

MALETA CAMPING

INTRODUCCIÓN

Según la investigación realizada a las personas, los datos recopilados indicaron que entre lo más importante al momento de viajar es la comodidad del viajero con respecto a la manipulación de implementos u objetos que van a transportar, esta comodidad se ve reflejada tanto al momento de iniciar dicho viaje como cuando se llega al punto donde van a acampar, también consta del entorno al que dispongan ir para ello dicho producto es totalmente funcional.

1. IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO:

Contamos con un producto innovador y útil para las personas que suelen viajar, poder llamar su atención con su doble funcionalidad además de sus distintos tipos de tamaño al armar la carpa, sin tener que sacrificar espacio y que cumpla las expectativas de uso.

1.2. PROBLEMA A DESARROLLAR:

La falta de espacio para llevar objetos a un viaje es el problema que las personas experimentan frecuentemente, para ello la solución adecuada es un implemento doble uso como la maleta camping almacena recursos al igual que es la misma carpa, ahorrando buen espacio.

1.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO:

Identificar un grupo de clientes que tengan la necesidad de cambiar su manera de viajar en cuanto a espacio y comodidad.

1.4. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERARA LA IDEA DE NEGOCIO

En la economía se conocen dos tipos de productos (Bienes o Servicios), la maleta camping pertenece a un producto (bien) ya que este es tangible. se clasifica como bien duradero respecto a consumo y servicio. Su nivel de tangibilidad es bien tangible con servicios anexos.

1.5. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO

La maleta camping pertenece al sector industrial ya que este sector es el que se encarga de transformar la materia prima en un producto terminado.

1.6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Una maleta diseñada para doble uso, gracias a los dobleces, en el momento que esté completamente doblada su diseño será el de una maleta con el espacio suficiente para guardar lo necesario para un campista. Cuando la maleta sea desdoblada en su totalidad quedara lista para ingresar las varillas por los orificios necesarios y de esta forma quedara armado el camping.

Esta tendrá varios tamaños y colores para el gusto de viajero, está hecha de una tela resistente y económica.

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Cerciorándonos con personas viajeras nos dimos cuenta que a la mayoría se les dificulta mucho viajar con equipajes, maletas y carpas debido a que su fuerte no es el espacio y mucho menos la comodidad, hay es que resalta la maleta camping con su uso y practicidad totalmente efectiva.

Con materiales que no son muy pesados y de una excelente calidad, va dirigida hacia cualquier tipo de persona no hay rango de edades ya que es un producto que es necesario de viaje tanto para el más joven como una persona mucho mayor.

1.8. ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO

“Estas mochilas o macutos son aquellas que superan la capacidad de 40 litros y confeccionadas en material resistente, poliamida. Estas mochilas se componen de varias partes:

- 1. Cuerpo de la mochila: en él se pueden diferenciar dos apartados separados pero conectados por cremallera, uno abajo para meter el saco y otro más grande para meter el resto de material. A los lados del cuerpo suelen tener bolsillos.*
- 2. Seta o cabecero: esta «tapa» se ubica encima del cuerpo de la mochila y tapa la abertura del cuerpo, tiene un bolsillo en la parte superior y a veces otro en la cara interna.*
- 3. Espaldera: la parte más importante. Consta de un recubrimiento de espuma que protege la espalda de las estructuras rígidas que sostienen la mochila, un par de asas o bandas verticales que estabilizan la mochila y la pegan a la espalda, y un cinturón con acolchado para cerrarse sobre la cintura y soportar el peso.*

*Algunas incorporan **placas solares**, denominándose en este caso mochilas solares.”* (wikipedia, 2017)

Sabemos que la mochila “maleta para camping” es un implemento indispensable para aquellas personas amantes de los viajes, se han diseñado

varios modelos con distintos tamaños y colores esto para el gusto de la persona. Esta maleta tiene algunas exigencias mencionadas anteriormente, teniendo en cuenta esto quisimos averiguar qué tan practica es la maleta y encontramos que la mayoría de viajeros están inconformes por la incomodidad al momento de transportar el equipaje y al tiempo el camping. Después de un análisis se llegó a las siguientes preguntas ¿y si la maleta tuviera doble uso? ¿Si al momento de desarmarla fuera el mismo camping? ¿Cubriría las inconformidades de los viajeros? ¿Qué clase de material se utilizaría?

Los resultados arrojados por las investigaciones que se hicieron con las personas que fabrican estas maletas para campin, reflejaron la factibilidad para innovar esta maleta y de que de esta forma cumpla dos funciones (maleta y camping), se averiguo el material y sus componentes y se destacó su bajo precio y su buena calidad.

