

Opción de Grado I

Magicbrush

Nombres:

Diana Carolina Duran Gaona

Laureano Cubillos Blanco

Michael Duvan Fuquen Sanza

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)

Bogotá-Cundinamarca.

Opción I

Marzo de 2017

Tabla de Contenido

	Pág.
A. Introducción _____	2
B. Pentágono de perfilación de clientes _____	3
B. Necesidades _____	4
C. Beneficios _____	5
c. Soluciones Actuales _____	6
d. Limitaciones inconformidades Frustraciones _____	7
e. Identificación del mercado _____	8-9
g. Producto mínimo viable _____	10
f. Conclusiones _____	11
g. Bibliografía _____	12

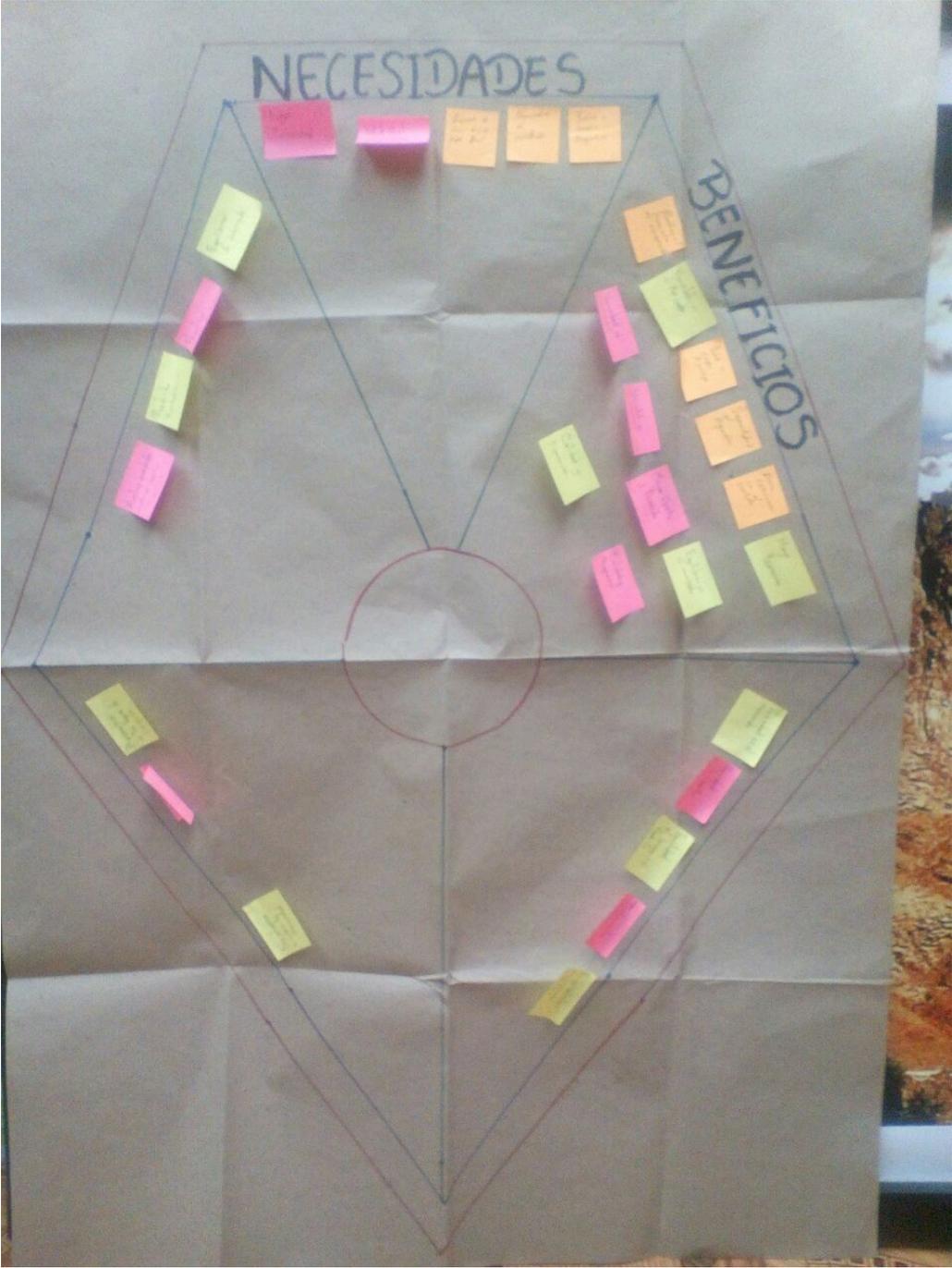
INTRODUCCION

En este trabajo escrito observaremos una serie Necesidades, Beneficios, Soluciones Actuales, Limitaciones inconformidades Frustraciones, Mercado; Para las personas interesadas o público interesado en el producto que les ofreceremos, nuestro grupos de interés (Stake Holders)

En nuestro diario vivir, solemos usar las personas ciertos productos ya sea para cuidar nuestra salud, apariencia como otros; por eso cabe destacar que nuestro cepillo dental es muy importante en el día a día , tanto porque sirve para mantener aseada nuestra boca, ya que si no la higienizamos o tenemos en buenas condiciones, nuestro entorno social no será muy amigable con nosotros y no solo nuestra boca sino nuestra higiene en general.

