

OPCIÓN DE GRADO CREACIÓN DE EMPRESA

YENY ROCIO MELO MORA

JAIME ANDRES ROZO MATAMOROS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTA D.C

2014

MISION Y VISION

MISIÓN

Alcanzar liderazgo a nivel nacional, por medio de nuestros productos y eventos, ser una marca colombiana reconocida dentro de nuestro mercado, que suple las necesidades de nuestros clientes.

VISIÓN

Ser en el año 2020 la marca más reconocida en el territorio nacional, e incursionando en el ámbito internacional, consolidándose como un movimiento que ofrece productos, servicios competentes, seremos la marca que suple cualquier tipo de necesidad de nuestro producto para nuestros clientes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Algunos jóvenes y las personas mayores se quejan con frecuencia de problemas de memoria, de manera que suelen ser frecuentes los olvidos en especial de objetos tan importantes como las llaves.

¿Por qué olvidamos las llaves dentro de la casa al salir?

-Las llaves no están en su sitio

-La gente no acostumbra a ejercitar la mente

-Las llaves se extravían fácilmente

-Pérdida de memoria

-Dejar las llaves puestas en el cerrojo

PROPÓSITO GENERAL

Comprar y vender un llavero especial con alarma que permita localizar fácilmente las llaves de la casa, moto o carro cuando se pierdan

Evitar que las personas gasten tiempo buscando las llaves



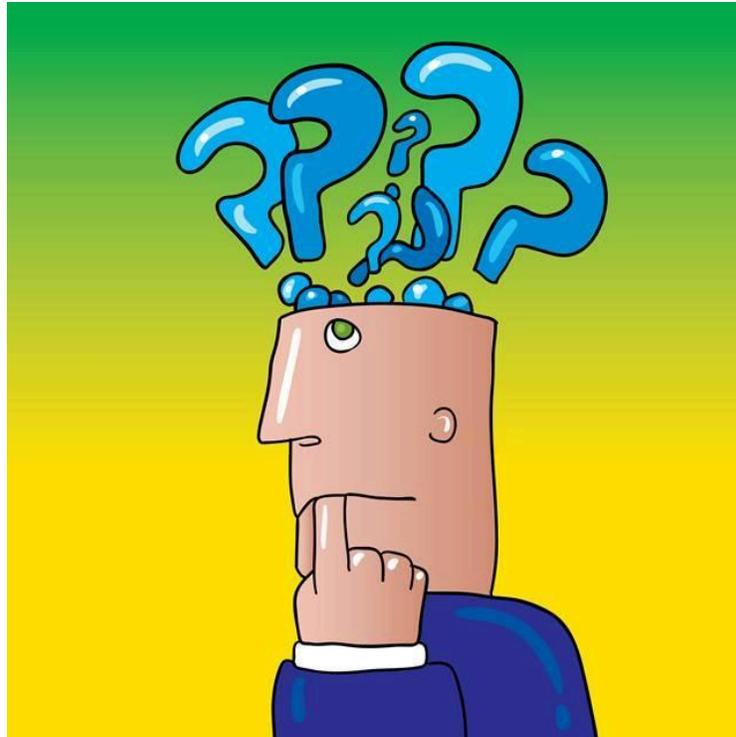
PROPÓSITO ESPECÍFICO

- Localizar el llavero por medio de una base oprimiendo el botón de la base haciendo que pite el llavero y encontrarlo con rapidez
- Posicionarnos líderes en el mercado
- Ser primeros en el mercado obteniendo un gran reconocimiento a nivel nacional



Hipótesis 1

Una de las razones por la cual las personas acostumbran a olvidar las cosas es porque no hacen un buen control ejercitando la mente para desarrollar su nivel de recordar cosas, palabras o situaciones.



Podríamos hacer varios ejercicios para la mejorar la memoria como recordación de las cosas y de los sucesos del día, de la semana y del mes otra podría ser Seleccionar una frase de un libro e intente formar una frase diferente formando las mismas palabra, también Tratar de memorizar la lista del mercado, juegos mentales entre otros.

