

## **Opción De Grado 1**

### **Estudiante:**

Javier Enrique Yepes Escobar

Luis Felipe Pobre Lugo

Brian Steven Prieto Polania

Lyn Flennig Vargas Villalba

### **Tutor:**

**Corporación unificada Nacional De Educación Superior (CUN)**

**Facultad De Ciencias Administrativas**

**Grupo:**

**Bogotá D.C.**

**2018**

## **Tabla De Contenido**

### **Parámetros Metodológicos**

1. Razón Social, Logo, Lema
2. Problema (Análisis De La Necesidad)
3. Estudio De Prefactividad
4. Justificación

### **● Principios Corporativos**

5. Misión
6. Visión
7. Objetivos
8. Políticas
9. Valores Institucionales
10. Diagnostico FODA
11. Estructura Organizacional – Organigrama

### **Plan De Acción De Mercadeo**

1. Creación De Marca (Nombre Y Logotipo)
2. Segmentación De Mercados
3. Portafolio De Producto – Ficha Técnica
4. Encuesta, Tabulación Y Análisis De La Información

### **Estudio Organizacional**

1. Registro Mercantil
2. Propiedad Intelectual (Marcas, Patentes Y Derechos De Autor)
3. CIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme)

## Parámetros Metodológicos

1. Razón Social, Logo, Lema

**Razón Social: Solar charger**

**Lema: Tu celular ecológicamente activo.**

**Logo:**



## **2. Problema (Análisis De La Necesidad)**

- Se ha identificado que los estudiantes de la CUN tienen dificultades en el momento de utilizar sus aplicaciones, puesto que el dispositivo móvil presenta poca carga y algunas de estas aplicaciones no permiten su normal funcionamiento.
- Se ha evidenciado que los estudiantes de la CUN presentan gran dificultad en el momento de visualizar sus proyectos en plataformas de educación virtual, pues dichas aplicaciones consumen alto nivel de batería del celular.
- Los estudiantes de la CUN tienen limitaciones en el uso del dispositivo móvil, ya que la universidad no cuenta con suficientes tomas de energía para la carga del dispositivo.
- Se ha identificado que en la CUN el equipo móvil es un elemento activo en los procesos de formación, investigación, y realización de proyectos, a razón de esto, la carga del dispositivo móvil se vuelve indispensable, puesto que al no tener carga suficiente, los procesos se limitan y los proyectos quedan ausentes de fuentes por la ausencia de herramienta de investigación.

### 3. Estudio De Prefectividad

<b>COMUNICACIÓN ENTODOLADO</b>	
<b>BENEFICIO</b>	<b>EXPECTATIVA</b>
Se garantiza que los estudiantes de la CUN van a tener carga portátil en caso de tener que llamar alguno de sus familiares.	Al garantizar la carga portátil los estudiantes van a poder estar comunicados con sus familiares en caso de emergencia.

<b>CONECTIVIDAD A OTRO DISPOSITIVO</b>	
<b>BENEFICIO</b>	<b>EXPECTATIVA</b>
Si existe la conectividad con otro dispositivo. Por ejemplo, con un computador se puede prolongar la carga de la batería del celular y así mismo descargar sus archivos sin dificultad.	Con esto mismo los estudiantes de la CUN van a poder contar con un excelente aprendizaje ya que podrán hacer trabajos y auto gestionar en el celular.

<b>CARGA PORTATIL</b>	
<b>BENEFICIO</b>	<b>EXPECTATIVA</b>
Acceso a las aplicaciones de transporte que se requieran para movilizarse a casa.	Se minimiza el riesgo de inseguridad en la ciudad, ya que el estudiante accede desde su dispositivo a la aplicación de transporte, si este cuenta con la carga suficiente.

<b>CARGADORES</b>	
<b>BENEFICIOS</b>	<b>EXPECTATIVAS</b>
No hay necesidad que los estudiantes de la CUN tengan a la mano un cargador ya que con este dispositivo se busca que la carga dure todo el día.	Los estudiantes de la CUN cuentan con el cargador en todos los momentos, no dependen de un tercero.

