

Maleta Corporal De Postura

Jeferson Alexander Ibarra García
Maria Alejandra Millan Lote
Pedro Eduardo Quitian

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN
Grupo 50101
Creación de empresas 1

Proyecto creación de empresas	1
Compromisos del autor 1	1
Compromisos del autor 2	2
Compromisos del autor 3	3
Introducción	4
Objetivo general.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Claves para el éxito.....	6
Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....	7
Objetivos de desarrollo sostenible	7
Teoría de valor compartido.....	8
Tecnología disruptiva.....	9
Análisis PESTEL	10
Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	12
Problemas que afectan a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?.....	12
Árbol de problemas.....	13
Pregunta Problema.....	13
Árbol de objetivos.....	14
Técnica de ideación aplicada al problema u oportunidad.....	15
Cuadro de autoevaluación de la idea de negocio	16
Estructura idea de negocio.....	17
Descripción solución idea de negocio.....	17
Alternativas de negocio.....	18
Fuerzas de la industria	19
Contextualización de la empresa	19
Análisis de la demanda	20
Influencias internas:.....	20
Influencias externas:	20
Análisis de la oferta	23
Análisis de comercialización y proveedores.....	26
Segmentación del mercado	29
Bondades de nuestro producto.....	29
Propuesta de valor.....	30
Perfil del cliente	31
Diseño del producto	32
Ficha técnica	32
Ciclo de vida del producto	32
Definición estratégica	33
Diseño de concepto.....	33
Lista de materiales	33
Lista de maquinas	34
Diseño en detalle.....	34
Cadena de distribución.....	34
Proceso de producción	35

Costo de producción y precio de venta	36
Validación y verificación	36
Indicadores de calidad.....	36
Producción	37
Prototipo.....	38
Validación de ideas de negocio.....	41
Objetivo de la investigación.....	41
Lista de referencias	54

Lista de figuras

Figura N° 1 Logo	4
Figura N° 2 ODS.....	7
Figura N° 3 identificación del problema.....	12
Figura N° 4 Arbol de problemas.....	13
Figura N° 5 Arbol de objetivos.....	14
Figura N° 6 Tecnica los seis sombreros.....	15
Figura N° 7 Paso a paso solucion idea.....	17
Figura N° 8 Perfil cliente	31
Figura N° 9 Mapa de valor	31
Figura N° 10 Ficha tecnica	32
Figura N° 11 Canal de distribucion	34
Figura N° 12 Empaque	37
Figura N° 13 Etiqueta	37

Proyecto creación de empresas

Compromisos del autor 1

Yo Maria Alejandra Millan identificada con cedula de ciudadanía 1.020.748.854 estudiante del programa de contaduría pública, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Alejandra Millan

C.C 1.020.748.854

Compromisos del autor 2

Yo Jeferson Alexander Ibarra identificado con cedula de ciudadanía
1.130.144.295 estudiante del programa de ingeniería de sistemas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Jeferson Ibarra

C.C 1.130.144.295

Compromisos del autor 3

Yo Pedro Eduardo Quitian identificado con cedula de ciudadanía 80.851.273 estudiante del programa de administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Pedro Quitian

C.C 80.851.273

Introducción

Nuestro proyecto está orientado al desarrollo y creación de un producto el cual ha sido muy útil a través de la historia, nuestro emprendimiento se trata de producir una maleta que aparte de servir para transportar las pertenencias contribuya con la postura ergonómica de las personas evitando molestias lumbares y/o hernias vertebrales, la comunidad a la que inicialmente dirigimos nuestro producto es a personas de oficina y estudiantes porque generalmente este tipo de personas carga en su espalda objetos de gran peso como lo son calculadoras, computadores, agendas, libros, etc.

La empresa será conocida como MACORPOST SAS la cual incursionara en el mercado a finales del año 2021 y creemos que el producto por ser innovador tendrá la capacidad de posicionarse como un buen competidor en el mercado.



Figura N° 1 Logo

Objetivo general

Producir y comercializar maletas multifuncionales que dentro de su composición cuenten con un sistema que permita la corrección de la postura y minimice las molestias lumbares a las cuales están expuestas las personas que cargan en su espalda gran peso.

Objetivos Específicos

- Diseñar estrategias de publicidad que permitan presentar nuestro portafolio y que satisfaga las necesidades del cliente.
- Identificar claramente las fuentes de financiación para la elaboración y comercialización de dicho producto.
- Seleccionar adecuadamente la materia prima a utilizar para la producción del producto, ofreciendo calidad y seguridad a nuestros clientes.

Claves para el éxito

Para el desarrollo de nuestro proyecto consideramos que las claves para el éxito son:

- Tener claros los objetivos que queremos realizar
- Creer en nuestro producto
- Diferenciarnos de la competencia
- Fomentar en nuestro equipo de trabajo la excelente atención a nuestros clientes
- Promover la unión empresarial para que nuestros colaboradores sientan que son parte de la misma

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Nuestro proyecto está basado en solucionar un problema del entorno social ya que con ello buscamos mejorar la postura ergonómica de las personas cuyo trabajo y/o estudio requiere cargar peso en su espalda por medio de su maleta. En promedio los usuarios que se beneficiarían con esta idea son aproximadamente 2.576.000 entre hombre y mujeres de 25 a 44 años de edad en la ciudad de Bogotá. (SALUD, 2019)

Objetivos de desarrollo sostenible

Los objetivos de desarrollo sostenible, , se adoptaron por todos los estados miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030. Existen 17 ODS los cuales están integrados ya que reconocen que las intervenciones en un área afectarán los resultados de otras y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social. (Desarrollo, 2020).

El objetivo de desarrollo sostenible que está directamente relacionado con nuestro proyecto de emprendimiento es el N° 3 de la lista salud y bienestar porque va a permitir a todos los usuarios que adquieran el producto una mejor calidad en su estilo de vida respecto a su postura ergonómica.



Figura N° 2 ODS

Teoría de valor compartido

El valor compartido encuentra oportunidades de negocio que ayudan a superar los desafíos sociales y ambientales del mundo, el valor compartido básicamente es la interacción que existe entre el valor económico y el valor social de una empresa.

(Portafolio, 2018)

Nuestro proyecto crea valor compartido de las siguientes maneras:

- Implementar iniciativas que ayuden a mitigar los riesgos de salud que pueden presentarse a la hora de cargar peso en la espalda.
- Perfeccionar un producto que se utiliza a diario por diferentes personas, brindando seguridad y confianza a la hora de emplearlo.
- Brindar capacitaciones a nuestros clientes sobre las maneras correctas de cargar un morral y promover la salud y bienestar de las personas.

Tecnología disruptiva

La tecnología disruptiva es aquella tecnología o innovación que produce a la conducción de un nuevo proyecto y servicios. También es una de las que busca estrategias competitivas en tecnología dominante buscando progreso en el mercado.

En algunas ocasiones innovaciones tecnologías disruptivas son en su inicio, de bajas prestaciones y se dirigen a aquellos consumidores menos exigentes y con un poder adquisitivo menor. Estos usuarios son menos rentables para las empresas establecidas en un determinado mercado, siendo ignorados en la innovación de nuevos productos más caros.

Esto se debe a que la necesidad de crecimiento y aumento de los beneficios de las empresas establecidas a partir de sus productos, y que genera tendencias internas hacia el desarrollo de productos con mayores prestaciones, dirigidos a los consumidores más exigentes, pero que proporcionan mayores márgenes.

La tecnología disruptiva es mejorada progresivamente y va ocupando paulatinamente los nichos a los que la tecnología establecida va renunciando, y en ocasiones consigue hacerse con la mayor cuota del mercado y desplazando a la establecida. (APD, 2018)

Análisis PESTEL

Para este proyecto es fundamental conocer los puntos de análisis de pestel porque permite identificar los diferentes factores del entorno general con relación a la empresa:

- **Políticos:** A partir del año 2000, la producción manufacturera colombiana ha tenido un crecimiento sostenido, las cadenas de valor manufactureras absorben alrededor de la tercera parte de la economía colombiana, (Romero), teniendo en cuenta la ley 1868 del 2017 nuestro producto esta beneficiado por el tratado de libre comercio con Estados Unidos puesto en vigencia el 15 de Mayo de 2012, y donde se evidencia que del 2005 al 2018 hubo un crecimiento de las exportaciones anuales de 5.4%, (Ministerio de comercio, 2020)

Nuestro proyecto contara con IVA de acuerdo a la Dirección de impuestos y aduanas nacionales y teniendo en cuenta que nos vamos a constituir como una empresa legal.

- **Económico:** El sector económico al cual está enfocado nuestro proyecto es el sector secundario donde su característica principal es la transformación de materias primas obtenidas del sector primaria.

En la industria manufacturera en el trimestre enero-marzo del año 2019 con respecto al mismo trimestre del año anterior, muestra un crecimiento de 15.000 nuevos puestos de trabajo, (DINERO, 2019). Nuestro proyecto busca alianzas con el sector salud y educativo quienes serían los más beneficiados.