Hipótesis 2

Hay algunas características de personalidad de individuos habitualmente muy desordenadas que dejan un acumulamiento de cosas en el hogar al llegar a casa dejan las cosas en cualquier parte de la vivienda y no tienen un orden específico para cada cosa, por lo general estas personas acumulan toda clase de objetos antiguos inservibles, o rotos siendo incapaces de desprenderse de estos objetos, y dejan todo tan desorganizado que a la hora de buscar algo no saben dónde lo han dejado



Hipótesis 3

Hay mucha gente consumidora de alcohol, que bebe en exceso y al día siguiente, no puede recordar lo que sucedió la noche anterior comúnmente llamada laguna mental o amnesia alcohólica.

Esta laguna mental o amnesia alcohólica es provocada por una interrupción del hipocampo, estructura cerebral que desempeña importantes funciones en la memoria.

El alcohol en exceso impide recordar fácilmente lo dicho o lo hecho horas después de haber ingerido la bebida

Nuestro producto (el nombre del producto) es apropiado para cualquiera de esas situaciones planteadas ya que permite ayudarlos a encontrar más fácil las llaves sin necesidad de perder tiempo buscándolas

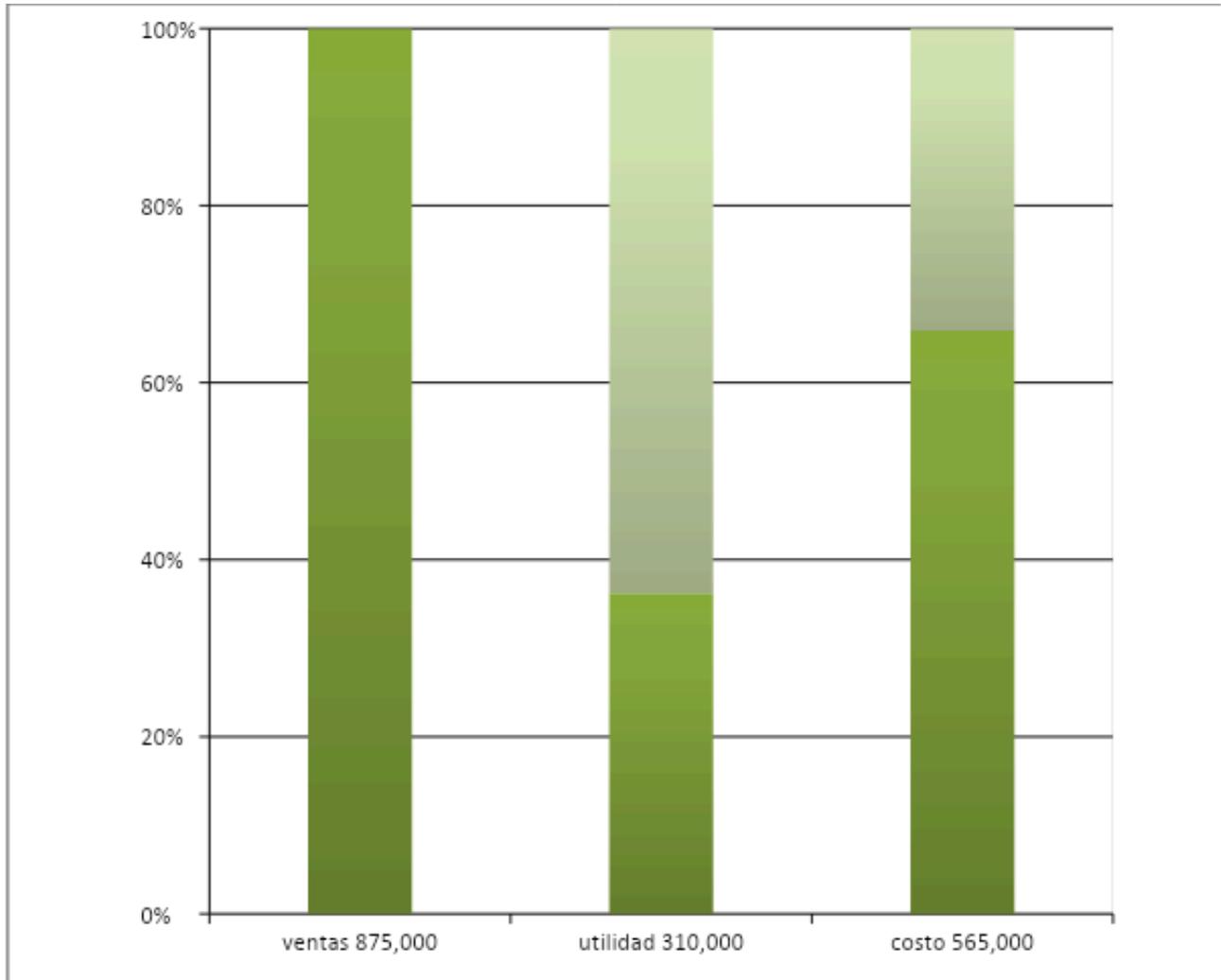
KEY FINDER ESTADO DE COSTOS
ABRIL 2014

CONCEPTO/ACTIVIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	T C T A L E S
LLAVERO	50	4.000,0	200.000,0	
ARGOLLA	50	400,00	20.000,00	
EMPAQUE	50	600,00	30.000,00	
BASE	50	4.000,00	200.000,00	
				5
				6
				5
				.
				0
				0
				0
				.
ALARMA	50	2.300,00	115.000,00	0
				8
				7
				5
				.
				0
				0
				0
COSTO A LA VENTA DEL LLAVERO	50	17.500,00	875.000,00	,

KEY-FINDER10

			0
			0
			1
			5
			0
			.
			0
SERVICIO ADICIONAL DE ENTREGA	50 3.000	150.000	0
			0
			0
			5
			6
			5
			.
			0
			0
			0
			,
COSTO DEL PRODUCTO COMPRADO	50 11.300,0	565.000,00	0
			8
			7
			5
			.
			0
			0
			0
			,
			0
COSTO DE VENTAS	50 17.500,00	875.000,00	0
			3
			1
			0
			.
			0
			0
			0
UTILIDAD BRUTA			,

El presupuesto inicial del proyecto será de **565.000** y la utilidad del producto por cada 50 unidades es de **310.000** que equivale al **35.4 %** del costo de ventas



SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La selección de muestra según la metodología de la investigación requiere precisar el tamaño del proyecto a la que va dirigida y a quien va dirigida con un tipo de segmentación

