

Opción de grado 1

Kristian Abacuc Rodríguez Valdiri

Sergio Enrique Medina Arias

Dora Elsy Aguja

Guía opción de grado 1 creación de empresa

Linda Diana Bustos Parra

Docente – Tutor

Corporación Unificada Nacional

C.U.N.

Facultad Ciencias Administrativas

Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

1-11-2017

Contenido

Introducción

1. Justificación

2. Desarrollo de matriz de perfilacion de clientesCustomer 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)

➤ análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones (hipótesis)

2.6 mercado (identificación de tam, sam y som)

3. Validación 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.

Pentágono de perfilacion de clientes

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 macro entorno

I. PESTEL

II. cinco (5) fuerzas de PORTER

7. Conclusiones

8. Bibliografía

INTRODUCCIÓN

La movilidad es un asunto que nos afecta a los habitantes de Bogotá así mismo a los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N.) Bogotá frente a varias inconformidades de medios de transporte privados y públicos decidimos innovar un medio de transporte mejorando o satisfaciendo las principales necesidades de los estudiantes enfocándonos en la seguridad, comodidad, de los estudiantes principalmente en la mujer y personas con discapacidades.

Se evidenciaran las principales inconformidades o desventajas del medio de transporte que utilizan los estudiantes actualmente así mismo las necesidades y las soluciones que son fundamentales y únicas que tendrá MóvilCUN

1. JUSTIFICACION

Durante varios años en Bogotá los usuarios de todos los tipos de transporte se han demostrado inconformes con el medio de transporte que utilizan, los usuarios de medios de transporte privado como en el caso de las motos presentan problemas como la lluvia debido a que al vivir en una ciudad con una frecuencia constante de precipitaciones es una desventaja frecuente frente a otros medios de transportes además de lo anteriormente mencionado y de otros factores los habitantes de Bogotá optan por utilizar principalmente el transporte público, sin embargo los usuarios de estos medios de transporte se ven expuestos a varias problemáticas como inseguridad, incomodidad entre otras .

Por lo cual frente a la necesidad de los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N.) nuestro medio de transporte Móvil-CUN les ofrecerá a nuestros usuarios un medio de transporte seguro ,innovador y con varias ventajas únicas tales como : seguridad, servicio puntual, asesoramiento frente a materias u actividades atrasadas ,sillas especiales para mujeres embarazadas y personas con discapacidad, servicio de miscelánea y servicio de desayuno ventajas que tendrán frente a los demás medios de transporte.

CAPITULO 2

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES- . CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1Stakeholder.Los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N.) Bogotá Sede Centro

2.2Identificación de las Necesidades del Stakeholder (Hipótesis):

- Sentirse satisfecho al viajar al viajar siendo un ambiente confortable y seguro.
- Asesoramiento y aprovechamiento del tiempo: debido a los largos periodos de tiempo que las personas utilizan en los medios de transporte desplazándose se entiende que durante estos lapsos se pueda aprovechar el tiempo de una forma útil
- Alimentación Adecuada: debido a las apresurados horarios del medio de transporte actual los usuarios deciden descuidar su alimentación para cumplir con los horarios establecidos mantener una asistencia constante a las clases
- Obtener de manera rápida sencilla y ágil implementos necesarios para poder desarrollar las actividades del día a día

2.3 Identificación de Beneficios y Expectativas de Resultado (Hipótesis):

- Comodidad
- Tutorías
- Nutrición
- Puntualidad
- Servicio de papelería

2.4 Identificación de Soluciones Actuales (Hipótesis):

1. Transporte publico

1.1. Transmilenio

- 1.1.1.1. Beneficios (Agilidad, economía, factible días lluviosos.)
- 1.1.1.2. Desventajas (Sobre cupo, Incomodidad, Inseguridad.)

1.2. Bus-Buseta

- 1.2.1.1. Beneficios (Agilidad, economía, factible días lluviosos.)
- 1.2.1.2. Desventajas (Sobre cupo, Incomodidad, Inseguridad)

1.3. Taxis

- 1.3.1.1. Beneficios (Comodidad, factible días lluviosos, seguridad.)
- 1.3.1.2. Desventajas (Precio, trancones, irrespeto.)