- **Social:** Las personas pueden acceder a nuestros a partir de Julio del año 2021 inicialmente a través de nuestro whatsapp 3152040416 el cual tiene atención de lunes a sábado de 8 am a 5 pm horario continuo donde les brindaremos atención personalizada y de alta calidad, la proyección es establecer un local en la zona de chapinero finalizando el año 2021.
- **Tecnológico:** La tecnología es la mejor aliada a la hora de mejorar un producto, por nuestro producto es algo innovador, el impacto de las Tics en nuestro negocio es alto debido a que nuestro enfoque es crear una plataforma online para el despacho del producto y adicional a eso donde cada persona diseñe su maleta.
- **Ecológico:** Los materiales para la fabricación de nuestro producto en su mayoría deben ir enfocados al desarrollo y protección del ambiente.
- **Legales:** aplicación de la política de garantía

Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Nuestro reto es mantener el crecimiento sostenido llevando a cabo un factor importante como lo es la tecnología especialmente usando los medios digitales como lo están haciendo muchas empresas con el marketing en el comercio, local, regional, departamental e internacional ofreciendo:

- Servicio al cliente
- Gestión del personal administrativo
- Comunicación del cliente interno con el externo

La oportunidad que vemos en nuestro proyecto es innovación en un producto y adelantar convenios con diferentes entidades que nos brinden beneficiosos y crecimiento en el mercado.

Problemas que afectan a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	POSTURA ERGONOMICA DE LAS PERSONAS INADECUADA	RECURSOS INSUFICIENTES PARA ACCEDER A UNA EDUCACION DE CALIDAD	COMO EL NIVEL SOCIECONOMICO INFLUYE A LA HORA DE CONTRAER DEUDAS
Conocimiento o experiencia	5	4	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?	3	2	4
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a la información, datos, cifras ¿puedo darle alguna solución?	4	3	1
Costos	4	1	2
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5	4	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	3	4
TOTAL	26	17	20

Figura N° 3 identificación del problema

Árbol de problemas

Esta técnica nos ayuda a encontrar las partes negativas y las positivas mediante el análisis de las causas y efectos en los diferentes sectores.

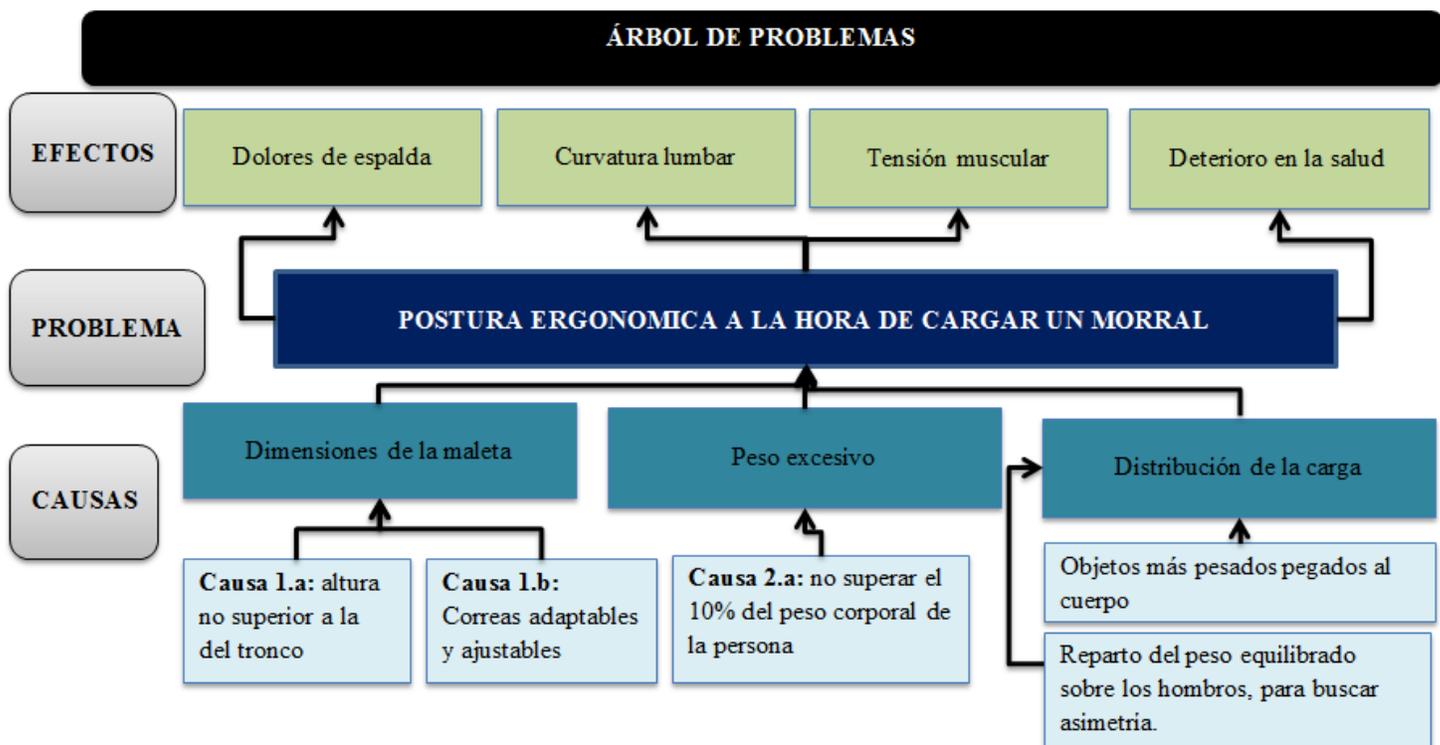


Figura N° 4 Arbol de problemas

Pregunta Problema

¿Cómo evitar una mala postura ergonómica a la hora de cargar un morral?

Árbol de objetivos

Define los criterios de evaluación de las distintas soluciones a un problema.

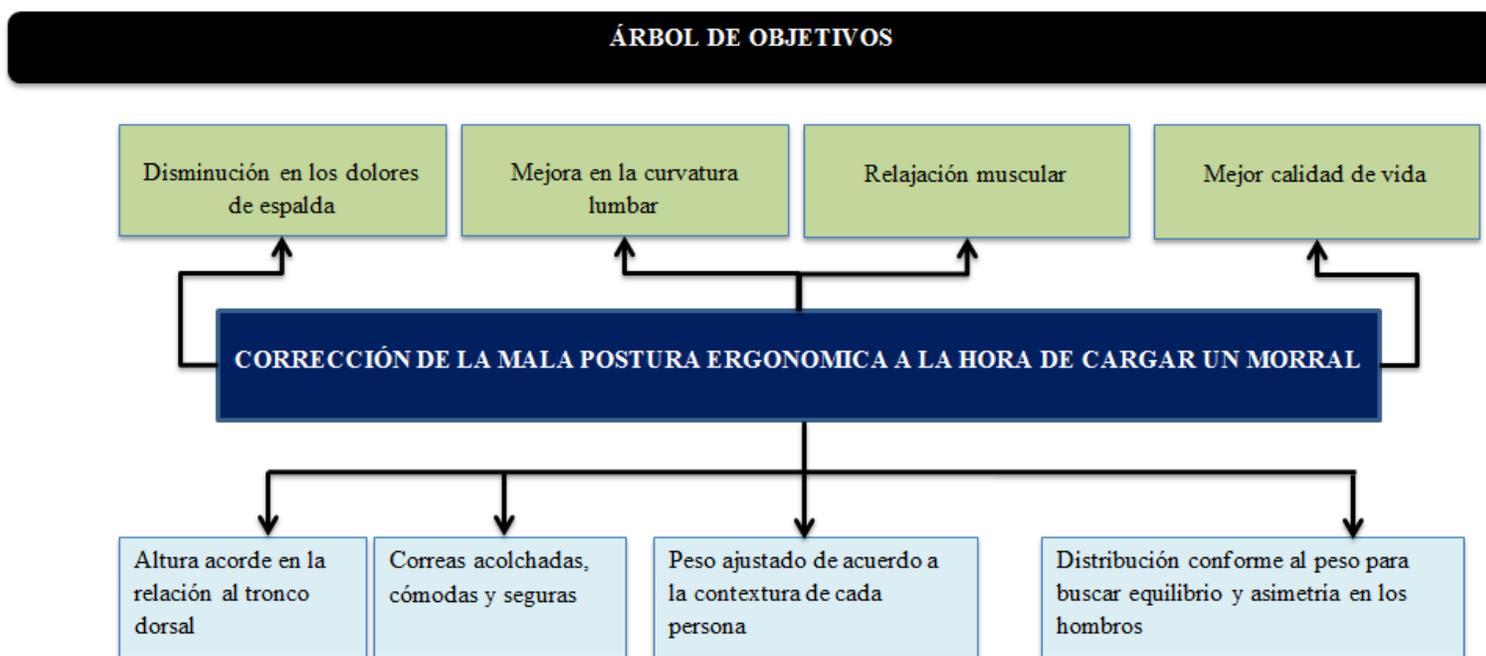


Figura N° 5 Arbol de objetivos

Técnica de ideación aplicada al problema u oportunidad



Para cumplir nuestro margen de ventas realizaremos alianzas con grandes cadenas de almacenes como lo es Tutto por la gran trayectoria que tiene en el mercado.



