

Imprejet

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)

Anderson Felipe Vargas Ochoa

Jerys Tatiana Castrillón Matamoros

Natalia Katherine Rodríguez Arteaga

Diseño Gráfico

Oportunidades y Propuesta de Valor

Arias Hernández Maritza

Creación de Empresas 1 - Modelos de Innovación

Grupo 50101

Año 2020

ÍNDICE

1. Justificación.....	4
2.0. Objetivos de oportunidad.....	4
2.1. Propuesta de valor	5
3.0. PESTEL.....	5
3.1. Problema, necesidad, reto u oportunidad.....	7
3.2. Problema que afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen....	7
3.3. Problema conveniente más a trabajar.....	8
3.4. Árbol de problemas.....	9
3.5. Pregunta problema.....	9
3.6. Árbol de objetivos.....	10
4.0. Técnica de ideación vista en el encuentro.....	10
4.1. Autoevaluación de la idea de negocio	11
4.2. Estructure la idea de negocio.....	12
4.3. La solución idea de negocio estructurada	13
5.0. Alternativas de idea de negocio	15
5.1. Análisis de alternativas de negocio.....	18
5.2. Selección y descripción de la idea innovadora.....	20

6.0. Fuerzas de la industria.....	21
6.1. Análisis de la demanda.....	21
6.2. Análisis de la oferta.....	22
6.3. Análisis de la comercialización y de los proveedores	27
7.0. Bondades del producto.....	29
7.1. Estructure la idea de negocio.....	32
7.2. Cliente ideal.....	33
8.0. Propuesta de valor	34
9.0. Diseño en detalle.....	34
9.1. Definición estratégica	34
9.2. Cadena de distribución	36
9.3. Costos de producción y precio de venta.....	37
9.4. Validación y verificación.....	38
9.5. empaque y etiqueta.....	39
11. Modelo Running Lean de la empresa	41
12. Validación de negocios	45
12.1 Objetivo de la investigación de mercado.	46
13. Tabulación y análisis de la información.....	47

Bibliografía.....	51
-------------------	----

1 introducción

La presente investigación busca profundizar en la creación de una nuestra empresa, enfatizada en generar carcasas para el celular en base a plástico reciclado personalizadas con la ayuda de una pantalla de tinta electrónica que nos permite diseñar contenido único y nuevo con la ayuda de una app, orientado a jóvenes de 18 a 28 años, con el fin de innovar visualmente el producto y dar una solución a un problema ambiental de paso.

2.0 Objetivos de Oportunidad

Innovar con la pantalla de tinta, nos llevaría a tener una amplia gama de acción al nivel de personalización implementándolas con la reutilización de materiales, abriendo espacio a nivel comercial, por su versatilidad al momento de implementarlo, como una herramienta innovadora con el potencial de generar productos visuales que atraigan la atención de los jóvenes.

Generar nuestros propios diseños, en esta etapa planeamos que nuestra marca se dé a conocer, y nos traiga una gran clientela que nos llevaría a popularizarnos, dándonos un respaldo de todas las otras empresas de venta de carcasa de celulares estándar, las cuales serían nuestros competidores directos.

Impactar a jóvenes de 18 a 28 años de edad con la posibilidad de crear sus propios diseños con una app, motivándolos a elegirnos, ya que les damos la posibilidad de ser sus propios diseñadores.

2.1 Propuesta de valor

Al producir nuevos diseños damos una gran variedad para nuestros clientes, ya que el producto ofrece estas características atractivas y únicas que llaman la atención a primera vista, aparte de esto están las creaciones de las carcasas en base a plástico reciclado teniendo siempre en cuenta el cambio positivo que se tiene que tener con el medio.

Finalmente, presentado un producto de mejor calidad traería un beneficio al cliente, produciéndole más longevidad en términos del diseño y calidad, fuera del uso que le dé el cliente.

3.0 PESTEL:

Político:

Según el estudio de la cámara de comercio de Bogotá, esta ciudad es la más propicia para generar un negocio con estadísticas cuantitativas que nos permiten identificar que estamos en el mejor ambiente para poner en acción nuestro producto, teniendo” el 30% de la población está entre 15 y 29 años” según estudios el cual está en crecimiento, aparte de las normativas y gráficas sobre las diferentes pautas a nivel económico.

Económico:

El sector económico es el comercio, el producto es la carcasa para celulares con pantalla de tinta electrónica en color, la entidad que puede financiar y apoyar este proyecto es Tecno parques, quienes apoyan proyectos que tengan prototipos en cuatro líneas tecnológicas: Electrónica y Telecomunicaciones, Tecnologías Virtuales, Ingeniería y diseño y Biotecnología nanotecnología. Los Tecno parques son un programa del SENA.

Social:

Jóvenes entre 18 a 28 años, estudiantes que viven en Bogotá de estrato 3 a 5 de todo tipo de genero

Tecnológico:

La pantalla de tinta electrónica de color, esta funciona con una aplicación gratuita para su manejo y descarga de los diseños, aunque actualmente existen dos compañías que generan tinta electrónica, y cada una la desarrolla de forma diferente, hay una serie de fundamentos físicos que comparten entre sí. Los tres componentes fundamentales son:

- Millones de Microcápsulas.
- Tinta o una substancia que rellene estas Microcápsulas.
- Cargas negativas de color blanco flotando dentro de la Microcápsula.

Ecológico:

Es un producto amigable con el medio ambiente, hecho de plástico reciclado

Legal:

Artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia, dando una guía sobre el emprendimiento.

Ley 334 de 1996: Siendo esta la norma que permite la creación de una empresa, siendo en el artículo 16 hablo sobre proyectos tempranos como el presente.

Ley 550 de 1999: Funciona principalmente para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

Ley 789 de 2002: Normas que apoyar el empleo.

Ley 905 de 2004: Ayuda y promueve las empresas pequeñas como la nuestra en Colombia.

Ley 1014 de 2006: Fomenta la cultura del emprendimiento en Colombia.

3.1 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad:

Problema:

No se es familiarizada esta tecnología nueva de las carcacas, la falta de conocimiento de esta misma causaría un mal manejo, daño y desaprobación de los usuarios en su uso, lo cual como consecuencia sería el desecho y contaminación.

Necesidad:

Que nuestros usuarios conozcan y manejen este producto apropiadamente, generan más el consumo de este mismo y mejorar esta tecnología.

Reto/ oportunidad:

La implementación de esta nueva tecnología en Bogotá a través de las carcacas.

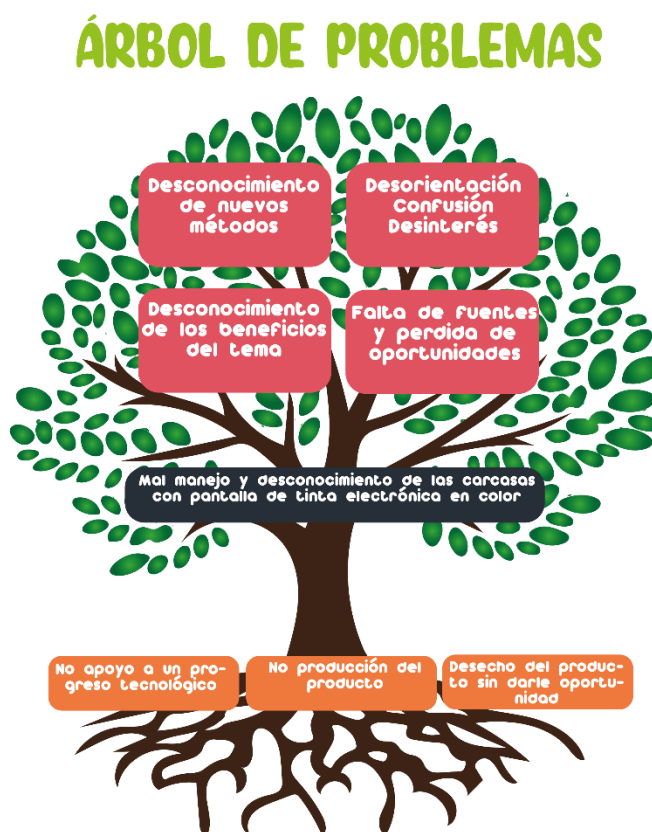
3.2 ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

A nuestro grupo objetivo le falta conocer, informarse y tener fuentes que expliquen y muestren el funcionamiento del proyecto, cómo funciona este mecanismo y como sería de gran utilidad y un gran avance el proyecto

3.3. Qué problema le conviene más trabajar:

Criterio	Problema 1	Oportunidad 2	Necesidad 3
	Una carcasa puede empeorar el rendimiento del celular.	La implementación de nueva tecnología en Bogotá.	Disminuir la contaminación provocada por las carcasas para celulares convencionales.
Conocimiento o experiencia.	3	2	4
Asesoramiento de un experto (si se quiere, ¿lo tenemos?)	1	1	1
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/ datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	3	2	3
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	4	4	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	16	14	18

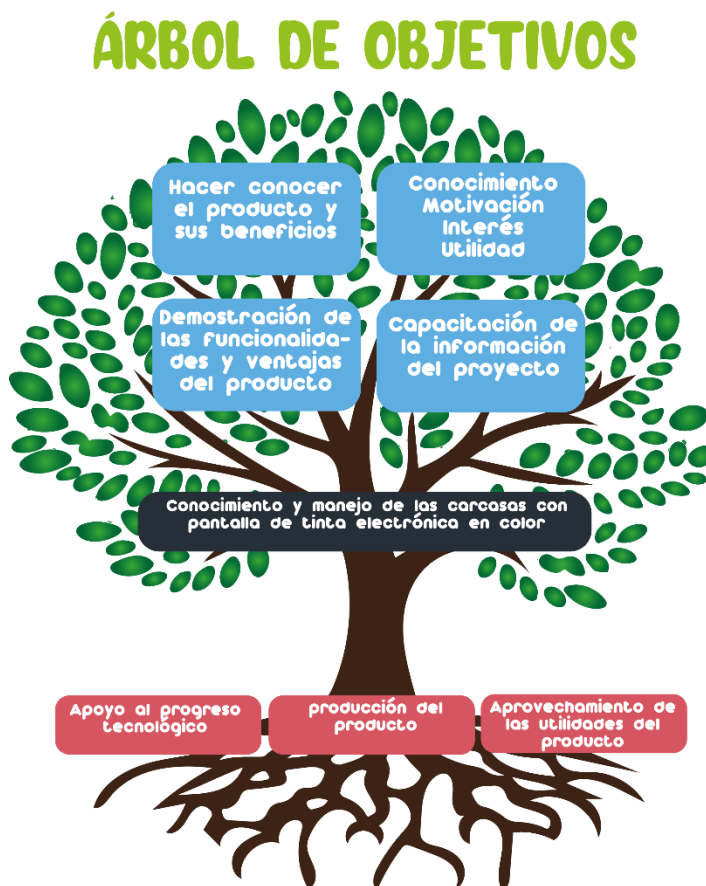
3.4. Árbol de Problemas:



3.5: Pregunta problema:

¿Cómo lograr que jóvenes de 18 a 28 años de Bogotá, entiendan y reconozcan la carcasa de celular hecha en plástico reciclado con una pantalla de tinta electrónica a color, es un producto ambiental e innovador hecho para ellos?