2. Transporte privado

2.1. Motocicleta

- 2.1.1.1. Beneficios (Agilidad, económico, comodidad, evita trancones)
- 2.1.1.2. Desventajas (Inseguridad ,perjudica días lluviosos)

2.2. Automóvil

- 2.2.1.1. Beneficios (Comodidad, factible días lluviosos, seguridad.)
- 2.2.1.2. Desventajas (Precio, trancones.)

2.3. Patines-Patinetas-Bicicletas

- 2.3.1.1. Beneficios (Agilidad, económico, comodidad, evita trancones)
- 2.3.1.2. Desventajas (Inseguridad, perjudica días lluviosos)

2.4. Uber

- 2.4.1.1. Beneficios (Comodidad, factible días lluviosos, seguridad, precio, respeto.)
- 2.4.1.2. Desventajas (no autorizado, trancones.)

2.5 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones (Hipótesis):

- Incomodidad
- Costo elevado
- Inseguridad
- Irrespeto
- Impuntualidad

- Intolerancia
- Clima lluvioso
- Poco aprovechamiento del tiempo

2.6 Mercado:

- **TAM** – Total Addressable Market (Mercado total o direccionable)
Estudiantes de la Corporacion Unificada Nacional (C.U.N.)
- **SAM** – Serviceable Available Market (Mercado que podemos servir)
Estudiantes de la Corporacion Unificada Nacional
(C.U.N.)SedeBogotá Sede centro
- **SOM** – Serviceable Obtainable Market (Mercado que podemos conseguir)
Estudiantes de la Corporación Unificada Nacional
(C.U.N.)SedeBogotá Sede centro Jornada Diurna (Con la primera
clase a las 7:00)

CAPITULO 3

3. VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

3.1 LA ENTREVISTA

Encuesta

Nombre: _____

Sexo: M__ F__ Edad: _____ Estrato: _____ Ubicación: _____

- 1) Está conforme con el medio de transporte que usa actualmente
Si____ NO____
- 2) Cree usted que el medio de transporte que utiliza actualmente puede mejorar
Si____ NO____
- 3) El medio de transporte que utiliza satisface sus necesidades
Si____ NO____
- 4) Qué necesidades tiene usted como usuario (NOMBRE 5)
* _____ * _____ * _____
* _____ * _____
- 5) Qué tipo de beneficios usted busca en un medio de transporte (NOMBRE 5)
* _____ * _____ * _____
* _____ * _____
- 6) Qué tipo de beneficios considera importante (NOMBRE 5)
* _____ * _____ * _____
* _____ * _____
- 7) Que inconformidades tiene con el sistema de transporte que utiliza actualmente
(NOMBRELOS)
* _____ * _____ * _____
* _____ * _____
- 8) El medio de transporte que utiliza actualmente lo complace
Si____ NO____
- 9) Usted como estudiante de la C.U.N. Corporación Unificada Nacional estaría
dispuesto a utilizar el medio de transporte presentado
Si____ NO____
- 10) Qué medio de transporte cree usted que le brindaría las mismas comodidades y
beneficios que le brindaría el medio de transporte presentado (NÓMBRELO)



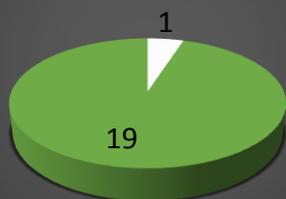
3.2ANALISIS DE LA INFORMACION DE RESULTADOS

La encuesta se realizó a un total de 20 personas estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N).Entre las edades de 18-30 años siendo los encuestados todos de estrato 3; Así mismo todos viviendo actualmente en Bogotá. Por otra parte se encontraron que los encuestados eran 13 mujeres y 7 hombres.