Estamos inseguros de que nuestro plan de marketing funcione



Por el costo de la maleta quizás personas que no cuentan con suficientes recursos no pueden acceder a esta



Vamos a lograr reconquistar a nuestros clientes con un producto innovador y saludable



Acreditaremos nuestro producto a través de una inversión de marketing online



Emprender en el mercado de la salud, de los trabajadores y estudiantes con un producto innovador que no solo sirva como maleta para transportar objetos personales, sino que además de ello ayude a corregir la postura de las personas y le brinde a nuestros clientes seguridad y confianza

Figura N° 6 Técnica los seis sombreros

Cuadro de autoevaluación de la idea de negocio

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:					

	A	*	B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	*	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	1	*	2	=	2
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	*	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	0	*	4	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 5:	2	*	5	=	10

PUNTAJE TOTAL	15
----------------------	-----------

Estructura idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Maleta correctora de postura
¿Quién es el cliente potencial?	Personas cuyo trabajo y/o estudio requiere cargar peso en su espalda por medio de un morral.
¿Cuál es la necesidad?	Corregir la postura ergonómica a la hora de cargar una maleta.
¿Cómo?	Analizar las zonas estratégicas asegurando que el producto sea competente y brinde comodidad en su uso.
¿Por qué lo preferirían?	Por la implementación de diseños exclusivos de acuerdo a cada necesidad, que generen confianza y garantía.

Descripción solución idea de negocio

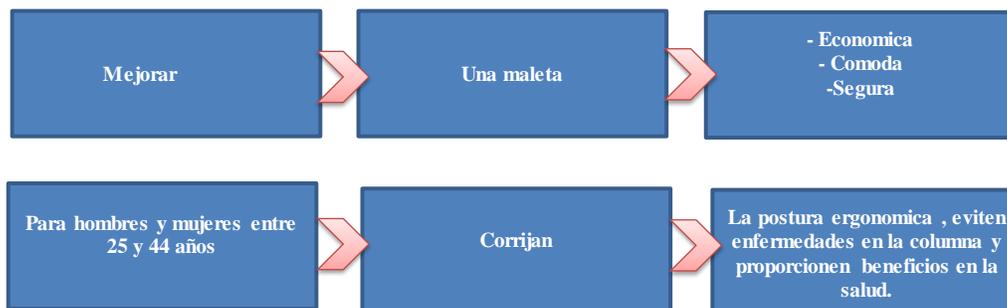


Figura N° 7 Paso a paso solución idea

Alternativas de negocio

Alternativas	Descripción de la innovación
Diseño innovador con material poco común	La maleta llevara incorporado un dispositivo de pesaje en el asa lo cual le ayudara a establecer el peso necesario.
Comercio electrónico	El cliente tendrá la oportunidad de ingresar a la página virtual de la empresa y podrá personalizar de forma manual o por medio de una aplicación de voz el diseño de la maleta, ejemplo color, figuras, textura, tamaño etc.
Proyecto social	Por cada maleta que se venda se destinara un porcentaje para maletas de niños de escasos recursos
Dispositivo tecnológico	Nuestro producto cuenta con un dispositivo GPS instalado en las correas, para su ubicación.

Fuerzas de la industria

Contextualización de la empresa

El nombre de nuestra empresa es MACORPOST SAS y ofrece básicamente una maleta corporal de postura que brinda soluciones en las personas que, en algún momento de su labor de trabajo, han presentado problemas de dolor de espalda por distintas razones, cargas inadecuadas de sobre pesos, ocasionadas por sus distintas actividades, desplazamientos a los campos laborales de diferentes empresas, universidades, colegios, etc.

Teniendo las investigaciones correspondientes, por personas profesionales de la salud, tal como es de fisioterapeutas y especialistas en la salud, buscamos brindar una solución a través recomendaciones adecuadas para una mejor calidad de vida.

La actividad económica de nuestra empresa es la 1392 la cual contempla la confección de artículos con materiales textiles.

El tamaño de nuestra empresa es pequeño teniendo en cuenta las investigaciones y de acuerdo a la siguiente tabla.

Empresas	Números de trabajadores	Volumen de ventas	Total de activos
Micro empresas	10	<2.000.000E	<2.000.2000E
Pequeñas	50	<10.000.000E	<10.000.000E
Medianas	250	<50.000.000E	<43.000.000E
Grandes	+250	+5000.000E	+43.000.000E

Análisis de la demanda

Influencias internas:

Busca estudiar el ambiente interno dentro de la empresa, personal capacitado y responsable, grupos de trabajos con un líder que esté dispuesto y comprometido a administrar los recursos humanos al conjunto de los empleados o colaboradores de su empresa y la cultura. Para este caso todo depende del tamaño de la empresa, pero nuestro objetivo principal es llevar un control de empresa a proveedores y de proveedores a clientes.

Influencias externas:

Busca la manera de cómo integrarse en medio externo a través de análisis que me lleven a innovar una idea principal para la ejecución de poder comercializar el producto, para esto hemos investigado la personalidad de los usuarios en sector, de sus comportamientos sociales, de sus creencias. Así mismo aprovechando la tecnología a través de publicidad en las diferentes páginas de internet, con el propósito de hacer competencia en el mercado, buscado una economía estable y duradera de forma estratégica en busca de un propósito específico, para integrarnos en el mundo del mercado.

De esta forma queremos complementar teniendo en cuenta estos puntos de análisis para su definitiva comercialización externa.

- ¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Siendo un factor importante nuestro objetivo es integrarnos con nuestros usuarios para conocer sus necesidades y sus gustos personales en productos, nuestros clientes se caracterizan por ser personas ocupadas con poco tiempo, trabajadores y estudiantes que viven en el afán del día a día.

- ¿Cómo se comportan?

En este caso nuestros objetivos es buscar sus comportamientos para relacionarnos con nuestros usuarios y tener confianza al momento de llegar al mercado y ofrecer el producto de una maleta corporal de postura. Nuestros clientes se comportan de manera amable, son críticos y exigentes.

- ¿Cuáles son sus creencias?

La creencia también es muy importante en los usuarios dependiendo los países, pero en realidad lo que se busca en este momento comercializar un producto teniendo las medidas necesarias, las creencias de nuestro foco de clientes no es muy determinado debido a que son personas jóvenes y no se enfocan tanto en este tema.

- ¿Cuál es el tamaño del mercado?

El tamaño del mercado puede ser rotatorio teniendo en cuenta que esto cambia, pero nuestro modelo de negocio es crecer con nuestro producto de la maleta corporal de postura, generando objetivos estratégicos para comercialización.

El consumidor al momento de adquirir el producto busca satisfacer sus necesidades de funcionalidad para actividades laborales y académicas según sea el caso, que combinan la comodidad, calidad y bienestar con el atractivo diseño y apariencia.

Un alto grado de satisfacción de nuestros clientes es el método para retenerlos y volverlos fieles a nuestro producto, para esto existen diferentes formas como lo son:

1. Vinculación del cliente: nivel del compromiso económico del cliente para con el producto esto mide la tenencia del producto, de gasto y uso del producto
2. Fidelidad: Que la empresa MACORPOST sea predilecta para su consumo
3. Riesgo de abandono: Analizando y comprendiendo las causas de los clientes que han abandonado nuestra empresa, mediante este análisis podemos concluir quienes pueden llegar a abandonar nuestra empresa y mitigar estos retiros.

De acuerdo a la información del DANE el total de personas en Bogotá entre 25 y 44 años de género masculino y femenino es \$2.576.038, este es el potencial mercado de MACORPOST. Este mercado es creciente teniendo en cuenta que la población está en crecimiento.

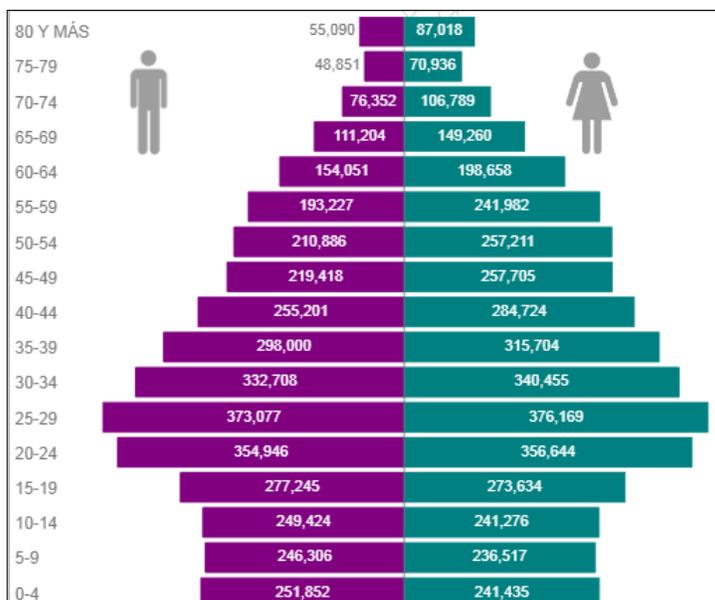


Figura N° 8 Población

Análisis de la oferta

Desde el análisis de la oferta, es buscar un estudio sobre los gustos y preferencias de los consumidores, dicho estudio será dependiendo de la ubicación donde se llevará a cabo la comercialización y distribución, teniendo en cuenta las competencias que se presenten, tales como las empresas con gran capacidad de competencia, en este caso una de las empresas reconocidas Tutto a nivel nacional e internacional y continental, Samsonite marcas americana etc. y muchas empresas más que se dedican a

comercialización de maletas bolsos etc. Teniendo todos estos análisis de las competencias lo que buscamos es dar una solución en el sistema de salud para los jóvenes desde una edad y los adultos.