Este producto es para personas con olvidos frecuentes de edades entre los 16 – 80 años de edad, masculino y femenino.

DEMOGRÁFICA: Producto dirigido a personas de 16 a 80 años aproximadamente que les cuesta recordar las cosas. Que muestran gusto por este tipo de productos.

GEOGRÁFICA: Teniendo en cuenta que las redes nos van a mover, no pondremos límites a la distribución por lo menos nacional, pero especialmente es solo en la ciudad de Bogotá.

PSICOGRÁFICA: Nuestro producto irá dirigido a todos los sectores económicos, centrados en el medio-alto, el cual no será difícil de adquirir.

FACTORES SITUACIONALES: Sabemos que necesitamos organizar muchos más eventos en donde la gente pueda conocer nuestro producto y darle reconocimiento a la marca, en estos eventos se logra vender algunos productos y por supuesto recaudar fondos, una vez obtenido el conocimiento, la marca tendrá recordación y es ahí donde habremos logrado nuestra primera meta.

TIPOLOGÍA DE PRODUCTO

Estaríamos manejando un producto tangible como lo es el llavero, e intangible como lo serían los eventos.

El llavero no va a ser producido por nosotros mismos, esta lo compramos a unos distribuidores, y después la maquilamos y le agregamos imágenes exclusivas nuestras, para la identificación de la marca, esto vendría a ser producto genérico.

CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS A DESARROLLAR

SEGÚN DURACIÓN

Nuestros productos como son el llavero y los accesorios serán duraderos precisando su materia prima, esto también dependiendo del lugar y uso que le dé el cliente.

De servicios como lo serían los eventos ya que benefician a las personas allegadas a la marca.

SEGÚN USO

Nuestros productos son de consumo porque como ya están fabricados en su totalidad el interesado solo tiene que adquirirlo, para poder empezarlo a utilizar.

SEGÚN HÁBITOS DE COMPRA

El producto es adquirido por conveniencia ya que será utilizado periódicamente para localizar las llaves.

KEY-FINDER14

También caería la posibilidad de adquirir el llavero por impulso en la medida en que este sea atractivo.

SEGÚN DEMANDA AUTO ENVOLVENTE

Están clasificados los productos como hedonismo, a causa de ser buscados en su gran mayoría para producir placer a los sentidos del cliente y satisfacer sus necesidades.