

PROYECTO DE GRADO

“ECO LAPIZ”

HEIDY LILIANA BONILLA TRIANA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

AREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

BOGOTÁ D.C.

14 DE NOVIEMBRE DE 2017

“ECOLAPIZ”

Soy una persona más que se preocupa por el alto índice de contaminación ambiental y desperdicio de lápices pequeños por su desgaste; por lo cual, se está desarrollando este nuevo artículo a fin de dar utilidad a los lápices y que contribuyen al medio ambiente.

INTRODUCCIÓN

Uno de los objetos más comunes de las instituciones universitarias es el lápiz, te acompaña día a día para realizar tareas, es muy económico además lo que escribes con él se puede borrar, pero ¿dónde termina la vida útil de este objeto?

Lastimosamente los lápices antes de ser desechos dejan un porcentaje del 20 al 30% sin uso, que termina siendo un agente contaminante mas para el planeta, por ello, la idea de dar utilidad a este artículo para la naturaleza ya que podría convertirse en: una hermosa flor, una planta medicinal o en un frondoso árbol.

A través del desarrollo del presente trabajo vamos a detallar en qué consiste este nuevo producto, donde lo podemos conseguir y cuáles son sus aportes al medio ambiente.

1. Justificación

Cada día somos más conscientes del deterioro que le estamos causando a nuestro planeta, por lo cual, las campañas ecológicas cada día toman más fuerza, un ejemplo de ello es la no utilización de bolsas plásticas, ahorro de energía (no dejando el PC prendido después de una jornada laboral), el no uso de productos que dañan la capa de ozono, entre otros. Por ello, la inversión en lo ecológico y el medio ambiente es un gran negocio, tiene gran potencial para el futuro.

Teniendo en cuenta que uno de los puntos donde más se concentra la concientización del cuidado por el planeta es las universidades y colegios, hemos decidido dar impulso al lápiz ecológico “Eco lápiz”.

Consiste en un lápiz con una semilla en su interior. Cuando es demasiado corto para usarse, se puede plantar en casa, en la oficina o en las aulas. “Eco lápiz” puede adquirirse con una gran variedad de semillas:

- Caléndula.
- Cilantro.
- Menta.
- Perejil.
- Romero.
- Tomillo.
- Tomate.
- Plantas decorativas de interior

2. Desarrollo de Matriz De Perfilación de Clientes

2.1 El segmento al que va dirigido el producto es niños y jóvenes estudiantes tanto de colegios distritales, privados, así como universidades del sector público y privado.

2.2 En los últimos años se ha generado gran motivación por los productos ecológicos y por el cuidado del medio ambiente, adicionalmente se ha dejado a un lado el furor por los productos importados.

Ante ello nuestra empresa busca aprovechar estas tendencias en incursionar en la nueva onda ecológica.

2.3 Identificación de Beneficios:

El boom del momento son los productos y proyectos de sostenibilidad ambiental, y más aún cuando en los últimos años hemos sufrido las inclemencias de los cambios climáticos debido al mal cuidado que le hemos dado al medio ambiente. Por lo cual, queremos dar gran importancia a la conservación del medio ambiente y la importancia que es tener plantas en nuestro lugar de trabajo, hogar y demás.

2.4 Soluciones actuales:

- Variedad de lápices con diseños llamativos
- Precios muy bajos
- Paquetes por docenas para mayor economía
- Marcas reconocidas en el medio
- Productos de fácil acceso (tienda de barrio, papelería, entre otros)

2.5 Análisis de Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:

Que sea un producto de muy mala calidad y que solo se adquieren en papelerías y grandes cadenas de supermercados

2.6 Mercado:

La competencia ya tiene establecido desde hace años los canales de distribución y es reconocida por la calidad.

Busco con este proyecto que se desarrolle y se proponga un sistema de planeación, programación y control de la producción es primordial el uso completo y correcto de las herramientas y elementos que manejan en el sector ecológico.

3. Validación del Pentágono de Perfilación de Clientes

3.1 Se efectúa encuesta dirigida al segmento escolar en la cual se busca encontrar los factores que más se tienen en cuenta a la hora de realizar una compra, se busca determinar si los clientes se inclinan más por el precio, la calidad, la innovación. Adicionalmente, se busca tener una apreciación de que tanto se usa el internet a la hora de hacer compras.

3.2 Al realizar el análisis de la encuesta realizada se evidencio que:

- Los estudiantes utilizan en mayor proporción colores, crayones y plumones y en mínima proporción lápices.
- Hay una mayor inclinación hacia útiles innovadores por encima de calidad, precio y variedad.
- Hay un 100% de aceptación de productos que incentivan el cuidado del medio ambiente.