Es esencial saber que un camping o tienda de campaña va a estar expuesta a la malaria de la naturaleza, de esta forma su material tiene que ser resistente a los cambios climáticos lluvia, viento, sol, etc.

Sabiendo esto la innovación de la “maleta camping” cumple estos requisitos para su uso, su diseño tendrá una serie de dobleces que harán la maleta mas resistente y a su vez el tamaño del camping.

1.9. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.9.1. Objetivo general: desarrollar un producto económico y resistente para aquellas personas viajeras el cual le va a ofrecer un buen ahorro de espacio con su equipaje.

1.9.2. Objetivos Específicos:

- **Ahorro de espacio:** determinar la cantidad de equipaje necesario para el viaje (analizar dimensiones maleta).
- **Fácil transporte:** Al tener menos equipaje se tendrá un mejor transporte.
- **Relación precio calidad:** analizar el tipo de material requerido para su calidad con relación al precio.
- **Fácil adquisición:** se ofrecerá a los almacenes de ventas de implementos de camping, remates, entre otros.

2. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

1.1 HIPOTESIS

- Creemos que los viajeros necesitan disminuir su cantidad de equipaje para un mayor rendimiento en el recorrido del lugar actual al lugar de destino
- Actualmente los viajeros prefieren tener una buena trayectoria en su recorrido (lugar campamento) y por esta razón prefieren dejar equipaje no indispensable pero necesario en casa.
- Actualmente no toman como una falencia la incomodidad y el espacio ocupado por estos viajeros, por esta razón no hay soluciones actuales.

1.1.1 **Stakeholder:** cliente: ya que los clientes son parte interesadas externas pero potenciales.

Satélite: estos vienen siendo los empleados partes internas interesadas, ya que trabajan para la empresa y tienen un interés mayor en cómo se ejecuta.

Proveedores: son partes internas interesadas, ya que también trabajan para la empresa y son estos quienes proporcionan la materia prima para la fabricación del producto

Competencias: son partes interesadas externas, ya que están interesadas cuando se saca un producto innovador que satisface una falencia de dicho producto.

1.1.2 **Identificación de las Necesidades del Stakeholder:** Los viajeros frecuentes necesitan una mejor manipulación de equipaje.

Eficacia al igual que economía y simpleza en el manejo del producto.

Descansar, protegerse de la intemperie.

Fácil transporte del equipaje en zonas montañosas y de gran altura.

1.1.3 **Identificación de Beneficios y Expectativas de Resultado:** La solución actual les permite transportar todo lo necesario para su viaje pero así de esta forma se ocupa más espacio, en varias ocasiones es mucho espacio ocupado y esto tarda la llegada al destino al igual que su instalación.

Con la “maleta camping” se busca un ahorro de espacio y brindar comodidad a este viajero, para que su viaje sea más productivo, así de esta forma se busca que esta persona supla su necesidad y pueda descansar y disfrutar su viaje.

1.1.4 Identificación de Soluciones Actuales: Actualmente estas personas viajeras adquieren dos maletas para poder transportar todo lo necesario para el viaje lo cual en cuestión de economía no es favorable, pero la forma de adquirirlo es factible ya que la puede encontrar en tiendas de venta de productos de campamentos o simplemente en una tienda de productos varios. Algunos viajeros optan por dejar en casa algún equipaje (no indispensable) esto para un mejor manejo de espacio.

1.1.5 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:

Creemos que la solución actual es insuficiente porque los costos son altos, las principales objeciones del cliente ante una nueva solución son la falta de conocimiento respecto al tema de campamentos tales como (cambios climáticos, malaria, flora y fauna, etc) de algunas empresas que fabrican estos implementos de camping.

VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

2. LA ENTREVISTA

2.1 PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION

Primero se hizo una encuesta a las personas conocidas “viajeras”, esto nos arrojó una serie de inconformidades respecto al equipaje al momento del viaje, luego de estos nos dirigimos al parque de la florida (uno de los parques más visitados para acampar) estando allí se hizo una serie de encuestas y entrevistas, las cuales nos arrojaron los mismos datos que ya teníamos anteriormente.

Se hicieron 20 encuestas y 10 entrevistas, con los datos arrojados de estas tomamos la decisión de llevar a cabo la idea de negocio q ya teníamos planteada la “MALETA CAMPING”.