#### **4. Justificación**

La era digital trae consigo un sin número de modificaciones en los comportamientos y en los medios de comunicación de la sociedad, por su parte, los celulares se han convertido en parte fundamental de nuestras vidas, Steven Job en un principio afirmo que estos dispositivos se convertirían en una extensión de nuestra existencia, y al día de hoy sin lugar a duda podríamos dar total credibilidad y valor a esta afirmación.

Muchas de las labores diarias se han centralizado en el dispositivo móvil, la sociedad actual ha mutado y sin lugar a dudas la adaptación de nuevas tecnologías de comunicación trae consigo nuevas necesidades enfocadas en la inmediatez.

Según cifras del Dane la cobertura del uso del dispositivo móvil inteligente se da por encima del 70% en Colombia y el tiempo de manipulación del mismo se da por encima de las 4 a 6 horas diarias, a razón de esto, se evalúan las variables del uso y la evidente necesidad en cuanto al acceso de energía disponible para carga del mismo.

## **PRINCIPIOS CORPORATIVOS**

### **5. Misión**

Somos una compañía dedicada a la innovación y desarrollo tecnológico, enfocados en proveer energía solar a partir de dispositivos de carga para celulares inteligentes.

## **6. VISIÓN**

En el año 2025 queremos ser la empresa número uno en soluciones de tecnología solar para carga de dispositivos móviles, siendo reconocidos a nivel nacional por el gran desarrollo tecnológico.

Queremos ser líderes en el mercado gracias a innovación en el sistema de carga portátil solar para así mismo cumplir con la satisfacción de las personas que no poseen tanto tiempo para cargar el dispositivo, nuestra compañía quiere ser reconocida por nuestro producto ya que se ha vuelto necesario los dispositivos móviles que vamos a dar un plan de publicidad por medio de redes sociales logrando una expansión a nivel Bogotá ya que nos encontramos como pequeños distribuidores.

Así dando un impacto social a distintas comunidades principalmente a la población universitaria, es un grupo de personas que no cuenta con el tiempo necesario para el cargue de dispositivos celulares.

## **7. Objetivos General**

Construir un producto con altos estándares de calidad, enfocados en la facilidad de uso y portabilidad del mismo, siendo los líderes del mercado, ampliando el grupo focal cada vez más.

### **Objetivos específicos**

- Construir un dispositivo de carga solar que soporte una carga completa para dispositivos móviles inteligentes.
- Construir el plan de trabajo en áreas de la compañía para consolidar un equipo proactivo y dinámico y con soporte administrativo.
- Identificar el grupo focal al que le puede interesar el producto.

## 8. Políticas

- **TRABAJO EN EQUIPO:** Valorar el aporte de cada miembro del equipo que se compromete para el cumplimiento de metas.
- **RESPECTO:** Entender y valorar la libertad de pensamiento de cada uno de los integrantes de la compañía que permita la exigencia de responsabilidades mutuas generando bases de convivencia dentro de las mismas.
- **RESPONSABILIDAD:** Trabajamos con excelencia creando una imagen y estrategias para así consolidar nuestra compañía con procesos productivos y de Calidad.
- **INNOVACIÓN:** La creatividad es uno de nuestros pilares fundamentales, puesto que al ser un producto nuevo tenemos la responsabilidad de cada vez consolidar mejores propuestas en materia de dispositivos de carga solar.
- **TECNOLOGÍA:** La tecnología es en sí la razón de ser de nuestra marca, en la misma dirección es el apalancamiento en el mercado y el mejoramiento de nuestro producto día a día.