- A pesar del auge del internet, no hay gran proporción de estudiantes dispuestos a realizar compras en línea.
- Finalmente se deduce que hay un alto nivel de satisfacción al momento de efectuar compra de útiles escolares.

3.3 Verbo que representa la acción

Se busca que mi producto sea reconocido por su buen prestigio y calidad creando el mejor producto para así, convertirnos en la mejor opción para nuestros clientes y consumidores, a través de la utilización de prácticas empresariales honestas.

Se busca a futuro incursionar en el tema ecológico con utensilios desechables a base de hojas.

Contexto

Actualmente en Bogotá vive el 21% de la población total del país, por lo cual es de vital importancia aprovechar este mercado potencial para la inversión y ubicación estratégica de negocios.

Por otro lado, en Colombia se cuenta con la materia prima de fácil acceso para producir nuestro producto y adicionalmente contamos con la ventaja de no tener estaciones climáticas por lo cual, el producto tendrá gran acogida durante todo el año.

MATRIX CANVAS

<p>SOCIOS CLAVE</p> <p>Centros educativos, principalmente universidades</p> <p>Papelerías en el municipio de Madrid.</p> <p>Eventos como seminarios, talleres, charlas educativas</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>Excelente atención al cliente.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>El cliente podrá disfrutar conocer el negocio y sus facilidades de acceso a través de redes sociales</p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> <p>Se hará mercadeo principalmente por medio de redes sociales</p>	<p>SEGMENTO DEL CLIENTE</p> <p>Personas entre los 12 y los 40 años</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Pago de personal</p> <p>Pago de servicios públicos</p> <p>Adquisición de materia prima</p>	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Uso de redes sociales y herramientas Web</p> <p>Personal</p>		<p>CANALES</p> <p>Página web</p> <p>Redes sociales</p> <p>Eventos</p>	

--	--	--

4. Prototipo

4.1 Nuestro producto consiste en un lápiz que puede ser una planta, justo cuando no sea útil para la escritura, ya que, al ser demasiado corto para escribir, “Eco lápiz” se planta para hacer crecer hierbas, flores de ambiente cerrado.



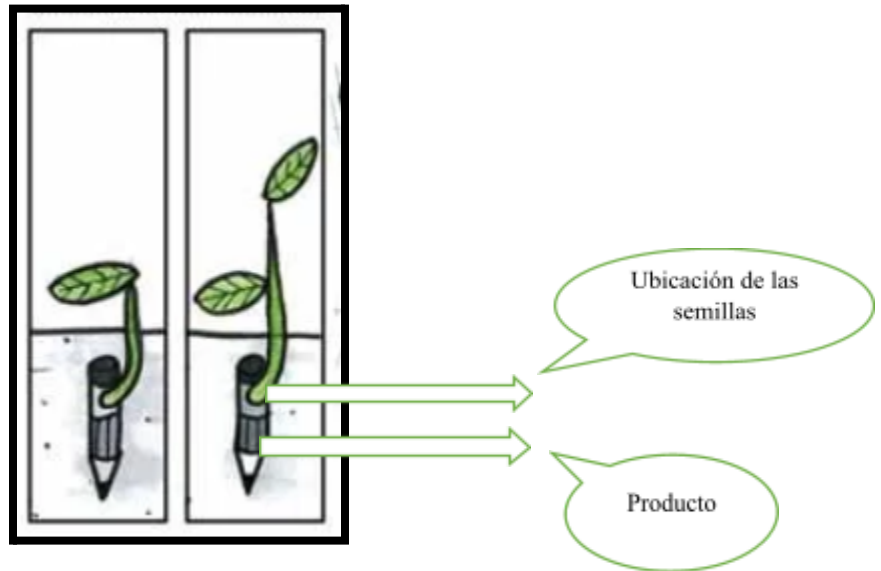
Para su uso, es necesario que la cápsula de la semilla sea activada por el agua, una vez que el agua disuelve la cápsula protectora comienza la germinación de la semilla.

4.2 Nuestro producto “ecolapiz” trae incluido por lo menos 3 semillas en cada cápsula para maximizar las posibilidades de éxito de la germinación.

Diseño en hojas reciclables, con un tamaño de 8 centímetros, color café y verde en el producto se describe la semilla que viene adentro.

Tienen la sensación táctil de un lápiz de madera normal, no viene con borrador.