1-2 Preguntas (Soluciones Actuales)

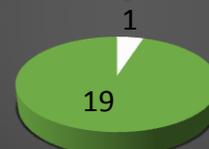
Con las siguientes preguntas se busca conocer el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de medio de transporte con el servicio que utilizan actualmente.

1) Está conforme con el medio de transporte que usa actualmente



■ Si ■ No

2) Cree usted que el medio de transporte que utiliza actualmente puede mejorar



■ Si ■ No

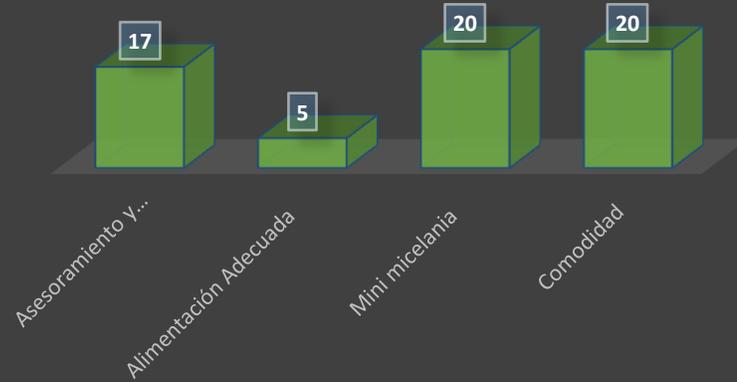
3-4 Preguntas (Necesidades)

Con las siguientes preguntas se busca conocer las necesidades que tienen los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N.) frente a él medio de transporte.

3) El medio de transporte que utiliza satisface sus necesidades



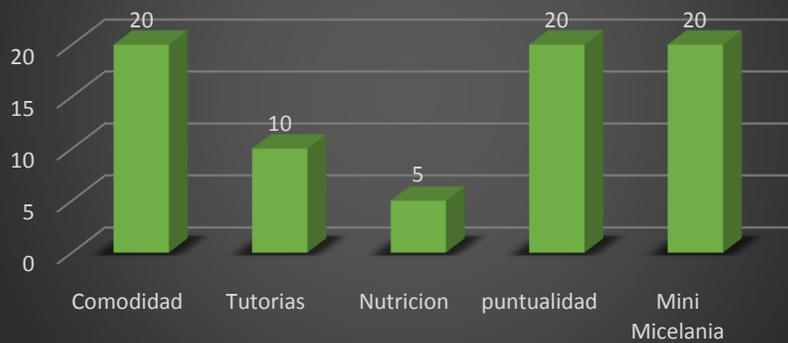
4) QUÉ NECESIDADES TIENE USTED COMO USUARIO (NOMBRES)



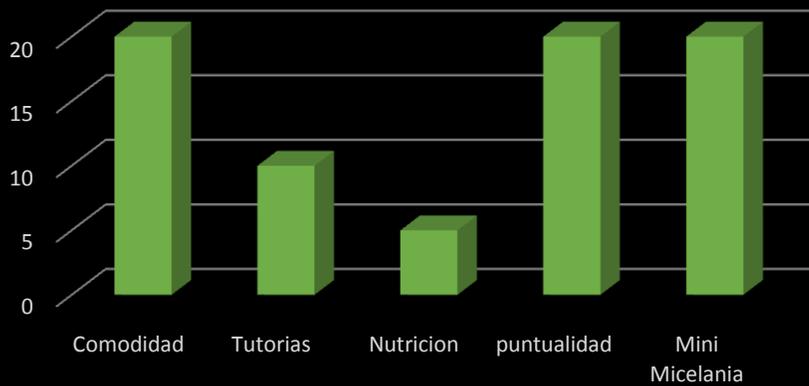
5-6 Preguntas (Beneficios)

Con las siguientes preguntas se busca conocer los beneficios que buscan tener los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N.) frente a él medio de transporte que desearían tener.