3.6. Árbol de Objetivos:



4.0. Con el problema u oportunidad identificada aplique una técnica de ideación vista en el encuentro (lluvia de ideas, seis sombreros, relaciones forzadas, matrices combinatorias, biónica o analogía):

Matrices Combinatorias.

	Características o formas de realizar los componentes			
<i>(Columna con elementos que forman el problema o producto)</i>	Color	Diseño	Forma	Reciclado
Plástico	Emplear variedad de color en el plástico usado.	Generar variedad de diseños en el plástico usado.	Generar diferentes formas con el plástico.	Utilizar plástico reciclado para fabricar un producto sostenible.
Carcasa	Producir variedad de color en las carcasas.	Personalizar las carcasas de manera innovadora con versatilidad de diseños.	Generar diferentes formas de carcasas.	Generar carcasas con distintos materiales reciclados.
Pantalla	Personalización de color en las pantallas de tinta electrónica.	Personalización innovadora en versatilidad de diseño en las pantallas de tinta electrónica.	Generar diferentes formas de pantallas de tinta electrónica para integrarlas al producto.	Usar materiales reciclados para poder producir las pantallas de tinta electrónica.
App	Adaptar variedad de color en la app.	Personalizar desde la app con versatilidad de diseños.	Generar una app con un esquema de diagramación a partir de formas y elementos gráficos.	Generar una app que a la vez brinde información sobre los materiales reciclados usados en el producto y algunos tips.

4.1. Realice una autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	X
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	X
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	X
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	X	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	0	1	3

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	x	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	x	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	x	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	3	x	5	=	15

PUNTAJE TOTAL 19

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 puntos = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 puntos = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

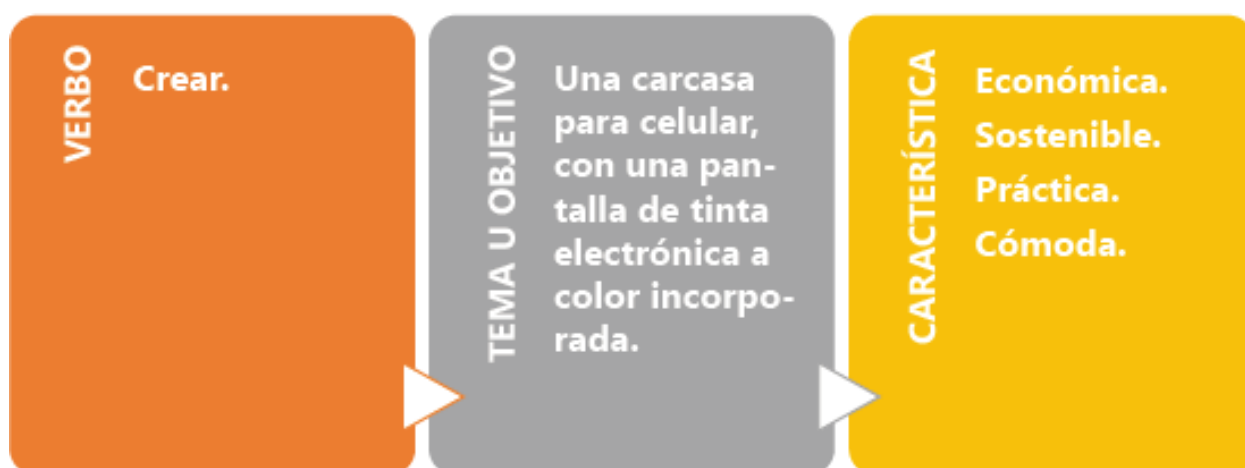
4.2. Estructure la idea de negocio con el siguiente cuadro:

Estructura de la Idea.

¿Cuál es el producto o servicio?	Nuestro producto es una Carcasa para celular con una Pantalla de Tinta Electrónica de color incluida, donde podrás personalizar el diseño que quieras desde una app de tu celular.
¿Quién es el cliente potencial?	Nuestro cliente potencial son los jóvenes de 18 años a los 28 años, ya que son los más interesados en la personalización y en el uso de sus carcasas para la protección de su celular.
¿Cuál es la necesidad?	La necesidad la cual nos llevo a crear éste producto es cumplir la satisfacción visual de nuestro cliente potencial en el uso de un objeto cotidiano como lo son las carcasas para celular.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Nuestro producto es una Carcasa para celular hecho con materiales reciclados, está incluye una pantalla de tinta electrónica a color donde proyectará diseños que el usuario prefiera, eligiéndola desde una app que podrán descargar a través de sus celulares de forma gratuita, es muy fácil de manejar, solo descargan la app, crean un usuario y saldrán variedad de diseños y videos animados, eligen alguno y se visualizará en la pantalla de tinta electrónica, reflejándose en su fonda para celular.
¿Por qué lo preferirían?	Preferirían nuestro producto ya que es una idea innovadora y atractiva al ojo de nuestros clientes potenciales, adquirimos diferencias en producto con nuestra competencia y también por ser un producto sustentable.

4.3 Finalmente describa la solución idea de negocio estructurada en el siguiente cuadro:

¿Cómo lograr que los jóvenes de 18 a 28 años de Bogotá, entiendan y reconozcan la carcasa de celular hecha en plástico reciclado con una pantalla de tinta electrónica es un producto ambiental e innovador, hecho para ellos?



Para que las personas de



5.0. Análisis de alternativas de negocio:

Estrategias de innovación 1

Remplazar los materiales sintéticos de las carcasas de los celulares ya que son un fuerte contaminante en la actualidad, por materiales naturales o reciclables, como lo puede ser el pbc, el plástico tratado, madera flexible recuperada; generando más durabilidad y firmeza, con esta innovación al producto desde la parte ambiental, atacando la problemática de la contaminación en plásticos con un producto que se puede implemente con unas medidas genéricas de los dispositivos, aparte de esto al momento de ser desechado no dará un gran impacto contaminante por estar hechos con materiales ya tratados con anterioridad.

Competencia

En términos de fabricación de carcasa con productos biodegradables, tenemos a la empresa pasiiiv, “nos encontramos con una marca enfocada en complementos para móviles que son biodegradables, Su composición tiene como origen materias primas naturales como el PLA (ácido poli láctico) componible o las fibras de trigo. Esto da como resultado un producto que permite a los usuarios y usuarias proteger sus teléfonos, respetando a la vez el entorno medioambiental”. (torreblanca, 2020).

Pasando a otro competidor directo encontramos a CNN Undercored, que genero tres fundas diferentes las cuales, cada una está hecha de un material ecológico y reciclables diferente “Para adaptarse a la tendencia sostenible que se está extendiendo sobre la tecnología, Case-Mate se ha asociado con The Nature Conservancy para crear una serie de fundas ecológicas para celulares iPhone, compatibles desde el iPhone X hasta el iPhone 11 Pro Max. (CNN Underscored, 2020).

Estrategias de innovación 2

Aferrándonos al concepto de la carcasa de celular y a uno de los grandes problemas que es mantener nuestro dispositivo cargado y más en estos tiempos donde es casi una necesidad, se plantea fabricar una carcasa con unos compartimiento en la parte interna, para poder incorporar una batería pequeña para cuando el celular se quede sin batería y no se pueda cargar de ningún modo esta batería le pueda ofrecer un 10 o 15% de energía para poder seguir usando el dispositivo un poco más de tiempo, para poder implementar la innovación en sistema, se vendería la carcasa especial aparte de la batería que vendría en distintos tamaños.

Competencia

La empresa de gran calibre como Falabella nos facilita distintos modelos de (Power Bank) entre ellos esta uno de la marca china (PROSWAT), presentándonos una estética muy particular y similar a nuestra idea innovadora, ya que es bastante pequeña tanto para llevarla como llavero teniendo un nivel de carga aceptable y una forma bastante peculiar (Falabella, 2020).

Estrategias de innovación 3

Al seguir con nuestra concepto de las carcasa de celulares y enfocándonos a resolver el problema de las personas que no pueden adquirir un cámara de buena calidad por su costo, se pensó implementar una carcasa que mejorara considerablemente la experiencia de la fotografía, teniendo en ella un lente adaptable a la lente del celular, que a su vez tiene un patrón de luces led en todo su cuerpo que le ayudan a iluminar mejor por si lo desea, y por ultimo teniendo una variación de las tonalidades frente a la iluminación entre amarillo y azul para dar afectos cálidos

y fríos. Así dando un resultado muy estético que supliría la necesidad en su gran mayoría de una cámara que el usuario no podría adquirir, innovando en función del servicio.

