

OPCIÓN DE GRADO II

**PROPUESTA DE CREAR LA EMPRESA “GRAPHYSTIKER” PARA EL DISEÑO Y
VENTA DE CALCOMANIAS PERSONALIZADAS, ACCESORIOS Y REPUESTOS
PARA TODO TIPO DE MOTOCICLETAS DE LA CIUDAD**

**YEISON DANIEL PILLIMUE YANDE
EDWIN HERNANDO MORALES HUÉRFANO
DISNEY MUÑOZ BARRERA**



**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTA D.C.
2019**

**YEISON DANIEL PILLIMUE YANDE
EDWIN HERNANDO MORALES HUÉRFANO
DISNEY MUÑOZ BARRERA**

Proyecto presentado para optar al título de Técnico Profesional en Procesos
Administrativos

TUTOR
RUTH MARCELA RODRIGUEZ MARTINEZ

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTA D.C.
2019**

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
JUSTIFICACIÓN	6
DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.....	7
MODELO LEAN CANVAS.....	9
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....	10
PERFIL DEL CLIENTE:	10
Necesidades del cliente:.....	10
Mercado de consumo:	10
TENDENCIA EN EL MERCADO	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	14
MATRIZ DOFA	15
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	17
Detectar el problema:	17
Definición del objetivo:.....	17
Método de recolección:.....	19
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	20
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	28
MAPA DE EMPATÍA: HERRAMIENTA PARA IDENTIFICAR LOS ACTORES Y SUS NECESIDADES.	29
Análisis de mercado a través de una entrevista al cliente: David Felipe Monsalve ...	29

Análisis de mercado entrevista al cliente: Alexander Otero Barreto	34
ANÁLISIS DE RESULTADOS	33
PLAN DE MARKETING.....	35
Objetivos Generales	35
Estrategia de producto.....	36
Marca Propia Graphystiker	38
Valores Corporativos	38
Estrategias de precio	39
Estrategia de distribución	41
Estrategias de la promoción	41
EQUIPO DE TRABAJO.....	42
Manual de funciones.....	42
CONCLUSIONES.....	45
RECOMENDACIONES	46
BIBLIOGRAFÍA	47

En el transcurrir del tiempo el uso de las motocicletas ha dependido de la demanda que las personas han tenido sobre estas en la ciudad de Bogotá y el resto del país, pero esta demanda es todavía más profunda, debido a las falencias del transporte público y la red vial de la capital. Es por ello, que estamos desarrollando este proyecto con el fin de ofrecer un producto innovador realizando un estudio con diferentes personas que tienen una motocicleta y las que no la tienen, en el cual se busca evidenciar que cada individuo le gusta personalizar su motocicleta con calcomanías de diseño único y colocarle accesorios de lujo, de protección y repuestos para hacerlas diferente a las demás y darle su estilo propio. Por lo tanto, Graphystiker se encargará de ofrecer los diferentes diseños de calcomanías en relieve, corte e impresiones digitales, accesorios de lujo, accesorios de protección y repuestos que necesitan los clientes para su motocicleta y que podrán encontrar en un solo lugar y en el menor tiempo posible. También, las personas tendrán la oportunidad de mandar a realizar sus diseños como ellos lo prefieran y que se le instale al mismo día; teniendo en cuenta los diferentes factores que nos beneficia para establecer la oferta de diferentes productos mejorados, ofreciendo a nuestros clientes calcomanías de diseño personalizado, accesorios y repuestos con la mejor calidad y precio en el mercado actual. Por último, diseñaremos diferentes herramientas como una página web, un perfil de la empresa en las diferentes redes sociales y un portafolio físico donde las personas podrán encontrar y conocer los productos que ofrecemos y el precio de cada uno, cuando lo quieran adquirir.

JUSTIFICACIÓN

Debido a la necesidad de las personas por lucir su motocicleta con un diseño personalizado y único, GRAPHYSTIKER, una empresa que va a entrar en el mercado para los usuarios de esta colección, satisface las necesidades del consumidor brindándole un buen servicio con una alta calidad del producto. Por lo tanto, la empresa se va a enfocar en ofrecer diferentes productos de diseño, accesorios de lujo, accesorios de protección y repuestos para mejorar la seguridad y la integridad de todos sus clientes; teniendo en cuenta la innovación incremental, es decir, mejorando los productos y el servicio que vamos a ofrecer. Es por eso, que diseñaremos calcomanía en alto relieve o silicona con una gran variedad de diseños, resistentes a diferentes temperaturas y con una gran durabilidad. Asimismo, la creatividad y el trabajo en equipo serán aliados estratégicos para desempeñar muy bien nuestro trabajo, comprometidos siempre con el medio ambiente y en ayudar a las personas que buscan un solo lugar donde puedan encontrar diferentes productos que son muy importantes al momento de personalizar su motocicleta y de esta manera suplir todas sus necesidades.

Por otro lado, con el equipo de trabajo tomamos la decisión de enfocarnos en esta propuesta, ya que, encontramos una oportunidad de negocio debido al rápido crecimiento que ha tenido la venta de motocicleta en la ciudad de Bogotá durante la última década y queremos implementar en el presente trabajo un estudio investigativo que conlleve a la presentación de una propuesta innovadora y creativa, con parámetros

viables para su ejecución en los entornos del mercado competitivo, incursionando en⁷ los diferentes procedimientos adquiridos en el proceso estudiantil de la universidad. Del mismo modo, vemos con claridad una oportunidad real que nos permite dar a conocer un proyecto serio y con características propias de la segmentación de mercado en el entorno de los diseños para las motocicletas.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA




Los diseños y calcomanías que se comercializan en el mercado de las motocicletas en la ciudad, han contribuido a brindar un espacio económico y social en los entornos de mercado competitivo para las nuevas empresas que desean incursionar en la fabricación y comercialización de estos productos para motos. Además, vemos con los accesorios y los otros artículos comercializados en este nicho de mercado una oportunidad de negocio viable, y con una alta proyección de crecimiento, queremos generar una idea de negocio innovadora y creativa realizando una variedad de diseños en relieve o silicona, con una durabilidad de 10 meses para que supla las necesidades del cliente y lograr que ellos se sientan satisfechos con el producto y servicio ofrecido.

Por otra parte, hoy en día el transporte público no es suficiente para transportar a los habitantes de la ciudad de Bogotá D.C., y sus vías de acceso son escasas, se procede a generar muchos trancones y les toma demasiado tiempo a las personas que se transportan en su vehículo para llegar a su destino, por lo tanto, la gran mayoría opta por comprar una motocicleta para trasladarse más rápido y en el menor tiempo posible.

Es por eso, que la industria del diseño y la moda de personalizar una motocicleta con⁸ un estilo propio es muy importante para las personas que les gusta utilizar este medio de transporte para llegar a sus lugares de trabajo, estudio o cualquier destino y, cuando se genera una gran atracción, gusto y pasión sobre estos vehículos de dos ruedas por parte de cualquier individuo, se siente el deseo de convertir en realidad un diseño único que no se encuentra en el mercado y tampoco una empresa que le ofrezca todo lo que necesita en diseño, accesorios y repuestos en el mismo lugar y con los más altos estándares de calidad.

