

Visualcall

Opcion de grado I

Anderson Steven Rojas Rocha

Brayan Felipe Rubiano Mendoza

|

CUN

Corporación unificada de educación superior.

Bogota DC

2018

INTRODUCCIÓN

En el presente producto notamos que la calidad visual tanto como la comodidad al usar gafas y audífonos al mismo tiempo mejoran simultáneamente, adicional encontramos que este es un factor muy importante en nuestra vida cotidiana ya que la intensidad de brillos e cableados nos afectan en cierto aspecto, si nos referimos al producto en específico encontramos que es la unificación de esos dos productos (gafas y audífonos), pero será que este bien es más cómodo y útil que los que ya están en el mercado. Si vemos en su descripción notamos que todo va sincronizado por Bluetooth lo cual hace que el sistema sea más completo y viable para utilizar con diferentes dispositivos. Ya que este producto posee micrófono como auricular para la finalidad de disminuir todo el cableado y así unificar el producto haciéndolo más portable sin riesgo a que se enrede u se dañe su estructura.

1. JUSTIFICACIÓN

La idea nace en clase de opción de grado, específicamente de un compañero que en el momento usaba gafas y escuchaba música al mismo tiempo. A este personaje los audífonos le incomodaban bastante con sus gafas debido a su cableado y su textura. Este producto se ajusta de acuerdo a la textura de la persona que lo vaya a utilizar. Brindando así un buen ambiente laboral y así mismo la convivencia en el área de trabajo, también ayudara a proteger los ojos y oídos, inclusive a disminuir el cableado para una mayor comodidad hacia el usuario final (agentes call center).

2. DEFINICIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Son unas gafas que en su composición se encuentran adheridas a un micrófono y un audífono, el cual cumple con brindar una eficiencia y comodidad a la hora de hacer llamadas por vía telefónica, estas gafas adicional tienen incorporado un chip con sistema bluetooth el cual hace que el producto se relacione con otros dispositivos para así sincronizar y dar uso a este bien.

3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Son gafas que vienen con un audífono y un micrófono adherido al marco, estas van sincronizadas por medio de un chip conectado vía bluetooth, siendo así una herramienta más eficiente para los agentes call, ya que estos no tendrán enredos o daños en los cables. El diseño de este bien es un estilo propio que se ajusta a los gustos de los empleadores dando así un aspecto original e innovador, reduciendo los desechos y residuos que suelen conformarse por diademas, auriculares, entre otros. Brinda una comodidad al comunicarse en línea y en su detalle encontramos que su marco es algo grueso debido a que en su interior lleva su estructura y sistema operativo. Este en su lado izquierdo desprende un artefacto conector que se oculta en la parte trasera del marco, que baja y queda a la disponibilidad de tu vos para que así el micrófono que viene adherido a la punta de este conector capte eficazmente la voz al momento de comunicarte, estas gafas adicionalmente tienen un auricular el cual está ubicado en terminal derecho de la gafa el cual nos permite escuchar el audio que proviene del receptor.

DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT

4.1 Stakeholders (Cliente):

Nuestra empresa va dirigida a todas esas personas que pertenecen a las compañías callcenter, con algún medio tecnológico de comunicación telefónica y aquellos que en su día cotidiano constantemente reciben gran intensidad de brillo por parte ya sea de un computador u otro elemento que presente estas condiciones

4.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)

La Incomodidad de los cables ya que el tamaño es muy extenso

En algunos casos se presentan enredos o en ciertas ocasiones daños en las entradas

Cuando se usan gafas es muy incómodo por que no se ajustan al contorno físico.

La intención es dar comodidad tanto física como autónomamente, se quiere dar la mejor percepción al momento de consumir u utilizar el producto

4.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)

Es una herramienta que brinda un buen ambiente laboral con más productividad para cumplir las metas individuales y los propósitos planteados en el trabajo en equipo

Ayuda a mejorar la calidad visual ante el brillo ya sea de un computador o otro elemento que presente estas condiciones.

Disminuye la posibilidad de enredos

Disminuye la posibilidad de enfermedades visuales

Mejora la conectividad en el momento de conectarse por vía telefónica.

4.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)

- Diademas inalámbricas
- Diademas comunes
- Gafas de prevención
- Auriculares tanto balacas como audífonos.

4.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

- El precio de las diademas.
- El peso de las diademas.
- El diseño de las gafas
- El cableado, se enreda o se daña.

4.6 Mercado:

Demográficas: Hombres y mujeres entre 20 y 30 años en estrato 2-4.