Competencia

En primera instancia tenemos a una tienda potencia que ofrece un producto similar como lo es (HOMECENTER) la cual tiene como especificaciones del mismo un “Set de accesorios de fotografías para smartphone con trípode y soporte para celular. Sistemas de ajuste tipo gancho que permite adaptarse a la carcasa de todos los smartphones. Compatible con smartphone de 1 sola cámara posterior. Trípode ajustable con soporte extensible para celular. Fácil de usar y práctico para llevar”. (HOMCENTER, 2020).

Después encontramos la empresa (Andoer) “Lente de teleobjetivo HD de 2.559 in, lente de precisión para teléfono, lente vertical. 5 elementos 4 grupos de construcción. Revestimiento AR multicapa. Con él, podrás acercarte 2 veces más al sujeto de tu foto sin moverte ni tocarlo”. (Andoer, 2019).

Estrategias de innovación 4

Por último tenemos la carcasa con compartimiento, sabiendo que existen muchas interpretaciones de este concepto, el nuestro se diferencia de los demás ya que tendría un sistema de imanes, permitiéndonos dar una firmeza y facilidad de apertura de los diversos compartimientos que tendrá la carcasa del celular para poder guardar algún documento u artículo plano, incluso algún tipo de pastilla o monedas, diferenciándolo más con el típico sistema de forro en la parte superior, ya que todo estaría en la parte inferior del celular, optimizando el espacio para cargar

objetos en otros lugares y dándole más funcionalidad a la carcasa, dándole una experiencia al usurario, nueva y diferente a lo que ya ha visto.

Competencia

Encontramos una empresa que se dedica exclusivamente hacer fundas para dispersivos, echas en distintos materiales y estructuras, tiene como nombre (speck)” la empresa que la ha creado, ha acertado. De línea muy simple, el hecho de poder guardar junto al móvil nuestras tarjetas (o lo que se te ocurra que quepa) ya hace que la funda lo valga. Además, por el lado contrario a la apertura para meter la tarjeta tienes una pequeña ventanita para poder volver a sacarla con facilidad” (lucas-blogger, 2011).

5.1. Análisis de alternativas de negocio.

Conclusión 1

Es una muy buena, idea tiene los factores de innovar en servicio por que suple una necesidad, pero el problema que puede tener es que ya existen muchas variantes de esta idea en el mercado, e implantándola actualmente podría ir hacia un grupo objetivo demasiado mayor, es por eso que tiene alcances limitados pero muy útiles y convenientes.

Conclusión 2

Esta estrategia innovadora tiene un punto muy fuerte en el ámbito de la utilidad, ya que puede ser implementada de manera oportuna en un viaje largo o por un asunto personal, siendo ya una herramienta muy valorada en la actualidad, poder tener una carga extra por cualquier emergencia. Viendo para nuestro grupo objetivo es perfecta ya que los jóvenes manejan mucho este aparato electrónico abriendo la posibilidad que se den estos casos con más frecuencia, aparte de esto no se encuentra un competidor exacto para esta idea, por lo tanto, puede ser más propicia a impactar de forma positiva.

Conclusión 3

Es una idea que podría funcionar para el grupo objetivo que tenemos propuesto ya que las personas jóvenes tienden a no tener tantos ingresos para adquirir algo tan costoso como una cámara de fotografía y comprar un paquete de focos, puede que no sea lo que estén buscando, por lo tanto, tener una carcasa que mejore notablemente las fotos a tal punto de asemejarse a la calidad de una cámara de alta gama, dando un impacto contundente frente a la innovación del producto planteado.

Conclusión 4

Este producto tiene un gran efecto innovador ya que se basa en la reutilización de materiales dando un impacto ambiental positivo, como lo podemos ver empresa Top tomaron esta idea para estallarla, lo cual nos lleva a nuestra idea en específico la cual no va solo a un producto iPhone, sino a una gama de dispositivos más regulares para poder impactar a nuestro grupo objetivo juvenil, hablando en términos económicos, siendo no solo esto un motivante a generar

una economía circular con el proceso de reciclaje si desearan desechar con el tiempo las mismas carcasas.

5.2. Selección y Descripción de la idea de negocios más prometedora:

Análisis de la viabilidad con la estrategia de negocios actual.

Al comprender las diferentes estrategias innovadoras se puede identificar que, la actual que venimos trabajando cumple con una mezcla de servicios para satisfacer al cliente juvenil, planteando diversas soluciones, desde la parte estética, ambiental, del proceso innovador de cada pieza, por eso se mantendrá la idea sin ningún cambio, ya que es muy viable teniendo un campo de acción muy bueno en el mercado según el producto visual que queremos ofrecer.

Aparte de esto se puede decir que parte de los procesos en los cuales se fabricarían este tipo de carcasas ya tiene implementadas algunas de las ideas de las demás estrategias, permitiendo tener una idea más completa para minimizar las posibilidades de fracasar.

Nuestro producto innovador es una carcasa o funda para el celular hecha en plástico reciclado que tendrá una transparencia, el cual podrá venir en una variedad de colores según lo requiera, con un compartimiento en la parte interior de ella, donde tendrá la innovadora pantalla de tinta lista para conectarse al celular que se le coloque, para así poder, colocarle el diseño deseado de la app que tendrá que descargar el usuario totalmente gratis, siendo compatible con el dispositivo, ya con esto podrá generar un diseño personalizado o usar los que estén en la misma

app, habiendo dicho todo esto, es claro que todo este sistema frente al producto está diseñado para un grupo juvenil, específicamente de 18 a 28 años de edad, ya que fueron elegidos por su gran interés por lo visual y diferente que hace que los haga notar, clasificándose como los más óptimos para este elemento, ofreciéndoles una experiencia diferente a productos similares con un toque tecnológico que no se ha explotado mucho.

6.0. Fuerzas de la industria

IMPREGJET es una empresa que se enfatiza en los nuevos productos digitales y el medio ambiente, teniendo su actividad económica principal, la venta de carcasa de celulares con su estructura en materiales reciclados incorporando una pantalla de tinta electrónica, siendo una empresa que hasta ahora piensa en sus inicios con la salida de este producto innovador, donde será propuesta y aplicado en la ciudad de Bogotá en el lugar como Unilago o de electrónica parecido.

6.1. Análisis de la demanda

El producto que se plantea generar va dirigido por sus características a un grupo joven, tendido a influencias internas en la parte afectiva, muy impulsivas por su edad, que lo llevan a comprar productos como el nuestro para llamar la atención o simplemente porque les atrae de forma visual, que no solo esto entraría a jugar, sino su comportamiento es clave para la venta del producto, ya que al utilizar mucho la tecnología como redes sociales que son canales masivos, y al ser un público muy influenciado por este medio, el producto se puede vender de forma visual proponiendo una propuesta de valor divertida e innovadora que llamara la atención de todo el mundo; para así generar una preferencia y ruido.

Entrando en sus influencias externas podemos decir que sus creencias son muy sencillas, ya que al ser una edad semi temprana a la que nos dirigimos tiende a manejar la estética, sobre muchas cosas en esos años, que los llega a conseguir siempre lo mejor, con esto nos referimos a productos como el nuestro que los hagan diferenciarse del resto de forma estética, siendo entre más personalizable mejor, diferenciándolo por estos aspectos de una clase social y grupo social de paso, es qui donde entra las estadísticas que fundamentan todo lo dicho,”

la encuesta se realizó sobre 943 casos, integrando diferentes edades, regiones, niveles de ingresos, perfiles de consumo, entre otras variables”. Entre ellos nos enfocamos en los del rango de edad que nos compete, siendo un 69% de los encuestados, enconde nos indica que es la gran parte de la población que mantiene como prioridad en dispositivo celular, ya sea para navegar en internet o uso de llamadas y componentes sin internet.

habiendo dicho esto podemos determinar que nuestro tamaño de mercado sería más propio a un nicho, como mercado meta, que nos permitiría solo dirigirnos a las personas que son jóvenes y que usan mucho el celular ya sea para ocio o tareas posteriores, dándole una mayor utilidad y significado a la carcasa planteada, especificando obviamente que la viabilidad de mantener un celular con protección y con una personalización de celular como nunca vista.

6.2. Análisis de la oferta

Competidor principal

En primera instancia tenemos una única empresa que está intentando hacer algo muy parecido a lo planteado con nuestro producto, siendo esta “la compañía lanzó Hisense A2, un celular de pantalla dual, una de las cuales es de tinta electrónica negra, pero la novedad ahora es que está

trabajando en un smartphone con un display principal en tinta electrónica a color. Las pantallas con tinta electrónica se emplean en los libros electrónicos. Este tipo de pantallas está conformado por tres capas: una con micro transmisores eléctricos, otra con un polímero y la tercera con una lámina protectora” (jaimovich, 2017) siendo eso una de las empresas que tiene mayor cercanía con nuestro producto gracias a la innovadora pantalla electrónica,

Tenido como estrategia principal venderlo como un producto tecnológico que trae el doble de posibilidades de búsqueda y de interacción al traer doble pantalla incluida, teniendo como punto fuerte, un componente que hace que celular consuma menos batería mejorando su autonomía y que canse menos la vista por tener unos colores no tan llamativos al ojo, para sopesar su punto débil, siendo el principal la falta o pérdida de calidad en la imagen de la pantalla de tinta negra; siendo su potencial mercado (disponible), siendo algo nada barato de conseguir pero con muchos interesados por su doble pantalla.

Lo que se puede aprender de esta empresa es el manejo que le dan a su producto promocionándolo de una manera innovadora, con pocas desventajas y bastantes prestaciones, dándole un gran valor tecnológico y comercial para el mercado que se dirige, el cual utiliza las redes sociales para difundir su producto, siendo muy eficaz en ese modo de marketing digital.

Para poder competir con esta empresa se tiene planteado vender el producto como un objeto ajeno al celular que puede ser puesto a otro dispositivo móvil que no esa estático en el mismo dándole mayor versatilidad nuestro producto que lo diferencia y prefieran.