“Maleta corporal de postura”, busca estudiar con cuantas empresas más va competir, cuáles son sus estrategias para su comercialización y distribución, cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles, análisis de ventas, precios, si tienen publicidad Marketing, como espera crear una idea para competir y lograrlo, cuáles serán sus principales competidores, como será la estrategia para lograr subir en mercado, buscar el momento adecuado de la barrera de acceso a la competitividad, implementación de servicios tecnológicos para esta informado de las distintas actualización del mercado nuevos eventos, noticias, tener en cuenta las amenazas internas y externas para lograr tener un plan de contingencia. etc.

- Cuántas empresas existen?

La competencia directa de nuestra compañía es aproximadamente 4 empresas a nivel Bogotá

- ¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

Esta la empresa ROCKA, fabrica morrales y otro tipo de productos que no son de competencia directa con el nuestro, sin embargo su participación en el mercado asciende al 16.1% a nivel Bogotá.

La otra competencia es TOTTO que cuenta con una gran participación en el mercado la cual asciende al 38,7% teniendo en cuenta que es una marca con grandes calidades en sus productos y en su servicio y adicional cuenta con varios locales a nivel nacional e internacional.

- ¿Cuáles son los puntos fuertes y sus puntos débiles?

Los puntos fuertes de nuestra empresa es que nos vamos a enfocar en los clientes, en sus gustos, en sus exigencias para satisfacer las necesidades con las que cuentan de una manera exitosa y lograr convencerlos de que nuestro producto es un HIT.

- ¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

La manera de cómo se implementan los diferentes enfoques de negocios en las empresas son estrategias que se pueden tener en cuenta para competitividad, en cuantos precios, publicidad y marketing.

- ¿Cómo espera competir?

La manera en la que quiero competir en el mercado comercial es conociendo al cliente y sus necesidades, generar una presencia comercial más fuerte, calidad de los servicios o

producto, precios que sean competitivos, promociones con ayuda de publicidades y marketing.

Nombres del competidor	Producto	Precio	Servicios (ventajas y competitividad)	Ubicación
Totto	Bolsos	160.000	Producto de gran calidad para satisfacer una necesidad. Representada a nivel internacional. Maneja precios económicos al alcance de los usuarios. Mantienen gran durabilidad de uso. Son prácticos.	Colombia
Osprey	Bolsos	280.000	De gran calidad Y material de larga duración en el uso. Son prácticas para transportarse. Comodidad para cargar elementos. Se mantiene con sus estado original siempre	US

Análisis de comercialización y proveedores

1. ¿Cuáles son los proveedores que se requieren para la producción de sus productos o servicio?

Un proveedor es la figura principal de determinados productos o servicios, para nuestra empresa estos proveedores representan de gran importancia, en este caso los proveedores que consideramos valiosos son:

- Proveedores de productos: proporcionar el artículo mediante un precio monetario para satisfacer la necesidad.

Hacer un estudio para distribuir el precio adecuado y dar cumplimiento a esta situación.

¿Qué tipos de proveedores está usando su competencia y defina unos criterios para seleccionarlos?

- Proveedor convencional: negociaciones basadas en las especificaciones cualitativas mínimas y el precio. Donde las empresas buscan hacer competencias con los diferentes proveedores y fuentes nuevas. Entrega de los pedidos a corto plazo.
- Proveedor asociado: relación a largo plazo que se revisa periódicamente, responsabilidad sobre los productos que se entreguen, calidad garantizada de los productos.
- Gestión de los proveedores: para este caso tendremos gestión de proveedores donde se encargue de gestionar la relación de los productos o servicios de lo que de la organización o empresa. Nuestro objetivo es alcanzar la mayor calidad de nuestros productos a precio adecuado a los proveedores y de los proveedores a los clientes.

- Procesos de la gestión de proveedores

En este proceso se conoce las actividades asociadas a las necesidades de las compras que se requiere para empresa para equipos y contrataciones de los servicios, también la tramitación de los pedidos, contratos a los proveedores, organización, selección de proveedores de productos y servicios.

Para el análisis de nuestros proveedores vamos a realizar una evaluación de desempeño de cada uno que responda a las siguientes preguntas:

- Capacidad
- Competencia
- Consistencia
- Control del proceso
- Costo
- Compromiso de calidad
- Cultura laboral

Segmentación del mercado

FOTO	MIEDOS, FRUSTACIONES Y ANSIEDADES	DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA
 <ul style="list-style-type: none"> • Estudiante universitario • Joven • Vive solo • Le gusta viajar 	<ul style="list-style-type: none"> • No pasar la universidad con altas calificaciones • Perder su trabajo • Atravesar problemas económicos 	<p>Ahorrar tiempo, comodidad, anhela que el producto que va a comprar triga consigo una mejora en su estilo de vida y bienestar por un precio razonable.</p>
DEMOGRAFICOS Y GEOGRAFICOS	QUE ESTAN TRATANDO DE HACER Y PORQUE ES IMPORTANTE PARA ELLOS	COMO ALCANZAN ESAS METAS A HOY? HAY ALGUNA BARRERA EN EL CAMINO?
<p>Mujer de 29 años, vive en alquiler, trabaja como empleada y tiene unos ingresos aproximados de \$1,500,000 mensuales</p>	<p>Generar un balance entre sus estudio, trabajo y vida personal para poder salir con sus amigos y dedicarse a sus hobbies. Además quiere crear una fundación de mascotas.</p>	<p>Trabaja y estudia de manera dedicada para lograr alcanzar su titulo profesional y emprender en un negocio propio que le genere mayores rentabilidades, la barrera a la fecha es que sus ingresos no le alcanzan para satisfacer necesidades.</p>
FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS	<p>El tiempo se debe aprovechar haciendo lo que nos gusta</p>	
EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERIAMOS TENER EN CUENTA	<p>Tiene retos de ahorrar y conseguir mayor tiempo libre para compartir con familia y amigos.</p>	

Bondades de nuestro producto

- Seguridad
- Resistencia
- Economía
- Liviano
- A la moda
- Materiales altamente calificados

- Diseño innovador
- Ajustable a cada tipo de persona
- Garantía
- Beneficio en la salud
- Tecnología
- Versatilidad
- Confianza
- Eficaz
- Excelente atención al usuario
- Satisface necesidades
- Publicidad y marketing

Propuesta de valor

Una propuesta de valor como se conoce es aquello que la empresa hacer mejor y diferente a las demás.

Nuestra propuesta de valor se basa en la modalidad e implementación de un producto que vamos a ofertar a la sociedad con un valor agregado que adicional a comodidad brinda bienestar en la salud. Esta idea tiene un propósito evaluable a la necesidad de contar con un producto de buena calidad y cómodo que tengan un problema de salud o que cuenten con dolores de espalda.

Perfil del cliente



Figura N° 8 Perfil cliente

Mapa de valor

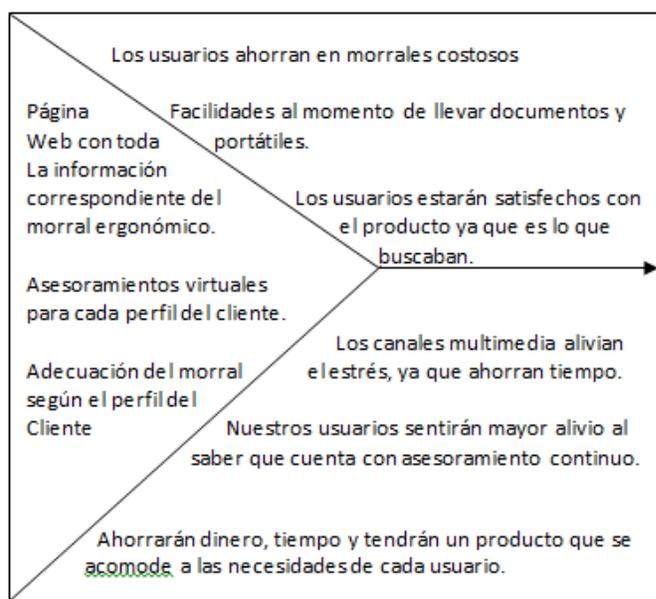


Figura N° 9 Mapa de valor

Diseño del producto

Ficha técnica

FICHA TECNICA MORRAL MACORPOST SAS	
NOMBRE	MACORPOST
COMPOSICION DEL PRODUCTO	Cuenta con un bolsillo grande principal y en su interior un compartimiento para Laptop de 18", dos bolsillos frontales podrán guardar de forma organizada plumas, documentos y libretas. Tendrá la posibilidad de guardar una botella de agua.
NORMAS DE CALIDAD	El artículo 3 de la Ley 155 de 1959 corresponde al Gobierno Nacional intervenir en la -acción de normas sobre calidad de los bienes, defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas.
PRESENTACION COMERCIAL	30 Kg ALTO: 50 cm a 55 cm, ANCHO: 45 cm. A 50 cm.
TIPO DE EMPAQUE O EMBALAJE	Cajas de carton con doble cubierta con capacidad para 24 morrales
MATERIAL DE EMPAQUE	Bolsa de tela con logo
CONDICIONES DE CONSERVACION	No exponer a altos grados de humedad
VIDA UTIL ESTIMADA	8 años
RECOMENDACIONES	Lavar con agua y jabon suave, no exceder su peso maximo
 <hr/> Elaboro	 <hr/> Reviso

Figura N° 80 Ficha tecnica

Ciclo de vida del producto

Teniendo en cuenta el ciclo de vida de un producto, el nuestro se encuentra en la fase de introducción porque aún no ha salido al mercado y nos encontramos en el proceso de darlo a conocer y expandirlo en el mercado a través de diferentes estrategias publicitarias.