4.2.1 Plano



5. Planeación Estratégica Generativa

5.1 Identidad Estratégica: La compañía se dedica a generar productos amigables con el planeta, con el objetivo de incursionar en la nueva ola de lo ecológico, que a la fecha no ha tenido gran incursión por parte de la competencia.

5.2 Futuro Preferido: Nuestra empresa busca que para el año 2020 nuestro producto ya sea reconocido a nivel nacional

5.3 Objetivos Empresariales

5.3.1 Objetivo General: Nuestra empresa quiere identificada por nuestros clientes por incursionar con nuestro producto “ecolapiz” a fin de que este sea nuestro punto de referencia a un futuro cercano.

5.3.2 Objetivos Específicos:

- Dar a conocer otras ideas de negocio relacionadas al cuidado del medio ambiente
- Lograr el posicionamiento de nuestra marca en el mercado escolar

5.4 Valores:

- Responsabilidad social
- Tolerancia
- Sentido de pertenencia

5.5 Análisis del Macroentorno

5.5.1 Al efectuar el respectivo análisis del negocio, se evidencia que uno de los factores a favor es el incentivo de los estudiantes por el cuidado del medio ambiente, sin embargo, afectan los factores como inclinación por productos innovadores, lo cual, representa un riesgo muy alto en el incursionamiento del producto.

Se puede determinar también que el factor económico es un punto a favor para la empresa ya que no hay mayor reacción negativa ante la variación de la misma.

5.5.2 Del análisis Porter podemos indicar que:

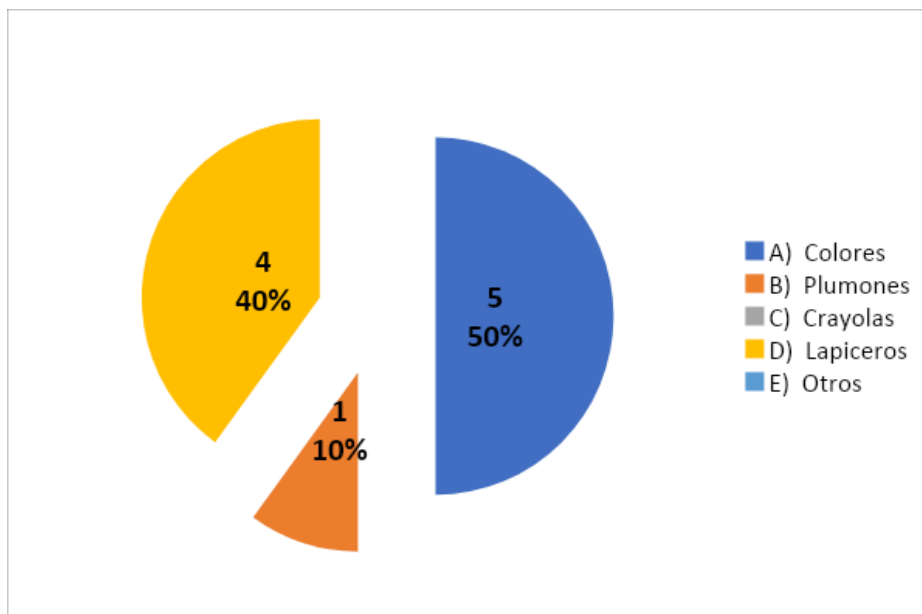
- a) No hay amenaza en cuenta a posibles acuerdos entre clientes, debido a que el precio no es una determinante relevante. Sin embargo, se evidencia gran cantidad de proveedores lo que representa un mercado muy cambiante.
- b) Se considera que, en cadenas como grandes almacenes de cadena, hay una gran cantidad de proveedores que ofrecen gran variedad de productos.

- c) Los canales de distribución están muy bien definidos por la competencia, lo que dificulta la introducción del producto al mercado.
- d) Los sustitos suelen presentarse de manera continua y en épocas de afluencia escolar con mucha más fuerza, lo que dificulta la sostenibilidad del producto
- e) El gran número de competidores es la amenaza más latente ya que dificulta el incursionamiento del producto en el mercado.