Competidores secundarios

Como otro competidor tenemos a la (Personalizzalo) la cual personaliza carcasas de celulares en un promedio de 72 horas según el pedido y gusto del clientes, otra parecida a este competidor que obvio está en Bogotá como la anterior dicha, es (Honestify) la cual maneja prácticamente las misma bases de personalización que la anterior, cabe resaltar que las dos son empresas que se mueven por paginas digitales, siendo nuestro principal competidores por la parte de la carcasas en nuestro producto, en las cuales las estrategias que tiene es generar un producto personalizado por el usuario impactando a un mercado meta donde sus productos claramente entrarían de forma competitiva al nuestro. (Honestify, 2020) (personalizzalo, 2018).

Aquí los puntos fuertes de (Personalizzalo) es el tiempo que tarde en hacer el producto a pedido y su libertad de elección frente al diseño que quiera en usuario, pero su desventaja es que no se enfoca en solo celulares, ósea no le da una prioridad máxima a ese producto lo vuelve como algo opcional en su página, ya pasando a (Honestify) que su punto fuerte está en la fiabilidad de expresa con sus carcasas, ofreciendo una calidad superior a la de los demás en términos de durabilidad, color, ligeros entre otros, pasando a la desventajas de su producto es el precio ya que para entregar prácticamente lo mismo del anterior su valor puede ser alto.

Lo que se puede sacar de su modelo de negocios de estas empresas es que la herramienta virtual de comunicación como las páginas web o redes sociales, son una gran herramienta de venta y promoción, que, si se organiza bien, puede volverse la forma de venta del producto al cual estamos apuntando.

Para poder competir con estas empresas entraría nuestro punto diferenciador, siendo el material en que se Arían las carcasas, compuestas de un plástico reciclado, diferenciándonos por

entrada a como lo hacen la competencia, aparte de eso la pantalla de tinta que la personalización que tendría el usuario sería muy amplia comparada con las presentada, promoviendo todo esto por redes sociales y de masiva congestión digital.

Habiendo nombrado esto podemos decir que nuestras competencias mantiene productos muy parecidos los cuales en la actualidad están en constante evolución independiente que se la pantalla de tinta que está implementándose en otras orientaciones digitales, o las carcacas personalizadas que si nos ponemos en pensar, las grandes compañías como (ALKOSTO) maneja unos vienes sustitutos como lo son la venta de carcacas genéricas para el celular que el común de los colombianos compra, llevándonos a otro punto clave en la ciudad de Bogotá que hace lo mismo como es la (carrera trece) punto fuerte de venta de celulares y tecnología entre ellos la comercialización de infinidad de carcaca de celulares para infinidad de modelos; siendo ninguno de ellos algo muy diferente que poner un sticker o un logo en una plástico con la forma del celular.

Por otra parte, las barreras de acceso para entra en el comercio de carcacas de celulares no es tan sujetas a leyes de venta preestablecida o algún componente legan aparte de que sea seguras para su portador, tiendo un amplio campo de trabajo ya sea por medio presencial o digital en la venta de estos productos específicamente, la reacción del público es más por satisfacer la necesidad de protección de sus dispositivos, lo cual al tener una gran variedad de opciones se han vuelto más selectivos frente al producto.

En ultimas tenemos el sostenimiento de nuestro producto al ser algo innovador ya estaría en la punta de la tecnología porque estamos promoviendo la innovación sin perder la parte ambiental, dos cosas que son claves para que tenga éxito por mucho tiempo, con la condición de que pueda ser mejorable por sus cualidades digitales, que solo sería mejoras según la respuesta del grupo

objetivo o (feedback). Por lo tanto, las amenazas no se tendrían actualmente ya que solo serían un complemento a nuestra idea de negocio innovadora que busca cambiar las prestaciones que pueda dar una carcasa de celular.

Nombre de la competidor	producto	precio	Servicio (ventaja competitiva)	ubicación
Hisense	Doble pantalla de tinta electrónica	2.251.338	Un producto innovador que ofrece más prestaciones	Producto vendido en Latinoamérica específicamente Barcelona.
ALKOSTO	Carcasas de celulares estándar para iPhone.	165.000	Variedad de colores	Diferentes puntos de Bogotá.
Honestifily	Personalización de carcasas de celulares de gama media.	65.000	Color vibrante, puertos de fácil acceso, vinil que no se pega	Sitio web de envíos a toda Bogotá.

Personalizzalo	Personalización de carcasas de varios productos electrónicos	Según su modelo, iniciando desde 50.000	Tiempo de entrega de 72 horas, optimización del espacio en la carcasa,	Sitio web de envíos a toda Bogotá.
----------------	--	---	--	------------------------------------

6.3. Análisis de la comercialización y de los proveedores

En primera instancia tenemos a la plataforma (alibaba.com) como principal distribuidor de las pantallas de tinta, ya que en su repertorio de productos nos presenta una gran variedad de marcas que manejan diferentes tamaños y calidades; de aquí nos enfocamos en la marca (MINEW) una empresa fabricante de Guangdong y china con más de 300 empleados, fundada en el 2007, especializada en el campo de IoT, durante más de una década, ofreciendo muchas prestaciones con su producto, siendo versátiles con el costo de su elaboración, teniendo experiencia con más de 100 países y un promedio de 12 millones de ventas hasta el momento, su reputación se basa en que han colaborado con compañías grandes como Huawei, Google, Ericsson entre otros .

Dándonos una seguridad frente al recorrido que tiene esta empresa, garantizándonos consoló su historial una buena calidad de pantallas de tinta electrónicas, otro punto que se podría dar es ofrecer una alianza con los ya que lo han hecho antes para sacar adelante el producto de este proyecto dándonos la materia prima a un bajo costo para la explotación de sus utilidades en un país poco explorado para ellos, abriéndoles un campo de acción mayor y a nosotros un recurso primordial para cambiar la forma de hacer carcasa de celulares. (minew, 2020)

En términos del proveedor de nuestras carcacas echan en material rescaldado se vio bastante viable elegir una fundación que se dedica a la recolección de papel y cartón, tenido como nombre (FUNDACION PLANET) fundada en el años 2015 en Bogotá ubicada en el barrio Carvajal, que se dedica a hacer colaboraciones de proyectos ambientales, ya sea en colegios o entidades parecidas, cabe resaltar que no tiene una intención sin ánimo de lucro lo cual es donde entramos nosotros, ya que sabes que al ser una organización necesita su cierto presupuesto para seguir funcionando, lo cual nosotros les ofrecemos un intercambio de presupuesto para sus actividades con el beneficio de que nos den parte del material que recolectan para volverlo materia prima en nuestras carcacas de celulares, siendo compatibles con la visión que ellos mantiene la cual es establecer un modelo de negocio que sea sostenible y particularmente ambiental. Por lo tanto, tendríamos un trato bastante positivo entre ellos desde el inicio, generando una asociación con objetivos parecidos que nos complementen uno al otro. Y utilizándolos como independientes primordiales del producto en bruto que necesitamos. (fundacionplanet, 2015)

Especificando nuestros proveedores podemos afirmar que nuestro canal de distribución es corto pasando desde los fabricantes como (MINEW) con las pantallas de tinta electrónica a color que sería la materia prima que nos daría para combinarla con el otro producto que es el plástico reciclado que nos lo facilitaría la (FUNDACIÓN PLANET) para llevarlo al mercado en forma de una carcasa para celular innovadora, volviéndonos el detallista que le facilitaría los productos terminado al consumidor.

7.0. Bondades del producto

15 bondades del producto

1. ¿Buscas diseño en tu carcasa para celular?

Si lo más importante para ti es la imagen que da una carcasa para celular y la personalidad que esta transmite, puedes adquirir esta carcasa innovadora, tiene diferentes diseños que trasmite una pantalla de tinta electrónica a color incluida en la carcasa, todo a través de una app, que visualizara diseños y animaciones que desees en tu carcasa para celular.

2.No te quedes sin batería

Si para ti es prioridad que la batería de tu celular dure más, tendrás acceso a esta carcasa que te brinda la opción de poder cargar tu celular cuando no tengas acceso a una corriente electrónica.

3.Mayor protección para tu celular

El celular es un electrónico que usamos en nuestro diario, donde tenemos guardado mucha información, trabajamos, interactuamos etc., por eso nos interesamos en cuidarlo y esta carcasa te brinda más seguridad y más beneficios para tu celular y así podrás usarlo con más comodidad y seguridad de que no se te dañara tan fácil ni rápido.

4. ¿Se sobrecalienta tu celular?

Los celulares móviles, son de uso diario, por lo que tienden a sobrecalentarse, por eso nuestra carcasa tiene un sistema de enfriamiento que ayuda a restablecer tanto la temperatura de la carcasa, ya que lleva una pantalla de tinta electrónica a color incluida y la batería del celular.

5. Una carcasa para salvar el planeta

Actualmente estamos presenciando acontecimientos causados por la contaminación en el mundo, normalmente todo lo que consumimos y usamos están hechos de materiales que contaminan, por eso queremos aportar e incentivar al reciclaje con nuestras carcasas hechas de materiales sostenibles y reutilizados.

6.Diferentes tipos de carcasas

Sabemos que no todos cuentan con el mismo celular, por eso tendremos variedad de carcasas que se ajusten a tu tipo de celular.

7.Sistema operativo

Nuestra carcasa incluye una pantalla de tinta electrónica a color, la cual visualiza el tipo de diseño que escojas a través de una app, esta app es gratuita y tendrá diseños que podrás seleccionar para que se reflejen a través de tu carcasa, esta app estará disponible para los sistemas operativos, Androide y ios.

8.Buena calidad de cámara

No es una novedad que a los jóvenes de hoy en día le gusta las selfies y algunos de sus celulares no tienen una muy buena calidad de cámara y hay personas que no pueden acceder a una cámara semi o profesional para poder tomar sus fotos, por eso la carcasa contiene una lente adaptable a la lente del celular, que mejora notablemente la captura de la fotografía y a la vez tiene un patrón de luces led que ayudan a mejorar la luminosidad para su fotografía.

