

Creación de Empresa Opción Grado 1

SOLARIS

Camilo Andrés Bocanegra Betancourt

Brayan Alexander Niño Nieto

Heider Andrés Taborda Osorio



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)
CUIDAMOS DEL MEDIO AMBIENTE

Bogotá D.C

2019

Tabla de contenido

Introducción.....	3
1. Justificación.....	4
2. Descripción de la idea de negocio.....	5
3. Componente innovador de la idea de negocio.....	5
3.1.Características de la idea de negocio.....	5
4. Descripción detallada del cliente.....	8
5. Validación de la idea negocio.....	8
5.1.Herramienta de recolección.....	8
5.2.Análisis de resultados.....	9
6. Planeación estratégica.....	11
6.1.Identidad estratégica.....	11
6.2.Futuro preferido.....	11
6.3.Objetivo general.....	11
6.4.Objetivos específicos.....	12
6.5.Valores.....	12
7. Conclusiones.....	13
Bibliografía.....	14



TÍTULO: PORTACOMIDAS CON PANEL SOLAR (SOLARIS)

Introducción

En el desarrollo del presente texto se dará a conocer una idea de negocio enfocado en un portacomidas “Solaris” que funciona con un panel solar. Se dará a conocer cada uno de los componentes innovadores de la idea de negocio con una descripción detallada del cliente, aplicando además el modelo Lean Canvas. Dentro de la verificación de la idea de negocio se dará a conocer la herramienta de recolección de información utilizada con el respectivo análisis de la información recolectada. Por otro lado la planeación e identidad estratégica soportan la forma como se llegará a los clientes. Por último, el futuro preferido y valores darán la respuesta ante la manera por la cual el producto será importante para los clientes objeto.



1. Justificación

La idea de negocio que se pretende desarrollar tiene componente de innovación orientado a la satisfacción de las necesidades de los clientes con elementos diferenciadores a los ya existentes, brindando una nueva visión con el uso de tecnologías limpias que pueden facilitar la vida a las personas. Con el desarrollo del producto se logrará cuidar el medio ambiente.

Las características propias del producto lo diferencian de otros ya existentes lo que lo hace particular e interesante de adquirir por cualquier tipo de personas. Por otro lado, hay características que hacen diferente al producto a desarrollar y generan confianza al cliente objetivo.

La siguiente idea de negocio surge ante la necesidad de minimizar gastos, desplazamiento y optimizar los tiempos de descanso en las empresas. También este producto se enfocará en la conservación del medio ambiente, usando tecnologías limpias que permitirá el cuidado del planeta.



2. Descripción de la idea de negocio

Pensando en las personas y en la forma en la que realizan las actividades, en la salud, en el tiempo, se observa que en muchas ocasiones es difícil poder calentar los almuerzos en el lugar de trabajo, estudio, ocio o diversión lo que exige ingerir alimentos fríos. El tiempo, la falta de dinero, las filas extensas o el acceso a un horno microondas se torna difícil o casi imposible, razones por las cuales exigen a las personas llevar su alimento al lugar de su actividad diaria; por esto el uso de portacomidas mejora la calidad de vida.

La idea de negocio se fundamenta en la creación de unas portacomidas con base en energía solar. Este producto facilita calentar cualquier tipo de comida a personas que la lleven consigo a sus actividades diarias. Este producto logrará que las personas gasten menos dinero diariamente. El portacomidas Solaris por su comodidad permite un fácil desplazamiento debido a su tamaño y dimensiones; este contiene una lonchera de carga y gracias a sus cualidades y materiales conservará el calor de la comida durante un mínimo de 3 horas con el fin de mantener los alimentos frescos; posterior a este tiempo si es necesario se utilizará el panel solar para calentar el almuerzo y lograr que este caliente sin necesidad de usar un horno microondas, esto evitará hacer largas filas, promoviendo el cuidado de la salud realizando otras actividades mientras el portacomidas se calienta con la luz solar.

Es una idea de negocio con la cual se creará un producto innovador y diferente que dé solución a una necesidad y contribuya a la conservación de la salud de las personas, ahorrando tiempo y dinero.

