

SOMBRILLA CON LUZ LED

MARCO AURELIO VIRU SABOGAL

KAREN ANDREA ROMERO URIBE

Administración de empresas

ASESOR DE TRABAJO: Amanda Lucia Riapira Beltran

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO I

IBAGUE

2018

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción.....	4
1. Justificación.....	6
2. Desarrollo de la matriz de perfilacion de clientes customer development.....	7
2.1 Stake holders.....	7
2.2 Identificación de las necesidades del Stake Holders.....	8
2.3 Identificación de los beneficios y expectativas.....	9
2.4 Identificación de las soluciones actuales.....	9
2.5 Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones.....	10
2.6 Identificación del Mercado.....	10
2.6.1 Identificación TAM, SAM Y TM.....	11
3. Validación del Pentágono de Perfilacion de clientes.....	12
3.1 La Entrevista.....	12
3.2 Análisis de la información de resultados.....	13
3.3. Validación de la identificación de las necesidades.....	14
3.4. Validación de los beneficios y expectativas.....	14
3.5. Validación de las limitaciones, inconformidades y frustraciones.....	14
3.6. Pentágono de perfilación de clientes.....	15
4. Prototipo.....	16
4.3. Descripción del producto o servicio.....	16

4.4. Ficha técnica del producto o servicio.....	17
5. Planeación estratégica generativa.....	17
5.1. Identidad estratégica.....	17
5.2. Futuro preferido.....	18
5.3. Objetivos empresariales.....	18
5.3.1. Objetivo general.....	18
5.3.2. Objetivos específicos.....	18
5.4. Valores Corporativos.....	19
6. Análisis del Macroentorno.....	20
6.1. Pestel.....	20
6.2. Fuerzas de PORTER.....	21
7. Conclusiones.....	24
8. Referencias Bibliográficas.....	25

Introducción

Decidir un proyecto de empresa, es emprender en una idea de negocio que se enfoca en la fabricación de un producto o servicio o innovar en un producto o servicio, lo cual permite un beneficio económico para su creador y una utilidad para quien lo adquiere.

La innovación es una de las mejores opciones para crear empresa, introducir al mercado un producto o servicio mejorado con relación a sus características iniciales, impacta en el consumidor o cliente, quien se siente atraído por las características tangibles e intangibles del producto y sentir un deseo de adquirirlo y utilizarlo a pesar de no ser nuevo en el mercado.

La sombrilla ha sido un utensilio utilizado desde las culturas más antiguas, en donde era símbolo de distinción o rango, las primeras sombrillas fueron hechas de palma, plumas y papiros tensados, las cuales protegían las cabezas de los nobles. Con el pasar del tiempo y el desarrollo cultural la sombrilla se convirtió en un utensilio femenino, Pero luego fue innovando en su utilidad y variedad convirtiéndose en un producto práctico y unisex en el mercado, que resguarda a la persona de la lluvia y del sol. En la actualidad encontramos sombrilla, paraguas, parasoles de diferentes tamaños, colores y diseños, para todo tipo de persona y para todas las edades.

Por tal motivo este proyecto busca darle una nueva innovación a este producto aparte de ser práctica, portátil y con diseños variados se quiere agregar luz led, para crear mayor

utilidad del producto en las personas. Aparte de proteger del sol y la lluvia a toda la población también sirve de linterna para las personas que la portan.

1. Justificación

Una sombrilla con luz led incorporada favorece a todas las personas que la utilicen independientemente del sexo, la edad y la ocupación. Este producto ha sido útil y práctico para todas las personas, el cual fue creado para proteger a su portador dando estatus y elegancia.

En la actualidad la sombrilla se utiliza a diario, por la exposición directa y fuerte que tenemos los seres humanos al sol, la contaminación ha generado un daño irreparable en la capa de ozono y por tal razón quedamos expuestos a los fuertes rayos solares que proporciona el sol en la tierra.

La sombrilla paso a ser un producto de invierno para proteger del agua a ser también un compañero inseparable para el día y a partir de ese análisis de innovación que ha tenido este utensilio a lo largo de los años, se quiere agregar una nueva utilidad integrando en su funcionalidad luz led.

La sombrilla con luz led proporciona visibilidad y seguridad a su portador al transitar por lugares con luz escasa para llegar a su destino final o al salir de su trabajo en un torrencial aguacero y quedar sin luz. Sin duda alguna esta nueva evolución sirve para muchas personas en la sociedad.