9.Evita cargar toda la cartera

Casualmente no nos gusta llevar muchas cosas en las manos como bolsos o carteras, por eso tu carcasa para celular contara con compartimientos especiales para poder guardar lo necesario.

10.Adaptación de la carcasa

Cuando usamos nuestros móviles, suele suceder que se resbalan, ya sea por el tamaño de celular o por algún tipo de materia prima grasa, pues gracias al material que se usa para la creación de nuestra carcasa, hace que sea antideslizante, evitando que caiga y sufra algún golpe o rasguño.

11.Pantalla de tinta electrónica a color

En la tecnología hay otro tipo de pantallas y una de ellas es la de tinta electrónica, o e-ink, que presenta información en blanco y que, además, permite la lectura incluso a pleno Sol. Las pantallas de tinta electrónica permiten simular la sensación que brinda el papel y es el dispositivo de despliegue más popular. Estas pantallas no requieren de mucha energía lo que la hace más útil.

12.App

En el momento de plantearse los objetivos de marketing, son varias las estrategias que debemos llevar a cabo para cumplirlos, por lo que es importante utilizar no algunos, si no todos los canales que tenemos a nuestro alcance, y el uso de la app gana en comodidad, rapidez y alcance.

13.Usabilidad

Al ser una carcasa que tiene muchos beneficios y tiene muchos implementos, será fácil de poner y quitar la carcasa a tu celular, respetando la forma y el tamaño del móvil.


14.Esencial para viajes

Este tipo de carcasa es esencial para ir de viaje, es muy práctica para llevar, con sus beneficios es ideal, puedes cargar tu celular con la carcasa, puedes tomar buenas fotografías, puedes guardar lo que desees.

15. Diseños personalizados

Nuestra carcasa visualiza diseños desde la pantalla de tinta electrónica a color que tiene incluida, a través de nuestra app, pero no solo el cliente podrá visualizar los diseños que están en la aplicación, también podrán pedir diseños que les gustaría.

7.1. Buyer Persona

	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>no terminar su carrera de ingeniería electrónica, la pérdida de un familiar o cercano, el ser no aceptado en su círculo social de amigos, no tener dinero para poder mantenerse en la vida.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>le gustaría tener un punto diferenciador de sus compañeros de trabajo y de estudio que lo hará diferenciarse y que sea algo estético que no lo cambie a él, pero que tenga unas cualidades digitales ya que es lo que está estudiando y le gusta.</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Sebastián Arias Aguirre Tiene 22 años de edad vive en Bogotá en el barrio Bosa san bernardo es de estratos 3, actualmente está estudiando ingeniería en sistemas en la universidad piloto y trabaja en medio tiempo en la empresa Prosegur, vive con sus padres y tiene una relación sentimental y le gustan mucho la tecnología y tomarse fotos en su celular y subirlas a redes sociales.</p>	<p>¿Que están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?</p> <p>Terminando su carrera de ingeniería electrónica para montar su propia compañía de periféricos, para salir adelante y demostrarles a sus padres que pudo ser un profesional exitoso, con ello poder comparar nuevos productos que le llamen la atención por mero gozo y satisfacción personal.</p>	<p>¿cómo alcanzan esas metas hoy? ¿ hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Tiene que terminar todos los semestres restantes de su carrera para tener su título y poder trabajar con un salario coherente a sus estudios ganado experiencia donde ahorraría y montaría su propia compañía. Adquiriendo un porcentaje de dinero mayor para comparar cualquier tipo de cosas electrónicas como la carcasa propuesta en el proyecto que lo haría pensar en comprar mas de esa para su compañía y revenderlas para personas de su edad o en promedio. El tiempo puede ser una de sus barreras actualmente.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias,</p>	<p>Los momentos de la vida se pueden plasmar en una foto que puede durar más que muchas cosas. Ser distinto no depende solo del físico o de la actitud sino de lo que puedes conseguir con tu esfuerzo y esmero. Conseguir lo último o lo que te gusta son gusticos que todos nos tenemos que dar. Todo en la vida se recompensa, ya sea con una persona un objeto o una experiencia.</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>A Sebastián le gusta mucho su imagen personal, le mantener sus perfiles de redes sociales con muchas fotos de él frente al espejo una de las que más es Instagram, aparte de eso, genero un gusto por probar productos nuevos en sus ratos libre que nadie más tenga para mostrárselos a sus compañeros y familiares.</p>	

7.2. Cliente ideal

. Describa lo siguiente:

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?

Se encontrarían

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

-Nuestro Cliente Ideal está más que satisfecho con nuestro producto porque solucionan perfectamente su problema o necesidad (proteger y mejorar su dispositivo).

-Se siente satisfecho, y no tiene inconvenientes, no tiene que lidiar con devoluciones o discusiones innecesarias

-No discute el precio.

-Recomienda el producto en CADA oportunidad que se le presenta.

-Es un cliente fiel.

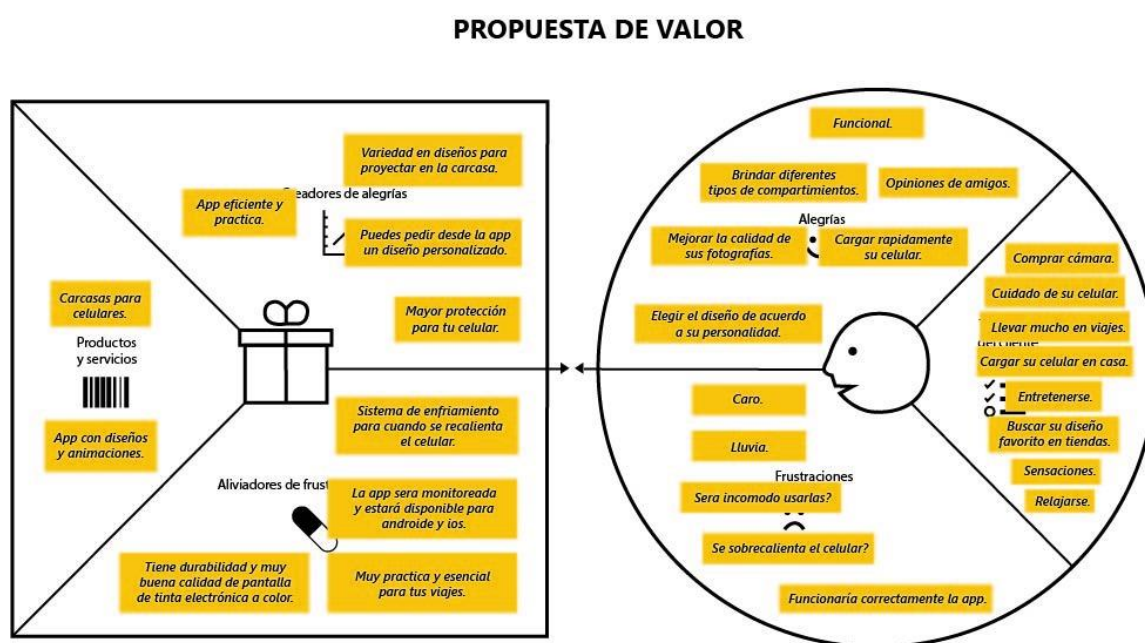
c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

Nuestro cliente ideal en su semana normal se relaciona con gente joven y productiva relacionada con lo que es en tendencia por ejemplo la tecnología, aparte de ser una necesidad también es una moda, personas que les gusta la imagen de su dispositivo o el mejoramiento de este mismo como más rendimiento en batería

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Las necesidades más urgentes de nuestro cliente ideal, es la protección y cuidado de su móvil que se le será garantizado con nuestro producto, ya que para nuestro cliente ideal el uso de su celular es una necesidad y para brindarle un mejor servicio está nuestro producto carcasa en base de plástico reciclado con pantalla de tinta electrónica personalizadas.

8.0. Propuesta de valor



9.0 Diseño en detalle

9.1. 1. Definición estratégica

-Propiedad intelectual:

En México, la Ley de la Propiedad Industrial establece que podemos explotar las creaciones que hayamos registrado como propias, con aplicación industrial y comercial, por un periodo determinado.

Las creaciones deben quedar registradas en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Acude a este organismo para registrar tu marca, logotipo, patentes de diseños industriales, innovaciones tecnológicas o licencias, por mencionar algunos, esto permitirá reclamar tus derechos de autor.

-Los instrumentos societarios adecuados

Las actividades comerciales a título personal es que se pone en juego el patrimonio propio. Para esto existen las sociedades, que permiten acotar el riesgo comercial a los activos y aportes destinados a la empresa exclusivamente. También es importante usar tipos societarios modernos y flexibles, tales como la SAS.