¿Qué modelo debería implementar la empresa GRAPHYSTIKER para diseñar un producto de calidad, innovador y lograr un consumo masivo? La respuesta correcta es que se trata de una campaña para lanzar al mercado un producto que contenga todas las características requeridas para atraer al cliente como lo es el relieve que se le va a colocar a cualquier diseño requerido por el consumidor. Además, ofreceremos accesorios de protección, accesorios de lujo y algunos repuestos de buena calidad y lo más importante es la atención que le vamos a prestar a nuestros clientes, con personal calificado para que ellos se sientan a gusto y satisfechos con el producto y servicio ofrecido por nuestra empresa.

MODELO LEAN CANVAS

Modelo Canvas GRAPHYSTIKER				
PROBLEMA <ul style="list-style-type: none"> ➤ Carencia de innovación sobre el diseño. ➤ Productos iguales. ➤ Desconocimiento del producto. ➤ Expansión del mercado. 	SOLUCIÓN <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejoramiento continuo del producto. ➤ Aplicación de relieve sobre el diseño. ➤ Variedad de productos. ➤ Asesoría al cliente. ➤ Alianzas estratégicas. 	PROPUESTA DE VALOR <p>Graphystker ofrece una gran variedad de productos y diseños para su motocicleta como calcomanías en silicona, accesorios de lujo, de protección y repuestos para aquellos clientes que sienten gusto por la decoración y uso de resina sobre los diseños personalizados, mejorando la estética visual en la imagen de sus vehículos.</p>	VENTAJA DIFERENCIAL <p>Obtener todos los accesorios y complementos personalizados en un mismo lugar sin necesidad de desplazamientos.</p>	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES <p>Nuestros clientes principales son aquellos que tienen una motocicleta en la ciudad de Bogotá D.C.</p>
	MÉTRICAS CLAVES <ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento y preferencia de los clientes. -Calidad y servicio. -Cumplimiento de metas. <ul style="list-style-type: none"> • Tener un crecimiento del 30% durante el primer periodo. • Superar a la competencia en calidad y precio. 		CANALES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Local comercial físico ➤ Página web ➤ WhatsApp ➤ Instagram ➤ Facebook   	
ESTRUCTURA DE COSTES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Materia prima: Vinilos, reflectivos, cintas, stikerboom, fibras, polarizados, repuestos. ➤ Maquinaria y Equipo: Plotter de corte, plotter de impresión, computadores, pistolas de calor, espátulas, vitrinas, estantes. ➤ Web: Página principal y redes sociales. ➤ Sueldos a empleados. ➤ Arriendo y servicios. 		FUENTES DE INGRESO <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ventas online. ➤ Ventas personalizadas. ➤ Servicios complementarios de mecánica 		

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

PERFIL DEL CLIENTE:

Necesidades del cliente:

Nuestro proyecto está enfocado en clientes y usuarios con motocicleta, cuyo valor agregado sea el gusto por la decoración, los diseños personalizados en relieve y la estética visual sobre los elementos utilizados para mejorar la imagen de sus motocicletas. Adicionalmente, buscamos plasmar en sus motocicletas de forma segura y con un producto de calidad los gustos y preferencias según sus creencias y formalismos decorativos.

El valor agregado consiste en brindar un producto en relieve llamativo, que el cliente pueda decorar con diseños propios y que a su vez encuentre en nosotros un amplio catálogo en cuanto a los diseños.

Mercado de consumo:

Nuestro proyecto va dirigido al usuario final, buscamos tener contacto directo con ellos, ya que, esto nos ayudara a conocer sus necesidades y expectativas, generado en nuestros clientes la confianza y seguridad con un producto llamativo e innovador a

través del arte y el relieve en silicona sobre los diseños a través de nuestro¹¹ conocimiento e idea de negocio.

Generalmente los clientes acuden a sitios reconocidos en el mercado cuya actividad principal se centraliza en la venta y comercialización de artículos para motociclistas, dicho mercado ofrece diferentes alternativas en los diseños y su característica principal está en la venta de accesorios de lujo y repuestos para motocicleta.

Graphystiker, es una empresa con innovación propia que llega al mercado con el fin de diseñar un producto en relieve que cumpla las necesidades estéticas de los principales clientes.

Entre los principales beneficios encontramos:

- Diseños innovadores exhibidos en un catálogo, para generar un gran impacto en el mercado.
- Un producto bajo los más altos estándares de calidad según normas publicitarias.
- Calidad y servicio para cada uno de nuestros clientes.
- Producto garantizado de por vida sobre defectos de fabricación lo que nos permite generar un compromiso serio con nuestros clientes y comercializar un producto con una vida útil que motive al cliente en su proceso de compra.

TENDENCIA EN EL MERCADO

Los factores económicos en los mercados globales del transporte público, han permitido generar una transformación en el crecimiento del mercado de las motocicletas, existen estadísticas que nos permiten visualizar con claridad en aumento de motociclistas en la ciudad de Bogotá lo cual genera en nuestro proyecto una viabilidad altamente compatible con nuestros objetivos generales y específicos, dicho crecimiento aumenta la confianza depositada en el proyecto ya que las tendencias del flujo de clientes potenciales generan un impacto socioeconómico en la comercialización de diseños y calcomanías para motocicletas, adicional a ello las nuevas tecnologías aportan a generar ese valor económico en el crecimiento de nuestra empresa, lo cual nos permite enfocarnos a presentar un proyecto altamente alternativo en el mercado.

Las tendencias del mercado son las que direccionan nuestro producto, ya que es una herramienta útil para nuestra toma de decisiones y planteamiento en nuestra estrategia de mercado que consta de dos sectores; direccionamiento y tiempo.

En el direccionamiento tenemos que verificar que nuestro producto se catalogue como tendencia, es decir que lo que estamos ofreciendo a nuestros clientes es lo que requiere el mercado, de lo contrario trabajaremos acompañados de nuestro marketing para crear estrategias y así lograrlo.

La tendencia en el mercado para este tipo de producto está creada para plasmar¹³ la personalidad e identidad de cada motero, pero ¿cómo vamos a llegar nosotros a ellos?, como bien sabemos la tecnología es una herramienta que día a día será indispensable para todo tipo de negocio, entonces no seremos la excepción, nuestra materia prima y equipo deben estar de acuerdo a cada necesidad para que facilite la ejecución de cada uno y nos garantice trabajos de calidad.

Estos serán algunos de nuestros aspectos a tener en cuenta:

- Vinilo de alta calidad a prueba de salpicaduras, para aplicaciones en interiores y exteriores.
- Resistente a los rayos UV y a los lavaderos de motos.
- Detalles precisos y colores brillantes.
- Lujo y estilo

Tiempo: Corto, mediano y largo plazo

El tiempo a corto plazo; lanzamiento de producto y lograr un precio justo y asequible para el cliente.