2. Desarrollo de la matriz de perfilacion de clientes customer development

2.1 Stake holders

Por consecuencia del cambio climático la gran mayoría de las personas se han visto en la necesidad de utilizar la sombrilla en el día, a causa de las fuertes temperaturas y exposiciones al sol. Los médicos todos los días hacen referencia al cuidado de la piel, en conclusión el ser humano debe esconderse de los rayos solares.

Por tal motivo se ha creado la idea de negocio de una sombrilla con luz led, ya que el portador la utiliza de día, ya sea verano o invierno. Una sombrilla con luz led beneficia a toda la población, pues la luz led ayuda y favorece la movilidad en la oscuridad o en invierno cuando se va la luz a causa de las fuertes tormentas que se presentan. Este producto no distingue de edad, sexo u ocupación.

Nuestro producto va dirigido a todas las personas en general, pero con más acercamiento a:

- Las personas de la tercera edad: que tengan problemas de visión y salgan con frecuencia a caminar, hacer ejercicio a pasear con su mascota en horas de la noche a la calle.
- Mujeres y madres: que trabajan todo el día y regresan a casa a altas horas de la noche sin importar la clemencia del clima.

- Estudiantes: universitarios que trabajan, estudian y la mayor parte del tiempo están fuera de clase y deben estar preparados para cualquier eventualidad que se presente respecto al clima.
- Celadores y vigilantes: estos hombres de vida nocturna que tengan que trabajar en horas de la noche.

2.2 Identificación de las necesidades del Stake Holders

Se ha evidenciado la necesidad de las madres cuando salen de sus trabajos a recoger a sus hijos en horas de la noche y lloviendo y con todas las pertenencias que cargan no visualizan con seguridad el camino.

Los celadores, vigilantes, guardas de seguridad, necesitan un utensilio que le proporcione varias soluciones al tiempo sin ocupar tanto sus manos, es el caso de la sombrilla con luz led, pues al portarla tiene dos beneficios al mismo tiempo sin ocupar sus dos manos, puede visualizar con tranquilidad y precisión en la oscuridad su camino y resguardarse de la lluvia, además genera más seguridad en su entorno de trabajo y colaboración a su acompañante quien necesitan también visualizar el camino.

Las personas de la tercera edad con frecuencia salen de su casa con su sombrilla y les toma tiempo regresar a casa, casi todos utilizan paragua o sombrilla, si ellos portan una sombrilla con luz led pueden transitar seguros por alguna calle o lugar oscuro sin riesgo a perder el equilibrio y caer al suelo sufriendo algún daño físico.

2.3 Identificación de los beneficios y expectativas

Un guarda de vigilancia necesita al menos una mano libre en las noches de lluvia para ayudar a su cliente, portar su elemento de seguridad con firmeza, en fin poder cumplir con muchas otras labores que ellos nos prestan, portando este producto innovador se beneficia el, sus cliente y todo su entorno.

Una madre con su hijo en brazos le beneficia el servicio que le presta la sombrilla con luz led, porque puede resguardarse de la lluvia, visualizar su camino y lo mejor impedir perder algún objeto, botar el dinero de la cartera al pagar el transporte y lo mejor si la carga en su bolso para protegerse del sol en la noche si llueve o se va la luz tiene un objeto que le ayuda a solucionar ciertos inconvenientes.

Todos los portadores del producto se ven beneficiados por la nueva utilidad que se le puede dar a la sombrilla, solo protege sino que también da luz y brinda seguridad al transitar por sitios oscuros.

2.4 Identificación de las soluciones actuales

El mercado ofrece la sombrilla en diferentes estilos, tamaños, colores y con beneficios adicionales como automática, semiautomática o convencional, de igual forma ocurre con el paraguas.

Este producto se consigue fácilmente en el mercado; cacharrerías, almacenes de cadena, almacenes de moda, almacén de variedades, tienda de ropa deportiva con un costo aproximado de \$ 15.000 la más económica y sencilla, hasta \$ 45.000 la de mejor calidad, automática, mango en madera, practica para portar y con marca reconocida en el mercado como es el caso totto.

2.5 Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones

Muchas de las personas no utilizan el producto por no encartasen con él, la persona que no utiliza sombrilla es porque no le gusta llevar nada en sus manos, le gusta estar y sentirse libre, cómodo para cualquier eventualidad poder reaccionar con facilidad, además hay personas que la utilizan y dejan de usarla porque se les pierde, la dejan abandonada en todas partes o las que han adquirido son de mala calidad, lo que les desanima realizar una inversión en el producto.