Estamos haciendo el primer acercamiento con el cliente, conociendo sus necesidades por consecuencia las ventas no han arrancado y todavía no conocemos la trayectoria que va a tener nuestro producto en el mercado.

Definición estratégica

Nuestro producto contempla las siguientes leyes, normas y/o decretos:

1. Ley 7 de 1991 por la cual se dictan las disposiciones generales para el comercio exterior
2. Ley 1258 de 2008 se crea la sociedad por acciones simplificada S.A.S
3. Normas de gestión de calidad
4. Decreto 993 del 15 Mayo de 2012 tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos.

Diseño de concepto

Lista de materiales

A continuación se describen los materiales utilizados para fabricar el producto

MATERIAL	CANTIDAD	U/MEDIDA	PRECIO	COSTO
Belcro 2 pulg	0,3	MT	600	180
Cremallera N° 6	1,2	MT	280	336
Hombreras	2	Unidad	550	1.100
Lambrilla	0,4	MT	7.500	3.000
Hilo	200	MT	12	2.400
tela tipo nylon	0,4	MT	3.800	1.520
Lona Reebag	0,8	MT	18.000	14.400
Malla bolsillos laterales	0,2	MT	9.800	1.960
Marquillas	1	Unidad	650	650
Mosqueton 1/2	1	Unidad	250	250
Resorte 1 pulgada	0,2	MT	1.150	230

Riata 1/2 pulgada	1,8 MT	530	954
Yumbolon	0,3 MT	5.300	1.590
Corrector postura	1 unidad	32.000	32.000
Broches	5 Unidad	300	1.500

TOTAL MATERIALES **62.070**

Lista de maquinas

Nuestra planta contara con 8 máquinas que a continuación se detallan

TIPO DE MAQUINA	CANTIDAD
Mesa de corte	1
Maquina plana	2
Ribeteadora	2
Debastadora	1
Maquina de doble aguja	2
TOTAL	8

Diseño en detalle

Cadena de distribución

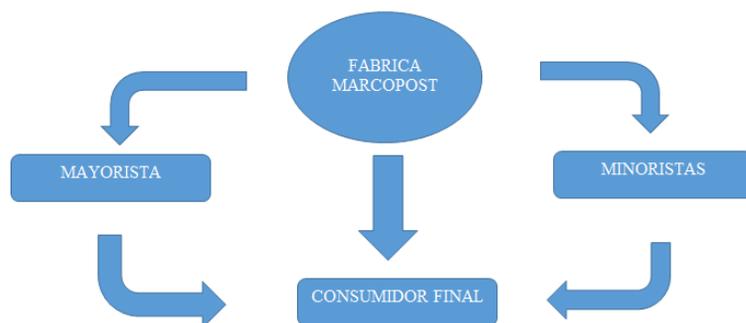
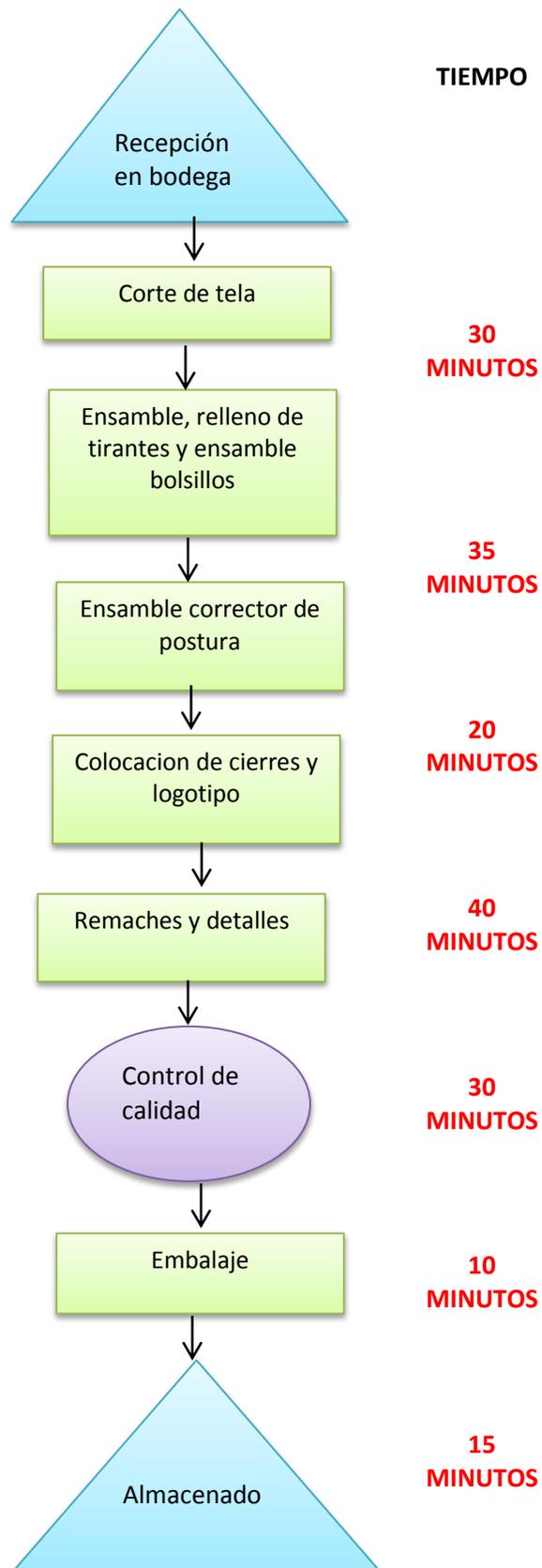


Figura N° 91 Canal de distribucion

Proceso de producción



Costo de producción y precio de venta

A continuación se describe los costos de producción necesarios para una maleta y su precio de venta con una rentabilidad del 25%

Costo unitario de materiales	62.070
Costo unitario de mano de obra	9.420
Costo unitario de CIF	12.760
COSTO TOTAL UNITARIO	84.250
% RENTABILIDAD 25%	21.063
PRECIO DE VENTA	105.313

Validación y verificación

Indicadores de calidad

- **Rendimiento:** medir el grado en que el producto ayuda a solucionar el problema del cliente de manera más sencilla
- **Seguridad:** durabilidad del producto y confianza ofrecida a través del mismo a nuestros clientes
- **Cobertura:** Analizar si el producto tiene alta demanda en el mercado
- **Precio:** exclusividad según el tipo de producto y el cliente al que ofrecemos.
- **Competitividad:** Evaluar las cualidades que nos diferencian de los demás
- **Rotación de personal:** Mantener el equipo de colaboradores el mayor tiempo posible
- **Proceso de producción:** Examinar el % de retrasos en la fabricación del producto
- **Desarrollo del producto:** Establecer plazo de puesta en el mercado el proyecto
- **Rentabilidad:** Verificar el margen de utilidad establecido para la venta del producto
- **Diseño:** Confirmar que el producto sea innovador y excepcional en el mercado.

Producción

El resultado final del empaque de nuestro producto se ve a continuación:



Figura N° 12 Empaque

El resultado final de la etiqueta con la cual contara cada morral es la siguiente:



Figura N° 13 Etiqueta

Prototipo

Características del producto o servicio

El diseño es cómodo con tirantas acolchadas, espaldar espumado y con un corrector de postura incorporado, al cual ayudara para cuando tenga peso corrija la mala postura y equilibra el peso de la maleta, cuenta con un bolsillo grande principal y en su interior un comportamiento porta laptop o para portátil de hasta 18". Además de esto dos bolsillos frontales, uno de ellos con organizador en su interior en el cual podrás guardar de forma ordenada los esferos y documentos. Tendrás además la posibilidad de guardar fácilmente tu botella de agua en cualquiera de los bolsillos laterales fabricados en malla para evitar humedad o malos olores.