## 9. Valores Institucionales

- **LEALTAD:** La fidelidad, compromiso, identificación, orgullo y sentido de Pertenencia.
- **HONESTIDAD:** Nos asegura como compañía la rectitud, honorabilidad, modestia que debemos manifestar todo el equipo de trabajo para que la operación en nuestra compañía sea transparente tanto en sus relaciones internas como externas. Buscando ser ejemplo para los demás, correspondiendo a la confianza mutua teniendo una conducta recta en nuestras actividades cotidianas.
- **EFICIENCIA:** Orden y cumplimiento generando compromiso y responsabilidad con los clientes.
- **COMUNICACIÓN:** Debe ser constante y efectiva, entre todos y cada uno de los miembros partícipes en la organización, teniendo en cuenta nuestros proveedores y clientes.

## 10. Diagnostico FODA

**F:** Conocimiento del producto y de la necesidad, experiencia en ventas de productos tecnológicos, excelente disposición del equipo de trabajo.

**O:** Poca variedad en el mercado de productos que satisfagan esa misma necesidad o poca competencia, Pioneros en incursionar con un producto de estas características, un mercado con altas expectativas, alta demanda.

**D:** Recursos limitados para el desarrollo del producto.

**A:** Altos costos de importación, No conocimiento de la existencia de solar charger, dependencia total del estado del clima.

## **11. Estructura Organizacional – Organigrama**

### **AREA FINANCIERA**

Poder llegar a cumplir con una meta de venta establecida de 1.000 unidades Durante los primeros 12 meses siguientes de ser lanzado el producto.

### **AREA DE RECURSOS HUMANOS**

Tener el personal óptimo y altamente capacitado para dichas innovaciones tecnológicas aplicadas a los sistemas artificiales de energía mediante paneles solares.

### **AREA DE PRODUCCION**

Poder crear una fábrica de ensamble con el personal, maquinaria, tecnología altamente avanzada y necesaria permitiendo la optimización de procesos y recursos, logrando la terminación de un producto con excelentes calidades así mismo satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, adicional a esto implementar nuevos productos a nuestra compañía con innovación y mejora generando mayores ingresos y rentabilidad.

### **AREA COMERCIAL**

Dar a conocer el producto mediante vallas publicitarias, en campañas de Sensibilización sobre el medio ambiente, en ferias tecnológicas y en ferias de Innovación universitaria.

### **AREA ADMINISTRATIVA:**

Tener un área administrativa que se reúna cada seis meses siendo este el ciclo estipulado para valorar y verificar el crecimiento de la organización teniendo en cuenta los factores de personal, productividad, gastos e ingresos generados por la distribución de nuestro producto.

## **Plan De Acción De Mercadeo**

### **1. Creación De Marca (Nombre Y Logotipo)**

## **2. Segmentación De Mercados**

El mercado total (TAM) al cual estamos direccionando nuestro producto corresponde al 45% de la población de las universidades en Bogotá que están presentando dichos problemas de comunicación, conectividad a internet por la falta de carga de sus dispositivos móviles como lo son los celulares generando una gran demanda de dicho producto, y así mismo buscando beneficiar los estratos 1,2, 3 y 4.

El objetivo probable del (SAM) es del 50% corresponde a los universitarios que estudian y se encuentran ubicados en el centro de la ciudad de Bogotá, estos presentan problemas de carga portátil afectando de cierta manera las actividades a desarrollar de cada estudiante como lo puede ser sus trabajos talleres de la universidad, o uso de apps para poder prevenir la congestión en el transporte ya que muchas veces estos no ofrecen puertos de carga y así dificultando poder hacer uso del dispositivo que les permita optimizar trayectorias en la movilidad para asegurar la llegada a su residencia, también en menor tiempo.

El (TM) ya se enfocará 100% en los estudiantes de la CUN ofreciéndoles a los estudiantes la tranquilidad mediante un producto que les facilite cargar su dispositivo sin ninguna conexión eléctrica para prevenir el no poder comunicarse o estudiar por falta de carga de su dispositivo.

### **3. Portafolio De Producto – Ficha Técnica**

#### **12. Popsocket**

- Es un accesorio que funciona como sujetador o base para todos los dispositivos móviles.