Todas aquellas personas que requieren la utilización del producto pueden tener acceso a él, puesto que sus características físicas son compatibles con las personas que lo vayan a manipular, no tiene una estructura tan rígida ni de alto peligro, es amigable tanto para las personas como para el medio ambiente.

3. Componente innovador de la idea de negocio

La idea de negocio que se propone tiene un carácter innovador por las siguientes características:

3.1 Características de la idea de negocio

Uso de energías limpias: Requiere de la luz solar para su funcionamiento. Solo usará energía eléctrica en situaciones extremas.

Economía: Tendrá un costo cómodo para que pueda ser adquirido por clientes de diversos estratos socioeconómicos.

Durabilidad: Por sus componentes y materiales podrá tener una gran vida útil, evitando una obsolescencia rápida.

Uso de materiales reciclables: Los materiales reciclables garantizarán la protección ambiental estando acorde con las necesidades de conservación del planeta.

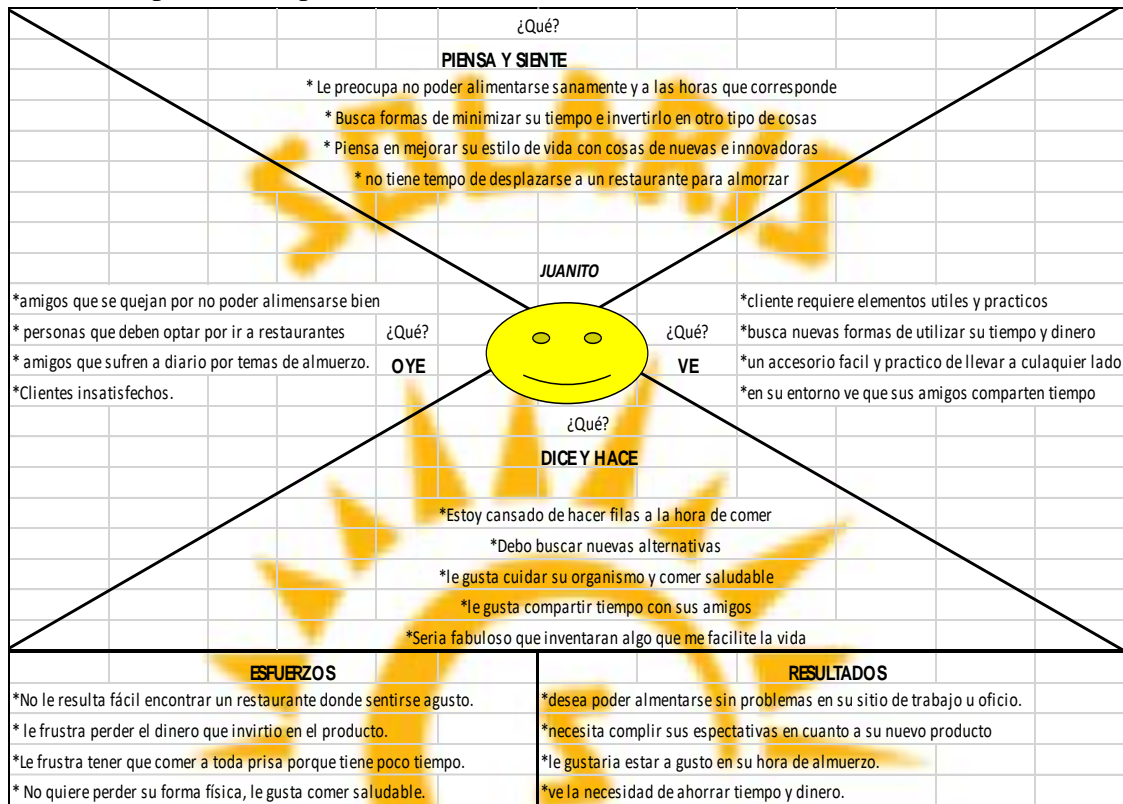
Mejor portabilidad: fácil de llevar a todo tipo de lugares por su poco espacio que ocupará en su bolso o maleta de viaje.