Geográficas: Todas las empresas call de Bogotá

Culturales: Personas que en su día cotidiano se preocupan por su calidad y protección visual

También va dirigida para aquellos que en su día cotidiano manejan comunicaciones satelitales y en la mayor parte de tiempo utilizan mecanismos tales como computadoras, tabletas, celulares, entre otros

Visualcall es una empresa encaminada a proveer a medianas empresas, encargadas de distribuir material para el mejoramiento visual y comunicativo, siendo así visualcall la organización N. 1 en dar a conocer este producto al mercado.

4.7 Identificación de TAM, SAM y TM:

TAM, Según la investigación de la página el Economista, informa que aproximadamente en Bogotá existen 908 compañías call center.

SAM: Visualcall va dirigido a Empresas call center ubicados en la ciudad de Bogotá, que tengan baja calidad con respecto a la tecnología utilizada en los medios de comunicación telefónica.

SOM: Podemos decir que Visualcall va encaminado a micro empresas en bogota con un lapso de permanencia en el mercado aproximado a 10 años.

5. VALIDACION DEL MERCADO

5.1 Formato Entrevista: Herramientas del cuestionario

El cuestionario lo vamos a realizar a personas que trabajen en call center, específicamente de edades entre los 20-30 años.

1. ¿Cuándo terminas tu jornada laboral que sientes cuando te quitas una diadema?
2. ¿Crees que la empresa se preocupa por tu salud al no tener gafas de protección?
3. ¿Qué es lo que más te incomoda al usar una diadema?
4. ¿Qué soluciones actuales ves en el mercado?
5. ¿Qué piensas sobre nuestro producto?

5.2 Análisis de la información Resultados:

Cuadro de resultados

NOMBRE	RESULTADO
Diego Suarez	1 Un descanso, no se ajusta a la textura física 2 no se preocupan, no les interesa. 3 le deja doliendo la oreja. 4 ninguna todas las diademas aprietan mucho 5 Innovador.
Erika Salamanca	1 tranquilidad, se quita un peso de encima. 2 No se preocupan por el bienestar, 3 Todo ya que de mujeres les jala mucho el pelo. 4 No los hay, es el mismo estándar 5 Es útil para los hombre y mujeres y daría un buen impacto en un call center
Viviana Palacios	1 Alivio ya que aprieta mucho 2 No han buscado satisfacernos para realizar el trabajo mejor 3 No son un peso adecuado 4 No hay nada 5Innovador que sería muy creativo
	1 tranquila porque puede descansar

Adriana Yaratique	<p>2 ellos no les interesa, solo quieren que yo trabaje y nada más</p> <p>3 después de cierto tiempo empieza a doler la cabeza</p> <p>4 Ninguna</p> <p>5 Interesante ya que trae muchas mejoras</p>
Marguen Gonzalez	<p>1 el uso excesivo de esta herramienta lo incomoda</p> <p>2 no les importa</p> <p>3 muy apretaba y como uso gafas no se ajusta a mi textura física</p> <p>4 ninguna que se acoja de mi necesidad</p> <p>5 innovador, llamativo y cómodo</p>
Paula Calderón	<p>1 Satisfacción y paz</p> <p>2 No es interés de ellos</p> <p>3 Que aprietan y no se ajusta a la textura física</p> <p>4 Diademas inalámbricas</p> <p>5 Algo interesante innovador, que no está en el mercado</p>
José Rojas	<p>1 Bastante descanso</p> <p>2 no valora nuestro trabajo</p> <p>3 Incomoda cuando uno se mueve lastima</p> <p>4 Ninguna en el momento</p> <p>5 innovador y creativo</p>
Andrés Jiménez	<p>1 Alivio y me genera un buen ambiente</p> <p>2 No solo les importa que ellos cumpla con la producción</p> <p>3 me quita el pelo incomoda al momento de hablar por los cables</p> <p>4 Diadema inalámbrica</p> <p>5 Innovador atractivo y un buen estilo</p>
Kevin Camacho	<p>1 Incomodo ya que queda marcada la diadema en la oreja</p> <p>2 son inconscientes no brindan los diferentes elementos</p> <p>3 Todo, le hablan externamente y no puede escuchar lo que le dicen</p> <p>4 Ninguna</p> <p>5 Cómoda y un buen estilo</p>
Laura Ramírez	<p>1 Alivio</p> <p>2 No, la empresa solo le interesa ganar dinero</p> <p>3 marca en la cabeza y incomoda en los oídos</p> <p>4 Ninguna</p> <p>5 Bueno y innovador</p>

Conclusión General

Como resultado de la encuesta realizada, podemos concluir que una diadema produce mucho estrés por su peso y estándar por lo que muchos seres humanos son diferentes no se ajustan cómodamente, las empresas call center solo les interesa ganar dinero y no preocuparse por los asesores que la consiguen, a los hombres una diadema les incomoda por muchos cables o no moverse tranquilo por el miedo de dañarse y a las mujeres esto les jala el pelo cuando están en movimiento, no hay ningún producto actual en el mercado que cumplan con las necesidades para satisfacer a los diferentes usuarios y las personas entrevistadas les gusta nuestro producto ya que las necesidades que ellos sufren cada día, con esta producto ellos tendrán una mejor herramienta multifuncional cuando estén realizan sus funciones y trabajar en un buen ambiente laboral .