#### **13. Panel solar**

- Es un panel de 2 Cm \* 2 Cm que es la base de carga que nos ayuda a obtener la energía para cargar el dispositivo.

#### **14. Cable de datos o de carga**

- Es cable es el modelo de puerto de carga que va conectado al popsocket para transferir la energía al dispositivo móvil.

#### **15. Chip de carga**

- Una tarjeta de regulador de energía que es puerto que nos destina del panel solar para hacer que el dispositivo cargue.

#### **4. Encuesta, Tabulación Y Análisis De La Información**

La siguiente encuesta que usted va a resolver, se realiza sin fines lucrativos con el fin de la verificación de problemas que se le presentan al estudiante de la CUN en el momento de cargas de sus dispositivos móviles.

1. ¿Cómo estudiante de la CUN ha presentado dificultades en el momento de cargar su móvil?
2. ¿Cree usted que es necesario implementar una forma donde los estudiantes puedan estar en contacto directo con sus familias por medio de sus móviles?
3. ¿En promedio cuantas veces carga su móvil al día?
4. ¿usted como estudiante ha presentado problemas en el momento de realizar trabajos, enviar y verificar trabajos por falta de batería en su móvil?
5. ¿Cuáles son las sedes donde presenta más problemas para cargar su móvil?
6. ¿Ha escuchado usted sobre el “Síndrome de la Baja Batería”?
7. ¿Cómo carga su celular actualmente

1.¿Cómo estudiante de la CUN ha presentado dificultades en el momento de cargar su móvil?

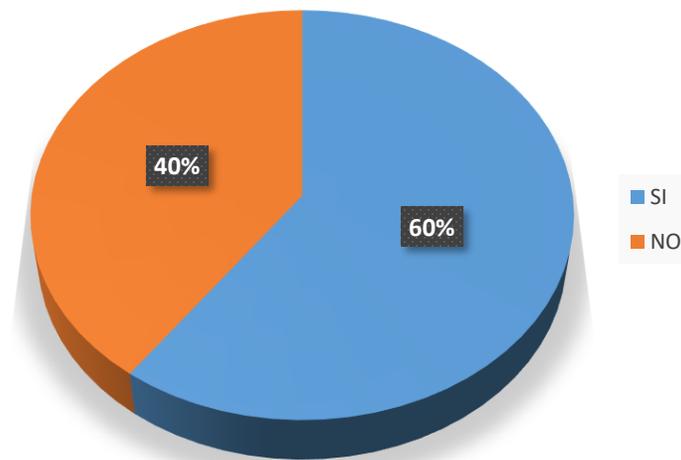
### **HIPOTESIS**

Creemos que el 90% de los estudiantes de la CUN presentan problemas para cargar sus celulares móviles ya que no todos poseen un cargador o una batería portátil.

### **ANALISIS**

Según la encuesta realizada a los estudiantes de la CUN, un 60% de los estudiantes presenta dificultades a la hora de cargar sus teléfonos móviles y el otro 40% no presenta dificultades a la hora de cargar su móvil ya que poseen un cargador o simplemente no tienen la necesidad de cargar su móvil.

## **ESTUDIANTES**



2. ¿Cree usted que es necesario implementar una forma donde los estudiantes puedan estar en contacto directo con sus familias por medio de sus móviles?