5) Qué tipo de beneficios usted busca en un medio de transporte (NOMBRE 5)

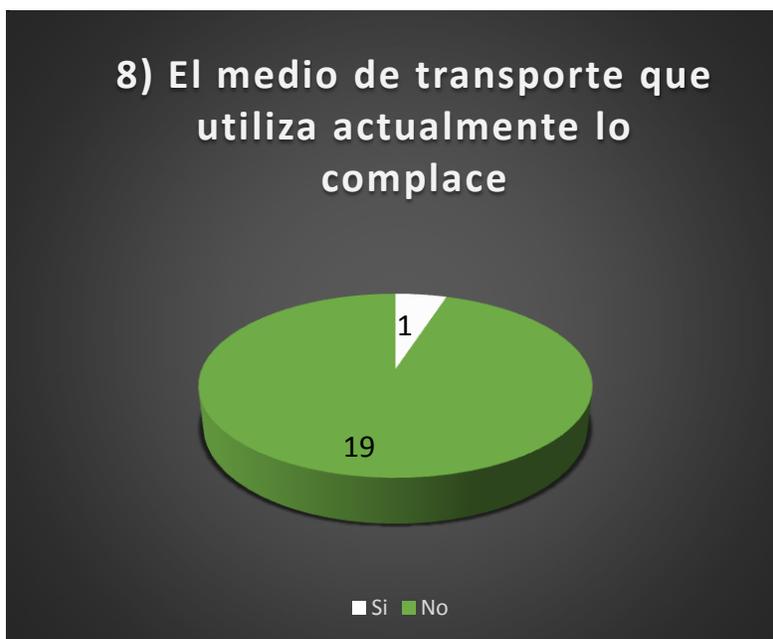
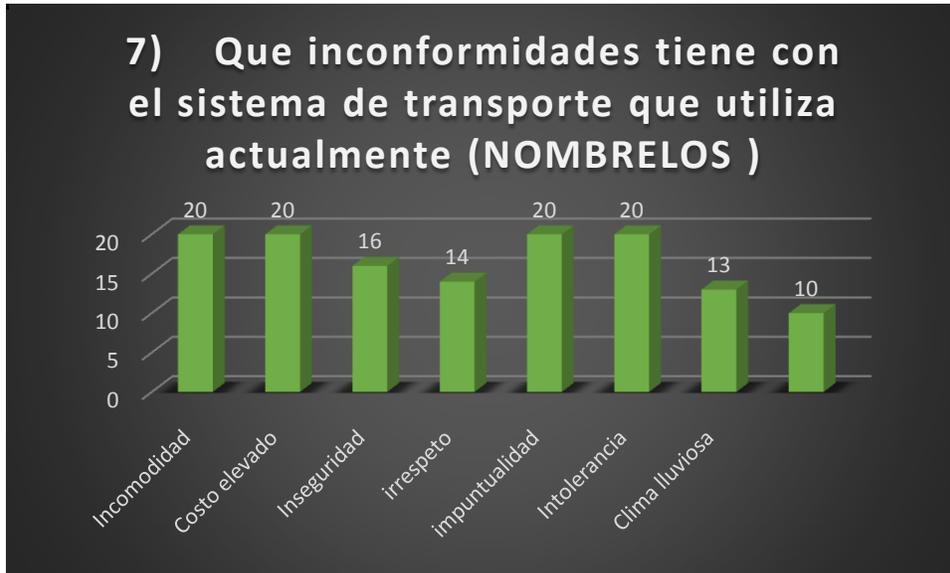


6) Qué tipo de beneficios considera importante (NOMBRE 5)



7-8 Preguntas (Inconformidades)

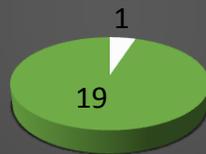
Con las siguientes preguntas se busca conocer las inconformidades que tienen los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional (C.U.N.) frente a él medio de transporte que utilizan actualmente.



9-10 Preguntas (Mercado)

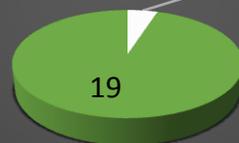
Con las siguientes preguntas se pretende reconocer el SOM o Serviceable Obtainable Market (Mercado que podemos conseguir). Para de esta manera buscar cómo enfocarlo con más precisión.