Servicio puerta a puerta: se le facilita al cliente llevarle el producto a su lugar de residencia sin ningún costo extra.

Mapa de la empatía

En la gráfica 1 se da a conocer el mapa de empatía que se relaciona con la idea de negocio que se desarrollará. Se hace énfasis en el producto y en el cliente objeto.

Gráfica 1. Mapa de la empatía



Las 4Cs

En la tabla 1 se da a conocer las 4Cs (Cliente, Comunicación, Costo y comodidad) del producto.

Tabla 1. Las 4Cs (Cliente, comunicación, costo, comodidad) de la idea de negocio

<p>CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • La idea principal. No hay problemas al calentar el almuerzo por factores meteorológicos. • Implementar un portacomidas, mientras las personas trabajan o realizan actividades habituales puedan ir calentando el alimento gracias al panel solar instalado internamente. 	<p>COMUNICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voz a voz • Informantes puerta a puerta • Postventa, seguimiento al cliente, volanteo para hacer la publicidad.
<p>COSTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para que el cliente evite su desplazamiento, puede realizar las compras por medio de las diferentes, plataformas como lo son las páginas web del producto, Facebook e Instagram • La idea es entregar nuestro producto en la puerta de la casa, para mejor comodidad del cliente y un mejor servicio. • Portacomidas SOLARIS se entregaría con su lonchera para cargarla, la bolsa mantendrá el calor inicial del almuerzo durante 3 horas, posterior a este tiempo. Si es necesario se utilizará el panel solar para tener el almuerzo caliente. 	<p>COMODIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se le prestará el servicio de tarjeta de crédito • Se llevará el datafono puerta a puerta en caso de pagar con tarjeta de crédito. • Fácil de llevar a todo lugar por su poco espacio que ocupará en su bolso o maleta de viaje.

Modelo Lean Canvas

En la tabla 2 se describe el Modelo Lean Canvas de la idea de negocio. Este modelo aplicado a la idea de negocio refiere aliados clave, actividades clave, propuesta de valor, relación con el cliente y segmentos de clientes.

Tabla 2. Modelo Lean Canvas de la idea de negocio

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
La compra y adquisición de nuestro producto la pueden realizar directamente en los almacenes de cadena como éxito, jumbo y alkosto.	Venta de portacomidas con paneles solares para calentar el almuerzo por sí mismo	Evitar que las personas tengan gastos por calentar el almuerzo, porque gastan 700 pesos diarios.	Por medio de redes sociales en la cual se va a dar una introducción del producto que se va a vender, dando así la tarea de hacer que el cliente se acerque a un punto de distribución.	Mayores de edad, en un rango de 18 a 40 años que trabajan y estudian, otro rango sería entre 45 a 60 años quienes trabajan en horarios regulares
Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Panel solar • Tamaño estándar • Mano de obra • Sistema recargable para dispositivos 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Anuncio en periódico • Voz a voz 		Uso diario durante al menos 9 horas Bajo costo para generar ingresos.
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> • personal • diseñador • mercadeo • producción 			Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> • venta de productos 	

4. Descripción detallada del cliente La esencia de la segmentación del mercado es conocer realmente a los consumidores; es un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa, se deben agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades similares. Entre los clientes se encuentran trabajadores, estudiantes universitarios y todas aquellas personas interesadas en reducir el tiempo e inversión de dinero en sus actividades diarias. Este producto será útil para orientar a las personas que llevan sus alimentos a lugares donde no hay fácil acceso para comprar un almuerzo o donde por costos no sea posible comprarlo.

5. Validación de la idea negocio

5.1.Herramienta de recolección

Se formularon una serie de preguntas para verificar que opinan las personas de nuestro producto, para ello creamos un formulario en google con el fin de obtener resultados y hacer

un análisis que nos permita tomar decisiones para enfocar nuestro proyecto a la segmentación de clientes con mayor posibilidad de que adquieran nuestro producto, aprovechando que la mayoría de personas utilizan sus teléfonos para todo tipo de tareas, se compartía un link con la encuesta a grupos de amigos, grupos de la universidad, grupos de trabajo y redes sociales, las cuales nos arrojaron los siguientes resultados.