Características del prototipo

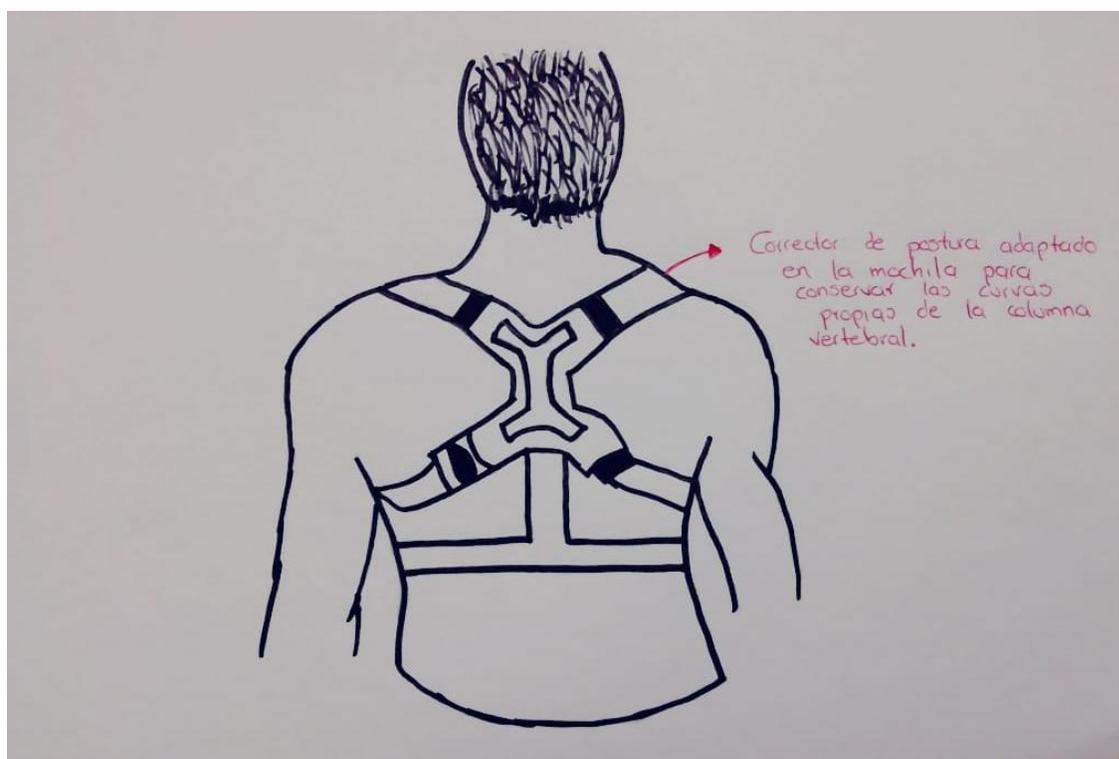
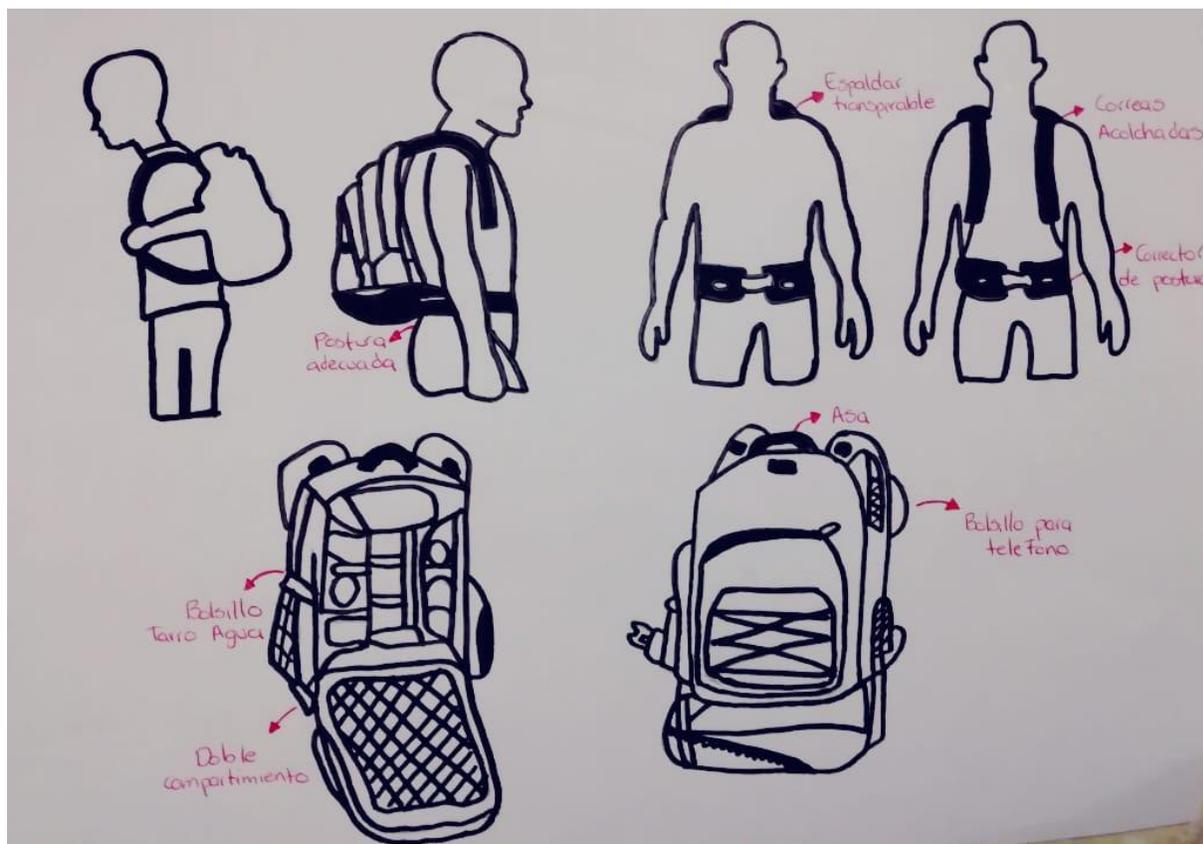
Refleja como una maleta normal curva a la persona cuando carga peso en su espalda, y agregando el corrector de postura en el espaldar de la maleta brinda beneficios y ayuda a una buena postura corporal.

Como va interactuar el cliente con el prototipo

Por medio de las imágenes el cliente puede identificar como el peso de maleta influye en la postura y en la columna vertebral y a su vez se refleja como la maleta con el corrector de postura incorporado ayuda a su bienestar y salud.

Evidencia del prototipo

A través de este prototipo que es tipo dibujo vamos a poder observar las diferentes características y bondades de nuestro producto.



Lean canvas Running Lean

Problema	Solución	Proposición de valor única	Ventaja especial	Segmento de clientes
<p>Consiste en reducir los problemas lumbares por la carga de peso en la espalda.</p> <p>Relación con proveedores que brinden calidad y bajos costos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bienestar - Comodidad - Evitar dolores musculares 	<p>El valor agregado que le damos a los clientes es:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Innovación -Funcionamiento -Diseño - Personalización -Precio -Accesibilidad 	<p>Asistencia personal automatizada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chat interactivo - Página web - Asistencia telefónica 	<p>Para quién estamos creando valor?</p> <p>Producto dirigido a jóvenes y adultos de 25 a 44 años aproximadamente .</p>
<p>Alianzas estratégicas con los competidores directos.</p>	<p>Métricas clave</p> <p>Intelectuales: Producto innovador en constante cambio, para ofrecer mejor servicio y con el tiempo y el avance de la tecnología poder satisfacer más necesidades y beneficiar a mayor población</p>	<p>Resuelve el problema de poder tener postura corporal adecuada mientras peso en la maleta para hacer cualquier otro tipo de actividad mientras camina, por ejemplo caminar más ligera y más facilidad, cargar otros objetos, entre otras. Además de ser de gran ayuda a las personas que llevan siempre el portátil y caminar tranquilamente y sin dolores.</p>	<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Páginas web - Teléfono/e mail de contacto - Tiendas físicas propias - Referidos 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes universitarios. - Estrato 3 en adelante. - Personas que trabajan en oficinas/administrativos <p>Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>Nuestros clientes más importantes son las personas jóvenes, ya que tienen una tendencia mayor a consumir productos como el nuestro.</p>

Estructura de coste	Flujo de ingresos
<p>Los costes básicos de nuestro producto son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción - Mano de obra - Cif (Arriendos, servicios públicos) - Marketing - Distribución 	<p>Ingresos por venta del producto que se generan a partir de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Post venta - Promociones

Validación de ideas de negocio

Objetivo de la investigación

Nuestro objetivo de investigación es determinar el impacto que va a tener nuestro producto cuando se oferte en el mercado.

Tipo de investigación

- Cualitativa: El tipo de la investigación que estamos realizando corresponde a la investigación cuantitativa por que hace parte a los datos para desarrollar mediante investigación de comprensión conceptos y teorías de forma comprensiva.
- Cuantitativa: nuestra investigación también hace parte de la cuantitativa debido al proceso y fases principales donde encontramos una teoría y esta se representa para nuestro proyecto de la siguiente forma:
 - Hipótesis: en hipótesis hacemos una recolección de datos para hacer un análisis de todas las informaciones de los sectores empresarial.