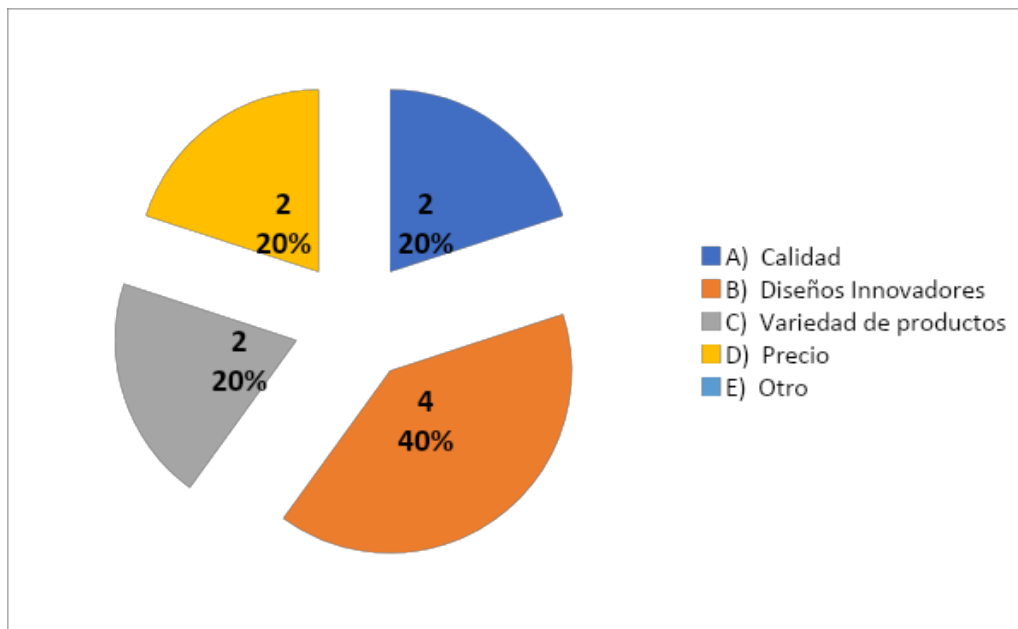
6. ANEXOS

Encuesta:

1. ¿Qué útiles escolares son los que más compra?	
A) Colores	5
B) Plumones	1
C) Crayolas	0
D) Lapiceros	4
E) Otros	0

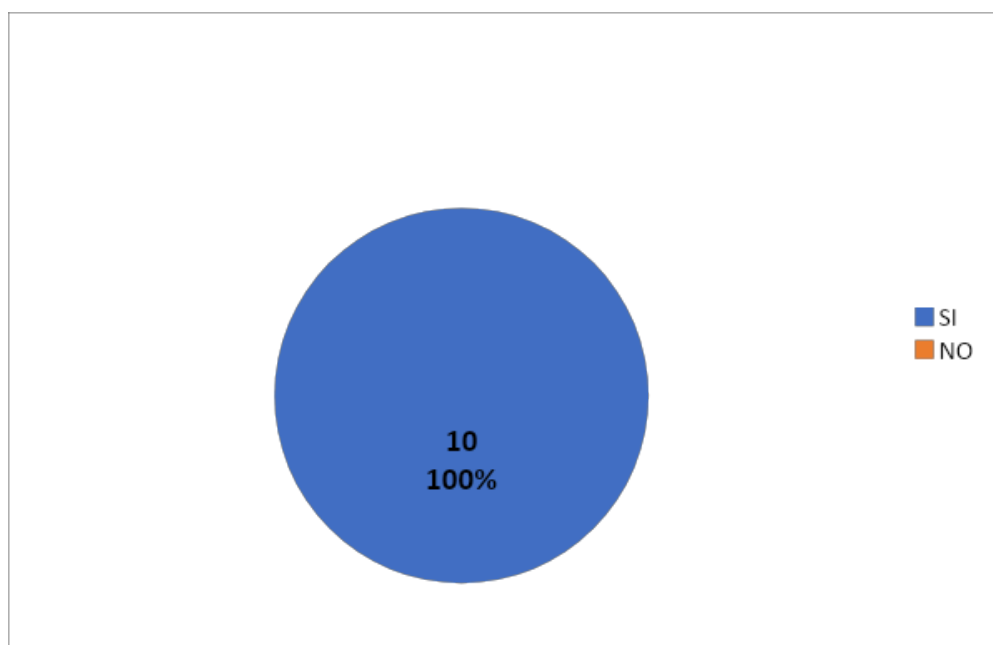


2. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta a la hora de comprar útiles escolares?	
A) Calidad	2
B) Diseños Innovadores	4
C) Variedad de productos	2
D) Precio	2
E) Otro	0