El mediano y largo plazo es tener la satisfacción que los productos y el servicio que estamos dando a nuestros clientes sean de mayor aceptación por su tendencia en el mercado, porque los consumidores demandan productos, servicios y marcas, y así mismo usan herramientas digitales para articular y satisfacer sus necesidades. Siempre buscan autenticidad y esperan servicio o producto que contengan un alto nivel de personalización y especialmente en el nuestro que pertenece al lujo.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia será algo favorable para la empresa, porque nos permitirá crear diferentes estrategias y tomar decisiones para mejorar servicio y procesos, adicional a ello nos permite adoptar nuevas medidas de consumo y valor agregado para nuestros clientes y así diferenciarnos de las diferentes empresas que están dentro de esta segmentación de mercado.

Las competencias a las cuales se va a enfrentar nuestra idea de negocio fueron estudiadas de forma detallada con el fin de buscar diferentes alternativas para alcanzar nuestros objetivos generales y específicos, en el mercado encontramos un número considerable de empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de diseños personalizados para motocicletas y las vamos a nombrar a continuación:


- Mundimotos: empresa con una trayectoria de 10 años en el mercado, ubicada en la carrera 30 con av. 1 de mayo, su producto líder se centraliza en la comercialización de repuestos y accesorios para motocicletas, allí podemos encontrar productos desde \$3.000 en adelante.
- Calcomanías Bogotá: empresa dedicada a la impresión digital de calcomanías y diseños personalizados para motocicleta, adicional a ello participan en la comercialización de accesorios y también podemos encontrar productos con precios altamente costosos.

- Calcomanías WG personalizadas: empresa dedicada a la fabricación y¹⁵ comercialización de calcomanías con una trayectoria de 5 años en el mercado y allí podemos encontrar productos desde \$15.000 en adelante.




MUNDIMOTOS BOGOTÁ

Productos: Repuestos para motos de todas las marcas
Ubicación: Puntos de Venta a nivel nacional
Precios: Desde \$3.000 en adelante
Fortalezas: Distribuidores mayoristas, experiencia en el sector.
Debilidades: Ofrece solo repuestos y accesorios.
Estrategias de mercado: Alianzas con otras empresas del país

CALCOMANIAS W.G PERSONALIZADAS

Productos: Calcomanías y diseños personalizados para motocicletas.
Ubicación: Av. 1 de Mayo #29a – 05, Bogotá
Precios: Desde \$10.000 hasta \$500.000
Fortalezas: Reconocidos en el sector.
Debilidades: Empresa que no está legalmente constituida, precios muy elevados.
Estrategias de mercado: Comercializa y ofrece sus productos a través de la red social Facebook.



CALCOMANIAS BOGOTÁ

Productos: Calcomanías, diseños personalizados, impresión digital y accesorios.
Ubicación: Av. 1 de Mayo #31 – 72, Bogotá
Precios: Desde \$10.000 hasta \$1000.000
Fortalezas: Reconocidos en el sector y tiempo de entrega.
Debilidades: Empresa que no está legalmente constituida, precios muy elevados.
Estrategias de mercado: Alianzas con otros locales comerciales para ofrecer sus productos.

MATRIZ DOFA

El análisis DOFA es una herramienta principal que nos facilitara hacer un análisis más completo, porque de acuerdo a nuestro estudio se lograron tener muchos puntos para implementar y otros que mejorar.

Hemos evidenciado que el grupo de moteros es demasiado grande y todos tienen su propio sello, por tal motivo nuestro producto será personalizado, que cada quien lleve

en su moto lo que desea y no regirse a un producto estándar que todos lo pueden¹⁶ tener.

ANALISIS INTERNO

ANALISIS EXTERNO

NEGATIVO

DEBILIDADES

- Organización reciente en el mercado.
- Falta de capital o presupuesto para el desarrollo del proyecto, por lo tanto recurrimos a la ayuda de entidades bancarias.
- Carencia de publicidad.
- Falta de infraestructura donde nos vamos a ubicar para comercializar nuestros productos y servicios.

AMENAZAS

- Competencia agresiva de las demás empresas que existen en el mercado.
- Aumento de precio en los insumos que vamos a utilizar.
- Desastres provocados por la naturaleza.
- Incremento de impuestos por parte del Estado.
- Entrada de nuevos competidores en el mercado con costes más bajos.

POSITIVO

FORTALEZAS

- Diseño exclusivo en el producto con características especiales, capaces de suplir las necesidades del cliente.
- Personal capacitado con conocimiento del mercado.
- Calidad en el producto y buen servicio de atención al cliente.
- Apertura amplia en la innovación publicitaria por parte del equipo de trabajo.

OPORTUNIDADES

- Posicionamiento estratégico en el mercado a nivel nacional.
- Generar productos y un diseño adaptado a los requerimientos del segmento de mercado escogido.
- Aprovechamiento del mercado por la alta demanda de motocicletas que hay en la ciudad.
- Expansión del mercado hacia otros lugares del país.

Teniendo nuestro DOFA podemos implementar estrategias de mercadeo que nos permita dar a conocer el producto y servicio.

Nuevos diseños, materia prima de excelente calidad, el servicio de atención al cliente es súper importante, de acuerdo a la experiencia, un mal servicio es la pérdida de un cliente y detrás de muchos, así se ofrezca un buen producto, la experiencia del cliente es garantía o desencanto para llegar a otros.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Detectar el problema:

En el mercado industrial de diseño y moda en calcomanías, a la hora de personalizar una motocicleta con un estilo propio, es muy importante para las personas que les gusta utilizar este medio de transporte plasmar una identidad propia que genere satisfacción, gusto y pasión sobre estos vehículos de dos ruedas, nace el deseo de convertir en realidad un diseño único y cuya solución a esta problemática no se encuentra en el mercado actual en una sola empresa que le ofrezca todos los productos de diseño, accesorios de lujo y protección con altos estándares de calidad.

Definición del objetivo:

Establecer una empresa líder en ventas de calcomanías personalizadas para todo tipo de motocicletas y accesorios de lujo, con altos estándares de calidad y diseños novedosos, compitiendo con nuestros productos propios en los diferentes mercados nacionales.

(Guevara, La proyección de la marcas es sumar 525.000 motos nuevas este año.,¹⁸ 2018) “Las motocicletas ensambladas en Colombia crecieron 42,8% entre 2010 y 2016, al pasar de 373.620 unidades producidas a 533.508 unidades, con una tasa de crecimiento promedio del 6,11% anual”, reza un informe de la Andi, en el que además advierten que en los últimos años factores macroeconómicos, (Como devaluación del peso y la caída del precio del petróleo) no han permitido que este mercado pase por buenos momentos.

Pero esto no ha sido un factor que frene la operación de las seis principales ensambladoras del país: Grupo Auteco, AKT, Incolmotos Yamaha, Fanalca-Honda, Suzuki y Hero Motors, las cuales, han consolidado cerca de 95% de la producción nacional. Con esta cifra no solo se consolidan como los principales jugadores del negocio, sino también los obliga a promover el uso responsable de este medio de transporte.