En esta parte se optó por realizar encuestas en línea por medio de formularios en google docs.

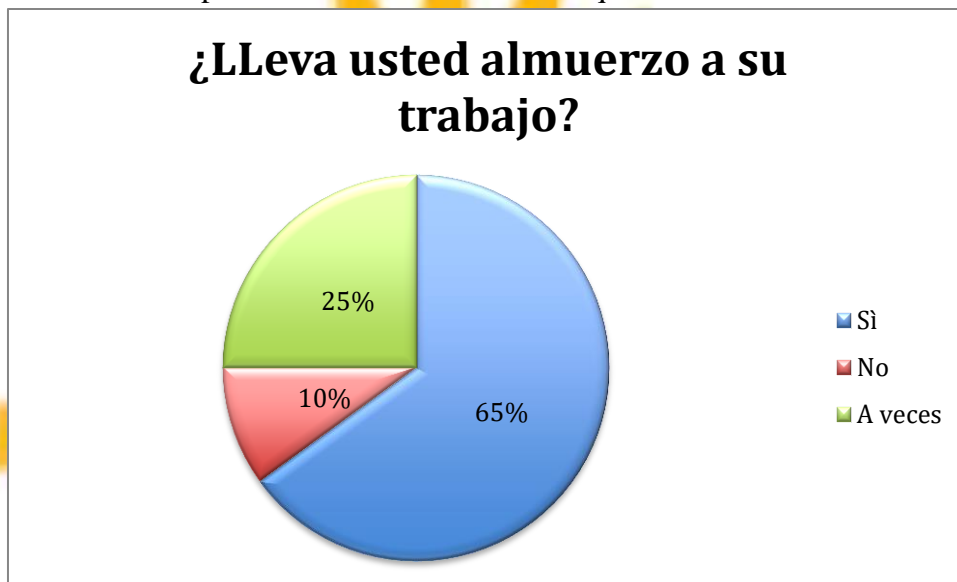
Las variables de interés para realizar la encuesta se refieren en cada uno de los gráficos que se observarán posteriormente.

5.2. Análisis de resultados.

Hubo una participación de 100 personas que respondieron la encuesta. Los resultados se presentan a continuación.

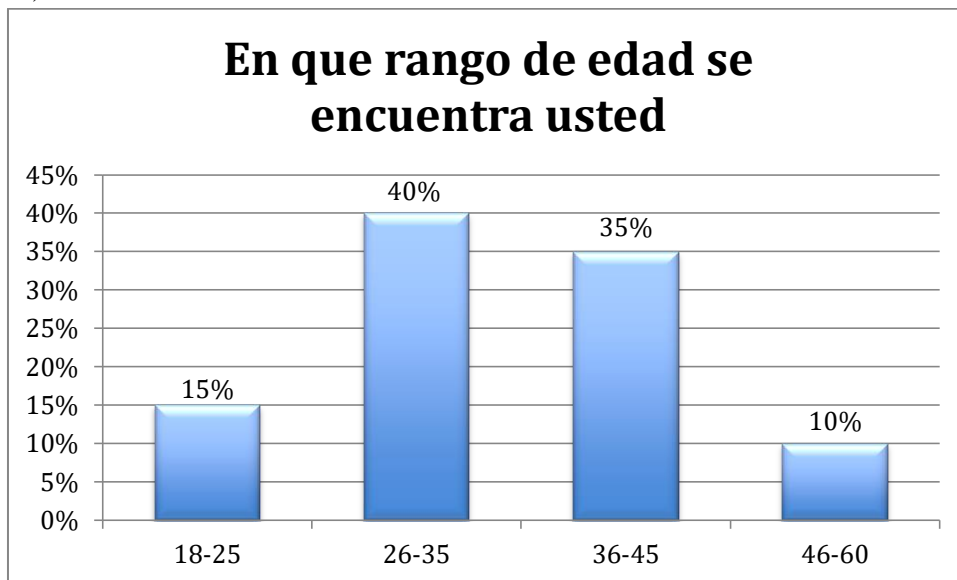
La primera variable de interés relacionada en la encuesta se refiere a la opción de llevar el almuerzo. De acuerdo con las respuestas el 65% de los encuestados refiere llevar el almuerzo al lugar de su ocupación. Ver gráfica 2.