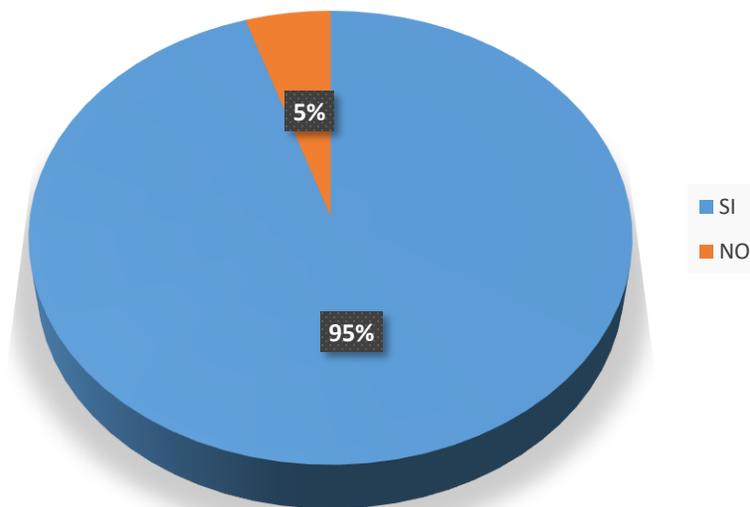
### HIPOTESIS

Pensamos que el 30% de los estudiantes no ven necesario la implementación de una forma para estar en contacto frecuente con sus familiares y el 70% da por necesario una implementación de contacto frecuente con sus familiares ya que necesitan saber cómo están sus familiares o estar pendientes de noticias que tengan que ver con el bienestar de su familia, no solo del estudiante ante su familia sino de su familia ante estudiante.

### ANALISIS

Con la encuesta realizada a los estudiantes y sabiendo su opinión pudimos deducir que el 95% de lo estudiantes ve necesario la implementación de una forma para estar frecuentemente comunicados con su familia ya que se les hace necesario estar al tanto de lo que pasa con cada uno de sus familiares y un 5% no lo ven tan necesario por el simple hecho de que algunos estudiantes no tienen una comunicación amplia con sus familiares.

## ESTUDIANTES



3. ¿En promedio cuantas veces carga su móvil al día?

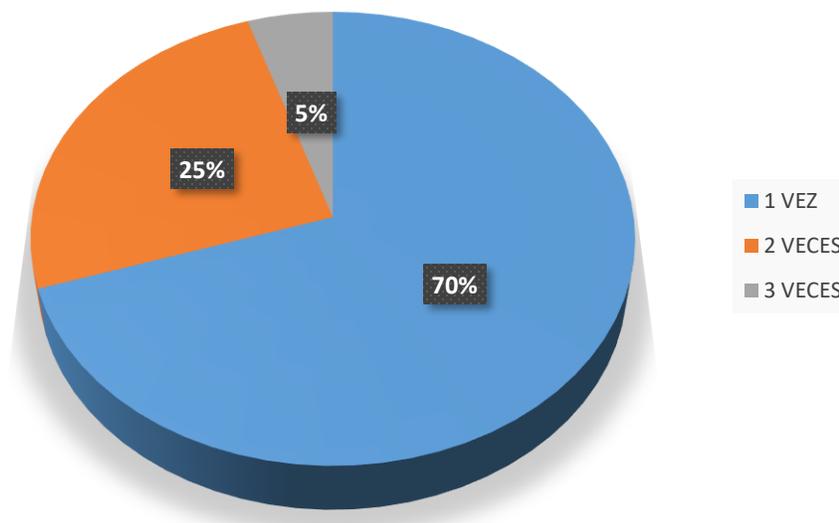
### HIPOTESIS

Pensamos que un 80% de los estudiantes de la CUN cargan su celular una vez al día y un 20% la carga 2 veces al día para tener su móvil en su totalidad de carga.

### ANALISIS

Realizando la respectiva encuesta a los estudiantes de la CUN deducimos que el 70% de los estudiantes carga su móvil una vez al día, que un 25% carga su móvil dos veces al día y por último un 5% carga su móvil 3 veces para tener una mejor durabilidad de carga en todo el transcurso del día.

## ESTUDIANTES



4. ¿usted como estudiante ha presentado problemas en el momento de realizar trabajos, enviar y verificar trabajos por falta de batería en su móvil?