Entre las marcas que le apuestan a materializar este crecimiento y alcanzar un alto volumen en ventas en 2019 están, entre otras cosas, las 10 firmas líderes del sector: Bajaj, Yamaha, Honda, AKT, Suzuki, Kymko, Hero, TVS, Victory y Kawasaki.

Bajaj y Yamaha, por ejemplo, alcanzaron una participación de 42% entre los dos al primer trimestre del año con 30.242 y 23.027 unidades, respectivamente.

Para Fenalco y la Andi este medio de transporte ha logrado convertirse en un elemento clave de generación de empleo e inclusión. De hecho, según sus más recientes cifras, “casi 54% de los nuevos compradores de motos pertenece a hogares de los estratos 1 y 2”, agregan los gremios.

A esto se suma que “este medio de transporte ha logrado establecerse en más de¹⁹ 4,1 millones de hogares colombianos, lo que representa más de 28,5% del total de familias”. (Tomado del Diario la Republica por Kevin Steven Bohórquez.)

Método de recolección:

Realizando un trabajo en campo para conocer la aceptación de nuestra incursión en el mercado de los diseños personalizados para las motocicletas, decidimos realizar una encuesta generalizando las preguntas más recurrentes en los usuarios finales de dicho transporte, la encuesta se realizó a 32 personas de diferentes edades y validamos en porcentajes las respuestas de cada encuestado hasta encontrar un rango de aceptación porcentual en el mercado, nuestra población objetiva se centralizo en aquellas personas que de una u otra forma tuvieron o tienen en la actualidad este medio de transporte, al realizar una encuesta aleatoria logramos identificar nuestro segmento de mercado objetivo lo cual nos permitió evaluar los resultados de manera concreta, dicha encuesta se realizó entre el 18 de marzo hasta el 02 de abril del 2019 obteniendo los siguientes resultados.



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

La grafica nos indica la probabilidad de crecimiento e impacto de los diseños personalizados para motocicleta, de 32 personas encuestadas, 28 manifiestan la necesidad de encontrar en el mercado un nuevo proveedor en la comercialización y distribución de diseños para motocicleta.

Pregunta	Personas encuestadas
¿Le gustan los diseños personalizados en su motocicleta?	32
Si	28
No	2
Tal vez	2



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

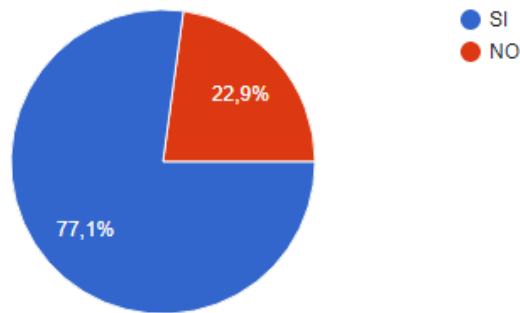
El resultado que nos arroja la encuesta nos indica que 14 de las personas encuestadas buscan en los diseños un acompañamiento dirigido a la satisfacción de su necesidad, hace indispensable que el proyecto cuente con personal idóneo con conocimiento en el mercado de los diseños para cumplir con los objetivos trazados, adicional a ello un valor porcentual del 31.4% recurre al local comercial para adquirir el producto.

Pregunta	Personas encuestadas
¿A la hora de personalizar su moto piensa en?	32
¿Te asesoras con un diseñador de calcomanías?	13
¿Acudes a tiendas especializadas?	10
¿Buscas sitios por internet?	5

¿Diseñas tu calcomanía y la mandas fabricar?	4
--	---

Si tiene una motocicleta, o tuviera la oportunidad de comprarla; ¿Le gustaría colocarle calcomanías o diseños personalizados y accesorios de lujo?

35 respuestas

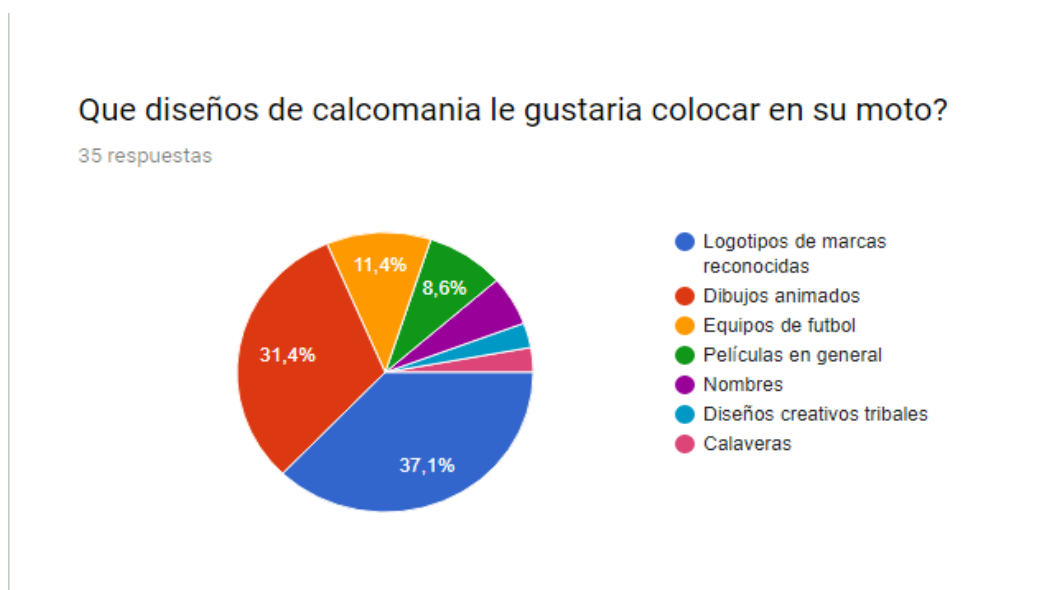


INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Los resultados nos muestran favorabilidad en la venta de nuestros productos, 25 de 32 personas posiblemente serian clientes nuestros y estarían en la disponibilidad de adquirir el decorativo de sus motocicletas en nuestra tienda en un mercado competitivo.

Pregunta	Personas encuestadas
Si tiene una motocicleta, o tuviera la oportunidad de comprarla; ¿Le gustaría colocarle calcomanías o diseños personalizados y accesorios de lujo?	32

Si	25
No	7



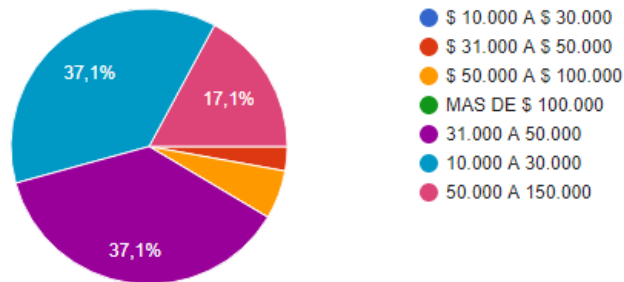
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Enfocarnos en diferentes diseños nos da la pauta de impactar notablemente el mercado de los diseños para motocicleta, las estadísticas nos arrojan que las personas encuestadas buscan en sus proveedores diversificación del producto, generalmente adquieren logotipos de marcas reconocidas en su decoración.