2.6 Identificación del Mercado

Es un producto de consumo masivo, dirigido a todo el sector de comercio; cacharrerías:

- Misceláneas: son negocios pequeños que encontramos en el sector del comercio que pueden vender el producto que se está lanzando y puede ser adquirido con facilidad por el stakeholders.
- Almacenes de cadena: que desee realizar un detalle a sus clientes con una pequeña publicidad de la empresa benefactora del producto.
- Tienda de variedades: son negocios pequeños que se encuentran en el barrio de la comunidad y permiten la adquisición con facilidad del producto.

2.6.1 Identificación TAM, SAM Y TM

TAM: Toda la población en general independiente mente del clima de la región y el sexo.

SAM: mujeres (madres, trabajadoras, estudiantes, etc) y personas de la tercera edad, las personas que trabajan casi el 100% en la calle.

TM: mujeres en general, abuelitos y vigilantes.

3. Validación del Pentágono de Perfilación de clientes

Para validar la información recopilada en el capítulo dos, se realizará una entrevista que ayudara a identificar el mercado probable, que daría la referencia de quienes comprarían una sombrilla con luz led, es decir cuáles serán los clientes para este producto innovador en el comercio.

3.1 La Entrevista

1. ¿Qué utensilio le parece más indispensable usar en el invierno?
2. Cuando sale de casa piensa en llevar la sombrilla. Con que frecuencia y en qué momento usa la sombrilla como utensilio útil para su diario vivir.
3. Con que características prefiere la sombrilla.
4. Qué opina de este producto según las características que le ofrece el mercado en la actualidad.
5. ¿Cuál es su opinión si en este momento le ofrezco una sombrilla con luz led?
6. Cree usted que este producto seria innovador en el mercado con referencia al producto que ofrece el mercado en la actualidad

3.2 Análisis de la información de resultados

	1° pregunta	2° pregunta	3° pregunta	4° pregunta	5° pregunta	6° pregunta
Entrevista 1 Sra trabajadora	Chaqueta	Siempre	Practica y liviana	Es variado y para todos los bolsillos.	Sin palabras	Si, sería algo curioso y diferente.
Entrevista 2 Sra joven	La sombrilla	Cuando está lloviendo o hace mucho sol.	Grande y liviana.	Son buenas y variadas. Hay muchos estilos.	Nunca se me hubiera ocurrido. Muy practico.	Demasiado innovador, me gustaría verla.
Entrevista 3 Srta trabajadora y estudiante	La chaqueta y la sombrilla	Si, sin duda va en mi bolso.	Pequeña para que me quepa en todos los bolsos y práctica.	Son prácticas y casi que personalizadas se encuentran de todos los tipos.	Me gustaría verla. Muy práctica y útil en todo momento.	Si excelente para la noche.
Entrevista 4 Joven universitario	Ropa abrigada	No uso sombrilla	No me gustan las sombrillas porque la dejo tirada en todas partes	Son muy comunes.	En serio seria magnifico.	Se la regalaría a mi mama a ella le encantan.
Entrevista 5 Sra ama de casa	Un saco y la sombrilla	Casi siempre la llevo en mi maleta.	Mediana automática de color negro y liviano.	Son muy buenas.	No me la imagino tendría que verla, que tanto alumbraría.	Si, Sería muy práctica cuando se va la luz.
Entrevista 6	La chaqueta	No me gustan las sombrillas	No sé.	Todas son iguales.	No sé qué decir, sería extraño.	Si, algo diferente Como alumbraría
Entrevista 7 Sr de la tercera edad.	El paraguas y un saco	Siempre, haga sol o llueva la llevo porque es mi bordón.	Grande donde me proteja bien.	Hay muchos peros de muy mala calidad.	Hay no sería espectacular sombrilla y linterna	Si, algo muy útil para las personas como yo.
Entrevista 8 Joven estudiante	Zapatos cerrados	No uso sacos ni sombrillas no me gusta.	Pequeñas y que no se dañen.	Son malas casi que desechables.	Sería un producto útil para usar.	No me la imagino seria extraño.

Entrevista 9 Sr trabajador	El paraguas	Cuando estamos en invierno, trabajo todo el día y en la noche casi siempre llueve.	Grande para no mojarme y pueda ir acompañado .	Son muy buenos, tengo de diferentes colores a la entrada de mi casa.	Qué curioso no había pensado en eso sería una nueva adquisición para mi colección.	Si, muy bueno cuando llega al mercado.
Entrevista 10 Sra madre de familia y ama de casa.	La sombrilla y la chaqueta	La cargo siempre en mi maleta porque estudio y hay mucho cambio de clima	Pequeña, de colores y super liviana.	Son excelentes y para todos los gustos.	Que idea tan buena, yo la compraría, sería muy útil.	Si, muy bueno, la tienes hay déjame ver.