-Acta constitutiva

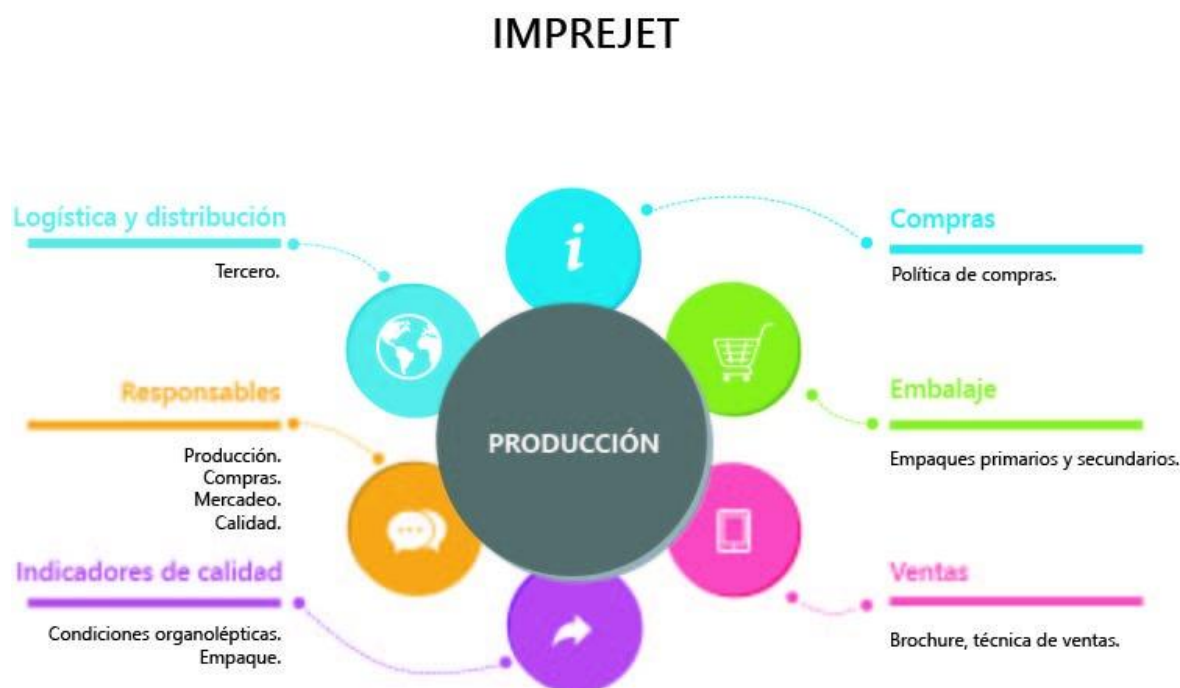
Este recurso legal es obligatorio para todas las empresas que se quieran establecer ya que acredita la legalidad de su conformación. En este se deben indicar los datos más relevantes de la sociedad, como el nombre, la nacionalidad y el domicilio de todas las personas que conforman la empresa. El acta constitutiva incluye la estructura legal de la empresa. En ella se especificará quienes constituyen la empresa. Esta puede ser una corporación, una sociedad o de propiedad única.

-Formas de contratación de talento costo eficientes

Una empresa nueva necesita mucho talento, de hecho, el factor humano es lo que más vale en una empresa. Sin embargo, reclutar personas calificadas es costoso, especialmente, para una empresa que está empezando. Para eso existen esquemas como los “vesting agreements” o “acuerdos de adquisición de derechos” que permiten dar participaciones accionarias pequeñas gradualmente a lo largo del tiempo, lo cual es un incentivo importante para quienes un salario no es tan importante, sino que quieren ser propietarios.

5. Producción

Diagrama de bloques



9.2. Cadena de distribución

ACTIVIDADES	ESPECIFICACIÓN
Embalaje y etiquetado.	<p>Empaque primario: Caja de 24 unidades.</p> <p>Empaque secundario: Caja grande de 48 unidades.</p> <p>Rotulo con la información de uso.</p>
Logística y distribución del producto.	<p>Producción Chaa: 250 cajas a la semana.</p> <p>Distribución por tercero: Será distribuido en tiendas de electrónicos y ferias electrónicas en Bogotá.</p> <p>Horario de distribución: Distribución inicial 1 vez por semana, martes desde las 7:00 a.m</p> <p>Compras: Solicitud de pedido inicial a proveedores, todos los lunes con pago a 15 días.</p> <p>Ventas: 24/7</p>

RESPONSABLE	ROL
Coordinador	Define los objetivos del grupo y se encarga de tomar las decisiones.
Ingeniero electrónico	Se encarga de diseñar, construir operar y manejar los sistemas y equipos electrónicos, empleados en las carcasas.
Ingeniero de producción	Trata con los procesos de manufactura y métodos para la elaboración de nuestros producto y mercancías industriales.
Compras	Se encarga de implantar planes de acción y estrategias de compra, buscar y evaluar ofertas y proveedores.
Vendedor	Se enfoca en la venta y comercialización de las carcasas con nueva tecnología.

CALIDAD	INDICADORES
Empaque	<p>Revisión de empaque</p> <p>¿Presenta deformidades o algun daño en el material?</p> <p>¿Contiene la información correcta y necesaria?</p> <p>¿Lleva el indicador de marca?</p> <p>¿Contiene su etiqueta de indicaciones?</p> <p>¿Falta alguna pieza?</p>
Características organolépticas	<p>¿El color se ve sobado?</p> <p>¿Su textura es agradable y comodo de usar?</p> <p>¿La carcasa tiene un tipo de olor desagradale?</p> <p>¿Su tamaño es el correcto?</p>
Acciones de control	Política de devoluciones.

9.3. Costos de producción y precio de venta

+	Costo unitario de materiales (pantalla de tinta electrónica a color y plástico reciclado)	\$54.000
+	Costo unitario de mano de obra (en promedio 5 a 6 horas de trabajo)	\$10.000
+	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación) (consumo de luz por producto elaborado)	\$8.000
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$72.000

Por lo tanto, el valor unitario de nuestro producto es de 72.000 pesos por pieza, elaborada y lista para entregar al vendedor.

Precio de venta

Costo total unitario

PV= \$72.0000 valor por unidad

1 x40% de utilidad

\$28.800 valor agregado para la comercialización del producto

Realizando la formula podemos decir que su precio de venta para el mercado sabría por 100,800 pesos por unidad.

9.4. validación y verificación

Verificación y validación (Estrategia)

ESTRATEGIAS	CUMPLE / NO CUMPLE
Crear una carcasa amigable con el medio ambiente.	Cumple
La carcasa brinde mayor protección al celular.	Cumple
Generar un producto competitivo.	Cumple
Crear una app eficiente y practica, para que puedan elegir el diseño que quieran.	Cumple
Incluir la pantalla de tinta a color en la carcasa, que visualice diseños a tra vez de la app.	Cumple
Generar buenos diseños para que los jovenes usen.	Cumple
Los jovenes pueden personalizar sus diseños a través de la app.	Cumple
Sacar una colección de diferentes tipos de carcasas.	Cumple
Hacer que la carcasa brinde el servicio de cargar el celular.	Cumple
Satisfacer a los jovenes con nuestro producto de carcasas siendo util y practica.	Cumple

Verificación y validación (Ensayos y pruebas con usuarios)

CARACTERÍSTICA	INSTRUCCIONES	CALIFICACIÓN
Material reciclado	1 Muy poco 2 Poco 3 Medio 4 Bueno 5 Excelente	1 a 5
Pantalla de tinta electronica a color		1 a 5
App		1 a 5
Textura		1 a 5
Precio		1 a 5
Forma		1 a 5
Diseño		1 a 5
Sistema de Enfriamiento		1 a 5

9.5. empaque y etiqueta.

Empaque y etiqueta



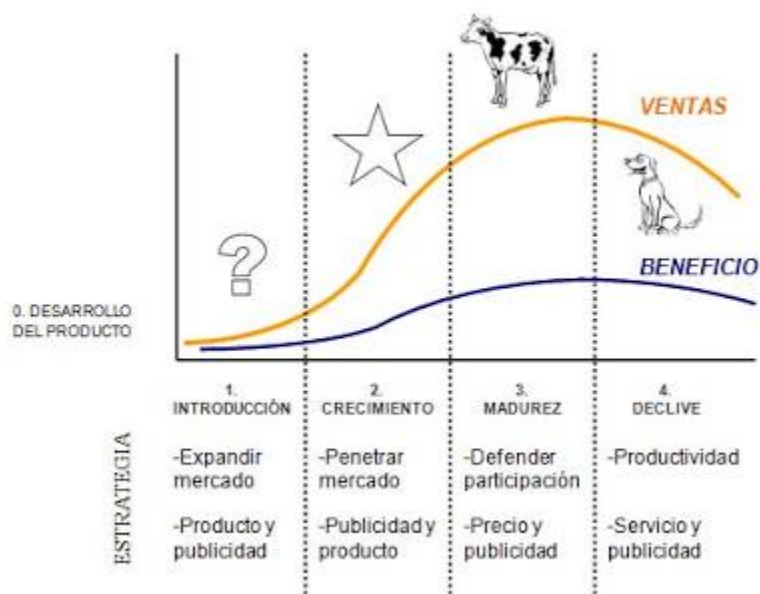
Ficha Técnica Del Producto

Nombre del producto	
	Matricula y/o registro mercantil y certificado de existencia y representación