Pregunta	Personas encuestadas
¿Qué diseños de calcomanía le gustaría colocar en su moto?	32
Logotipos de marcas reconocidas	12
Dibujos animados	10
Equipos de fútbol	8

¿Cuál es el rango económico que estaría dispuesto a pagar por un diseño personalizado y único para su moto?

35 respuestas



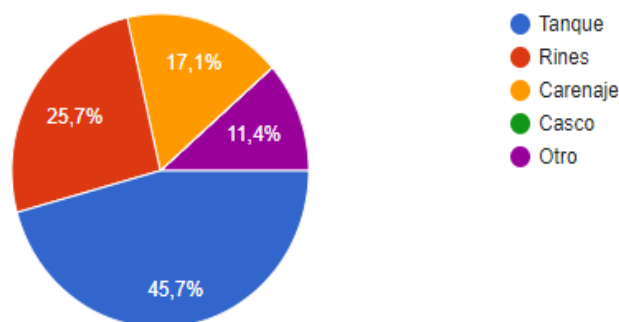
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

La encuesta nos arroja un dato importante referente al precio del diseño para motocicleta, nos indica que los clientes buscan generalmente productos a precios económicos y que satisfagan su grado de necesidad, el mercado actual ofrece alternativas con precios elevados que en ocasiones hacen que se declinen las decisiones del cliente a la hora de realizar la compra.

¿Cuál es el rango económico que estaría dispuesto a pagar por un diseño personalizado y único para su moto?	Personas encuestadas
\$10.000 A \$30.000	20
\$31.000 A \$50.000	10
\$51.000 a \$100.000	2
Más de \$100,000	0

Que parte de su moto le gustaría personalizar?

35 respuestas

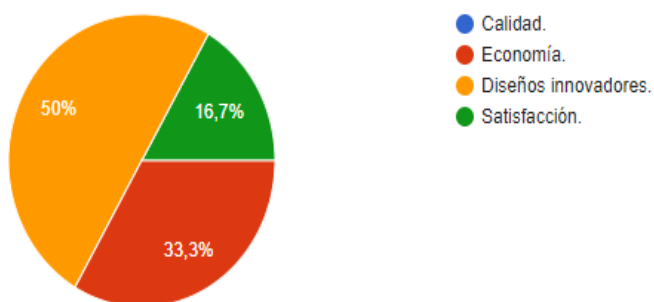


INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En este caso un 45,7% de personas encuestadas adquieren los diseños para usarlos en el tanque de las motocicletas, otra gran parte lo hace en sus rines, lo cual nos da una visualización clara de los gustos de nuestros clientes, además de ello nos brinda pautas de un portafolio completo que genere crecimiento integral del proyecto.

Pregunta	Personas encuestadas
¿Qué parte de su moto le gustaría personalizar?	32
Tanque	15
Rines	8
Carenaje	5
otro	4

¿Qué espera a la hora de comprar un accesorio adicional, una calcomanía, o mandar a realizar un diseño personalizado para su motocicleta?



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

La innovación como gestor del cambio y éxitos en la compañía son los factores clave de las empresas, hemos apostado por traer al mercado un producto innovador que supla

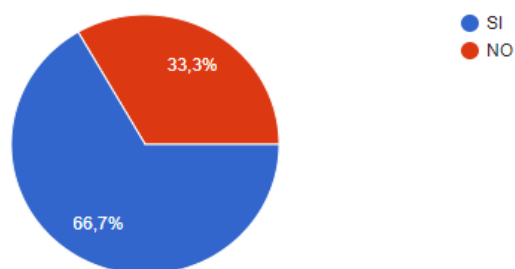
Las características del cliente, 16 de las 32 personas encuestadas afirmar tener tendencia de adquirir productos nuevos del mercado.

Pregunta	Personas encuestadas
¿Qué espera a la hora de comprar un accesorio adicional, una calcomanía, o mandar a realizar un diseño personalizado para su motocicleta?	32

Diseños innovadores.	16
Economía	10
Satisfacción.	6
calidad	0

¿Alguna vez ha comprado una calcomanía o un accesorio de lujo para su moto en un local comercial?

6 respuestas



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En un alto porcentaje de aceptación de las 32 personas encuestadas, nos arroja que los clientes generalmente se trasladan a locales comerciales para la adquisición de sus diseños, lo cual nos permite enfocarnos en un local comercial con excelente ubicación y surtido con el fin de optimizar la captación del cliente.

¿Alguna vez ha comprado una calcomanía o un accesorio de lujo	32
---	----

para su moto en un local comercial?	
SI	24
NO	8

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para finalizar, queremos poner en práctica el desarrollo de este proyecto ya que existe la oportunidad en el mercado de llegar a los clientes con diferentes productos innovadores como lo es el diseño de calcomanías personalizadas en relieve, accesorios de lujo y protección ya sean cascos certificados, guantes e impermeables implementando diferentes estrategias de innovación como la aplicación de silicona sobre cualquier diseño que el cliente lo desee; llegando a la mente de todas las personas por la originalidad de todos los productos que vamos a ofrecer y la oportunidad de crecer en el mercado.

Por otro lado, la probabilidad sostenible en la constitución de la empresa es alta, ya que el éxito como tal depende del conocimiento e innovación implementada al producto, la segmentación de mercado nos define el nivel potencial de los clientes a la hora de ofertar nuestros productos, en un nivel porcentual del 96% de aceptabilidad y encontramos una oportunidad de negocio, lo cual indica aplicabilidad de los recursos brindados por el docente e implementación del capital disponible para dicho proyecto.

MAPA DE EMPATÍA: HERRAMIENTA PARA IDENTIFICAR LOS ACTORES Y SUS NECESIDADES.

Análisis de mercado a través de una entrevista al cliente: David Felipe Monsalve

Que piensa y que siente:

- David es una persona amante a las motocicletas, en cuanto a sus diseños, artículos relacionados, velocidad, decoración y seguidor de gremios que se desenvuelven en este sector, para él es primordial la decoración y estética de su motocicleta, piensa que en el mercado actual encuentra productos similares y que a su vez son costosos y en ocasiones difíciles de adquirir.

Conozco puntos de venta en el mercado similares al proyecto que está realizando y he detectado la falta de diseños a un buen precio, generalmente los consigues, pero su valor es elevado y difícilmente se pueden adquirir, desde mi punto de vista surge la necesidad de encontrar un punto donde te brinden el asesoramiento, un catálogo de diseños y que su precio sea cómodo para el cliente, esto hará que sea reconocido fácilmente para los gremios moteros de la ciudad.

Cabe resaltar que deben buscar un punto de venta económico y estratégico ya que de esto depende mucho el valor del artículo y su conocimiento en el mercado.

Que ve:

- La oferta del mercado de los diseños para motos es amplia, hay todo tipo de diseños excepto asesoramientos y diseños personalizados que contribuyan a la

plena satisfacción del cliente, en su entorno sus amigos también son³⁰ motociclistas y piensa que puede ser útil adquirir el servicio y recomendarlo a los gremios a los cuales pertenece.