3.3. Validación de la identificación de las necesidades

La gran mayoría de las personas que utilizan la sombrilla, la usan como implemento de protección de la lluvia.

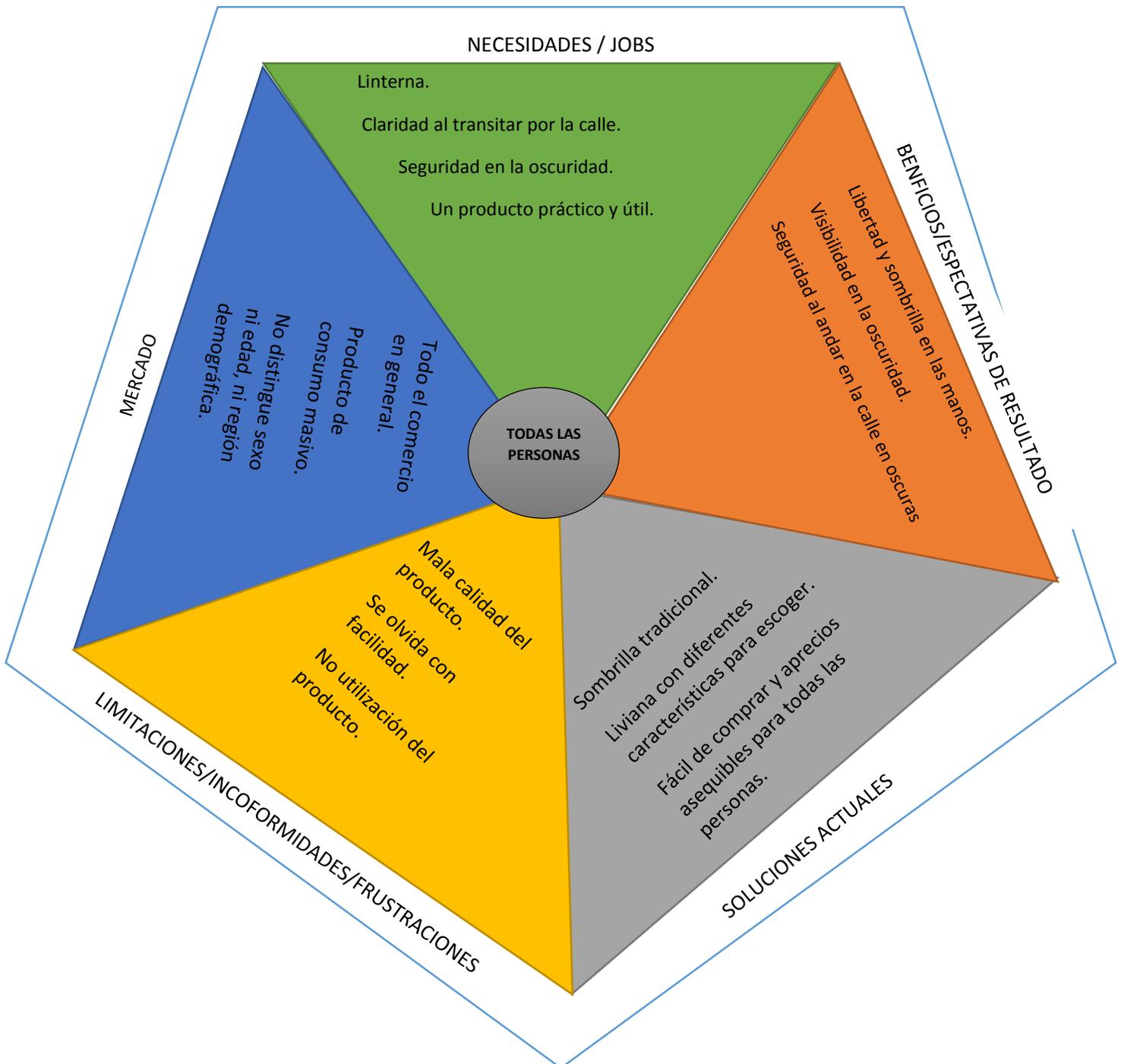
3.4. Validación de los beneficios y expectativas

Un producto practico, innovador y diferente que serviría para protegerse de la lluvia y de linterna para cualquier ocasión.

