas planteadas ya que estas pueden tener una des variación en los resultados.
- ▶ La falta de un punto físico permanente influya en la comercialización y exhibición del producto.
- ▶ El bajo capital con que se cuenta inicialmente para su correcta elaboración y comercialización.

MERCADO

- ▶ El mercado potencial al que se pretende llegar son estudiantes universitarios mayores de edad y que se encuentren laborando o desempeñando sus estudios ya que estos se sabe cuentan con los recursos económicos y con la capacidad moral de tomar una decisión de compra por su propia cuenta.

TAM - TOTAL ADDRESSABLE MARKET (MERCADO TOTAL O DIRECCIONABLE)

- ▶ Jóvenes universitarios que se encuentren laborando o desempeñándose en un trabajo, de estrato dos, tres, y cuatro entre los 18 y 28 años de edad que sus carreras de estudio tengan más afluencia hacia la administración o relacionadas con las mismas, ya que según el estudio de mercado son las personas que más cargan peso en sus respectivas maletas, por su mayor afluencia a cargar libros, portátiles entre otros objetos de mayor peso.

SAM – SERVICEABLE AVAILABLE MARKET (MERCADO QUE PODEMOS SERVIR)

- ▶ Los demás estudiantes que no necesariamente estén trabajando o desempeñando una función ajena a la de ser estudiantes, o estos mismos que no estén cursando una carrera administrativa.
- ▶ Personas del común o trabajadores que tengan que soportar un gran cúmulo de peso por que sus trabajos o se vida diaria se lo requiere, y que no necesariamente estén en los estratos socio económicos requeridos

FORMATO DE LA ENCUESTA

- ▶ Se realizaron diferentes preguntas enfocadas en conocer con certeza a el cliente para así poder llegar a ofrecer un producto que se convierta en un mercado potencialmente factible hacia el mismo consumidor se podrá evidenciar a continuación el formato realizado para llevar a cabo esta encuesta

Entrar - [encuesta1.e]

1. Edad: 21

2. Sexo: Masculino Femenino

3. Estrato: 1 3 5 2 4 6

4. Ocupación: Estudia Trabaja Estudia y Trabaja

5. Si estudia. ¿En qué área estudia? Ingeniería Artística Salud Administrativas

6. ¿Había escuchado antes acerca de las maletas masajeadoras? No

7. ¿En que rango están sus ingresos mensuales? Menos de 1 SMLV 1 SMLV Entre 1 y 2 SMLV Más de 2 SMLV

8. De los siguientes precios, ¿cual considera usted que es el más adecuado para adquirir una maleta masajeadora? \$100.000 - \$120.000 \$120.000 - \$140.000 \$140.000 - \$160.000

9. ¿De qué color compraría su maleta masajeadora? Azul Blanco Rojo Morado Negro Rosado Gris Otro

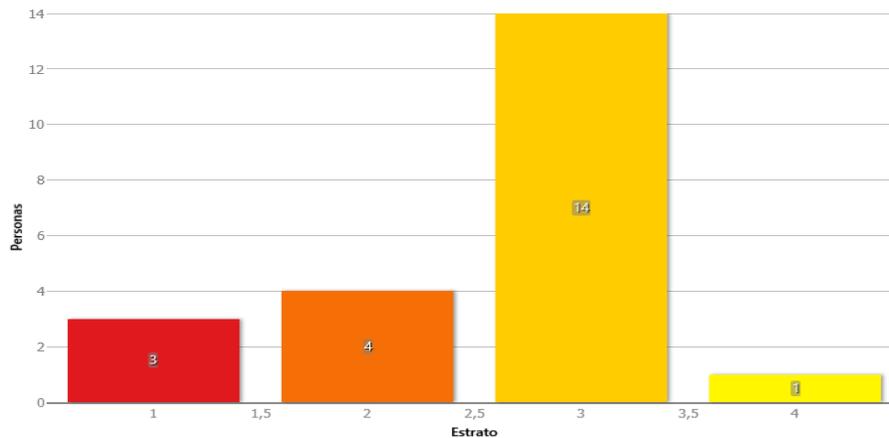
10. ¿Que busca usted concretamente en este producto? Comodidad Estilo Practicidad Otro

Nombre Edad | Tipo: Text | 4.5727060, 74.1573850, 4.22.31 a. m. | es-ES | 7.2.2.6 | CAPS | NUM | 11:22 p. m. 17/04/2018

- ▶ Se podrá hacer una mayor examinación de la misma en el trabajo de investigación de mercados.

ANALISIS DE LA INFORMACION

- ▶ Toda la información recaudada en las encuestas se agrupó en una tabla de respuestas en el programa de Excel, después con esta se realizaron tablas de comparación de respuestas y a cada una se le realizó un análisis y conclusión como por ejemplo
- ▶ En cuanto a la comparación general de las áreas de estudio evaluadas en la encuesta el área de administración corresponde al 38.89% de los encuestados es decir 14 personas que estudian en esta área.



- ▶ De igual forma se puede mostrar la información completa en el trabajo de investigación de mercados.

ANALISIS DEL MERCADO ENTORNO

▶ PESTEL

▶ **Político:** En cuanto a esto se refiere, mi proyecto no tiene ninguna relación con el ámbito político.

▶ **Económico:** este producto este incluido entre los gastos necesarios para cualquier persona que se desempeñe bien sea en una universidad o en un trabajo, y su costo comparado con los beneficios y el estilo que brinda se acomodan al ciudadano promedio para quien es dirigido este producto.

▶ **Sociocultural:** En cuanto a esto se refiere, mi proyecto no tiene ninguna relación con el ámbito político.

▶ **Tecnológico:** sin duda este producto cuenta con un sistema tecnológico avanzado que le permitirá graduar la intensidad y variación en los masajes que brinda a su portador, todo estos sistemas de implementación logran que se pueda implementar con facilidad a la tecnología.

▶ **Ecológico:** Realmente el proyecto como tal no tiene un punto que sea dedicado netamente a la ecología, pero igual que la tecnología es algo que va ligado a cualquier proyecto que se desee emprender, lo ideal es que se tengan buenas prácticas ambientales.

▶ **Legal:** la comercialización, distribución, fabricación y uso de este producto no tiene ninguna restricción legal impuesta por el estado colombiano, la empresa como tal después de superar unos requisitos de venta tendrá que comenzar a pagar los respectivos impuestos sancionados por la ley.

CINCO FUERZAS DE PORTER

- ▶ Compradores y clientes: están en constante desempeño cada día se reinaugura el mercado porque es una necesidad fija a un grupo específico.
- ▶ Proveedores y vendedores: dependiente de si se implemente a una maleta ya existente o se compre completamente nueva
- ▶ Amenazas de nuevos competidores: la experiencias y el gran recorrido en años y calidad que ya los tiene participes de una reputación que nosotros como empresa tenemos que ir creando a partir de calidad efectividad en la vente y buen servicio pos venta.
- ▶ Amenazas de productos sustitutos: las amenazas que se afrontan son los productos ya existentes como la gran cantidad de maletas que se comercializan en el mercado formal e informal.
- ▶ Rivalidad entre los competidores: fabricantes de maletas informales y en almacenes de cadena.

ANECZOS

- ▶ La gran mayoría de la información recolectada es autoría propia ya que he dedicado el tiempo de investigación para desarrollar este producto aun así me asesore de grandes expertos como lo son fisioterapeutas reconocidos, vendedores y promotores expertos en la comercialización de las maletas.

Datos

Andres Castillo - 312 5562459 fisioterapeuta

Carlos Sepúlveda no puso dar número de contacto, gerente de un punto de tutto