Es una buena alternativa de negocio con crecimiento y proyección, es un buen mercado y seguramente encontraremos bastante competencia, se debe hacer una diferencia con las demás empresas del sector, pueden implementar diseños innovadores, acompañamiento al cliente y sobretodo la elaboración de un producto de calidad.

En cuanto al servicio y cuyo valor es primordial en el crecimiento del negocio, pienso que lo recomendaría a familiares y amigos del entorno siempre y cuando se cumplan estos parámetros.

Que dice y que hace:

- A David le gusta explorar diseños para su motocicleta, la considera como un elemento importante para su vida y de allí surge la necesidad de decorarla de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Los aspectos más relevantes del negocio se deben basar en un buen servicio, actitud de crecimiento, asesoría al cliente, punto de venta estratégico, precios cómodos al mercado y un buen servicio de post venta, es una opinión que ayudara mucho al proyecto y que pueden ser el éxito del negocio.

Que oye:

31

- David en dicho mercado oye que los productos que sirven para la decoración de su motocicleta son bastante costosos y en ocasiones presentan deficiencias en cuanto a calidad y durabilidad.

Este mercado es bastante reconocido, he visto gremios de moteros que les apasiona decorar sus motos, que viven de las nuevas innovaciones tecnológicas, la moda y sobretodo plasman en sus motos las culturas que les gustan, pienso que incursionar en este mercado es complejo y con buen trabajo fácilmente serán reconocidos.

Análisis de mercado entrevista al cliente: Alexander Otero Barreto

Que piensa y que siente:

- Alexander dice que en su vida siempre lo ha acompañado una motocicleta no solo para uso personal, sino que es su implemento principal para su trabajo, ya que se desempeña como mensajero, adicionalmente es feliz de tener este vehículo porque le facilita miles de cosas. Cuando preguntamos sí visita con frecuencia establecimientos que ofrezcan accesorios o diseños para motos nos manifiesta que sí, pero realmente no ha encontrado uno que sea de su total agrado por calidad del producto, diseño, precio y atención al cliente.

Cuando visito algún local es de mi agrado encontrar una excelente atención y sobre todo personal capacitado que esté dispuesto a conocer mi necesidad o idea de lo que quiero y lo puedan plasmar. Soy de las personas que cuando veo un buen servicio, siempre los recomiendo.

Que ve:

En el mercado siempre encontraremos muchas alternativas de negocio, tal vez para catalogarse como la mejor empresa, no necesariamente deben estar ubicados en un punto específico en donde está la competencia directa, como ustedes saben hoy en día todo se encuentra por redes. Es un buen aliado estratégico, uno como cliente siempre quiere explorar y conocer nuevas tiendas, nuevos productos y tendencias en el mercado.

Creo que con la opción de negocio que ustedes van a implementar me gustan y sería de mucha aceptación, cada día el mercado es más exigente y siempre me quedo con el que me ofrece un plus adicional.

Que oye:

En repetidas ocasiones escucho de conocidos que no es fácil encontrar todo lo que uno necesita en un mismo lugar, lo que le ofrece un establecimiento, no lo tiene el otro y en realidad es muy molesto estar visitando diferentes establecimientos, por tanto, que chévere sería encontrar uno integral. Como sugerencia o recomendación, deben tener presente lo corporativo, ya que hay empresas que personalizan motos o carros, adicional, por ejemplo, las chaquetas de seguridad personalizadas para empresa podría ser una buena alternativa. ¡Muchos éxitos en su proyecto!

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Después de realizar un trabajo de campo con diferentes usuarios de motocicletas, encontramos varias deficiencias que nos permitieron identificar problemáticas que podemos estudiar a lo largo de nuestro proyecto.

Una de las principales necesidades para el cliente se encuentra en el precio de los productos adquiridos en el mercado de las calcomanías para motocicletas, aunque, el segmento es bastante amplio y la competencia va en aumento, es importante centrarnos en el precio y la calidad del producto y los diseños de cada calcomanía deben impactar el gusto del cliente.

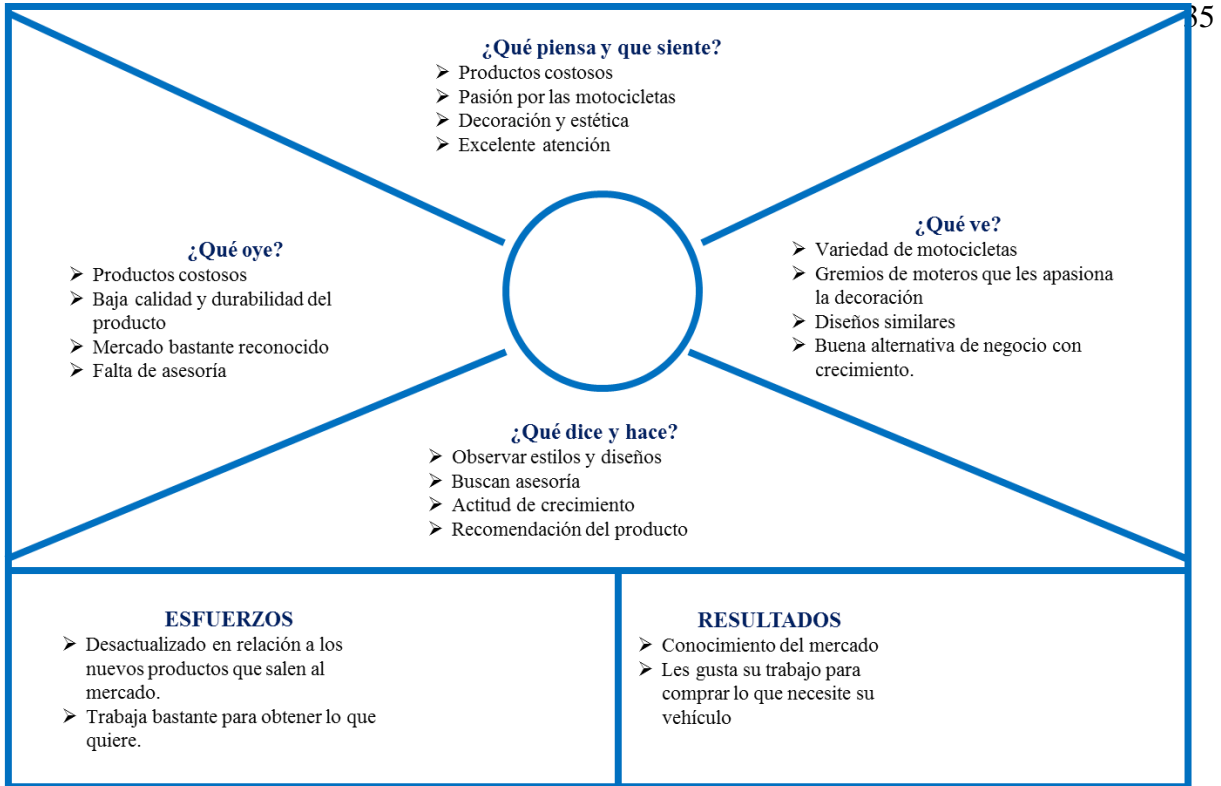
El punto de venta es primordial en el crecimiento y desarrollo del proyecto, debemos ubicarnos en un punto estratégico comercial para la captación rápida y segura de nuestros futuros clientes, el local debe ser acorde a nuestras necesidades debido al portafolio que queremos ofertar.