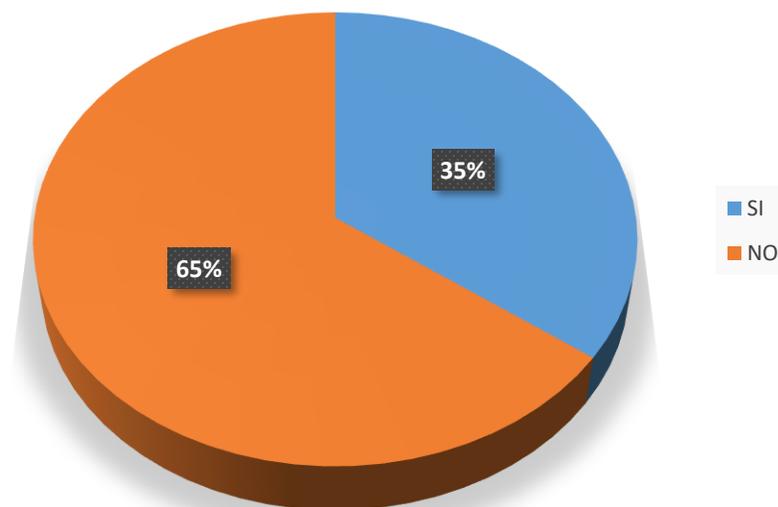
### **HIPOTESIS**

Creemos que la mayoría de estudiantes que aproximáramos es un 60% poseen problemas a la hora de enviar, realizar o verificar trabajos por medio de su celular a falta de batería y que el 40% de los estudiantes no presentan tales problemas por la razón de que no suelen enviar o hacer trabajos por medio de su teléfono móvil.

### **ANALISIS**

Los resultados obtenidos por las encuestas nos dan como resultado en cual un 35% de estudiantes de la CUN poseen problemas al enviar o hacer trabajos por medio de su celular a falta de carga y un 65% no presentan dificultades ya que no suelen hacer un enviar trabajaos por medio de sus móviles frecuentemente.

## **ESTUDIANTES**



5. ¿Cuáles son las sedes donde presenta más problemas para cargar su móvil?

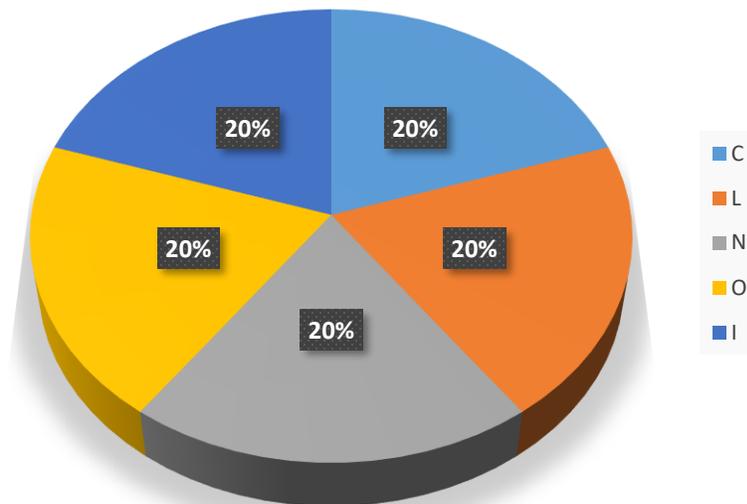
### HIPOTESIS

Pensamos que los estudiantes de la CUN tienen más problemas o dificultades para para cargar sus móviles en las sedes C, L, N, O Y la sede I ya que no hay una buena “Cantidad de tomas o de puertos de parga “para los móviles.

### ANALISIS

Los estudiantes en las encuestan indican las sedes C, L, N, O Y I son totalmente iguales, es decir que estas sedes presentan las mismas dificultades para brindar una posibilidad de cargar en el móvil.

### SEDES



6. ¿Ha escuchado usted sobre el “Síndrome de la Baja Batería”?