2.2 HALLAZGOS DE LA INFORMACION RECOLECTADA

NOMBRE ENTREVISTADO	ENTREVISTA
Maribel dueñas	Pienso que sería muy bueno poder transportarse de casa al lugar de acampar con un solo equipaje pero con todo lo necesario.
John Cardona	Sería esencial para nosotros los campistas ya que lo primordial para nosotros es la comodidad al momento del transporte y más cuando son zonas montañosas
Jairo ahumada	Yo la compraría ya que muchas veces me toca dejar cosas necesarias en casa porque no puedo transportar todo al lugar del campamento.

PREGUNTA	RESPUESTAS
¿Le gusta acampar?	a) Si _____ 20 b) No _____ 0
Si su respuesta fue si ¿Por qué le gusta acampar?	a) Hobby _____ 12 b) Relajarse _____ 4 c) Meditación _____ 3 d) Otra _____ 1
Cuando se va a acampar ¿Cuánto equipaje lleva?	a) Mucho _____ 8 b) Medio _____ 10 c) Poco _____ 2
¿Qué lugares escoge para acampar?	a) Montañosos _____ 6 b) Lisos _____ 10 c) Húmedos _____ 4 d) Otros _____ 0
¿Qué tan frecuente sale a acampar?	a) De 1 a 2 veces al mes _____ 15 b) De 4 a 5 veces cada 6 mese _____ 0 c) Más de 7 veces al año _____ 5
Cuando sale a acampar:	a) Sale solo _____ 7 b) Sale con la pareja _____ 5 c) Sale con la familia _____ 3 d) Sale con los amigos _____ 5

2.3 ANALISIS DE LA INFORMACION

HALLAZGOS			
NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES – FRUSTACIONESLIMITACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Falta de espacio	Mas equipaje necesario	Falta de dinero	Doble maleta
Incomodidad de transporte de equipaje	Mejor transporte	Desplazamientos muy largos para llegar al lugar del campamento	
economia	accesibilidad	Muchos implementos de transporte	prestamos
equipaje	Todo lo necesario	Lo que quepa en la maleta	Doble maleta

2.4 RESULTADOS DE LA INFORMACION

Después de realizar las encuestas y entrevistas a personas viajeras de Bogotá se observa que la mayoría de ellos poseen dificultad al momento de empacar todo lo necesario para su viaje, también al momento del transporte del equipaje hay incomodidad y más cuando su lugar de destino son zonas montañosas. Para algunos viajeros la economía las impide llevar todo lo necesario para dicho viaje. De igual forma se encuentra como beneficio una maleta “doble uso” que les permite tener más espacio y a su vez una mayor comodidad al momento del transporte del equipaje.

MATRIZ ESTRATEGICA

- 4.1 **1 Identidad Estratégica:** un diseño atractivo que atrae clientes, múltiples diseños y dos utilidades, una meta acampar de la manera más cómoda y sencilla posible sin complicaciones al momento de armar o desarmarla.
- 4.2 **Futuro Preferido:** el negocio y producto será conocido después de unos años por su calidad multipropósito y versatilidad además de adquirirlo por un costo muy razonable para todas las prestaciones que este tiene “Relación, Precio”.
- 4.3 **Objetivo General:** desarrollar un producto económico y resistente para aquellas personas viajeras el cual le va a ofrecer un buen ahorro de espacio con su equipaje.
- 4.4 **Objetivos Específicos:**
- **Ahorro de espacio:** determinar la cantidad de equipaje necesario para el viaje (analizar dimensiones maleta).
 - **Fácil transporte:** Al tener menos equipaje se tendrá un mejor transporte.
 - **Relación precio calidad:** analizar el tipo de material requerido para su calidad con relación al precio.
 - **Fácil adquisición:** se ofrecerá a los almacenes de ventas de implementos de camping, remates, entre otros.
- 4.5 **Valores:** La experiencia de nuestros clientes: ya que ellos juegan un papel importante para la idea de negocio.

Compromiso: creemos que un equipo de personas bien formadas carecen del compromiso con lo que se está haciendo.

Ética: la integridad ética es esencial para todo negocio. Esto incluye la responsabilidad, honestidad e integridad.

Mejora continua: se trabajara día a día para seguir innovando y evolucionando como empresa.

6. CONCLUSIONES

Con lo visto anteriormente nos podemos dar cuenta que las personas que les gusta viajar carecen de algunas inconformidades las cuales en la actualidad no se le ha puesto mucha importancia para darle una pronta solución, lo que se quiere lograr con esta innovación “maleta camping” es satisfacer una necesidad de estas personas con una maleta que cumplirá dos funciones. Con los análisis ya hechos nos dimos cuenta que es un producto factible, su material es económico y de calidad.

7. BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

wikipedia. (08 de 11 de 2017). *wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Mochila>