Gráfica 2. Distribución porcentual de los encuestados que llevan almuerzo



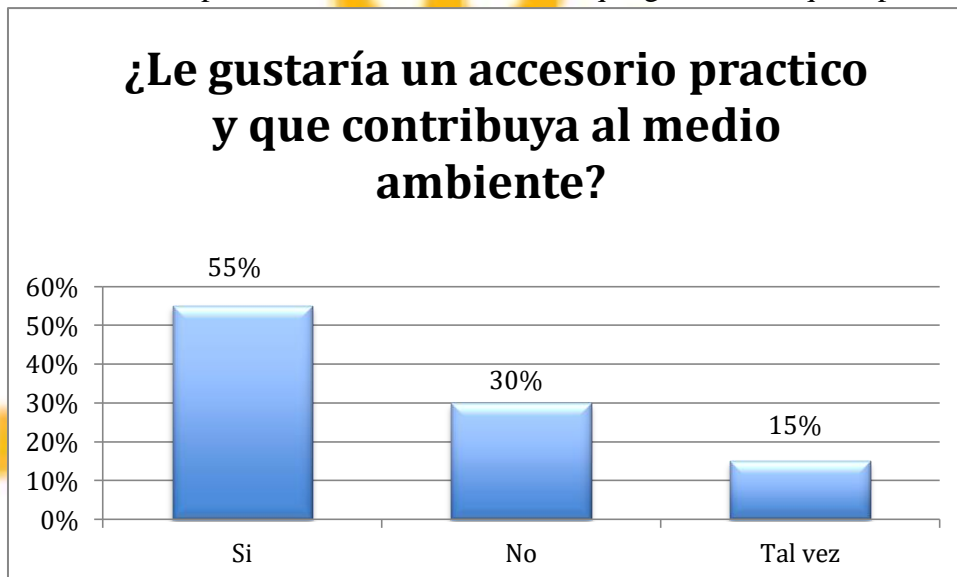
En la gráfica 3 se observan los resultados de los encuestados teniendo como referencia los rangos de edad (Grupos etáreos). Los resultados indican que personas entre 26 a 45 años aquellos clientes que podrían adquirir el producto.

Gráfica 3. Distribución porcentual del rango de edad de los encuestados (Clientes potenciales)



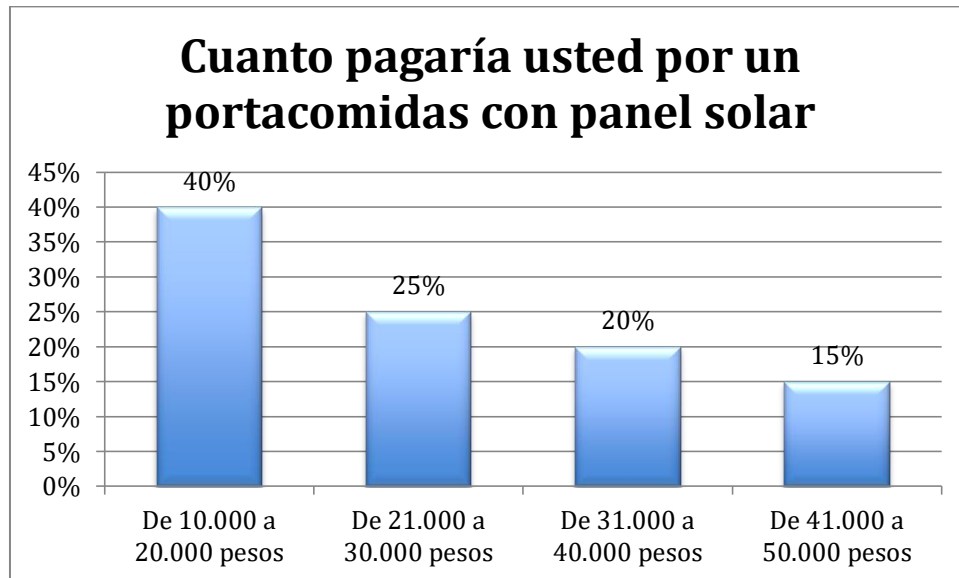
Del 100% de los encuestados, el 55% le gustaría adquirir un accesorio práctico que contribuya al ambiente. 30% no gustarían adquirirlo y 15% tal vez. Ver gráfica 4.