5.3 Pentágono de Perfilación de Clientes: Genere el Pentágono Final ubicando cada uno de los aspectos identificados a partir de la validación de la información.

6. PROTOTIPO

6.1 Descripción del Producto o servicio:

Nuestro producto, son unas gafas que tiene incorporado un auricular en la varilla izquierda y un micrófono de la parte terminal del marco,

6.2 Ficha técnica del Producto o servicio:

Nuestro producto se realizara al gusto de la persona que lo va a utilizar el tamaño depende de la persona que lo va a utilizar por que se debe ajustar a su textura física.

7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

7.1 Identidad Estratégica (Misión):

La intención es brindar una mejor comodidad a las personas que utilicen el producto dando así un buen posicionamiento del mercado a la empresa Visualcall. Y satisfaciendo las necesidades de la empresa call center.

7.2 Futuro Preferido (Visión):

Para el 2022 expandirnos a nivel nacional para que conozcan nuestro producto a nivel internacional estando dentro de las primeras 5 empresas más comercializadoras a nivel nacional.

7.3 Objetivos empresariales

7.3.1 Objetivo General:

Lograr establecer posicionamiento en el mercado nacional.

7.3.2 Objetivo específicos:

Dar un cuidado preventivo a nivel visual.

Diseñar un instrumento donde se evalué externamente nuestro producto y cuanto lo valoran

Analizar los resultados, obteniendo un plan de mejora.

¿Qué va a lograr? Queremos dar solución con una herramienta multifuncional para las personas que trabajan en call center, teniendo en cuenta que en algunos de

estas empresas no cuentan con gafas preventivas y las diademas incomodan a los usuarios

7.4 Valores corporativos:

Participación: Persona que trabaja debe ayudar el crecimiento de la empresa

Solidaridad: Ayudar con el medio ambiente y ayudar a mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Respeto: No tratar a la gente como maquinas y brindar una oportunidad de vida.

8. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

8.1 PESTEL:

Factores externos	Locales	Nacionales	Internacionales
Políticos	Tendencia electoral	Gobierno	Guerras
Económicos	Costumbres	Crisis	Ciclos económicos
Sociales	Calidad de vida	Aspectos	Opiniones
Tecnológicos	Productos sustitutos	Innovación	Programas
Legislación	Contratos	Leyes de salud	Derechos de propiedad
Ambientales	Ayuda a mejorar el planeta	Leyes de protección	Protección al medio ambiente

8.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER:

El poder de la negociación de los diferentes clientes, nuestra empresa tendrá contratos a largo plazo con los clientes.

El poder de la negociación de los diferentes proveedores, estar en constancia búsqueda para bajar costos con materia prima reciclable.

Tener la capacidad para negociar con los compradores, llegar a un limited en no perder, por no dejar ir un cliente

Amenaza de ingresos por productos, nuestro producto es eficiente para el nicho de mercado al cual vamos dirigidos

Rivalidad de empresas, saber que estamos vendiendo y a que precio para no limitarnos en costos

8.3. Matriz de análisis de campos de fuerzas (DOFA):

Fortalezas: Satisfacción de personas al cual va dirigido teniendo en cuenta gustos y textura para mejor comodidad

Oportunidades: Un nicho de mercado amplio al cual podemos arrasar con nuestros productos

Debilidades: No tenemos prevención al cambio o competencia

Amenazas: Que se acaben las empresas call center ya que es nuestro único cliente

9. CONCLUSIONES

Como resultado al usar gafas, auriculares y micrófono notamos que mejora la comodidad cuando se esta trabajando en un call center por algun medio tecnológico, al mismo tiempo mejoran simultáneamente para la protección de la vista y las personas que tengan mejor rendimiento en su área de trabajo, brinda un buen ambiente laboral y ayuda al medio ambiente.

10. BIBLIOGRAFÍA

<http://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/CALL-CENTER/>

<http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>

<http://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/CALL-CENTER/>