- Observaciones recolecciones de datos: en esta recolectamos los datos más importantes hacemos un estudio de manera más detallada para beneficio de la empresa.
- Análisis de datos: en el análisis de datos nos permite conocer el campo donde nos vamos a ubicar para realizar una investigación de cómo vamos plantear nuestro negocio, donde se hará más fuerte la conectividad con los clientes
- Resultados: el resultado lo tendremos de manera que se vaya generando la conectividad de las ventas que tendremos de los productos basándonos de nuestras calidades y servicios.

Formulario de la encuesta, entrevista o grupo focal

Este formulario de entrevista hace parte del proceso de evaluación del programa comercios a nivel ciudades donde se enfocan a los diferentes clientes de diferentes universidades empresas y centros educativos de diferentes niveles y departamentos que tengan posibilidades de accesos de universidades y centros educativos sectores de salud empresas. Finalmente, nuestro objetivo es hacer una evaluación que conduzca a una buena salida en el mercado para ser fuerte y mejorar a través de la experiencia adquirida para lograr ser más competitivo a nivel nacional e internacional.

Nombres de las personas	James
Profesión	Universidad
Institución	Cun
Cargo	Ingeniero
Fecha de vinculación	2019
Teléfonos	3001642654
Correo	Jaine.muñoz@cun.edu.co
Fecha o encuesta	Días hábiles de la semana

Grupos focales	<p>Teniendo en cuenta este producto de una Maleta Corporal de Postura para mejorar la calidad de vida en salud de una persona.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es tu opinion? <hr/> • ¿Qué buscas de un producto? <hr/> • ¿Qué opinas la innovación de este producto? <hr/> • ¿el precio es adecuado? Si cuesta 300.000 pesos. <hr/> • ¿Qué opinas de la empresa con esta modalidad para el personal universidades, empresas centros educativos y personal medicados por terapeutas? <hr/>
----------------	--

Tamaño de la muestra

Una muestra es un subconjunto de la población, es un número de elementos o sujetos que componen la muestra representativa de una población. Una muestra es representativa por que tiene el nivel de confianza y margen de error, se puede inferir a los resultados de la población. Esta muestra tiene unas ventajas y desventajas de la población.

Ventajas:

Para nuestras ventajas tenemos la reducción de costos de diferentes recursos como lo relacionamos a continuación.

- Económicos
- Mano de obras y materiales

Esta ventaja de tamaño de muestra nos permite estudiar las distintas relaciones de cada ciudad, departamento, localidades y zonas rurales.

También nos permite la recolección de los datos de las diferentes partes para su respectiva evaluación y análisis en poblaciones muy grandes.

- Población finita:
 - Para esta población finita tendremos los habitantes de una comunidad.
 - La cantidad de los estudiantes que se beneficiaran ante esta propuesta de negocio.
 - Cantidad de personas ejerciendo el oficio dentro de la empresa
 - Manejar una flota de vehículos de transportadora

- Población infinita:
 - En esta población infinita está formada por grandes componentes que no se pueden contabilizar la cantidad debido a que son demasiadas cantidades limitadas de elementos.

n = tamaño de muestra buscado (es lo que estamos buscando un número de elementos o sujetos extraídos de una población. Es lo que queremos calcular

N = Tamaño de la población o universo. Elementos en los cuales se pueden presentar características susceptibles a ser estudiadas. “Es la población a la que se quiere estudiar”.

- Universo infinito:

Hombres y mujeres de las universidades de una edad aproximadamente de 20 años a 40 años y diferentes empresas en dependiendo las ciudades.

- Universo infinito:

Hombres y mujeres consumidores del producto.

Z = es el parámetro estadístico para evaluar el nivel de confianza (NC).

NC = es el grado de certeza de probabilidad expresado en porcentaje con el que pretende realizar la estimación de un parámetro a través de una estadística muestral.

Tabla nivel de confianza

Nivel de confianza	Z _{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Imagen (Boliviana, s.f.).

Tiempo estimado a la proporción de habitantes que requiera el producto donde se muestra el tamaño n. calculando el valor mínimo de n para garantizar el nivel de confianza del 95%. Y que el valor del error no supere el 2%. Para este caso como se desconoce la proporción se toma a partir del caso más desfavorable que será el 0.2.

Encuesta

El método de investigación utilizado para dar solución al problema identificado es la investigación cuantitativa; donde se aplicara una encuesta estructurada para el levantamiento de la información, se participara en la evaluación de situaciones directamente relacionadas con el problema a investigar y se llevara a cabo una observación directa, elementos con los cuales se logra obtener una orientación hacia el desarrollo del objetivo general de la investigación.

La población a la que se le aplicara esta investigación es empresarios, colaboradores, administradores de empresas, estudiantes universitarios, estudiantes de colegios, y personas comunes que con sus experiencias ayudaran a dar respuesta a la pregunta objeto de este estudio.

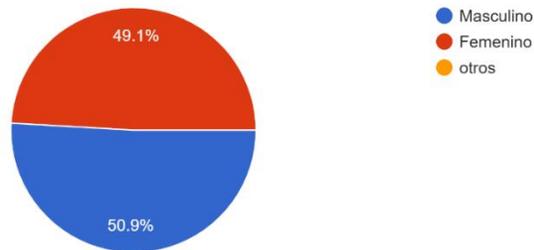
Tamaño de Encuesta 100 personas

Resultado: 55 personas encuestadas

Link de la encuesta realizada: <https://forms.gle/he4Y8J9N4PYWQBSE6>

GENERO:

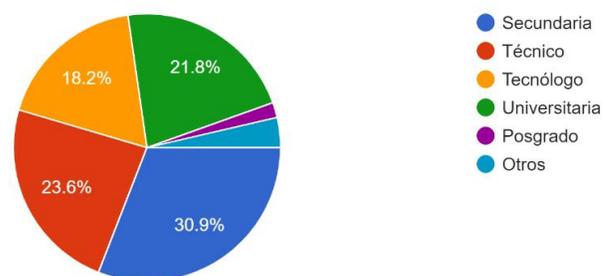
55 respuestas



En los resultados de nuestra primera pregunta evidenciamos que mayoría de las personas que participaron en nuestra encuesta son de sexo masculino, lo que nos encamina a trabajar en un diseño visual principalmente enfocado a temas que le interesen a este sexo. También se evidencia que al sexo femenino le llamo la atención y debemos crear diseños diferentes para este tipo de población.

NIVEL DE INSTRUCCION

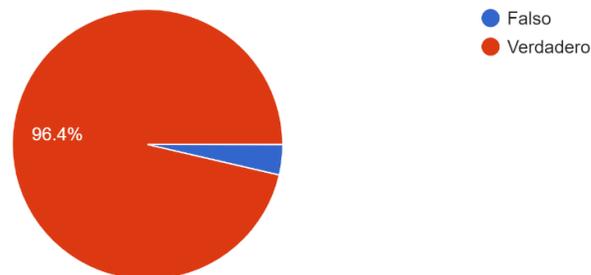
55 respuestas



La participación de estudiantes de secundaria, técnicos y universitarios es evidente y positiva para nuestra investigación porque nos genera confianza saber que personas que estudian y trabajan les interesa obtener nuestro morral y están calificando nuestro

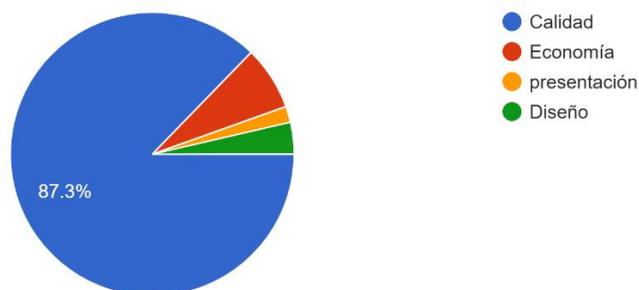
proyecto desde esos puntos de vista haciendo de cierta manera más confiables los resultados.

¿La Maleta Corporal de Postura tiene un propósito en las personas de dar una solución?
55 respuestas



Esta es una pregunta de mucha importancia para el equipo investigador porque basadas en este resultado se puede tomar decisiones respecto a la viabilidad del proyecto;

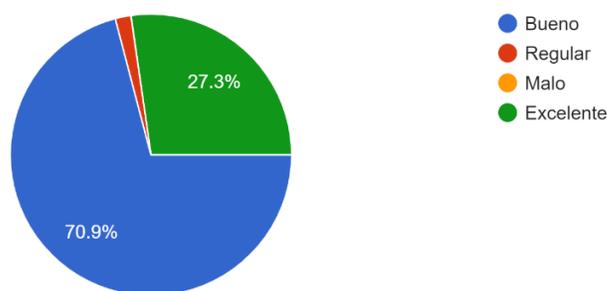
¿Qué buscas de un producto?
55 respuestas



En este caso en mayor % lo obtuvo la respuesta afirmativa, pero con una mínima diferencia de 3,6% a la respuesta Negativa, lo que nos abre el abanico de posibilidades para convertir el proyecto en un “negocio” de 360°.