Gráfica 4. Distribución porcentual de los encuestados que gustarían adquirir producto



La gráfica 5 muestra la distribución porcentual de los encuestados según precio a pagar por el producto. Según los resultados, el 40% de los encuestados tienen interés de pagar de \$10.000 a \$20.000, el 25% de \$21.000 a \$30.000.

Gráfica 5. Distribución porcentual de los encuestados que gustarían adquirir producto



6. Planeación estratégica

La estrategia del producto es analizar a los competidores y buscar zonas libres de competencia, mediante la innovación y el aporte de valor. Por ello, resulta fundamental observar lo que hacen los competidores con objeto de eliminar o disminuir aquellos factores que utilizan y que pueden no ser importantes para los clientes, aumentar los elementos clave por encima del nivel de la industria para crear nuevos factores que ofrezcan valor añadido. De esta forma, las estrategias de venta se deberán enfocar en cada una de estas poblaciones para lograr el impacto necesario en los consumidores.

6.1. Identidad estratégica:

Para nuestro producto, la identidad estratégica se realizará una feria de lanzamiento abierta al público donde se realice una exhibición masiva con el ánimo de enseñarles a los clientes potenciales la forma de uso y manipulación del producto. Se le entregará a cada uno de los asistentes, un folleto donde se explicara las ventajas y beneficios que adquieren al momento de comprar el producto y los cuidados que deben tener con el mismo. Todo esto es con el fin de convencer a los asistentes de que el producto ayudará a suplir todas las necesidades que pueden tener al momento de llevar sus alimentos desde casa.

6.2. Futuro preferido:

Será la mejor alternativa en portacomidas a nivel nacional, generando confianza necesaria a sus clientes debido a los valores que representan nuestro producto.

6.3. Objetivo general: Elaborar una propuesta de idea de negocio de un portacomidas con panel solar

6.4.Objetivos específicos: Describir el componente innovador de la idea de negocio de un portacomidas con panel solar

Realizar la descripción detallada del cliente relacionando con la propuesta de idea de negocio de un portacomidas con panel solar

Reconocer la validación de la idea de negocio de un portacomidas con panel solar

6.5.Valores:

Sencillez: Nuestro producto se caracteriza por un diseño único y sin lujos

Precisión: Producto que funciona fácilmente

Responsabilidad ambiental: Este producto propende por el cuidado del ambiente

Versatilidad: Nuestro producto puede ser usado por personas en diversas situaciones



7. Conclusiones

- Con la presente idea de negocio fue posible definir los componentes de innovación que lo diferencian de aquellos presentes en el mercado.
- La innovación de la idea de negocio y el uso de energías limpias preserva el ambiente llevando al uso de nuevas tecnologías
- El modelo Lean Canvas facilita analizar el modelo de negocio del portacomidas Solaris con el fin de alcanzar el éxito.
- Los valores que se quieren resaltar en la idea de negocio están acordes con el desarrollo del producto y su visión innovadora.



Bibliografía

1. Definición de ideas de negocio. Unidad de desarrollo económico local. UDEL Municipio de Danlí. Recuperado de http://www.danlicompite.org/wp-content/uploads/2013/05/guia_de_elaboracion_de_ideas_de_negocios.pdf.
2. Ministerio de educación de Perú (2009). Guía de ideas y plan de negocios. Recuperado de <http://www.minedu.gob.pe/minedu/archivos/a/002/06-bibliografia-para-etp/6-gipneg.pdf>.