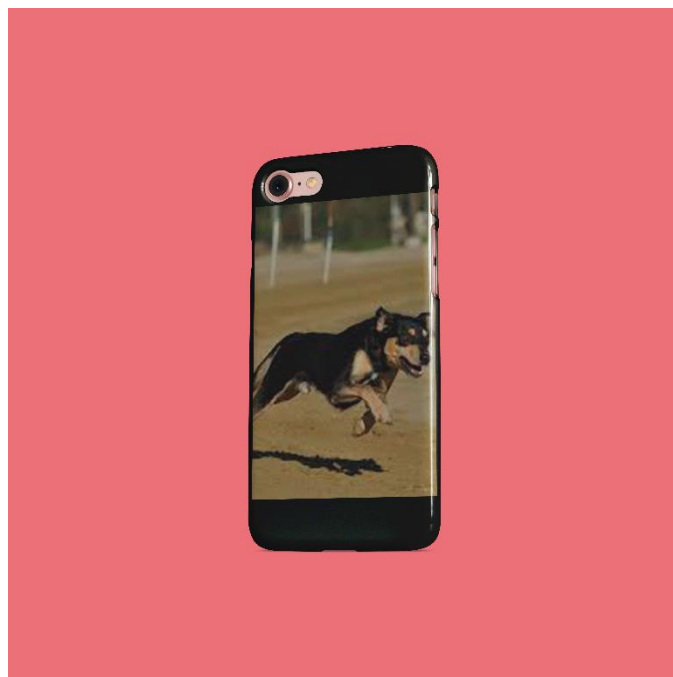
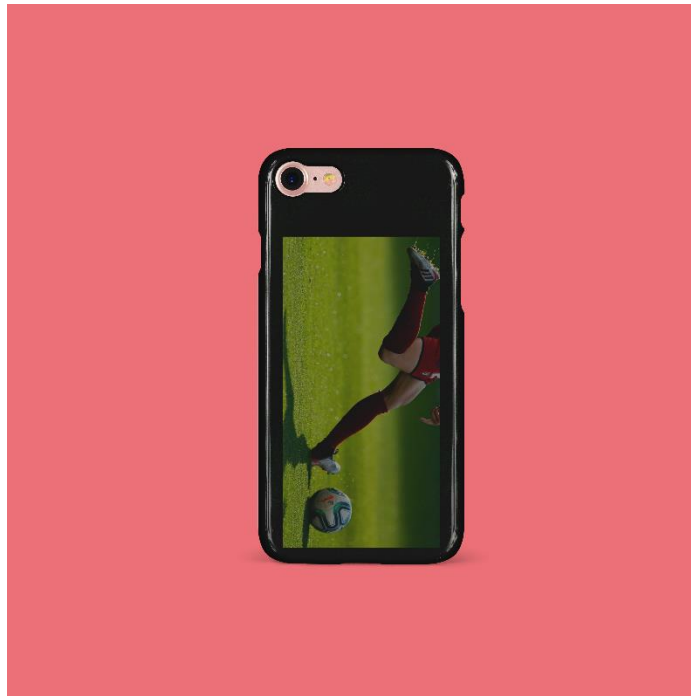
Requisitos del proveedor	expedido por la cámara de comercio vigente. Copia registro único tributario RUT actualizado, o documento que haga sus veces. Portafolio de servicios con precios.
Calidad	Alta
Características técnicas del producto	
Presentación	Son modelos únicos y personalizados
Cantidad	
Vida útil	La tendencia del modelo de consumo actual es desechar y sustituir inmediatamente el producto dañado, en muchas ocasiones sin valorar la posibilidad de alargar su vida, con nuestro producto no pasa esta ya que este es reciclable cuando ya su vida útil termina, la misma empresa se encarga de reciclar nuestro producto
Información adicional	Es una carcasa que salva el planeta, aportamos e incentivamos el reciclaje con nuestro producto hechos con materiales sostenibles y reutilizados

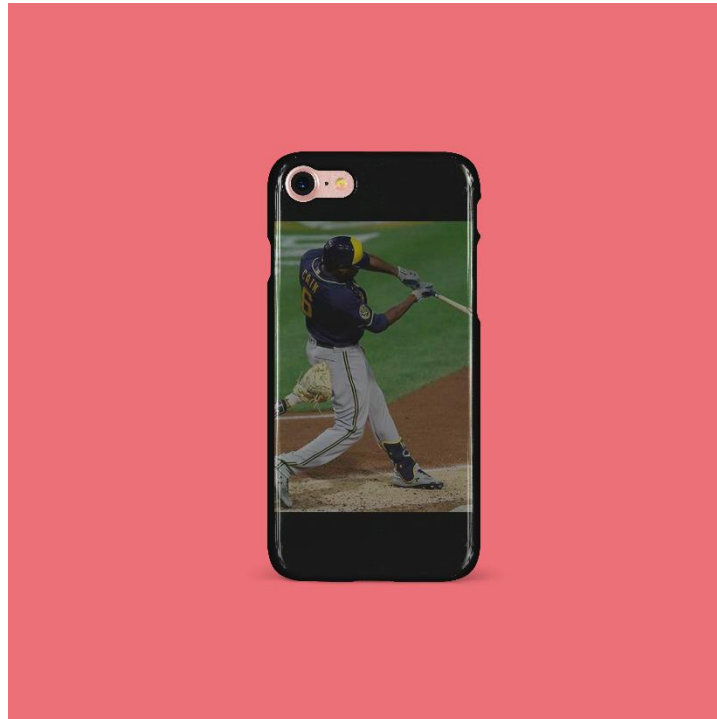
Fase en la que se encuentra nuestro producto es introducción

Introducción: expandir el mercado tanto el producto como la publicidad para darnos a conocer mejor, y abrir mejor las posibilidades de nuestras carcasas



10.Prototipos





11. Modelo Running Lean de la empresa Imprejet.

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja especial	Segmento de clientes
<p>Desconocimiento del producto al ser nuevo y diferente.</p> <p>Inseguridad al ser muy vistoso y llamativo en un país como este.</p> <p>Lo versátil que podría llegar a hacer con dispositivos antiguos.</p>	<p>La solución es ofrecer un tutorial al comprador del producto, para que aprenda a manejarlo.</p> <p>Recomendarle al comprador las zonas donde podría apagar la pantalla de tinta, por su mayor seguridad.</p> <p>estimar la gama de celulares mas baja para este producto.</p>	<p>Ofrecer un producto con un servicio nunca antes presentado, con cualidades visuales diferenciadoras, que destacan a su usuario, sin perder la ayuda al medio ambiente al reemplazar las carcacas de plástico no tratado.</p>	<p>Hacer rifas de uno de los productos, en físico y digital según el seguimiento de instrucciones que sean divertidas y entretenidas para los participantes, manejos de diseños exclusivos según el día de compra del producto, rebajas en días establecidos por la web.</p>	<p>Jóvenes de 18 a 28 años, ubicados en la ciudad de Bogotá con un nivel socio económico medio, amantes a lo innovador a nivel tecnológico visual, que se preocupan por el medio ambiente de paso.</p>

	<p>Métricas Clave Crecimiento</p> <p>web en redes sociales principalmente.</p> <p>Apertura de nuevas tiendas de ventas del dispositivo y asociados.</p> <p>Nuevas actualizaciones del producto para mayor fortaleza del mismo.</p> <p>Nuevos clientes de distintas edades.</p>		<p>Canales</p> <p>Venta a tiendas del por mayor, en zonas establecidas y certificadas para mayor seguridad.</p> <p>Ventas por redes sociales como Instagram y Facebook, con envío.</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>Costo se dividirían en las actividades comerciales a nivel digital y a nivel física como campañas publicitarias y comunicativas de la marca y el producto, pasando a la mano</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Principalmente vendrán por la venta de las carcacas, ya sea de las tiendas físicas o por los medios web, tenido un precio establecido que no cambiaría si es digital o físico, buscaríamos</p>		

de obra de los vendedores y fabricantes del producto mismo, aparte de eso se tendría unos gastos mensuales por los servicios de las tiendas y los sueldos de los contratados en su momento.	que el pago se hiciera por tarjeta para ganar una capacidad financiera en términos de crédito alta, esperando la mayor ganancia en la ciudad de Bogotá por las ventas de las tiendas físicas.
---	---

12. Validación de negocios

Del LeanCanva escogimos validar primero la propuesta de valor, para poder poner en marcha nuestra idea de negocio, ya que en nuestra propuesta de valor observamos lo que ofrecemos con nuestro producto innovador con y la importancia de utilizar materiales reciclados para aportar en la parte media ambiental, creemos que es esencial que, a partir de nuevos proyectos, se empiece a pensar por el medio ambiente e incentivar a los usuarios a aportar de igual manera.

Nuestra hipótesis es que los usuarios al preocuparse por su estilo y adquirir un nuevo producto deberían ser conscientes con el medio ambiente antes de y si realmente están enterados en la contaminación que puede ocasionar un producto, si vemos en las problemáticas del ahora, la parte ambiental es muy afectada y cada uno de los usuarios deben pensar cómo pueden aportar, la población realmente cree en y necesita una carcasa con estas propiedades, hechas en material reciclado, acá validamos si nuestra idea de negocio es viable y eficaz para desarrollarlo.

Procedemos a encuestar a personas que conforman nuestro grupo objetivo.

12.1. Objetivos de la investigación de mercados

Objetivos generales

- El objetivo es que nuestro producto sea reconocido tanto tecnológicamente como ecológicamente en nuestro grupo objetivo y sea elegido por sus beneficios.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico con las perspectivas del cliente acerca de la imagen nuestro producto.
- Identificar los factores que influyen en la decisión de compra.
- Ofrecer al grupo objetivo un producto de calidad útil

Técnica de recolección de datos

Para esto usamos un método de investigación cualitativo por medio de una encuesta que nos ayudará a saber el impacto que tendrá nuestro producto, con esta herramienta sabremos cuáles son las necesidades de nuestros clientes.

Encuesta 1

- ¿El producto cubre tus necesidades?
- ¿Cómo conociste este producto?
- ¿El precio del producto va de acuerdo con sus características?
- Si este producto se encontrara en el mercado, ¿lo comprarías?
- ¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto antes que otros?
- ¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características?
- ¿Qué mejorarías de este producto?
- ¿En qué te basas para adquirir un producto?
- ¿Recomendarías el producto a tus amigos?

Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

- el mercado objetivo, el cual estuvo orientado a jóvenes de 18 a 28 años, de Bogotá, la cual está conformada por una población de 1,951,301 personas, según la fuente del Dane, pero para nuestro estudio usaremos 500 personas. (JUACO, 2020)

- un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Aplicando la fórmula de la muestra: $N = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$

Nivel de confianza (Z) = 1.96

- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 500
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (500)}{((500) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))}$$

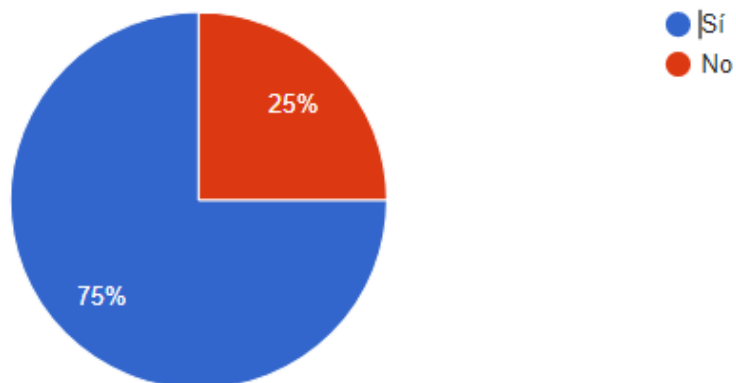
n = 1000

13.Tabulación y análisis de la información

Figuras

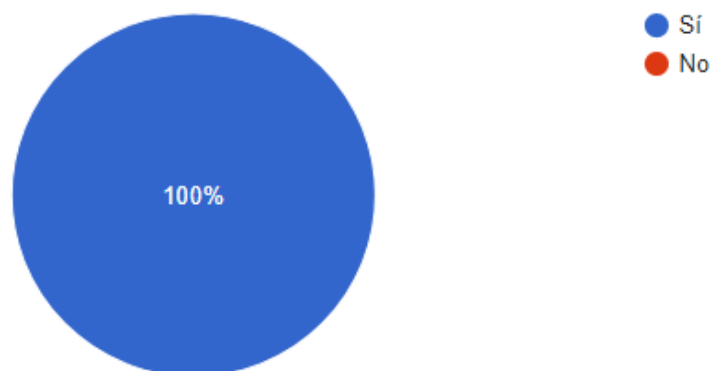
¿El producto cubre tus necesidades?

8 respuestas



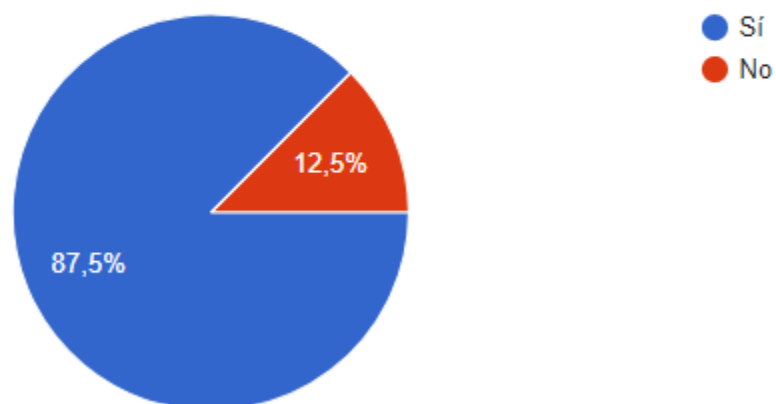
¿El precio del producto va de acuerdo con sus características?

8 respuestas



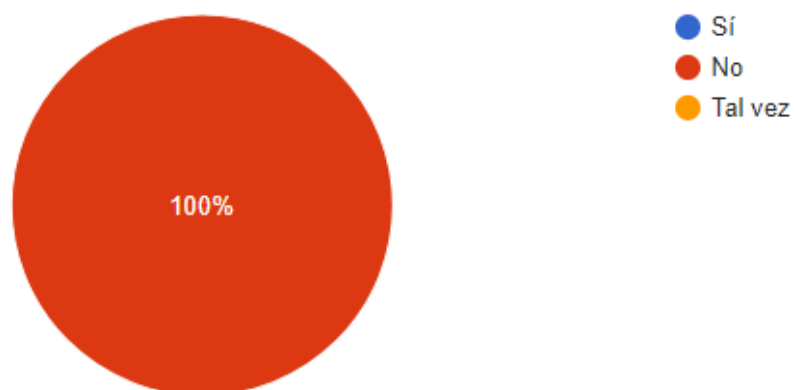
Si el producto se encontrara en el mercado, ¿lo comprarías?

8 respuestas



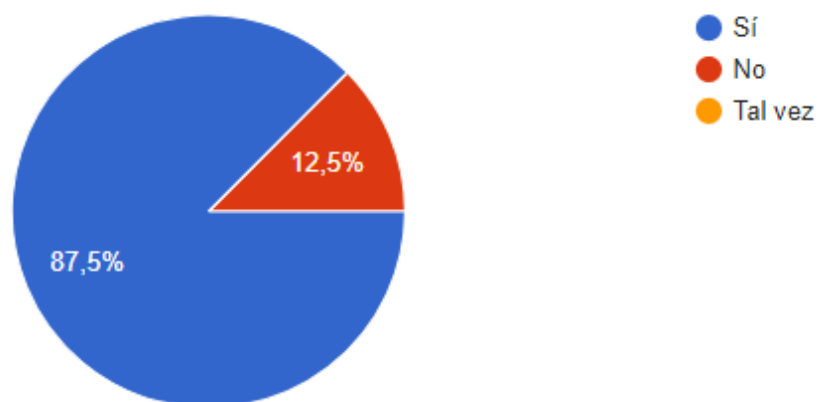
¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características?

8 respuestas



¿Recomendarías el producto a tus amigos?

8 respuestas



¿En qué te basas para adquirir un producto?

8 respuestas



Análisis de graficas

Según los resultados en las encuestas, podemos decir con argumentos que el producto que se está presentado en el proyecto si es coherente con el grupo objetivo, teniendo un mercado óptimo para él; aparte de eso, se refleja que tiene una originalidad clara, llamando más la atención de los compradores, entendiend que no una competencia directa según lo presentado.

Otra señal que nos muestran las tortas es que es un producto factible para difundirse, por los diversos compradores y redes sociales, arrojándonos también una serie de prioridad según su interés, las cuales tiene una gran similitud con las prestaciones que tiene nuestro producto, siendo cada vez mas factible y centrado con lo que quiere el comprador potencial.

Referencias

Andoer. (15 de 05 de 2019). *amazon*. Obtenido de amazon :

https://www.amazon.com/dp/B083LZX46G/ref=sr_1_1_sspa?dchild=1&keywords=selvi+m+lenses+for+mobile+phone&qid=1600473510&sr=8-1-spons&tag=pregnant049-20&psc=1&spLa=ZW5jcnlwdGVkUXVhbGlmaWVyPUEwOEM3WldCOEFXWjk0JmVuY3J5cHRlZElkPUEwNjg0MDk3MThJSDdPRDFZSTVITCZlbnM

camara de comercio de bogotá. (01 de 11 de 2018). *camara de comercio de bogotá*. Obtenido de

camara de comercio de bogotá: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22551>

castro, r. (11 de 03 de 2019). *wikiversus*. Obtenido de wikiversus:

<https://www.wikiversus.com/libros/ereaders/como-funciona-tinta-electronica-e-ink/>

CNN Underscored. (28 de 01 de 2020). *Estas fundas para el celular son ecológicas*. Obtenido de

Estas fundas para el celular son ecológicas: <https://cnnespanol.cnn.com/cnn-underscored/2020/01/28/estas-fundas-para-el-celular-son-ecologicas/>

CSCAZORLA. (17 de 02 de 2011). *xataka ciencia*. Obtenido de xataka ciencia:

<https://www.xatakaciencia.com/tecnologia/como-funciona-la-tinta-electronica>

encolombia. (18 de 09 de 2020). *encolombia*. Obtenido de encolombia:

<https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/normativa/>

Falabella. (18 de 09 de 2020). *Power Bank 2200Mah y Cable Usb*. Obtenido de

<https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/prod8810150/Power-Bank-2200Mah-y-Cable-Usb/3943428>

fundacionplanet. (1 de 06 de 2015). *fundacionplanet*. Obtenido de fundacionplanet:

<https://www.fundacionplanet.com/>

HOMCENTER. (18 de 09 de 2020). *HOMCENTER SODIMAC corona*. Obtenido de HOMCENTER SODIMAC corona: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/354297/kit-accesorios-de-fotografia-para-smartphone-4-lentes>

Honestify. (10 de 18 de 2020). *Honestify*. Obtenido de Honestify: <https://phonetify.com.co/producto/carcasa/personalizada/>

jaimovich, D. (03 de 03 de 2017). *infobae*. Obtenido de infobae: <https://www.infobae.com/america/tecno/2017/03/03/como-es-el-novedoso-smartphone-con-dos-pantallas/>

JUACO. (21 de 11 de 2020). *predidencia de la república*. Obtenido de PROYECCIONES DE POBLACIÓN JÓVENES 14-28 AÑOS: http://obs.colombiajoven.gov.co/Observatorio/Observatorio.aspx?rpt=Buyel7PqAptVw9lwUXO_Fw%3D%3D

juaco. (21 de 11 de 2020). *presidencia de la república* . Obtenido de PROYECCIONES DE PUBLACIÓN JÓVENES 14-28 AÑOS: http://obs.colombiajoven.gov.co/Observatorio/Observatorio.aspx?rpt=Buyel7PqAptVw9lwUXO_Fw%3D%3D

lucas-blogger. (07 de 11 de 2011). *movistar*. Obtenido de Las tarjetas y el móvil, siempre contigo: <https://comunidad.movistar.es/t5/Blog-Smartphones/Las-tarjetas-y-el-m%C3%B3vil-siempre-contigo/ba-p/317125>

minew. (10 de 18 de 2020). *Alibaba.com*. Obtenido de Alibaba.com: <https://spanish.alibaba.com/product-detail/minew-4-2inch-eink-big-e-ink-display-flexible->

e-ink-display-color-multi-language-

1600088929139.html?spm=a2700.8699010.normalList.4.a42e503cVyfdu5&s=p

personalizzalo. (10 de 18 de 2018). *personalizzalo*. Obtenido de personalizzalo:

<https://www.personalizzalo.it/es/carcasas-personalizadas-empresa.html>

SENA. (01 de 06 de 2020). *tecnoparque*. Obtenido de tecnoparque: [https://www.sena.edu.co/es-](https://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/tecnoparques.aspx)

[co/formacion/Paginas/tecnoparques.aspx](https://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/tecnoparques.aspx)

torreblanca, f. (11 de 02 de 2020). *Passiv, carcadas para smartphone biodegradables y*

sostenibles. Obtenido de Passiv, carcadas para smartphone biodegradables y sostenibles:

<https://franciscotorreblanca.es/passiv-carcadas-smartphone-biodegradables/>