9) Usted como estudiante de la C.U.N. Corporación Unificada Nacional estaría dispuesto a utilizar el medio de transporte...



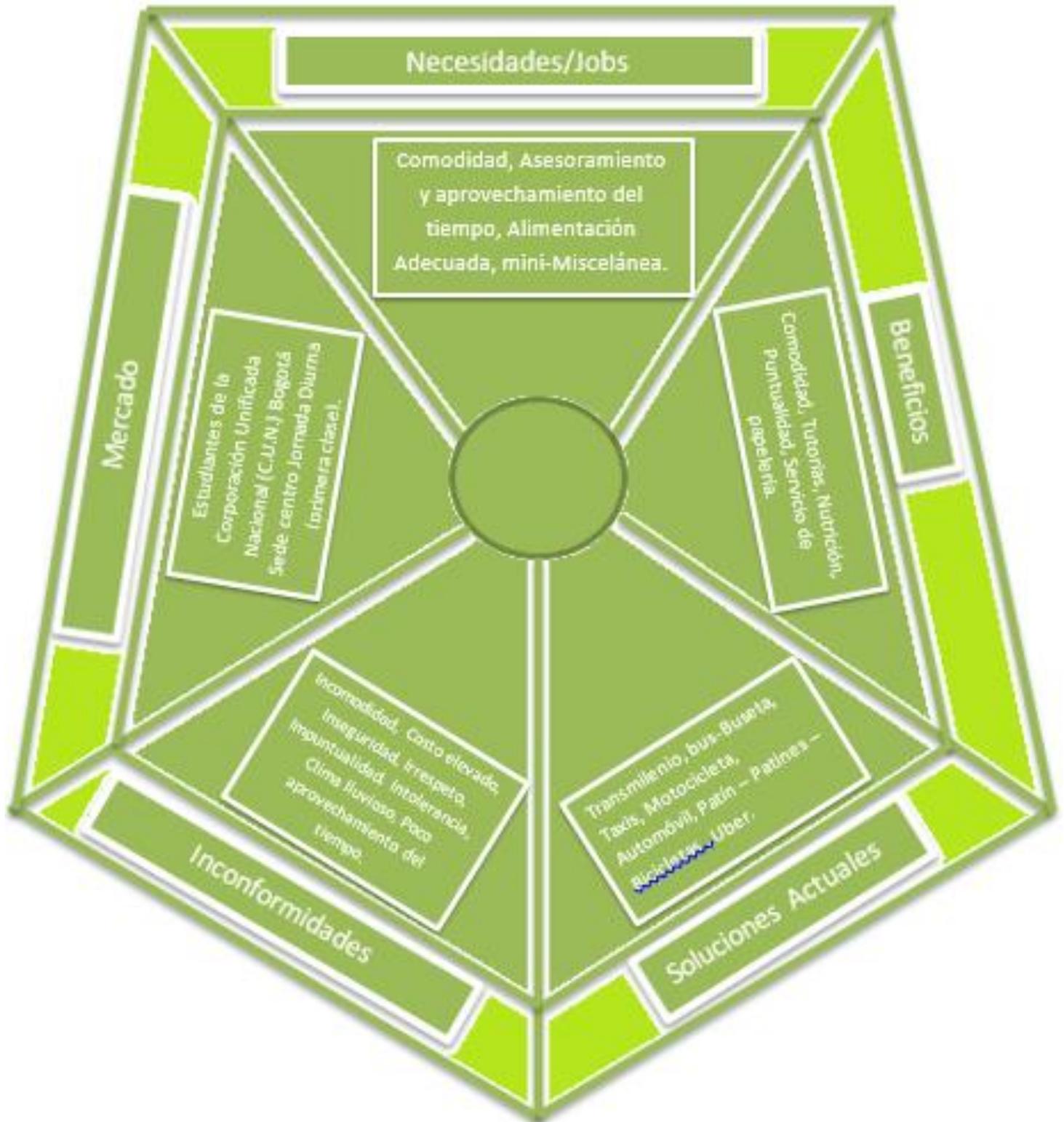
■ Si ■ No

10) Qué medio de transporte cree usted que le brindaría las mismas comodidades y beneficios que le brindaría el medio de transporte presentado (NÓMBRELO)