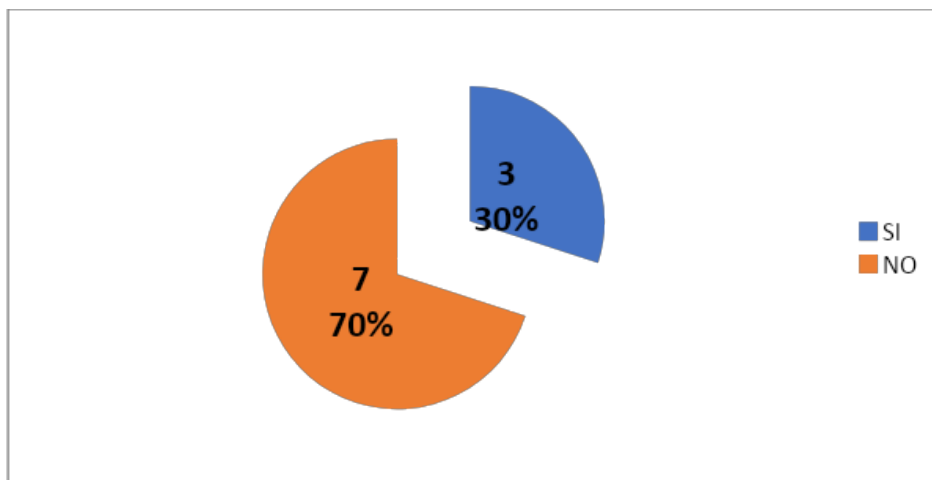
3. Le gustan los productos que incentivan al cuidado del medio ambiente?

SI	10
NO	0



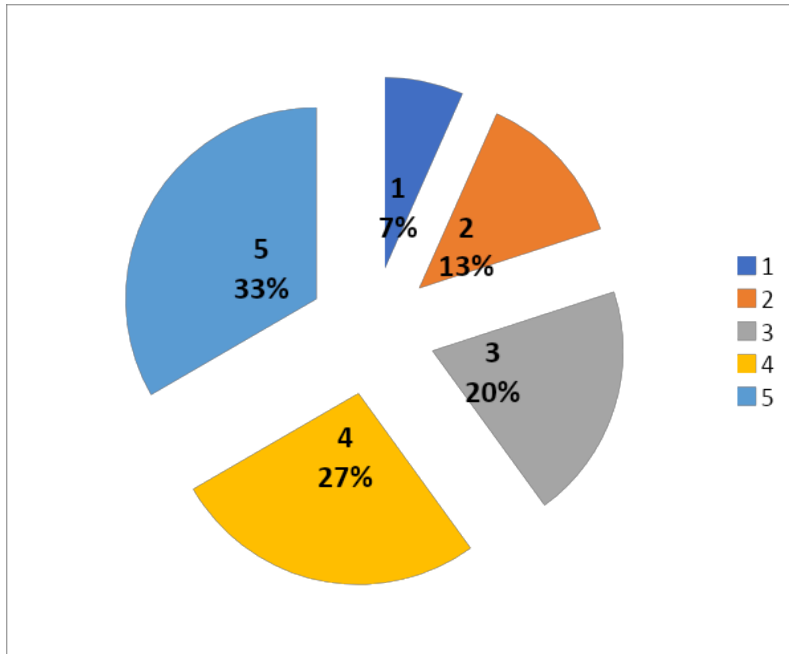
4. ¿Estaría usted dispuesto(a) a realizar la compra de un lápiz a través de Internet, sabiendo que puede recibirlos en su casa u oficina?

SI	3
NO	7



5. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general cuando compra un útil escolar

1	3
2	0
3	4
4	2
5	1



7. CONCLUSIONES

A desarrollar la idea de negocio “ecolapiz” se determina que es un negocio que presenta muchas variables competitivas que en un corto plazo puede llegar a convertirse en un alto riesgo de inversión.

Por otro, el producto “ecolapiz” tiene gran expectativa debido a su innovación e incursionamiento en el cuidado del medio ambiente, que es una de las tendencias de mayor acogida entre los jóvenes de hoy en día.

No obstante, al comparar estas dos determinantes mencionadas se puede concluir que teniendo en cuenta que es un producto que no representa gran inversión, es viable, generar el incursionamiento de la idea de negocio ya que va a tener salida a corto a largo plazo, sin que esto represente pérdidas económicas significativas.

8. BIBLIOGRAFIA

- https://www.google.com.co/search?q=lapiz+ecologico+con+semilla&tbm=isch&source=iu&pf=m&ictx=1&fir=eRmUOhScdSFZM%253A%252CKDC0enLNvLZTMM%252C_&usg=__tCWzrvTJ-dmRblg8386d5-1WsEE%3D&sa=X&ved=0ahUKEwjjiJiHhL_XAhVDOCYKHRquDw8Q9QEIMzAD#imgrc=8RM8WXYgbjHUWM, 30 de octubre de 2017
- <http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>, 30 de octubre de 2017
- https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas, 04 de noviembre de 2017