3.5. Validación de las limitaciones, inconformidades y frustraciones

Las personas que no usan el producto son por calidad y servicio. Con las entrevistas se pudo evidenciar que las personas que menos usan este producto son los hombres, en especial los jóvenes.

3.6. Pentágono de perfilación de clientes



4. Prototipo

4.1 Descripción del producto o servicio

La sombrilla con luz led, es una sombrilla con las características físicas de una sombrilla tradicional, pero con un pequeño bombillo led incorporado en el mango de la sombrilla que funcionaría con tres pilas Sony 377.

La luz no sería extravagante y el cambio de la pila sería muy fácil para quien porte el producto. Se quiere innovar en servicio pero también en calidad y diseños, para aquellos que no usan sombrilla se animen adquirir el producto porque les da variados beneficios y alternativas de uso.



4.2 Ficha técnica del producto o servicio.

Se manejaría diferentes tipos de sombrilla clasificadas en dos grupos de la siguiente manera:

Los dos grupos presentan mango ergonómico en madera o goma.

a. Sombrilla:

- Sombrilla automática pequeña: es una sombrilla personal y de bolso se encontraría en el mercado por un valor de \$ 30.000
- Sombrilla automática mediana: es más grande y tendría un costo de \$ 40.000.
- Sombrilla automática grande: es una sombrilla tipo de paraguas que sirve para andar con acompañante y se puede llevar en el bolso por un costo de \$ 45.000.
- Sombrilla manual pequeña: sombrilla de bolso personal, mango de goma. Costo \$ 25.000.
- Sombrilla manual mediana: mango en goma, tiene un costo de \$ 35.000.
- Sombrilla manual grande: tipo paraguas mango en goma, portable en maleta, con un costo de \$ 40.000

b. Paragua:

- Automático: grande con mango en madera, con un costo de \$ 55.000
- Manual: grande con mango en goma, con un costo de \$ 45.000.

5. Planeación estratégica generativa

5.1 Identidad estratégica

Incursionar en el mercado un producto innovador y que sea útil para todas las personas. La sombrilla led puede ser un producto que marque la diferencia en el mercado

utilizando un utensilio que por años ha sido de gran ayuda para el hombre y que con la nueva característica que se incorpora de un servicio adicional y útil a su portador.

5.2 Futuro preferido

Atender la necesidad de las mujeres, vigilantes y personas de la tercera edad proporcionándoles un producto de calidad y multifuncional que resguarda a su portador según el clima en el que se encuentre, a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales y contribuir en su desarrollo económico a nuestros inversionistas ofrecer un crecimiento financiero y rentable económicamente.

5.3 Objetivos empresariales

5.3.1 Objetivo general

Impactar en el mercado con un producto innovador, práctico y útil para todas personas sin distinción de género y edad, con un costo asequible para todos y en diferentes estilos.

5.3.2 Objetivos específicos

- Crear una innovación con un producto estable en el mercado que guste al consumidor.
- Proporcionar al consumidor un producto de calidad a los mejores precios.
- Posicionar el producto en el mercado Colombiano.

5.4 Valores Corporativos

- Constancia laboral

La lucha por el cumplimiento de los logros propuestos para la empresa, son de constancia y dedicación por Parte de todo el personal de la empresa. El Éxito es de todos.

- Integridad laboral

No se engaña a nadie con falsas promesas, se cumple lo que se promete y se tratan a todas las personas por igual; proveedores, personal de trabajo, clientes, proveedores y todas las personas que tienen contacto directo con la compañía.

- Responsabilidad social

La empresa ha contribuido con el progreso de la comunidad en su alrededor, generando empleo, Acompañamiento en seguridad y embellecimiento del sector. Ayudando a las familias más vulnerables de Sector y a su propia planta de talento humano.

- Disciplina

Se da cumplimiento estricto a las normatividad vigente y a las políticas internas de la empresa. Los Trabajadores dan cumplimiento estricto a los horarios de entrada y salida y la entrega de producción Para así la empresa dar entrega puntual a los clientes con el despacho de los pedidos.

- Respeto

Se respeta el nombre de la empresa y sus productos para no dañar ni destruir la imagen de la misma ni de Sus socios. También se tratan con mucho respeto todo el personal interno y a los clientes y proveedores; es a todas las personas en general que tengan algún tipo de contacto con la empresa.