■ Otro ■ No

3.3 PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES FINAL



CAPITULO 4

4. PROTOTIPO

4.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nuestro servicio de transporte Móvil-CUN ofrece diferentes ventajas sobre los demás medios de transporte utilizados por los estudiantes cuenta con 3 tipos distintas de salas las cuales son:

SALA ESTUDIO (Nuestra sala consta con una mesa en la cual los estudiantes de la CUN podrán finalizar sus actividades universitarias apoyándose así mismo de un tutor el cual los apoyara en la materia que les pueda facilitar además de esto la sala consta de una mini-miscelánea en la cual les permitirá a nuestros usuarios adquirir utensilios necesarios para su estudio y servicio de impresora y fotocopiadora)



SALA COMEDOR (Nuestra sala consta de una mesa compartida en la cual los usuarios podrán disfrutar de un desayuno que constara de Caldo Huevos al gusto acompañado de pan y jugo de naranja así mismo de la compañía de otros estudiantes)



SALA DESCANSO (Ubicada en el 2do piso de Móvil-CUN permitirá a los estudiantes un ambiente de comodidad y relajación previos a un día académico la sala contara de Sillas cómodas incorporadas con una pantalla en la parte posterior)



4.2 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nuestro servicio de transporte Móvil CUN contara con 3 Salas además del Baño las cuales están diseñadas para satisfacer las necesidades de los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional C.U.N.

CAPITULO 5

5. PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

5.1 Identidad Estratégica: Móvil-CUN Es un servicio Innovador y cómodo que permitirá a los estudiantes de la Corporación Unificada Nacional C.U.N. gozar de un medio de transporte con ventajas únicas enfocadas en las mujeres embarazadas y personas con discapacidad.

5.2 Futuro Preferido: posicionarnos en Bogotá como el medio de transporte preferido por los Universitarios de la Corporación Unificada Nacional C.U.N. así mismo ser un medio competitivo frente a los medios de transporte de otras universidades.

5.3 Objetivos Empresariales

5.3.1 Objetivo General:

- Ser un Medio de transporte Rentable, estable y satisfactorio

5.3.2 Objetivos Específicos:

- Permitir a los usuarios una nueva elección en medio de transporte.
- Cumplir con las necesidades de nuestros usuarios.
- Garantizar el bienestar de la mujer así mismo de las personas con discapacidades físicas o intelectuales.
-