La mejor manera de prevenir enfermedades dentales y la Caries dental, responsables de la pérdida dentaria, es el uso del cepillo de dientes, el hilo de seda; lo recomendado es 3 veces al día o después de cada comida; aunque en algunos casos las personas no le prestan atención a esto, ya sea por tiempo o porque no tienen el hábito de llevar sus elementos de cuidado bucal a toda parte; pero que diferente seria si muchas de estas personas, ya sea por temas de viajes de turismo o de trabajo pudieran llevar sus elementos de higiene oral de una forma más practica y en un solo elemento a toda parte, sin complicarse y sin gastar mucho tiempo en el cepillado; pues uno muchas veces en un viaje gasta más tiempo buscando la cartera de los elementos de higiene o buscándolos dentro del morral como tal, que en el cepillado, incluso a alguno le pudo pasar que en una terminal aérea o terrestre por el afán, derramó la crema dental en el baño o hasta estuvo a punto de perder su tiquete por estar recogiendo el reguero dejado tras el cepillado.

Pentágono de perfilación de clientes



Respecto al pentágono de perfilación de clientes

1. Necesidades

Teniendo en cuenta las actividades realizadas en clase, nuestros grupos de interés son: viajeros, estudiantes, personas que laboran ocho horas diarias o más. Por lo tanto queremos bríndales una solución, pero para ello responderemos la siguiente pregunta ¿Cuales son la necesidades de nuestro grupo de interés (Stake Holders)? Sabemos que sus principales necesidades, en cuanto a la pirámide de Abraham Maslow son necesidades fisiológicas, ya que requieren lavarse los dientes todos los días al menos tres veces al día, para prevenir enfermedades Periodontal y la Caries dental, responsables de la pérdida dentaria, es el uso del cepillo de dientes, el hilo de seda o el cepillo y las visitas regulares al dentista, es lo que nuestro grupo de interés deberá hacer para suplir dicha necesidad, pero sabemos que la mayoría de las veces no es así.

De manera que ante la evidencia medica que nos muestra el observatorio nacional de salud oral, cabe destacar que la caries dental es la enfermedad más común; afecta al 90% de la población colombiana, los adolescentes entre quince a diecinueve años, la historia de caries es de 89%, es decir que de cada diez adolescentes nueve ya tienen historia de caries y a los cuarenta el 99% de las personas han sido afectada. Además, el no cuidarse los dientes genera una necesidad social es decir, las personas que no siguen con este requerimiento se pueden sentir frustradas y van a buscar una solución como los es prótesis dentales, Blanqueamiento dental entre otros. Pero creemos que el grupo de interés necesita facilidad al comento del cepillado, sin tener que cargar crema dental y cepillo a la vez, sabemos que esto es puede ser muy aparatoso exclusivamente para personas que viajan, estudian, personas que laboran más de ocho horas diarias, además de ello el cepillo puede recoger bacterias de donde las personas con esta necesidad guardan el cepillo dental, como por ejemplo maletas, casilleros, baños, entre otros. También hay una dificultad y es la cantidad exacta que debo utilizar para tener los dientes limpios sin tener que exceder de la cantidad que se requiere, es por todo lo dicho anteriormente que sabemos que podemos solucionar estas necesidades para nuestros grupos de interés.

2. Beneficios

Los beneficios que tienen actualmente nuestros grupos de interés (Stake Holdres) son los siguientes; Para lograr una eliminación de la placa dental y de los restos de alimentos que quedan en los dientes mediante una limpieza manual, el cepillo ideal debe tener cerdas suaves con las puntas redondeadas un mango largo y recto, con una cabeza lo suficientemente pequeña como para penetrar en la boca hasta alcanzar los dientes y las muelas menos visibles, y con la superficie de cepillado plana. Los cepillos de dientes deben renovarse con frecuencia, cada tres o cuatro meses, para evitar que las cerdas desgastadas dañen las encías. Con los cepillos eléctricos se obtienen una limpieza más minuciosa de los dientes, pero no son los indicados para las dentaduras demasiado sensibles. Pero lo anterior dicho no alcanzan a suplir dicha necesidad que ellos tienen, por ejemplo para suplir esa necesidad tienen que comprar cepillo y crema además de protector para el cepillo, sabiendo que hay cepillos eléctricos especializados, que puede llegar a ser costoso para nuestro grupo de interés, esto representa un gasto para nuestro grupo de interés, además es muy aparatoso para las personas que lavan sus dientes fuera de casa. Es por ello que si suplimos esa necesidad a nuestros (Stake Holders) podrían salir beneficiados si eligen nuestro producto.