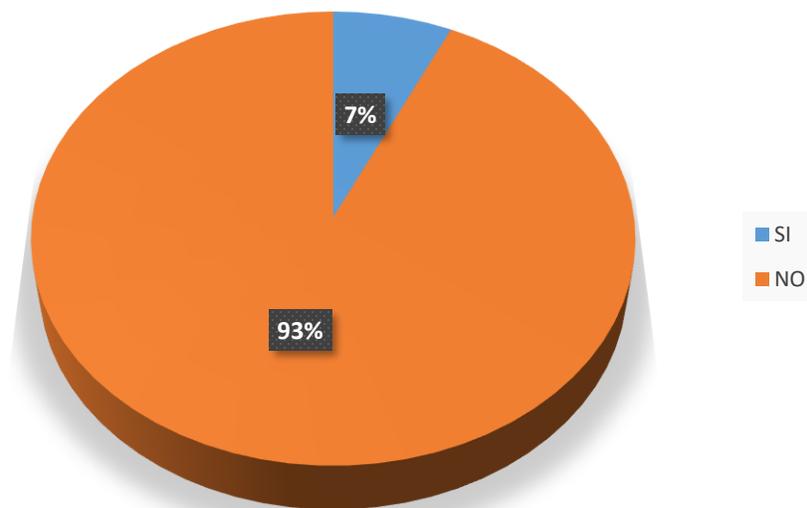
### HIPOTESIS

Pensamos que un 10% de los estudiantes han escuchado sobre esta investigación que se realizó en estados unidos donde se comprobó que las personas sufren un tipo de pánico al ver su celular con batería baja y que el resto de estudiantes no ha escuchado o simplemente no sabe sobre el síndrome de la baja batería.

### ANALISIS

Con los resultados obtenidos con las encuestas podemos decir que solamente el 7% de los estudiantes han escuchado sobre el estudio del síndrome de la batería baja y que el 93% no sabe ni ha escuchado sobre aquel síndrome.

## ESTUDIANTES



7. ¿Cómo carga su celular actualmente?

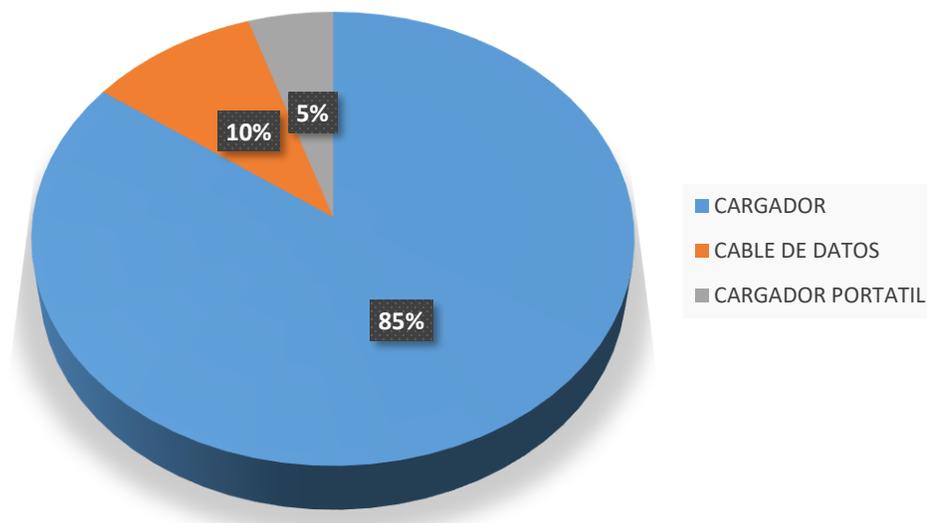
### HIPOTESIS

Supones que la mayoría de los estudiantes de la CUN ose un 70% carga su celular con cargado “propio de móvil”, un 25% con un cargador portátil y el 5% simplemente cargan un cable de datos.

### ANALISIS

Basándonos en la encuesta podemos decir que un 85% carga su móvil con cargado “propio del móvil” un 10% simplemente carga un cable de datos para cargarlo con otro dispositivo y un 5% tiene un cargador portátil.

## ESTUDUANTES



# **Estudio Organizacional**

## **1. Registro Mercantil**