5.4 Valores:

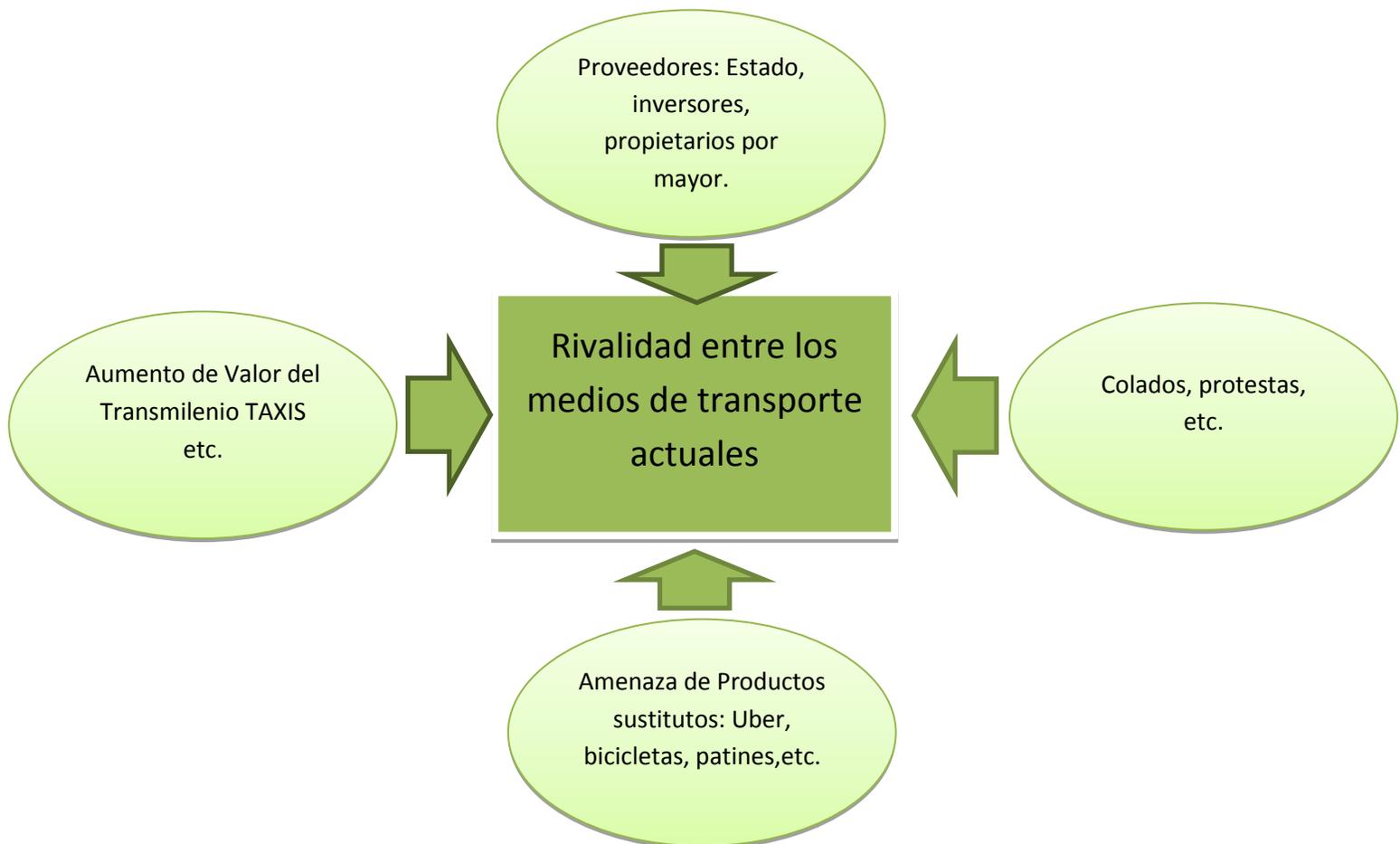
- Integridad.
- Cordialidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Seguridad.

5.5 Análisis del Macro-entorno

5.5.1 PESTEL:

- **Políticos:** Actualmente en Colombia se presenta una fuerte disputa entre los conductores de taxis y de Uber lo que permite el ingreso de nuevos medios de transportes
- **Economicos:** Actualmente el Transporte masivo presenta muchas dificultades siendo una de las principales su elevado costo comparado con los servicios que ofrece
- **Socioculturales:** Actualmente debido a la tensión de actividades como el trabajo, estudio entre otras genera en los habitantes de Bogotá una continua tensión la cual se ve reflejada en los medios de transportes públicos
- **Tecnológicos:** Las plataforma tecnológicas que existen actualmente así como los torniquetes no han sido fácilmente aceptados por la ciudadanía generando que su progreso sea mínimo así mismo plataformas como Uber a generado descontento frente otros medios de transporte
- **Ecologicos:** nuestro medio de transporte brindara un porcentaje de las ganancias a la reconstrucción de áreas de protección ambiental
- **Legales:** Movil-Cun a diferencia de otros medios de transporte será un uso exclusivo de los estudiantes de la C.U.N.

5.5.2 Análisis de Porter.



6. ANEXOS

7. CONCLUSIONES

Nuestro medio de transporte Móvil CUN satisface las principales necesidades de nuestros usuarios además de garantizar el bienestar, siendo la mejor opción a decidir.