Al realizar las diferentes encuestas nos fijamos que el valor agregado de nuestro proyecto llamo bastante la atención de los posibles clientes, la implementación de artículos de lujo para las motocicletas captara la iniciativa del usuario final a la hora de ingresar a nuestro punto de venta, es por eso, que comercializaremos artículos

referentes al segmento de mercado para ganar espacio y reconocimiento en nuestro³⁴ local comercial.

Datos clave de las necesidades y expectativas del cliente:

- Producto con altos estándares de calidad.
- Precios cómodos y acordes al mercado.
- Punto de venta estratégico y comercial.
- Accesorios de lujo, de protección y repuestos para las motocicletas.
- Atención personalizada al cliente.
- Variedad de los diseños.



PLAN DE MARKETING

Objetivos Generales

Ventas:

- Incrementar las ventas en unidades físicas en la ciudad de Bogotá D.C.

Posicionamiento:

- Mantener el crecimiento del producto estrella.
- Incrementar el nivel de notoriedad de la marca.
- Puesta en marcha de un servicio de atención al cliente.

- Ventas por empleado.
- Rentabilidad económica y financiera
- Margen de contribución en la empresa.

Estrategia de producto

El producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los clientes. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al producto son:

- Añadir nuevas características al producto o darle nuevas mejoras, por ejemplo, diseñaremos calcomanías en relieve o en silicona.
- Ampliar nuestra línea de productos, es decir, no solo vamos a diseñar calcomanías, sino que también, ofreceremos accesorios de lujo, de protección y repuestos.
- Incluir nuevos servicios al cliente, que le brinden mayor comodidad o satisfacción; ya que, ofreceremos nuestros productos en diferentes lugares del país con nuevas facilidades de pago y asesoría en la compra.
- La presentación de los diseños y calcomanías se hará directamente en nuestro local de comercialización, como ya lo hemos dicho anteriormente nuestro proyecto estará enfocada a la fabricación y comercialización del producto generando así una distribución de marca propia, adicional a ello estaremos

presente en las asesorías que requiera el cliente en su proceso de compra³⁷ para generar una confianza de mercado en los productos ofrecidos.





Graphystiker nació como idea de uno de los integrantes del equipo de trabajo combinando las palabras graphic y stiker, para que el resultado fuera un logotipo y una marca única que entrara en el mercado y se dedicara inicialmente al diseño de calcomanías personalizadas para motos de todas las marcas en plotter de corte e impresión digital. Sin embargo, queremos ir más allá con el estudio del proyecto y ofrecer productos como: diseños en relieve, accesorios de lujo, accesorios de protección y repuestos, para que el cliente se sienta satisfecho encontrando todo lo que necesita para su motocicleta en un solo lugar, a los mejores precios y con la mejor calidad de los productos y el servicio ofrecido.

Valores Corporativos

Respeto: El respeto se practica como un principio fundamental, aplicándolo constantemente en el trato con nuestros compañeros y con el cliente como parte integral de nuestra compañía.

Honestidad: Graphystiker cuenta con personal seleccionado, altamente confiable y con mucho respeto por el cliente.

39

Ética: Para nosotros la manera de hacer negocios es tan importante como los resultados que logramos.

Integración: Nuestras estructuras, procesos y decisiones deben centrarse en las necesidades actuales y potenciales de nuestros clientes.

Estrategias de precio

El precio es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los clientes. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

- Realizar promociones por temporada, reduciendo los precios del producto por un tiempo determinado, por ejemplo, en los meses de mayo y septiembre.
- Lanzar al mercado nuevos productos con precios bajos, para que, de esa manera, podamos lograr un rápido crecimiento y una mayor acogida por los consumidores.

LINEAS DE PRODUCTO	PRECIO DE LA LINEA	MERCADO OBJETIVO NO DE HABITANTES	FRECUENCIA ANUAL DE CONSUMO	% PARTICIPACIÓN MERCADO	% MERCADO OBJETIVO	UNIDADES DE VENTAS	PROYECCION DE VENTAS ANUAL	PROYECCION DE VENTA MENSUAL
Calcomanías individuales pequeñas en relieve	\$ 3.000	100.000	12	1,00%	1.000	12.000	\$ 36.000.000	\$ 3.000.000
Kit protectores de tanque	\$ 15.000	100.000	4	0,08%	80	320	\$ 4.800.000	\$ 400.000
Kit de calcomanías originales	\$ 20.000	100.000	4	1,00%	1.000	4.000	\$ 80.000.000	\$ 6.666.667
Cintas para rines	\$ 20.000	100.000	2	0,07%	70	140	\$ 2.800.000	\$ 233.333
Piñeras con stomp grip	\$ 30.000	100.000	3	0,05%	50	150	\$ 4.500.000	\$ 375.000
Logos originales de las marcas de motos	\$ 5.000	100.000	2	1,00%	1.000	2.000	\$ 10.000.000	\$ 833.333
Diseños personalizados completos	\$ 40.000	100.000	1	1,00%	1.000	1.000	\$ 40.000.000	\$ 3.333.333
Guantes de protección	\$ 5.000	100.000	2	0,08%	80	160	\$ 800.000	\$ 66.667
Cascos	\$ 120.000	100.000	1	1,00%	1.000	1.000	\$ 120.000.000	\$ 10.000.000
Chalecos	\$ 30.000	100.000	1	1,00%	1.000	1.000	\$ 30.000.000	\$ 2.500.000
Cintas reflectivas	\$ 4.000	100.000	3	1,00%	1.000	3.000	\$ 12.000.000	\$ 1.000.000
Impermeables	\$ 25.000	100.000	1	1,00%	1.000	1.000	\$ 25.000.000	\$ 2.083.333
Aceites	\$ 15.000	100.000	4	0,08%	80	320	\$ 4.800.000	\$ 400.000
Manillares	\$ 7.000	100.000	2	0,08%	80	160	\$ 1.120.000	\$ 93.333
Parrillas	\$ 18.000	100.000	1	0,07%	70	70	\$ 1.260.000	\$ 105.000
Defensas	\$ 15.000	100.000	3	0,07%	70	210	\$ 3.150.000	\$ 262.500
Maleteros	\$ 20.000	100.000	1	0,07%	70	70	\$ 1.400.000	\$ 116.667
Kit de arrastre	\$ 35.000	100.000	1	0,07%	70	70	\$ 2.450.000	\$ 204.167
Llantas	\$ 50.000	100.000	1	1,00%	1.000	1.000	\$ 50.000.000	\$ 4.166.667
Cortavientos	\$ 10.000	100.000	3	0,08%	80	240	\$ 2.400.000	\$ 200.000
Espejos	\$ 8.000	100.000	2	0,08%	80	160	\$ 1.280.000	\$ 106.667
Cabrillas	\$ 12.000	100.000	1	0,08%	80	80	\$ 960.000	\$ 80.000
Direccionales	\$ 5.000	100.000	2	0,08%	80	160	\$ 800.000	\$ 66.667
Manillas Kit ajustables	\$ 12.000	100.000	2	0,08%	80	160	\$ 1.920.000	\$ 160.000
TOTAL							\$ 437.440.000	\$ 36.453.333

Estrategia de distribución

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos a los consumidores. Es por ello, que estaremos ubicados inicialmente en local comercial en la Av. Primero de Mayo con Carrera 30. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:

- Dar a conocer nuestros productos por internet, redes sociales, llamadas telefónicas, envío de correos y visitas a domicilio.
- Tener siempre disponible un mapa de nuestra ubicación impreso y en la web.
- Instalar nuestros productos en todos los puntos de ventas habidos y por haber (distribución intensiva)
- Establecer alianzas estratégicas con otros negocios para poner nuestros productos en sus tiendas físicas o virtuales.