Sabemos que representa alta oferta y demanda el cuidado de los dientes, por lo tanto podremos utilizar dos estrategias que son B2B (Enfoque de producto o servicio para empresas) o B2C (Enfoque del producto o servicio para clientes) es decir nuestro producto puede llegar a representar menor costo a los fabricantes de cremas dentales, es por ello que nuestro producto les puede interesar, y la principal que es, nuestro producto satisfaga la necesidad a nuestros grupos de interés brindándoles un limpiado vocal fácil y rápido sin molestia en cuanto al espacio que me genera el cepillo y la crema, además nuestro producto es ergonómico brindándole economía facilidad, rapidez, y una mayor limpieza en la boca. Estos son nuestros principales beneficios que podríamos brindar

3. Soluciones Actuales

Las soluciones que buscan nuestros grupos de interés para mejorar manera efectiva y prevenir la Enfermedad Periodontal y la Caries dental, es decir, un lavado de dientes continuo es el uso del cepillo de dientes, el hilo de seda o el cepillo y las visitas regulares al dentista. Manteniendo sus dientes naturales podrá masticar con mayor comodidad y disfrutar de una mejor digestión. Tendrá una sonrisa sana, complemento natural de su imagen y podrá hablar con mayor comodidad que si llevara prótesis dentales. La correcta higiene oral protege su salud, y le ahorra dinero. Mediante la prevención de problemas dentales, sus costes de tratamiento se reducirán drásticamente. La correcta higiene oral es parte esencial de una vida saludable. La principal responsable de la Enfermedad Periodontal y de la aparición de Caries es la placa bacteriana. La placa dental bacteriana es una película incolora y pegajosa que se forma constantemente entre los dientes, incluso en ausencia de comida. La eliminación cuidadosa de la placa mediante el cepillado diario y el uso de la seda dental y/o cepillo le ayudará a prevenir la Enfermedad Periodontal y las Caries.

Para lograr una eliminación de la placa dental y de los restos de alimentos que quedan en los dientes mediante una limpieza manual, el cepillo ideal debe tener cerdas suaves con las puntas redondeadas un mango largo y recto, con una cabeza lo suficientemente pequeña como para penetrar en la boca hasta alcanzar los dientes y las muelas menos visibles, y con la superficie de cepillado plana. Los cepillos de dientes deben renovarse con frecuencia, cada tres o cuatro meses, para evitar que las cerdas desgastadas dañen las encías. Con los cepillos eléctricos se obtienen una limpieza más minuciosa de los dientes, pero no son los indicados para las dentaduras demasiado sensibles. Además, obtienen estos productos en cualquier tienda del país porque son productos de primera necesidad. Pero estas soluciones actuales le son insatisfechas a un nicho de mercado como estudiantes, viajero, personas que laboran más de ocho horas diarias.

4. Limitaciones, Inconformidades y frustraciones

A las soluciones actuales resulta frustrante para nuestros grupos de interés el sentirse incómodo al cepillarse fuera de casa ya que es expuesto a factores externos y que pueden llegar a contribuir a la contaminación de bacterias en mi cepillo, además como lo habíamos dicho anteriormente resulta algo aparatoso cargar cepillo y crema dental, esto causa a nuestro grupo de interés una limitado, inconformidad y frustración, ya que no le brinda una mayor facilidad al momento del cepillado, y todo esto se complica más si la personas andan ocupadas en sus quehaceres.

También puede ser limitado para nosotros con el proyecto ya que como lo habíamos mencionado hay demasiada oferta en cuanto a Limpieza y Salud Oral, es decir hay demasiada competencia, pero confiamos en que ejecutaremos una buena estrategia para posicionarnos en el mercado

Los ofertantes no han pensado en este nicho de mercado, solo producen estos productos a una menor escala, como por ejemplo cremas dentales pequeñas o cepillos portables para brincar “comodidad” es por ello que es muy buena opción para la innovación del producto (Cepillo) además esto dar a conocer a nuestro grupo de interés (stakeholders) el nuevo producto una experiencia nueva, nuestro producto es una nueva solución por comodidad espacio y agilidad.