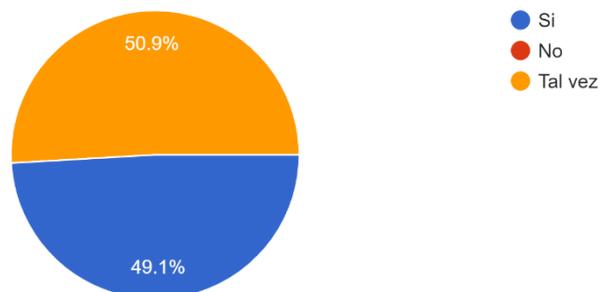
El resultado de esta pregunta nos muestra que nuestros usuarios buscan calidad en nuestro producto ya que aparte de ofrecerles ergonomía, se ofrece seguridad y comodidad por lo tanto buscan algo perdurable y que valga la pena la inversión y la confianza que depositan en nosotros y en nuestro producto.

¿Qué piensas sobre la llegada de este producto al mercado?
55 respuestas



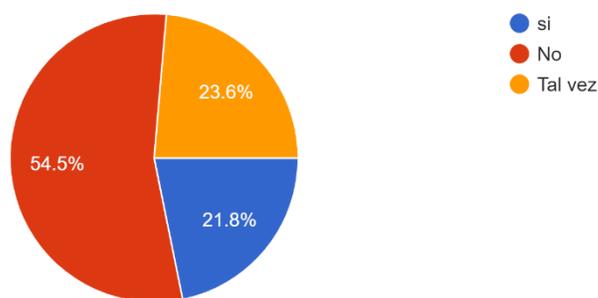
Los resultados de esta pregunta para la investigación son positivos pues nos permite evidenciar que a pesar de tener competencia el producto será bien acogido por nuestros clientes y tendrá un nicho bastante amplio.

¿Crees que este proyecto cumple con las normas establecidas y calidad?
55 respuestas



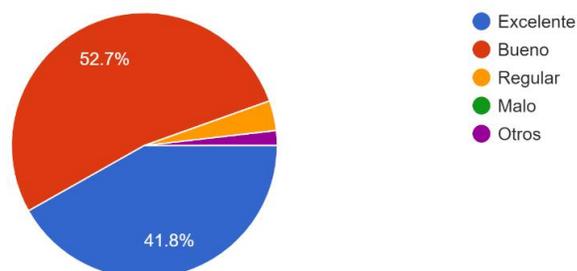
Los resultados de esta pregunta para la investigación no son tan alentadores pues nos permite evidenciar que a pesar de que tendría una buena acogida, debemos establecer nuevas normas de calidad para que tenga una mejor experiencia con nuestro morral y así nos recomienden con otros usuarios.

¿Crees que este producto tiene edades específicas?
55 respuestas



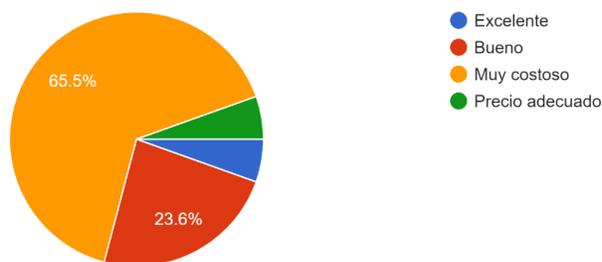
Los resultados de esta pregunta para la investigación son positivos ya que podemos comprobar que al público que va dirigido nuestro producto es de todas las edades ya que tenemos un segmento de la población específico como los son; estudiantes de colegios, universitarios y empresarios, de tal manera que el uso del morral beneficiara a usuarios de diferentes edades.

¿Qué opinas sobre la innovación de este producto?
55 respuestas



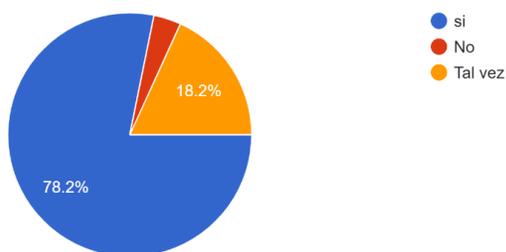
Esta pregunta se aplicó teniendo un pensamiento futurista pues como bien sabemos es hora de hacer uso de las nuevas tecnologías y una forma nueva de llevar tus pertenencias personales y laborales; el 41.8%, de nuestro mercado estaría dispuesto a utilizar el morral, el otro 52.7% del mercado opina que es bueno pero que aún necesita mejoras, por esta razón creemos que nuestro producto es innovador y tendrá una excelente acogida.

¿Qué opinas sobre el precio de este producto si tiene un valor de \$300.000 pesos en el mercado?
55 respuestas



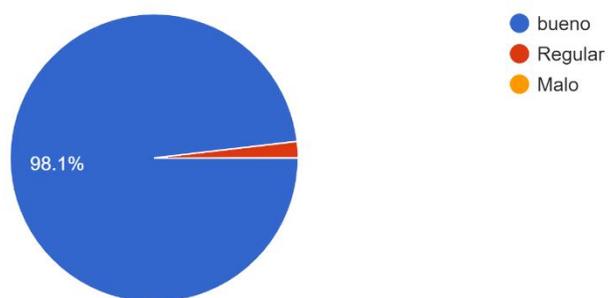
Con esta pregunta evidenciamos que el precio no se ajusta a las necesidades de nuestros usuarios por lo tanto debemos plantear una nueva estrategia para reducir costos en nuestro producto y así tener mejores ganancias y que nuestros usuarios se sientan más cómodos.

¿Crees que los servicios que prestara esta maleta corporal de postura tiene propósitos específicos?
55 respuestas



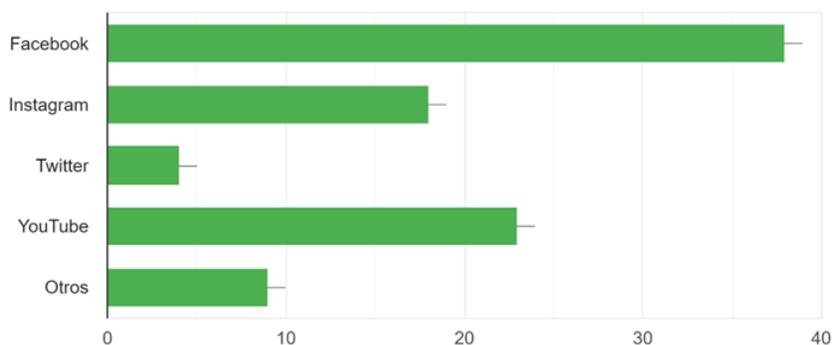
El resultado de esta pregunta evidencia que los usuarios de nuestro producto tienen claro los servicios que presta nuestro morral, que además de ayudarlos en su postura corporal les brindara mas comodidad a la hora de llevar sus pertenecías y así no dañaran su postura.

¿Qué opinas de nuestros servicios que prestara este proyecto?
54 respuestas



Esta pregunta nos da como resultado que los usuarios cree que el servicio que brindara nuestro producto será bueno y que esto generar mayor acogida tanto para nuestros usuarios como para otros en un futuro.

PREFERENCIAS
55 respuestas



El análisis de esta respuesta nos da a conocer que la mejor manera de dar a conocer nuestro producto es por medio de las redes sociales, la cual Facebook e Instagram son las redes que más predominan y es por donde podemos dar a conocer nuestro producto y tendrá más acogida de los usuarios

Lista de referencias

- APD, R. (24 de SEPTIEMBRE de 2018). *Tecnología disruptiva: ejemplos actuales e históricos*. Obtenido de <https://www.apd.es/tecnologia-disruptiva-ejemplos-actuales-historicos/>
- Boliviana, R. (s.f.). *Revista de Actualización Clínica Investiga*. Recuperado el noviembre de 2020, de Aproximación al muestreo estadístico en investigaciones científicas.: http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700006&script=sci_arttext
- Desarrollo, P. d. (2020). *UNDP*. Obtenido de <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/sustainable-development-goals.html>
- DINERO, R. (2019). Industria va al mismo paso del PIB. *DINERO*, <https://www.dinero.com/pais/articulo/resultados-del-crecimiento-industrial-en-el-primer-trimestre-del-ano-en-colombia/272301>.
- Ministerio de comercio, i. y. (2020). *INFORME SOBRE LOS ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES DE COLOMBIA*. BOGOTA.
- Portafolio. (08 de Agosto de 2018). Valor compartido, clave en el desarrollo social. págs. <https://www.portafolio.co/negocios/valor-compartido-clave-en-el-desarrollo-social-519869>.
- Romero, J. E. (s.f.). *Banco de la republica*. Obtenido de BANREP: <https://www.banrep.gov.co/es/industria-colombiana-el-siglo-xxi>
- SALUD, S. D. (2019). *SALUDATA*. Obtenido de OBSERVATORIO DE SALUD: <http://saludata.saludcapital.gov.co/>