Estrategias de la promoción

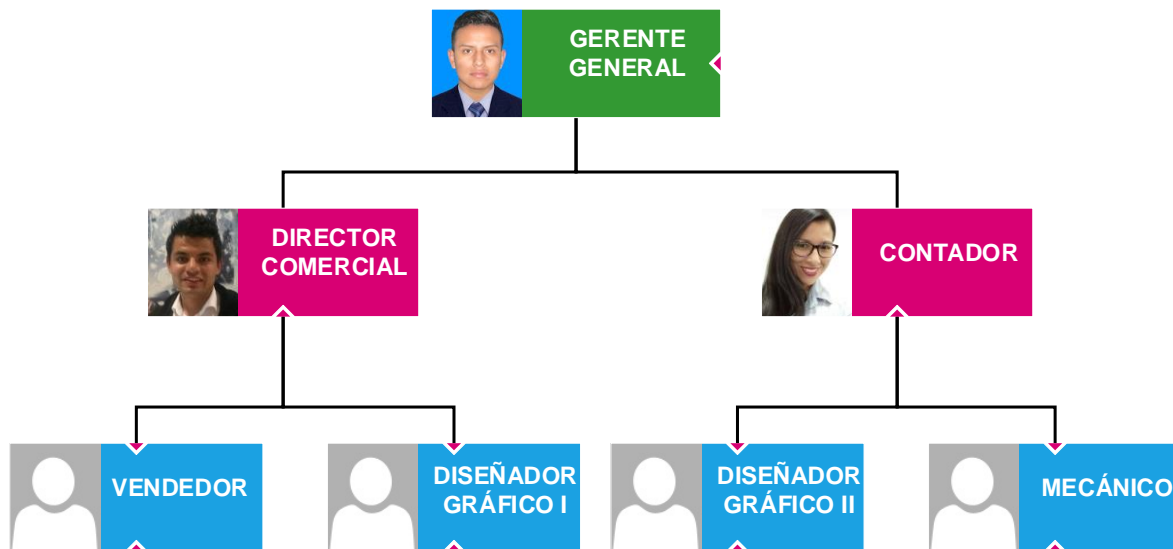
La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar a nuestros clientes la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- Colocar anuncios en internet, radio, revistas y diarios.
- Crear eventos o actividades.
- Patrocinar clubes de motociclistas.

- Crear carteles, volantes, portafolios y calendarios publicitarios.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.

42

EQUIPO DE TRABAJO



Manual de funciones

Cargo: Gerente General.

Salario: \$1.200.000

Funciones: Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa.

- ✓ Organizar los recursos de la organización.
- ✓ Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo.
- ✓ Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización.

- ✓ Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado
- ✓ Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etc.

Cargo: Director Comercial.

Salario: \$1.000.000

Funciones: Marcar los objetivos concretos a toda la fuerza comercial a su cargo.

- ✓ Saber resolver problemas comerciales y/o de marketing.
- ✓ Tomar decisiones cuando resulte necesario y oportuno.
- ✓ Establecer prioridades.
- ✓ Concretar los diferentes canales comerciales, la estructura, tamaño y rutas.

Cargo: Contador.

Salario: \$1.000.000

Funciones: Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables.

- ✓ Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas.
- ✓ Cumplir con las obligaciones fiscales.

- ✓ Administrar de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento. 44

Cargo: Vendedor

Salario: 1.000.000

Funciones: Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.

- ✓ Contribuir activamente a la solución de problemas.
- ✓ Administrar su territorio de ventas.
- ✓ Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa.

Cargo: Diseñador Gráfico.

Salario: \$900.000

Funciones: Diseña calcomanías personalizadas, avisos y publicidad en general para motos.

- ✓ Organizar e instalar todo tipo de calcomanías personalizadas para motos de todas las marcas.

Luego de haber finalizado un estudio a fondo para la producción y comercialización de calcomanías, accesorios de lujo, de protección y repuestos, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- El objetivo principal de este proyecto es llegar a la mente del consumidor como un producto innovador y que esté a la vanguardia de la tendencia del mercado de calcomanías para motos de todas las marcas.
- Luego de hacer un análisis profundo del mercado en el que vamos a incursionar, concluimos que el proyecto tiene expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo.
- Por medio del estudio del mercado se llegó a determinar que el canal óptimo para la distribución de nuestros productos va a ser un local comercial por la comodidad y preferencia del cliente.
- A través de la investigación de mercado observamos que tenemos un segmento grande de mercado en la ciudad de Bogotá con tendencia a crecimiento, ya que es un producto innovador.
- Los precios se establecieron por medio de la investigación de mercado y por el análisis de producción, a diferentes niveles de precios: cubriendo los costos de producción, obteniendo un margen de ganancia y satisfaciendo la expectativa del cliente.

RECOMENDACIONES

46

Con la terminación del estudio realizado se recomienda que si es factible poner en práctica el proyecto, desde un punto de vista técnico, administrativo, comercial y finalmente económico.

Al ser productos comercializados presencialmente y a través de la web y al hacer productos mejorados en la ciudad de Bogotá, se recomienda un plan de marketing que dé a conocer el producto a nuestro comprador objetivo en el menor tiempo posible.

A los consumidores se les recomienda siempre buscar los mejores materiales de diseño, un costo adecuado al trabajo realizado y una excelente calidad de los diferentes productos adquiridos, con la inversión necesaria para lucir su motocicleta al gusto deseado y la satisfacción por el resultado.

BIBLIOGRAFÍA

Gabriela Hidalgo Zambrano, R. A. (2010, Junio). Revista Tecnológica ESPOL. Recuperado Mayo 23, 2019, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11910/1/Proyecto%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20una%20Microempresa%20de%20Dise%C3%B1o.pdf>

Guevara, K. S. (2018, Abril 20). La República. Recuperado Mayo 23, 2019, de <https://www.larepublica.co/empresas/el-parque-de-motos-crecio-233-en-los-ultimos-10-anos-2716453>

Nathalia Catalina Castañeda Vallejo, D. M. (2010). Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado Mayo 23, 2019, de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis562.pdf>