5 Identificación del mercado

La empresa se ubicará en la ciudad de Bogotá, Colombia. En el centro de la ciudad, en la localidad de Candelaria, por ser una zona de alta fluidez de personas a nivel social, turista, empleos etc. por este motivo se procedió a elegir este lugar y el tipo de persona a la cual va dirigida nuestro producto con un número de habitantes de 23.615 aproximadamente

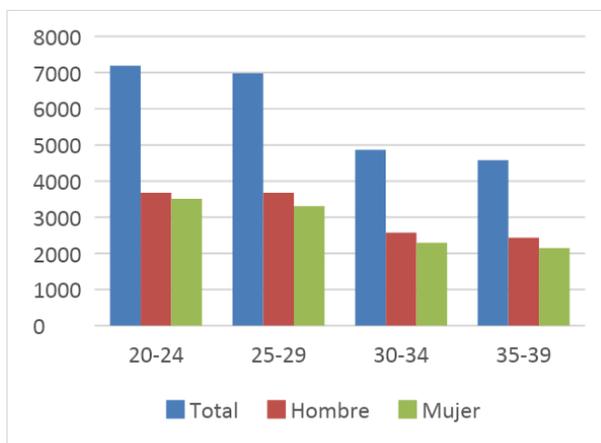
- **Tipo de Población**

Bogotá es una de las ciudades más densas de Colombia, esto atribuible al cómo se mencionaba con anterioridad al comercio, turismo, estudio, empleo, el su perfil demográfico muestra la población joven como determinante para el producto.

- **Demanda Potencial**

El producto esta principalmente enfocado a las personas entre 20 a 39 años. Tanto sexo femenino Como masculino. De acuerdo al censo del DANE 2005. Bogotá cuenta con una población total de 8.080.7341 de los cuales la población de 20 a 39 años a nivel nacional en el sector en la cual solamente nos vamos a basar en 23.615 y se encuentra discriminada así:

Grupos	Total	Hombre	Mujer
20-24	7190	3680	3510
25-29	6980	3674	3306
30-34	4865	2570	2295
35-39	4580	2431	2149
Total	23.615		



Para hallar la demanda de mi producto, me remite a la población según censo, y teniendo en cuenta la inversión, la capacidad de producción, la publicidad y que es un negocio nuevo, de manera que del total de mi población es de 23.615, opte por cubrir tan solo el 10 %, es decir produciría alrededor de 2.361 unidades inicialmente.

En cuanto a nuestra proyección que queremos llevar en cuanto a las ventas mensuales ir aumentando el 10% e ir evidenciando la rentabilidad de nuestro producto considerando que el valor unitario corresponde \$ 5.000 cada unidad

Valor del cepillo por unidad	cantidad de venta inicial	Total de venta primer mes
\$ 5.000	2.361	\$ 5.574.321

Para poder determinar las ventas de nuestros productos debemos de tener en cuenta el ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación y educación
 Este producto especialmente es para los empleados o trabajadores que tengan el tiempo justo para la higiene oral refiriéndonos principalmente a profesionales, técnicos y gerentes. En caso de estudiantes enfocados en el deporte que pertenezcan a alguna organización etc.

PMV Producto Mínimo Viable

A continuación, se mostrará un par de fotos del PMV, esto representa la idea que consiste en un cepillo de dientes con un sistema hidráulico para empujar la crema dental hacia las cerdas y con un compartimento en lugar del tradicional mango; en este compartimento estará almacenada nuestra crema dental. En la parte de la cabeza del cepillo no cambiará estéticamente respecto al cepillo tradicional, con la excepción de que tendrá ductos para expulsar la crema de dientes requerida.



CONCLUSIONES

- Mediante todo el proceso de la creación e innovación del producto mostrando cómo es posible aplicar el aprendizaje basado en cuanto a la organización y orientación del docente trabajando de forma coordinada y llevar adelante el proyecto con éxito.
- La realización del este trabajo ha sido muy importante y de mucha utilidad ya que de esta manera se obtuvieron datos de las necesidades que tienen los consumidores para adquirir el producto, al igual se identificó la población el análisis del mercado, gracias a los análisis obtenidos se puede mejorar la logística y se pueden evidenciar fortalezas y debilidades que tiene el producto.
- Gracias a este proceso adquirimos nuevo conocimiento, mayor responsabilidad, entrega y compromiso generado a lo largo del semestre

Bibliografía Cibergrafía

<http://www.mouthhealthy.org/es-MX/az-topics/o/oral-health>

<http://www.infosalus.com/estetica/noticia-caries-enfermedad-bucodental-mas-com-un-20150406123734.html>

https://es.wikipedia.org/wiki/Limpieza_dental

https://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_Bogot%C3%A1

<http://www.dane.gov.co/reloj/> = **Archivo de estimación y proyección de población Nacional, Departamental y Municipal total por área 1985-2200 (Archivo Excel)**