6.Análisis del Macroentorno

6.1. Pestel

El análisis de PESTEL permite identificar las ventajas y desventajas del producto en el entorno del comercio actual, teniendo en cuenta los factores que pueden afectar la comercialización del producto en el futuro.

ANÁLISIS	TENDENCIAS FAVORABLES	TENDENCIAS DESFAVORABLES
Político	La devolución del dinero de los empresarios del 100% de la renta líquida gravable por realizar inversión en ciencia y tecnología.	La reforma tributaria que propone el gobierno en donde se realiza alza a los impuestos.
Económico	Los tratados de libre comercio que se han realizado con otros países permite la exportación del producto con facilidad.	La invasión del comercio chino en el comercio Colombiano sin ningún tipo de restricción y medidas con productos a un precio muy económico.
Social	Las largas rutinas de trabajo que sostienen las personas implican estar preparados para cualquier eventualidad durante el día.	El índice de pobreza en el país y los pocos recursos económicos hacen que la adquisición de productos en el comercio que no sean de máxima necesidad se ha menor.
Tecnológico	La innovación tecnológica y las nuevas maquinarias facilitan el ensamble y la fabricación del producto propuesto.	Para el uso de las nuevas maquinarias amerita trabajadores especializados en el manejo de las misma y recorte de la mano de obra humana.
Ecológico	Las nuevas máquinas contribuyen con el cuidado del medio ambiente porque no son emisoras de gases contaminantes o residuos no degradables en el ambiente.	Todas estas máquinas funcionan con energía eléctrica lo que implica un mayor gasto de luz lo que no es amigable con el medio ambiente.
Legal	Cumpliendo con todos los requisitos legales la empresa es reconocida ante los entes gubernamentales, favoreciéndose de muchos planes empresariales como los que ofrece la Cámara de Comercio de cada Municipio del país.	Hay que cumplir con las excesivas obligaciones de impuestos y trámites legales con permisos para ejercer y poner en marcha la empresa.

Este análisis permite inferir que el apoyo del Estado Colombiano a los nuevos empresarios es 100% favorable; apoya la creación de empresa, oportunidad que hay que aprovechar para incursionar en el sector del comercio con un producto innovador con los mejores estándares de calidad que permitan ofrecer al consumidor un producto económico, de calidad y con la mayor utilidad y versatilidad, que este a mayor altura de los productos importados que se encuentran en la actualidad.

6.2 Fuerzas de PORTER

El siguiente análisis permite identificar las fuerzas que motivan la idea de emprendimiento de la sombrilla con luz led y las que se deben trabajar con mayor cuidado para lograr la satisfacción del cliente con rentabilidad y calidad.

la marca de sonbrilla reconocida en el mercado colombiano es Yumar, por calidad y economía. además las sombrillas importadas por el mercado chino.

la distribución del producto en el comercio demostrando la calidad y la rentabilidad permite fidelizar al cliente con el producto, porque realiza una inversión productiva para su bienestar.

PRECIO

por ser un producto innovador la competencia no competiría directamente con la innovación del producto sino con el precio de su producto tradicional. con la importación de material de alta calidad permite competir con precio y calidad con la competencia.

en el mercado actual no existe un producto exactamente igual existe la sonbrilla convencional la cual nosotros innovamos con luz led a un precio casi que igual a la que está circulando en el mercado.

7. Conclusiones

La sombrilla con luz led es un producto que satisface al cliente, con calidad, versatilidad, economía y comodidad, es un producto que compite con el mercado chino.

El Gobierno Colombiano favorece la creación de empresa beneficiando los empresarios con la devolución del dinero perteneciente al pago de impuestos.

La sombrilla con luz led es un producto innovador que favorece a todas las personas en general pero con mayor incidencia en las madres, trabajadores de vigilancia y adultos mayores.

Crear empresa fomenta empleo y aumenta el nivel económico del país.

8. Referencias Bibliográficas

http://virtual.cun.edu.co/virtual/pluginfile.php/157580/mod_resource/content/1/GUIA%20METODOLOGICA%20Y%20LINEAMIENTO%20DE%20OPCION%20DE%20GRADO%20I%20.pdf

http://virtual.cun.edu.co/virtual/pluginfile.php/157578/mod_resource/content/1/Cartlla%20Planeaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica%20Generativa%20V9%20final.pdf

Argüelles Pabón, D. (2013). *Guía para la presentación de trabajos científicos bajo el standard APA en la Universidad EAN*. Bogotá: Universidad EAN.